



**SONDEO CUALITATIVO EN AGUA,
SANEAMIENTO E HIGIENE EN
POBLACION REFUGIADA Y
MIGRANTE QUE VIVE O TRABAJA
EN 3 DISTRITOS DE LIMA
METROPOLITANA, PERÚ**

ABRIL, 2022

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	2
2. OBJETIVOS DEL SONDEO CUALITATIVO	2
3. METODOLOGÍA	2
3.1 Dimensiones del estudio cualitativo	2
3.2 Recolección y análisis de información.....	3
3.3 Selección y convocatoria de los participantes	4
4. RESULTADOS	6
4.1 Principales problemas y necesidades WASH.....	6
4.2 Causas principales que constituyen barrera para el acceso a un servicio de agua potable, servicio higiénicos y productos de higiene de calidad.....	11
4.3 Opciones y alternativas que desarrollan y les permiten el acceso al agua, saneamiento e higiene.....	16
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	20
5.1. Conclusiones:.....	20
5.2. Recomendaciones:.....	21
6. ANEXOS:	23

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene información relacionada a los resultados del sondeo cualitativo; el objetivo que se busca con este estudio es obtener información relacionada a los principales problemas y necesidades de agua, saneamiento e higiene que presentan la población migrante venezolana; así como indagar las estrategias y acciones que realizan para solucionar la carencia de este servicio.

Los datos que se han registrado provienen de la aplicación de los métodos de recolección de información; entrevistas a profundidad, grupos focales y fichas de observación.

En el documento, se presentan los aspectos metodológicos del estudio, así como los resultados y conclusiones. En relación con la metodología, se indica las técnicas que se emplearon para la recolección de información, procesamiento y análisis, permitiendo obtener la información relevante para el diseño de proyectos de asistencia.

2. OBJETIVOS DEL SONDEO CUALITATIVO

Obtener información relacionada a los principales problemas y necesidades de agua, saneamiento e higiene que presentan la población migrante venezolana; así como indagar por sus causas y las acciones que realizan para solucionar estos problemas.

3. METODOLOGÍA

El método de sondeo que se ha realizado ha permitido la evaluación, ponderación e interpretación de la información obtenida a través de recursos como entrevistas a profundidad, conversaciones, registros. Entre otros.

En esta sección se presentan los aspectos metodológicos del sondeo cualitativo, centrados en cuatro puntos: dimensión del estudio, técnicas de recolección de información, el proceso de selección y convocatoria de participantes, la muestra, y el análisis.

3.1 Dimensiones del estudio cualitativo

Los datos cualitativos fueron recolectados considerando las siguientes dimensiones e instrumentos, las cuales corresponden a los objetivos planteados por el estudio. A continuación, se presenta una tabla que resume las dimensiones y su respectiva descripción.

Dimensiones del estudio cualitativo e instrumentos

Dimensión	Descripción	Instrumento
<ul style="list-style-type: none"> Principales problemas WASH 	Principales problemas y necesidades en temas WASH, identificados por la población refugiada y migrante de Venezuela.	Guía de entrevista de grupo focal Guía de entrevista individual
<ul style="list-style-type: none"> Causas 	Principales factores que constituyen barreras y facilitadores para el acceso agua, saneamiento e higiene.	Guía de entrevista de grupo focal Guía de entrevista individual
<ul style="list-style-type: none"> Opciones de solución 	Opciones y alternativas que se desarrollan para acceder a agua, saneamiento e higiene.	Guía de entrevista de grupo focal Guía de entrevista individual Ficha de inspección a los mercados de abasto

3.2 Recolección y análisis de información

El recojo de información estuvo a cargo de los Técnicos WASH del proyecto de OIM, bajo la supervisión de la jefa del proyecto y el especialista de agua y saneamiento de Acción contra el Hambre; para el planeamiento, análisis y reporte se tuvo la asistencia técnica del Coordinador Técnico y de Calidad. Seguidamente, se describe las características que tuvo el proceso en cada caso.

3.2.1 Grupos focales (GF). –

La aplicación de esta técnica permitió observar cómo los participantes del sondeo dialogan y discuten en grupos en torno al tema principal del estudio. Además, hizo posible identificar otros temas y categorías adicionales a las consideradas en el planteamiento y objetivos del sondeo. La discusión fue dirigida a partir de una guía de entrevista semiestructurada diseñada para este caso.

En total, fueron realizados 02 GF con 06 participantes cada uno, los cuales se realizaron uno de manera presencial y el segundo de forma virtual. Estos, tuvieron una duración promedio de 1 hora y 30 minutos y se indagó en torno a los siguientes temas:

1. Necesidades en WASH (Agua, saneamiento e higiene)
2. Gastos en la compra de insumos/artículos WASH

3. Lugares de compra
4. Opinión sobre los de kit de higiene
5. Opinión sobre la entrega de dinero en efectivo
6. Opinión sobre el seguimiento del uso de los kits, las tarjetas o transferencia monetaria

Los grupos focales fueron trabajados a partir de una “matriz de problemas, causas y posibles soluciones”. Esto permitió organizar la participación y reflexividad de los participantes, facilitando las repreguntas por parte del facilitador que sirvieron para profundizar en los temas planteados.

Matriz de problemas, causas y soluciones

Problemas o necesidades priorizados	Posibles causas	Respuestas y acciones frente al problema de Agua, saneamiento e higiene
1.		
2.		
..		

3.2.2 Entrevista a profundidad. -

Las entrevistas individuales abordaron temas muy similares que, en los grupos focales, sin embargo, debido a que las entrevistas a profundidad estuvieron dirigidas a un determinado perfil de personas, se priorizaron algunos temas más relacionados a sus actividades laborales.

3.3 Selección y convocatoria de los participantes

3.3.1 Criterios de selección de los participantes

En el siguiente recuadro, se describe cuáles fueron los criterios que se emplearon para seleccionar a los participantes de las actividades que se desarrollaron:

Grupos de personas y participantes en el Estudio	
Grupos de interés del Estudio	Persona participante en el GF o Entrevista
Personas en trabajo ambulatorio	Persona adulta (hombre o mujer) de 18 a más años, que tenga trabajo ambulatorio
Personas que viven en áreas periféricas	Persona adulta (hombre o mujer) de 18 a más años que viva en áreas periféricas
Personas con menores de 2 años	Persona adulta (hombre o mujer) de 18 a más años, con menores de 2 años a su

	responsabilidad
Personas identificadas por los Agentes Comunitarios de Salud venezolanos	Persona adulta (hombre o mujer) de 18 a más años identificado por ACS venezolanos
Comerciante vendedor de agua mediante camión cisterna	Persona adulta (hombre o mujer) de 18 a más años

3.3.2 Tamaño de muestra

Para el sondeo cualitativo, el muestreo fue por conveniencia. Se desarrollaron 02 grupos focales y 5 entrevistas, con la participación de personas voluntarias según la técnica cualitativa correspondiente. En el siguiente cuadro se muestra el total de participante por cada actividad

Grupos de edades de interés del Estudio	Grupos focales (GF)			Entrevistas	
	No. de GF	Participantes en los GF	Procedencia de los participantes	No. de Entrevistas	Procedencia de los participantes
Personas en trabajo ambulatorio	0			01 mujer 01 mujer	Los Olivos y San Juan de Lurigancho
Personas que viven en áreas periféricas	1	7 participantes	San Juan de Lurigancho	0	
Personas con menores de 2 años	1	6 participantes	San Juan de Lurigancho, Cercado de Lima y Los Olivos	0	
Personas identificadas por los Agentes Comunitarios de Salud	0			01 mujer	San Juan de Lurigancho
Comerciante vendedor de agua mediante camión cisterna	0			1	
Total	02	13		4	

3.3.3 Convocatoria de los participantes. -

Para el caso de los participantes de los GF, el equipo realizó la búsqueda de participantes en campo, sobre todo, para el grupo focal integrado por personas que vivan en las zonas periféricas sin acceso al servicio de agua mediante red pública; y finalmente, las personas cuyo perfil era tener hijos menores de 02 años, también fue ubicado de esta forma, en distritos como San Juan de Lurigancho (S JL), Los Olivos y Cercado de Lima.

La búsqueda la desarrollaron los técnicos WASH, quienes se apersonaron a avenidas muy concurridas por población migrante, donde suelen desarrollar diversas actividades, orientadas mayormente, al comercio ambulatorio.

En el caso del grupo focal con personas que vivan en las zonas periféricas, se tuvo información que en el Anexo N°22 de Jicamarca (S JL), las personas no tienen el servicio de agua potable intradomiciliario, y que, además, durante el reparto de agua potable que realiza SEDAPAL, se ha podido percibir que personas migrantes acuden a abastecerse de agua. Por ello, se decidió ir hacer un recorrido a la zona, y se pudo ubicar varias familias (06) que efectivamente no tienen este servicio.

Después de un primer acercamiento de presentación, se les propuso participar de la actividad, a lo que todos aceptaron; incluso una de las participantes mencionó que la actividad podría desarrollarse en su vivienda, ya que tiene un espacio amplio y al aire libre. Finalmente, en esta vivienda se desarrolló el grupo focal presencial.

De igual forma, los participantes del grupo focal de madres menores de dos años fueron ubicadas en campo y/o referidas por contactos; pero siempre cuidando que se cumpliera la condición de ser personas que tienen la responsabilidad de menores de dos años.

Para las entrevistas a profundidad, también en campo se ubicaron a las personas dedicadas a la venta de comercio ambulatorio. En el caso de las entrevistas a personas referidas a por los agentes comunitarios de salud, se entrevistó a una persona.

