

25-4-2019

# ESTUDIO RÁPIDO DE MERCADO

INFORME DEL LEVANTAMIENTO  
DE INFORMACIÓN



## **WORLD VISION ECUADOR**

### **Estudio Rápido de Mercado**

#### **Aprobación del Informe**

José Luis Ochoa

**Director Nacional**

#### **Revisión del Informe**

José Bagua

**Director de Ministerio Integrado**

Gabriela Benítez

**Especialista en Asuntos Humanitarios y Emergencias**

Ángel Cucurí

**Coordinador de Diseño, Monitoreo y Evaluación**

#### **Elaboración del informe**

Mayra Flores Jácome

**Especialista en Diseño, Monitoreo y Evaluación**

#### **Operativo de Campo**

Ronald Ramírez

**Asistente Técnico de HEA**

#### **Fecha de elaboración:**

Marzo, 2019

Quedan reservados todos los derechos. Para citar, parafrasear o de alguna manera reproducir la información presentada en este documento, debe ser citada la fuente: World Vision Ecuador (WVE) (2019), Dirección de Ministerio Integrado (DMI), disponible en: <https://www.worldvision.org.ec/descargas/>

Si quiere más información sobre este informe, por favor contactar al punto focal de DMI en WVE: Gabriela Benítez ([gabriela\\_benitez@wvi.org](mailto:gabriela_benitez@wvi.org))

#### **World Vision Ecuador (WVE)**

Gaspar de Villarroel E3-62 entre Jorge Drom y Londres

P.O. Box: 17-03-04

**Quito – Ecuador**

Teléfono: (593 2) 225 3475 Ext. 1101. Fax: (593 2) 227 0331

E-mail: [ecuador@wvi.org](mailto:ecuador@wvi.org)

## Tabla de Contenido

<b>Acrónimos</b> .....	<b>4</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>5</b>
<b>Propósito</b> .....	<b>5</b>
<b>Metodología</b> .....	<b>5</b>
<b>Sección 1 - Análisis de necesidades</b> .....	<b>6</b>
I. Diseño de Estudio.....	8
<b>Sección 2 - Mapeo de Mercado</b> .....	<b>10</b>
<b>Sección 3 – Análisis de los principales resultados del estudio</b> .....	<b>16</b>
I. Población venezolana .....	16
II. Entrevista Mercado.....	20
III. Entrevista Renta .....	29
<b>Conclusiones</b> .....	<b>31</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>32</b>

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico 1.</b> Ubicación geográfica de los principales mercados a los que acceden la población afectada.....	10
<b>Gráfico 2.</b> Tipos de mercado que más utiliza la población afectada.....	11
<b>Gráfico 3.</b> Principales productos que se comercializan en los mercados .....	11
<b>Gráfico 4.</b> Producción y Comercialización del Arroz en Ecuador.....	12
<b>Gráfico 5.</b> Producción y Comercialización del Trigo (Harina) en Ecuador .....	13
<b>Gráfico 6.</b> Mapa del mercado local y externo del Arroz en Ecuador .....	14
<b>Gráfico 7.</b> Mapa del mercado local y externo del Trigo (Harina) en Ecuador .....	15
<b>Gráfico 4.</b> Número total de miembros de la familia .....	17
<b>Gráfico 5.</b> El acceso a los mercados es seguro para las mujeres .....	18
<b>Gráfico 6.</b> Monto total gastado al mes por la población afectada.....	18
<b>Gráfico 7.</b> Alimentos de consumo regular.....	19
<b>Gráfico 8.</b> Principales agentes de transferencia de dinero utilizados por la población afectada .....	20
<b>Gráfico 9.</b> Número estimado de comerciantes mayoristas y minoristas de los principales mercados.....	21
<b>Gráfico 10.</b> Principales productos que se venden en los mercados.....	22
<b>Gráfico 11.</b> Tiempo que se tardan en abastecerse de productos, según la demanda.....	23
<b>Gráfico 12.</b> Procedencia de los principales proveedores y clientes.....	23
<b>Gráfico 13.</b> Procedencia de los clientes que visitan los principales mercados. ....	24
<b>Gráfico 14.</b> Comerciantes que solicitan crédito para comprar los productos.....	24

<b>Gráfico 15.</b> Género de las personas que compran en el mercado.....	25
<b>Gráfico 16.</b> Género de las personas que compran en el mercado por ciudades.....	25
<b>Gráfico 17.</b> Normas de Calidad implementadas por los comerciantes.....	26
<b>Gráfico 18.</b> Desafíos que enfrentan los comerciantes.....	27
<b>Gráfico 19.</b> Términos para asociarse con WV en la ejecución de un proyecto .....	28
<b>Gráfico 20.</b> Razones por las que no participarían con WV en la ejecución de un proyecto ...	28
<b>Gráfico 21.</b> Valor del arriendo .....	30
<b>Gráfico 22.</b> Valor del arriendo .....	30

## Acrónimos

PA	Programa de Área
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
PDI	Persona Desplazada Internamente
IG	Instituto Geofísico
LEAP	Aprendizaje a través de la Evaluación con Responsabilidad y Planificación
ONG	Organización No Gubernamental
WV	World Vision
WVE	World Vision Ecuador
WVUS	World Vision Estados Unidos
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
RAM	Evaluación Rápida para Mercados
HEA	Atención de Emergencia Humanitaria
INEN	Instituto Ecuatoriano de Normalización
ONG	Organización No Gubernamental
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censo

## Introducción

En los últimos años el Ecuador ha experimentado un importante crecimiento de la población, el mismo que está dado principalmente por la migración de ciudadanos de otras nacionalidades. Según cifras de la Cancillería ecuatoriana, Ecuador es el tercer receptor de venezolanos en América Latina y el Caribe (después de Colombia y Perú), desde el año 2015 hasta finales del año 2018, alrededor de 262.000 personas venezolanas se han establecido en el País, lo que significa el 1,9% de la población ecuatoriana; de las cuales 97.000 han logrado regularizar su situación migratoria (cuentan con visa) de acuerdo al Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. En el mes de agosto de 2018, se registraron flujos migratorios altos, llegando a más de 6.000 personas diarias.

Este fenómeno permite que los mercados constituyan un escenario básico para la comercialización de productos básicos de diversos comercios, un principal medio de ingreso para millones de personas, y su principal fuente de abastecimiento en productos de primera necesidad; de ahí su importancia respecto a los medios de vida o sustento de las personas que les permitan generar recursos suficientes para cubrir sus propios requerimientos y los de su hogar para continuar viviendo de modo sostenible y con dignidad.

El funcionamiento de los sistemas y las plazas de mercado puede verse limitados de manera significativa por diferentes crisis o perturbaciones, tales como los desastres naturales o conflictos migratorios, afectando la capacidad de las personas para acceder a productos básicos esenciales para su vida.

## Propósito

La Evaluación Rápida para Mercados (RAM) tiene por finalidad el establecimiento de un panorama general y básico de la situación de los principales mercados a raíz de una crisis. La evaluación contribuye a fortalecer el análisis previo a la intervención pues aporta datos sobre los mercados que, a su vez, son esenciales para la adopción de decisiones informadas de tipo de mecanismo de transferencia más adecuado en caso de asistencia (Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja).

## Metodología

La información de la Evaluación Rápida para Mercados (RAM) es trascendental para la implementación de los proyectos dirigidos a responder la crisis migratoria de la población venezolana. La información levantada proporciona un panorama real sobre la situación del mercado, tanto la forma de producción, transporte, compra y venta de productos, como las instituciones formales e informales, las reglas y normas que rigen esas interacciones y las infraestructuras que las facilitan.

El levantamiento de información se realizó en 7 ciudades seleccionadas, donde se observa mayor población venezolana y donde otras ONG no estén levantando información similar. La población encuestada corresponde a la población venezolana, complementado con entrevistas a mercados y viviendas de renta a población venezolana.

## Sección I - Análisis de necesidades

<b>Tipo de crisis:</b>	Migración venezolana
<b>Fecha en la que ocurrió la crisis:</b>	Desde el año 2018 hasta la fecha
<b>Fecha de la evaluación rápida de mercados:</b>	Marzo - abril 2019
<b>Zonas afectadas evaluadas:</b>	La localización geográfica del estudio se encuentra distribuida en 7 ciudades del Ecuador que fueron seleccionadas con los siguientes criterios: a) ciudades con presencia de población venezolana, b) ciudades donde ONG como PMA no esté levantando información similar, c) ciudades que están en planes de apoyo por parte de World Vision Ecuador, y d) ciudades priorizadas por el donante. Las ciudades seleccionadas son las siguientes: Manta, Ibarra, Riobamba, Quito, Tulcán, Machala y Babahoyo.
<b>Población total en la zona afectada:</b>	De acuerdo al Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), la proyección de la población ecuatoriana hasta el año 2018 en las zonas afectadas es: Manta - 259.052 personas; Ibarra - 214.552 personas; Riobamba - 258.597 personas; Quito - 2.690.150 personas; Tulcán – 100.057 personas; Machala – 283.037 personas; Babahoyo – 172.502 personas;  Total, población: <b>3.977.947</b> personas 1.046.828 hogares - basado en un tamaño de familia de 3,80.
<b>Población afectada en la zona de crisis:</b>	350.000 personas venezolanas radicadas en las 7 ciudades de estudio.  92.105 hogares - basado en un tamaño de familia de 3.80.

<p><b>Tamaño promedio de un hogar o una familia:</b></p>	<p>El tamaño promedio del hogar ecuatoriano es de 3.9 personas, según el INEC.</p> <p>El tamaño promedio de un hogar venezolano es de 3.80 personas, según los datos analizados en la evaluación RAM en abril de 2019.</p>
<p><b>Ubicación de la población afectada:</b></p>	<p>La RAM se centró en la población venezolana que radica en zonas rurales y urbanas de Manta (provincia Manabí), Ibarra (provincia Imbabura), Riobamba (provincia Chimborazo), Quito (provincia Pichincha), Tulcán (provincia Carchi), Machala (provincia El Oro) y Babahoyo (provincia Los Ríos).</p>
<p><b>Mercados evaluados:</b></p>	<p>Principales mercados locales ubicados en las 7 ciudades de estudio:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los Esteros, Manta;</li> <li>2. Nuevo Tarqui, Manta;</li> <li>3. Central de Manta;</li> <li>4. Amazonas, Ibarra;</li> <li>5. La Playa, Ibarra;</li> <li>6. La Condamine, Riobamba;</li> <li>7. Mayorista San Pedro, Riobamba;</li> <li>8. Santa Rosa, Riobamba;</li> <li>9. San Roque, Quito;</li> <li>10. Iñaquito, Quito;</li> <li>11. Municipal Chiriyacu, Quito;</li> <li>12. La Ofelia, Quito;</li> <li>13. Mayorista de Quito;</li> <li>14. Santa Clara, Quito;</li> <li>15. San Miguel, Quito;</li> <li>16. Central de Machala;</li> <li>17. 25 de Junio, Machala;</li> <li>18. Buenos Aires, Machala;</li> <li>19. Central de Babahoyo.</li> </ol>
<p><b>Cantidad de comerciantes (mayoristas y minoristas)</b></p>	<p><b>7.366</b> comerciantes mayoristas y minoristas de los principales mercados locales ubicados en las 7 ciudades seleccionadas para el estudio, según los datos analizados en la evaluación RAM en abril de 2019:</p> <p>Manta – 3.733 comerciantes;</p> <p>Ibarra - 46 personas;</p> <p>Riobamba - 268 personas;</p> <p>Quito - 1.565 personas;</p> <p>Tulcán – 283 personas;</p> <p>Machala – 971 personas;</p> <p>Babahoyo – 500 personas.</p>

