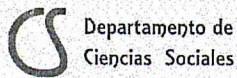


73/2021



Departamento de  
Ciencias Sociales



CENUR  
Litoral Norte



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

# **IMPACTO DE “LOJAS” FRANCAS EN LAS CIUDADES DE ARTIGAS Y BELLA UNIÓN**

**INFORME FINAL**

**FEBRERO DE 2021**

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA  
CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL – LITORAL NORTE  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES**

## INDICE

### RESUMEN EJECUTIVO

### INTRODUCCION

#### 1) ESTRATEGIA METODOLÓGICA

#### 2) ACTIVIDAD COMERCIAL EN LA CIUDAD DE ARTIGAS Y BELLA UNIÓN

##### 2.1) Comportamientos y opiniones – Ciudad de Artigas

*Principales resultados ciudad de Artigas*

##### 2.2) Comportamientos y opiniones – Ciudad de Bella Unión

*Principales resultados ciudad de Bella Unión*

#### 3) ESTRUCTURA DEL GASTO EN LOS HOGARES DE LAS CIUDADES DE ARTIGAS Y BELLA UNIÓN

##### 3.1) Ciudad de Artigas

##### 3.2) Ciudad de Bella Unión

*Principales resultados ciudad de Artigas*

*Principales resultados ciudad de Bella Unión*

#### 4) CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS CONSUMIDORES ARTIGAS Y BELLA UNIÓN

##### 4.1) Ciudad de Artigas

##### 4.2) Ciudad de Bella Unión

#### 5) CONCLUSIONES GENERALES

#### 6) REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### ANEXOS



### **EQUIPO DE TRABAJO**

**Coordinadores:** Dr. Mauricio Tubío y Dr. Juan Romero.

**Jefe de Campo:** Mag. Rosmari Negrin.

**Equipo de Encuestadores:** Br. Nancy Torres; Lic. Agustín Píriz; Lic. Martin Valerio;  
Lic. Estefany Silva; Lic. Juan Pintos.



## RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación forma parte de un convenio entre la Junta Departamental de Artigas y el departamento de Ciencias Sociales del Cenur LN-Udelar, a partir del estrecho vínculo que existe entre ambas instituciones.

El objetivo general es conocer el alcance de las medidas de “Lojas” francas en el sector económico de Artigas y Bella Unión, y la diferencia de precios entre Quaraí y ciudad de Artigas. Por otra parte, a) analizar la estructura del gasto de los hogares de la ciudad de Artigas y Bella Unión; b) caracterización socioeconómica de los consumidores de ambas ciudades y finalmente, c) conocer el comportamiento y opiniones sobre la actividad comercial y propuestas que incentiven el gasto en el comercio local.

En definitiva, contar con información relevante e insumos propios para la toma de decisiones estratégicas a nivel departamental y regional en materia del comercio de frontera.

Para cumplir con los objetivos se hace necesario el planteo de una estrategia metodológica adecuada, que dé cuenta de los componentes del comportamiento y opiniones de los consumidores de ambas ciudades y de las características de gasto y consumo de los mismos.

Tanto, los elementos estructurales planteados (edad y generaciones, sexo, género, cualificaciones, etnia, etc.), como aquellos caracterizados como psicosociales (valores, disponibilidad, motivación, etc.), deben ser tenidos en cuenta en la estrategia a seguir.

En términos generales, el mercado de consumo a nivel departamental se presenta como una estructura heterogénea, segmentada y condicionada por sus interrelaciones territoriales (conexión con otras ciudades colindantes).

Seguidamente, dichas segmentaciones pueden definirse en función de varios factores y/o criterios, a saber, actividades y sectores económicos implicados en el ámbito geográfico específico, calidad del empleo, o la estructura empresarial y/o cooperativa imperante.

Lo que se presenta a continuación acerca de la estrategia metodológica adoptada, para procurar alcanzar los objetivos y principales resultados del estudio.

Se desarrolló un diseño exploratorio de metodología cuantitativa por medio de la técnica de encuesta. La misma se diseñó considerando el tipo de muestreo aleatorio estratificado por Segmentos Censales según criterios del Instituto Nacional de Estadística en ambas ciudades, en el caso de la ciudad de Artigas el n muestral fue de 283 casos y en Bella Unión de 178 casos, en ambos casos implica un nivel de confianza 95%, de precisión (margen de error) 2%, y proporción de la variable de interés no mayor a 3%, esta última se obtiene del promedio geométrico de la distribución números de hogares (tipo de hogares) por vivienda de la ciudad de Artigas y Bella Unión según Censo de Población y Viviendas 2011. En total serían 461 casos y un formulario no mayor a 25 minutos de entrevista que considere las siguientes dimensiones de estudio:



1- estructura socioeconómica de la PEA; 2- estructura de gasto de los hogares; 3- opiniones sobre “Lojas” Francas, shoppings, comercio local; 4- comportamientos sobre “Lojas” Francas, shoppings, comercio local, propuesta de tarjetas de frontera.

A continuación, las principales conclusiones del trabajo, las cuales plantean las principales características del proceso de consumo y gasto fronterizo entre las ciudades analizadas.

