



GUÍA Y CAJA DE HERRAMIENTAS PARA LA EVALUACIÓN DE MERCADOS MULTISECTORIAL

Noviembre 2020

Estas Guías y Caja de Herramientas para la Evaluación Multisectorial de Mercados fueron elaboradas por el ACNUR con el apoyo técnico del Consejo Noruego para Refugiados y los socios pueden adaptarlas para su uso. Esta versión se basa en las lecciones aprendidas de una versión anterior publicada en enero de 2017.

Para comentarios o preguntas, escriba a hqcash@unhcr.org o cash@nrc.no.

Portada: Apátridas de Filipinas 2019 Sama Bajau Daily life

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN A LA GUÍA Y EL CAJA DE HERRAMIENTAS DE LA EMM	4
1.1 Propósito	5
1.2 Alcance Analítico	5
1.3 Periodo de Tiempo	7
1.4 Cronología	8
1.5 Composición del Equipo	8
2. RESUMEN DEL MARCO DE EVALUACIÓN DEL MERCADO	9
3. GUÍA DETALLADA PASO A PASO	12
Paso 1: Revisar la información existente y definir el alcance de la EMM	12
Paso 2: Recopilar y procesar datos adicionales	15
Paso 2.1 Analizar el Mercado	18
Paso 2.2 Analizar la cadena de suministro	20
Paso 2.3 Analizar el sistema de mercado	23
Paso 3: Analizar los riesgos e identificar medidas de mitigación	25
Paso 4: Cotejar los hallazgos de la EMM y escribir el informe final	27
Paso 5: Monitorear los Mercados	29
ANEXO I: CAJA DE HERRAMIENTAS DE EMM	31
ANEXO II: GUÍAS ADICIONALES	33
TÉRMINOS Y DEFINICIONES	54
Glosario de términos y definiciones utilizados con frecuencia	54
REFERENCIAS	58
NOTAS FINALES	59

1. INTRODUCCIÓN A LA GUÍA Y EL CAJA DE HERRAMIENTAS DE LA EMM

Los mercados desempeñan un papel fundamental en la vida de las personas desplazadas y de sus comunidades de acogida. No solo proporcionan a las personas los bienes y servicios esenciales necesarios para sobrevivir, sino que también crean y protegen los medios de vida. Por lo tanto, los actores humanitarios dependen cada vez más de respuestas de programas basados en el mercado¹, tales como las intervenciones basadas en efectivo [CBI por sus siglas en inglés, Programas de Transferencias Monetarias (PTM)]² para ayudar a las poblaciones afectadas por la crisis a satisfacer sus necesidades a través de los mercados locales. Por lo tanto, las evaluaciones del mercado deben ser una parte esencial e integral del análisis de la respuesta general para informar el diseño del programa humanitario y la elección apropiada de la modalidad de transferencia. Los resultados de la evaluación del mercado también ayudarán a decidir los valores de transferencia adecuados, en los que se utilizan las PTM para permitir el acceso a bienes y servicios.



La Guía y el Caja de Herramientas para la Evaluación de Multisectorial de Mercados (EMM) MSMA por su sigla en inglés, Multisector Market Assessment es un elemento del Instrumental de la [Caja de Herramientas para el Análisis de Viabilidad y Respuesta mediante ayudas en Efectivo del ACNUR](#). La Guía y el Caja de Herramientas de EMM se divide en tres componentes:

1. La [Guía Detallada Paso a Paso](#) se basa en el [Marco de Evaluación del Mercado](#) (MAF por su sigla en inglés), que describe cuatro pasos diferentes para completar el proceso de EMM y un paso final sobre el monitoreo del mercado.
2. La [Caja de Herramientas de Evaluación Multisectorial de Mercados](#) proporciona 14 herramientas listas para contextualizar que pueden apoyar el proceso de evaluación de mercados a lo largo de cada paso del MAF. Las herramientas deben adaptarse al contexto operativo particular antes de su uso.
3. Las [Guías adicionales](#) proporcionan una orientación más detallada del proceso técnico para los líderes del equipo de evaluación. Profundizan en los conceptos y actividades clave a los que se hace referencia en la [Guía Detallada Paso a Paso](#).



1.1 PROPÓSITO

El propósito de la Guía y el Caja de herramientas de EMM es dar orientación paso a paso y herramientas listas para contextualizar para permitir que el personal con habilidades limitadas en la recopilación y análisis de datos de mercado lleve a cabo con éxito una Evaluación Multisectorial básica del Mercado y un monitoreo del mercado. La Guía y el Caja de Herramientas de EMM se pueden aplicar en todos los contextos operacionales, incluidas las situaciones prolongadas y de emergencia, en campamentos y contextos diferentes a campamentos, en países de renta media y baja, así como en zonas urbanas, rurales y de acceso remoto. También se puede adaptar a situaciones de no desplazamiento.

La Guía y Caja de Herramientas de EMM está diseñada para obtener una comprensión "suficientemente buena" del mercado para llevar a cabo un análisis significativo y continuo de la respuesta de los programas y para llegar a decisiones transparentes y consensuadas sobre la operatividad del mercado de manera oportuna. Las conclusiones de la EMM informarán a los profesionales sobre cuáles bienes y servicios básicos se puede acceder localmente; los costos de acceso a estos bienes y servicios y si están disponibles en cantidad y calidad suficientes para satisfacer la demanda prevista durante la intervención prevista del programa. Por último, la EMM también ayuda a identificar los desafíos de la oferta y la demanda en el sistema de mercado más amplio y a entender si se requieren intervenciones de apoyo al mercado para mejorar el funcionamiento de los mercados y para mejorar el acceso de las poblaciones objetivo a los mercados y su utilización.

La Guía y el Caja de Herramientas de EMM se ha diseñado con el objetivo particular de alimentar el análisis de respuesta y el diseño de [Subvenciones en Efectivo Multipropósito](#) sin restricciones. Sin embargo, es importante señalar que el análisis de sistemas de mercado más complejos como el trabajo, la vivienda, la salud y la educación probablemente requerirá conocimientos técnicos adicionales, especialmente si la EMM básica destaca cuellos de botella en la disponibilidad o la calidad de los bienes y servicios disponibles. En tales casos, la EMM debería utilizarse junto con instrumentos de evaluación específicos del sector³. Asimismo, si la EMM pone de relieve limitaciones de acceso específicas para las personas de interés, puede ser necesario realizar un análisis detallado de los riesgos de seguridad y protección.

1.2 ALCANCE ANALÍTICO

La Guía de EMM propondrá un Análisis Rápido del Mercado (Paso 2.1), un Análisis de la Cadena de Suministro con mayor detalle (Paso 2.2) o un Análisis más amplio de los Sistemas de Mercado (Paso 2.3), como se muestra en la Figura 1. El alcance del análisis dependerá de una variedad de factores que incluyen, pero no se limitan, a:

- La disponibilidad y calidad de la información secundaria existente
- La naturaleza de los bienes y servicios básicos prioritarios a ser evaluados
- El probable impacto en el mercado de la intervención prevista

Si bien la Guía y Caja de herramientas para EMM presenta los diferentes niveles de análisis de forma secuencial, es importante señalar que es probable que los diferentes tipos de análisis se realicen simultáneamente y que pueden ser necesarios diferentes niveles de análisis para los diferentes bienes y servicios que se están analizando en la EMM. Por ejemplo, un análisis rápido del mercado puede ser adecuado para artículos de necesidades básicas tales como jabón y toallas higiénicas los cuales están ampliamente disponibles en los mercados urbanos, mientras que un análisis de la cadena de suministro puede ser necesario para materiales para alojamientos en ciudades fronterizas pequeñas donde el impacto de la intervención puede ser más sustancial. De manera similar, un análisis del sistema de mercado puede ser más adecuado para evaluar los servicios de alquiler de alojamientos y de comunicaciones.

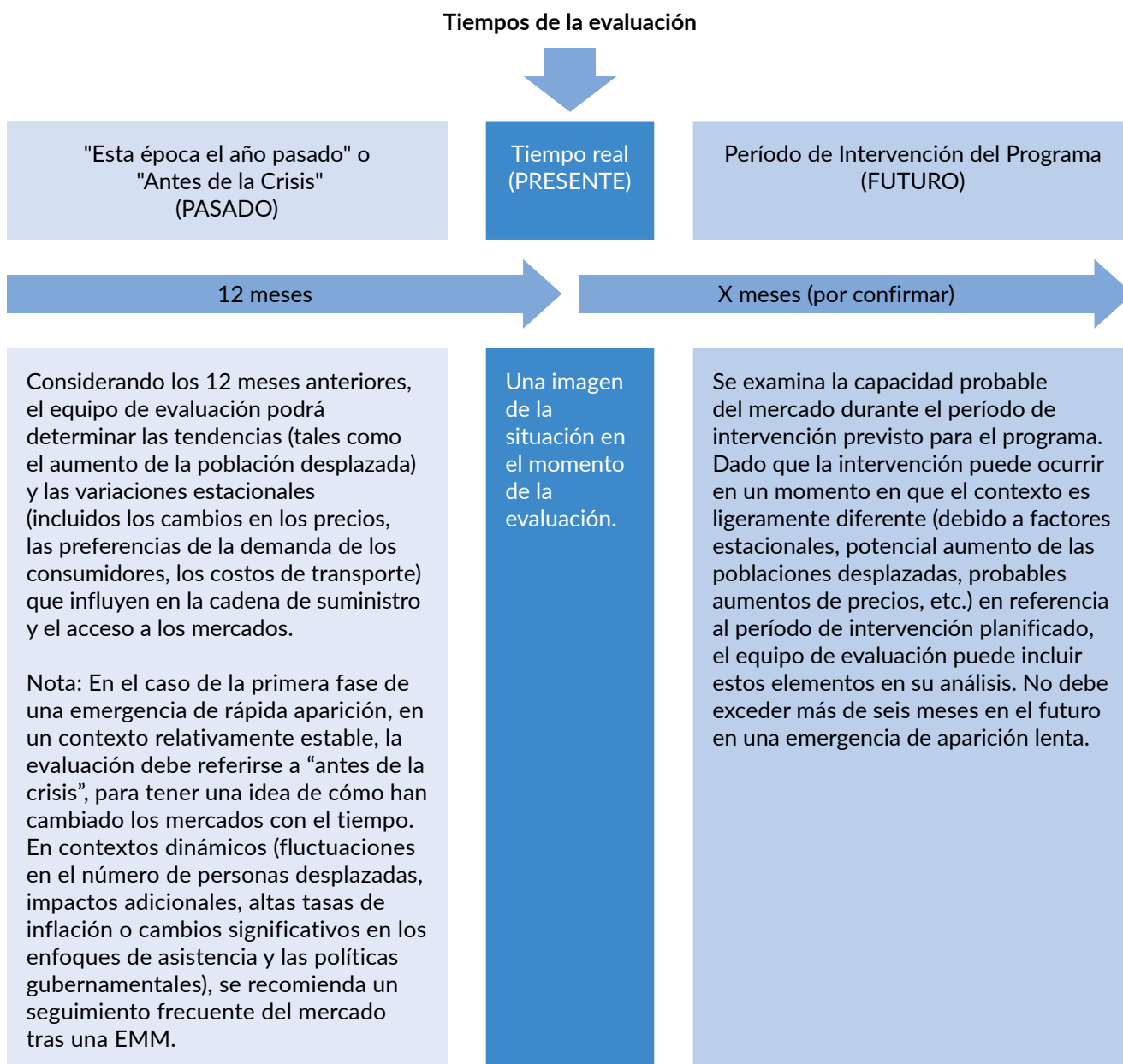
Figura 1: El Espectro del Alcance Analítico



1.3 PERIODO DE TIEMPO

La Guía y Caja de herramientas de EMM se refiere a tres períodos de tiempo específicos para garantizar que se registren y se analicen con precisión las tendencias y los cambios en los mercados. En la figura 2 se ofrece una visión general de la finalidad de cada período de tiempo mencionado en la evaluación:

Figura 2: Tiempos para la recolección y análisis de datos.



1.4 CRONOLOGÍA

El tiempo necesario para llevar a cabo la EMM depende de una serie de factores, entre ellos la calidad y disponibilidad de información secundaria, el número y la complejidad de los bienes y servicios, el número de mercados de referencia o sistemas de mercado más amplios que deben evaluarse y, por último, la capacidad global del equipo de evaluación del mercado. La Tabla 1 muestra aproximadamente cuánto tiempo se requiere para completar las actividades clave por cadena de suministro en un mercado de referencia específico. Por lo tanto, la adición de cadenas de suministro, sistemas de mercado y mercados de referencia a la evaluación tendrá un impacto en el tiempo necesario para completar la evaluación.

Tabla 1: Actividad de Evaluación y Tiempos

Actividad	DÍAS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PASO 1: REVISAR LOS DATOS SECUNDARIOS Y DEFINIR EL ALCANCE DE LA EMM												
PASO 2: RECOPIRAR Y PROCESAR DATOS ADICIONALES												
PASO 2,1: ANALIZAR EL MERCADO												
PASO 2,2: ANALIZAR LA CADENA DE SUMINISTRO												
PASO 2,3: ANALIZAR EL SISTEMA DE MERCADO												
PASO 3: REVISAR Y MITIGAR LOS RIESGOS.												
PASO 4: COTEJAR LOS HALLAZGOS DE LA EMM Y ESCRIBIR EL INFORME FINAL												
PASO 5: MONITOREAR LOS MERCADOS												

1.5 COMPOSICIÓN DEL EQUIPO

La composición del equipo dependerá del alcance de la evaluación del mercado, así como del contexto operativo, donde se llevará a cabo la evaluación. Por ejemplo, si bien los funcionarios de suministros pueden estar más familiarizados con la adquisición de bienes básicos en los mercados locales, se necesitarán conocimientos técnicos para apoyar la recopilación y el análisis de datos sobre bienes y servicios más complejos relacionados con educación, salud, Wash (Agua, Saneamiento e Higiene) o vivienda. Asimismo, los entornos de alto riesgo pueden requerir el apoyo de expertos en seguridad o de organizaciones comunitarias locales, especialmente cuando pueda haber restricciones de acceso. Por lo tanto, la evaluación del mercado requiere una relación de trabajo colaborativa entre los distintos miembros del equipo y entre las funciones principales, bajo la dirección de un líder del equipo. Cada miembro del equipo de evaluación debe tener funciones específicas, entre las que se incluyen las siguientes: líder del equipo para coordinar la evaluación, recopiladores de datos, personas que hagan el ingreso y limpieza de los datos y, finalmente, quienes analicen los datos.

2. RESUMEN DEL MARCO DE EVALUACIÓN DEL MERCADO

El Marco de Evaluación del Mercado consta de cuatro pasos diferentes que guían al equipo de evaluación a lo largo del proceso de evaluación del mercado y un paso final en el monitoreo del mercado. Cada paso incluye una visión general del propósito del paso, las preguntas de investigación clave que deben guiar la recopilación y el análisis de los datos y las herramientas disponibles para recopilar y analizar la información. Si bien los pasos se presentan en una secuencia, es importante señalar que el proceso de evaluación del mercado es iterativo y que puede ser necesario ir de un paso a otro y devolverse a medida que se recopila y analiza nueva información. El Marco de Evaluación del Mercado también fomenta el análisis temprano de los datos después de cada ronda de recopilación de datos secundarios y primarios, a fin de seguir siendo eficiente y evitar la duplicación de la recopilación de datos.

El Marco de Evaluación del Mercado		
<p>El Marco de Evaluación del Mercado se guía por las siguientes preguntas clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ ¿Los mercados y proveedores existentes ofrecen los bienes o servicios que necesitan las poblaciones objetivo? ➔ ¿Pueden los mercados y proveedores de servicios existentes ofrecer estos bienes o servicios a un precio adecuado? ➔ ¿Pueden estos mercados y proveedores de servicios responder a la creciente demanda, sin un riesgo significativo para la población objetivo, los proveedores de servicios y los comerciantes? ➔ ¿Se necesitan intervenciones adicionales de programas basados en el mercado para apoyar la respuesta del mercado y de los proveedores de servicios? 		
PASO	PROPÓSITO	ACCIONES CLAVE
PASO 1: REVISAR LOS DATOS SECUNDARIOS Y DEFINIR EL ALCANCE DE LA EMM	<p>El propósito de este paso es revisar la información existente para definir el alcance de la EMM.</p> <p>Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿El contexto general es propicio para programas basados en el mercado? ▪ ¿Qué bienes y servicios básicos deben evaluarse? ▪ ¿Qué mercados de referencia deben priorizarse? ▪ ¿Cuál es el probable impacto en el mercado de la intervención prevista? 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Acción 1.1 Comparar y analizar la información sobre el contexto, las necesidades y los mercados ➔ Acción 1.2 Priorizar los bienes y servicios básicos de EMM ➔ Acción 1.3 Acordar las especificaciones técnicas de los productos básicos y servicios ➔ Medida 1.4 Estimar la cantidad de bienes y servicios necesarios con el tiempo ➔ Acción 1.5 Identificar y mapear mercados de referencia ➔ Acción 1.6 Definir el alcance de la EMM y decidir en los siguientes pasos
	<p>Al final de este paso tiene tres opciones: Opción 1: Proceder con el paso 2 – Recopilar y procesar datos adicionales Opción 2: Continuar con el Paso 3 – analizar los riesgos e identifique las medidas de mitigación Opción 3: Proceder con el paso 4 – Cotejar los hallazgos de la EMM y escribir el informe final</p>	
PASO 2: RECOPIRAR Y PROCESAR DATOS ADICIONALES	<p>El propósito de este paso es planificar, recopilar y procesar datos adicionales para obtener una imagen "suficientemente buena" de la funcionalidad del mercado.</p> <p>La siguiente pregunta clave debe guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Existe la probabilidad de que los bienes y servicios básicos estén disponibles en cantidad y calidad suficientes y a un precio adecuado para satisfacer la demanda esperada en los mercados de referencia? 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Acción 2.1 Decidir el tipo de información y la profundidad de análisis necesarias ➔ Acción 2.2 Asignar actores clave del mercado ➔ Acción 2.3 Determinar el marco temporal para la recopilación y análisis de datos. ➔ Acción 2.3 Determinar el marco temporal para la recopilación y análisis de datos.

PASO	PROPÓSITO	ACCIONES CLAVE
<p>PASO 2.1 ANALIZAR EL MERCADO</p> <p><i>Este tipo de análisis es más adecuado para bienes y servicios simples con baja especificación técnica, donde los mercados estén funcionando, y el impacto probable de la intervención planificada sea mínimo.</i></p>	<p>El objetivo de este paso es recopilar datos primarios adicionales y realizar un rápido análisis del mercado para confirmar la disponibilidad de bienes y servicios básicos en los mercados y la capacidad de los comerciantes y proveedores de servicios de aumentar la oferta para satisfacer la demanda esperada.</p> <p>Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Pueden las poblaciones objetivo acceder a los mercados con seguridad y dignidad? ¿Estos mercados suministran los bienes y servicios que necesita la población objetivo? ¿Los comerciantes y los proveedores de servicios son capaces de aumentar la oferta para satisfacer la demanda esperada? 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Acción 2.1.1 Planificar y recopilar datos primarios en mercados de referencia ➔ Acción 2.1.2 Analizar el acceso a los mercados de referencia ➔ Acción 2.1.3 Analizar la disponibilidad de bienes y servicios básicos en mercados de referencia ➔ Acción 2.1.4 Analizar la capacidad de los comerciantes y proveedores de servicios para aumentar la oferta ➔ Acción 2.1.5 Documentar el análisis del mercado y llegar a un acuerdo sobre los siguientes pasos
<p>Al final de este paso tiene tres opciones: Opción 1: Continuar con el Paso 2.2 – Analizar la Cadena de Suministro Opción 2: Continuar con el Paso 3 – analizar los riesgos e identifique las medidas de mitigación Opción 3: Proceder con el paso 4 – Cotejar los hallazgos de la EMM y escribir el informe final</p>		
<p>PASO 2.2 ANALIZAR LA CADENA DE SUMINISTRO</p> <p><i>Este tipo de análisis es adecuado cuando se espera que el suministro sea limitado y se necesita información adicional para garantizar que los bienes y servicios básicos estén disponibles y accesibles cuando sea necesario.</i></p>	<p>El objetivo de este paso es recopilar información adicional sobre el mercado y datos detallados sobre precios de los bienes y servicios básicos para ayudar al equipo de evaluación a rastrear de dónde proceden los bienes y servicios, para comprender el nivel de competencia e integración del mercado y, por último, identificar factores a lo largo de la cadena de suministro que afecten la capacidad de expansión de la misma. Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Existe la probabilidad de que los bienes y servicios básicos estén disponibles en cantidad y calidad suficientes para satisfacer la probable demanda en los mercados de referencia? ¿Qué tipos de actividades de apoyo a la cadena de suministro podrían ayudar a los agentes del mercado a aumentar la oferta? 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Acción 2.2.1 Agrupar los bienes básicos por cadena de suministro ➔ Acción 2.2.2 Identificar actores adicionales del mercado para entrevistar ➔ Medida 2.2.3 Estimar el porcentaje necesario de ampliación de la cadena de suministro ➔ Acción 2.2.4 Contextualizar las herramientas y recopilar información adicional, incluyendo datos detallados de precios ➔ Acción 2.2.5 Analizar la información de la cadena de suministro ➔ Acción 2.2.6 Documentar su análisis de la cadena de suministro y acordar los siguientes pasos
<p>Al final de este paso tiene tres opciones: Opción 1: Proceder con el Paso 2.3 – Analizar el sistema de mercado Opción 2: Continuar con el Paso 3 – analizar los riesgos e identifique las medidas de mitigación Opción 3: Proceder con el paso 4 – Cotejar los hallazgos de la EMM y escribir el informe final</p>		
<p>PASO 2.3 ANALIZAR EL SISTEMA DE MERCADO</p> <p><i>Este tipo de análisis es adecuado cuando los bienes o servicios básicos tienen cadenas de suministro particularmente largas o complejas y es poco probable que un análisis de mercado o de cadena de suministro proporcionen información adecuada sobre la funcionalidad general del mercado o las relaciones entre los actores del mercado.</i></p>	<p>El objetivo de este paso es realizar un análisis más amplio de los sistemas de mercado de los bienes y servicios básicos. Este paso tratará de comprender mejor las barreras a lo largo de la cadena de suministro causadas por el sistema de mercado más amplio, que incluye funciones de apoyo como servicios, recursos e infraestructura, así como el contexto institucional o el entorno empresarial, incluyendo leyes, regulaciones, estándares. El análisis de los sistemas de mercado también examina las reglas y comportamientos sociales y cómo éstos influyen en la capacidad de los proveedores para satisfacer la demanda probable</p> <p>Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué barreras en el sistema de mercado podrían influir en el suministro de bienes y servicios básicos? ¿Qué tipo de intervenciones de apoyo al mercado podrían crear un entorno de sistema de mercado más propicio? 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Acción 2.3 Mapear el sistema de mercado de los productos y servicios básicos ➔ Medida 2.3.2 Identificar los factores que posibilitan la cadena de suministro y las barreras ➔ Acción 2.3.3 Identificar intervenciones de apoyo al mercado

PASO	PROPÓSITO	ACCIONES CLAVE
PASO 3: ANALIZAR LOS RIESGOS E IDENTIFICAR LAS MEDIDAS DE MITIGACIÓN	<p>El objetivo de este paso es consolidar y analizar la información sobre riesgos que se obtuvo mediante el proceso de evaluación del mercado e identificar medidas de mitigación para reducir los riesgos.</p> <p>Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ¿Hay algún riesgo asociado con una respuesta basada en el mercado? Si es así, ¿Cuál(es)? ■ ¿Qué se puede hacer para mitigar los riesgos y maximizar el impacto positivo de los programas basados en el mercado? 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Acción 3.1 Consolidar y documentar los riesgos identificados ➔ Medida 3.2 Determinar la probabilidad y el impacto potencial de los riesgos ➔ Acción 3.3: Identificar y documentar las acciones que mitigarán los riesgos
PASO 4: REVISAR LOS HALLAZGOS DE LA EMM Y ESCRIBIR EL INFORME FINAL	<p>El objetivo de este paso es revisar los resultados de la evaluación del mercado y formular recomendaciones clave en un informe final. El objetivo clave es documentar si las cadenas de suministro individuales de cada mercado de referencia pueden responder a un aumento de la demanda y en qué medida. Asimismo, si se han identificado cuellos de botella durante la evaluación, es importante documentar las intervenciones recomendadas de apoyo al mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Acción 4.1 Clasificar las conclusiones de la evaluación del mercado ➔ Medida 4.2 Hacer un borrador de las afirmaciones finales sobre de la cadena de suministro ➔ Acción 4.3: Redactar el informe final de evaluación del mercado
PASO 5: MONITOREAR LOS MERCADOS	<p>El objetivo del monitoreo del mercado es confirmar si la modalidad de transferencia seleccionada sigue siendo una opción de respuesta adecuada desde la perspectiva del mercado y evaluar el impacto (negativo o positivo) de la intervención sobre el precio, la calidad y la disponibilidad de los bienes y servicios básicos en los mercados de referencia.</p> <p>Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ¿Ha habido cambios en el precio de los bienes y servicios en los mercados de referencia? ■ ¿Ha habido cambios en la calidad de los bienes y servicios en los mercados de referencia? ■ ¿Ha habido cambios en la disponibilidad de bienes y servicios en los mercados de referencia? ■ ¿Hay riesgos que los mercados planteen para el programa o viceversa? 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Acción 5.1 Revisar el informe de evaluación del mercado ➔ Acción 5.2 Elaborar un plan de monitoreo ➔ Acción 5.3 Recopilar datos ➔ Acción 5.4 Analizar los datos de seguimiento del mercado ➔ Acción 5.5 Escribir el informe



3. GUÍA DETALLADA PASO A PASO

En esta sección se ofrecen guías sobre los pasos y acciones necesarias para completar el proceso de evaluación del mercado. En el [Anexo I](#): se ofrece orientación técnica adicional [Orientación Técnica Adicional](#) mientras que las herramientas para la recopilación de datos, el análisis y la presentación de informes están disponibles en [la Caja de Herramientas de la EMM](#).