**Productos básicos que demanda la población afectada por la crisis**  
(Tipo, volumen y duración solicitados por la población afectada)

Según los datos analizados en la evaluación RAM en abril de 2019, dentro de los productos clave que consume la población afectada y que se comercializan en los mercados locales están:

- Arroz - 18.620 toneladas (t) /año.  
Precio mínimo por libra USD. 0,40 y un máximo de USD. 0,50.
- Trigo (Harina) - 10.500 t/año.  
Precio mínimo por libra USD. 0,50 y un máximo de USD. 0,80.
- Pollo - 11.200 t/año.  
Precio mínimo por libra USD. 1,20 y un máximo de USD. 1,50.
- Maíz (grano y sus derivados) - 6.300 t/año.  
Precio mínimo por libra USD. 0,15 y un máximo de USD. 0,20.
- Aceite (comestible) - 5.355 t/año.  
Precio mínimo por litro USD. 1,50 y un máximo de USD. 2,00.
- Pescado - 2.068 t/año.  
Precio mínimo por libra USD. 1,25 y un máximo de USD. 1,50.
- Fréjol - 1.400 t/año.  
Precio mínimo por libra USD. 1,50 y un máximo de USD. 1,80.

Para el cálculo de la cantidad y frecuencia solicitadas por la población afectada, se utilizó el número total de personas afectadas (350.000) por el consumo promedio per cápita según datos del Ministerio de Agricultura, y Ganadería (MAG), y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO): arroz (53,2Kg/año); trigo-harina (30Kg/año); pollo (32Kg/año); Maíz en grano y sus derivados (18Kg/año); Aceite comestible (15.3Kg/año); pescado (5.91Kg/año); fréjol (4Kg/año).

## I. Diseño de Estudio

Como parte de la primera y segunda fase, se aplicaron herramientas para definir la población afectada, mercados y productos básicos donde se centrará el estudio.



**a. Tipo de Estudio**

Se realizó un estudio mixto cuantitativo y cualitativo, cuya audiencia son la población venezolana, comerciantes, vendedores de los mercados y personas que rentan viviendas a la población venezolana.

**b. Estudio Cuantitativo**

Se realizó un estudio cuantitativo de corte transversal, cuya audiencia fueron la población venezolana, localizadas en 7 ciudades seleccionadas para el estudio, para lo cual se utilizó la técnica de encuesta por muestreo, con la aplicación del instrumento compartido por WVUSA, que fueron revisados, validados y contextualizados por World Vision Ecuador previo a su aplicación.

**c. Estudio Cualitativo**

Para el componente cualitativo se aplicó la técnica de entrevistas a mercados pequeños, medianos y grandes de las ciudades seleccionadas para determinar si la crisis humanitaria afectó al funcionamiento de los sistemas y las plazas de mercado, a la capacidad de las personas para acceder a productos básicos esenciales para su vida y su sustento. El instrumento fue compartido por WVUSA, los cuales fueron revisados, validados y contextualizados por World Vision Ecuador previo a su aplicación.

La combinación entre la información cualitativa y cuantitativa permite explorar a profundidad el o los fenómenos estudiados, los significados y enriquecer la interpretación de los datos obtenidos, a partir de los cuales se establecerán conclusiones y recomendaciones en relación al comportamiento del mercado.

**d. Recolección de Información**

Para el proceso de recolección de información se utilizaron encuestas y entrevistas contextualizadas, que fueron implementadas a través del sistema KoBoCollect<sup>1</sup>. Para el trabajo en campo se utilizaron 7 Tablet, y el equipo que participó en este estudio estuvo conformado por: a) 7 encuestadores, b) 1 supervisor, c) coordinador de DME, d) Especialista de HEA y f) Especialista Cash-Transfer World Vision Canadá.

**e. Procesamiento.**

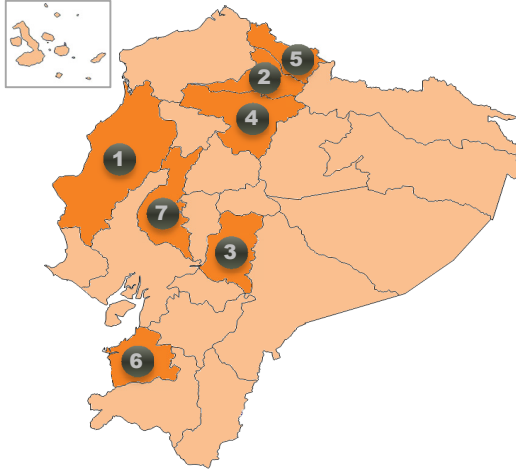
El procesamiento de la información, se realizó a través de la hoja electrónica Microsoft Excel, para generar totales, promedios, frecuencias y gráficos; con un enfoque participativo por parte del equipo que participó en el estudio.

---

<sup>1</sup>KoBoCollect (Android) es una aplicación que permite recopilar datos de entrevistas u otra información tanto *online* como *offline* relativa a numerosos aspectos tales como emergencias humanitarias y otros entornos ambientales (catástrofes naturales, crisis humanitarias, etc.).

## Sección 2 - Mapeo de Mercado

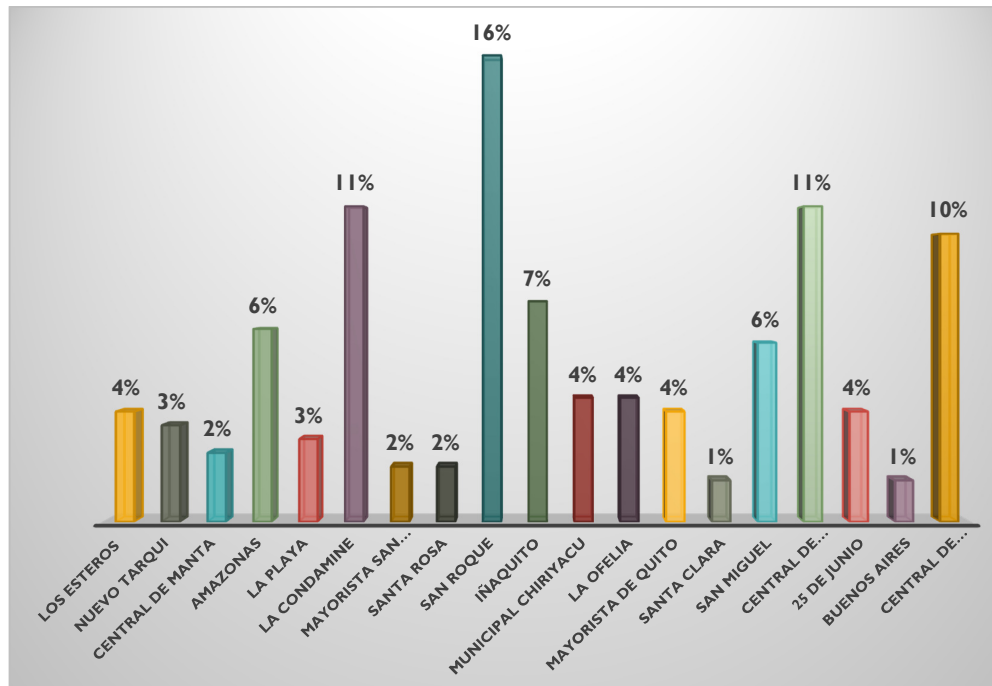
**Gráfico 1. Ubicación geográfica de los principales mercados a los que acceden la población afectada**



Número	Provincia	Ciudad	Mercado
1	Manabí	Manta	Los Esteros
			Nuevo Tarqui
			Central
2	Imbabura	Ibarra	Amazonas
			La Playa
3	Chimborazo	Riobamba	La Condamine
			Mayorista San Pedro
			Santa Rosa
4	Pichincha	Quito	San Roque
			Iñaquito
			Municipal Chiriyacu
			La Ofelia
			Mayorista
5	Carchi	Tulcán	San Miguel
6	El Oro	Machala	Central
			25 de Junio
			Buenos Aires
7	Los Ríos	Babahoyo	Central

Fuente: HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

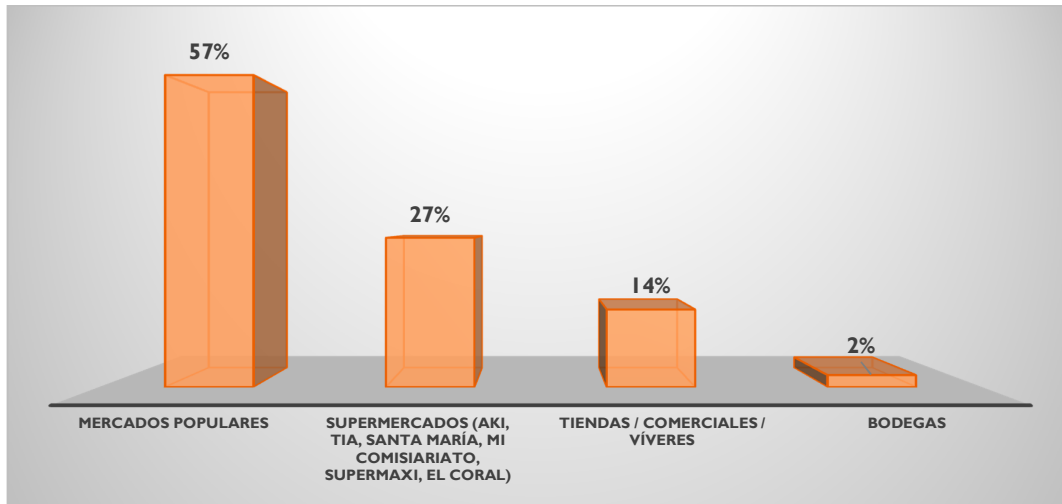
Elaboración: DME - World Visión Ecuador, abril 2019.