En términos de **actividad comercial**, se observa que la mayoría de los hogares en las ciudades de Artigas y Bella Unión los principales puntos de ventas son los almacenes de barrio y los comercios tanto de Quaraí como de Barra do Quaraí, es decir, que estos últimos forman parte del comportamiento comercial cotidiano.

La propuesta de “Lojas” francas en el caso de la ciudad de Artigas, 7 de cada 10 consultados no han escuchado del tema, quien ha escuchado del tema tiene una alta predisposición de compra en las “Lojas” Francas y 1527 hogares (11% del total) realizarían compras de forma mensual, con compras promedio de USD 63 lo que significaría mensualmente USD 96.201 y anualmente de USD 1:154.412.

En el caso de Bella Unión, también la mayoría no ha escuchado del tema, de los que han escuchado 7 de cada 10 hogares estarían dispuestos a comprar en las “Lojas” Francas de Barra do Quaraí. Quienes irían a comprar lo harían de forma mensual y el principal producto a ser adquirido es en el rubro alimentos. El promedio del gasto de compra por hogar sería de \$U 2703 (tipo de cambio USD/\$U= 44) aproximadamente USD 61, considerando la mediana de gasto y la frecuencia de compra, mensualmente el monto ascendería a USD 453.477 a un tipo de cambio de \$U 44 por 1 USD, al año aproximadamente USD 5:441.727.

Como se observa los comportamientos de preferencias al momento de comprar entre los consumidores de las ciudades de Artigas y Bella Unión son similares, se diferencian en el volumen de gasto.

Para los consumidores de la ciudad de Artigas, alimentos y vestimenta agrupan las preferencias de compras en las “Lojas” Francas, los buenos precios de mercadería importada sería uno de los principales atractivos para este perfil de consumidores y no se aprecian grandes desventajas por parte de los consumidores de “Lojas” Francas por comprar en las mismas y la que se enuncia sería la distancia del punto de venta para realizar la compra.

La opinión mayoritaria es que la instalación de “Lojas” Francas en la ciudad de Quaraí afectará al comercio local, pero, por otro lado, la mayoría de quienes habitan la ciudad de Artigas consideran de importancia el emprendimiento de “Lojas” Francas en la vecina ciudad de Quaraí.

En el caso de los consumidores de Bella Unión, el factor precio sería el principal atractivo de los consumidores al momento de comprar en las “Lojas” Francas, y la aduana se presenta como la principal desventaja. La mayoría opina que las “Lojas” Francas en Barra do Quaraí afectan al comercio local, pero la presencia de tal tipo de centro de ventas es evaluada como de importancia para la zona.

Se aprecian opiniones y comportamientos similares entre los consumidores de ambas ciudades, ante una propuesta comercial diferente a la acostumbrada para los mismos.

Acerca de la propuesta de tarjeta de frontera, en la ciudad de Artigas 9 de cada 10 no saben sobre el tema, es decir, existe una clara situación de desinformación sobre tal propuesta. En el caso de Bella Unión un muy alto porcentaje no ha escuchado de la tarjeta de frontera para comprar en comercios uruguayos.

Situación similar en ambas ciudades, amplio desconocimiento sobre la propuesta.

Al analizar la **estructura del gasto en los hogares** de ambas ciudades se observa lo siguiente:

El gasto promedio de un hogar de la ciudad de Artigas es de \$U 19302 destinado principalmente para alimentos y servicios públicos. El 51% de los hogares no llegan o apenas logran cubrir gastos promedio en alimentos y servicios públicos, mientras que el restante 49% los cubren y especialmente el 4% de los hogares de la ciudad de Artigas de manera muy holgada.

6 de cada 10 hogares (7931 aproximadamente) han realizado compras en la ciudad de Quaraí – Brasil el mes anterior, la compra mensual es la mayoritaria, el principal producto que se va a comprar a Quaraí son los alimentos. Un gasto por compra estimado de \$U 3000, gasto mensual aproximado de USD 2:281.090 y anual entre USD 22:991.717 y USD 31:750.465.

Para la ciudad de Bella Unión, el gasto promedio de un hogar de la ciudad de Bella Unión destinado a servicios públicos y alimentos sería de \$U 21439, 37% de los hogares no llegan a cubrir gastos promedio en alimentos y servicios públicos, mientras que el restante 63% los cubre y especialmente el 2% de los hogares de la ciudad de Bella Unión, de manera muy holgada.

6 de cada 10 hogares de Bella Unión han realizado compras el pasado mes en Barra do Quaraí, la mayoría realiza sus compras mensualmente, los alimentos son el principal producto comprado en Barra do Quaraí. La mayoría de los que van a comprar lo realizan un gasto por compra estimado de \$U 3000, un gasto mensual aproximado de USD 4:590.000 y anual entre USD 3:901.500 y USD 5:278.500.

En términos generales se observa que los hogares de la ciudad de Bella Unión tienden a cubrir en mayor porcentaje los gastos en servicios públicos y alimentación, el 60% de los hogares de ambas ciudades realizan compras en los comercios brasileños, la mayoría de forma mensual, con un promedio de gasto por compra similar, la mayoría en alimentos pero al ser la ciudad de Artigas mayor que la de Bella Unión varía el volumen del gasto.