PASO 1: REVISAR LA INFORMACIÓN EXISTENTE Y DEFINIR EL ALCANCE DE LA EMM

PROPÓSITO

El propósito de este paso es revisar la información existente para definir el alcance de la EMM. En este paso, el equipo debe documentar la información relevante del contexto, acordar los bienes y servicios básicos prioritarios que se incluirán en la evaluación e identificar mercados de referencia⁴ que actuarán como puntos de control de EMM.

PREGUNTAS CLAVE

Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:

- ✓ ¿El contexto general es propicio para programas basados en el mercado?
- ✓ ¿Qué bienes y servicios básicos deben evaluarse?
- ✓ ¿Qué mercados de referencia deben priorizarse?
- ✓ ¿Cuál es el probable impacto en el mercado de la intervención prevista?

ACCIONES CLAVE

Acción 1.1 Comparar y analizar la información sobre el contexto, las necesidades y los mercados

Consulte la [Herramienta de Análisis de Datos 1: Lista de Verificación para la Revisión de Datos Secundarios](#) para guiar el proceso de recopilación de datos sobre el contexto, las necesidades y los mercados. La información se puede recopilar a través de investigaciones de escritorio y entrevistas con informantes clave. En esta etapa, la información que está siendo recopilado debe ser de primera línea e incluir:

- Detalles sobre el contexto ([Guía I.I: Cotejar y analizar la información del contexto](#)), donde se llevará a cabo la evaluación del mercado;
- Las necesidades ([Guía I.II Cotejar y analizar la información de las necesidades](#)) de las poblaciones afectadas; y,
- Una visión general de los mercados de referencia ([Guía I.III Cotejar y analizar la información existente sobre los mercados](#)), incluida la información básica sobre los comerciantes y proveedores de servicios en la zona y su probable capacidad para suministrar los bienes y servicios que necesitan las personas de interés.

Acción 1.2 Priorizar los bienes y servicios básicos de EMM

Sobre la base de la lista general de necesidades identificadas, priorizar los bienes y servicios que la evaluación del mercado debe tratar de cubrir. Una manera eficiente de priorizar los bienes y servicios de EMM es mediante un proceso de eliminación ([Guía I.IV Determinar qué bienes o servicios NO son adecuados para la CBI](#)) mediante la eliminación de bienes y servicios que NO son adecuados para la CBI, debido a que:

- El artículo o servicio no se priorizaría para la compra;
- El artículo o servicio tiene especificaciones técnicas mínimas que son poco probables que estén disponibles localmente;
- La organización tiene una política contra el suministro de este bien o servicio específico.

Los bienes y servicios que se mantendrán de EMM se denominarán en adelante como “bienes y servicios básicos”. Ver el Recuadro 1 para ver un ejemplo sobre las reflexiones que guiaron el proceso de priorización durante la EMM de Etiopía.

Recuadro 1: Del campo – Especificaciones de los bienes básicos (EMM de Etiopía)

La [Evaluación de Necesidades Básicas \(ENB\)](#) en Etiopía, que se completó justo antes de que la EMM determinara las necesidades prioritarias de alimentos, agua, productos básicos y servicios de salud, así como de vivienda y energía. El equipo de la EMM consultó con colegas de alimentos, alojamiento, salud y WASH para reducir cada categoría a un conjunto de bienes y servicios básicos que podrían ser priorizados de EMM. Con base en la consulta, se excluyeron los servicios de salud y la energía de la lista debido a su naturaleza pública y a las preocupaciones de calidad, así como a la falta de consenso sobre lo que significa realmente la “energía”. Para agregar otro sector a la EMM, también se tuvieron en cuenta gastos autoreportados, lo que puso en evidencia los costos relacionados con los estudios como una prioridad adicional de los hogares. Por lo tanto, la lista final compuesta de bienes y servicios básicos de EMM incluía alimentos, artículos de Agua, Saneamiento e Higiene (WASH), de alojamiento y materiales educativos.

Acción 1.3 Acordar las especificaciones técnicas de los productos básicos y servicios

Es probable que los mercados más grandes ofrezcan una serie de especificaciones técnicas para bienes y servicios similares, lo que también pueden influir en su precio. Como resultado, los datos solo son comparables si se recopilan contra el mismo bien o servicio. Por lo tanto, es fundamental que el equipo esté de acuerdo en las especificaciones mínimas detalladas para cada bien o servicio básico que se considerará a lo largo de la evaluación. Busque orientación de expertos técnicos en el sector cuando decida sobre los requisitos técnicos mínimos, ya que la mala prestación de servicios o la calidad de ciertos bienes podrían tener un impacto perjudicial en el bienestar de los sujetos de la intervención. Al mismo tiempo, considere también las preferencias de los clientes y la posible disponibilidad futura de bienes y servicios, especialmente si las alternativas actuales son aceptables. Una vez que haya acordado las especificaciones técnicas mínimas, documente todos los detalles posibles, que podrían incluir información sobre la marca, el tamaño, el material o la calidad.

Medida 1.4 Estimar la cantidad de bienes y servicios necesarios con el tiempo

Basándose en la información de evaluaciones de necesidades existentes, estime la demanda de cada bien o servicio básico identificado. Mientras calcula la cantidad total de bienes y servicios necesarios, trate de especificar cuándo son necesarios, en qué cantidad y para quién. Este ejercicio también debe incluir las necesidades de la población en general y las necesidades potenciales de otros actores en el área de intervención planificada. Muchas necesidades serán continuas y predecibles (por ejemplo, alimentos y artículos de higiene), mientras que otras pueden ser específicas en el tiempo (por ejemplo, material escolar y uniformes al comienzo del año escolar). Sin embargo, en otros casos puede haber necesidades especiales que no siempre son predecibles (por ejemplo, los agentes humanitarios que realizan compras locales para la prestación de asistencia en especie). Por lo tanto, es fundamental consultar con otros organismos y participar en reuniones de coordinación para acceder a dicha información adicional sobre la demanda.

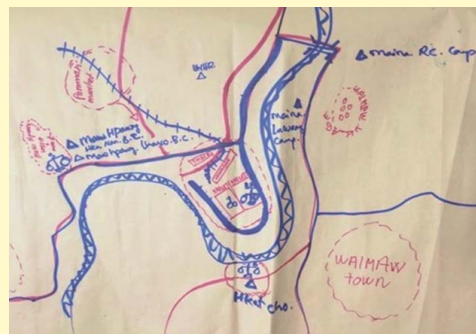
Acción 1.5 Identificar y mapear mercados de referencia

Documente dónde las personas acceden a los bienes y servicios que necesitan y si hay o no algún problema de protección que se deba considerar cuando las personas visitan estos mercados. El mapeo del mercado ([Guía I.V Mapeo del mercado](#)) es una manera útil de entender dónde las personas compran y de identificar mercados de referencia para bienes y servicios que pueden actuar como puntos de control para la evaluación del mercado. El mapeo del mercado también ayuda a identificar las conexiones entre las personas y los mercados y a rastrear el movimiento general de bienes. Por último, los informes de seguimiento de la protección pueden contener información importante sobre los riesgos de protección ([Guía I.VI Transversalización de Edad, Género y Diversidad \(AGDM\) e Integración de la Protección](#)) encontrados en el área de intervención del programa y los riesgos específicos relacionados con el acceso a los mercados. Ver el Recuadro 2, para un ejemplo del mapeo del mercado en Myanmar.

Recuadro 2: Desde el terreno – Mapeo de mercados en Myanmar

Este mapa del mercado se hizo antes de hacer las visitas de campo. Se utilizó para planificar la evaluación a fin de aprovechar al máximo los recursos limitados y garantizar que todos los mercados se cubrieran en el proceso de evaluación. Para desarrollar un mapa, considere:

- ✓ Designar un símbolo que identifique cada bien o servicio básico; y
- ✓ Usar diferentes colores para ilustrar flujos de diferentes mercancías.

**Acción 1.6 Definir el alcance de la EMM y decidir en los siguientes pasos**

Use la [Herramienta de Análisis de Datos 1: Resumen de bienes, servicios y mercados](#) para documentar toda la información pertinente y la toma de decisiones sobre la favorabilidad del contexto general para la programación basada en el mercado, la escala de intervención probable, los bienes y servicios básicos prioritarios, así como los mercados de referencia identificados que actuarán como puntos de control de EMM. Para cada uno de los bienes y servicios básicos priorizados, decida si la disponibilidad y la calidad de la información existente son adecuadas para poder sacar las primeras conclusiones sobre la idoneidad del contexto, la funcionalidad del mercado y la probable disponibilidad de este bien o servicio básico en particular durante el período de intervención del programa. Asegúrese de documentar también cualquier falta de información existente. Basándose en la información recopilada en este paso, decida acerca de las siguientes opciones:

OPCIÓN:	ESCENARIO:
<p>➔ Continuar con el paso 2: Recopilar y procesar datos adicionales</p>	<p>Si se requiere información más detallada y adicional para llegar a una conclusión sobre la favorabilidad del contexto para una programación basada en el mercado, el funcionamiento y los riesgos relacionados con el acceso a los mercados de referencia y, por último, la probable disponibilidad de bienes y servicios básicos durante el período de intervención previsto.</p>
<p>➔ Continuar con el paso 3: Analizar los riesgos e identificar medidas de mitigación</p>	<p>Si la calidad y disponibilidad de la información secundaria es buena y termina el paso 1 con las siguientes conclusiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El contexto general es propicio para una respuesta basada en el mercado. ✓ El impacto de la intervención es mínimo y los mercados funcionan bien. ✓ Los bienes y servicios necesarios están actualmente disponibles y es muy probable que estén disponibles en el futuro.
<p>➔ Continuar con el paso 4: Cotejar los hallazgos de la EMM y escribir el informe final</p>	<p>Si la calidad y disponibilidad de la información secundaria es buena y termina el paso 1 con las siguientes conclusiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El contexto general no es propicio para una respuesta basada en el mercado. ✓ Los bienes y servicios necesarios están actualmente disponibles y es muy poco probable que estén disponibles en el futuro. ✓ Hay riesgos relacionados con la programación basada en el mercado que no se pueden gestionar.



PASO 2: RECOPIRAR Y PROCESAR DATOS ADICIONALES

PROPÓSITO

El propósito de este paso es planificar, recopilar y procesar datos adicionales para obtener una imagen "suficientemente buena" de la funcionalidad del mercado. La calidad de la información secundaria disponible, el probable impacto en el mercado de la intervención planificada y el tipo y la complejidad de los bienes y servicios básicos prioritarios deben informar de la profundidad del análisis que se requiere durante esta etapa. Mientras que para la mayoría de los bienes y servicios básicos prioritarios puede ser suficiente observar lo que se está comerciando en el mercado (Paso 2.1 Análisis del Mercado), el equipo de evaluación también puede necesitar comprender mejor de dónde provienen los bienes y servicios y analizar los factores que podrían afectar su suministro (Paso 2.2 Análisis de la Cadena de Suministro), especialmente cuando hay preocupaciones relacionadas con la capacidad de expansión de la cadena de suministro para absorber la demanda adicional. Sin embargo, en otros casos, por ejemplo, al analizar bienes y servicios complejos, puede ser más apropiado analizar el sistema de mercado más amplio y si existen cuellos de botella que puedan afectar al acceso a este bien o servicio en particular (Paso 2.3 Análisis del Sistema de Mercado). La recopilación y el análisis de datos en este paso debe ser un proceso iterativo y puede requerir que el equipo de evaluación cambie entre diferentes profundidades de análisis para bienes y servicios específicos.

PREGUNTAS CLAVE

La siguiente pregunta clave debe guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:

- ✓ ¿Existe la probabilidad de que los bienes y servicios básicos estén disponibles en cantidad y calidad suficientes y a un precio adecuado para satisfacer la demanda esperada en los mercados de referencia?

ACCIONES CLAVE

Acción 2.1 Decidir el tipo de información y la profundidad de análisis necesarias

Para cada bien o servicio básico, decida el tipo de información que debe recopilarse y la profundidad de análisis que puede ser necesaria para obtener una imagen suficientemente buena del mercado. Recopile únicamente los datos mínimos necesarios para complementar la información existente o para comprobar la fiabilidad de dicha información. Refiérase a la información que ha sido recopilada y documentada durante el paso anterior y que puede hacer evidente que existe una oportunidad para simplificar el alcance de la EMM para algunos de los bienes y servicios priorizados. Tenga en cuenta lo siguiente al decidir sobre los datos necesarios o el análisis requerido:

- ➔ Para productos básicos y servicios simples que probablemente estén disponibles con las especificaciones técnicas requeridas, proceda con un análisis más rápido del mercado.
- ➔ Si hay dudas sobre si los bienes y servicios básicos están disponibles en cantidad y calidad suficientes, considere avanzar con un análisis de la cadena de suministro.
- ➔ Por último, para bienes y servicios básicos más complejos (por ejemplo, el mercado de rentas o el mercado laboral), es posible que tenga que examinar primero el sistema de mercado más amplio.

Tabla 2: La matriz de apoyo a la toma de decisiones puede guiar al equipo a la hora de decidir el nivel adecuado de análisis necesario para cada producto y servicio básico por mercado de referencia.

Tabla 2: Matriz de apoyo a la toma de decisiones

ANÁLISIS	OBJETIVO	CUÁNDO USAR	PREGUNTAS CLAVE
Análisis del Mercado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Análisis rápido para confirmar la disponibilidad de bienes y servicios básicos en los mercados y la capacidad de los comerciantes y proveedores de servicios de aumentar la oferta para satisfacer la demanda esperada. ✓ Se centra en los bienes y servicios que se comercializan en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Si la población objetivo representa un pequeño porcentaje (<20%) de la población total y la demanda inducida representa menos del 10% de los flujos comerciales normales en los mercados rurales y menos del 25% en los mercados urbanos. ✓ Cuando los bienes y servicios básicos que se evalúan son vendidos por una amplia gama de comerciantes y proveedores de servicios, que es probable que aumenten la oferta en un plazo corto y sin costos adicionales. ✓ Cuando los mercados han demostrado (en el pasado reciente) la capacidad de satisfacer una mayor demanda de bienes y servicios básicos en un plazo corto y sin aumentos significativos de los precios. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Pueden las poblaciones objetivo acceder a los mercados con seguridad y dignidad? ✓ ¿Los mercados existentes suministran los bienes y servicios que necesita la población objetivo? ✓ ¿Los comerciantes y los proveedores de servicios son capaces de aumentar oferta para satisfacer la demanda esperada? ✓ ¿Existen bienes y servicios básicos o mercados de referencia específicos que requieran una mayor recopilación y análisis de datos?
Análisis de la Cadena de Suministro	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Análisis más detallado para comprender mejor la capacidad de ampliación de la cadena de suministro a través del análisis de la competencia y la integración del mercado ✓ Se centra en toda la cadena de suministro y busca identificar factores que puedan afectar a la capacidad de expansión de la cadena de suministro. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Si la población objetivo representa un porcentaje significativo (> 20%) de la población total y la demanda inducida representa más del 10% de los flujos comerciales normales en los mercados rurales y más del 25% en los mercados urbanos. ✓ Cuando los bienes y servicios básicos que se están evaluando son vendidos por pocos comerciantes y proveedores de servicios y no está claro si pueden aumentar la oferta dentro del plazo requerido al mismo precio. ✓ Cuando los mercados han demostrado (en el pasado reciente) dificultades para satisfacer una mayor demanda de bienes y servicios básicos en un plazo de tiempo requerido y ha habido aumentos significativos de precios. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Existe la probabilidad de que los bienes y servicios básicos estén disponibles en cantidad y calidad suficientes para satisfacer la probable demanda en los mercados de referencia? ✓ ¿Qué tipos de actividades de apoyo a la cadena de suministro podrían ayudar a los agentes del mercado a aumentar la oferta? ✓ ¿Qué bienes y servicios requerirán una recopilación de datos adicional y un análisis más holístico de los sistemas de mercado?
Análisis del Sistema de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un análisis más holístico a todo el sistema de mercado, que incluye funciones de apoyo como servicios, recursos e infraestructura, así como el contexto institucional o el entorno empresarial, incluyendo leyes, regulaciones, y estándares. ✓ También busca examinar las reglas y comportamientos sociales y cómo influyen en la capacidad de los proveedores para satisfacer la probable demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuando se requiere información adicional para comprender mejor la funcionalidad del mercado y la relación entre los actores y cómo se les puede apoyar para aumentar el suministro y la prestación de servicios. ✓ Cuando los bienes o servicios básicos tienen cadenas de suministro particularmente largas o complejas y es poco probable que un análisis de mercado o cadena de suministro produzca la información necesaria. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿Qué barreras en el sistema de mercado podrían influir en el suministro de bienes y servicios básicos? ✓ ¿Qué tipo de intervenciones de apoyo al mercado podrían crear un entorno de sistema de mercado más propicio?

Acción 2.2 Asignar actores clave del mercado

El resultado del proceso de evaluación del mercado será más rico y confiable si las personas adecuadas alimentan el proceso de evaluación del mercado. Hablar con una serie de personas, que aporten diferentes perspectivas y experiencias, llevará a un resultado más eficiente y robusto de la EMM. Sobre la base de los bienes y servicios básicos priorizados y de los mercados de referencia identificados, es útil mapear los actores clave del mercado ([Guía II.1 Mapeo de Actores del Mercado](#)) a lo largo de la cadena de suministro (por ejemplo, clientes, comerciantes, proveedores de servicios, distribuidores, mayoristas, productores) y aquellos que son relevantes dentro del entorno de mercado más amplio (por ejemplo el gobierno, los reguladores, las asociaciones comerciales, las instituciones financieras y los proveedores de servicios, etc.) así como cualquier otro actor (por ejemplo, organismos humanitarios) que pueda estar familiarizado con el mercado. Documente a qué partes interesadas se deben consultar y programe las reuniones con antelación para asegurarse de que estarán disponibles durante la recolección de datos prevista.

Acción 2.3 Determinar el marco temporal para la recopilación y análisis de datos.

Determinar el plazo más adecuado para la recopilación y el análisis de datos a fin de garantizar que los resultados de la evaluación proporcionen una referencia pertinente para estimar la oferta y la demanda futuras. Por lo general, el periodo de la evaluación constará de tres tiempos específicos:

1. El primero será el análisis en tiempo real: una imagen de la situación en el momento de la evaluación.
2. El segundo será un momento crítico en el futuro para el que se necesite información. Si el programa no se inicia inmediatamente, será la fecha en la que comenzará la intervención planificada.
3. El tercer momento a analizar es un punto de comparación. Esto suele ser 'esta época el año pasado' o 'hace 12 meses'. En caso de emergencia, también se puede usar "antes de la emergencia".

Consulte la [Figura 2 Tiempos para la recopilación y el análisis de datos](#), que le ayudará a decidir los períodos de tiempo pertinentes que deben capturarse en la EMM.



PASO 2.1 ANALIZAR EL MERCADO

PROPÓSITO

El objetivo de este paso es recopilar datos primarios adicionales y realizar un rápido análisis del mercado para confirmar la disponibilidad de bienes y servicios básicos en los mercados y la capacidad de los comerciantes y proveedores de servicios de aumentar la oferta para satisfacer la demanda esperada. Este tipo de análisis rápido es más adecuado para bienes y servicios simples con baja especificación técnica, donde los mercados estén funcionando, y el impacto probable de la intervención planificada sea mínimo. El resultado de este paso es un análisis de mercado finalizado que captura información sobre el suministro actual y futuro esperado en los mercados de referencia e información básica sobre el acceso al mercado.

PREGUNTAS CLAVE

Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:

- ✓ ¿Pueden las poblaciones objetivo acceder a los mercados con seguridad y dignidad?
- ✓ ¿Estos mercados suministran los bienes y servicios que necesita la población objetivo?
- ✓ ¿Los comerciantes y los proveedores de servicios son capaces de aumentar oferta para satisfacer la demanda esperada?

ACCIONES CLAVE

Acción 2.1.1 Planificar y recopilar datos primarios en mercados de referencia

Realizar una recolección ligera de datos primarios en mercados de referencia que consiste en la observación del mercado ([Guía II.II. Observación del Mercado](#)), discusiones de grupos focales y/o entrevistas semi-estructuradas a informantes clave ([II.III Recolección Cualitativa de Datos](#)). Basándose en el mapeo de actores de mercado ([Guía II.I Mapeo de Actores del Mercado](#)), identificar a qué actores del mercado en el mercado de referencia se deben consultar y utilizar la [Herramienta de Recolección de Datos 2A: Cuestionario para Informantes Clave \(bienes\)](#), [Herramienta de Recolección de Datos 2B: Cuestionario para Informantes Clave \(Servicios\)](#) y [Herramienta de Recolección de Datos 2C: Cuestionario para Informantes Clave \(Cliente\)](#). En esta fase también puede utilizar la [Herramienta de Recolección de Datos 4: Monitoreo del Mercado](#) para recopilar algunos datos básicos sobre precios para los bienes y servicios básicos. Adaptar las herramientas al contexto local ([Guía II.IV Contextualización de las Herramientas](#)) en base a la información que ya ha recopilado y documentado en la [Herramienta de Análisis de Datos 1: Goods, services and marketplace summary](#). Garantizar que los métodos y preguntas utilizados no pongan en riesgo la seguridad de los encuestados o de la comunidad en general. El número de entrevistas o discusiones en grupos focales dependerá de una variedad de factores, entre ellos el número de mercados de referencia identificados, la gama de bienes y servicios básicos que se evalúan y, finalmente, el nivel de confianza en la información disponible y las respuestas recibidas durante todo el proceso de evaluación.