Fuente: HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

Elaboración: DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

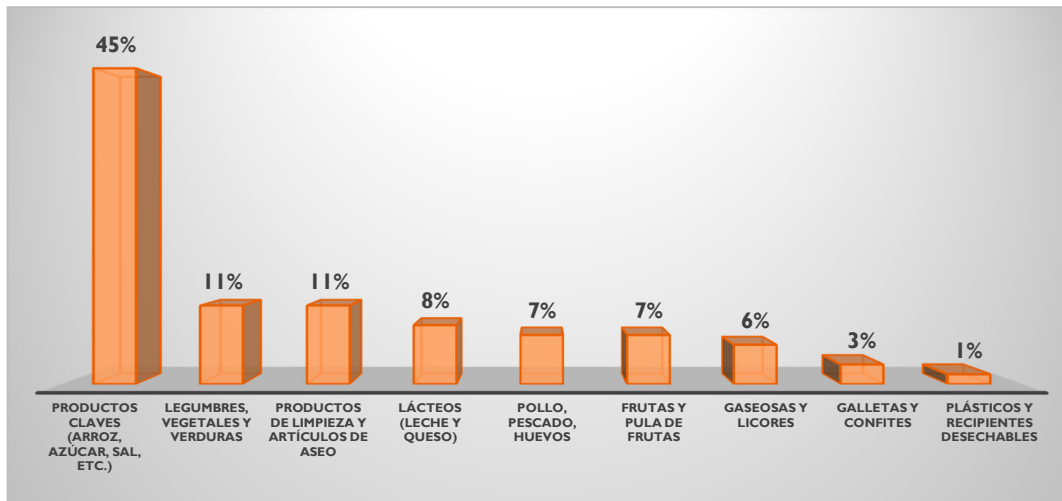
**Gráfico 2. Tipos de mercado que más utiliza la población afectada**



**Fuente:** HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

**Elaboración:** DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

**Gráfico 3. Principales productos que se comercializan en los mercados**

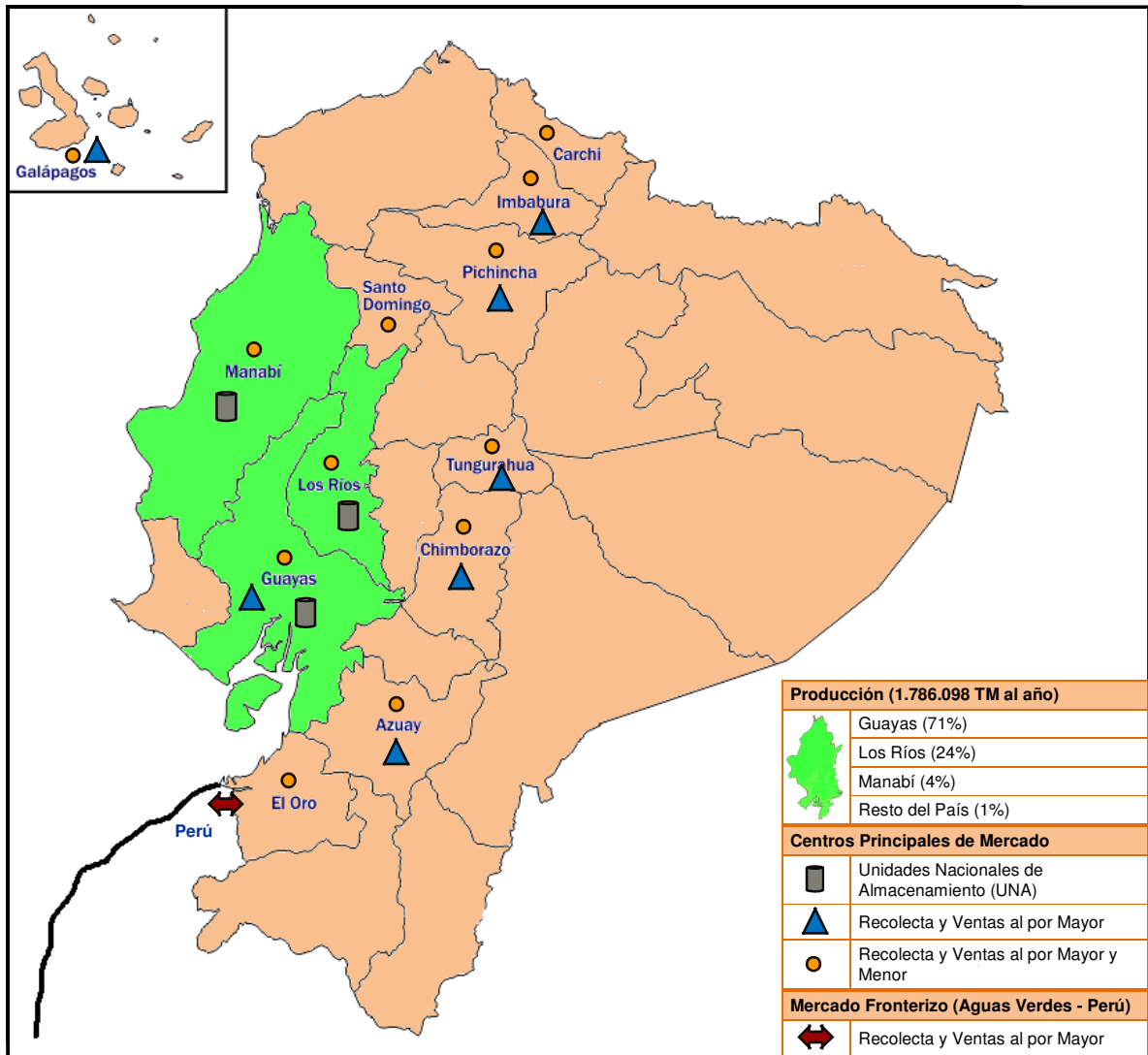


**Fuente:** HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

**Elaboración:** DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

## a) Mapas de Producción y Flujo de mercado

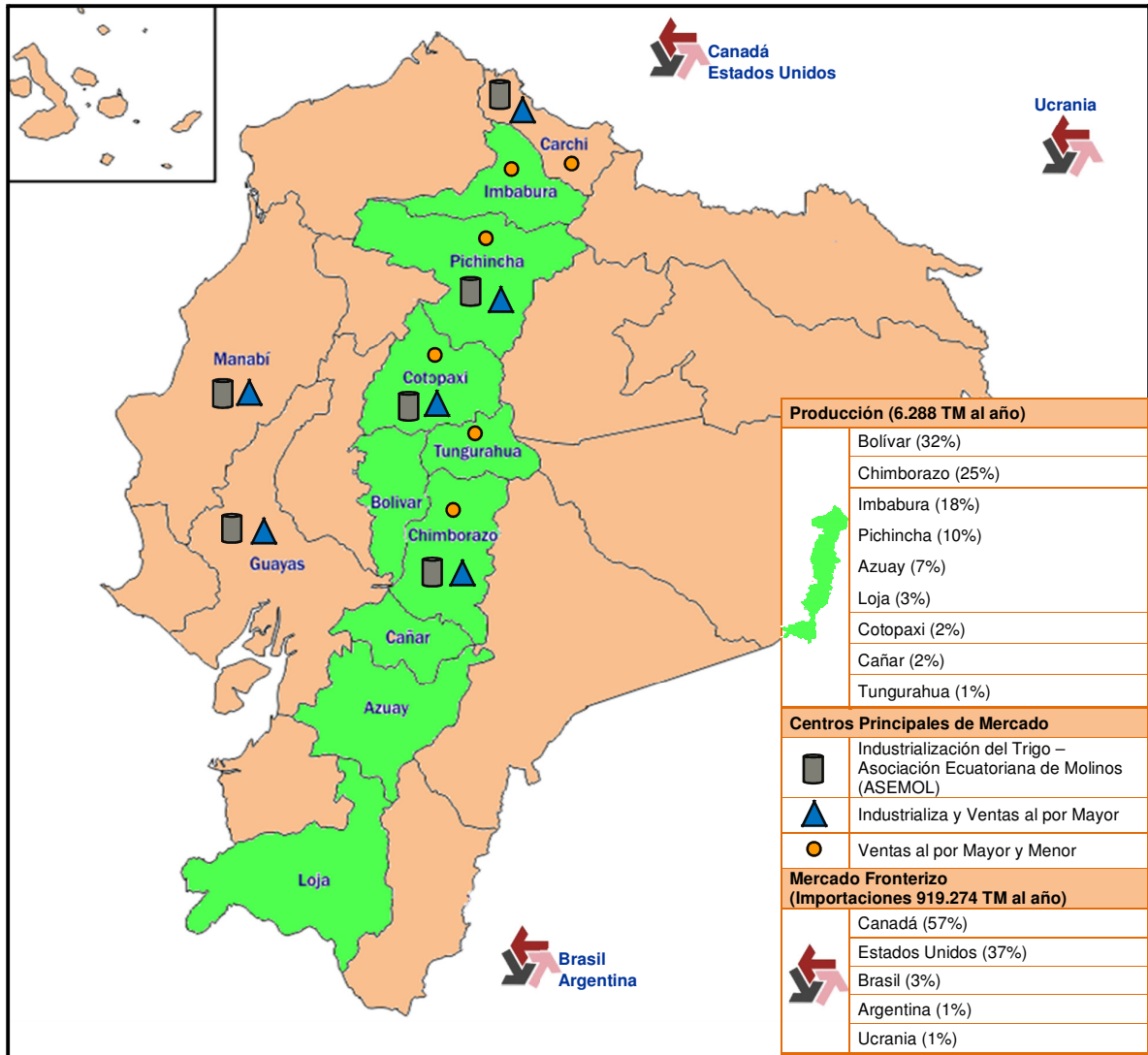
**Gráfico 4. Producción y Comercialización del Arroz en Ecuador**