4. RESULTADOS

En esta sección se presentan los hallazgos del estudio organizados en tres puntos: los principales problemas y necesidades WASH; las causas que originan los problemas y las estrategias que han tenido que realizar para solucionar estos problemas.

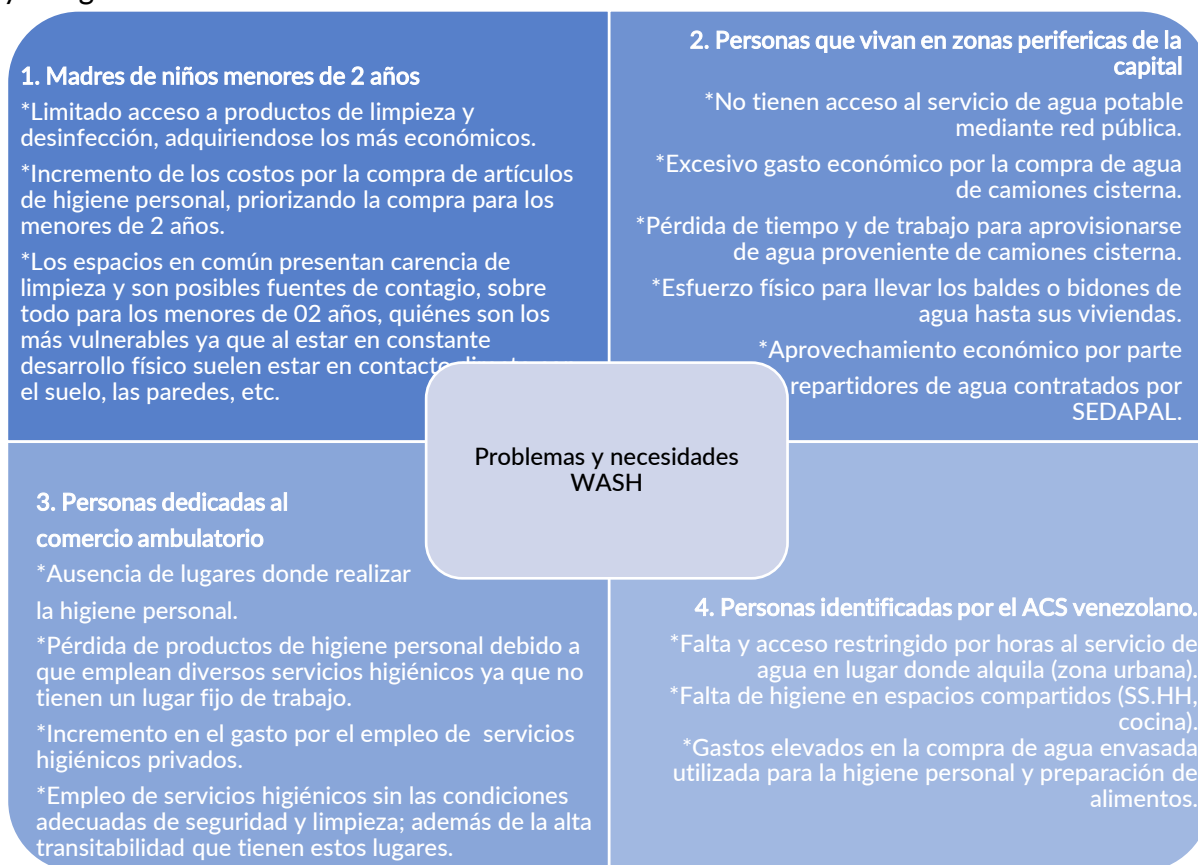
Los resultados se han organizado en tres bloques, a través de una matriz de problemas y soluciones. Esta describe la información obtenida tanto en las entrevistas como en los grupos focales. Incluyendo las fichas a visitas a mercados.

4.1 Principales problemas y necesidades WASH

En esta primera dimensión, el objetivo fue conocer cuáles son aquellas necesidades y problemas WASH más recurrentes y destacadas según el perfil de cada participante. Esta es una información que se desprendió de la “matriz de problemas, causas y soluciones”, y del diálogo que se sostuvo con los participantes a partir de las repreguntas. En el

siguiente gráfico se resume los resultados al respecto, ordenados según la frecuencia en que fueron señalados:

Principales problemas y necesidades WASH según perfil de participantes migrantes y refugiados venezolanos



Como se puede apreciar, en el cuadro, los problemas en torno a las necesidades WASH, que los grupos priorizados afrontan están directamente relacionados a la forma como acceden a los servicios.

4.1.1. Personas que viven en áreas periféricas (asentamientos humanos en ámbitos periurbanos):

Las personas que viven en las zonas periféricas sin acceso al servicio agua potable mediante red pública son las que presentan una situación más complicada ya que al no proveerse directamente del servicio que brinda SEDAPAL, tienen que adquirirlo de forma privada, lo que implica un gasto aproximado de S/ 120.00 soles al mes, de acuerdo con lo que manifestaron los participantes del grupo focal. Esto afecta directamente su economía ya que sus ingresos económicos son bajos; dado que deben destinar para la compra de agua potable; además considerando que no necesariamente viven en viviendas junto a las calles, ello les demanda el esfuerzo físico y disposición de tiempo para que puedan acarrear agua hasta sus viviendas.

En la zona de Jicamarca (San Juan de Lurigancho), según indicaron los participantes, hay puntos de repartos ya establecidos en la cual SEDAPAL entrega agua de forma gratuita, donde los vecinos de la zona tienen que formar filas desde tempranas horas de la madrugada (3.00 am); por lo que los integrantes de la familia deben turnarse, incluso los niños menores, sobre todo cuando los padres deben ir a trabajar. Esto es un riesgo para la integridad de los menores, ya que, una participante comentó que a veces se generan situaciones donde los adultos no respetan a los menores y los quieren sacar de las filas de reparto de agua.

Adicionalmente, a esta situación que pone a los integrantes de las familias en una situación vulnerable; tienen que lidiar con vendedores privados de agua que constantemente les incrementan los precios. En algunas oportunidades son los mismos vendedores que proveen el servicio a SEDAPAL. Además, manifestaron que han sentido cierta discriminación por su condición de migrante por lo que a pesar de esta situación injusta prefieren guardar silencio y aceptar las condiciones de los repartidores.

Esta situación genera mucha zozobra y angustia, no solo entre la población migrante, sino también entre todos los vecinos debido a que es conocido que aún continúa vigente el Decreto de Urgencia 084_2021, el cual indica que el reparto deberá desarrollarse de forma gratuito en lugares donde no se cuenta con el servicio de agua mediante red pública.

Respecto a los productos de higiene personal señalaron que han incrementado sus precios, ellos tratan de seguir empleando sus marcas favoritas, sobre todo en temas de desodorantes y talco para pies; esto nos puede indicar la importancia que suelen darle al cuidado personal.

Los productos que consideran indispensables para la limpieza del hogar son detergentes, lejía, desinfectante, lavavajilla; mientras que, para el cuidado personal, estos productos son: jabón antibacteriano, shampoo, desodorante, pasta de dientes, talco para pies, papel higiénico, corta uñas, toallas higiénicas y crema corporal. Aquí hacen hincapié que es indispensable una crema para la hidratación de la piel ya que manifiestan que en su día a día se exponen al sol, calor y a la contaminación de la ciudad.

A la vez manifestaron que las actividades de limpieza de espacios de la vivienda las realizan organizándose entre todos los integrantes del hogar, padres e hijos, la limpieza de los recipientes de almacenamiento de agua las realiza cada quince días.

4.1.2. Personas con niños menores de dos años

En este grupo de personas participantes del Sondeo y que en su mayoría tienen el servicio de agua intradomiciliario; su principal problema en torno a los temas WASH se relaciona con la calidad y cantidad de agua que reciben; ya que la mayoría viven en

pisos altos de viviendas alquiladas, lo que genera que la presión del agua sea muy baja; además de que el servicio de agua potable no es continuo por lo que deben aprovisionarse a través de baldes o cilindros de agua. Otro problema importante que resaltan es la calidad del servicio ya que manifestaron de acuerdo a su percepción que no confían en el agua que reciben; por lo que prefieren hacerlo hervir para usarlo en el aseo personal de sus hijos y para cocinar; en todo caso, incluso manifiestan que prefieren comprar galones de agua embotellada o envasada, lo cual también tiene un impacto en su precaria economía.

De igual modo, reconocen que el tema de higiene de los ambientes compartidos en donde viven es muy complicado ya que varias personas se encuentran en ellas. De los 06 participantes, 03 manifestaron que no viven solos, sino que comparten ambiente con otras familias, lo que incrementa el número de personas en un solo ambiente con áreas comunes, pero son conscientes de los lugares como la cocina y los servicios higiénicos son a los que mayor esfuerzo deben orientar.

Las participantes manifestaron que sus principales gastos en torno a productos de higiene para los niños están relacionados directamente a los pañales, jabones para niños, cremas hidratantes y shampoo especiales. En este acápite es importante manifestar que las participantes manifestaron que cuando se trata de los productos de higiene de sus hijos, evitan sacrificar calidad por precio. En ese sentido, los participantes indicaron que el término calidad está relacionado directamente con el reconocimiento de marcas y/o productos que han probado en sus hijos y les ha venido bien. En su situación dan prioridad a la compra de artículos de higiene para sus hijos menores.