Finalmente, sobre el **perfil sociodemográfico de los consumidores**, se aprecia en la ciudad de Artigas lo siguiente:

El 90% habita en casas para residencia del hogar, las viviendas en sus paredes indican materiales duraderos y de mejor terminación en su gran mayoría, aproximadamente un 70% de las viviendas posee techos de menor calidad y un 30% restante mejora su



estándar y los materiales de los pisos aparentan ser de una calidad mejor en la mayoría de las viviendas en relación al techo y paredes.

El 92% de los hogares dependen de un mismo fondo de alimentación, en el mismo sentido habita un solo hogar en la vivienda, un 43% que posee un hogar con 2 dormitorios, el 100% consume agua de OSE. El 89% de las viviendas posee una evacuación del servicio sanitario a la red general (saneamiento), seguido de un 11% que lo hace hacia una fosa séptica o pozo negro. La mayoría de los hogares es calefaccionada con energía eléctrica pero cocina con supergas, proveniente mayoritariamente de Brasil. El 60% de los hogares en la ciudad de Artigas poseen aire acondicionado en sus hogares, reflejando la expansión de tal electrodoméstico.

El 52% de los hogares posee un medio informático para su uso y un 69% accede a internet, el 53% de los hogares posee automóvil la mayoría un solo vehículo por otra parte, prácticamente 4 de cada 10 hogares de la ciudad de Artigas declara poseer motos/motocicletas.

El 9% de los hogares contrata al menos una persona para las tareas domésticas, se observa que la distribución de personas de 14 años o más que habitan el hogar el 45% de los hogares posee 2 personas en ese tramo etario, seguido del 19% con 3 personas, 15% a una de ellas y el restante 4 y más. El tramo etario de menores de 14 años. 62% no posee niños en dicho tramo, seguido de un 21% que posee al menos 1, 13% a 2.

Más de la mitad de los hogares posee 3 o menos integrantes.

El 55% aproximadamente no posee la educación secundaria completa u otra forma de educación como la técnica; sobre autoidentificación étnica el 60% afirmó serlo de ascendencia blanca, seguido de un 18% que manifestó tener ascendencia afrodescendiente.

Podría concluirse que aproximadamente el 90% de los entrevistados cree en Dios manifestándose en algunas de las formas de cultivar su creencia, siendo la mayoría católica seguida de los cristianos no católicos.

En la ciudad de Bella Unión, se aprecia:

Un 95% de los entrevistados habita una casa, más que en la ciudad de Artigas, los materiales predominantes en la construcción del techo de la casa, en un 52% se compone de materiales livianos con cielo raso, un 92% posee pisos de cerámica, parqué, baldosas, moqueta o linóleo y las paredes externas, un 90% está hecha de ladrillos, ticholos o bloques con terminaciones.

Al igual que la ciudad de Artigas, predomina la menor calidad en los materiales utilizados en el techo.

Prácticamente 9 de cada 10 hogares dependen de un mismo fondo de alimentación, y un 97% de los hogares se componen por uno por vivienda. El 45% de las viviendas posee 2 dormitorios, sobre la forma de evacuación del servicio sanitario, nos encontramos que el 52% lo hace a la red general (saneamiento) y el 48% a una fosa séptica o pozo negro.



En este caso se aprecia una diferencia importante con los hogares de la ciudad de Artigas.

Mientras que la calefacción la mayoría lo realiza con energía eléctrica y para cocinar se utiliza el supergas proveniente de Brasil. Por otro lado, el 80% de los hogares cuenta con al menos un aire acondicionado, en este sentido se aprecia una clara diferencia en el confort del hogar en relación a los hogares de la ciudad de Artigas. El 56% posee por lo menos un computador y el 62% accede a internet, el 49% posee al menos un automóvil (en menor proporción que los hogares de la ciudad de Artigas), sin embargo el 42% posee al menos una motocicleta, en mayor porcentaje que en la ciudad de Artigas.

Solamente el 4% de los hogares contrata personal para las tareas doméstica, prácticamente la mitad menos que en la ciudad de Artigas.

En los hogares de la ciudad de Bella Unión, en un 43% viven 2 personas de 14 años o más en forma habitual, y menores de 14 años el 69% de los hogares no posee personas en dicho tramo etario, es decir, en ambas ciudades se presentan tendencias demográficas semejantes.

Aproximadamente el 70% de los hogares posee hasta 3 personas, número considerado bajo al igual que la ciudad de Artigas.

En materia de educación formal el 58% no ha podido completar estudios secundarios, u otra forma de educación como la técnica, porcentaje mayor en relación a la ciudad de Artigas. Sobre autoidentificación étnica el 66% afirmó serlo de ascendencia blanca, seguido de un 14% que manifestó tener ascendencia afrodescendiente.

Finalmente, el 93% de los entrevistados cree en Dios manifestándose en algunas de las formas de cultivar su creencia, siendo la mayoría católica seguida de los cristianos no católicos, pero en menor porcentaje al comparar con la ciudad de Artigas.

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación forma parte de una decisión de la Junta Departamental de Artigas a partir del estrecho vínculo que existe a nivel institucional, resaltando la inserción de nuestro centro universitario en el medio, resultado también de una serie de intercambios previos entre las partes, lo que fue de fundamental importancia para la elaboración de insumos para el desarrollo del presente trabajo.