Acción 2.1.2 Analizar el acceso a los mercados de referencia

En función de la información que se haya recopilado, confirmar la selección de los mercados de referencia actualizando y complementando los mapas de mercado existentes ([Guía I.V Mapeo del Mercado](#)) que se han desarrollado en el paso anterior. Garantizar que las poblaciones objetivo no solo disfruten de acceso físico sino también social a los comerciantes y proveedores de servicios y garantizar que se tengan debidamente en cuenta los riesgos de protección ([Guía I.VI AGDM e Integración de la Protección](#)), ya que las poblaciones objetivo (para el ACNUR y el CNR, a menudo son personas desplazadas) pueden enfrentar riesgos y desafíos únicos para acceder a los mercados locales y a los proveedores de servicios. Por ejemplo, las poblaciones objetivo deben estar lo suficientemente cerca de los mercados locales para permitirles comprar y regresar a sus hogares durante las horas de luz del día. Asegúrese de capturar el acceso al mercado durante todo el año calendario y resalte cualquier restricción temporal de acceso. Por ejemplo, debido a riesgos climáticos recurrentes, algunas comunidades pueden quedar aisladas de los mercados, mientras que los proveedores clave pueden tener dificultades para llegar a mercados remotos durante momentos específicos del año en caso de inundaciones o deslizamientos de tierra. También considere la infraestructura física del mercado y evalúe si el mercado de referencia específico podría acomodar a clientes adicionales. La dimensión del acceso financiero al mercado suele estar cubierta en la [Herramienta de Evaluación del Mecanismo de Entrega de Efectivo \(CDMAT por sus siglas en inglés\)](#), que guía al usuario en la toma de decisiones sobre la elección de proveedores de servicios financieros y los mecanismos de entrega para la CBI.

Acción 2.1.3 Analizar la disponibilidad de bienes y servicios básicos en mercados de referencia

Es probable que la visita al mercado, las entrevistas a informantes clave y las discusiones de grupos focales confirmen que existe una serie de especificaciones técnicas disponibles para los bienes y servicios básicos identificados, lo que también pueden tener un impacto en su precio. Confirmar si las especificaciones técnicas previamente identificadas están efectivamente disponibles en el mercado de referencia, su precio y si son comúnmente adquiridas por la población objetivo. Documente en caso de que haya diferencias y haga adaptaciones en la sección correspondiente de la [Herramienta de Análisis de Datos 1: Goods, services and marketplace summary](#). En el Recuadro 3 se da un ejemplo de las consideraciones que llevaron a la revisión de las especificaciones de bienes básicos en Tanzania.

Recuadro 3: Desde el campo – Revisión de las especificaciones de bienes básicos en Tanzania.

Como parte de un proceso de evaluación del mercado, el ACNUR inicialmente alineó las especificaciones de bienes básicos sobre la base de las especificaciones de artículos básicos de socorro. Sin embargo, tras las conversaciones con los refugiados sobre sus preferencias y prioridades, y después de haber visitado el mercado de referencia, estaba claro que las especificaciones debían revisarse. Esto se debió a que los pocos bienes básicos (que cumplen las especificaciones del ACNUR) disponibles en el mercado de referencia eran muy caros y no eran comúnmente comprados por las poblaciones locales o los hogares de refugiados. Los hogares de refugiados preferían comprar bienes básicos de menor especificación (y calidad), porque estaban más disponibles y se vendían a un precio más asequible. En consecuencia, se revisaron las especificaciones de los bienes básicos identificados para la evaluación del mercado y se redujo la calidad de los productos, en consonancia con lo que los refugiados tenían más probabilidades de comprar si se les proporcionaba dinero en efectivo.

Acción 2.1.4 Analizar la capacidad de los comerciantes y proveedores de servicios para aumentar la oferta

Aunque un análisis de mercado es adecuado cuando hay suficientes motivos para creer que los mercados pueden responder a un aumento de la demanda, sigue siendo importante triangular la información de suministro de los clientes, comerciantes y proveedores de servicios. Para ello es útil considerar si existe una competencia adecuada y comparar los datos básicos de precios, que ya están integrados en la [Herramienta de Recolección de Datos 2A: Cuestionario para Informantes Clave \(bienes\)](#), [Herramienta de Recolección de Datos 2B: Cuestionario para Informantes Clave \(Servicios\)](#) y [Herramienta de Recolección de Datos 2C: Cuestionario para Informantes Clave \(Cliente\)](#). Si los precios de bienes y servicios similares difieren significativamente dentro de los mercados y entre ellos, esto puede ser una señal de que existen cuellos de botella en la cadena de suministro o en el sistema de mercado más amplio, lo que requeriría un análisis más detallado de la cadena de suministro o del sistema de mercado.

Acción 2.1.5 Documentar el análisis del mercado y llegar a un acuerdo sobre los siguientes pasos

Una vez que haya completado la recolección y el procesamiento de datos, es importante tomar un momento para cotejar los hallazgos y documentar su análisis del mercado. Consulte la [Herramienta de Análisis de Datos 2: Análisis del Mercado](#), el cual sirve como lista de verificación y que ayudará a identificar los vacíos de información existentes que pueden requerir una investigación y análisis adicionales. Basado en las respuestas proporcionadas en el análisis del mercado, tiene las siguientes tres opciones:

PASOS SIGUIENTES:	ESCENARIO:
➔ Continuar con el paso 2.2: Analizar la Cadena de Suministro	Si necesita información más detallada y adicional sobre la competencia e integración del mercado para determinar el funcionamiento de la cadena de suministro.
➔ Continuar con el paso 3: Analizar los riesgos e identificar medidas de mitigación	Si la calidad y disponibilidad de la información secundaria es buena y llega a las siguientes conclusiones: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Las poblaciones objetivo tienen acceso seguro y digno a los mercados. ✓ Los mercados suministran los bienes y servicios que necesita la población objetivo. ✓ Los comerciantes y los proveedores de servicios probablemente pueden aumentar la oferta para satisfacer la demanda esperada.
➔ Continuar con el paso 4: Cotejar los hallazgos de la EMM y escribir el informe final	Si la calidad y disponibilidad de la información existente es buena y llega a las siguientes conclusiones: <ul style="list-style-type: none"> ✓ El contexto general no es propicio para una respuesta basada en el mercado. ✓ Los bienes y servicios necesarios están actualmente disponibles y es muy poco probable que estén disponibles en el futuro. ✓ Hay riesgos relacionados con la programación basada en el mercado que no se pueden gestionar.

PASO 2.2 ANALIZAR LA CADENA DE SUMINISTRO

PROPÓSITO

El objetivo de este paso es recopilar información adicional sobre el mercado y datos detallados sobre precios de los bienes y servicios básicos para ayudar al equipo de evaluación a rastrear de dónde proceden los bienes y servicios, para comprender el nivel de competencia ([Guía II.V Entendiendo la Competencia en el Mercado](#)) e integración ([Guía II.VI Entendiendo la Integración del Mercado](#)) del mercado y, por último, identificar factores a lo largo de la cadena de suministro que afecten la capacidad de expansión de la misma ([Guía II.VII Entendiendo la Capacidad de Expansión de la Cadena de Suministro](#)). El resultado de este paso será un Análisis de la Cadena de Suministro, que documentará la capacidad probable de una cadena de suministro en particular de satisfacer la demanda esperada y resaltar los posibles cuellos de botella a lo largo de la cadena de suministro.

PREGUNTAS CLAVE

Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:

- ✓ ¿Existe la probabilidad de que los bienes y servicios básicos estén disponibles en cantidad y calidad suficientes para satisfacer la probable demanda en los mercados de referencia?
- ✓ ¿Qué tipos de actividades de apoyo a la cadena de suministro podrían ayudar a los agentes del mercado a aumentar la oferta?

ACCIONES CLAVE

Acción 2.2.1 Agrupar los bienes básicos por cadena de suministro

Puede ser beneficioso agrupar – o ‘empaquetar’ – los bienes si el suministro de un grupo de productos (por ejemplo, pañitos sanitarios, pañales para incontinencia y pañales infantiles) viene de la misma fuente (por ejemplo, origen geográfico o mayoristas comunes), lo que significa que tienen una ruta de suministro similar, con la participación de los mismos agentes del mercado. Si los bienes tienen la misma cadena de suministro, pueden ser mapeados juntos, y se puede suponer que se comportan de una manera similar. Sin embargo, los equipos de evaluación deben ser conscientes de que algunas cadenas de suministro también pueden dividirse en diferentes puntos de la cadena de suministro, en cuyo caso deben analizarse por separado a partir de este punto. Consulte la Tabla 3 para ver ejemplos de cómo se pueden agrupar los diferentes productos y cómo realizar la recolección de datos.

Tabla 3: Mercados representativos de bienes

Bienes	Información de la Demanda	Información preliminar sobre el suministro del mercado
Productos de higiene	Incluye crema dental, jabón y artículos sanitarios Normalmente se compran en los puestos del mercado Las necesidades del hogar son semanales	Los comerciantes se surten de 5-6 mayoristas distribuidores nacionales. Mayoría de artículos del mismo país – el principal factor limitante es la tasa de cambio
Artículos para el Hogar	Compra única por hogar de 2 valdes, 3 ollas, 1 estufa, 6 tazas/platos	Al igual que con los productos de higiene, pero también disponible a través del mercado de segunda mano
Productos Frescos	Cantidad intercambiable de tomates/ espinacas/papas/cebollas 2 kg/hogar/ semana	Solía ser de origen local – potencial para restablecer la producción local en 3 meses

Acción 2.2.2 Identificar actores adicionales del mercado para entrevistar

Basándose en el mapeo de actores del mercado ([Guía II.I Mapeo de Actores del Mercado](#)), identificar qué actores adicionales del mercado a lo largo de cada cadena de suministro agrupada se deben consultar para permitir un análisis más profundo de la cadena de suministro. Por ejemplo, se podrían incluir productores, importadores/exportadores, mayoristas y minoristas o proveedores de servicios. Como mínimo, debe consultar con al menos uno o dos informantes clave (por ejemplo, un representante de una asociación de comerciantes) por mercado de referencia y completar cuestionarios detallados de comerciantes de la cadena de suministro con 8-10 actores del mercado de diferentes tamaños a lo largo de cada cadena de suministro individual. Tratar de hablar con 2-3 comerciantes de diferentes tamaños en cada mercado de referencia para recoger datos detallados de precios. Tenga en cuenta que la identificación e inclusión de las partes interesadas y los informantes clave es un proceso iterativo y en permanente evolución. Durante el proceso de evaluación se podrían identificar nuevos actores del mercado e informantes clave a medida que se conocen más personas, o a medida que se hacen recomendaciones y presentaciones, una técnica conocida como 'bola de nieve'.

Medida 2.2.3 Estimar el porcentaje necesario de ampliación de la cadena de suministro

La capacidad de expansión de la cadena de suministro ([Guía II.VII Entender la Capacidad de Expansión de la Cadena de Suministro](#)) se refiere a la capacidad de la cadena de suministro para aumentar el volumen de bienes y servicios disponibles para los clientes en el mercado de referencia y se mide generalmente como un porcentaje. El cálculo de la capacidad de ampliación de la cadena de suministro necesaria para satisfacer la demanda estimada (futura) es particularmente necesario, si es probable que la población objetivo aumente significativamente la demanda de bienes y servicios⁵ o si los bienes y servicios básicos tienen especificaciones técnicas particularmente altas o únicas. Asegúrese de tener en cuenta los problemas de estacionalidad ([Guía II.IX Entender la Estacionalidad](#)), la cual pueden tener un impacto tanto en la demanda como en la oferta. Asegúrese de adaptar los porcentajes de ampliación de la cadena de suministro calculados en la [Herramienta de Recolección de Datos 3A: Cuestionario Detallado para Comerciantes](#) y [Herramienta de Recolección de Datos 3B: Cuestionario Detallado para Proveedores de Servicios](#),⁶ que actualmente se establece en una tasa predeterminada del 30%, en función del aumento previsto de la demanda. Por ejemplo, una demanda inducida del 15 por ciento en un mercado de referencia rural establece el porcentaje de expansión de la cadena de suministro en el 15 por ciento al preguntar: "*¿puede aumentar la oferta en un 15 por ciento para el día DD/MM/AA (que debería ser la fecha del período de intervención del programa previsto)?*"

Acción 2.2.4 Contextualizar las herramientas y recopilar información adicional, incluyendo datos detallados de precios

Antes de recopilar datos primarios, contextualice ([Guía II.IV Contextualización de Herramientas](#)) la [Herramienta de Recolección de Datos 3A: Cuestionario Detallado para Comerciantes](#) y [Herramienta de Recolección de Datos 3B: Cuestionario Detallado para Proveedores de Servicios](#). Asegúrese de planificar el tiempo suficiente para la traducción de las herramientas y para codificarlas en un formato digital (p. ej. Kobo)⁷ para facilitar la recopilación y el análisis de datos. Antes de implementar la recolección de datos, pruebe las herramientas de recolección de datos de campo si es necesario y capacite a sus encuestadores sobre su uso y aplicación. Los encuestadores también deben ser entrenados para identificar y referir información sensible que pueda aparecer durante la recolección de datos. Por ejemplo, si los encuestadores toman nota de los problemas de protección ([Guía I.VI: AGDM e Integración de la Protección](#)) debido a los diferentes antecedentes étnicos entre los comerciantes y las poblaciones objetivo, esto debería elevarse al personal de protección, quienes podrían desarrollar una serie de preguntas semiestructuradas para el seguimiento del tema.

Acción 2.2.5 Analizar la información de la cadena de suministro

Una vez que se haya recopilado información y datos adicionales sobre precios, el equipo tendrá que evaluar el nivel de competencia e integración del mercado de cada cadena de suministro individual, ya que son buenos indicadores de la capacidad de expansión de la cadena de suministro. El equipo también debe calcular el volumen general de la cadena de suministro durante al menos dos períodos de tiempo (por ejemplo, ahora y el período de intervención del programa planificado) por bien básico o servicio (o paquete) para determinar si es probable que los bienes y servicios básicos estén disponibles en cantidades y calidades suficientes para satisfacer la demanda en el mercado de referencia. Si los precios siguen siendo los mismos para bienes y servicios similares dentro y entre mercados, es probable que sean competitivos ([Guía II.V Entender la Competencia de los Mercados](#)) e integrados ([Guía II.VI Entender la Integración de los Mercados](#)). Sobre la base de la información que se ha recopilado, identificar también los factores a lo largo de la cadena de suministro que afectan la capacidad de expansión de la cadena de suministro ([Guía II.VII Entender la Capacidad de Expansión de la Cadena de Suministro](#)) y tomar nota de cualquier intervención identificada del lado de la oferta que pudiera apoyar a los comerciantes ([Guía II.XII ¿Por qué considerar el apoyo de los comerciantes?](#))

Acción 2.2.6 Documentar su análisis de la cadena de suministro y acordar los siguientes pasos

Consulte la [Herramienta de Análisis de Datos 3: Hoja de Trabajo de la Capacidad de la Cadena de Suministro](#) para documentar su análisis y toma de decisiones sobre los próximos pasos.

PASOS SIGUIENTES:	ESCENARIO:
<p>➔ Continuar con el paso 2.3: Analizar el sistema de mercado</p>	<p>Si necesita información más detallada y adicional sobre el sistema de mercado para tomar una decisión sobre la funcionalidad del mercado o si necesita identificar intervenciones al sistema de mercado que puedan apoyar el funcionamiento de las cadenas de suministro.</p>
<p>➔ Continuar con el paso 3: Analizar los riesgos e identificar medidas de mitigación</p>	<p>Si la calidad y disponibilidad de la información secundaria es buena y llega a las siguientes conclusiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Existe la probabilidad de que los bienes y servicios básicos estén disponibles en cantidad y calidad suficientes para satisfacer la probable demanda en los mercados de referencia ✓ Se han identificado actividades de apoyo a la cadena de suministro podrían ayudar a los agentes del mercado a aumentar la oferta.
<p>➔ Continuar con el paso 4: Cotejar los hallazgos de la EMM y escribir el informe final</p>	<p>Si la calidad y disponibilidad de la información existente es buena y llega a las siguientes conclusiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El contexto general no es propicio para una respuesta basada en el mercado. ✓ Los bienes y servicios necesarios están actualmente disponibles y es muy poco probable que estén disponibles en el futuro. ✓ Hay riesgos relacionados con la programación basada en el mercado que no se pueden gestionar.



PASO 2.3 ANALIZAR EL SISTEMA DE MERCADO

PROPÓSITO

El objetivo de este paso es realizar un análisis más amplio de los sistemas de mercado de los bienes y servicios básicos. Este paso tratará de comprender mejor las barreras a lo largo de la cadena de suministro causadas por el sistema de mercado más amplio, que incluye funciones de apoyo como servicios, recursos e infraestructura, así como el contexto institucional o el entorno empresarial, incluyendo leyes, regulaciones, estándares. El análisis de los sistemas de mercado también examina las reglas y comportamientos sociales y cómo éstos influyen en la capacidad de los proveedores para satisfacer la demanda probable. El resultado de este paso es un mapa del sistema de mercado y una lista de cuellos de botella identificados que podrían impedir la expansión de las cadenas de suministro y las correspondientes intervenciones de apoyo al mercado.

PREGUNTAS CLAVE

Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:

- ✓ ¿Qué barreras en el sistema de mercado podrían influir en el suministro de bienes y servicios básicos?
- ✓ ¿Qué tipo de intervenciones de apoyo al mercado podrían crear un entorno de sistema de mercado más propicio?

ACCIONES CLAVE

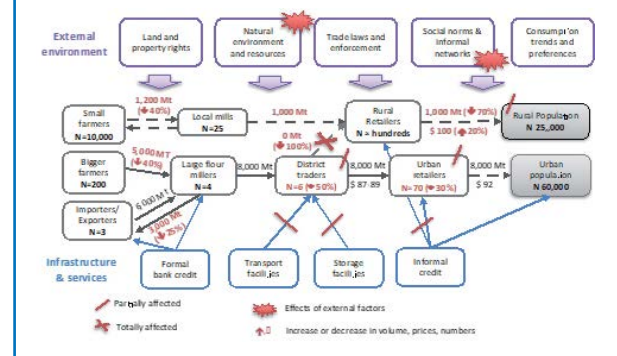
Acción 2.3 Mapear el sistema de mercado de los productos y servicios básicos

Las acciones clave en esta etapa consisten en mapear la cadena de suministro y el sistema de mercado más amplio. Dibujar un mapa del sistema del mercado puede ayudar al análisis de los datos de mercado proporcionando una comprensión más holística del sistema de mercado para un bien o servicio básico. Es una herramienta útil para representar visualmente todo el sistema del mercado, incluyendo el movimiento de bienes, las relaciones entre los diferentes actores del mercado, la infraestructura y los servicios de apoyo y, por último, el entorno externo lo que todo junto asegura el funcionamiento eficaz del sistema del mercado.

Las siguientes preguntas, que se explican en detalle en la [Herramienta de Análisis de Datos 4: Mapeo del Sistema de Mercado](#), puede ayudar a guiar el proceso de mapeo del sistema de mercado:

1. ¿Es posible agrupar bienes y servicios? Si es así, dibuje un mapa por grupo.
2. ¿Quiénes son los actores que manejan los bienes y servicios básicos? ¿Qué hacen?
3. ¿Cómo se mueven los bienes y servicios en la cadena de mercado? ¿Hay riesgos o interrupciones en el camino?
4. ¿Cuántas partes interesadas (por ejemplo: mayoristas, minoristas, productores, proveedores de servicios) de cada tipo existen?
5. ¿Cuál es el volumen de bienes y servicios en la cadena de mercado?
6. ¿Cómo cambia el valor monetario a lo largo de la cadena?
7. ¿Qué tipos de relaciones y vínculos existen entre los agentes del mercado, los reguladores y los proveedores de servicios?

Figura 3: Ejemplo de un mapa del sistema de mercado, que ilustra el impacto de una emergencia:



La [Herramienta de Mapeo del Mercado EMMA](#) es un gran recurso para ayudarle a dibujar un mapa electrónico del sistema de mercado.

Acción 2.3.2 Identificar los factores que posibilitan la cadena de suministro y las barreras

Basándose en el mapa del sistema de mercado, identificar qué factores tienen un impacto facilitador en la capacidad de los comerciantes y proveedores para aumentar la oferta, así como aquellos que crean barreras potenciales. Las siguientes dos preguntas pueden guiar este proceso:

8. ¿Qué infraestructura y servicios apoyan la cadena de mercado? ¿Hay riesgos o interrupciones en el camino?
9. ¿Qué factores del entorno externo influyen en la cadena de mercado? ¿Cómo? ¿Cuáles son los riesgos e impactos?

Al centrarse en las barreras, trate de determinar lo que las creó y por cuánto tiempo existen. Trate de entender su impacto individual en la capacidad de la cadena de suministro. Trate de identificar dónde se localizan estas restricciones/bloqueos y a quién afecta más? ¿Las restricciones/barreras afectan a ciertos grupos más que a otros, como las mujeres y a las personas de la tercera edad? ¿Cuál es el impacto probable de abordar estas barreras? ¿Cuál será el impacto en la población objetivo y la sostenibilidad de la respuesta? Mantenga su lista de barreras identificadas, la cual se volverá a utilizar durante el análisis de riesgos en el Paso 5.

Acción 2.3.3 Identificar intervenciones de apoyo al mercado

Durante esta etapa, los actores experimentados en programación basada en el mercado también pueden mirar más allá de la identificación de barreras y participar en la formulación de intervenciones de apoyo al mercado que pudieran ayudar a los comerciantes/proveedores de servicios a aumentar la oferta. Consulte la [Hoja de Consejos de CaLP para Intervenciones de Apoyo al Mercado](#). En el Recuadro 4 se destacan ejemplos de intervenciones basadas en el mercado.

RECUADRO 4: LA GAMA DE INTERVENCIONES DE APOYO AL MERCADO

- Distribuir subvenciones, asistencia en especie o bonos a agentes del mercado para restaurar, fortalecer o desarrollar negocios;
- Desarrollo de habilidades para que los actores del mercado restauren, fortalezcan o desarrollen sus negocios;
- Compartir información sobre los procesos de concesión de licencias con los agentes del mercado para que puedan fortalecer o desarrollar sus negocios;
- Facilitar el acceso al crédito proporcionando una garantía de la demanda a través de un próximo proyecto de emergencia basado en mercados locales;
- Ofrecer espacio de almacenamiento físico a los agentes del mercado;
- Rehabilitar un camino que permita a los agentes del mercado acceder al mercado físico;
- Ofrecer servicios de transporte a los agentes del mercado;
- Proporcionar subvenciones o material en especie (incluido combustible) a los transportistas para que puedan restaurar, desarrollar o fortalecer los servicios de transporte que ofrecen a los agentes del mercado;
- Ayudar a los proveedores de servicios financieros a entender las necesidades de crédito de los agentes del mercado;
- Facilitar la circulación de información clave a los transportistas, propietarios de espacios de almacenamiento o proveedores de servicios financieros para que puedan restaurar, desarrollar o fortalecer su prestación de servicios.