El gasto promedio en productos de higiene para niños menores de 02 años puede llegar hasta los S/ 200.00 soles mensuales. Uno de los productos que más encarece esta canasta es definitivamente los pañales ya que según indican, su empleo puede variar de 3 a 4 pañales diarios, y, si se considera que las marcas mas vendidas vienen en paquetes de 44 unidades y su costo es de s/40.00 en promedio; solo en pañales, una familia puede gastar s/120.00 soles mensuales.

4.1.3. Personas en trabajo ambulatorio

En el caso de las personas que realizan un trabajo en comercio ambulatorio, su principal problema en torno al tema WASH es que no cuentan con un lugar adecuado donde puedan desarrollar actividades para su higiene personal como lavarse las manos, cepillarse los dientes y realizar sus necesidades fisiológicas, etc.; por lo que tienen que recurrir al alquiler y pago de servicios de baños privados generando gastos de hasta S/ 6.00 soles diarios, de acuerdo a lo que comentó una de las entrevistadas; ya que los restaurantes y/u otros negocios, cobran aproximadamente, S/ 1.00 sol por cada vez que necesiten emplear los servicios higiénicos de estos negocios.

El segundo problema que se ha identificado es la pérdida de sus productos de aseo personal como jabón, cepillo dental, pasta dental, peines, etc. al usar servicios

higiénicos públicos y como consecuencia del olvido y apuro (al no ser espacios seguros). Por lo que adicionalmente tienen que reponer los productos que se les pierden.

Otro problema que también les preocupa, es la posibilidad de contraer alguna infección, al usar baños de alto tránsito que no suelen tener un protocolo de desinfección eficiente y continua y por la alta frecuencia de usar este tipo de baños.

4.1.4. Personas identificadas por los ACS venezolanos.

El principal problema señalado es el limitado acceso al agua; en sus viviendas solo pueden acceder por horas determinadas y en muchos casos no han tenido acceso durante días enteros. Desencadenando muchas situaciones de falta de higiene dentro de sus viviendas.

Frente a esta situación, se genera otro problema que es no poder almacenar agua en la cantidad suficiente para satisfacer las necesidades. Debido a que el prestador de agua (SEDAPAL) no se les informa si cortaran el servicio, y debido a que no se les permite almacenar en recipientes grandes por falta de espacio.

Manifiestan a la vez que en la casa donde alquilan cuenta con un solo tanque de almacenamiento pero que no tiene la capacidad suficiente para abastecer a todas las familias y todas se perjudican cuando hay el corte del servicio de agua.

Como último problema identificado es que el alza de los precios en los productos de limpieza, la especulación y las restricciones han dificultado poder acceder a los productos de limpieza. Generando falta de limpieza y desinfección en los espacios en común, y esto también genera descontento entre las personas que alquilan. Por lo que acuden a presionar a los inquilinos para realizar la limpieza y desinfección.

Los gastos de la compra de artículos de limpieza dependen de las veces que les toca realizar la limpieza de los espacios en común; que es una vez al mes. En un mes gastan alrededor de S/ 50.00 soles. Y para estos gastos deben contar con el efectivo, no tienen opción a que les fíen dichos productos de limpieza en los establecimientos a los que acuden. Manifiestan los entrevistados que ya han intentado pedir que les fíen y se les ha negado por efecto de las referencias que se tienen en el país de sus connacionales venezolanos.

En resumen, las principales necesidades WASH que sufre la población migrante, son las siguientes:

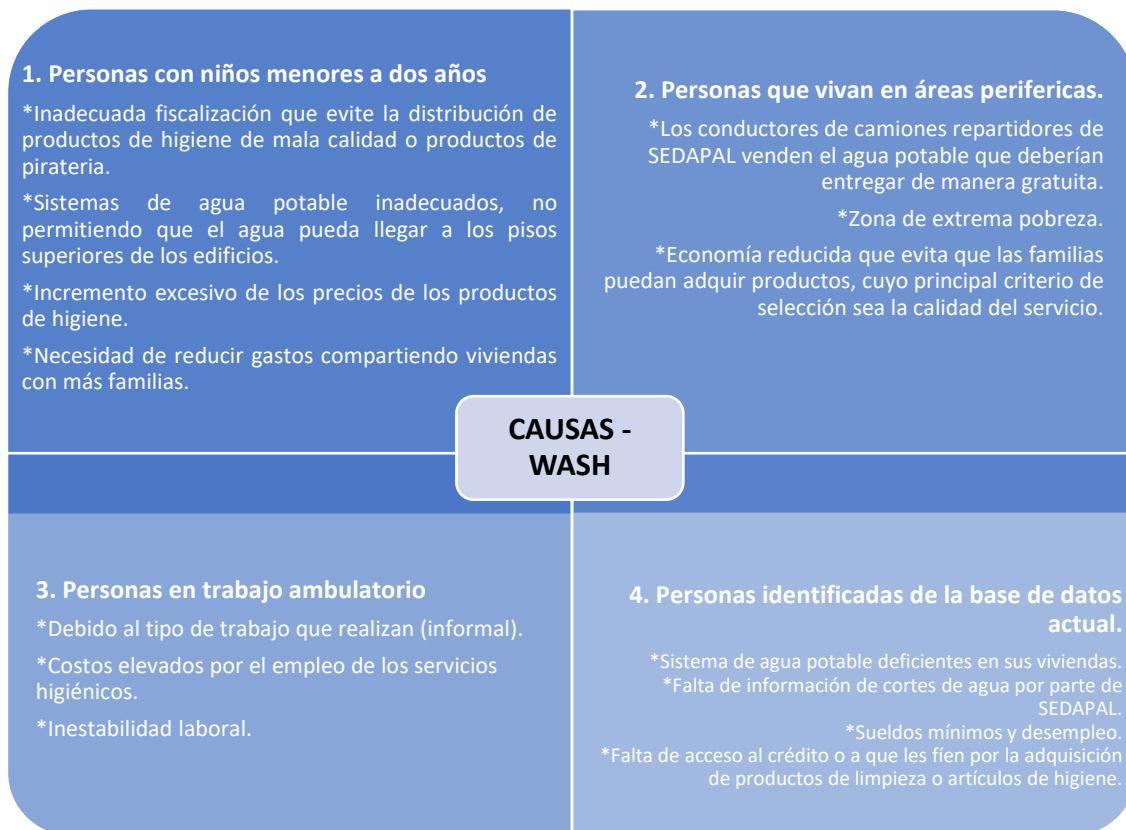


4.2 Causas principales que constituyen barrera para el acceso a un servicio de agua potable, servicio higiénicos y productos de higiene de calidad.

En este acápite es importante mencionar que las causas de estas barreras para el acceso a necesidades WASH dependen mucho a si tienen acceso intradomiciliario de agua potable y si cuentan con la economía para poder adquirir productos de buena calidad.

En el siguiente gráfico se resumen los resultados en torno a las causas que constituyen barrera para el acceso al servicio de agua potable de calidad:

Principales causas que constituyen barrera WASH según perfil de participantes



4.2.1. Personas que viven en áreas periféricas:

En el caso de las personas que viven en zonas periféricas sin acceso al agua potable por red pública se puede indicar que consideran como causa principal a esta situación, la poca afluencia de camiones cisterna que SEDAPAL que distribuyen de forma gratuita, por lo que se ven obligados a comprar y pagar precios que consideran elevados a vendedores privados de agua, ya que antes de la pandemia por Covid-19 solían pagar por cada cilindro de agua, aproximadamente S/ 3.0 soles o S/ 15.00 soles por metro cúbico; mientras que en el último años los vendedores en camiones cisternas les cobran por metro cúbico, aproximadamente S/40.00 soles, lo cual representa un incremento en un 167%.

De igual forma, los bajos ingresos económicos que tienen las familias migrantes les dificulta tremendamente su situación, ya que siempre deben priorizar la economía a la calidad de los productos. Esta falta en la economía evita que puedan acceder a la mayor cantidad y calidad de los productos de limpieza del hogar y de higiene para los integrantes de su familia.

Se suma la inseguridad durante la distribución gratuita de agua en los puntos establecidos por parte de los camiones cisterna contratados por SEDAPAL; dado que deben hacer largas filas desde muy temprano (algunas veces desde las 3 a.m.), en muchos casos se ha visto a niños o niñas realizando la fila para obtener agua, poniendo en riesgo la seguridad de ellos.

4.2.2. Personas con niños menores de dos años

Durante el grupo focal con las madres de hijos menores de dos años, nos indicaron que, si bien residen en viviendas con acceso directo a los servicios de saneamiento básico, en el último año se están realizando cortes prolongados e intempestivos del servicio de agua potable, lo que genera un gran problema ya que al tener niños menores de dos años la situación de cuidado en temas de higiene personal es mucho más frecuente y cuidadoso que si fuera un niño de mayor edad; esto justificado, de acuerdo con las participantes, en que los niños menores de dos años, necesitan una limpieza total cuando realizan sus necesidades fisiológicas y se ensucian constantemente.

Las participantes manifestaron que, debido al alza constante de los precios de los productos de higiene personal, las personas adultas de su hogar tienen que optar por marcas más económicas que les permitan obtener algún tipo de ahorro; aunque también en algunos casos han optado por dejar de emplearlos, como son las cremas hidratantes, a pesar de la costumbre generalizada por su empleo. Por el contrario, sus menores hijos siguen utilizando las mismas presentaciones y marcas de los artículos de higiene, dan prioridad a ellos.

Manifiestan que frente a esta situación hacen esfuerzos para ciertos productos, que corresponden al aseo personal y de sus bebés. En estos productos hacen todo el esfuerzo para poder adquirirlos en cadenas de farmacias o adquirir marcas reconocidas y confiables. No importando el precio sino en la calidad del producto; los cuáles suelen ser pañitos húmedos, pañales, jabones pediátricos, shampoo para adultos y para niños. Las participantes manifestaron que lo más importante es el cuidado y bienestar de sus bebés.