El objetivo general es conocer el alcance de las medidas de “Lojas” francas en el sector económico de Artigas y Bella Unión, y la diferencia de precios entre Quaraí y ciudad de Artigas.

Por otra parte, a) analizar la estructura del gasto de los hogares de la ciudad de Artigas y Bella Unión; b) caracterización socioeconómica de los consumidores de ambas ciudades y finalmente, c) conocer el comportamiento y opiniones sobre la actividad comercial y propuestas que incentiven el gasto en el comercio local.

En definitiva, contar con información relevante e insumos propios para la toma de decisiones estratégicas a nivel departamental y regional en materia del comercio de frontera.

Para dar cuenta de lo anterior, se pretende contribuir al mejor conocimiento del mercado de consumo departamental, centrándonos en algunas de sus dimensiones como ser: estructura del gasto e ingresos de los hogares, comportamientos y opiniones de consumo fronterizo y perfil sociodemográfico de tales consumidores.

La metodología desarrollada fue de carácter cuantitativo mediante la técnica de encuesta a los hogares de las ciudades de Artigas y Bella Unión, por medio de muestreo aleatorio estratificado por Segmentos Censales según criterios del Instituto Nacional de Estadística en ambas ciudades, en el caso de la ciudad de Artigas el n muestral fue de 283 casos y en Bella Unión de 178 casos. Combinando dicha metodología con metodología cualitativa por medio de entrevistas en profundidad a referentes de la actividad comercial de ambas ciudades.

Se aprecian diferencias en los volúmenes de compra no solamente en lo que refiere a valores absolutos en ambas ciudades, sino también en la estructura del gasto e ingreso, comportamientos, opiniones e información sobre las propuestas comerciales de frontera.

El presente trabajo se dividió en las siguientes partes: Introducción; Estrategia Metodológica; Actividad comercial en la ciudad de Artigas y Bella Unión; Comportamientos y opiniones ciudad de Artigas; Comportamientos y opiniones Bella Unión; Estructura del gasto en las ciudades de Artigas y Bella Unión; Caracterización socioeconómica de los consumidores de Artigas y Bella Unión; Conclusiones; Resumen Ejecutivo; Bibliografía utilizada y Anexo 1.



## 1) ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Para cumplir con los objetivos planteados de conocer el alcance de las medidas de “Lojas” Francas en el sector económico de Artigas y Bella Unión, y la diferencia de precios entre Quaraí y ciudad de Artigas. Por otra parte, a) analizar la estructura del gasto de los hogares de la ciudad de Artigas y Bella Unión; b) caracterización socioeconómica de los consumidores de ambas ciudades y finalmente, c) conocer el comportamiento y opiniones sobre la actividad comercial y propuestas que incentiven el gasto en el comercio local. Se hace necesario el planteo de una estrategia metodológica adecuada que dé cuenta de los componentes del comportamiento y opiniones de los consumidores de ambas ciudades y de las características de gasto y consumo de los mismos.

Tanto, los elementos estructurales planteados (edad y generaciones, sexo, género, cualificaciones, etnia, etc.), como aquellos caracterizados como psicosociales (valores, disponibilidad, motivación, etc.), deben ser tenidos en cuenta en la estrategia a seguir.

En términos generales, el mercado de consumo a nivel departamental se presenta como una estructura heterogénea, segmentada y condicionada por sus interrelaciones territoriales (conexión con otras ciudades colindantes).

Seguidamente, dichas segmentaciones pueden definirse en función de varios factores y/o criterios, a saber, actividades y sectores económicos implicados en el ámbito geográfico específico, calidad del empleo, o la estructura empresarial y/o cooperativa imperante.

Lo que se presenta a continuación acerca de la estrategia metodológica adoptada, para procurar alcanzar los objetivos y principales resultados del estudio.

Se desarrolló un diseño exploratorio de metodología cuantitativa por medio de la técnica de encuesta. La misma se diseñó considerando el tipo de muestreo aleatorio estratificado por Segmentos Censales según criterios del Instituto Nacional de Estadística en ambas ciudades, en el caso de la ciudad de Artigas el  $n$  muestral fue de 283 casos y en Bella Unión de 178 casos, en ambos casos implica un nivel de confianza 95%, de precisión (margen de error) 2%, y proporción de la variable de interés no mayor a 3%, esta última se obtiene del promedio geométrico de la distribución números de hogares (tipo de hogares) por vivienda de la ciudad de Artigas y Bella Unión según Censo de Población y Viviendas 2011. En total serían 461 casos y un formulario no mayor a 25 minutos de entrevista que considere las siguientes dimensiones de estudio: 1- estructura socioeconómica de la PEA; 2- estructura de gasto de los hogares; 3- opiniones sobre “Lojas” Francas, shoppings, comercio local; 4- comportamientos sobre “Lojas” Francas, shoppings, comercio local, propuesta de tarjetas de frontera.