PASO 3: ANALIZAR LOS RIESGOS E IDENTIFICAR MEDIDAS DE MITIGACIÓN

PROPÓSITO

El análisis de riesgos es fundamental para el diseño e implementación de programas que mitiguen los riesgos y maximicen el impacto positivo de la programación basada en el mercado. El objetivo de este paso es consolidar y analizar la información sobre riesgos mediante el proceso de evaluación del mercado, incluidos los riesgos asociados a la capacidad de la cadena de suministro para satisfacer la demanda, los riesgos de protección y los riesgos relacionados con el entorno y la infraestructura del mercado en general. El resultado de este paso es un análisis completo de riesgos con medidas de mitigación identificadas para informar las recomendaciones finales de evaluación del mercado. Este paso se completa mejor dentro de un equipo multifuncional que consista de colegas de protección, programas, administración/finanzas, seguridad y suministros.

PREGUNTAS CLAVE

Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:

- ✓ ¿Hay algún riesgo asociado con una respuesta basada en el mercado? Si es así, ¿cuáles?
- ✓ ¿Qué se puede hacer para mitigar los riesgos y maximizar el impacto positivo de los programas basados en el mercado?

ACCIONES CLAVE

Acción 3.1 Consolidar y documentar los riesgos identificados

Revisar y documentar los riesgos identificados relacionados con el mercado, la cadena de suministro o el entorno de mercado más amplio que puedan afectar negativamente la capacidad de expansión de la cadena de suministro. Asimismo, consolidar los riesgos de protección que pueden obstaculizar el acceso seguro y digno de la población destinataria a mercados, comerciantes individuales o proveedores de servicios específicos. Use la [Herramienta de Análisis de Datos 5: Resumen de Identificación y Mitigación de Riesgos](#), para documentar los riesgos identificados.

Medida 3.2 Determinar la probabilidad y el impacto potencial de los riesgos

Una vez identificados los riesgos, evaluar la probabilidad y el impacto potencial de cada riesgo para determinar el nivel de riesgo global ([Guía III.I Realizar el Análisis de Riesgos](#)). La gravedad de un riesgo (es decir, el nivel de riesgo general) depende de la probabilidad (probabilidad) de que se produzca un riesgo y del impacto (consecuencias) de este riesgo si se produce. Priorizar los riesgos con una alta probabilidad de ocurrencia y aquellos que tienen el impacto más severo en la población objetivo. Documentar los niveles de riesgo acordados en la [Herramienta de Análisis de Datos 5: Resumen de Identificación y Mitigación de Riesgos](#).

Acción 3.3: Identificar las acciones que mitigarán los riesgos

Identificar acciones y elementos de diseño del programa que mitiguen los riesgos y maximicen el impacto positivo de una respuesta basada en el mercado para cada riesgo priorizado. Céntrese en los riesgos con una alta probabilidad de ocurrencia y que pueden tener un impacto severo. Las medidas de mitigación deben abordar principalmente las causas de los riesgos o, como mínimo, aumentar la capacidad de gestionar los riesgos identificados. Se puede considerar más de una medida de mitigación para cada riesgo. Si no es posible reducir el riesgo a un nivel aceptable, entonces es aconsejable evitar el riesgo y volver a otras opciones. Consulte la Tabla 4 para ver ejemplos de riesgos relacionados con el mercado y las medidas de mitigación correspondientes. Documentación completa de las medidas de mitigación de riesgos en la [Herramienta de Análisis de Datos 5: Resumen de Identificación y Mitigación de Riesgos](#).

Tabla 4: Ejemplo de riesgos relacionados con el mercado y medidas de mitigación que deben considerarse⁸

Riesgos relacionados con el mercado	Medidas de mitigación a considerar
La población destinataria accede a bienes y servicios básicos de mala calidad, lo que socava su salud, su vida y/o sus medios de subsistencia	Establecer las normas de calidad previstas en los contratos y los mecanismos de control/sanciones. Programas de bonos que garanticen la calidad y la cantidad de bienes y servicios requeridos en forma oportuna. Monitorear la calidad de los productos.
La respuesta crea o exagera comportamientos perjudiciales del mercado (por ejemplo, falta de competitividad)	Involucrar a los actores del mercado que tienen menos poder de mercado. Establecer acuerdos para reducir los comportamientos/ prácticas negativas del mercado. Destacar/crear incentivos para nuevos actores del mercado. Supervisar los comportamientos del mercado y tomar medidas cuando sea necesario. Consulte a los organismos reguladores (si existen) para solicitar asesoramiento y apoyo.
La respuesta crea riesgos inaceptables para la población objetivo y no objetivo (por ejemplo, seguridad, robo)	Seleccionar mecanismos de transferencia alternativos y más seguros (por ejemplo, transferencias electrónicas, bancos, compañías de seguridad). Adoptar medidas preventivas para reducir la exposición de las personas a los riesgos. Colaborar con las autoridades locales y/o usar bonos.
La respuesta socava el acceso de la población objetivo y no objetivo a las necesidades de vida y medios de subsistencia (por ejemplo, inflación)	Combinar transferencias en especie y en efectivo. Seguimiento de precios y planificación de contingencias (por ejemplo, ajustar el valor de las transferencias o alternar modalidades). Establecer acuerdos sobre precios con los comerciantes. Garantizar el control al cumplimiento de las tarifas oficiales cuando aplique.
Las precipitaciones estacionales afectan a las redes de transporte, lo que resulta en escasez y aumentos periódicos de precios	Mejorar las infraestructuras viales en temporadas favorables (esquemas de dinero por trabajo, incidencia ante el gobierno y empresas de transporte). Alentar a los comerciantes a pre-posicionar las existencias de bienes básicos que tienden a estar en mayor demanda.



PASO 4: COTEJAR LOS HALLAZGOS DE LA EMM Y ESCRIBIR EL INFORME FINAL

PROPÓSITO

El objetivo de este paso es revisar los resultados de la evaluación del mercado y formular recomendaciones clave en un informe final. El objetivo clave es documentar si las cadenas de suministro individuales de cada mercado de referencia pueden responder a un aumento de la demanda y en qué medida. Asimismo, si se han identificado cuellos de botella durante la evaluación, es importante documentar las intervenciones recomendadas de apoyo al mercado. El resultado de este paso es un informe final en el que se resumen los principales resultados de la evaluación del mercado y se ofrecen recomendaciones sobre programas basados en el mercado desde una perspectiva de mercado. Por ejemplo, si la evaluación del mercado alimenta el análisis de la respuesta de ayuda monetaria multipropósito, puede ayudar a informar a qué bienes y servicios se puede acceder localmente y a qué precio y qué actividades de apoyo al mercado podrían ayudar a aumentar la disponibilidad de bienes y servicios básicos en los mercados de referencia.

PREGUNTAS CLAVE

Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:

- ✓ ¿Los mercados y proveedores de servicios (locales, regionales, nacionales) existentes suministran los bienes o servicios que necesitan las poblaciones objetivo?
- ✓ ¿Pueden los mercados y proveedores de servicios existentes (locales, regionales, nacionales) proporcionar estos bienes o servicios a un precio adecuado?
- ✓ ¿Pueden estos mercados y proveedores de servicios responder a la creciente demanda, sin un riesgo significativo para la población objetivo, los proveedores de servicios y los comerciantes?
- ✓ ¿Se necesitan intervenciones adicionales de programas basados en el mercado para apoyar la respuesta de los comerciantes y de los proveedores de servicios y/o maximizar el impacto positivo de la intervención?

ACCIONES CLAVE

Acción 4.1 Clasificar las conclusiones de la evaluación del mercado

En esta fase final del proceso de evaluación del mercado, el equipo de evaluación debe cotejar y revisar todas las conclusiones existentes de la evaluación del mercado. En particular, el equipo debe discutir y confirmar los diferentes análisis de los diferentes pasos del proceso de evaluación del mercado y organizar la información por cadena de suministro para cada mercado individual.

Acción 4.2 Resumir las declaraciones sobre la cadena de suministro

Discutir y acordar frases de resumen de cada cadena de suministro por mercados de referencia. Es importante ilustrar el proceso analítico y las recomendaciones finales para cada cadena de suministro individual por mercado de referencia. Las declaraciones deben resumir si la cadena de suministro es integrada y competitiva, si es probable que responda al aumento de la demanda, si hay cambios probables en el precio de los bienes y servicios básicos y si se necesita algún apoyo a los comerciantes. En las frases de resumen también se deben enumerar los riesgos identificados y las medidas de mitigación propuestas. Consulte la Tabla 5, que proporciona un ejemplo de una declaración de resumen:

Tabla 5: Ejemplos de afirmaciones sobre la cadena de suministro de la República Democrática del Congo

Frases sobre la cadena de suministro	Bienes básicos
<p>Mercado de Kasanda</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La cadena de suministro es integrada y competitiva. ▪ La cadena de suministro responderá si la demanda de bienes básicos aumenta en un 20% durante el período de intervención del programa. Los comerciantes pueden aumentar la oferta y hay otros comerciantes interesados en suministrar productos básicos a este mercado de referencia. ▪ Es poco probable que haya aumentos de precios durante más de 3 meses si aumenta la demanda. ▪ Sí es necesario dar apoyo a los comerciantes para apoyar la respuesta de la cadena de suministro a los aumentos de la demanda. Se necesitará apoyo para almacenamiento y acceso al crédito. ▪ Riesgos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ El entorno del mercado afecta la capacidad de funcionamiento de la cadena de suministro. La seguridad es variable y podría afectar el acceso al mercado y la demanda de los consumidores. ▪ La infraestructura del mercado afecta la capacidad para funcionar de la cadena de suministro debido a la falta instalaciones de almacenamiento y rutas de transporte adecuadas, especialmente durante la temporada de lluvias, cuando la cadena de suministro puede tener dificultades para satisfacer la demanda de manera oportuna. ▪ Los riesgos significativos incluyen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Malas condiciones de transporte durante la temporada de lluvias que podrían causar retrasos, falta de capital de los comerciantes para aumentar las existencias si la demanda aumenta rápidamente (lo que podría dar lugar a aumentos de precios) ▪ Creciente tensión social entre la población local crónicamente pobre y los refugiados ▪ Posibles cambios en los niveles de seguridad en la zona que podrían aumentar los riesgos asociados con el acceso físico a los mercados, impedir que las poblaciones locales y de destino accedan a los mercados y reducir la demanda de los consumidores ➔ La programación basada en el mercado solo es posible en determinadas condiciones <ul style="list-style-type: none"> ▪ La situación en materia de seguridad sigue siendo tranquila y no afecta al acceso a los mercados ▪ Se está sensibilizando a los refugiados y a las poblaciones locales sobre los objetivos y la metodología del programa ▪ Hay sensibilización de los comerciantes respecto a los planes del programa para permitir colocación previa de elementos ▪ Los números de población objetivo aumentan gradualmente para habilitar la capacidad de repuesta de la cadena de suministro/comerciantes 	<p>Cobijas, colchonetas, sábanas CGI, juegos de cocina</p>

Acción 4.3: Redactar el informe final de evaluación del mercado

Basados en las frases de resumen y las recomendaciones del programa, redactar el informe final de evaluación que esboza los resultados de la evaluación del mercado ([Guía IV.I Informe de la Evaluación del Mercado](#)). Siga la [Herramienta de Informes1: Informe de la Evaluación del Mercado](#) para el resumen detallado del informe.

PASO 5: MONITOREAR LOS MERCADOS

PROPÓSITO

El monitoreo del mercado es esencial y constituye un componente importante de la supervisión más amplia del programa CBI⁹. El objetivo del monitoreo del mercado es confirmar si la modalidad de transferencia seleccionada sigue siendo una opción de respuesta adecuada desde la perspectiva del mercado y evaluar el impacto (negativo o positivo) de la intervención sobre el precio, la calidad y la disponibilidad de los bienes y servicios básicos en los mercados de referencia. El resultado de este paso es un informe de monitoreo del mercado que permita la toma de decisiones sobre el uso eficaz y eficiente de los mercados para satisfacer las necesidades de las personas de interés sin causar daño a los mercados locales o a las poblaciones objetivo.

PREGUNTAS CLAVE

Las siguientes preguntas clave deben guiar la recopilación y el análisis de datos durante este paso:

- ✓ ¿Ha habido cambios en el precio de los bienes y servicios en los mercados de referencia?
- ✓ ¿Ha habido cambios en la calidad de los bienes y servicios en los mercados de referencia?
- ✓ ¿Ha habido cambios en la disponibilidad de bienes y servicios en los mercados de referencia?
- ✓ ¿Hay riesgos que los mercados planteen para el programa o viceversa?

ACCIONES CLAVE

Acción 5.1 Revisar el informe de evaluación del mercado

El monitoreo del mercado debería basarse en la información recogida durante la EMM para permitir una comparación de los datos a lo largo del tiempo. Por ejemplo, el informe de evaluación del mercado proporciona información valiosa del contexto, incluidos los supuestos o limitaciones que deben tenerse en cuenta a lo largo de la ejecución y el monitoreo del programa, tales como:

- Información de acceso al mercado y a los proveedores de servicios;
- Información sobre la cadena de suministro, incluyendo las suposiciones sobre la competitividad, integración y capacidad de ampliación;
- Información general de línea base sobre los precios, la calidad y la disponibilidad de bienes y servicios básicos.

Acción 5.2 Elaborar un plan de monitoreo

Elaborar un plan de monitoreo del mercado para ayudar a preparar la evaluación. Decidir sobre los siguientes elementos clave que se incluirán en el plan:

- Qué monitorear ([Guía V.I: Qué monitorear](#)) – Precios, calidad, disponibilidad y riesgos
- Dónde monitorear ([Guía V.II: Dónde monitorear](#)) – Ubicaciones y tamaño del muestreo
- Cuándo monitorear ([Guía V.III Cuándo monitorear](#)) – Frecuencia y calendario de las rondas de monitoreo
- “Umbrales” identificados para los indicadores clave ([Guía V.IV Establecimiento de “umbrales” para los indicadores clave](#))

Consulte la Tabla 6 para ver un ejemplo de plan de monitoreo del mercado:

Tabla 6: Plan de Monitoreo del Mercado

¿Qué?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Cuándo?	Indicador de Umbral	¿Quién?
Por ejemplo, Precio de la Canasta Mínima de Gastos para subvenciones multipropósito en efectivo	Representación para la integración y competencia del mercado. Los precios estables garantizan la asequibilidad.	Mercado de referencia A: Minorista A, B, C, D, E Mercado de referencia B: Minorista: U, V, W, X, Y,	Mensual	80 USD – 90 USD	Mercado de referencia A: ACNUR Mercado de referencia B: NRC

Acción 5.3 Recopilar datos

Antes de iniciar la recolección primaria de datos, verifique si otros actores implementan algún tipo de programación basada en el mercado en la misma área de intervención. Si es así, es probable que recolecten datos similares para el mismo mercado de referencia. En algunas operaciones, es posible que el Gobierno ya lleve a cabo un monitoreo de los precios en todo el país y, por lo tanto, es posible que ya se disponga de cierta información a través de datos secundarios. Evitar la duplicación de la recolección de datos y buscar la coordinación con otros actores cuando sea posible, por ejemplo, a través de grupos de trabajo locales de efectivo, lo que puede ser una manera eficiente para que múltiples actores monitoreen los mismos sistemas de mercado. Un buen ejemplo de esa coordinación es la Iniciativa Conjunta de Monitoreo del Mercado de Libia (JMMI).¹⁰ Si usted se basa en datos secundarios, asegúrese de entender la metodología detrás de estos datos para garantizar la comparabilidad de los diferentes sets de datos. Si necesita recolectar sus propios datos de monitoreo del mercado, utilice la [Herramienta de Recolección de Datos 4: Monitoreo del Mercado](#) y adapte la al contexto local. Considere el uso de cuestionarios digitalizados (por ejemplo Kobo) para facilitar la recolección y el análisis de datos y capacitar a los encuestadores de datos sobre el uso de la herramienta. Realizar discusiones informadas periódicas con el equipo de recolección de datos para garantizar el aprendizaje continuo del proceso y permitir ajustes en la ejecución del programa, si es necesario.

Acción 5.4 Analizar los datos de seguimiento del mercado

Analizar siempre los datos de monitoreo del mercado inmediatamente después de cada ronda de recolección de datos y, cuando sea posible, al mismo tiempo con los demás datos de monitoreo del programa. Tomar nota de cualquier desviación de los indicadores de umbral establecidos previamente en cuanto a la disponibilidad o al precio de los bienes y servicios básicos. Cuando haya desviaciones sustanciales, es importante investigar las causas potenciales que conducen a estos cambios. La Tabla 7 que figura a continuación ofrece una visión general de los posibles factores que contribuyen a las variaciones de precios.

Tabla 7: Matriz de caracterización de cambio de precios¹¹

	Uno/pocos productos básicos	Muchos/todos los productos básicos
Uno/pocos mercados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estacionalidad ▪ Crisis de suministro local ▪ Crisis de la demanda local ▪ Capacidad / acciones de los comerciantes ▪ Intervención 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estacionalidad ▪ Crisis de suministro local ▪ Crisis de la demanda local ▪ Capacidad / acciones de los comerciantes ▪ Intervención
Muchos/todos los mercados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estacionalidad ▪ Crisis generalizada de suministro ▪ Precios globales de los alimentos ▪ Políticas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estacionalidad ▪ Inflación ▪ Tasas de cambio ▪ Precios del combustible ▪ Crisis generalizada de suministro ▪ Crisis generalizadas de suministro ▪ Políticas

Muy probablemente los datos de monitoreo recolectados no proporcionarán información adecuada para corroborar plenamente los factores que contribuyen a los cambios. En este caso, se recomienda realizar entrevistas adicionales a informantes clave y una cadena de suministro ligera (Paso 2.2) o un análisis del sistema de mercado (Paso 2.3) cuando sea necesario.

Acción 5.4 Escribir el informe

Use la [Herramienta de Reporte de Datos 2: Informe de Monitoreo del Mercado](#) para documentar formalmente las conclusiones del monitoreo del mercado y diseminar el informe entre las partes interesadas pertinentes. Asegúrese de resaltar cualquier desviación con respecto a los umbrales establecidos previamente y discuta los hallazgos en caso de desviaciones significativas. Recuerde que, si bien el monitoreo del mercado es un componente importante del monitoreo más amplio del programa, los datos del mercado por sí solos no suelen ser suficientes para informar plenamente los cambios a los programas y, por lo tanto, siempre deben ser triangulados con la información de monitoreo de otros programas (por ejemplo, monitoreo posterior a la distribución de CBI, informes de mecanismos de denuncias y retroalimentación y evaluaciones participativas con personas de interés).

ANEXO I: CAJA DE HERRAMIENTAS DE EMM

La Caja de Herramientas de Evaluación Multisectorial de Mercados proporciona 14 herramientas listas para contextualizar de recolección de datos, análisis de datos y la elaboración de informes que pueden apoyar el proceso de evaluación de mercados a lo largo de cada paso del MAF. Las herramientas se pueden usar en un rango de contextos y debe adaptarse al contexto operativo particular antes de su uso. En el Anexo II se ofrece más orientación sobre las herramientas de contextualización: Orientación Técnica Adicional.

PASO	HERRAMIENTA	PROPÓSITO
PASO 1: REVISAR LOS DATOS SECUNDARIOS Y DEFINIR EL ALCANCE DE LA EMM	Herramienta de Recolección de Datos 1: Lista de Verificación de Revisión de Datos Secundarios	Esta herramienta ayuda a guiar la recolección secundaria de datos para hacer un balance de lo que ya sabemos e identificar vacíos de información crítica. Se centra en la recolección de datos relacionados con el contexto y las necesidades, así como en la información existente sobre mercados, comerciantes individuales y proveedores de servicios.
	Herramienta de Análisis de Datos 1: Resumen de Bienes, Servicios y Mercados	Esta herramienta de recolección y organización de datos ayuda a informar sobre el alcance, la profundidad y el enfoque de la Evaluación Multisectorial del Mercado, documentando el contexto y la escala de una intervención planificada, los bienes y los servicios clave necesarios para la población objetivo y los mercados de referencia.
PASO 2.1 ANALIZAR EL MERCADO	Herramienta de Recolección de Datos 2A: Cuestionario para Informantes Clave (Bienes)	Esta herramienta contiene una entrevista estructurada (Bienes) para Informantes Clave que se llevará a cabo en un mercado de referencia específico para obtener información alto nivel sobre las características básicas del mercado, la gama de actores del mercado, y la disponibilidad de bienes básicos y su gama actual de precios.
	Herramienta de Recolección de Datos 2B: Cuestionario para Informantes Clave (Servicios)	La herramienta proporciona una entrevista estructurada (Servicios) que se llevará a cabo con informantes clave para entender la prestación de servicios públicos y privados para las poblaciones objetivo y el potencial de ampliar estos servicios para dar cabida a la demanda futura.
	Herramienta de Recolección de Datos 2C: Cuestionario para Informantes Clave (Cliente)	Esta herramienta brinda un Cuestionario estructurado para los Informantes clave (Cliente/Inquilino) para obtener información de alto nivel sobre las características básicas del mercado, la gama de actores del mercado y la disponibilidad de bienes o servicios básicos.
	Herramienta de Análisis de Datos 2: Análisis del Mercado (bienes y servicios)	Esta hoja de trabajo apoya el análisis de la información recopilada hasta ahora y se usa para guiar al equipo en la toma de decisiones sobre: <ul style="list-style-type: none"> ■ Si las poblaciones objetivo tienen acceso seguro y digno a los mercados de referencia ■ Si los mercados suministran los bienes y servicios que necesita la población objetivo o no ■ Si los comerciantes y los proveedores de servicios son capaces de aumentar oferta para satisfacer la demanda esperada o no
PASO 2.2 ANALIZAR LA CADENA DE SUMINISTRO	Herramienta de Recolección de Datos 3A: Cuestionario Detallado para Comerciantes	Esta herramienta contiene entrevistas estructuradas que se llevarán a cabo con comerciantes en un mercado de referencia específico para obtener información detallada sobre las características básicas del mercado, la gama de actores del mercado, y la disponibilidad de bienes básicos y su gama actual de precios.
	Herramienta de Recolección de Datos 3B: Cuestionario Detallado para Proveedores de Servicios	Esta herramienta proporciona entrevistas estructuradas que se llevarán a cabo con proveedores de servicios para obtener una comprensión detallada de la prestación de servicios públicos y privados para las poblaciones objetivo y el potencial de ampliar estos servicios para dar cabida a la demanda futura.
	Herramienta de Análisis de Datos 3: Análisis de la Cadena de Suministro	Esta herramienta ayuda a categorizar y analizar los datos recopilados en herramientas anteriores para orientar la toma de decisiones con base en la capacidad de la cadena de suministro.