4.2.3. Personas dedicadas al comercio ambulatorio

El grupo de personas dedicadas al comercio ambulatorio considera que un factor determinante para que ellos elijan productos de calidad, es el precio. Según manifiestan en los últimos meses, se han incrementado los precios de los productos de forma muy acelerada, por lo que siempre están cambiando de productos, pero priorizando el precio.

Por otro lado, también son conscientes de que la situación que padecen, sobre todo las mujeres dedicadas al comercio ambulatorio, (no tener servicios higiénicos de calidad y gratuitos) se debe principalmente al tipo de trabajo que realizan, donde no

existen beneficios laborales, ni ningún tipo de contrato, por lo que, en ese sentido, están resignadas a esta situación todos los días y por largas jornadas de trabajo.

4.2.4. Personas identificadas por los Agentes Comunitarios de Salud venezolanos.

Las personas entrevistadas de la base de datos mencionan que las principales causas a sus problemas son:

- a. Que en el distrito donde viven no se cuenta con sistemas eficientes de distribución de agua, como es el caso de la falta de presión para todas las viviendas, a la vez que dentro de la vivienda donde alquilan hay una mala distribución del agua para los inquilinos que ocupan un cuarto.
- b. Nunca se les informa de los cortes de agua que habrá durante la semana; ya sea de unas horas o de días. Se suma a ellos el maltrato y la discriminación que reciben por parte de los dueños de las viviendas donde alquilan.
- c. Se suma a ello que la causa por la que no logran comprar todos los productos de limpieza para su hogar, son los bajos ingresos por el desempleo y los sueldos mínimos que reciben quienes logran salir a trabajar. Las participantes comentan, que, debido a su nacionalidad, las vendedoras de mercados les niegan aceptar sus solicitudes de crédito o fiar productos de limpieza e higiene.

4.2.5. Entrevista a conductor de camión cisterna que reparte agua

Se realizó una entrevista a un conductor de camión cisterna que reparte agua en la zona de Jicamarca, ingresando por San Juan de Lurigancho.

El entrevistado manifestó que labora para una empresa privada consorciada, este consorcio trabaja para SEDAPAL en el marco de la emergencia sanitaria por la COVID 19, gracias a la designación de recursos económicos por parte del gobierno central (Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento).

En la actualidad, se reparte/distribuye agua potable en camiones cisterna a zonas no suministradas de agua mediante red pública. Además de los camiones que trabajan para SEDAPAL, existen otros vendedores informales o piratas que venden agua, pero esta agua no es potable, además nadie les realiza la supervisión o vigilancia. El consorcio cuenta con camiones cisterna que tienen capacidades de 10 a 14 m³ de agua. El agua potable que se distribuye se obtiene de surtidores de agua, ubicados en diferentes puntos de San Juan de Lurigancho. Los surtidores de agua son puntos provenientes de la red de agua potable donde se puede obtener agua en grandes cantidades.

Los repartidores contratados por SEDAPAL trabajan de lunes a sábados, y a diario realizamos 305 viajes en camiones cisterna para la zona de Jicamarca. En la

actualidad, SEDAPAL reparte de forma gratuita agua potable en las zonas periféricas de la ciudad de Lima que no cuentan con este servicio. Antes de la pandemia, el costo de cada cilindro de agua era de S/ 3.0 soles o S/ 15.00 soles por metro cúbico. Al 2022, los precios se han incrementado, y de acuerdo con lo mencionado por las personas que adquieren el servicio de forma particular, por llenar un tanque de agua de 1200 litros suelen pagar entre S/ 40.00 a S/ 80.00 soles, dependiendo de la zona de acceso y la distancias que recorren los vendedores. En el caso de los que reparten agua gratuita, la vigilancia de calidad de agua la realiza SEDAPAL al momento del abastecimiento en los surtidores, miden la cantidad de cloro residual por cada camión cisterna. Al ser el agua gratuita, no entregan comprobantes de venta a los beneficiarios, pero si el consorcio lo hace a SEDAPAL por el servicio que brinda, además nunca han trabajado para una ONG.

Por otro lado, la venta particular de agua potable a través de camiones cisterna suele hacerse de manera informal, ya que no se entrega ningún tipo de comprobante a las personas que la adquieren; en el caso de la venta a los negocios que funcionan en la zona, como restaurantes, centros recreativos, etc., y que suelen necesitar este tipo de comprobantes, tampoco nos indican que lo soliciten o que les hayan entregado.

4.2.6. Visitas a mercados.

Para poder analizar una de las causas del acceso a los artículos de higiene de las familias migrantes venezolanas y verificar; la variación los precios, las variaciones entre las marcas y la especulación. Es que se han realizado visitas a mercados muy concurridos para poder analizar esta variante.

Obteniéndose así que en los mismos mercados existe diferencia entre las marcas de un mismo producto. Comprobándose que los precios estaban incrementándose a diferencia de meses anteriores a la visita en los mercados.

Las variaciones en algunos productos, aunque son mínimas, en un acumulativo mensual si tiene un alto impacto. De aquí podemos deducir que el acceso a cada producto de higiene está determinado por su precio. Al igual que todos los artículos que están relacionados a la limpieza tanto del hogar, áreas en común e higiene personal.

Sobre este punto es importante mencionar que se realizó visitas de observación a tres mercados de la capital, donde se comparó precios de las marcas y productos más vendidos de higiene personal, obteniendo como resultado lo siguiente:

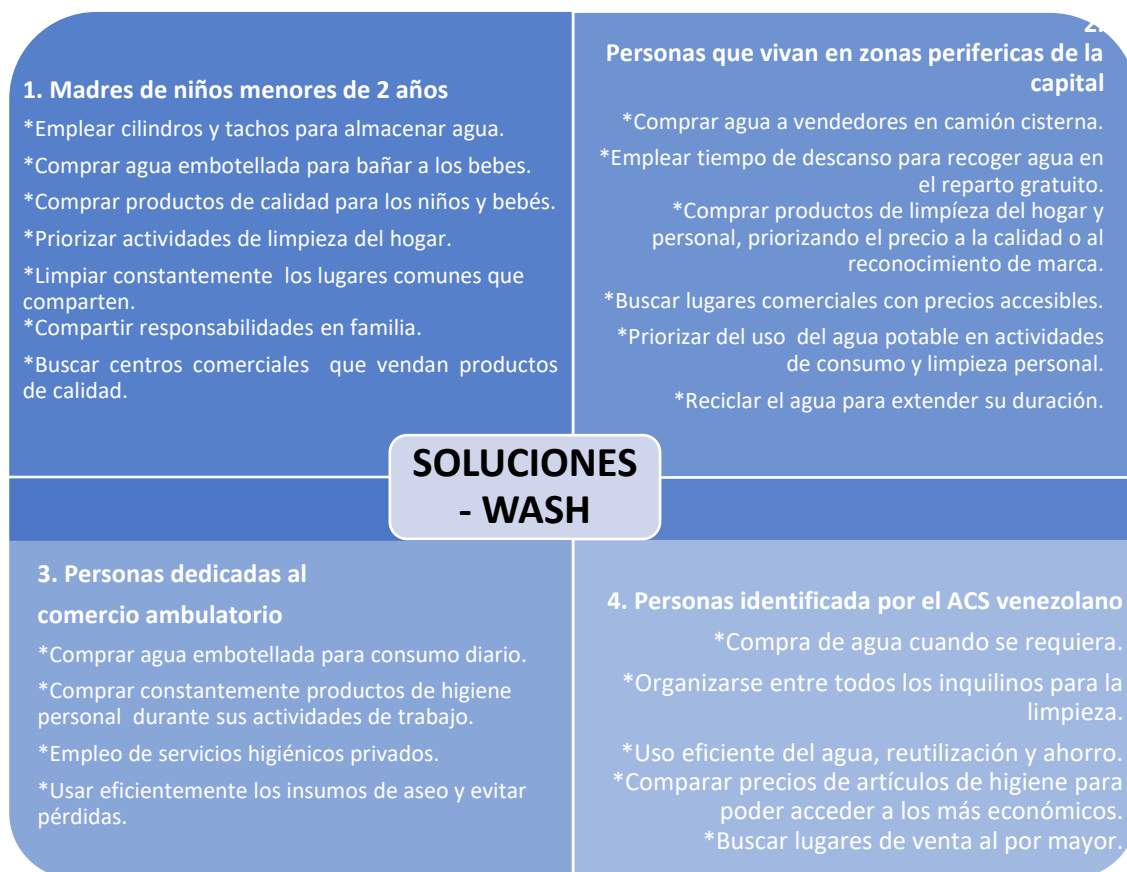
N ^o	Artículos de higiene personal	Marca	Precio S/
1	Alcohol líquido 70°	Vicefarma	13.00
		Alcohol Medicinal	11.50
		Alkofarma	14.30
2	Jabón de tocador x75gr.	Palmolive	3.50
		Protex	3.30
		Neko	3.50
3	Jabón para bebés x80grs	Jhonson	4.50
		Dr. Zaidman	3.80
		Glicerina	4.00
4	Pasta dental 100ml	Kolinos	3.00
		Dento	2.50
		Colgate	3.50
5	Cepillo de dientes	Kolinos	2.50
		Dento	2.00
		Colgate	3.00
6	Jabón líquido 400ml	Aval	8.50
		Protex	9.00
		Baby sec (44)	31.50
7	Pañales (paquete)	Huggies Blanco (44)	40.00
		Pampers (36)	21.50
8	Toallas Higiénicas (paquete)	Kotex	3.50
		Nosotras	4.50
9	Papel Higiénico (rollo)	Paracas (1)	1.00
		Noble (2)	2.40
		Suave (2)	2.20
10	Shampoo para adultos (tamaño grande)	HyS	16.00
		Pantene	16.50
		Savital	13.00
11	Shampoo para niños (tamaño grande)	Savital	13.00
		Jhonson	15.00
		Amen	12.00
12	Toallas húmedas (paquete)	Babysec	8.50
		Ninet	8.00
		Huggies verde	7.30

En general en los tres mercados que se visitaron (02 mercados de San Juan de Lurigancho y 01 en Cercado de Lima); se pudo observar que los precios de los productos varían en +_ 0.50 céntimos dependiendo la marca.