## **Técnica de relevamiento de información y análisis**

- 1) Relevamiento de datos primarios.
  - a) Encuesta a hogares: diseño muestral aleatorio estratificado por segmentos censales. Universo: hogares de las ciudades de Artigas y Bella Unión según criterios INE en la ECH.
  - b) Construcción de la base de datos y aplicación del formulario digital por medio del programa CSPRO y análisis de la información por medio del programa estadístico SPSS versión 15 de código abierto, aplicación de técnicas de análisis estadístico descriptivo.



## 2) ACTIVIDAD COMERCIAL EN LA CIUDAD DE ARTIGAS Y BELLA UNIÓN

### 2.1) Comportamientos y opiniones – Ciudad de Artigas

Los datos que se presentan a continuación dan cuenta de la conformación de la estructura del gasto y consumo de los hogares, en las ciudades de Artigas y Bella Unión, como así también de su comportamiento y opiniones acerca del consumo en sus respectivas localidades de frontera.

**Tabla 1**  
**¿Dónde compra con mayor frecuencia?**

|                           | Porcentaje | Porcentaje Acumulado |
|---------------------------|------------|----------------------|
| Almacén de barrio         | 43,1       | 43,1                 |
| Minimercado               | 1,1        | 44,2                 |
| Tata Artigas              | 11,0       | 55,1                 |
| Comercio del centro       | 1,1        | 56,2                 |
| Comercio de Quaraí        | 41,0       | 97,2                 |
| Bagayero pasa por la casa | 1,4        | 98,6                 |
| En la casa del bagayero   | ,7         | 99,3                 |
| Otros                     | ,7         | 100,0                |
| Total                     | 100,0      |                      |

Se inicia el análisis con la ciudad de Artigas, se observa que existen dos centros de compra frecuente en los hogares de la mencionada ciudad, el primero es el almacén de barrio y el segundo el comercio en la ciudad de Quaraí – Brasil, entre ambos 8 de cada 10 hogares realiza sus compras en ambos puntos de ventas. En valores absolutos se estima que de 13218 hogares según valores del último Censo de Población y Vivienda – INE 2011, aproximadamente 5684 hogares compran en almacenes de barrio y 5419 en el comercio de Quaraí, se debe aclarar que la pregunta refirió a dónde compra con mayor frecuencia, lo que no inhibe las interacciones de compra, es decir, hogares que compran en el almacén de barrio y comercio de Quaraí y todas las posibles combinaciones.

En resumen, los principales puntos de venta para el 80% de los hogares de la ciudad de Artigas son los almacenes de barrio y el comercio de Quaraí.

**Tabla 2**  
**¿Escucho hablar de las “Lojas” Francas?**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Si    | 27,6       |
| No    | 72,4       |
| Total | 100,0      |

En la presente tabla se consulta sobre “Lojas” Francas, 7 de cada 10 consultados no han escuchado del tema. Es decir, no forma parte de la agenda de opinión pública en la ciudad de Artigas el tema de “Lojas” Francas.

**Tabla 3**  
**¿Compraría en las “Lojas” Francas en Quaraí?**

|             | Porcentaje |
|-------------|------------|
| Si          | 74,4       |
| No          | 19,2       |
| No sabe     |            |
| No contesta |            |
| Total       | 100        |

Entre quienes respondieron que han escuchado del tema, 7 de cada 10 estarían dispuestos a comprar en las “Lojas” Francas a instalarse en la ciudad de Quaraí – Brasil.

En definitiva, quien ha escuchado del tema tiene una alta predisposición de compra en las “Lojas” Francas.

**Tabla 4**  
**¿Cada cuánto iría a comprar?**

|                          | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Mensualmente             | 55,1       |
| Todos los días           | 2,6        |
| Hasta 3 veces por semana | 5,1        |
| Fines de semana          | 14,1       |
| No sabe                  | 12,8       |
| No contesta              | 10,3       |
| Total                    | 100        |



Al consultar sobre la frecuencia de compra, la mayoría opina que sería de forma mensual seguido de aquellos que lo harían durante los fines de semana.

En resumen, la compra en “Lojas” Francas sería mayoritariamente de forma mensual.

**Tabla 5**  
**Aproximadamente, ¿cuánto gastó en su última compra?**

| Estadístico               | Valor en Pesos Uruguayos |
|---------------------------|--------------------------|
| Promedio                  | \$U 2775                 |
| Mediana                   | \$U 2500                 |
| Desvío Estándar           | \$U 1809,39              |
| Coefficiente de variación | 0,65                     |

Acerca del gasto a ser realizado, el promedio de compra sería de \$U 2775 y una mediana de \$U 2500 considerando un tipo de cambio USD/\$U de 44 pesos uruguayos, en dólares el promedio sería de 63 y la mediana de USD 57.

Realizando una estimación primaria considerando que el 25% de los hogares han escuchado del tema (aproximadamente 3701 hogares), que de los mismos el 75% compraría (aproximadamente 2775) y de los cuales el 55% compraría de forma mensual (aproximadamente 1527) un monto promedio de USD 63, el monto mensual estimado sería de compras por un valor de USD 96.201 y anual de USD 1:154.412 aproximadamente. Se debe señalar que dichas estimaciones son de tipo lineal y bajo los presupuestos ya señalados, para tener una primera aproximación al tema, se podría considerar como línea base de análisis.