PASO	HERRAMIENTA	PROPÓSITO
PASO 2.3 ANALIZAR EL SISTEMA DE MERCADO	<i>Herramienta de Análisis de Datos 4: Mapeo del Sistema de Mercado</i>	<i>Esta herramienta guía el proceso para desarrollar un mapa del sistema de mercado para los bienes y servicios básicos, que ayudará a identificar a otros actores e informantes clave que se deban involucrar en la evaluación y el análisis del mercado. Ayudará a identificar los cuellos de botella en el sistema de mercado más amplio, así como las actividades de apoyo al mercado que podrían ayudar a la capacidad de expansión de la cadena de suministro.</i>
PASO 3: ANALIZAR LOS RIESGOS E IDENTIFICAR LAS MEDIDAS DE MITIGACIÓN	<i>Herramienta de Análisis de Datos 5: Resumen de Identificación y Mitigación de Riesgos</i>	<i>Esta es una herramienta de apoyo para la documentación de los riesgos identificados relacionados con el mercado y las medidas de mitigación correspondientes. Las preguntas clave que esta herramienta de análisis intenta abordar incluyen:</i> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>¿Cuáles son los riesgos asociados a un mercado de referencia específico?</i> ▪ <i>¿Qué se puede hacer para mitigar los riesgos?</i>
PASO 4: REVISAR LOS HALLAZGOS DE LA EMM Y ESCRIBIR EL INFORME FINAL	<i>Herramienta de Reporte 1: Formato de Informe de Evaluación del Mercado</i>	<i>Esta herramienta brinda una guía para el análisis final, así como el esquema del informe de evaluación del mercado para garantizar que se documente toda la información relevante para el mercado y la toma de decisiones.</i>
PASO 5: MONITOREAR LOS MERCADOS	<i>Herramienta de Recolección de Datos 4: Monitoreo del Mercado</i>	<i>Esta herramienta tiene como objetivo proporcionar una estructura para recopilar la información relacionada con:</i> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Acceso a los mercados e infraestructura</i> ▪ <i>Precio, calidad y disponibilidad de bienes y servicios</i> ▪ <i>Recomendaciones de los programas desde una perspectiva de mercado</i> ▪ <i>Si el monitoreo del mercado se realiza como parte de una colaboración inter-agencias, acordar plantillas y metodologías estándar para la recopilación de datos.</i>
	<i>Herramienta de Reporte 2: Monitoreo del Mercado</i>	<i>Esta herramienta sugiere un esquema y el contenido relacionado para un reporte de monitoreo de mercado. Se puede adaptar según el contexto local. Si el seguimiento del mercado forma parte de una colaboración inter-agencias, utilice las mismas plantillas y metodologías que otras agencias.</i>

Importante: Para desbloquear y abrir las herramientas, asegúrese de guardar el archivo y volver a abrir el PDF en Acrobat Reader.



ANEXO II: GUÍAS ADICIONALES

Este Anexo proporciona una orientación técnica más detallada para los líderes del equipo. Profundiza en los conceptos y actividades clave a los que se hace referencia en la guía paso a paso y proporciona consejos prácticos e información contextual adicional para llevar a cabo los pasos.

PASO 1: REVISAR LA INFORMACIÓN EXISTENTE Y DEFINIR EL ALCANCE DE LA EMM

Guía I.I: Cotejar y analizar la información del contexto

Un análisis del contexto debe proporcionar una imagen de la situación actual y resaltar cualquier cambio reciente o esperado del contexto. La información detallada podría incluir información sobre la situación política del país, la naturaleza de la situación humanitaria, incluido el número de personas afectadas, la razón por la que se ven afectadas y cualquier consideración clave de protección que pueda ser pertinente para la evaluación del mercado (por ejemplo, restricciones al libre movimiento obstaculizarían el acceso potencial de las poblaciones objetivo a los mercados). Por último, la información de contexto también debe incluir información clave sobre la economía (por ejemplo, inflación o tasas de cambio) y la infraestructura (por ejemplo, ubicación de las principales carreteras de acceso o puertos) en el país.

Guía I.II: Cotejar y analizar la información de las necesidades

Las necesidades de las personas pueden incluir una serie de bienes y servicios requeridos por un período de tiempo determinado (por ejemplo, alimentos, artículos de higiene) o para épocas específicas del año (por ejemplo, material escolar al comienzo del año escolar o semillas antes de las temporadas de siembra). Algunas de las necesidades pueden planificarse (por ejemplo, el consumo de agua), mientras que otras podrían ser ad hoc (por ejemplo, emergencias médicas). La comprensión de las necesidades es fundamental porque éstas forman parte de la información sobre la demanda necesaria para dar prioridad a los bienes y servicios para la evaluación del mercado:

- Consulte las evaluaciones de necesidades multisectoriales o específicas de cada sector recientes en la zona. Para obtener material de orientación adicional sobre cómo realizar una evaluación de necesidades, consulte el [Manual de Evaluación de Necesidades del ACNUR](#).
- Durante este proceso, reúna a las partes interesadas pertinentes, incluyendo a las propias poblaciones afectadas, para elaborar una lista general de necesidades a través de una lluvia de ideas. Por ejemplo, esto podría hacerse dentro de grupos de trabajo técnicos o a través de entrevistas a informantes clave y con discusiones de grupos focales con las comunidades afectadas.
- En algunos casos, es posible que actores humanitarios o el Gobierno ya hayan elaborado una Canasta de Gastos Mínimos, que sirva de base para los potenciales bienes y servicios a incluir en la evaluación del mercado. Consulte [la Guía operacional y el Caja de Herramientas para Subvenciones en Efectivo Multipropósito](#) para ver ejemplos de Canastas de Gastos Mínimos y el cálculo de los valores de transferencia para subvenciones en efectivo multipropósito.

Guía I.III: Cotejar y analizar la información existente del mercado

Los mercados de referencia son los lugares donde las personas compran regularmente los artículos o acceden a los servicios que necesitan. Es importante comenzar la evaluación con información básica sobre estos mercados. Por ejemplo, es importante saber dónde están, con qué regularidad operan, qué venden y cuántos comerciantes o proveedores de servicios alojan. Igualmente importante es el acceso a la información – qué distancia recorren las personas para ir a estos mercados, qué tan fácil que es para ellas hacer este viaje, etc. El acceso al mercado está compuesto por una serie de diferentes aspectos físicos y sociales. Es importante que solo se tengan en cuenta los mercados a los que tiene acceso la población objetivo. Algunas de las preguntas más críticas se describen a continuación en la tabla A con la justificación para hacer cada una de ellas:

Tabla A: Preguntas clave y justificación para recolectar información sobre el mercado

Pregunta	Explicación
<i>¿Dónde compran las personas los bienes que necesitan y dónde acceden a los servicios esenciales?</i>	En zonas muy remotas y rurales, un mercado puede atender una gran área. En estas situaciones, puede haber una serie de mercados más pequeños que se utilizan con más regularidad. Discuta estos mercados en un grupo y considere si vale la pena o no enumerarlos. Un mercado de mercancías debe tener una serie de tiendas y demostrar un cierto nivel de competitividad. En las zonas urbanas, las comunidades identificadas pueden visitar más de un mercado con regularidad. En este caso, enumere todos los mercados, empezando por el más utilizado por esta comunidad; En ambientes de campamento, dependiendo del contexto, los mercados pueden ser transitorios, pueden ser pequeños, y pueden ser nuevos, tome nota de esto en la hoja de trabajo.
<i>¿Aproximadamente cuántas personas usan cada mercado?</i>	Esto es importante para la evaluación del mercado porque ayuda a entender la demanda total de bienes y servicios particulares y a tener en cuenta la posibilidad de que un mercado sirva a más de una comunidad o que una comunidad pueda visitar más de un mercado, y proporcionar un rango de población para cada mercado puede reflejar este tipo de información.
<i>¿Hay alguna preocupación de protección que considerar para cada mercado o proveedor de servicios?</i>	Es importante que las poblaciones destinatarias puedan acceder de forma segura a los bienes y servicios que necesitan en los mercados sin que surjan problemas de protección. Los organismos humanitarios no deben proceder con la CBI u otras intervenciones que requieran que tanguen que ir a los mercados, si las poblaciones objetivo no pueden acceder a ellos de manera segura. Es posible que la evaluación del mercado identifique un buen suministro de muchos de los bienes esenciales necesarios. Sin embargo, si las personas no pueden visitar los mercados de forma segura, no podrán tener acceso a esos bienes y servicios. Consulte la Guía I.VI AGDM e Integración de la Protección para obtener orientación adicional sobre la integración de consideraciones de edad, género, diversidad y protección en el proceso de evaluación del mercado.

➔ Guía I.IV: Determinar qué bienes o servicios NO son adecuados para Intervenciones Basadas en Efectivo (CBI)

Aunque la mayoría de los bienes y servicios pueden ser accesibles localmente, no todos pueden ni deben ser considerados para la programación basada en el mercado. Se recomienda vehementemente incluir en esta discusión los conocimientos técnicos específicos del sector. Si su propia operación no tiene tal experiencia, busque colaboración local externa o experiencia de la Sede Central (HQ). No se olvide de documentar las razones para eliminar ciertos bienes y servicios. En el cuadro B se ofrece una visión general de las consideraciones clave a lo largo de este proceso de eliminación.



Tabla B: ¿Es un bien o servicio adecuado para la entrega en el mercado? (para uso en discusión)

Criterios	Explicación	Ejemplos
Capacidad para satisfacer las necesidades a través de los mercados locales: ¿Se pueden satisfacer las necesidades de la gente a través de los mercados locales?	No todas las necesidades pueden satisfacerse mediante la provisión de efectivo. Algunas necesidades pueden requerir servicios específicos de manejo de casos de protección.	Los niños en edad escolar no pueden asistir a las escuelas primarias locales porque no tienen certificados de nacimiento. Los certificados de nacimiento son obligatorios para la matrícula escolar.
Prioridad del elemento: ¿Es esto una prioridad para las personas de interés? ¿Gastarían su propio dinero en ello?	Es posible que las personas no prioricen algunos artículos por razones socioeconómicas, culturales o tradicionales.	Si un artículo es relativamente caro y no forma parte del consumo tradicional, como puede ser el caso, por ejemplo, de las tabletas de purificación de agua; es posible que la gente no esté dispuesta a pagar por este artículo.
Complejidad de la especificación técnica: ¿El producto o el servicio tienen una especificación particularmente alta?	Los bienes y servicios de alta especificación pueden no estar disponibles o no haber existido en el mercado antes de la demanda inducida.	Este es el caso de los suplementos con micronutrientes, por ejemplo, que deben ser entregados bajo supervisión médica. Este también puede ser el caso de materiales de construcción de alojamientos, tiendas de campaña, artículos alimenticios específicos, iluminación eficiente energéticamente, etc.
Política Organizacional: ¿Tiene la organización una política específica relacionada con el suministro de este bien o servicio?	Los enfoques o políticas específicas dentro de los sectores técnicos guían la decisión sobre el uso de los mercados para satisfacer ciertas necesidades.	Algunos sectores tienen una política de trabajar a través de servicios públicos cuando sea posible, por ejemplo, la atención de salud y la educación. En este caso, el uso de los mercados –y, por lo tanto, el pago de servicios, por ejemplo la educación privada– puede oponerse directamente a la política interna. Este también puede ser el caso al considerar la provisión de recursos para fórmula de bebé, cuyo suministro y consumo se guían por políticas inter-agenciales específicas de nutrición.

➔ Guía I.V: Mapeo del Mercado

El mapeo del mercado es una manera útil de empezar a pensar en las conexiones entre los mercados en términos de movimiento de bienes y servicios. Es especialmente útil en contextos donde los destinatarios de una CBI probablemente visitan más de un mercado para satisfacer sus necesidades. Este ejercicio es similar a un mapeo de la cadena de suministro, pero difiere porque este mapeo solo considera las ubicaciones físicas de las comunidades y los mercados.

- Utilice un mapa de la región o localidad y comience por trazar el mapa de los campamentos o las poblaciones objetivo.
- A continuación, marque en el mapa los mercados que utilizan las personas. Use información secundaria para aproximar ubicaciones y distancias de cada comunidad.
- Si puede estimar el tamaño de los mercados, márkelo en el mapa, e indique el flujo físico de bienes y servicios.

¡Recuerde que este mapa no necesita ser perfecto! Incluya toda la información tal como se conoce. Para desarrollar el mapa, considere:

- ✓ Designar un símbolo que identifique cada bien o servicio; y
- ✓ Usar diferentes colores para ilustrar flujos de las diferentes mercancías

➔ Guía I.VI: AGDM e Integración de la Protección

Asegúrese de analizar los riesgos de protección y tener en cuenta las consideraciones de edad, género y diversidad al confirmar la selección de mercados de referencia y proveedores de servicios. Dado que los factores de protección deben considerarse durante todo el proceso de evaluación del mercado, la mayoría de las preguntas enumeradas en la lista de verificación de protección (ver el Recuadro A) se han incorporado en los instrumentos de evaluación. El ACNUR y sus asociados han elaborado una serie de lecciones y documentos guía sobre género y protección que pueden servir de guía al equipo de evaluación.¹²

Recuadro A: Integración de AGD y protección en el proceso de evaluación del mercado

La integración de los enfoques de Edad, Género y Diversidad (ADG) es necesaria para apreciar plenamente las diversas experiencias, capacidades y necesidades de las personas de interés y debe aplicarse a todas las áreas de la labor del ACNUR.¹³ A continuación se muestran algunos ejemplos de cómo podrían integrarse las consideraciones de AGDM en una Evaluación Multisectorial del Mercado.

- Triangular datos de diferentes grupos de edad, género y diversidad para obtener información sobre la variedad de experiencias de las personas de interés, los comerciantes y los proveedores de servicios;
- Garantizar la participación de personas con una variedad de características de edad, género y diversidad al evaluar las necesidades y prioridades;
- Incluir preguntas y temas en la evaluación que puedan ser relevantes para los segmentos marginados o con menor voz en las comunidades; y.
- Apoyar la participación significativa de las mujeres garantizando la participación de encuestadoras en el equipo de recolección de datos, en la medida de lo posible, de manera que las entrevistas y las discusiones de grupos focales con las mujeres puedan ser facilitadas por las enumeradoras femeninas.

La integración de la protección en el proceso de evaluación del mercado ayuda a garantizar que las personas afectadas disfruten de un acceso seguro, digno y significativo al mercado. A continuación se muestran algunos ejemplos de cómo se pueden integrar las consideraciones de protección en el proceso de evaluación del mercado:

- Analizar cómo una intervención basada en el mercado puede influir en los *riesgos de seguridad* relacionados con el mercado para los beneficiarios, los comerciantes y los proveedores de servicios. Evaluar los riesgos de seguridad relacionados con el la ubicación del mercado o del proveedor de servicios en sí o en la ruta hacia o desde el mercado. Los riesgos podrían incluir violencia física, incluyendo pero no limitándose a la violencia basada en género o extorsión.
- Analizar cómo una intervención basada en el mercado puede influir en las *relaciones sociales* dentro de la comunidad y garantizar que una intervención basada en el mercado no cause daños, sino que promueva la cohesión social dentro y entre los hogares de la comunidad. Este análisis es especialmente importante en las zonas de conflicto y también puede referirse a cuestiones de equidad comercial entre grupos étnicos.
- Analizar si todas las personas afectadas disfrutarán de *un acceso significativo* al mercado, lo que incluye tanto el acceso social como el acceso físico. Asegurarse de que se aplica una lente AGD al revisar el acceso significativo a bienes y servicios. Las limitaciones sociales podrían incluir divisiones sociales debidas a la pobreza, el género o la etnicidad, mientras que el acceso físico podría incluir la distancia, restricciones al libre movimiento, la falta de sistemas de transporte o la discapacidad física o intelectual.



PASO 2: RECOPIRAR Y PROCESAR DATOS ADICIONALES

➔ Guía II.I: Mapeo del Actores del Mercado

El resultado del proceso de evaluación del mercado será más rico y confiable si se entrevista a las personas adecuadas y si las herramientas se ajustan a los que se consultan. Hablar con una serie de personas, que aporten diferentes perspectivas y experiencias, llevará a un resultado más eficiente y robusto. Recuerde que hay una serie de personas que pueden dar información sobre los mercados, considere:

Tabla C: Recolectar la información adecuada de las partes interesadas del mercado¹⁴

Parte interesada	Información
Población afectada por la crisis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Niveles de ingresos y gastos previos y posteriores a la crisis. ▪ Mecanismos de afrontamiento antes y después del desastre (en particular lo que hacen las personas cuando los comerciantes y los mercados no pueden responder a sus necesidades). ▪ Necesidades inmediatas y a largo plazo. ▪ ¿Qué mercados son esenciales para cubrir las necesidades básicas durante los tiempos de crisis y de no crisis? ▪ Acceso a los mercados antes y después de la crisis (físico, financiero y social), incluidas las posibles barreras. ▪ Distancia de los mercados antes y después de la crisis (esto proporcionará un límite geográfico al área de análisis). ▪ Diferencias estacionales. ▪ Precios previos y posteriores a la crisis de los productos básicos clave. ▪ Calidad de los principales productos básicos disponibles en los mercados locales antes y después de la crisis. ▪ Mecanismos de transferencia de efectivo previos y posteriores a la crisis (por ejemplo, bancos, teléfonos). ▪ Salarios laborales previos y posteriores a la crisis. ▪ Fuentes de sustento previas y posteriores a la crisis.
Comerciantes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Volumen de comercio anterior y posterior a la crisis. ▪ Volumen y valor de su inventario antes y después de la crisis. ▪ Variación comercial estacional, idealmente en los últimos cinco años. ▪ Disponibilidad de productos esenciales antes y después de la crisis. ▪ Cadenas de suministro previas y posteriores a la crisis y el efecto real o potencial de la crisis. ▪ Regulaciones gubernamentales sobre el suministro de productos esenciales y restricciones relacionadas con el mercado (incluidas las políticas que limiten el acceso de los organismos humanitarios y/o su capacidad para recopilar información o ejecutar programas). ▪ Precios de los productos esenciales clave (tanto cuando se compran como cuando se venden). ▪ Relaciones de poder entre los actores del mercado y potenciales cárteles comerciales. ▪ Existencia de grupos de comerciantes (positivos/negativos). ▪ Cuestiones sociales, étnicas y políticas entre los comerciantes. ▪ Capacidad de almacenamiento en el mercado. ▪ Acceso al crédito y a otros servicios financieros. ▪ Otros servicios a los que tienen acceso. ▪ Tipo de proveedores. ▪ Tipo de clientes.

Parte interesada	Información
Representantes gubernamentales y órganos reguladores	<ul style="list-style-type: none"> ■ Barreras aduaneras formales e informales. ■ Impuestos formales e informales y permisos de movimiento que aumenten los costos y limiten el movimiento de los bienes y servicios. ■ Sistemas de monitoreo del mercado. ■ Políticas relacionadas con los mercados y el comercio. ■ Existencias gubernamentales (especialmente de alimentos). ■ Instituciones financieras y proveedores de servicios. ■ Restricciones relacionadas con la provisión de PTM
Instituciones financieras y proveedores de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ■ Funcionamiento de los sistemas de transferencia de dinero. ■ Capacidad para aumentar el uso de esos sistemas. ■ Base de clientes actual y volumen de negocio. ■ Flujos de dinero. ■ Capacidades de inversión. ■ Interés y capacidad para asociarse con organizaciones humanitarias. ■ Capital de trabajo. ■ Cobertura geográfica. ■ Evolución de las tasas de cambio formales e informales.
Productores	<ul style="list-style-type: none"> ■ Capacidad para proporcionar productos y aumentar la producción si es necesario. ■ Precios. ■ Estacionalidad. ■ Acceso a los mercados de compradores. ■ Sindicatos y cooperativas.

También considere la posibilidad de establecer contactos con actores humanitarios que estén activos en el área de implementación que pueda tener PTMs/programas basados en el mercado. Asegúrese de consultar con expertos técnicos, especialmente si los bienes/servicios investigados tienen requisitos complejos.

El líder del equipo debe tener en cuenta los siguientes puntos al apoyar al equipo en la identificación de informantes clave, actores del mercado y partes interesadas clave:

- a) El equilibrio étnico y de género de los informantes/actores clave del mercado con los que se ha hablado: Utilice sus habilidades de observación para ver cómo están representadas las mujeres y las minorías étnicas en la cadena de suministro – si son activas, trate de hablar con las mujeres del mercado. Trate de hablar con una muestra representativa de comerciantes, mayoristas – preguntando a las personas que normalmente comercian en el mercado, teniendo en cuenta las variaciones estacionales (ver el recuadro B).
- b) Riesgo de sesgo: ¡Todos tienen su propia opinión y una razón por la que la tienen, incluidos los miembros del equipo de evaluación! Esté abierto al sesgo que un KI, KS o un mayorista puedan tener en las entrevistas. Cuestione cortésmente las opiniones y prejuicios de las personas cuando pueda, utilizando datos secundarios o los pensamientos e ideas de otros (a menos que sean confidenciales) para triangularlos y profundizar de manera efectiva. El equilibrio de género y étnico de los informantes/actores clave del mercado es tan importante como el del equipo de evaluación. La composición del equipo de evaluación debe reflejar la diversidad de los actores del mercado con los que se va a hablar.
- c) La población objetivo puede preferir tener acceso a bienes y servicios de actores específicos del mercado, así que asegúrese de hablar con ellos. No es inusual que la población objetivo (o grupos específicos dentro de la población, como personas con necesidades específicas) compre bienes y servicios de actores específicos del mercado. Es importante tener un sentido de por qué la población objetivo tiene una preferencia. ¿Se debe a razones étnicas o de seguridad? ¿Está relacionada con la disponibilidad de los bienes y servicios que necesitan o con el acceso a mejores precios y a crédito? Para comprender mejor esta situación, hable con las poblaciones objetivo y no objetivo, los comerciantes preferidos y no preferidos.

Recuadro B: Reflexiones: género y representación en los comerciantes del mercado¹⁵

El equipo de evaluación del mercado encontró:

- La pequeña proporción de mujeres comerciantes en su muestra no refleja necesariamente la verdadera situación de los mercados, ya que la encuesta no era representativa a nivel de mercado.
- Sabiendo lo que es una muestra representativa de comerciantes, a nivel de aldea/municipio es difícil en los países en desarrollo donde no hay información disponible sobre el número y el tipo de comerciantes que trabajan en el mercado durante todo el año.
- Tiempos de la evaluación del papel que juega la baja participación de las mujeres en el comercio, en la medida en que venden productos agrícolas estacionalmente.
- Se observa un fuerte desequilibrio de género entre los minoristas y los mayoristas. Es más probable que las mujeres que participan en el comercio agrícola sean minoristas, incluso en Camerún, donde hacen una gran contribución al comercio.

➔ Guía II.II Observación del Mercado

Cuando observe el mercado, intente cubrir las siguientes áreas:

- **Infraestructura del Mercado:** ¿Cuál es el estado físico del mercado? ¿Cuál es el estado de la infraestructura de las tiendas y la ubicación de los servicios?
- **Disponibilidad de bienes y servicios:** ¿Qué bienes se venden o qué servicios se prestan? ¿Coinciden con las necesidades de la población objetivo?
- **Consumidores:** ¿Qué compran las personas en el mercado y a qué servicios acceden más?
- **Dinámica social:** ¿Cómo interactúan las personas (consumidores/proveedores de servicios/comerciantes) entre sí? ¿Observa alguna tensión? ¿Quiénes visitan el mercado? ¿Hay grupos sobrerrepresentados o subrepresentados?
- **Riesgos:** ¿Existen riesgos de seguridad o de protección relacionados con el acceso a este mercado/proveedor de servicios específico?

➔ Guía II.III Recolección Cualitativa de Datos

Las entrevistas semiestructuradas y las discusiones en grupos focales (FGD) se complementan entre sí y son metodologías adecuadas de recolección de datos durante un análisis rápido del mercado para obtener un sentido más amplio de la disponibilidad de artículos o servicios específicos en un mercado de referencia. En el Recuadro C se incluyen algunas recomendaciones básicas que los usuarios sin experiencia previa en la realización de entrevistas pueden querer consultar, antes de realizar la recopilación primaria de datos.



Recuadro C: Recomendaciones para mejorar las posibilidades de obtener buena información¹⁶

➔ **Prepárese para sus entrevistas**

Asegúrese de estar familiarizado con el formulario de la entrevista y entender su propósito. Debe entender todas las preguntas y saber dónde y cómo llenar las respuestas.

➔ **Preséntese y diga el propósito de la entrevista**

Preséntese, para quién trabaja, de qué le gustaría hablar y por qué. Esto le permitirá a su interlocutor prepararse mentalmente para lo que viene. Diga claramente que está aquí para conocer acerca del impacto de la reciente crisis sobre los mercados de productos básicos específicos para ver si la población local puede comprar o no estos productos básicos en cantidades suficientes.