Fuente: HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

Elaboración: DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

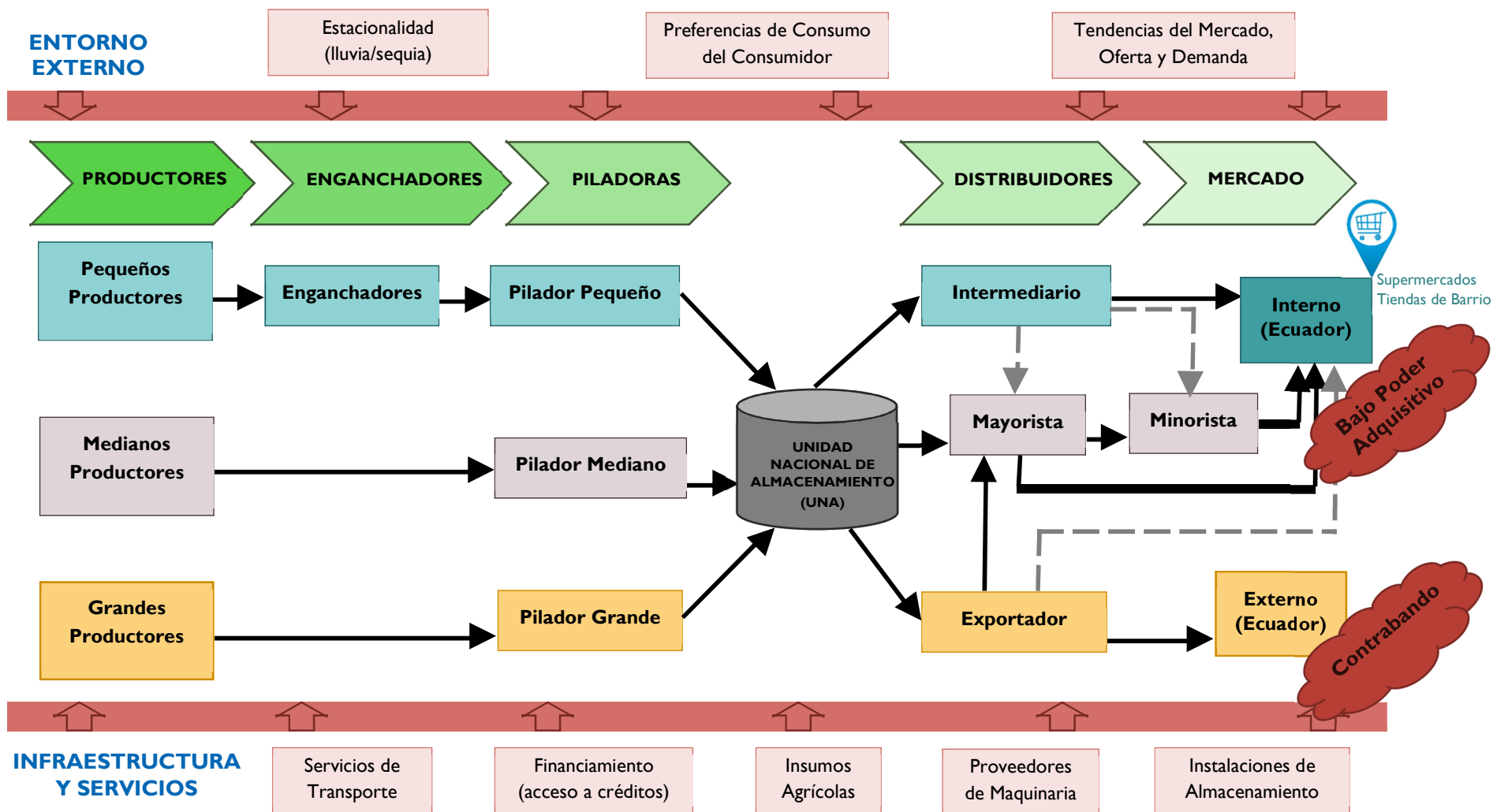
Gráfico 5. Producción y Comercialización del Trigo (Harina) en Ecuador



Fuente: HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

Elaboración: DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

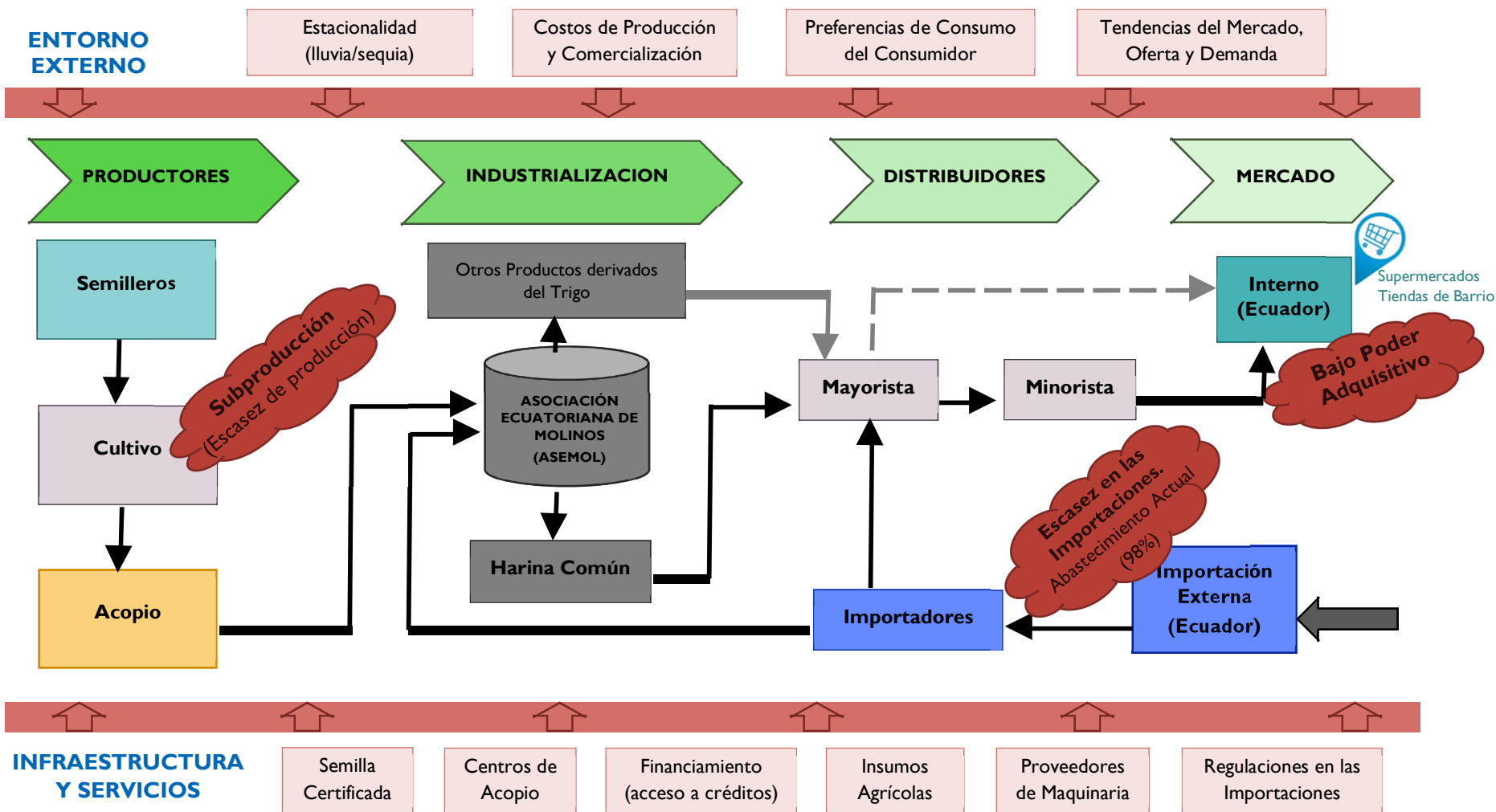
**Gráfico 6. Mapa del mercado local y externo del Arroz en Ecuador**



Fuente: HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

Elaboración: DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

**Gráfico 7. Mapa del mercado local y externo del Trigo (Harina) en Ecuador**



Fuente: HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.  
 Elaboración: DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

## Sección 3 – Análisis de los principales resultados del estudio

Después de revisar los gráficos de la sección 2 y la información recopilada utilizando las herramientas de Evaluación rápida para mercados (RAM), se presentan los principales hallazgos y resultados del estudio, que permiten visualizar la situación actual de los principales mercados, permitiendo tomar decisiones en el momento de diseñar e implementar intervenciones de apoyo y fortalecimiento de estos espacios.

### I. Población venezolana



A continuación, se presentan los principales hallazgos y conclusiones de la encuesta realizada a 398 personas venezolanas que residen en las 7 ciudades de estudio. Esta información nos permite conocer la demanda y acceso de la población afectada a los productos básicos que se comercializan en los principales mercados.

**Tabla I.** Encuestas a población venezolana

Número	Ciudades	Encuestas
1	MANTA	45
2	IBARRA	42
3	RIOBAMBA	48
4	QUITO	143
5	TULCAN	38
6	MACHALA	46
7	BABAHOYO	36
		<b>398</b>

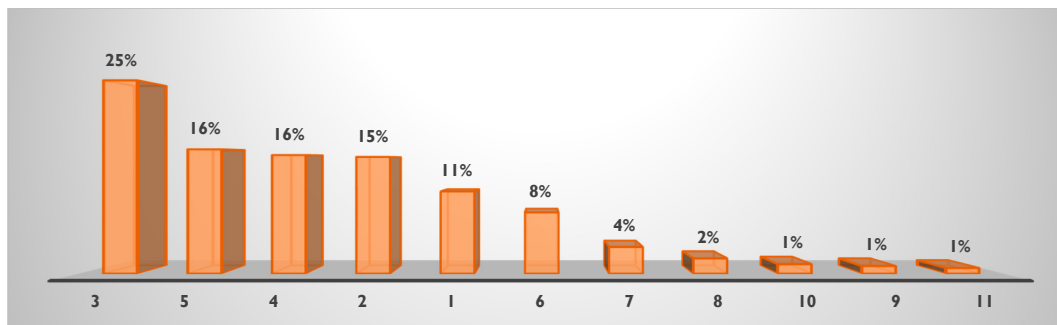
*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.  
*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.



En las 7 ciudades de estudio, se realizaron entrevistas a 398 jefes de hogar, siendo Quito la ciudad que concentra al mayor número de participantes 36%, seguido por Riobamba y Machala con el 12%, Manta e Ibarra con el 11%, Tulcán con el 10%, y Babahoyo con el 9%. Así mismo el 62% fueron de género masculino y el 38% de género femenino.

El promedio de número de integrantes de las familias venezolanas es 3.80, los integrantes de las familias son padres, hijos, primos, abuelos, etc.

**Gráfico 8. Número total de miembros de la familia**



*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

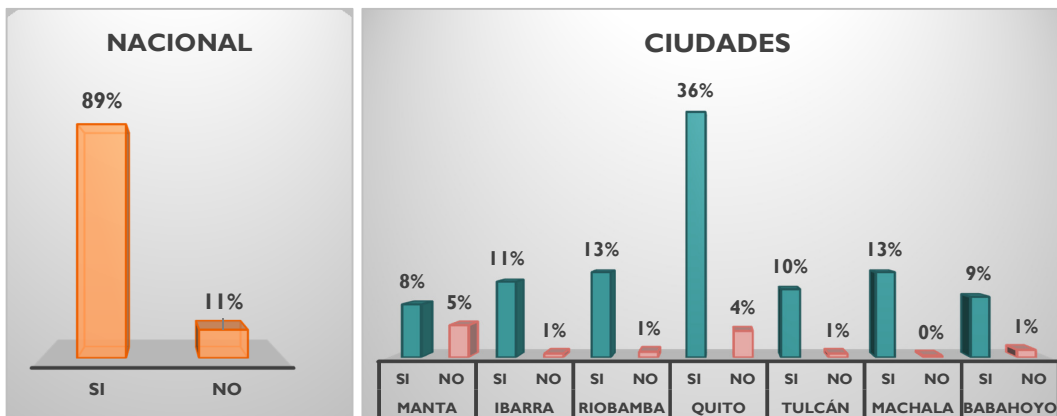
- **Acceso de la población afectada a los principales mercados**

El 74% (295) de la población venezolana que fue entrevistada, afirma que acuden a los mercados locales para obtener los alimentos que consumen en el hogar. En los últimos tres meses el 85% depende de créditos para poder adquirir sus alimentos.

En cuanto a distancia, el 60% de los hogares se encuentran a menos de 2 km de algún mercado local, de ahí que la mayoría (80%) acude diariamente y semanalmente para satisfacer sus necesidades diarias de alimentos; en este sentido el 59% (233) se desplaza a pie y el 39% (157) en vehículos de transporte público (bus o taxi). La cantidad promedio de dinero utilizado por los hogares para un viaje de ida y retorno en transporte público al mercado es de 0,25 ctvs. a \$ 1,00 dependiendo de la distancia. Sin embargo, cuando los precios aumentan demasiado en los mercados cercanos, el 63% de la población acude a otros mercados locales, aumentando en un 100% la cantidad de dinero que utilizan para el respectivo desplazamiento (de \$2 a \$2,80).