En resumen, 1527 hogares (11% del total) de la ciudad de Artigas realizarían compras de forma mensual en “Lojas” Francas de la ciudad de Quaraí, con compras promedio de USD 63 lo que significaría mensualmente USD 96.201 y anualmente de USD 1:154.412.

**Tabla 6**  
**¿Cuáles son los principales productos que compran?**

|                        | Porcentaje |
|------------------------|------------|
| Productos alimenticios | 64,1       |
| Productos de limpieza  | 3,8        |
| Electrodomésticos      | 9,0        |
| Vestimenta             | 10,3       |
| Otros                  | 1,3        |
| No sabe                | 5,1        |
| No contesta            | 6,4        |
| Total                  | 100        |

Sobre los principales productos a ser adquiridos, se agrupan en dos: 1- productos alimenticios y 2- vestimenta, prácticamente el 75% de las preferencias se concentran en las mismas. En definitiva, alimentos y vestimenta agrupan las preferencias de compras en las “Lojas” francas, lo que podría responder a una demanda insatisfecha de sectores de mayor poder adquisitivo de la ciudad, encontrando en dichos puntos de venta mercadería que no son habituales en la ciudad de Artigas.

**Tabla 7**  
**Entre los siguientes elementos,**  
**¿Cuál lo llevaría a comprar en la Loja Franca?**

|                              | Porcentaje |
|------------------------------|------------|
| Buen precio                  | 83,3       |
| Práctico                     | 1,3        |
| Nuevos productos             | 1,3        |
| Costumbre                    | 1,3        |
| Es un paseo y compra también | 2,6        |
| Otros                        | 1,3        |
| No sabe                      | 1,3        |
| No contesta                  | 7,7        |
| Total                        | 100,0      |

Lo que motivaría la compra en las “Lojas” Francas sería principalmente los buenos precios, de acuerdo a la consideración de quienes serían sus principales consumidores.

En resumen, los buenos precios de mercadería importada sería uno de los principales atractivos para este perfil de consumidores.

**Tabla 8**  
**¿Cuál sería la principal desventaja de comprar en la Loja Franca?**

|                                 | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|
| Calidad                         | 7,8        |
| Covid                           | 7,8        |
| Distancia                       | 23,4       |
| No tiene desventajas            | 23,4       |
| No sabe                         | 12,5       |
| Otros                           | 9,3        |
| Si, para el comercio de Artigas | 9,3        |
| Tipo de cambio                  | 6,5        |
| Total                           | 100,0      |



En la presente tabla la pregunta realizada fue de carácter abierto, es decir, el consultado respondió lo primero que se le vino a la mente como desventaja al comprar en una Loja Franca. Se aprecian tres respuestas que agrupan las mayoría, 1- distancia del punto de venta, 2- no presenta desventajas y 3- no sabe cuáles serían las desventajas.

En resumen, no se aprecian grandes desventajas por parte de los consumidores de “Lojas” Francas por comprar en las mismas y la que se enuncia sería la distancia del punto de venta para realizar la compra.

**Tabla 9**  
**En su opinión, las “Lojas” Francas en Quaraí,**  
**¿Qué importancia tendrían sobre el comercio de Artigas?**

|              | Porcentaje |
|--------------|------------|
| Afecta       | 28,2       |
| Afecta mucho | 52,6       |
| Afecta poco  | 10,3       |
| No afecta    | 6,4        |
| No sabe      | 2,6        |
| Total        | 100        |

La consulta sobre la importancia en el impacto en los comercios de la ciudad de Artigas, la mayoría opina que sería de mucha afectación, a lo que si se suma los que opinan que afecta, 8 de cada 10 habitantes de la ciudad de Artigas opinan que afecta al comercio local.

En definitiva, la opinión mayoritaria es que la instalación de “Lojas” Francas en la ciudad de Quaraí afectará al comercio local.

**Tabla 10**  
**¿Cómo evalúa la construcción de “Lojas” Francas en la ciudad de Quaraí para la**  
**ciudad de Artigas?**

|                 | Porcentaje |
|-----------------|------------|
| Muy Importante  | 39,8       |
| Importante      | 44,9       |
| Poco importante | 3,8        |
| Sin importancia | 2,6        |
| Indiferente     | 3,8        |
| No sabe         | 5,1        |
| Total           | 100        |

Ahora, cuando se consulta sobre la importancia de la presencia de “Lojas” Francas en la ciudad de Quaraí, 8 de cada 10 considera importante la misma.

Ante lo cual, se plantea la tensión entre la afectación que tendrá en el comercio local pero la importancia que reviste un emprendimiento de tales características en la vecina ciudad de frontera abriendo el debate sobre intereses contrapuestos y/o complementariedad de los espacios socioproductivos.

En definitiva, la mayoría de quienes habitan la ciudad de Artigas consideran de importancia el emprendimiento de “Lojas” Francas en la vecina ciudad de Quaraí.

**Tabla 11**

**¿Ha escuchado de la tarjeta de frontera para comprar en comercios uruguayos?**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Si    | 9,9        |
| No    | 90,1       |
| Total | 100,0      |

Cuando se consulta sobre la tarjeta de frontera para comprar en comercios uruguayos, 9 de cada 10 no saben sobre el tema.

Es decir, existe una clara situación de desinformación sobre tal propuesta lo que debería ser revertido si se pretende llevar adelante la misma, por medio de una campaña informativa por diferentes canales.