➔ **Diríjase a sus entrevistados de una manera apropiada**

Adapte su estilo de entrevista a su entrevistado (por ejemplo, alguien que usted conoce o un extraño). Sea educado y amable. Esté preparado para explicar las preguntas con más detalle si su entrevistado no las entiende de inmediato y utilice el lenguaje local y ejemplos para explicarlas.

➔ **Adapte sus preguntas y estilo de entrevista a su entrevistado**

Trate de hacerse una idea de quién es su compañero de entrevista y qué tipo de información puede esperar de él. Si quiere entrevistar a un comerciante y nota que está muy ocupado, puede ser mejor pedirle una entrevista en un momento que sea conveniente para él, de lo contrario puede que tenga que limitar su entrevista a unas cuantas preguntas precisas.

➔ **Asegúrese de pedir descripciones y explicaciones**

Si el formato de la entrevista le indica pedir descripciones, explicaciones o justificaciones, hágalo. Las respuestas simples Sí y No suelen ser de uso limitado durante el análisis posterior. Las explicaciones de su(s) entrevistado(s) le permiten entender el contexto y darle la posibilidad de comprobar y verificar la consistencia.

➔ **Compruebe su información**

Si quiere información confiable debe entrevistar a varias personas sobre los mismos temas. Esto le da la posibilidad de comparar sus respuestas y aumenta las posibilidades de obtener una buena imagen de la situación "real".

También debe verificar la información durante una entrevista. Si hace preguntas complejas, debe reformular la respuesta de su interlocutor y preguntarle si le entendió correctamente (por ejemplo: así que, lo que me está diciendo es que...).

➔ **Familiarícese con el ambiente de la entrevista**

Asegúrese de entrevistar a las personas en un ambiente en el que se sientan a gusto para hablar. Es posible que los comerciantes no quieran hablar delante de sus clientes y usted debería preguntarles si prefieren un ambiente más privado, por ejemplo, su tienda.

➔ **Esté alerta, sea flexible y espontáneo**

No se limite demasiado por el formulario de entrevista. Si escucha algo de interés que no se pregunta en el formato de entrevista, tome nota y asegúrese de discutirlo durante las discusiones posteriores del equipo RAM. Sin embargo, ya que usted tiene que recoger la información solicitada por el formulario de entrevista, debe asegurarse de que la discusión no se aleje del tema- puede ser difícil encontrar el equilibrio. Si la discusión se desvía, esté alerta y trate de traer a su interlocutor de vuelta al tema que le interesa.

Si no obtiene la información pidiéndola directamente, pregunte desde otro ángulo. Asegúrese siempre de que su interlocutor haya entendido la pregunta.

➔ **Observe**

Las preguntas no son la única manera de obtener información. La observación puede ayudarle bastante y puede ser una muy buena manera de verificar la información oral.

➔ Guía II.IV Contextualización de las herramientas

Todas las herramientas de recolección de datos deberán contextualizarse, para garantizar su aplicabilidad al contexto en el que se utilizarán y a las personas que las responderán. Existen múltiples beneficios de tener las herramientas bien contextualizadas, incluyendo pero sin limitación a lo siguiente:

- ✓ Hacer utilizables las herramientas de recopilación de datos, reduciendo la confusión para los usuarios y los encuestados;
- ✓ Evitar el daño no intencional de exacerbar las tensiones sociales, especialmente entre las poblaciones desplazadas y las comunidades de acogida;
- ✓ Ayudar a comprender los resultados de la evaluación;
- ✓ Dar lugar a una comprensión más profunda de matices contextuales como la dinámica de poder, las normas sociales y las normas que son difíciles de capturar;
- ✓ Reconocer los marcos legales existentes, las instituciones formales e informales, los sistemas urbanos/rurales y las estructuras de poder que afectarán un programa de respuesta y viceversa.
- ✓ Explícite las suposiciones, los riesgos y los compromisos del programa involucrados en la planeación y ejecución de los programas.

Aplicación de las herramientas en diferentes configuraciones:

En esta sección se proporciona información y consideraciones pertinentes para la aplicación de las guías y las herramientas en diferentes contextos. Los equipos de evaluación siempre deben revisar y contextualizar las herramientas antes de cualquier recolección de datos para garantizar su aplicabilidad al contexto, las necesidades de información y el tipo de informante(s).

❖ Consideraciones para contextos urbanos y rurales

La Tabla D ilustra cómo una diferencia de contexto puede influir en el movimiento, el acceso a los mercados y el tamaño de la población.

Tabla D: Contextos urbanos y rurales

CONTEXTO	COSAS PARA TENER EN CUENTA
URBANO	<p>MOVIMIENTO DE PERSONAS Y ACCESO A LOS MERCADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Los movimientos de población desplazada pueden ser muy dinámicos en las zonas urbanas, lo que requiere una comprensión de las tendencias y patrones para asegurarnos de identificar la zona geográfica adecuada dentro de la zona urbana. ▪ Es probable que las poblaciones objetivo visiten más de un mercado regularmente, lo que hace que la estimación de la demanda sea más difícil. El mapeo de los mercados y la consulta con las poblaciones seleccionadas son fundamentales para el proceso. <p>TAMAÑO DE LA POBLACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Es más probable que las poblaciones objetivo constituyan un porcentaje menor de la población urbana general. En ese contexto, es más probable que sea posible una asistencia en efectivo y en bonos, y un análisis rápido de los mercados y los temas de protección puede proporcionar suficiente información para los bienes y servicios básicos.
RURAL	<p>MOVIMIENTO DE PERSONAS Y ACCESO A LOS MERCADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Las comunidades/campamentos rurales pueden estar aislados de los mercados, lo que significa que están marginados, y los costos de transporte pueden ser altos/prohibitivos. ▪ Mercados pequeños y dispares que no parecen tener capacidad de ampliación. ▪ Comercio rural transfronterizo/movimientos de población a los mercados a través de fronteras. <p>TAMAÑO DE LA POBLACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Las personas desplazadas pueden superar a la comunidad de acogida. En ese contexto, especialmente si se trata de una evolución reciente, es probable que sea necesaria una evaluación más profunda de los mercados para determinar la idoneidad de la asistencia en efectivo y en bonos. ▪ Cuando las personas desplazadas superan a la comunidad de acogida, la evaluación del mercado debe incluir un enfoque en la marginación potencial y la problemática de las tensiones sociales. ▪ En algunos contextos, y en función de los bienes y servicios básicos necesarios, se requerirá realizar un análisis a fondo.

Recuadro D: Contexto urbano, características específicas¹⁷

Los entornos urbanos se caracterizan por un elevado número de personas muy diferentes que viven y trabajan muy cerca unos de otros. A diferencia de las zonas rurales, los habitantes de las zonas urbanas tienden a estar mejor conectados geográficamente con una gama diversa de bienes y servicios y dependen en gran medida de sistemas técnicos o económicos (formales e informales) para satisfacer sus necesidades básicas. El entorno social, político e institucional también es más complejo (y diverso en grados de legitimidad, gobernanza y rendición de cuentas) de una localidad urbana a otra.

❖ Consideraciones para contextos de emergencia

Si un desastre o crisis han provocado cambios significativos en el mercado y/o se está planificando una respuesta con programas, utilice las herramientas y las guías asegurándose de tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Los plazos para la evaluación:
 - El tiempo real sigue siendo el mismo.
 - Las preguntas en las herramientas relacionadas con el pasado deben remitirse a “antes de la crisis/emergencia”.
 - El período de intervención previsto sigue siendo el mismo y debe reflejar el inicio inmediato de la programación.
- El mapeo del mercado sigue siendo un ejercicio valioso, pero tenga en cuenta que el mapa del mercado requerirá una actualización periódica, ya que el contexto cambiará rápidamente.
- Al seleccionar bienes y servicios básicos, tenga en cuenta lo siguiente:
 - Los bienes y servicios básicos seleccionados pueden ser diferentes de los utilizados normalmente.
 - Los hogares pueden seleccionar una gama más amplia de bienes y servicios básicos, ya que tienen una variedad diversa de necesidades. Además, las necesidades del hogar variarán dependiendo de cualquier asistencia complementaria que se proporcione. En tal caso, será difícil incluir todos los bienes y servicios básicos en la evaluación. El equipo de evaluación debe identificar los bienes y servicios: (a) que probablemente tengan una alta demanda en el futuro inmediato y en el medio plazo y (b) que tengan cadenas de suministro potencialmente problemáticas. Esto permite al equipo de evaluación del mercado centrar sus esfuerzos en evaluar cadenas de suministro más vitales.

En la Tabla E se proporcionan otras consideraciones que deben tenerse en cuenta, en función del tipo de emergencia.



Tabla E: Consideraciones clave para diferentes tipos de emergencias

Si el desastre es un evento único, como una inundación/terremoto o un tsunami:	Si la emergencia ha causado una afluencia significativa de población desplazada:	Si hay una crisis de inicio lento en la que hay un deterioro constante en el contexto del mercado:
<p>Los mercados pueden haber sido afectados físicamente por el evento y/o el acceso de las personas a los mercados puede haber sido afectado. En la mayoría de los eventos naturales, los mercados se recuperan con bastante rapidez. Si el mercado parece estar recuperándose tras la crisis, se recomienda lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ Una evaluación rápida para entender la capacidad del mercado después del evento de crisis ➔ Asegúrese de prestar especial atención a las preguntas sobre el apoyo a los comerciantes para acelerar la recuperación ➔ Monitoreo de la recuperación del mercado ➔ Puede ser necesaria una evaluación profunda del mercado cuando el mercado parezca estar estabilizándose. 	<p>Los mercados deberán aumentar la oferta de manera significativa y rápida para satisfacer la demanda adicional. En esos contextos, puede darse el caso de que los nuevos mercados parezcan satisfacer la demanda a medida que los comerciantes aprovechan las oportunidades para aumentar sus negocios. En este caso, considere lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ Asegurarse de que las evaluaciones incluyan mercados nuevos y emergentes ➔ Incluya la demanda proyectada en los próximos meses en las herramientas para discutir la capacidad de expansión de la cadena de suministro con los comerciantes y proveedores de servicios. 	<p>Si el mercado parece estar deteriorándose en su capacidad de funcionamiento, los comerciantes y los proveedores de servicios han cerrado negocios o han abandonado los mercados y el acceso de la población (físico y financiero) a los mercados está disminuyendo. Esto incluye contextos de desastres de aparición lenta, como sequías, y contextos de conflicto o inestabilidad política:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluar la tasa de deterioro y el resultado probable así como el impacto potencial en la población ▪ Evaluar los riesgos de protección y la viabilidad de una intervención basada en el mercado que se esté aplicando en la zona ▪ Mapear rápidamente el mercado tal como está para hacerse a una idea de la capacidad del mercado en ese momento (puede servir como mapa de referencia en el futuro) ▪ Entender el mercado y su capacidad antes del evento de crisis ▪ Realizar algún análisis histórico para ver si han ocurrido eventos similares en el pasado. Preguntando a los informantes clave, trate de entender si el mercado fue capaz de recuperarse, y si es así, cuánto tiempo tomó. ▪ Monitorear el mercado, los riesgos de protección y considerar la posibilidad de volver a hacer la evaluación del mercado más adelante, una vez que los mercados se restablezcan y el contexto se haya estabilizado.

❖ Consideraciones para contextos afectados por conflictos

La recopilación de datos en contextos inseguros, como en las zonas afectadas por conflictos, puede ser un reto y puede requerir ideas innovadoras sobre cómo se pueden recopilar datos de forma remota. Se recomienda involucrar a expertos en seguridad como parte del equipo de evaluación para garantizar que se apliquen las consideraciones y medidas de seguridad.

Además, se recomienda la participación de expertos en protección para garantizar la aplicación de una programación sensible a los conflictos. La sensibilidad a los conflictos se refiere a la capacidad de una organización para:

- ✓ Comprender el contexto en el que opera, en particular las relaciones intergrupales;
- ✓ Comprender las interacciones entre sus intervenciones y las relaciones contexto/grupo; y
- ✓ Actuar sobre la comprensión de estas interacciones, con el fin de evitar impactos negativos y maximizar los impactos positivos.

La programación sensible a los conflictos – implica un examen minucioso del contexto operativo mediante la actualización regular del análisis del conflicto, a fin de evitar impactos negativos y maximizar los impactos positivos en el contexto. Ver el Recuadro E más adelante sobre cómo los conflictos podrían afectar a los sistemas del mercado.

Recuadro E: Sistemas de mercado en situaciones de conflicto

Las situaciones de conflicto suelen conducir a alteraciones muy profundas de las reglas y normas que operan en los sistemas de mercado y les permiten funcionar eficazmente. La violencia, o la amenaza de violencia, se utiliza con frecuencia para crear nuevas relaciones de poder del mercado que afectan los temas de quién puede comerciar con quién, cuándo y dónde. Se imponen nuevos costos de transacción, por ejemplo, a través de retenes y acaparamiento. A veces surgen sistemas de mercado paralelos o alternativos completos para controlar el comercio de bienes y servicios lucrativos: esto puede ser uno de los motores del conflicto en primer lugar.

❖ Consideraciones para la preparación

También se pueden realizar evaluaciones del mercado con fines de preparación antes de que se produzca una posible emergencia. Hay múltiples objetivos de este ejercicio, como se ilustra en el Recuadro F a continuación. La Guía y el Caja de herramientas de EMM se pueden aplicar a un contexto de preparación mediante la realización de los siguientes pasos:

- Identificar objetivos: Refiérase al Recuadro F para ideas y justificaciones.
- Identifique una emergencia probable basado en emergencias pasadas y análisis de tendencias: Considere el flujo de refugiados, la inestabilidad política, un desastre de inicio rápido o lento, una emergencia compleja, etc. Consulte a los socios locales para obtener sus opiniones.
- Identifique un escenario probable para esta emergencia: Si el tipo de emergencia es de naturaleza recurrente, refiérase a emergencias pasadas para obtener detalles de los escenarios e identificar potenciales informantes clave para participar en la evaluación. Considere lo siguiente:
 - Bienes y servicios básicos (cantidades, frecuencias y especificaciones)
 - Mercados de referencia que utilizará la población objetivo
 - Número de poblaciones: Local y objetivo que utilizarán los mercados
 - Tiempos de la emergencia
 - Impacto en los mercados, cadenas de suministro, acceso a los mercados por parte de las poblaciones locales y objetivo.
- Adaptar y contextualizar las herramientas de recolección de datos para reflejar los objetivos de evaluación y el tipo de emergencia: Sustituya el período de intervención del programa por el período de tiempo de la emergencia.
- Identificar a los informantes clave que deben incluirse en la evaluación y sensibilizarlos sobre los objetivos de la evaluación: Asegúrese de que los comerciantes y los actores del mercado implicados en la evaluación sean conscientes de los objetivos del ejercicio, de modo que sus respuestas sean pertinentes.
- Analizar los datos recogidos teniendo en cuenta los objetivos.

Hay guías y apoyo adicional sobre el mapeo y el análisis del mercado antes de la crisis en: Juillard (2016) *Mapeo y Análisis de Mercados Previo a la Crisis (PCMA)*. Hay disponibles en línea una serie de informes de evaluación de la preparación: <http://www.emma-toolkit.org/>



Recuadro F: Razones para llevar a cabo evaluaciones de mercado para la preparación¹⁸

1. Mejorar la preparación de la agencia y apoyar los ejercicios de planificación de contingencias. Los ejercicios de preparación pueden aumentar la eficacia de la respuesta futura a las emergencias, al:

- Proporcionar una línea base sobre cómo funcionan los mercados críticos y cómo las personas acceden a ellos cuando no están bajo estrés, durante el tiempo de referencia;
- Mejorar la comprensión del impacto que las crisis futuras tendrán en los sistemas de mercado críticos, especialmente en el acceso de las personas a ellos y la naturaleza de las relaciones comerciales entre los diferentes actores del mercado. Esto proporcionará una respuesta de emergencia más eficaz y rápida mediante la identificación previa de las opciones de respuesta preferidas, la creación de relaciones con los comerciantes, etc.;
- Analizar el grado en que los mercados podrán responder a las necesidades previstas de la población afectada y, por lo tanto, qué proporción de las operaciones de socorro podría depender de los mercados;
- Identificar qué sistemas de mercado son fundamentales para la cobertura de las necesidades básicas de las personas y sus medios de vida durante una crisis; y.
- Crear conciencia en torno a la programación basada en el mercado entre las partes interesadas internamente en los países para mejorar la respuesta de emergencia futura.

2. Desencadenar una acción temprana al proporcionar un seguimiento refinado del mercado e indicadores de alerta temprana a los que se les pueda dar seguimiento e integrarse en un Sistema de Alerta Tempranas.

3. Mitigar el impacto de una crisis prevista y ayudar a crear resiliencia identificando qué área de los mercados puede verse afectada y cómo se verá afectada. También se puede utilizar para entender cómo funcionan los sistemas críticos del mercado y cómo las personas acceden a ellos durante el tiempo de referencia. Se pueden diseñar intervenciones inmediatas que protejan y/o refuercen el mercado y la forma en que las personas acceden a él antes de que la crisis estalle.

4. Crear la capacidad del propio personal y de los socios en el análisis del mercado y cambiar la actitud general para que sea más favorable a la programación basada en el mercado. Este objetivo de fortalecimiento de capacidades no debe ser un objetivo independiente, sino que debe combinarse con uno o más de los otros objetivos mencionados anteriormente.

🔗 **Guía II.V: Entender la Competencia del Mercado¹⁹**

La competencia se produce cuando hay un número suficiente de comerciantes o proveedores de servicios que compiten entre sí por negocios, de manera tal que ningún individuo o empresa domine el mercado. Cuando existe una competencia efectiva, ningún comerciante o proveedor de servicios puede fijar injustamente el precio de un bien o servicio.²⁰

- ✓ La competencia puede medirse evaluando el número y el tamaño de los comerciantes o proveedores de servicios en un mercado que venden el mismo tipo y calidad de bienes y servicios a un precio similar. El número de agentes necesarios para una competencia efectiva en el mercado variará en función del contexto. Sin embargo, típicamente debe haber por lo menos 5-10 actores principales del mercado que vendan servicios/bienes en cada ciudad grande y 3-5 actores del mercado en cada municipio. Cuanto más actores en un mercado, menos probable es que se produzca un comportamiento no competitivo (colusión).
- ✓ En comparación, un monopolio es “una situación en la que un único agente del mercado controla todo (o casi todo) el mercado de un determinado tipo de producto o servicio”. Esta es una forma extrema de poder de mercado. Puede surgir debido a barreras que impiden que otros comerciantes rivales compitan, por ejemplo, altos costos de entrada, regulación gubernamental o coerción y/o corrupción.²¹

Entender la competencia es importante porque la competencia del mercado garantiza que la población objetivo pueda elegir de quién comprar sus bienes y recibir sus servicios, y porque los mercados competitivos proporcionan mejor información y reducen el riesgo de que los precios se distorsionen artificialmente. La competencia a menudo también conduce a una mejor calidad para los consumidores, o a mejores utilidades para los productores y empleados.

➔ Guía II.VI: Entender la Integración del Mercado²²

Un mercado se considera integrado cuando los vínculos entre actores del mercado local, regional y nacional funcionan bien. Por lo tanto, en un mercado bien integrado, si hay escasez de bienes en un mercado, habría un flujo bastante fácil de estos bienes desde otros mercados cercanos. Por lo tanto, el concepto de integración del mercado describe la facilidad y regularidad con que fluyen los productos básicos de un mercado a otro. Observar cómo se mueven los precios juntos en los diferentes mercados puede dar una indicación de integración. Por lo tanto, la integración se puede medir mediante:

- Datos de series temporales sobre los precios de estos bienes y servicios para uno o más mercados relacionados, conectados o integrados.
- Si las variaciones de precios en un mercado están relacionadas con las variaciones en el otro, es decir, si los precios están correlacionados, es probable que los mercados estén integrados. Este método puede medir cómo los precios se mueven juntos a lo largo del tiempo. Si los mercados están integrados, los cambios de precios en un mercado se transmitirían al otro.

Tenga en cuenta que dentro de un área como una sola provincia o región de un país, algunos mercados pueden estar bien integrados, mientras que otros pueden estar mal integrados. La integración está influenciada por varios factores:

- Una buena infraestructura de mercado, como carreteras y almacenamiento, y unas buenas telecomunicaciones ayudan a integrar los mercados;
- La expansión de las redes de telefonía celular ha hecho más accesible la comunicación de información del mercado sobre suministros, precios y otros atributos importantes del mercado, ayudando a integrar mejor los mercados; y
- Las regulaciones gubernamentales sobre la circulación y disponibilidad de bienes y servicios, que puede obstaculizar la integración, especialmente la regulación informal y la corrupción. Para algunos comerciantes de algunas zonas, los cobros informales y los cuellos de botella son uno de los determinantes más importantes de si se trasladarán bienes y se prestarán servicios a lo largo de una zona; y los disturbios y el vandalismo, que tienen una influencia importante en el movimiento de bienes y servicios; para los pastores y los transportadores de ganado en el Gran Cuerno de África, por ejemplo, el bandidaje o vandalismo es un problema común.

Comprender la integración del mercado es importante porque proporcionará un indicativo de la capacidad de los comerciantes para aumentar la oferta de los mercados cercanos y porque los mercados integrados son menos vulnerables a las distorsiones de precios.

➔ Guía II.VII: Entender la Capacidad de Ampliación de la Cadena de Suministro

La capacidad de expansión de la cadena de suministro se refiere a la capacidad de la cadena de suministro para aumentar el volumen, la disponibilidad (y la posible diversidad) de bienes y servicios en el mercado de referencia. Normalmente se mide como un porcentaje. Es necesario estimar la capacidad de expansión de la cadena de suministro si hay probabilidad de que la población aumente significativamente la demanda de bienes y servicios, porque esta presión adicional sobre la cadena de suministro podría dar lugar a aumentos de precios hasta que la cadena de suministro pueda responder. Una cadena de suministro se puede ampliar si es posible lo siguiente:

- ✓ Un aumento en el volumen de suministro de un bien básico por parte de los comerciantes actuales de ese bien básico; y/o
- ✓ Un aumento en el volumen de un servicio básico por parte de los proveedores actuales de ese servicio básico; y/o
- ✓ Un aumento en el número de comerciantes y proveedores de servicios que suministran el bien o servicio básico en el mercado de referencia. Estos son los comerciantes que se sienten atraídos por el negocio potencial creado por un aumento de la demanda.

Se debe explorar cuidadosamente los porcentajes de expansión de la cadena de suministro si se da alguna de las siguientes condiciones:²³

- ✓ La población objetivo – incluidas las poblaciones objetivo de otras organizaciones que planean iniciar una intervención basada en el mercado utilizando las mismas cadenas de suministro en la zona – representa más del 20% de la población total utilizando el mismo mercado de referencia; o
- ✓ La demanda inducida de la población objetivo total – incluyendo, las poblaciones objetivo de cualquier organización que esté planeando iniciar una intervención basada en el mercado utilizando las mismas cadenas de suministro en la zona representan más del 10% de los flujos comerciales normales en el mercado de referencia en una zona rural o el 25% en una zona urbana.

➔ Guía II.IX: Entender la Estacionalidad

Un calendario estacional puede ayudar a los equipos de evaluación a identificar y comprender cómo las variaciones climáticas estacionales (que pueden afectar la calidad y los costos de la infraestructura de transporte, los precios y las demandas de los consumidores) y las variaciones contextuales más amplias (como los cambios en los patrones de desplazamiento y los movimientos migratorios, etc.) pueden llevar a cambios en la demanda y la oferta. Consulte el Recuadro G para ver un ejemplo de calendario estacional y la interpretación correspondiente.