Para la mayoría de la población entrevistada, los mercados son seguros para las mujeres (89%), niños y niñas (81%).

**Gráfico 9. El acceso a los mercados es seguro para las mujeres**



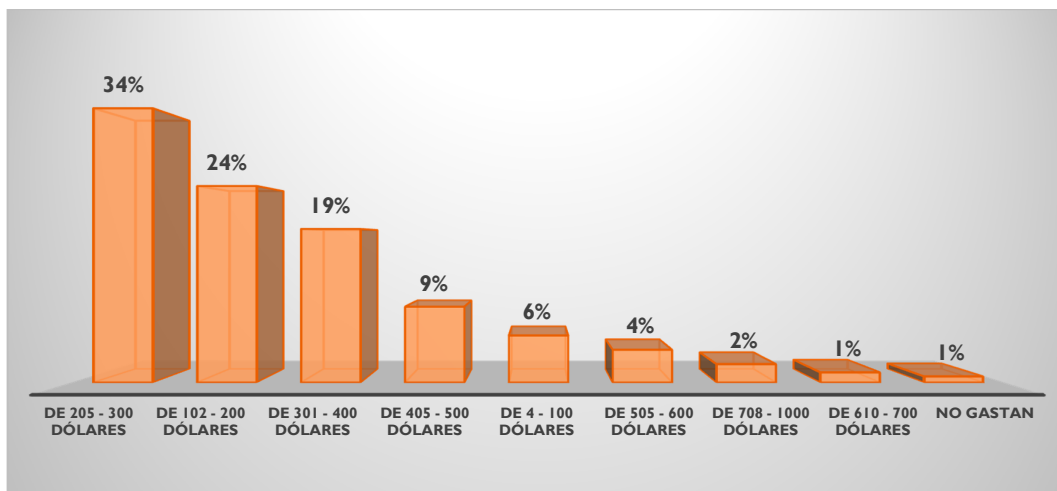
Fuente: HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

Elaboración: DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

- **Poder de compra / demanda de los hogares**

Por otro lado, el 46% de los afectados aseguran que el costo de mano obra actual por el trabajo manual diario es de 6 a 10 dólares, seguido de un 20% de 11 a 15 dólares, 15% de 1 a 5 dólares, 12% de 18 a 20 dólares, y 5% mayor a 22 dólares; de ahí que la cantidad de dinero que la mayoría de familias gasta esta entre \$205,00 a \$300,00.

**Gráfico 10. Monto total gastado al mes por la población afectada**



Fuente: HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

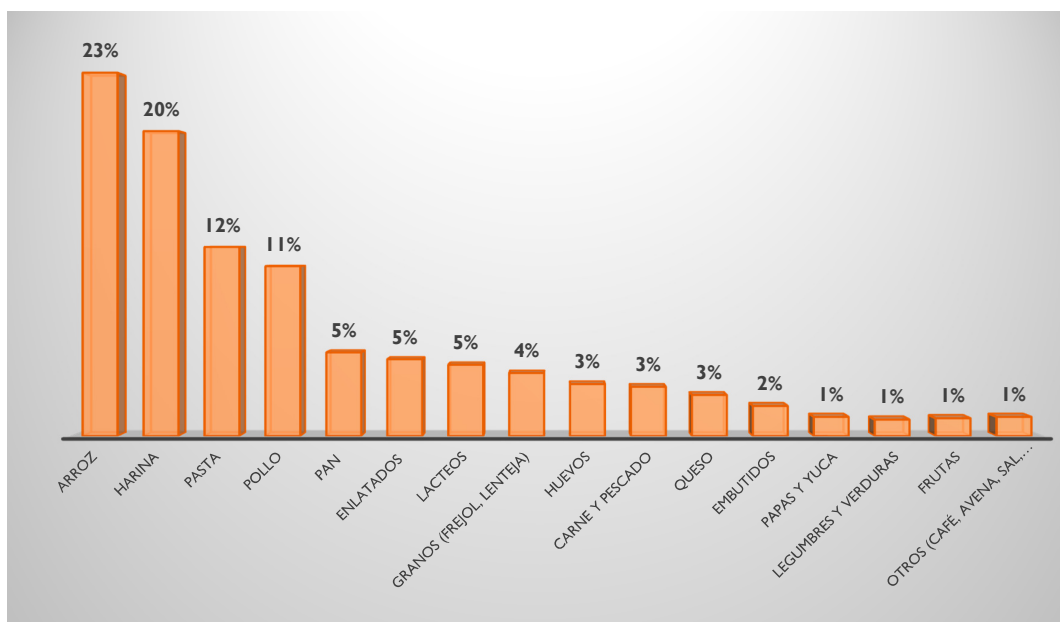
Elaboración: DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

De estos gastos, el 23% asegura que gastó aproximadamente 120 dólares en arriendo y servicios básicos; el 23%, 20 dólares en transporte; 20%, 50 dólares en alimentación; 18%, 20 dólares en salud, 6%, 20 dólares en vestimenta; 6%, 10 dólares en recreación; y 4%, 20 dólares en educación.

A pesar de que el 71% de los entrevistados, consideran que en sus hogares no existen los alimentos suficientes, se puede observar que tratan de alimentarse adecuadamente, es así que los adultos en un 62% consumen 3 comidas diarias, al igual que el 78% de niños y niñas. Para evitar escasez de alimentos en el hogar, el 54% de los jefes de familia realizan trabajos informales como venta de diferentes productos (dulces, alimentos, cigarrillos, adornos, agua, bebidas energéticas, ambientales artesanales, accesorios telefónicos, maquillaje) en buses y en la calle, cargar maletas en el terminal, limpiar parabrisas de los autos, limpieza y labores domésticas en domicilios; el 19% se ven obligados a pedir comida o dinero en la calle; el 17% piden ayuda a familiares, amigos y conocidos; el 5% reducen la porción y número de comidas diarias; el 2% disminuyen gastos y ahorran; y el 1% solicita créditos en las tiendas; y el 2% no tiene necesidad porque cuenta con trabajo formal.

Dentro de los alimentos que consumen regularmente están principalmente el arroz, harina, pasta, pollo, pan, lácteos, carne, granos secos, legumbres, entre otros.

**Gráfico 11. Alimentos de consumo regular**



**Fuente:** HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

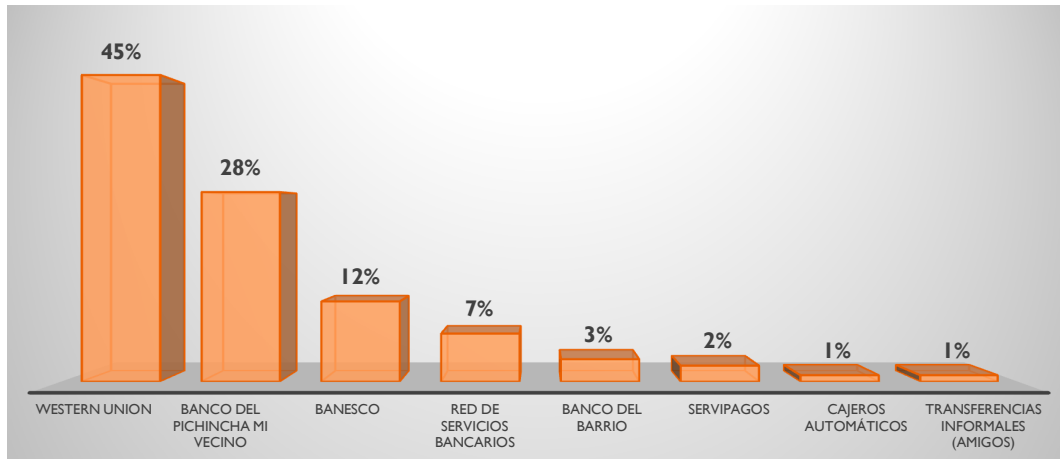
**Elaboración:** DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

- **Suministro de productos alimenticios y no alimentarios requerido por la población afectada**

Para la población entrevistada, es muy importante contar con ayuda alimentara por parte de Organizaciones No Gubernamentales, el 45% recomienda que se debería recoger los alimentos de un comerciante local que trabaje con la ONG, el 37% considera que es mejor recibir el dinero para poder comprar los alimentos, y el 15% prefiere recibir alimentos directamente de la ONG. La mayoría de los participantes aseguran que estas modalidades son más seguras (69%), permiten qué, cuándo y dónde comprar los alimentos (18%), y no les hacer perder la dignidad en el momento de recibir la ayuda (13%).

La mayoría de los participantes (62%) han utilizado los servicios locales de transferencia de dinero, como una opción segura para poder apoyar a sus familiares y abastecerse de productos que satisfacen las necesidades básicas de sus hogares.

**Gráfico 12. Principales agentes de transferencia de dinero utilizados por la población afectada**



**Fuente:** HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

**Elaboración:** DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

## II. Entrevista Mercado



A continuación, se presentan los hallazgos y conclusiones de las entrevistas realizadas a 71 comerciantes de los principales mercados de las 7 ciudades de estudio.

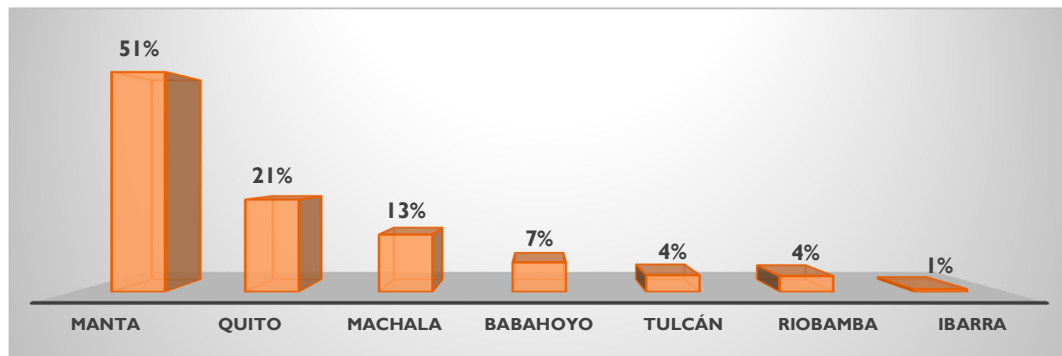
**Tabla 2.** Entrevista a mercados

Número	Ciudades	Encuestas
1	MANTA	10
2	IBARRA	4
3	RIOBAMBA	10
4	QUITO	18
5	TULCAN	8
6	MACHALA	11
7	BABAHOYO	10
		<b>71</b>

*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.  
*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

En las 7 ciudades de estudio, se estima que existen 7.366 comerciantes en los principales mercados, siendo Manta la ciudad que concentra al 51% de los mismos, seguido por Quito con el 21%, Machala con un 13%, Babahoyo con el 7%, Tulcán y Riobamba con el 4%, e Ibarra con el 1%.