**Tabla 12**

**¿Cada cuánto compraría con la tarjeta de frontera?**

|                          | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| No compraría             | 14,3       |
| Todos los días           | 25,0       |
| Hasta 3 veces por semana | 7,1        |
| Fines de semana          | 28,6       |
| No sabe                  | 25,0       |
| Total                    | 100,0      |

Entre quienes conocen de la propuesta, la mayoría compraría con una frecuencia de fin de semana con la tarjeta y le siguen aquellos que comprarían todos los días y no saben cuándo.

En resumen, 6 de cada 10 de los informados compraría, entre los cuales la mayoría sería los fines de semana y otro segmento importante de forma cotidiana.



**Tabla 13**  
**Aproximadamente, ¿cuánto gastaría en cada compra?**

| Estadístico               | Monto en Pesos uruguayos |
|---------------------------|--------------------------|
| Promedio                  | \$U 3512                 |
| Mediana                   | \$U 2500                 |
| Desvío Estándar           | \$U 3109,04              |
| Coefficiente de variación | 0,88                     |

Sobre el monto de la compra con la tarjeta de frontera, el promedio sería de \$U 3512, una mediana de \$U2500 y un alto desvío lo que indica la fuerte variabilidad en los montos destinados a las compras con dicha herramienta comercial.

Considerando que el 10% ha manifestado conocer de la propuesta (aproximadamente 1353 hogares), de los cuales el 61% (aprox. 806 hogares) comprarían con la tarjeta, 383 hogares serían los fines de semana (47% aproximadamente), 203 hogares aprox. comprarían todos los días (41%) y 92 hogares hasta 3 veces por semana (22%). Ante lo cual, teniendo presente el valor del gasto promedio y su frecuencia se podría estimar el volumen del gasto dado que  $383 \times 3512 \times 4 = \$U 5.380.384$ ;  $203 \times 3512 \times 30 = \$U 21.388.080$  y  $92 \times 3512 \times 8$  (un promedio de 2 compras por semana) =  $\$U 2.584.832$ , un total aproximado de  $\$U 29.353.296$  (tipo de cambio USD/\$U 44 pesos uruguayos) USD 667.120 aproximadamente por mes, anual = USD 8.005.444.

Se debe señalar que dichas estimaciones son de tipo lineal y bajo los presupuestos ya señalados, para tener una primera aproximación al tema, se podría considerar como línea base de análisis.

En resumen, el volumen de compra con la tarjeta de frontera presentaría una alta variabilidad considerando el coeficiente de variación (0,88), el promedio de compra sería de \$U 3512 y considerando las diferentes frecuencias de compra de los hogares el monto mensual estimado sería de USD 667.120.

**Tabla 14**  
**¿Cuáles serían los principales productos que compraría?**

|                        | Porcentaje |
|------------------------|------------|
| Productos alimenticios | 70,8       |
| Productos de limpieza  | 12,5       |
| Vestimenta             | 8,3        |
| No sabe                | 8,4        |
| Total                  | 100        |

Acerca de los productos a ser comprados, emergen los alimentos como el más preferido por parte de los consumidores dispuestos a utilizar la tarjeta.

**Tabla 15**  
**No compraría, ¿cuál sería el principal motivo?**

|                | Porcentaje |
|----------------|------------|
| Calidad        | 4,1        |
| Consumo poco   | 8,3        |
| Distancia      | 8,3        |
| No contesta    | 46,0       |
| No le interesa | 8,3        |
| No sabe        | 8,3        |
| No tiene       | 8,3        |
| Precio         | 8,4        |
| Total          | 100        |

Las respuestas ante esta consulta lo que termina reflejando es lo observado al inicio, la falta de información sobre la propuesta dado que la mayoría no contesta, lo que es comprensible ante el desconocimiento.

En resumen, la mayoría de quienes no comprarían con la tarjeta no presentan motivos.

#### *Principales resultados de la ciudad de Artigas*

En este sentido se señalan los siguientes:

- Los principales puntos de venta para el 80% de los hogares de la ciudad de Artigas son los almacenes de barrio y el comercio de Quaraí.
- 7 de cada 10 consultados no han escuchado del tema “Lojas” Francas, quien ha escuchado del tema tiene una alta predisposición de compra en las “Lojas” Francas y 1527 hogares (11% del total) de la ciudad de Artigas realizarían compras de forma mensual en “Lojas” Francas de la ciudad de Quaraí, con compras promedio de USD 63 lo que significaría mensualmente USD 96.201 y anualmente de USD 1:154.412.
- Alimentos y vestimenta agrupan las preferencias de compras en las “Lojas” Francas, los buenos precios de mercadería importada sería uno de los principales atractivos para este perfil de consumidores y no se aprecian grandes desventajas por parte de los consumidores de “Lojas” Francas por comprar en las mismas y la que se enuncia sería la distancia del punto de venta para realizar la compra.
- La opinión mayoritaria es que la instalación de “Lojas” Francas en la ciudad de Quaraí afectará al comercio local, pero, por otro lado, la mayoría de quienes habitan la ciudad de Artigas consideran de importancia el emprendimiento de “Lojas” Francas en la vecina ciudad de Quaraí.