Recuadro G: Ejemplo de calendario estacional

Se puede construir un calendario estacional a través de los procesos de recolección de datos, mapeo de mercado y análisis.

Bienes	Meses del año												
Bien básico: cobijas	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	
Volumen del comercio		Bajo				Alto							
Precios en el mercado				Pico \$			Bajo \$						
Lluvias estacionales		Bajo				Alto							
Incidentes de seguridad		Bajo				Alto			Alto				
Condiciones de la carretera	Buenas					Deficientes							
Inmigración (trabajo)			Baja						Alta				
Llegada de refugiados	+ 200/mes				+ 1.000/mes				+ 1.500/mes				

Interpretación: Este ejemplo muestra cómo el volumen comercial (para cobijas) normalmente disminuiría de octubre a diciembre, tras un aumento del volumen comercial durante los meses más fríos del año. También ilustra el flujo de migrantes por trabajo y la llegada de refugiados. Ambos merecen ser valorados, ya que es probable que influyan en la demanda de bienes como cobijas y podrían afectar temas de seguridad, empleo disponible e ingresos.

➔ Guía II.X Cálculo del volumen de la cadena de suministro

En este paso, el equipo de evaluación del mercado utilizará la [Herramienta de Recolección de datos 3A: Cuestionario Detallado para Comerciantes](#) y [Herramienta de Recolección de Datos 3B: Cuestionario Detallado para Proveedores de Servicios](#) para comprender mejor el volumen de bienes y servicios básicos disponibles en los mercados de referencia. No se necesitan cifras exactas, pero se necesitan buenas estimaciones para permitir un análisis y una toma de decisiones fiables. En pequeños mercados con menos comerciantes y proveedores de servicios, será posible entrevistar a la mayoría de los comerciantes y proveedores de servicios que venden bienes y servicios básicos. En mercados más grandes, será muy difícil entrevistar a todos los comerciantes y proveedores de servicios que venden bienes y servicios básicos. No es necesario entrevistar a todos los comerciantes. Sin embargo, el equipo de evaluación debe:

- ✓ Estimar el número de comerciantes/proveedores de diversos tamaños (pequeños, medianos, grandes) que venden el bien/servicio básico; y.
- ✓ Calcular una capacidad del bien/servicio básico aproximada para diferentes tamaños de comerciantes (por ejemplo, pequeño = 400 barras de jabón vendidas a la semana; mediano = 1.000 barras de jabón a la semana; grande = 2.000 barras de jabón a la semana);
- ✓ Hable con 2-3 comerciantes de cada tamaño para recolectar datos. También se pueden comprobar los estimativos del número de comerciantes de cada tamaño para garantizar que los datos recolectados se generalicen correctamente entre todos los comerciantes/proveedores; y
- ✓ Utilizando los datos recopilados y el número estimado (y comprobado) de comerciantes/proveedores de diferente tamaño, generalice o extrapole los datos para obtener una estimación "suficientemente buena" del suministro de productos/servicios básicos.

➔ Guía II.XI Análisis de la Cadena de Suministro

Es necesario recopilar datos de precios de bienes y servicios básicos (de la misma especificación) dentro del mismo mercado de referencia para comprender el nivel de integración²⁴ y competencia²⁵ dentro del mercado, ya que suelen ser fuertes indicadores de la capacidad de expansión de las cadenas de suministro. Por ejemplo, unas diferencias significativas en los precios y una amplia gama de especificaciones pueden indicar que las cadenas de suministro están menos integradas. Los datos de precios también pueden utilizarse para establecer una línea base de precios de mercado para los bienes y servicios básicos, la cual es esencial para monitorear los cambios a lo largo del tiempo. Otras barreras para la expansión de la cadena de suministro podrían incluir la falta de espacio de almacenamiento, la falta de acceso al crédito y la falta de conocimientos.

- Como equipo, revisar y analizar los datos recopilados. Utilice las preguntas 1 y 2 de la [Herramienta de Análisis de Datos 3: Hoja de Trabajo de Capacidad de la Cadena de Suministro](#), para llegar a una conclusión relacionada con la integración de la cadena de suministro y la competitividad.
- Documente los resultados, el equipo puede decidir no incluir algunos bienes y servicios básicos porque hay falta de integración y competitividad en el presente y en el futuro, a pesar de una demanda potencialmente mayor.
- Compruebe si la oferta puede satisfacer la demanda potencial ahora y durante el período futuro de intervención del programa.
- Cuando la oferta de servicios y bienes básicos tenga problemas para satisfacer la demanda, compruebe si el apoyo a comerciantes ayudará, o si comerciantes adicionales entrarán en el mercado de referencia. Revise los datos relativos a qué tipo de apoyo pueden requerir los comerciantes para aumentar su oferta. Considere lo que dijeron los comerciantes sobre entrar en el mercado si la demanda de bienes y servicios aumenta.
- Compruebe si un aumento de la demanda dará lugar a un aumento periódico o a largo plazo de los precios. Reflexione sobre los datos de precios y la orientación proporcionada para responder a esta pregunta: ¿Es probable que un aumento de la demanda conduzca a precios más altos de lo normal durante más de tres meses?
- Acordar los resultados del análisis en equipo e identificar los posibles riesgos y supuestos que puedan requerir una investigación más exhaustiva. Acordar las conclusiones y sus implicaciones y registrar las decisiones. Los riesgos identificados aquí se analizarán más a fondo en el Paso 5.
- Realizar entrevistas adicionales si se necesitan más análisis de algunos de los supuestos significativos y/o si aparecen vacíos importantes en los datos durante el análisis.
- Las decisiones de respuesta deben tomarse utilizando información “suficientemente buena”.

➔ Guía II.XII: ¿Por qué considerar el apoyo a los comerciantes?

El apoyo a los comerciantes y proveedores de servicios también reconoce que las empresas pueden verse afectadas en situaciones humanitarias, prolongadas y de emergencia. Algunos ejemplos incluyen, pero no se limitan a:

- Cambios en las necesidades y preferencias de los consumidores (las poblaciones desplazadas pueden requerir artículos diferentes que deben ser obtenidos de diferentes lugares);
- Reducción de la comunicación con los consumidores (el idioma hablado por la población desplazada puede no ser el mismo que la población local/de acogida, lo que plantea problemas);
- Aumento de la tensión social/comportamiento de las bandas/ conflicto (esto no es raro en contextos de pobreza donde los pobres son desplazados, y las poblaciones locales compiten por los recursos); y
- Pérdida de ingresos y deudas pendientes (algunos comerciantes dan crédito a sus clientes, cuyos pagos pueden haber sido incumplidos debido a la emergencia);
- Pérdida de bienes y activos (los daños a edificaciones y pérdida de existencias y activos no son inusuales);
- Daños a la infraestructura (esto interrumpe la cadena de suministro);
- Daños a las redes de comunicación y los servicios de información (las redes móviles y de radio pueden verse afectadas o dejar de estar disponibles); y
- Interrupciones a la aplicación de normas y regulaciones (múltiples impactos, entre ellos la mala regulación de los comerciantes, el control de precios, la limpieza del mercado).

¿Quiere saber más? Los siguientes sitios web proporcionan recursos útiles:

- Beam Exchange: <https://beamexchange.org/resources/>
- SEEP Network: <http://www.seepnetwork.org>
- Practical Action: <http://practicalaction.org/markets>
- Markets in Crisis Discussion Group: <https://dgroups.org/dfid/mic>
- https://www.crs.org/sites/default/files/tools-research/market_support_interventions_-_a_tip_sheet.pdf

PASO 3: ANALIZAR LOS RIESGOS E IDENTIFICAR MEDIDAS DE MITIGACIÓN

➔ Guía III.I: Realizar el Análisis de Riesgos

- **Análisis de riesgos:** Revise la información recopilada durante los pasos anteriores y resuma todos los riesgos identificados en la [Herramienta de Análisis de Datos 5: Resumen de Identificación y Mitigación de Riesgos](#). Entre los principales riesgos relacionados con el mercado se incluye el que la población objetivo no pueda acceder a los bienes y servicios localmente (debido a limitaciones físicas o sociales) o porque los proveedores no pueden aumentar la oferta para satisfacer el aumento de la demanda (debido a los cuellos de botella en el entorno del mercado o a lo largo de la cadena de suministro). Al identificar un riesgo específico, trate de identificar también la fuente de este riesgo, es decir, la amenaza. Asegúrese de realizar análisis de riesgos como equipo multifuncional, incluyendo expertos del sector técnico, de seguridad, protección, programas, suministros y administración/finanzas. Una vez que haya documentado los riesgos, evalúe y haga una lluvia de ideas sobre la probabilidad de que un riesgo se concrete y determine la gravedad del impacto si el riesgo llega a ocurrir.
- **Mitigación de riesgos:** Las medidas de mitigación pueden adoptar la forma de recomendaciones al diseño de programas para mitigar los riesgos y mejorar el impacto de los programas. Reflexione sobre las acciones de mitigación que han funcionado en el pasado. Asegúrese de que las acciones de mitigación sean factibles y puedan ser monitoreadas. Por ejemplo:
 - Permitir el acceso a la documentación civil necesaria para la matrícula escolar y, por lo tanto, poder proporcionar dinero para la asistencia escolar.
 - Suministro de teléfonos móviles a pequeños comerciantes y proveedores de servicios para mejorar la integración y el intercambio de información, manteniendo así precios estables y una cadena de suministro más fiable.
 - Apoyar la promoción de proveedores de servicios públicos para aumentar la cobertura y la calidad de los servicios.
- **Maximizar el impacto positivo de las respuestas basadas en el mercado:** Idealmente, el equipo también debe tratar de ir más allá de la mitigación del riesgo maximizando el impacto positivo que podría tener una intervención basada en el mercado sobre las poblaciones objetivo y el entorno del mercado. Aspectos de maximización de impacto a tener en cuenta en el diseño del programa:
 - ¿Se podrían mejorar la eficacia y la eficiencia de la respuesta mediante actividades adicionales? Por ejemplo: Proporcionar acceso a la documentación legal y civil para apoyar el acceso de los niños a las escuelas; ayudar al acceso al crédito y a las instituciones financieras apropiadas para la reinversión empresarial, etc.
 - ¿Se necesitan subsidios, planes de pago o acuerdos de costos compartidos para permitir un acceso coherente a bienes y servicios de calidad?
 - ¿Qué consideraciones medioambientales se pueden poner en práctica para garantizar un enfoque más sostenible?
 - ¿Es necesario abordar las normas sociales para permitir una programación con mayor impacto y participación de ciertos grupos?
 - ¿Se requieren medidas para mejorar la protección y el acceso físico a los proveedores de servicios y a los mercados por parte de grupos específicos como mujeres, jóvenes y niños?
 - ¿Es necesario un trabajo de incidencia con los proveedores de servicios públicos y privados, tales como los grupos municipales de manejo de aguas y residuos, para mejorar la cobertura y la eficiencia de los servicios?
 - Consulte la lista de verificación de Riesgos para el Monitoreo del Mercado (Tabla F más abajo), adaptada de MARKit,²⁶ para determinar el nivel de riesgos para los mercados de referencia propuestos en la CBI. En este cuadro, una respuesta afirmativa significa un “riesgo”. Si no está claro si la intervención es de riesgo alto o bajo, o si la intervención parece ser de riesgo ‘medio’, se debe actuar con cautela y se debe caracterizar la intervención como de alto riesgo.
 - Tenga en cuenta que es posible que algunos bienes y servicios básicos sean de alto riesgo y otros de bajo riesgo. Por ejemplo, si hay 20.000 desplazados internos que constituyen el 5% de la población y la CBI está diseñada para satisfacer las necesidades de higiene en curso, entonces se tratará de una intervención de bajo riesgo. Sin embargo, si a la misma población se le proporciona una CBI para cubrir las necesidades inmediatas de alojamiento/vivienda –y normalmente se espera que sólo el 5% de la población general compre artículos de alojamiento en el momento de la intervención–, la demanda de la población objetivo representa el 50% de la demanda total, y por lo tanto la CBI podría considerarse de riesgo alto.

Tabla F: Lista de Verificación de Riesgos para el Monitoreo del Mercado

Pregunta	Sí	No	Comentarios
Factores Automáticos de Alto Riesgo			
1. ¿Su intervención (sola o en combinación con las intervenciones de otras organizaciones) se dirige a más del 20% de la población?			
2. ¿La demanda general (de su intervención y de otros organismos combinados) representará más del 10% de los flujos comerciales normales en una zona rural o el 25% en una zona urbana?			
3. ¿Hay riesgos externos (posibilidad de conflicto, bloqueos de carreteras, etc.) que puedan afectar el proceso de los alimentos en sus mercados de referencia y/o afectar a la seguridad de su personal?			
Otros posibles factores de riesgo (identificados durante la evaluación del mercado)			
4. ¿Se implementará la CBI durante los períodos estacionales en los que se espera que se reduzca el volumen? (Tal como la temporada de baja cosecha o la estación de lluvias)			
5. ¿Están mal integrados los mercados de su área de intervención?			
6. Relativamente pocos comerciantes controlan un gran porcentaje del volumen que se comercializa en el mercado?			
7. ¿La intervención está iniciando sin una línea de base de mercado o una evaluación de mercado?			
<i>Si sus respuestas son principalmente afirmativas, necesitará un control más frecuente del mercado, ya que existen riesgos "altos" asociados a un mercado.</i>			



PASO 4: COTEJAR LOS HALLAZGOS DE LA EMM Y ESCRIBIR EL INFORME FINAL

Guía IV: Esquema de Informe de Evaluación del Mercado

Como mínimo, el informe de evaluación del mercado debe contener las siguientes secciones e información:

- **Sección A:** Afirmaciones de resumen sobre los productos básicos del mercado
- **Sección B:** Introducción
 - Objetivo de la evaluación
 - Contexto
 - Población objetivo y justificación
 - Lista de productos básicos, especificaciones, frecuencia de compra y cantidades requeridas
- **Sección C:** Metodología
 - Cronograma de la evaluación
 - Actividades de evaluación y uso de herramientas
 - Miembros del equipo (y organizaciones afiliadas)
 - Desafíos y soluciones
 - Supuestos y justificación
- **Sección D:** Resultados de la evaluación
 - Descripción del(los) mercado(s) de referencia seleccionados
 - Descripción de los mercados de proveedores y de las cadenas de suministro de bienes básicos vinculadas al mercado de referencia
 - Capacidad de la cadena de suministro individual para satisfacer la demanda por mercado de referencia
 - Conclusiones clave relacionadas con la competitividad y la integración de los mercados
 - Resumen del análisis cuantitativo de la oferta en comparación con la demanda
 - Resumen de la capacidad de ampliación del mercado
 - Apoyo a los comerciantes y vínculos con los programas de medios de vida
 - Riesgos y actividades de mitigación
 - Próximos pasos y áreas que requieren análisis adicionales
- **Sección E:** Conclusiones y recomendaciones
 - Resumen de resultados
 - Recomendaciones
- **Sección F:** Anexos



PASO 5: MONITOREAR LOS MERCADOS

Guía V.I: Qué monitorear

El precio, la disponibilidad, el acceso y el riesgo son indicadores clave que se utilizan para el monitoreo. Son relevantes por las siguientes razones:

- **Precios:** Entender el precio que los consumidores pagan por los bienes y servicios ayudará a los equipos a evaluar si los receptores de una PTM pueden comprar la cantidad y los tipos de bienes y servicios planificados. Cualquier cambio en el precio puede significar que las personas afectadas pueden comprar más (o menos) de un bien o servicio específico. Los precios también son un buen indicador de la integración del mercado y la competencia; un cambio en el precio puede indicar problemas más profundos con las cadenas de suministro del mercado. Un aumento de los precios de los bienes y servicios básicos en los mercados locales, donde los volúmenes no han cambiado, puede indicar la presencia de colusión entre los comerciantes -o un aumento de la demanda donde la oferta es limitada o lenta para responder a la demanda.
- **Disponibilidad:** Se espera que los datos de la disponibilidad (volumen) y los precios se muevan en correlación entre sí, donde una disminución en la oferta de un bien/servicio puede dar lugar a un aumento en el precio (y viceversa). Sin embargo, esto no siempre es así y la disponibilidad reducida puede dar lugar a un cambio en el comportamiento del consumidor, como cambiar a otro bien o servicio de menor calidad o de especificaciones diferentes. Un aumento del volumen de los bienes y servicios disponibles puede dar lugar a una reducción de los precios, lo que podría mejorar el acceso a determinados bienes o servicios.
- **Acceso:** Los mercados de referencia se evalúan durante el proceso de evaluación del mercado para garantizar que las personas afectadas puedan acceder a los mercados, tanto física como socialmente. Monitorear el acceso a los mercados es esencial para garantizar una adecuada respuesta continua basada en el mercado. Un cambio en el acceso puede resultar en la exclusión temporal o permanente de un mercado de referencia. También puede resultar en la inclusión de un mercado que haya sido excluido durante la evaluación del mercado.
- **Riesgos:** Para minimizar los riesgos asociados con los mercados, es necesario comprender los riesgos que los mercados pueden plantear al impacto del programa, los cuales se habrán identificado durante la fase de diseño del programa. También incluye los riesgos generados por la intervención del programa para los mercados, los cuales pueden estar relacionados con el tamaño y la naturaleza de la intervención. Algunos riesgos harán que un programa se convierta automáticamente de "alto riesgo", incluyendo:
 - Cuando la intervención del programa se dirige a una gran proporción de la población, o si el volumen de bienes y servicios que deben adquirirse (es decir, la demanda total) representa una gran proporción de la oferta general en el mercado de referencia, la intervención debe considerarse de alto riesgo.
 - Cuando hay riesgos externos relacionados con el contexto – tales como el aumento de los combates, un desastre natural o una gran afluencia de personas – que puedan perturbar las cadenas de suministro del mercado, la intervención debe considerarse de alto riesgo. Una interrupción en la cadena de suministro puede provocar cuellos de botella en el suministro, lo que podría dar lugar a un aumento de los precios o a una disminución del suministro, lo que podría provocar que una intervención se clasificara como de alto riesgo.

Guía V.II: Dónde supervisar

Dado que es probable que el monitoreo incluya múltiples sectores, también puede abarcar varias cadenas de suministro. Los números de guía que se indican a continuación se refieren a cada bien o servicio básico, por ejemplo, para una intervención de programa de alto riesgo, se debe entrevistar de 4 a 5 comerciantes de cada cadena de suministro.

- **En contextos de alto riesgo:** En el caso de las intervenciones de alto riesgo, es crucial realizar un monitoreo adecuado de los mercados representativos a lo largo de la cadena de suministro. El monitoreo del mercado debe realizarse en todos los mercados de referencia, así como en los mercados de proveedores y en los mercados centrales. Plan para llevar a cabo el monitoreo con el siguiente número mínimo de comerciantes:
 - Mercados de referencia (4–5 comerciantes), mercados de proveedores (2–4 comerciantes) y mercados centrales (al menos 1 comerciante). Recuerde que los diferentes productos pueden tener diferentes cadenas de suministro, por lo que esto se debe tener en cuenta en el plan de monitoreo. En algunos casos, la PTM puede ser un pequeño programa de alto riesgo, por lo que el sentido común debe guiar el número de mercados visitados.
- **En contextos de bajo riesgo:** Para intervenciones de bajo riesgo, visite todos los mercados de referencia mensualmente. Puede ser más práctico entrevistar a menos comerciantes. En intervenciones más amplias, garantizar que se visiten al menos 2–3 comerciantes en el mercado de referencia, más 1–2 comerciantes en los mercados de proveedores.

➔ Guía V. III: Cuándo monitorear

La frecuencia del monitoreo debe estar en consonancia con las actividades del programa y el nivel de riesgo. En la mayoría de los casos, el monitoreo se lleva a cabo mensualmente, con la excepción de una PTM que esté diseñada para cubrir compras puntuales de bienes en momentos específicos del período de intervención. Para determinar cuándo monitorear, tenga en cuenta lo siguiente:

- Monitoreo mensual si los bienes y servicios básicos que deben ser cubiertos por una PTM satisfacen necesidades regulares y continuas y son cubiertos por una intervención regular (mensual, bimensual o trimestral).
- Monitorear los mercados antes, durante y después de la PTM si los bienes y servicios básicos a cubrir por una PTM BI son compras de una sola vez.
- Si la intervención está diseñada para cubrir múltiples necesidades que incluyen compras de una sola vez, así como compras regulares, monitoree mensualmente y también monitoree antes, durante y después de la compra de una sola vez esperada.

Tenga en cuenta que estos datos se analizarán junto con los datos del monitoreo de los hogares que se lleva a cabo como parte del programa más amplio.

➔ Guía V.IV: Establecimiento de 'umbrales' para indicadores clave

Durante el diseño del plan de monitoreo, el equipo identificará valores medibles para cada indicador. Estos valores se denominan umbrales y son esenciales para el análisis de respuesta y el análisis continuo de los datos de monitoreo, ya que se utilizarán para señalar una alerta que podría dar lugar a un cambio predefinido en el diseño del programa. Sin este valor umbral, es difícil evaluar la información de monitoreo y comprender los cambios. Por ejemplo, con respecto al precio: Si el precio medio de una determinada unidad de bien es de \$3.50 dólares, el equipo podría decidir que cualquier variación (superior o inferior) de más del 10% indica la necesidad de revisar el valor de la transferencia en efectivo. Por lo tanto, si el precio aumentara a más de \$3.85, el equipo tendría que revisar.

Para definir umbrales:

- Para cada bien y servicio básico, documente el precio en tiempo real de ese bien/servicio y anote el cambio esperado en el precio de ese artículo durante el año, considerando la inflación y los cambios estacionales. Acordar los precios mínimos y máximos (cambios a partir del precio de umbral) que se aceptarán para la intervención *antes de que se realicen cambios en la intervención (por lo tanto, antes de que sea necesario revisar el valor monetario de la CBI)*.
- Para cada bien y servicio básico, tome nota del volumen total identificado mediante la evaluación del mercado. Herramienta de Colección de Datos 4: Supervisión de la CBI para preguntar sobre cambios en el volumen y la disponibilidad. Si se informa que la disponibilidad está disminuyendo, alerte para activar una revisión/ajuste adicional.



TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Acrónimos

AGD	Edad, Género y Diversidad
CBI	Intervención basada en efectivo
FGD	Discusión en grupo focal
KII	Entrevista a informante clave
MAF	Marco de Evaluación del Mercado
MFT	Equipo Multifuncional

GLOSARIO DE TÉRMINOS Y DEFINICIONES UTILIZADOS CON FRECUENCIA

Necesidades básicas²⁷: El concepto de necesidades básicas se refiere a los bienes, servicios públicos, servicios o recursos esenciales que los hogares necesitan de manera regular o estacional para garantizar la supervivencia a largo plazo y los niveles de vida mínimos, sin recurrir a mecanismos de supervivencia negativos ni comprometer su salud, dignidad y medios de subsistencia esenciales. La asistencia para atender las necesidades básicas se podría prestar mediante una serie de modalidades, entre ellas efectivo, bonos, ayuda en especie y servicios. El Enfoque de Necesidades Básicas (BNA) considera que la pobreza es una “privación de consumo” (alimentación, nutrición, agua potable, educación, salud, etc. insuficientes) y a menudo se opone al enfoque de capacidad (CA), en el que la pobreza se considera una “privación de oportunidades” relacionada con los estilos de vida que las personas valoran.