**Gráfico 13.** Número estimado de comerciantes mayoristas y minoristas de los principales mercados



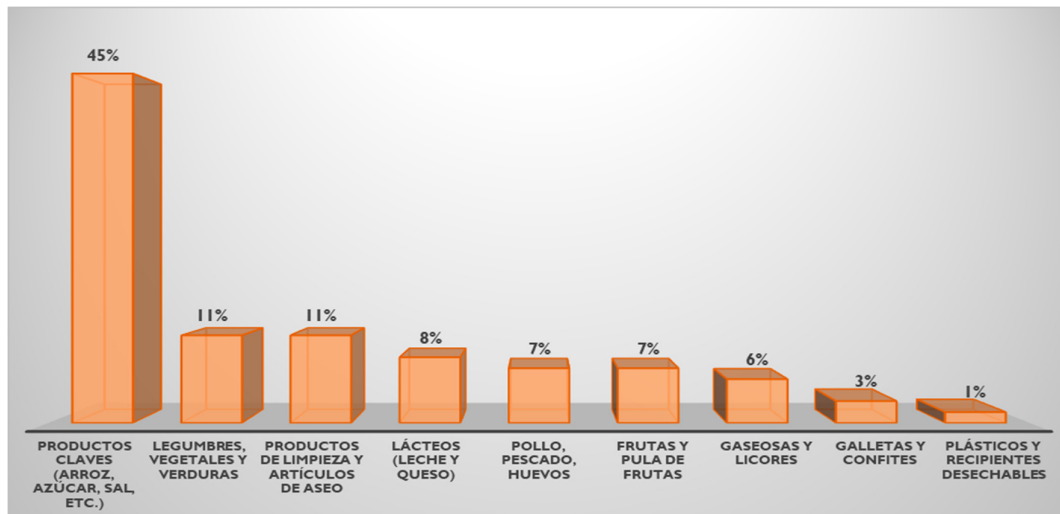
*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.  
*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

Los 71 comerciantes entrevistados, comercializan sus productos en estructuras permanentes (70%), kioskos (25%), locales arrendados (2%), puestos ambulantes (2%), y carros (food trucks) (1%). Para la mayoría de entrevistados sus negocios se vuelven más comerciales por lo general una vez por semana y en muchos casos dos veces por semana.

- **Productos que principalmente se comercializan en los mercados**

Se han identificado 9 productos que se comercializan a través de los 71 comerciantes entrevistados, el 45% corresponde a productos claves como arroz, azúcar, sal, harina, aceite, fideo, manteca, atún, fréjol y otros granos secos; el volumen de ventas de los productos antes señalados varía de acuerdo las diferentes épocas del año.

**Gráfico 14. Principales productos que se venden en los mercados.**



*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

Para poder surtir de productos a sus clientes, la mayoría de comerciantes 52% se abastecen cuando han vendido la mitad del volúmen que tiene establecido como stock para cada uno de sus productos, un 32% cuando el volumen de productos básicos está por debajo de la mitad, y un 15% cuando se vende todo el producto.

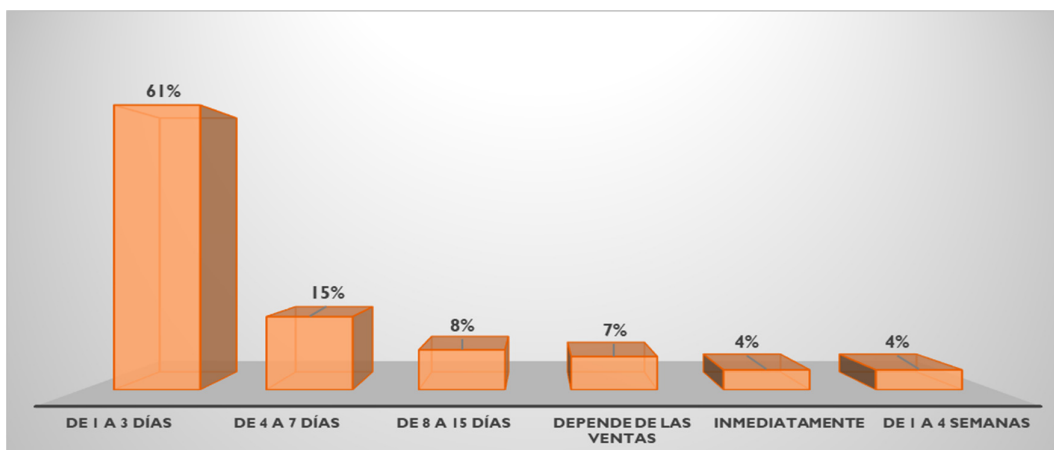
Por otro lado, haciendo una relación entre la temporada de ventas actual con la de hace un año, el 40% señala que se ha mantenido igual, el 30% considera que se ha incrementado y el otro 30% que ha disminuido.

En este mismo sentido, el 42% de los comerciantes aseguran que los precios de los productos clave (arroz, maíz, fréjol, etc.) varían según la temporada agrícola, es así que las tendencias en el precio del arroz oscilan entre 0,30 a 0,40 ctvs., para el resto de productos los precios se mantienen independiente de las temporadas.

- **Abastecimiento de productos**

La tardanza en el abastecimiento de productos de los 71 comerciantes, se visualiza en el siguiente gráfico:

**Gráfico 15. Tiempo que se tardan en abastecerse de productos, según la demanda.**



*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

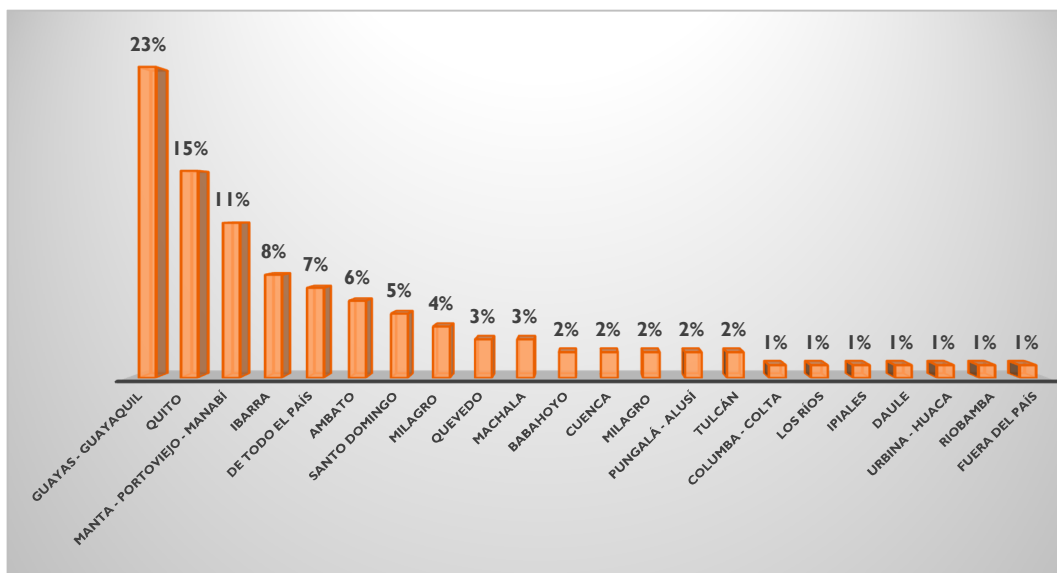
*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

Solo a un pequeño porcentaje de comerciantes (21%) se les ha presentado retrasos en el tiempo establecido para el abastecimiento de productos.

- **Principales proveedores y clientes**

Los principales proveedores de los 71 comerciantes, son de Guayaquil (23%), Quito (15%), Manta y Portoviejo (12%) y el resto de porcentaje (50%) correspondientes a Ibarra, Ambato, Santo Domingo, Milagro, Quevedo, Machala, Babahoyo, Cuenca, Milagro, Pungalá, Alausi, Tulcán, Colta, Los Ríos, Daule, Huaca, Riobamba, y fuera del país.

**Gráfico 16. Procedencia de los principales proveedores y clientes**

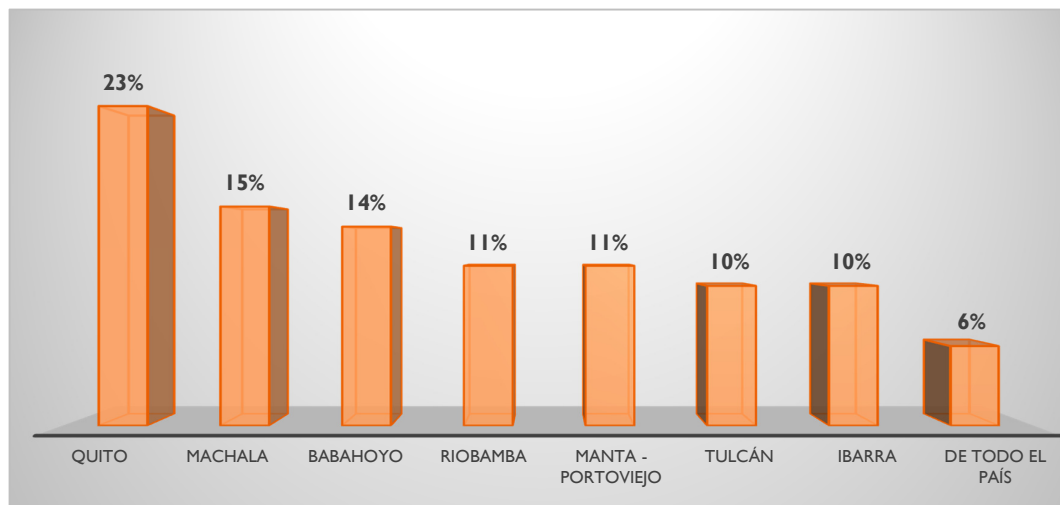


*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

Los principales clientes de los 71 comerciantes, residen en Quito, Machala, Babahoyo, Riobamba, Manta / Portoviejo, Tulcán, entre otros.

**Gráfico 17. Procedencia de los clientes que visitan los principales mercados.**



*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

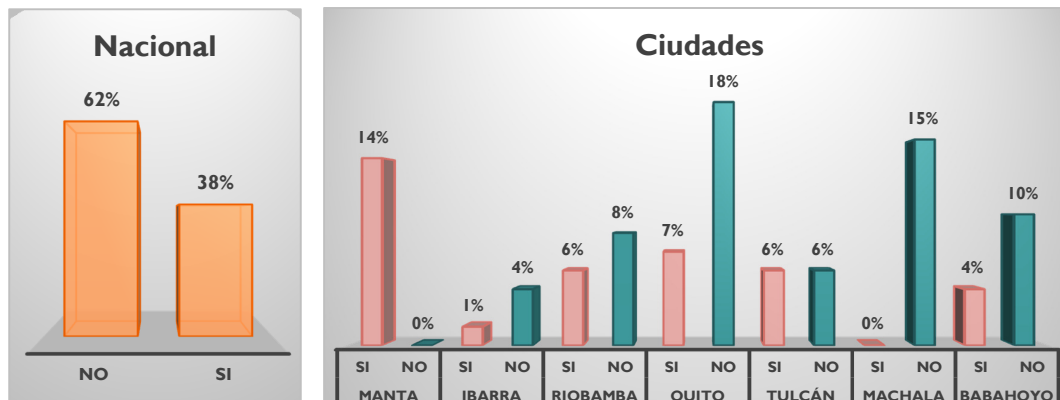
*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

• **Financiamiento de las empresas**

El 63% de los comerciantes financian sus empresas con recursos propios (autofinanciamiento); el 14% señala que son negocios familiares; el 8% son financiados con los ingresos obtenidos a través de las ventas de productos; sólo un pequeño porcentaje 7% acude a entidades financieras; el 4% a Asociaciones y Corporaciones, y el 3% son financiadas por los proveedores.