4.3 Opciones y alternativas que desarrollan y les permiten el acceso al agua, saneamiento e higiene.

En el siguiente apartado se hace un recuento de las principales acciones y actividades que desarrolla la población migrante venezolana para poder acceder a un servicio de agua potable de calidad, así como a un ambiente limpio e higiénico dentro de sus hogares.

En el siguiente gráfico se resumen los resultados en torno a estas actividades y acciones que desarrollan:



4.3.1. Personas en zonas periféricas:

De acuerdo con los resultados que se obtuvieron de los grupos focales; y complementando la información con la entrevista al repartidor de agua potable en el camión cisterna, se puede indicar que la principal alternativa de solución que tienen las familias que no cuentan con el servicio de agua potable intradomiciliario, es comprándolo a vendedores privados de agua en camiones cisterna a precios sumamente elevados. Sin embargo, al ser este un elemento básico para los hogares, se debe priorizar su compra y designarse un monto semanal que aproximadamente puede llegar hasta los S/ 80.00 soles semanales, dependiendo si es que durante la semana alcanzan a recoger agua, durante el reparto gratuito que desarrolla SEDAPAL.

Los participantes comentaron que un metro cúbico de agua, les alcanza dependiendo de la cantidad de integrantes que tenga la familia, en una familia conformada por 4 a 5 personas dura de 2 a 3 días como máximo. La cantidad de agua que utilizan por persona es de 50 a 70 litros diarios.

El entrevistado conductor que reparte agua gratuita contratado por SEDAPAL, comentó que los camiones cisterna de SEDAPAL, suelen ser supervisados constantemente y para verificar la calidad del agua solo se hace la verificación de cloro residual, mientras que las otras cisternas que realizan el reparto de manera privada no son supervisadas y no tienen garantía de ningún tipo, aunque el agua por medio de observación directa pueda parecer segura.

A su vez, durante el reparto gratuito que realiza SEDAPAL, las familias se ven en la obligación de esperar aproximadamente de 4 a 5 horas (según comentaron los participantes de la entrevista) para poder abastecerse de agua. Esta situación genera que todos los integrantes de la familia tengan que participar, ya que la espera es muy prolongada y los integrantes mayores de las familias deben ir a trabajar por lo que envían a los hijos menores que se encuentran en el hogar a *"cuidar la cola"*, así sea de madrugada.

En lo que se refiere a la adquisición de productos de higiene personal y limpieza del hogar, los participantes indicaron que se ven en la necesidad de adquirir productos de menor precio y durabilidad, sobre todo en este último año; donde según nos comentan su percepción de incrementó de precios de los productos que adquirirían viene siendo constante por lo que siempre están variando de marcas más económicas.

De manera general, las marcas que mencionan como productos de limpieza personal, sin mencionar su empleo específico son: Colgate, Palmolive, Neko, HyS, LadySpeek; entre otros. Mientras que los productos de limpieza del hogar son más reconocidos por su función que por su marca, y mencionaron que los productos básicos son los desinfectantes, los aromatizantes, detergentes, y lava vajillas.

4.3.2. Personas con hijos menores de dos años

Sobre este grupo se puede indicar, que, si bien todas las participantes indicaron que tienen agua en su domicilio de forma directa, debido a los constantes cortes de agua que realiza SEDAPAL, sin previo aviso, se ven en la obligación de juntar agua de forma diaria. Además, no confían en la calidad, por lo que, para la higiene personal de los bebés, prefieren comprar agua embotellada y/o hacer hervir el agua y esperar a que se enfríe antes de bañar a sus hijos.

De igual forma, en lo que se refiere a productos de limpieza, según indican, debido a malas experiencias que han tenido adquiriendo estos productos, tratan de buscar productos que sean expendidos en lugares con garantía.

Debido a que las participantes, viven en departamentos donde comparten los ambientes comunes (servicios higiénicos) con otras familias, organizan las labores de limpieza, repartiendo responsabilidades y días de actividad de limpieza y desinfección; con el objetivo de que estos ambientes se mantengan limpios y en condiciones adecuadas. Según nos mencionaran, en general suele funcionar la forma en la que se reparten la realización de estas actividades, sobre todo con familias que también tengan hijos menores; debido a que *"para las madres la limpieza es lo más importante del hogar"*.

4.3.3. Personas dedicadas al comercio ambulatorio

Por el lado de las personas que se dedican a la venta ambulatoria que fueron entrevistados, se puede indicar, que la forma en la que han optado para poder acceder a los servicios higiénicos es emplear baños privados por lo cual tiene que pagar una tarifa. Además, se suma la compra de 2 a 3 botellas de agua, usado como bebida diariamente, a un precio aproximado de S/ 1.50 soles, según indicó una de las entrevistadas. En ese sentido cuando se les preguntó por qué no llevan agua de sus hogares, ellas nos indicaron que prefieren comprar agua embotellada, debido a que no disponen de un lugar adecuado para guardarlo, además de que pesa y estar cuidando todo el día un tomatodo suele “resultar agotador”.

4.3.4. Personas identificadas por un ACS venezolano.

Frente a todas las problemáticas y el análisis de las causas de sus necesidades es que la familia encuestada de la base de datos se ve en la obligación de generar sus propias alternativas de solución.

Respecto al acceso por horas al servicio de agua potable es que tratan de agenciarse de agua en reserva para las horas donde no tiene acceso al agua. Comprando por bidones a la semana. De esta forma puede utilizarla en la higiene personal y de su familia si es que es necesario.

A la vez buscan la manera de organizarse junto a las demás familias que alquilan en la vivienda, se turnan semanalmente para dividirse; tanto la limpieza de las áreas en común como para los gastos que esta actividad implica. De esta manera que sus gastos se dividen entre todas las familias.

Vienen logrando junto a su familia el uso eficiente del agua, por medio de la reutilización y el ahorro de este. Pero manifiesta que, pese a ello, igual cuando no logra comprar tienen la necesidad de salir a pedir a las viviendas aledañas.

Para poder acceder a la mayor cantidad de productos de limpieza comparan precios en varios lugares de ventas, recorriendo así lugares de venta al por mayor.

La estrategia que vienen utilizando es hacer una sola compra al mes y en la cantidad que puedan obtener ofertas en los precios de los productos.

4.3.5. Percepción de los Kits de Higiene propuestos.

En los grupos focales y entrevistas a personas migrantes venezolanas se realizó el proceso de validación de Kits de higiene propuestos por ACH, los cuales fueron presentados en 5 modalidades: i) kit para familias, ii) kit para hombres, iii) Kit para mujeres, iv) kit para bebés y v) Kit COVID 19 (Capítulo de Anexos, cuadros del 1 a 5).

A continuación, los resultados encontrados:

- a. Grupo Focal de personas con menores a 2 años: En este grupo focal, la sesión se realizó en modo virtual y participaron madres de familia de los distritos de San Juan de Lurigancho, Cercado de Lima y Los Olivos. Quienes manifestaron su aprobación a los Kit mostrados. Sin embargo, hicieron la observación en el kit

mujer que es necesario contar con una crema hidratante, debido a que sus actividades son el comercio ambulatorio y presentan resequeidad en la piel por el ambiente donde desarrollan su actividad económica.

- b. Grupo Focal personas de áreas periféricas: Se conto con la participación de hombres y mujeres mayores de edad, jefes de familia de la zona de Jicamarca, distrito de San Juan de Lurigancho y de manera presencial. Quienes manifestaron la aprobación de los 05 kits mencionados e hicieron la misma observación que el grupo focal anterior; observación en el Kit mujer de agregar una crema hidratante para la resequeidad de la piel.

Respecto al Kit hombre manifestaron su aprobación a cada uno de los elementos mencionados, comentando que efectivamente era lo indispensable para su higiene y garantiza la satisfacción de sus necesidades.

- c. Entrevistas a personas identificadas por el ACS venezolano y que realiza comercio ambulatorio: participaron madres jefas de hogar y mediate llamadas telefónicas, manifestaron la conformidad de los 05 kits que se mencionaron y señalando que estaban enfocados en las necesidades básicas de cada una de sus familias. Sobre todo, en las necesidades para sus hijos ya que consideran que llega a satisfacer las necesidades que vienen atravesando y garantiza la salud e higiene de sus hijos y familiares.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones:

- Las familias migrantes venezolanas evaluadas vienen atravesando necesidades de agua, saneamiento e higiene en sus hogares, en su centro laboral que ponen en riesgo su salud.
- Servicios de distribución gratuita de agua por camión cisterna que realiza SEDAPAL no cubre en cantidad la demanda de agua potable de las familias que viven en las áreas periféricas de los ámbitos evaluados y que no cuentan con red pública.
- En los distritos de Lima metropolitana donde viven las personas evaluadas (Los Olivos, Cercado de Lima, San Juan de Lurigancho) en las cuales cuentan con el servicio de agua por red pública, se han identificado cortes de agua sin previo aviso a las familias, ocasionando desabastecimiento y escases del agua en las viviendas y afectando la precaria economía de las familias migrantes.
- Escasa supervisión en las acciones de distribución gratuita de agua potable por medio de camiones cisterna contratados por SEDAPAL, lo cual podría estar generando problemas de corrupción y afectación al acceso gratuito de las familias ubicadas en áreas periféricas sin acceso al agua por red pública.
- El incremento en los precios de los productos de limpieza e higiene personal (papel higiénico, detergentes, jabones, pañales) en los ámbitos evaluados impide

el acceso de las familias migrantes venezolanas a estos productos; obligando, a reducir el número de productos y la calidad de estos.