Según el BNA, la pobreza absoluta se mide comparando el nivel de consumo de los hogares con los recursos mínimos absolutos necesarios para el bienestar físico y material, generalmente en términos de consumo de bienes y servicios esenciales. La línea de pobreza se define entonces como la cantidad de ingresos necesarios para satisfacer esas necesidades.

CBI: Las CBI se refieren a todas las intervenciones en las que se proporciona efectivo o bonos para bienes o servicios a los refugiados y otras personas de interés en forma individual o comunitaria. El concepto no incluye dinero en efectivo o bonos proporcionados a gobiernos u otros actores estatales o pagos a trabajadores humanitarios o proveedores de servicios. El término se puede utilizar indistintamente con transferencias basadas en efectivo, programación de transferencias en efectivo y asistencia en efectivo y bonos.

Competencia²⁸: La competencia del mercado garantiza que la población objetivo tenga la opción de comprar sus bienes. La competencia puede entenderse a través de la siguiente definición: ‘La competencia se produce cuando hay un número suficiente de comerciantes (vendedores o compradores) que compiten entre sí por negocios en un mercado, de manera tal que ningún individuo o empresa domine el mercado. Cuando existe una competencia efectiva, ningún comerciante puede fijar injustamente el precio de un bien o servicio. Esto conduce a una mejor calidad para los consumidores, o a mejores utilidades para los productores y empleados. Los mercados verdaderamente competitivos también dependen de que los comerciantes no puedan coludar entre sí para imponer un precio fijado para los bienes.’²⁹

La competencia puede medirse evaluando el número y el tamaño de los comerciantes en un mercado que venden el mismo tipo y calidad de bienes a un precio similar.

En comparación un **monopolio** es “una situación en la que un único actor del mercado controla todo (o casi todo) el mercado de un determinado tipo de producto o servicio”. Esta es una forma extrema de poder de mercado. Puede surgir debido a barreras que impiden que otros comerciantes rivales compitan, por ejemplo, altos costos de entrada, regulación gubernamental o coerción y/o corrupción.’³⁰

Contexto El contexto en el que se llevará a cabo la evaluación del mercado se refiere a la naturaleza de la situación humanitaria, el tiempo que los organismos han estado trabajando allí y cualquier cambio en la situación general que se haya producido recientemente o que pueda ocurrir en un futuro próximo. La descripción del contexto incluye el número de personas afectadas y algunos detalles sobre de dónde han venido las personas de interés. Los factores contextuales pueden tener un impacto significativo en los mercados locales. Por ejemplo, si ha habido una afluencia reciente de personas, es probable que esto haya aumentado la demanda de bienes en los mercados locales.

Bienes y servicios básicos: Los bienes y servicios básicos son bienes y servicios que necesita la población objetivo para satisfacer sus necesidades básicas. Los bienes y servicios básicos se identifican en las evaluaciones de necesidades y en las consultas con las personas de interés para su inclusión en la evaluación del mercado por las siguientes razones:

- Las poblaciones afectadas las han priorizado como necesarias para satisfacer sus necesidades básicas a corto y largo plazo;
- Representan bienes y servicios (de una especificación de calidad aceptable) que están disponibles – o pueden estar disponibles – en los mercados locales.

Demanda: La demanda es la cantidad de un bien o servicio particular que un consumidor o grupo de consumidores deseará comprar a un precio determinado durante un período de tiempo determinado.³¹ La demanda está influenciada³² por:

- Los ingresos;
- Las necesidades, los gustos y preferencias de los consumidores;
- El precio de los productos sustitutivos y complementarios;
- Las expectativas de los consumidores sobre los precios futuros; y,
- El número de consumidores potenciales en el mercado.

Demanda efectiva³³: Los proveedores suministran bienes y servicios que saben que serán comprados por sus consumidores, bienes y servicios de los que saben que hay una demanda. La demanda del mercado es la cantidad de un bien o servicio particular que un consumidor o grupo de consumidores deseará comprar a un precio determinado durante un período de tiempo determinado. Solo las personas que pueden pagar por sus bienes y servicios tienen una demanda efectiva.

Integración³⁴: Un mercado se considera integrado cuando los vínculos entre actores del mercado local, regional y nacional funcionan bien. Por lo tanto, en un mercado bien integrado, si hay escasez de bienes en un mercado, habría un flujo bastante fácil de estos bienes desde otros mercados cercanos. Por lo tanto, el concepto de integración del mercado describe la facilidad y regularidad con que fluyen los productos básicos de un mercado a otro. Observar cómo se mueven los precios juntos en los diferentes mercados puede dar una indicación de integración. Por lo tanto, la integración se puede medir mediante:

- Series de datos temporales sobre los precios de estos bienes y servicios para uno o más mercados relacionados, conectados o integrados
- Si las variaciones de precios en un mercado están relacionadas con las variaciones en el otro, es decir, si los precios están correlacionados, es probable que los mercados estén integrados. – Este método puede medir cómo los precios se mueven juntos a lo largo del tiempo. Si los mercados están integrados, los cambios de precios en un mercado se transmitirían al otro.

Tenga en cuenta que dentro de un área como una sola provincia o región de un país, algunos mercados pueden estar bien integrados, mientras que otros pueden estar mal integrados. La integración está influenciada por varios factores:

- Una buena infraestructura de mercado, como carreteras y almacenamiento, y unas buenas telecomunicaciones ayudan a integrar los mercados;
- La expansión de las redes de telefonía celular ha hecho más accesible la comunicación de información del mercado sobre suministros, precios y otros atributos importantes del mercado, ayudando a integrar mejor los mercados;
- Las regulaciones sobre el movimiento de los bienes, las cuales pueden afectar la integración, especialmente las regulaciones y la corrupción; para algunos comerciantes de algunas zonas, los cobros informales y los cuellos de botella son uno de los determinantes más importantes de si se trasladarán bienes a lo largo de una zona; y los disturbios y el vandalismo, que tienen una influencia importante en el movimiento de bienes; para los pastores y los transportadores de ganado en el Gran Cuerno de África, por ejemplo, el banditaje o vandalismo es un problema común.

Mercados: La comprensión del término "mercados" varía significativamente entre las personas y las organizaciones; puede representar una ubicación física fija o virtual. Teniendo en cuenta su público objetivo, esta orientación pretende que el término "mercado" signifique lo siguiente: "una red de actores del mercado que compran y venden una serie de bienes, apoyados por diversas formas de infraestructura y servicios, interactuando en el contexto de reglas y normas que configuran su entorno empresarial".³⁵ El término mercado, como se utiliza en este documento, por lo tanto puede ir más allá de la ubicación física donde la gente compra y vende productos. Para evitar confusiones, el término mercado en este documento se entiende como una ubicación física. El mercado es parte de un sistema de mercado, porque es donde los compradores y vendedores interactúan.

El entorno del mercado: El entorno del mercado incluye los órganos y políticas gubernamentales, las tendencias de los precios, la corrupción, las cuestiones de género y protección, las restricciones a la circulación de refugiados, las actividades de otros organismos, etc. La infraestructura del mercado se refiere a la infraestructura necesaria para permitir el funcionamiento de la cadena de suministro, incluidos el transporte, el almacenamiento, las redes viales y los servicios financieros.

Programación basada en el mercado³⁶: Proyectos que trabajan a través de o apoyan los mercados locales. Dicha programación cubre todos los tipos de involucramiento con los sistemas de mercado, desde su utilización para ofrecer una intervención de socorro hasta el fortalecimiento y desarrollo proactivos de los sistemas de mercado locales.

Mapa del mercado³⁷: Información crítica sobre el sistema de mercado capturada en un mapa. Esto incluye el entorno del mercado (instituciones, regulaciones, normas y tendencias estacionales e históricas en la disponibilidad y los precios); la cadena de mercado (número de actores del mercado, volúmenes en los que comercian, sus vínculos y relaciones de poder); los puntos clave de la infraestructura; y los servicios de apoyo al mercado. También puede incluir información sobre el acceso y control diferencial de mujeres y hombres en diversas partes de los sistemas del mercado en diferentes momentos, como consumidores y como productores. Un mapa de mercado proporciona una imagen estática del sistema de mercado en un momento determinado que permitirá la comparación con un segundo mapa creado durante un período diferente.

Sistema de mercado: El sistema de mercado incluye todo el sistema de distribución de mercancías (o cadena de suministro) desde la producción hasta el consumo. Los elementos del sistema de mercado pueden resumirse de la siguiente manera³⁸:

- Actores o participantes: productores, comerciantes, transportistas, consumidores, gobierno, etc.;
- Infraestructura: edificios y puestos de mercado, instalaciones de almacenamiento, redes viales, etc.;
- Información – boletines, emisiones de radio, intercambio informal, etc.;
- Servicios: financiación, manejo, transporte, almacenamiento de productos, etc.
- Relaciones – contratos, acuerdos, redes familiares e informales, etc.;
- Decisiones y estrategias – transacciones, compras, ventas, prestación de servicios, etc.; y.
- Marco legal y normas – calificaciones y estándares, leyes de propiedad y contratos, licencias, impuestos, etc.

El equipo de evaluación elabora una imagen del sistema de mercado, entendiendo primero el mercado, luego elaborando las cadenas de suministro del mercado y, por último, entendiendo el entorno y la infraestructura más amplios.

MEB³⁹: Una canasta de gastos mínimos (MEB) requiere la identificación y cuantificación de los artículos y servicios de las necesidades básicas que pueden ser monetizados y accesibles en calidad adecuada a través de los mercados y servicios locales. Los artículos y servicios incluidos en una MEB son aquellos que los hogares en un contexto determinado probablemente prioricen, de manera regular o estacional. Una MEB es inherentemente multisectorial y se basa en el costo medio de los artículos que componen la canasta. Se puede calcular para varios tamaños de hogares

Transferencias de Efectivo Multipropósito (MPC)⁴⁰: Las Transferencias de Efectivo Multipropósito (MPC) son transferencias (periódicas o de una sola vez) que corresponden a la cantidad de dinero necesaria para cubrir, total o parcialmente, las necesidades básicas y/o de recuperación de un hogar. El término se refiere a las transferencias en efectivo diseñadas para atender múltiples necesidades, con el valor de la transferencia calculado en consecuencia. Los valores de transferencia de las MPC suelen indexarse a los vacíos de gastos basados en una canasta de gastos mínima (MEB) u otro cálculo monetizado de la cantidad necesaria para cubrir las necesidades básicas. Todas las MPC son irrestrictas en términos de uso, ya que pueden gastarse como el destinatario elija. Este concepto también puede ser referido como Subsidios Multipropósito en Efectivo (MPG), o Asistencia en Efectivo Multipropósito (MPCA).

Precio⁴¹: El precio es un elemento estándar e importante del análisis del mercado. En consecuencia, los precios son probablemente el indicador más utilizado, analizado y comunicado.

Precio es el costo o valor de un bien o servicio expresado en términos monetarios. El precio, en el sentido más puro, indica el valor que se le ha dado a una mercancía. Las señales de precios pueden llevar información sobre el costo de producción, transporte, almacenamiento, percepción y deseo de la mercancía, así como, en algunos casos, distorsiones. Un precio representa un acuerdo entre un comprador y un vendedor al que se llega a través de un proceso negociado.

Estacionalidad: En el contexto de una evaluación del mercado, la estacionalidad se refiere a la forma en que los mercados se comportan durante un año normal. Esto incluye cómo cambian los comportamientos de los consumidores, así como la manera en que responden los mercados. El proceso de evaluación del mercado considera específicamente cómo los factores estacionales afectan los siguientes aspectos:

- Volumen de los bienes encontradas en los mercados;
- Precios de los bienes encontrados en los mercados;
- Movimiento y localización de personas (compradores y vendedores); y,
- Demanda de bienes por parte de los consumidores.

Oferta: La oferta es la cantidad de una mercancía que se ofrece en el mercado.⁴²La oferta está determinada⁴³por:

- Los costos de producción y tecnología;
- El precio de los productos sustitutos y complementarios;
- Las expectativas de los vendedores sobre los precios futuros; y,
- El número de vendedores en el mercado.

Capacidad de Ampliación de la Cadena de Suministro: La capacidad de expansión de la cadena de suministro se refiere a la capacidad de la cadena de suministro para aumentar el volumen de bienes disponibles en el mercado de referencia. Normalmente se mide como un porcentaje. Es necesario estimar la capacidad de expansión de la cadena de suministro si hay probabilidad de que la población aumente significativamente la demanda de bienes, ya que esta presión adicional sobre la cadena de suministro podría dar lugar a aumentos de precios hasta que la cadena de suministro pueda responder. Una cadena de suministro se puede ampliar si es posible lo siguiente:

- Un aumento del volumen de oferta básica de productos o servicios por parte de los comerciantes y proveedores de servicios;
- Un aumento en el número de comerciantes que suministran el bien o servicio básico en el mercado de referencia. Estos son los comerciantes y proveedores de servicios que se sienten atraídos por el negocio potencial creado por un aumento de la demanda.



REFERENCIAS

- Albu, M. (2010) Emergency Market Mapping and Analysis Toolkit. Practical Action Publishing.
- Austen L. and Chessex, S. (2013) Minimum requirements for market analysis in emergencies. The Cash Learning Partnership.
- Catholic Relief Services (2016) Scoping Study Market Support Interventions (draft, March 2016)
- Catholic Relief Services. 2020. MARKit: Market Monitoring, Analysis and Response Kit. 2nd Edition. Baltimore: CR
- EMMA (2015) Emergency Market Mapping and Analysis Toolkit
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (2008) Market Assessment and Analysis: Learner's Notes, Lesson 1: Markets and Food Security.
- Julliard, H. (2016) Revised Pre-Crisis Market Analysis (PCMA). IRC and Oxfam.
- Key Development Services (2014) Development of a Framework for Multipurpose cash assistance to improve aid effectiveness in Lebanon: Support to the Market Assessment and Monitoring Component
- Mohiddin, L., Smith, G. with Phelps, L. (2017 draft) Urban Multi-sector Assessment Tool for urban displacement contexts (UMVAT): Guidance Document. Consejo Noruego Para Refugiados
- Parker, E. and Maynard, V. (2015) Humanitarian Response to Urban Crises: A Review of Area-Based Approaches, Working Paper, IIED, London
- Simpson, S. and Juillard, H. (2018) Market Support interventions in Humanitarian Contexts – A Tip Sheet, A CaIP Resource co-developed with CRS.
- ICRC and International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies (2014a) Market Analysis Guidance
- ICRC and International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies (2014b) Rapid Assessment for Markets: Guidelines for an initial emergency market assessment
- UNHCR et al. (2015) Operational Guidance and Toolkit for Multipurpose Cash Grants (part of the Enhanced Response Capacity Project 2014–2015)
- UNHCR (2016) Strategy for the Institutionalisation of Cash-Based Interventions in UNHCR: 2016–2020
- UNHCR (2017) Needs Assessment Handbook
- UNHCR (2017) CBI Feasibility and Response Toolkit
- World Food Programme (WFP) (2011) Market Analysis Framework: Tools and Applications for Food Security Analysis and Decision-Making
- WFP (2016) Lake Chad Basin Crisis Regional Market Assessment
- WFP and PDPE (2007) Market Analysis Tool: Market Integration
http://documents.wfp.org/stellent/groups/public/documents/manual_guide_proced/wfp187901.pdf
- Women's Refugee Commission (2016) Service Provision Mapping Tool: Urban Refugee Response (Pilot)
<https://www.womensrefugeecommission.org/gbv/resources/1353-urban-gbv-tools>

NOTAS FINALES

¹ Se entiende que la programación basada en el mercado o las intervenciones basadas en el mercado son proyectos que funcionan a través de los mercados locales o que los apoyan. Los términos cubren todos los tipos de involucramiento con los sistemas de mercado, desde acciones que proporcionan alivio inmediato hasta aquellas que fortalecen y catalizan de manera proactiva los sistemas de mercado locales o los centros de mercado.

² Intervenciones Basadas en Efectivo es el término utilizado por el ACNUR para cubrir la asistencia a través de dinero en efectivo y bonos.

³ Por ejemplo, el Kit de Herramientas para la Evaluación Rápida de Necesidades de Educación Global del Cluster de Educación examina la oferta y la demanda de instalaciones educativas. Asimismo, el Grupo WASH Mundial publicó guías específicas para [Programación WASH basada en el Mercado](#), mientras que el ACNUR también está finalizando una guía más detallada sobre la asistencia para renta. El PMA dispone de orientación detallada sobre la evaluación de mercados y cadenas de suministro de alimentos.

⁴ Mercado en esta guía se refiere al lugar donde se intercambian bienes y servicios.

⁵ Se debe explorar cuidadosamente los porcentajes de expansión de la cadena de suministro si se da alguna de las siguientes condiciones: La población objetivo representa más del 20% de la población total que utiliza el mismo mercado de referencia, o la demanda inducida de la población objetivo total representa más del 10% de las corrientes comerciales normales en las zonas rurales o el 25% en las zonas urbanas.

⁶ Si bien el cuestionario de comerciantes es particularmente útil para obtener información sobre la capacidad de la cadena de suministro para los bienes disponibles en las tiendas locales, el Cuestionario de informantes clave es más adecuado para ser utilizado para los servicios y para entrevistar a interesados que no sean comerciantes.

⁷ Una herramienta digital de recolección y análisis de datos en línea (KoBoCollect) a menudo conocida como Kobo.

<https://www.humanitarianresponse.info/en/applications/kobotoolbox/document/kobotoolbox-excel-data-analyzer-v123>

⁸ Adaptado de las Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (2014a)

⁹ Por ejemplo, se incluye la vigilancia periódica de los cambios contextuales, como los movimientos de población y los cambios en el número de personas que necesitan asistencia y sus necesidades prioritarias; el monitoreo de la protección, incluida la seguridad de las poblaciones destinatarias y su libertad de circulación; el monitoreo de procesos de CBI incluyendo el monitoreo de procesos financieros y monitoreo de proveedores de servicios financieros. Seguimiento de los resultados de la CBI para evaluar si la CBI le permite satisfacer sus necesidades básicas u objetivos sectoriales a los receptores.

¹⁰ En un esfuerzo por informar sobre las intervenciones basadas en efectivo y comprender mejor la dinámica del mercado en Libia, el Grupo de Trabajo sobre efectivo de Libia (GTC) creó la Iniciativa conjunta de monitoreo del mercado (JMMI) en junio de 2017. La iniciativa está dirigida por el Grupo de Trabajo de mercados del CWG, dirigido por REACH y apoyado por los miembros del CWG. Está financiado por la OFDA y el ACNUR. Los mercados de las principales zonas urbanas de Libia se evalúan mensualmente.

¹¹ Catholic Relief Services. 2020. MARKit: Market Monitoring, Analysis and Response Kit. 2nd Edition. Baltimore: CRS

¹² ACNUR y PMA (2013) Examen de la Protección y el Género en las Transferencias en Efectivo y Bonos; ACNUR (2015) Guía para la Protección en Intervenciones Basadas en Efectivo; ACNUR (2015) Recomendaciones Clave para la protección en las Intervenciones Basadas en Efectivo; ACNUR (2015) Herramienta de Análisis de Riesgos y Beneficios de Protección; ACNUR (2015) Resultados de Protección en las Intervenciones Basadas en Efectivo: Una Revisión de la Literatura. PMA (2018); Revisión de los vínculos entre las cuestiones de género, la evaluación del mercado y las intervenciones basadas en el mercado.

¹³ ACNUR, Política sobre la edad, el género y la diversidad, 8 de marzo de 2018.

¹⁴ Tomado del MISMA, Calp 2019

¹⁵ PMA (2016) Evaluación del Mercado Regional de la crisis de la cuenca del lago Chad

¹⁶ Para más información ver RCRC (2014a y 2014b) y Albu (2010, pág. 111).

¹⁷ Parker y Maynard (2015) p.5

¹⁸ Juillard (2016) p.21

¹⁹ Adaptado de Food and Agriculture Organization of the United Nations, *Market Assessment and Analysis: Learner's Notes, Lesson 1: Markets and Food Security*, 2008 and Mike Albu, *The Emergency Market Mapping and Analysis Toolkit*, 2010, Practical Action Publishing.

²⁰ Albu, Mike, *The Emergency Market Mapping and Analysis Toolkit*, 2010, Practical Action Publishing, glossary.

²¹ *Ibid*

²² Adaptado de Food and Agriculture Organization of the United Nations, *Market Assessment and Analysis: Learner's Notes, Lesson 1: Markets and Food Security*, 2008, and Mike Albu, *The Emergency Market Mapping and Analysis Toolkit*, 2010, Practical Action Publishing.

²³ Austen, Lois y Sebastien Chessex, *Requisitos Mínimos para el Análisis del Mercado en Emergencias*, The Cash Learning Partnership, Oxford, 2013.

²⁴ Un mercado se considera integrado si existen buenos vínculos entre los agentes del mercado local, nacional y regional y si existe una gama de productores, proveedores y vendedores alternativos.

²⁵ Un mercado se considera competitivo si hay suficientes productores, proveedores y vendedores para que no exista un monopolio único.

²⁶ CRS et al (2015) Markit, kit de seguimiento de precios, análisis y respuesta, página 11

²⁷ Glosario de terminología para asistencia en efectivo y bonos, Calp, 2018

²⁸ Adaptado de Food and Agriculture Organization of the United Nations, *Market Assessment and Analysis: Learner's Notes, Lesson 1: Markets and Food Security*, 2008 and Mike Albu, *The Emergency Market Mapping and Analysis Toolkit*, 2010, Practical Action Publishing.

²⁹ Albu, Mike, *The Emergency Market Mapping and Analysis Toolkit*, 2010, Practical Action Publishing, glossary.

³⁰ *Ibid*

³¹ 14 Food and Agriculture Organization of the United Nations, *Market Assessment and Analysis: Learner's Notes, Lesson 1: Markets and Food Security*, 2008, pp. 8–9.

³² Programa Mundial de Alimentos, *Marco de Análisis de Mercados: Herramientas y aplicaciones para el análisis y la adopción de decisiones sobre seguridad alimentaria*, 2011, pág. 8

³³ Food and Agriculture Organization of the United Nations, *Market Assessment and Analysis: Learner's Notes, Lesson 1: Markets and Food Security*, 2008, pp. 8–9.

³⁴ Adaptado de Food and Agriculture Organization of the United Nations, *Market Assessment and Analysis: Learner's Notes, Lesson 1: Markets and Food Security*, 2008, and Mike Albu, *The Emergency Market Mapping and Analysis Toolkit*, 2010, Practical Action Publishing.

³⁵ Adaptado de: Sociedades Internacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (2014a) y Programa Mundial de Alimentos, *Marco de Análisis de mercados: Herramientas y aplicaciones para el análisis y la adopción de decisiones sobre seguridad alimentaria*, 2011.

³⁶ Comité Internacional de Rescate, 2016.

³⁷ *Ibid*

³⁸ Food and Agriculture Organization of the United Nations, *Market Assessment and Analysis: Learner's Notes, Lesson 1: Markets and Food Security*, 2008, p. 12.

³⁹ Glosario de terminología para asistencia en efectivo y bonos, Calp, 2018

⁴⁰ Glosario de terminología para asistencia en efectivo y bonos, Calp, 2018

⁴¹ Adaptado de Food and Agriculture Organization of the United Nations, *Market Assessment and Analysis: Learner's Notes, Lesson 1: Markets and Food Security*, 2008, p. 17 y p. 78.

⁴² Food and Agriculture Organization of the United Nations, *Market Assessment and Analysis: Learner's Notes, Lesson 1: Markets and Food Security*, 2008, pp. 8–9.

⁴³ Programa Mundial de Alimentos, *Marco de Análisis de Mercados: Herramientas y Aplicaciones para el Análisis y la Adopción de Decisiones sobre Seguridad Alimentaria*, 2011, pág. 8