De los comerciantes que acuden a entidades financieras, el 62% solicita crédito para adquirir sus productos para la venta. En este mismo sentido, el 56% de comerciantes mayoristas y minoristas venden sus productos a sus clientes a crédito.

**Gráfico 18. Comerciantes que solicitan crédito para comprar los productos**



*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.



- **Acceso al mercado**

Para mayoría de comerciantes, el mercado no es un lugar seguro para las mujeres (83%), niños y niñas (87%); para el 17% no es un lugar seguro por los múltiples peligros que tienen que enfrentar como robos y acoso. Sin embargo, el 46% afirman que el mayor número de personas que compra en el mercado son mujeres.

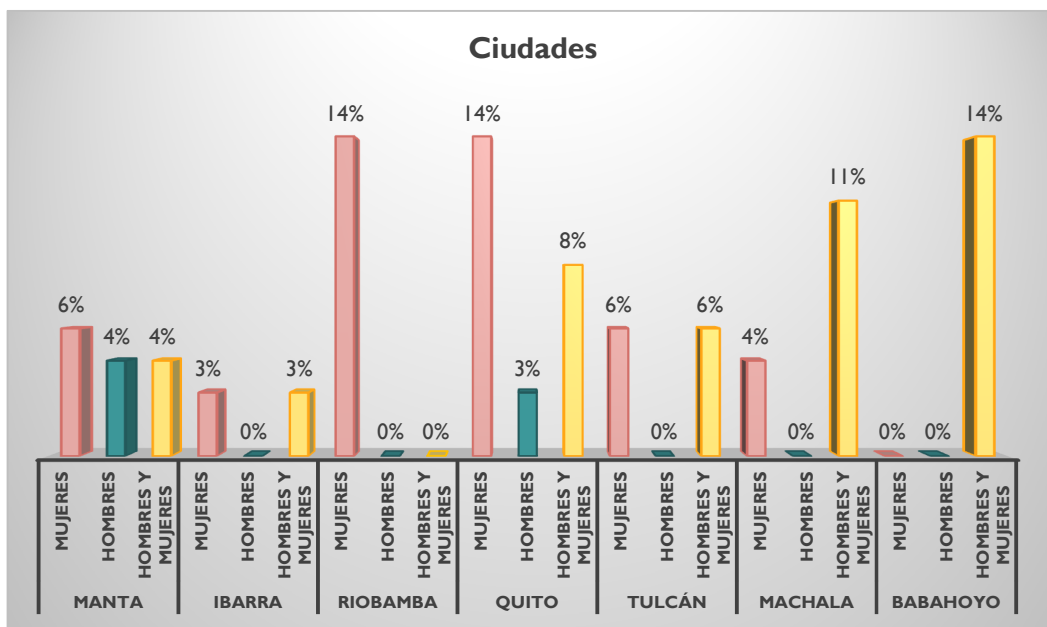
**Gráfico 19. Género de las personas que compran en el mercado**



Fuente: HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

Elaboración: DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

**Gráfico 20. Género de las personas que compran en el mercado por ciudades**



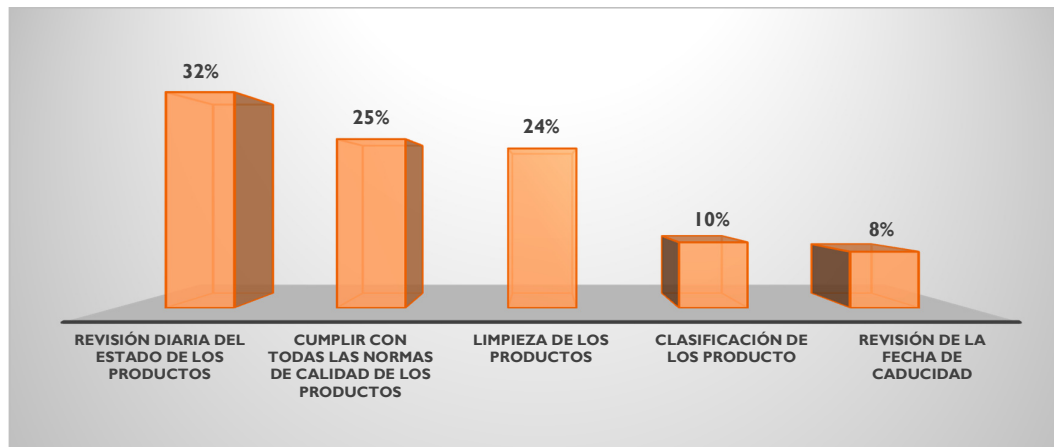
Fuente: HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

Elaboración: DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

- **Calidad y cantidad de los productos demandados por los comerciantes y hogares**

El 100% de comerciantes entrevistados implementa normas de calidad para asegurar la limpieza y clasificación de los productos que son comercializados, entre las principales normas que implementan están:

**Gráfico 21. Normas de Calidad implementadas por los comerciantes**



**Fuente:** HEA - World Vision Ecuador, marzo 2019.

**Elaboración:** DME - World Vision Ecuador, abril 2019.

Respecto a la revisión diaria de los productos consiste en realizar un inventario, revisión de empaques, abastecimiento, fecha de caducidad, semáforo de nutrición de los productos cuando ingresan y salen de la empresa. El cumplimiento de las normas de calidad consiste en cumplir con normas de seguridad industrial, normas de higiene, normas INEN<sup>2</sup>, normas agrícolas de calidad orgánica, registros sanitarios en el proceso de producción y transformación del producto (por parte de autoridades, administrador, análisis de laboratorio). El objetivo de realizar la limpieza de los productos es mantenerlos frescos. La clasificación de los productos la realizan por lo general por proveedor, tipo y ubicación en perchas. De igual forma, el 51% almacena sus productos en bodegas adecuadas (refrigeradas, perchas, etc.), y el 49% de forma adecuada en el mismo local (en perchas, en refrigeración, en contenedores térmicos, y en gavetas industriales).

La mayoría de comerciantes mayoristas y minoristas (92%), aseguran tener la capacidad de responder rápidamente a la demanda de alimentos en caso de llegar a aumentar, sin que pueda afectar al precio de los productos. Para el 85% de los comerciantes, el tiempo estimado que se tarda en llegar los productos para el respectivo abastecimiento esta entre 1 a 3 días. Por otro lado, para el 80% de los comerciantes, la revisión diaria, quincenal y mensual de los productos (estado, fecha de vencimiento, cuando ingresa y sale, semáforo de nutrición), contribuye al abastecimiento adecuado y oportuno de los productos.

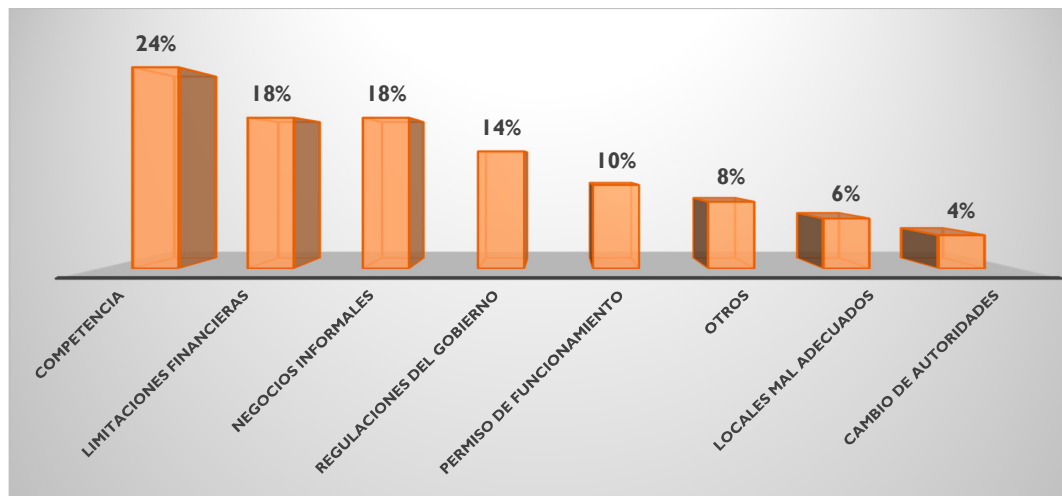
Respecto al transporte de los productos hasta el mercado o local donde se comercializan, el 58% de comerciantes utilizan los vehículos de los proveedores, el 25% vehículos de alquiler, 11% a través vehículos propios, y el 6% en otro tipo como carretas, containers y cargadores.

<sup>2</sup> Normas INEN, normas técnicas ecuatorianas para satisfacer las necesidades locales y facilitar el comercio nacional e internacional en el Ecuador.

- **Oportunidades para intervenciones basadas en el mercado para apoyar la rehabilitación y/o fortalecimiento del mercado**

Los comerciantes mayoristas y minoristas señalan que han tenido que enfrentar varios desafíos para mantener el volumen de ventas, y satisfacer al cliente, entre los principales están:

**Gráfico 22. Desafíos que enfrentan los comerciantes**



**Fuente:** HEA - World Vision Ecuador, marzo 2019.

**Elaboración:** DME - World Vision Ecuador, abril 2019.

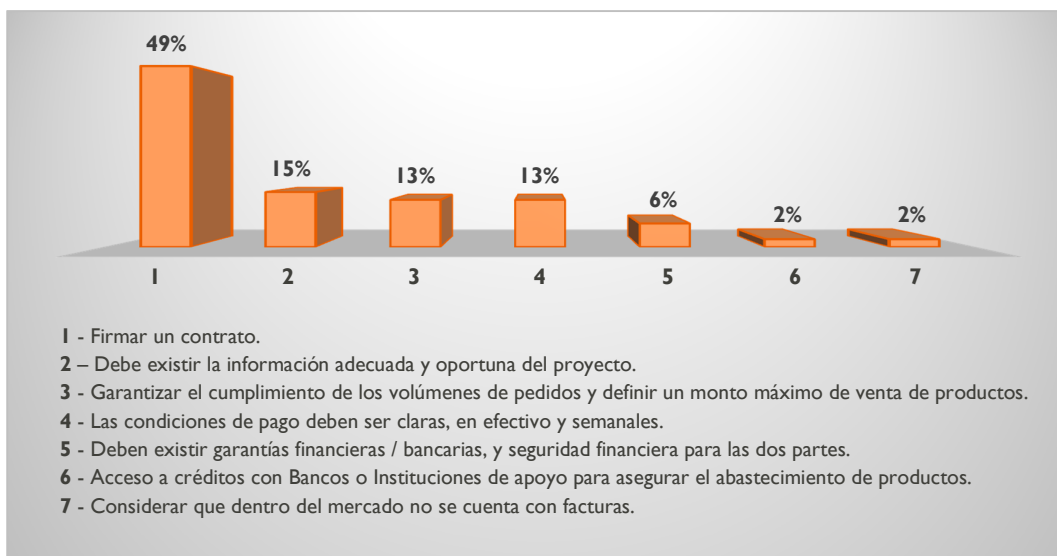
En Otros se consideran la falta de solidaridad entre comerciantes, poco movimiento de dinero, precios de productos muy altos, y ubicación de mercados.