- Las personas que trabajan en el comercio ambulatorio presentan un gasto económico incrementado en agua, saneamiento e higiene; y también un mayor riesgo de contraer infecciones por el uso frecuente de baños públicos de dudosa higiene y desinfección.
- Familias migrantes venezolanas no logran acceder a créditos o a que les fíen en las compras de artículos de limpieza e higiene, por la desconfianza y la imagen que reflejan los medios de comunicación con algunos de sus connacionales.
- Las familias con menores de 2 años presentan un alto nivel de gasto económico en WASH, siendo un aproximado de 200 soles/mes en artículos de higiene para sus menores.
- Las familias sin acceso a abastecerse de la red pública de agua tienen un alto gasto para proveerse de agua potable, siendo su gasto aproximado mensual de S/.120 soles/mes.
- En los mercados de abastos visitados, si existe la disponibilidad y stock de productos de limpieza e higiene para la venta.
- Las personas migrantes venezolanas encuestados tuvieron una valoración positiva de los insumos que contienen cada uno de los 5 kits de higiene; siendo la principal recomendación es la inclusión de una crema hidratante.

5.2 Recomendaciones:

- Es necesario que desde SEDAPAL evalué el incremento de provisión gratuita de agua en ámbitos que no tengan acceso al servicio de agua potable en sus viviendas y que viven en zonas periféricas, debido a que la cantidad a la que acceden es insuficiente.
- Desde ACH analizar la posibilidad de incluir en algún proyecto, un esquema de contratación de camiones cisterna formales para provisión complementaria de agua de calidad en ámbitos específicos y población vulnerable de acogida y migrante.
- SEDAPAL debe mejorar la supervisión al reparto de agua gratuita en camiones cisterna, ya que según indicaron los participantes de uno de los grupos focales (zonas periféricas), estos camiones solo reparten en las mañanas, y a partir del mediodía empiezan a vender el agua a precios elevados, pudiendo estar ocurriendo actos de corrupción. Lo cual también se puede mejorar a través de creación de Comités de Vigilancia con los integrantes de estos ámbitos que pueden ser implementados a través de intervenciones de ACH.
- SEDAPAL debe mejorar sus canales de comunicación, sobre todo en las actividades que afectan directamente a los usuarios, como son los cortes de agua; ya que según indicaron los participantes, esto viene sucediendo de forma constante y sin previo aviso, por lo que es común que en determinados distritos las personas se queden sin agua potable. A través del ACH se puede establecer coordinaciones con el área de comunicación de SEDAPAL para poder replicar los comunicados en las redes sociales de migrantes venezolanos.

- De igual forma, desde ACH a través de algún proyecto se podría impulsar el empadronamiento de los usuarios más vulnerables para esquemas de vales o vouchers de agua en coordinación con los vendedores privados.
- Promover la coordinación con las áreas de fiscalización de los gobiernos locales conjuntamente con las direcciones de salud para desarrollar acciones de supervisión de forma continua y eficiente los servicios higiénicos de los negocios que ofrecen servicios al público (restaurantes, mercados de abasto, centros comerciales), ya que son los que suelen ser empleados por las personas que transitan por la zona; mucho más si se considera que los lugares que no tienen garantías sanitarias mínimas se convierten en focos de infección para distintas enfermedades y/o infecciones.
- Analizar la posibilidad de incorporar estrategia de vouchers y vales de consumo de artículos WASH en establecimientos comerciales formales que funcionan en mercados o Mini Market en los lugares donde se encuentra la población migrante vulnerable.
- Incorporar prioritariamente en las intervenciones a las familias vulnerables con menores de 2 años y familias que residen en ámbitos periurbanos sin acceso a la red pública de agua, pues presentan elevados gastos en WASH.

5. ANEXOS:



Fotografía 01: GRUPO FOCAL, ANEXO 22 JICAMARCA. SJL



Fotografía 02: GRUPO FOCAL, ANEXO 22 JICAMARCA. SJL



REGISTRO DE PARTICIPANTES

FECHA: 30-03-2022.

LUGAR: Anexo 22, JICARACA, SJL-LIMA
 DISTRITO: SAN JUAN DE LUDIGANCHO.
 ACTIVIDAD: GRUPO FOCAL - PERSONAS ÁREAS PERIFÉRICAS.
 RESPONSABLE DE ACTIVIDAD: FRANCISCO SILUPE / GIULIANA SÁNCHEZ

N°	Nombre y Apellido	Edad	SEXO		TIPO de Documento	N° de Documento	N° de teléfono	Hora de Ingreso	Hora de salida	FIRMA
			F	M						
1	YOSI MARIEL GUAYNA	41	X		Cédula	16069183	918540759	6:30	8:20pm	Yosely Guayna
2	YELFR. DAVID BERRIGTERAN ALVARO	31		X	C.E	004919240	933780401	6:30	8:20pm	Yelfr. David
3	EMERIS ETEL RODRIGUEZ ESPINOZA	39	X		C.E	003854901	930914104	6:30	8:20	Emeris
4	LUIS MANUEL MELGAREZ ESCOBAR	23	X		Cédula	26941194	944877025	7:00	08:20	Luis Manuel
5	ISAHEL DANIEL TUD CARIPA	24	X		Cédula	27363455	900044070	7:00	8:20	Isaheal Tud
6	GUEIDIS YURAN MARTES ROJAS	26	X		Cédula	29593296	919056225	7:00	8:20pm	Gueidis
7	Eudelin Jose Alvaroz Espinoza	41	X		C E	003772140	92370350	7:00	8:20PM	Eudelin
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										

