
Evaluación de mercado

Choose the section you want to jump in

Una evaluación del mercado es esencial para determinar si una intervención en efectivo o cupón es apropiada en una situación particular. Como mínimo, debe establecer si los mercados están funcionando o si es probable que se recuperen rápidamente después de un desastre, y si los artículos básicos que la gente necesita están disponibles en el mercado. Esto se puede hacer rápidamente en los primeros días después de una emergencia repentina o en cualquier momento antes de diseñar una PTM, visitando los mercados y entrevistando a los comerciantes. Cuando el tiempo lo permita, se debe realizar una evaluación de mercado más detallada, como parte de un análisis en profundidad.

Antes de lanzar una PTM, el personal de la OIM debe comenzar por revisar las evaluaciones recientes o cualquier otro estudio confiable (externo e interno) para establecer si la información existente sobre las necesidades de los hogares y los mercados es suficiente para establecer la idoneidad del efectivo y los cupones. Si la información y el análisis de mercado requeridos no están adecuadamente cubiertos en los estudios existentes, será necesario realizar una evaluación y un análisis de mercado complementarios para establecer la idoneidad del uso de efectivo o cupones.

Propósito de la evaluación del mercado:

- La realización de una evaluación exhaustiva del mercado garantiza que el proyecto no tendrá consecuencias negativas perjudiciales e imprevistas en el mercado y los beneficiarios. La evaluación de mercado puede entenderse como **la recopilación y el análisis de la información de mercado mínima** requerida para tomar decisiones programáticas. El propósito de hacer una evaluación de mercado es **limitar** el riesgo de que una intervención ocasione daño.
- **Tomar una decisión informada** sobre la mejor modalidad de asistencia según el contexto.
- **Aumentar** la eficacia y eficiencia de las respuestas humanitarias.
- **Fortalecer** las intervenciones mediante la identificación de nuevas vías para apoyar las estructuras de mercado existentes.

La evaluación del mercado se implementa para evaluar la disponibilidad, así como la calidad de los materiales y bienes críticos en el mercado local, establecer una línea de base en términos de monitoreo de precios e identificar si la capacidad del mercado resistirá el estrés adicional de una potencial intervención basada en el mercado. La evaluación de mercado se llevará a cabo en coordinación con la [Evaluación de Factibilidad para PTM](#). También debe considerar los resultados de la evaluación de factibilidad de PTM.

La evaluación del mercado no debe considerarse un ejercicio exclusivo de la respectiva intervención. La evaluación del mercado puede provenir de foros inter agenciales o socios. La OIM siempre debe tratar de evitar duplicar los esfuerzos de los socios o los suyos propios. Sin embargo, el diseño y la metodología de la evaluación del mercado deben ser apropiados para el contexto y la intervención prevista, garantizando la calidad. Si la OIM realiza las evaluaciones de mercado, debe ser una colaboración entre las unidades temáticas, un oficial de PTM y el equipo de gestión de recursos.

Los datos secundarios se pueden utilizar para complementar el ejercicio de evaluación del mercado. Por lo tanto, una revisión exhaustiva de los datos disponibles puede ofrecer una orientación sobre la naturaleza y el alcance de los datos que deben recopilarse para cumplir con los requisitos básicos de una evaluación del mercado.

Aspectos a considerar como parte de un análisis de mercado:

- Vínculos entre los mercados y la seguridad alimentaria y los medios de vida.
- Integración del mercado, incluidos los flujos comerciales si es posible.
- Análisis de precios, incluida la inflación de artículos alimentarios y no alimentarios, tendencias de precios de artículos preferidos y menos preferidos, volatilidad y estacionalidad.
- Análisis de la competencia (por ejemplo, acaparamiento y monopolios).
- La capacidad de los comerciantes para responder al aumento del poder adquisitivo de los hogares (p. ej., instalaciones de almacenamiento, duración de las existencias y plazo de reposición de existencias).
- Entorno de mercado, incluidas políticas y regulaciones (p. ej. tarifas y restricciones de movimiento de mercancías), seguridad, infraestructura vial y de transporte e incluidos problemas de corrupción.
- Acceso de los comerciantes al crédito, incluidos los canales y costos.
- Demanda efectiva de los hogares vulnerables, incluido el acceso físico a los mercados, el acceso a crédito y el poder adquisitivo.
- Consideraciones relacionadas con la protección.
- Asignación de recursos y toma de decisiones en el hogar, incluidas las perspectivas, prioridades y preferencias relacionadas con el género y la discapacidad.
- Riesgos macro, p ej.. inflación, escasez de oferta, quiebras de instituciones financieras, problemas de seguridad o corrupción (ver [Analizar los riesgos](#)).

3.3.1 Herramientas para evaluaciones de mercado

Una herramienta de análisis de mercado brinda orientación sobre la selección de los factores más importantes a investigar para determinar si un mercado funciona bien o no, y divide el mercado en tres grupos. **El entorno del mercado** cubre todo, desde la infraestructura hasta las políticas gubernamentales (normas y reglamentos) y tendencias. **La cadena de mercado** considera las diversas partes que intervienen en la comercialización, el valor que toma el bien en cada etapa y su capacidad para satisfacer la demanda potencial. **La infraestructura clave y los servicios de mercado** incluyen transporte, crédito para comerciantes e información sobre precios y disponibilidad en mercados clave, todo lo cual afecta la capacidad de un producto para llegar a cierto punto a un precio asequible. Dentro de cada uno de los tres grupos, hay una serie de variables que deben

tenerse en cuenta para evaluar si el mercado está funcionando bien. (ver del Kit de herramientas de análisis y mapeo de mercados en emergencia (EMMA))

La elección de la evaluación del mercado variará según el contexto. Actualmente no existe una herramienta estandarizada de la OIM para realizar una evaluación de mercado⁹. Las oficinas de país son libres de seleccionar la herramienta de evaluación de mercado de su elección entre las siguientes; también debe adaptarse al contexto, agregando partes de otras herramientas para complementar según sea necesario.

Tabla 3: Cuadro comparativo de herramientas de evaluación y orientación de mercado

Propósito	RAM	EMMA	PCMA	MAG	Oxfam 48h tool	MSMA	VAM
Análisis breve	✓				✓		✓
Análisis a profundidad		✓	✓	✓		✓	
Crisis de inicio lento		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Crisis de inicio rápido	✓	✓	✓		✓	✓	✓
Fase de recuperación			✓	✓		✓	✓
Fase de preparación	✓	✓	✓	✓			✓
Análisis de situación	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Análisis de respuesta	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Monitoreo		✓	✓				
Multisectorial	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

Adaptado del curso en línea [“Una guía práctica para el análisis de mercado en la respuesta humanitaria”](#), desarrollado por la CALP Network y el Comité Internacional de Rescate.

Consejos para una evaluación de mercado exitosa:

- **Involucre al personal de adquisiciones/logística**, ya que generalmente tienen un buen conocimiento de los mercados locales y están acostumbrados a tratar con los comerciantes.
- Adopte un enfoque multisectorial, centrándose en los productos básicos, los servicios y los mercados que son fundamentales para las necesidades prioritarias y los medios de subsistencia de los hogares.
- Base su análisis en datos secundarios y en información de primera mano de la población afectada y otros informantes clave del mercado.
- Verifique información proveniente de diferentes fuentes.
- Utilice mapas para representar gráficamente cómo se organizan los mercados y cómo se han

visto afectados.

- Al sacar conclusiones y hacer recomendaciones, haga referencia clara a los hallazgos (incluidos los riesgos relacionados con la protección, la seguridad, la reputación de la organización, etc.) en los que se basan.

[Evaluación de mercado](#)

⁹ Actualmente se está desarrollando una herramienta y estará disponible en la próxima versión del Manual de PTM.

- [Prev](#)
- 3.3/3.5
- [Siguiete](#)