Con lo antes mencionado, alrededor del 70% de los comerciantes mayoristas y minoristas, están interesados en implementar proyectos que les permita enfrentar estos desafíos y fortalecer sus negocios.

En este sentido, World Vision está considerando la implementación del proyecto **“Voucher de asistencia alimentaria para grupos vulnerables”**, en el cual consiste en realizar un contrato entre WV y comerciantes mayoristas y minoristas, para proveer de alimentos a la población afectada, a través de voucher (cupones). Una vez efectivizado este intercambio, los comerciantes facturen el respectivo pago a WV, el cual se haría en términos de acuerdo con el comerciante.

En este contexto, y para que el proyecto sea exitoso, los comerciantes consideran que deberían establecerse los siguientes términos de asocio:

**Gráfico 23. Términos para asociarse con WV en la ejecución de un proyecto**



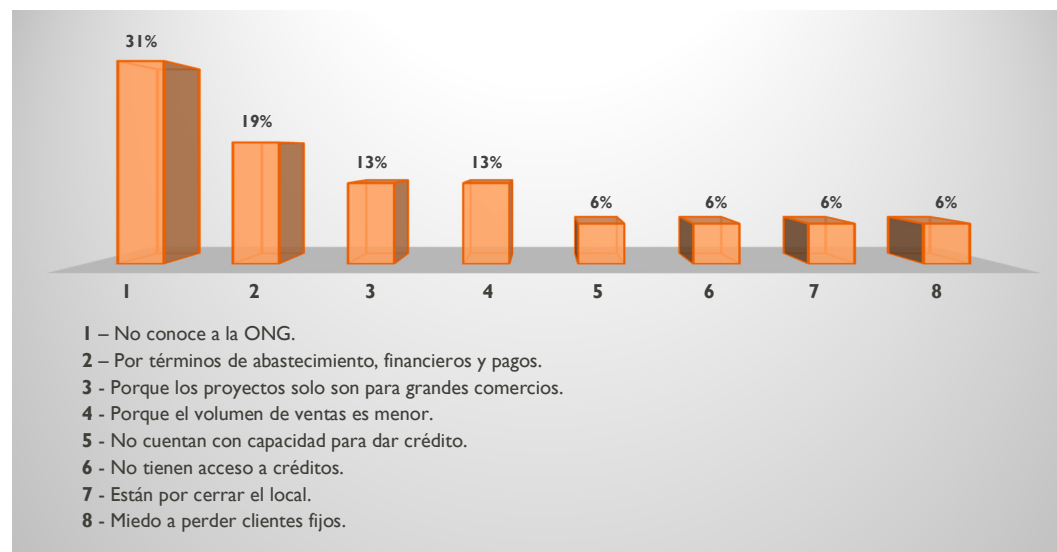
**Fuente:** HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

**Elaboración:** DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

En la firma de contrato, señalan que se deben definir condiciones de pago, definir un sistema adecuado de control, y respetar los procesos implementados en el negocio.

Por otro lado, para el 30% de los comerciantes mayoristas y minoristas que no están interesados en participar en este tipo de proyectos o asociarse con una ONG, se debe a las siguientes razones:

**Gráfico 24. Razones por las que no participarían con WV en la ejecución de un proyecto**



**Fuente:** HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

**Elaboración:** DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

### III. Entrevista Renta



A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a 74 personas que rentan viviendas a la población afectada en las 7 ciudades seleccionadas para el estudio. Esta información nos permitirá conocer el contexto en torno a las viviendas rentadas por la población venezolana.

**Tabla 3.** Entrevistas a personas que rentan viviendas

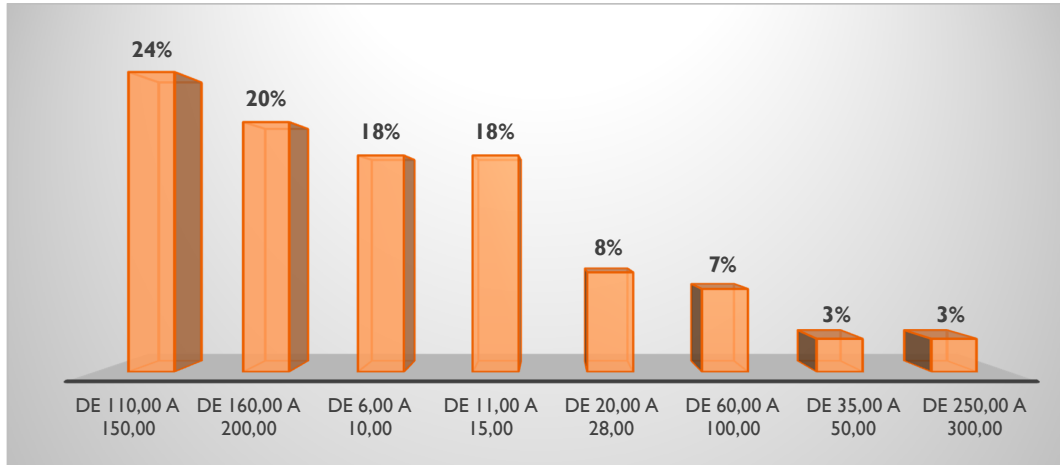
Número	Ciudades	Entrevista viviendas de renta
1	MANTA	12
2	IBARRA	3
3	RIOBAMBA	10
4	QUITO	18
5	TULCAN	10
6	MACHALA	11
7	BABAHOYO	10
		<b>74</b>

*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.  
*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

Respecto al tipo de vivienda que alquilan, el 42% de la población entrevistada señala que renta habitaciones en hoteles, hostales, y /o residencias; el 39% que son casas; y, el 18% departamentos. El 75% de estos lugares cuentan con baño independiente, y el 25% con baño compartido.

El precio que la población afectada tiene que pagar por la renta de una casa, departamento o habitación, varía de muchos factores, como tipo de vivienda, ubicación, servicios, tamaño, entre las principales.

**Gráfico 25. Valor del arriendo**



**Fuente:** HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

**Elaboración:** DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

**Gráfico 26. Valor del arriendo**

	Precio
<b>RENTA CASA</b>	\$10,00
	\$12,00
	\$50,00
	\$60,00
	\$100,00
	\$110,00
	\$120,00
	\$140,00
	\$150,00
	\$160,00
	\$180,00
	\$190,00
	\$200,00
\$300,00	

	Precio
<b>HOTEL / HOSTAL / RESIDENCIAL</b>	\$6,00
	\$7,00
	\$8,00
	\$10,00
	\$11,00
	\$12,00
	\$15,00
	\$20,00
	\$25,00
	\$28,00
\$35,00	
\$80,00	

	Precio
<b>DEPARTAMENTO</b>	\$100,00
	\$120,00
	\$135,00
	\$145,00
	\$150,00
	\$160,00
	\$200,00
\$250,00	

**Fuente:** HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

**Elaboración:** DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

## Conclusiones

- La siguiente tabla resume a los principales mercados donde acceden la mayoría de la población afectada:

**Tabla 4.** Entrevistas a personas que rentan viviendas

Ciudades	Mercado	% de Población afectada que accede
MANTA	LOS ESTEROS	4%
IBARRA	AMAZONAS	6%
RIOBAMBA	LA CONDAMINE	11%
QUITO	SAN ROQUE	16%
TULCAN	SAN MIGUEL	6%
MACHALA	CENTRAL DE MACHALA	11%
BABAHOYO	CENTRAL DE BABAHOYO	10%

*Fuente:* HEA - World Visión Ecuador, marzo 2019.

*Elaboración:* DME - World Visión Ecuador, abril 2019.

- El 100% (19) de mercados locales visitados para el estudio, comercializan productos clave como arroz, azúcar, sal, harina, aceite, fideo, manteca, atún, fréjol y otros granos secos.
- Los mercados locales que concentran a la mayoría de comerciantes se encuentran en Manta con el 51% (3.733), Quito con el 21% (1.565), Machala con el 13% (971), Babahoyo con el 7% (500), Tulcán y Riobamba con el 4% cada una (275) e Ibarra con el 1% (46).
- El tiempo que tardan los comerciantes en abastecerse de productos es de 1 a 3 días, permitiéndoles satisfacer de forma inmediata la demanda especialmente en los productos clave, sin afectar el precio de los mismos.
- Considerando la ubicación de los principales proveedores, se puede observar que en los mercados locales se comercializan productos nacionales, regionales e internacionales.
- El 100% (71) de comerciantes mayoristas y minoristas, realizan actividades diarias de limpieza, revisión del estado de los productos, inventario, revisión de empaques y clasificación como normas de calidad.
- El 79% de comerciantes indican que sus negocios son administrados por el dueño/a, el 11% por un empleado, y el 10% por un familiar.
- El estudio revela que en el Ecuador existen más jefes de hogar que jefas de hogar. Con un 62% frente al 38 %, respectivamente.
- El 74% (293) de personas afectadas, acuden a los mercados locales para obtener los alimentos que consumen en el hogar, el 15% a principales supermercados (TIA, AKI, Supermaxi, Santa María, El Coral, Mi Comisariato), y aunque en menor porcentaje 11% todavía reciben ayuda alimentaria por parte de alguna Organizaciones (ONG).
- El 34% (134) de familias afectadas, gastan en un promedio de \$200,00 a \$300,00 mensuales, siendo los rubros más altos los de arriendo y alimentación; dentro de los rubros que menos gastan están salud, educación, vestimenta y recreación.

- Se puede observar que la mayoría de la población afectada (42%) renta habitaciones en un Hotel / Hostal / residencial, el 39% rentan casas, y el 18% departamentos. Los precios de renta en el caso de una casa varían de \$10,00 por un cuarto a \$300 por una casa; en el caso de una hostal, hotel o residencia varían entre \$6,00 y \$80,00; y, un departamento desde \$100,00 a \$250,00. La variación de los precios depende de los tamaños de las ciudades, también de los sectores dentro de las grandes ciudades.

## **Anexos**

- **Anexo 1.** Herramientas de levantamiento de información
- **Anexo 2.** Bases de Datos - Población Venezolana
- **Anexo 3.** Base de Datos - Mercado
- **Anexo 4.** Base de Datos - Renta