Francisco Silupe S.
 Giuliana Sánchez

Imagen 01: REGISTRO DE PARTICIPANTES GRUPO FOCAL ZONAS PERIFÉRICAS

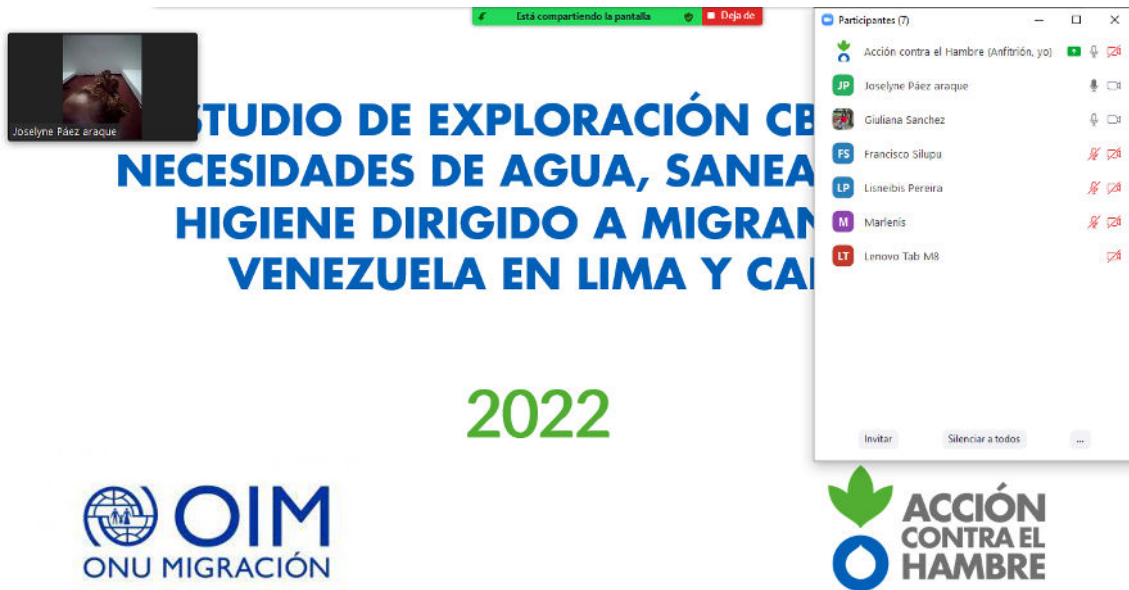


Imagen 02: 1GRUPO FOCAL VIRTUAL PERSONAS CON MENORES A DOS AÑOS

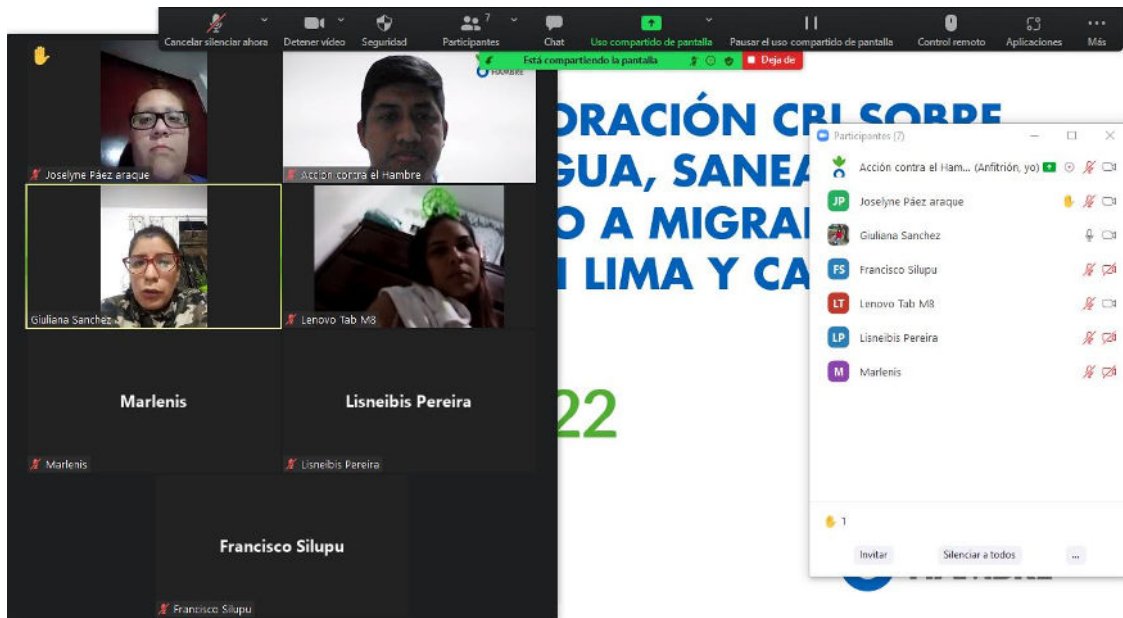


Imagen 03: 2GRUPO FOCAL VIRTUAL PERSONAS CON MENORES A DOS AÑOS

FICHA DE INSPECCIÓN MERCADOS DE ABASTOS

Nombre del mercado: MERCADO SANTA ROSA

Distrito S.J. 2

Dirección: AV CANTOREY

Fecha: 22/03/22

Número de puestos: 120

Nº	Artículos de higiene personal	Marca	Precio S/
1	Alcohol líquido 70°	1L ALKOFARMA	14.00
		1L ALCOHOL MEDICINAL	13.50
2	Jabón de tocador x75gr.	MEKO	3.50
		PALMOLIVE	3.30
		PROTEX	3.50
3	Jabón para bebés x80grs	JOHNSON GRANDE	4.50
		DI. ZAIMAN	3.80
4	Pasta dental 100ml	KOLINOS	2.50
		GOLGATE	3.00
5	Cepillo de dientes	DENTO	1.80
		KOLINOS	3.00
6	Jabón líquido 400ml	AVAL	8.50
		PROTEX	9.00
7	Pañales (paquete)	(22) BABY SEC (PAQUETON)	65.00
		BABY SEC (44)	40.00
		HUGGIES (68)	43.00
8	Toallas Higiénicas (paquete)	MOSOTRAS	4.50
		KOTEX	3.50
9	Papel Higiénico (rollo)	PARACAS (1)	1.00
		NOBLE (2)	1.80
		SUPVE (2)	2.20
10	Shampo para adultos (tamaño grande)	HYS	16.00
		PANTEME	16.00
		SAVITAL	13.00
		SAVITAL	13.00
11	Shampo para niños (tamaño grande)	JOHNSON	13.50
		ATENS	12.00
		NINET	8.00
12	Toallas húmedas (paquete)	HUGIES VERDE	7.50
		BALANCE CHILO	4.00

FICHA DE INSPECCIÓN MERCADOS DE ABASTOS

Nombre del mercado: *MERCADO LA UNIÓN*

Distrito *San Juan de
Luzancho*

Dirección: *Av. BAYOVAR*

Fecha: *22/03/22*

Número de puestos: *72*

Nº	Artículos de higiene personal	Marca	Precio S/
1	Alcohol líquido 70º	ALCOHOL MEDICINAL	11.50
		ALCOHOL VICEFARMA	13.00
2	Jabón de tocador x75gr.	PALROLIVE	3.50
		PROTEX	3.30
3	Jabón para bebés x80grs	JOHNSON CHICO	3.00
		JABÓN DE GLICERINA	4.00
4	Pasta dental 100ml	KOLIMOS	3.00
		DENTU	3.00
5	Cepillo de dientes	KOLIMOS	2.50
		DENTU	2.00
6	Jabón líquido 400ml	AVAL.	8.50
		PROTEX	7.50
7	Pañales (paquete)	Baby SEC (44)	30.00
		(Unico) HUGGIES BLANCO	20.00
		HUGGIES VERDE	31.00
8	Toallas Higiénicas (paquete)	MUSOTRAS	4.40
		KOTEX	4.30
9	Papel Higiénico (rollo)	PAPACAS (1)	1.00
		SUPUE (2)	2.20
10	Shampo para adultos (tamaño grande)	SEDAL	16.00
		SAVITAL	13.00
11	Shampo para niños (tamaño grande)	SAVITAL	13.00
		JOHNSON	15.00
12	Toallas húmedas (paquete)	BABYSEC (105)	16.00
		HUGGIES VERDE	7.50

FICHA DE INSPECCIÓN MERCADOS DE ABASTOS

Nombre del mercado: MERCADO LA UNIÓN

Distrito SAN JUAN DE

Dirección: AV. BAYONA

LURIGANCHO

Fecha: 22/09/22

Número de puestos: 70

Nº	Artículos de higiene personal	Marca	Precio S/
1	Alcohol líquido 70°	ALKOFARMA 1L	14.30
		ALCOHOL DESINFECTANTE	12.20
2	Jabón de tocador x75gr.	MEKO	3.50
		PROTEX GRANDE	5.00
		- AVAL	3.00
3	Jabón para bebés x80grs	JOHNSON	4.00
		DR. ZAHN	3.50
4	Pasta dental 100ml	COLGATE	3.50
		DENTO	2.80
5	Cepillo de dientes	COLGATE	3.00
		DENTO	2.00
6	Jabón líquido 400ml	AVAL.	8.00
		PROTEX	7.00
7	Pañales (paquete)	PAMPERS (36)	21.50
		BABYSES P(36)	31.50
8	Toallas Higiénicas (paquete)	NOSOTROS	4.50
		KOTEX	4.30
9	Papel Higiénico (rollo)	PARACAS (1)	1.00
		SUPAVE (2)	1.80
10	Shampo para adultos (tamaño grande)	PANTENE	17.80
		HYS	16.80
11	Shampo para niños (tamaño grande)	SAVITAL	13.00
		JOHNSON	14.50
12	Toallas húmedas (paquete)	NINET (13 PAQUETE)	8.00
		HUGGIES VERDE	7.30

CUADRO 01: Propuesta de Kit Básico de Higiene para los beneficiarios.

KITS WASH		
1	Agua	En botella de plástico diversas presentaciones
2	Alcohol en Gel	Presentación de 500ml
3	Toallitas húmedas	Hipoalérgicas: si Sin alcohol: si Presentación: en paquetes de mínimo 48 unidades.
4	Pañales	Talla: M, G o XG Permite movilidad: si Tipo: desechables Ajustables: si
5	Shampo para adultos	Cantidad: entre 530 ml Tipo: para todo tipo de cabello Shampo y acondicionador: si
6	Shampo para bebe	Cantidad: entre 400 ml sin alcohol
7	Jabón de tocador	Tamaño: entre 300 y 350ml Tipo: líquido. Con aroma: sí.
8	Jabón para bebe	Material: Glicerina. Tamaño: mínimo 80g pack de 3 unidades
9	Toallas sanitarias	Presentación: en paquetes de 30 unidades Con alas protectoras: si Material: tipo algodón
10	Jabón de lavar ropa	Presentación: entre 200 g. 220g Tipo en barra En bolsa individual
12	Cepillo de dientes	Tipo de cerdas: duras. Para adulto: si Empaque individual
13	Pasta de dientes	Cantidad: entre 75ml y 90ml Triple acción (blanqueamiento, limpieza y frescura): si Con flúor: si
14	Papel higiénico	En botella de plástico diversas presentaciones
15	Jabón líquido para manos	En botella de plástico diversas presentaciones
16	Bolsa Pequeña desechos	Tamaño pequeño

Cuadro 02: kit de higiene para bebés.

kit bebé		
1	Agua embotellada	Presentación: en botella Cantidad: entre 600ml y 700ml Sin Gas: si Fecha de vencimiento: mínimo 6 meses
2	Bolsa para desechos	Material: biodegradable Tamaño: pequeña (para desechar un pañal usado)
3	Pañales	Talla: M, G o XG Permite movilidad: si Tipo: desechables Ajustables: si
4	Toalla de cara.	Tamaño: 25 x 25 cm. Tipo de tela: Microfibra Colores: Azul, negro o blanco. Material: Polyester 80% Poliamida 20%
5	Toallitas húmedas	Hipoalérgicas: si Sin alcohol: si Presentación: en paquetes de mínimo 48 unidades.
6	Jabón para bebés	Material: Glicerina. Tamaño: mínimo 80g Aroma: leve a frutas o aloe vera
7	Fular de tela para bebés	Material: tela semi elástica, de algodón Con bordes cocidos: si Con marca de referencia en el medio: si Color: Azul o negro o gris. Nota: es un rectángulo de tela elástica de 5metros por 50cm con una marca en el medio.
8	Morral	Tamaño aprox.: 36 cm x 41 cm, incluye logos Con gancho para colgarlo en mochila
9	Manta	Manta polar antialérgica de 84 x 95
10	Shampoo	Shampoo para bebe Frasco de 400 ml.
11	Vaso tomatodo bebe	Biberón para bebe de 8oz.

CUADRO 03: Kit de higiene mujer

Kit Mujer

1	Agua embotellada	Presentación: en botella Cantidad: 1 Litro Sin Gas: si Fecha de vencimiento: mínimo 6 meses
2	Tomatodo con logo	Material: plástico Color: Azul o negro o blanco. Estampado: sí Color de estampado: Azul o negro o blanco Capacidad: 1 Litro Agarradera o cinta de plástico: si Tapa rosca: si Boquilla, cañita o chupón para tomar: si
3	Afeitadora	Doble hoja o más. Con hojas protegidas (plástico o cartón) Con barrita de gel
4	Corta uñas	Metálico Pequeño Sin diseño
5	Jabón de lavar ropa	Presentación: entre 200 g. 220g Tipo: en barra En bolsa individual
6	Pañitos desinfectantes	Unidades por empaque: mínimo 20 Tipo: para superficies.
7	Peine	Plástico: si Con Mango: si Tamaño: pequeño
8	Pañitos Húmedos	Hipoalérgicas: si Sin alcohol: si Presentación: en paquetes de mínimo 48 unidades.
9	Repelente de insectos	Grado DEET: mínimo 15. Modelo: líquido o crema. Cantidad: entre 90ml y 120ml
10	Bloqueador solar	Tamaño: entre 90ml y 120ml En crema: sí. Con aroma: sí. Con aroma: sí. Grado Fps: mínimo 45
11	Jabón	Tamaño: entre 300 y 350ml Tipo: liquido. Con aroma: sí.
12	Cepillo de dientes	Tipo de cerdas: duras. Para adulto: si En empaque individual
13	Pasta de dientes	Cantidad: entre 75ml y 90ml Triple acción Blanqueo, limpieza y frescura: si Con flúor: si
14	Shampoo	Cantidad: entre 90ml y 100ml Tipo: para todo tipo de cabello Shampoo y acondicionador: si
15	Desodorante	Tipo: Sachet con tapa Modelo: unisex Antitranspirante: si Tamaño: mínimo 9g
16	Papel higiénico	Doble hoja: si En empaque individual: si Tamaño: entre 16.5m y 20.0m por rollo.
17	Toalla de cara.	Tamaño: 40 x 40 cm. Tipo de tela: Microfibra Colores: Azul, negro o blanco. Material: Polyester 80% Poliamida 20%
18	Mascarilla	Tipo: tela con fibra de algodón Con cintas elásticas: sí. Clip de metal para nariz: sí. Anti- Bacterial: sí. BFE 95%: sí. Medidas aprox.: 175 x 95 mm Color: unicolor
19	Alcohol en gel	Con dispensador: si Anti bacterial: si Incoloro: si Inoloro: si Medida: 120ml Con glicerina: si
20	Toallas sanitarias	Presentación: en paquetes de 10 unidades Con alas protectoras: si Material: tipo algodón
21	Silbato	Material: plástico Con cinta para cuello: si Nota: no de juguete, la función es alertar en casos de peligro.
22	Mochilas	Modelo de mochila: Escolar. Tipo de tela: Tetrón Kodra Medidas: 42 x 30 x 15 cm Características: con dos bolsillos y cierres. Color: por organización. Medidas de estampado: por organización. Con estampado: sí Medidas de estampado: por organización.
23	Frasco atomizador	Frasco atomizador espray de alcohol 100 ml

CUADRO 04: Kit de higiene para familias

KIT FAMILIA		
1	Agua embotellada	Presentación: en botella Cantidad: 1 Litro Sin Gas: si Fecha de vencimiento: mínimo 6 meses
2	Tomatodo con logo	Material: plástico Color: Azul o negro o blanco. Estampado: sí Color de estampado: Azul o negro o blanco Capacidad: 1 Litro Agarradera o cinta de plástico: si Tapa rosca: si Boquilla, cañita o chupón para tomar: si
3	Afeitadora	Doble hoja. Con hojas protegidas (plástico o cartón) Con barrita de gel
4	Corta uñas	Metálico Pequeño Sin diseño
5	Jabón de lavar ropa	Presentación: entre 200 g. 220g Tipo en barra En bolsa individual
6	Pañitos desinfectantes	Unidades por empaque: mínimo 20 Tipo: para superficies.
7	Peine	Plástico: si Con Mango: si Tamaño: pequeño
8	Pañitos Húmedos	Hipoalérgicas: si Sin alcohol: si Presentación: en paquetes de mínimo 48 unidades.
9	Repelente de insectos	Grado DEET: mínimo 15. Modelo: líquido o crema. Cantidad: entre 90ml y 120ml
10	Bloqueador solar	Tamaño: mínimo 120ml En crema: sí. Grado Fps: mínimo 45
11	Jabón	Tamaño: entre 360 y 400ml Tipo: liquido Con aroma: sí.
12	Cepillo de dientes	Tipo de cerdas: suaves. Para adulto: si
13	Pasta de dientes	Cantidad: entre 90ml y 120ml Triple acción (blanqueo, limpieza y frescura): si Con fluor: si
14	Shampoo	Cantidad: entre 360ml y 400ml Tipo: para todo tipo de cabello Shampoo y acondicionador: si
15	Desodorante	Tipo: Sachet con tapa Modelo: unisex Antitranspirante: si Tamaño: mínimo 9g
16	Papel higiénico	Doble hoja: si En empaque individual o de 2 unidades Tamaño: entre 16.5m y 20.0m por rollo.
17	Papel toalla de cocina	Cantidad: 1 rollo de 100 hojas mínimo Tipo de empaque: por unidad.
18	Mascarilla	Tipo: tela con fibra de algodón Con cintas elásticas: sí. Clip de metal para nariz: sí. Anti- Bacterial: sí. BFE 95%: sí. Medidas aprox.: 175 x 95 mm Color:
19	Lintera solar	Con panel solar: si Voltaje: 110.220 VAC: 50/60 Hz
20	Alcohol en gel	Con dispensador: si Anti bacterial: si Incoloro: si Inoloro: si Medida: 120ml Con glicerina: si
21	Toallas sanitarias	Presentación: en paquetes de 10 unidades Con alas protectoras: si Material: tipo algodón
22	Silbato	Material: plástico Con cinta para cuello: si Color: negro
23	Mochilas	Mochila de lona plastificada con un cierre Medidas: o Altura: 85 cm aprox. o Base rectangular de 20cm x 30 cm o Tapa superior rectangular con cierre: 15cm x 40 cm Bolsillos laterales de malla con cierre Cinta reflectiva en parte delantera de la mochila Logos estampados de cada organización

CUADRO 05: Kit de higiene hombre

KIT HOMBRE		
1	Agua embotellada	Presentación: en botella Cantidad: 1 Litro Sin Gas: si Fecha de vencimiento: mínimo 6 meses
2	Tomatodo con logo	Material: plástico Color: Azul o negro o blanco. Estampado: sí Color de estampado: Azul o negro o blanco Capacidad: 1 Litro Agarradera o cinta de plástico: si Tapa rosca: si Boquilla, cañita o chupón para tomar: si

3	Afeitadora	Doble hoja o más Con hojas protegidas (plástico o cartón) Con barrita de gel
4	Corta uñas	Metálico Pequeño Sin diseño
5	Jabón de lavar ropa	Presentación: entre 200 g. 220g Tipo: en barra En bolsa individual
6	Pañitos desinfectantes	Unidades por empaque: mínimo 20 Tipo: para superficies.
7	Peine	Plástico: si Con Mango: si Tamaño: pequeño
8	Repelente de insectos	Grado DEET: mínimo 15. Modelo: líquido o crema. Cantidad: entre 90ml y 120ml
9	Bloqueador solar	Tamaño: entre 90ml y 120ml En crema: sí. Grado Fps: mínimo 45
10	Jabón	Tamaño: entre 300 y 350ml Tipo: líquido. Con aroma: sí.
11	Cepillo de dientes	Tipo de cerdas: duras. Para adulto: si Empaque individual
12	Pasta de dientes	Cantidad: entre 75ml y 90ml Triple acción (blanqueamiento, limpieza y frescura): si Con fluor: si
13	Shampoo	Cantidad: entre 90ml y 100ml Tipo: para todo tipo de cabello Shampoo y acondicionador: si
14	Desodorante	Tipo: Sachet con tapa Modelo: unisex Antitranspirante: si Tamaño: mínimo 9g
15	Papel higiénico	Doble hoja: si En empaque individual: si Tamaño: entre 16.5m y 20.0m por rollo.
16	Toalla de cara.	Tamaño: 40 x 40 cm. Tipo de tela: Microfibra Colores: Azul, negro o blanco. Material: Polyester 80% Poliamida 20% aprox.
17	Mascarilla	Tipo: tela con fibra de algodón Con cintas elásticas: sí. Clip de metal para nariz: sí. Anti- Bacterial: sí. BFE 95%: sí. Medidas aprox.: 175 x 95 mm Color: unicolor
18	Alcohol en gel	Con dispensador: si Anti bacterial: si Incoloro: si Inoloro: si Medida: 120ml Con glicerina: si
19	Mochilas	Modelo de mochila: Escolar. Tipo de tela: Tetrón Kodra Medidas: 42 x 30 x 15 cm Características: con dos bolsillos y cierres. Color: por organización. Con estampado: sí Medidas de estampado: por organización.
20	Frasco atomizador spray de alcohol 100 ml	Frasco dispensador capacidad de 100 ml