- Sobre la tarjeta de frontera para comprar en comercios uruguayos, 9 de cada 10 no saben sobre el tema, es decir, existe una clara situación de desinformación sobre tal propuesta.

## 2.2) Comportamientos y opiniones – Bella Unión.

La información que sigue a continuación da cuenta de la ciudad de Bella Unión, siguiendo similar línea de análisis a la aplicada para la ciudad de Artigas.

**Tabla 23**  
**¿Dónde compra con mayor frecuencia?**

|                             | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Almacén del barrio          | 41,6       |
| Minimercado                 | 14,6       |
| Feria                       | 1,7        |
| Comercio del centro         | 3,9        |
| Comercio de Barra do Quaraí | 37,6       |
| Bagayero pasa por la casa   | ,6         |
| Total                       | 100        |

Se presentan dos principales puntos de ventas para los hogares de Bella Unión, el primero es el almacén de barrio y el segundo los comercios de Barra do Quaraí, entre ambos agrupan casi 8 de cada 10 hogares.

En resumen, los hogares de Bella Unión realizan sus compras mayoritariamente en almacenes de barrio y en comercios de Barra do Quaraí.

**Tabla 24**  
**¿Escucho hablar de las “Lojas” Francas**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Si    | 29,8       |
| No    | 70,2       |
| Total | 100,0      |

En este caso aproximadamente el 30% ha escuchado de “Lojas” Francas, pero es claro que la mayoría no tiene conocimiento sobre el tema.

En definitiva, la mayoría de los consultados no han escuchado de “Lojas” Francas.

**Tabla 25**  
**¿Compraría en las “Lojas” Francas en Barra do Cuaraí?**

|             | Porcentaje |
|-------------|------------|
| Si          | 69,8       |
| No          | 22,6       |
| No sabe     | 5,7        |
| No contesta | 1,9        |
| Total       | 100        |

La mayoría, casi 7 de cada 10 hogares estarían dispuestos a comprar en las “Lojas” Francas de Barra do Quaraí.

**Tabla 26**  
**¿Cada cuánto iría a comprar?**

|                          | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Mensualmente             | 52,8       |
| Todos los días           | 3,8        |
| Hasta 3 veces por semana | 3,8        |
| Fines de semana          | 11,3       |
| No sabe                  | 11,3       |
| No contesta              | 17,0       |
| Total                    | 100        |

Sobre la frecuencia de compra para aquellos dispuestos a realizar la misma, la mayoría realizaría las mismas de forma mensual y le sigue los de compras de fines de semana. En resumen, quienes irían a comprar lo harían de forma mensual.

**Tabla 27**  
**Aproximadamente, ¿cuánto gastó en su última compra?**

| Estadístico                | Pesos uruguayos |
|----------------------------|-----------------|
| Promedio                   | \$U 2703        |
| Mediana                    | \$U 3000        |
| Desvío Estándar            | \$U 1626,05     |
| Coefficiente de variación. | 0,60            |

Con relación al monto del gasto, el promedio es de \$U 2703 (tipo de cambio USD/\$U= 44) aproximadamente USD 61, con una variabilidad importante según el coeficiente de variación. Si se aplicará la metodología ya descrita para la ciudad de Artigas, en el caso de Bella Unión el monto mensual de gasto en compras en “Lojas” Francas, se



comportaría de la siguiente manera: 69% de los hogares irían a comprar es= 2673 hogares, de los cuales 1417 lo harían de forma mensual, 292 los fines de semana, 107 hasta 3 veces por semana y cotidianamente también 107 hogares.

Considerando la mediana de gasto, la estimación sería la siguiente:  $1417 \times 3000 + 292 \times 12000 + 107 \times 24000 + 107 \times 90000 = \$U 19:953.000$  aproximadamente USD 453.477 a un tipo de cambio de \$U 44 por 1 USD, al año aproximadamente USD 5:441.727.

Se señalar nuevamente que dichas estimaciones son de tipo lineal y bajo los presupuestos ya señalados, para tener una primera aproximación al tema, considerando como línea base de análisis.

**Tabla 28**  
**¿Cuáles son los principales productos que compran?**

|                        | Porcentaje |
|------------------------|------------|
| Productos alimenticios | 49,1       |
| Productos de limpieza  | 7,5        |
| Electrodomésticos      | 1,9        |
| Vestimenta             | 5,7        |
| Calzados               | 1,9        |
| Bebidas alcohólicas    | 7,5        |
| No sabe                | 3,8        |
| No contesta            | 22,6       |
| Total                  | 100        |

El principal producto a ser adquirido es en el rubro alimentos, prácticamente la mitad de los compradores.

**Tabla 29**  
**Entre los siguientes elementos, ¿cuál lo llevaría a comprar en la Loja Franca?**

|                  | Porcentaje |
|------------------|------------|
| Buen precio      | 58,5       |
| Práctico         | 1,9        |
| Nuevos productos | 7,5        |
| Costumbre        | 5,7        |
| No sabe          | 3,8        |
| No contesta      | 22,6       |
| Total            | 100,0      |

El factor precio sería el principal atractivo de los consumidores al momento de comprar en las “Lojas” Francas.

**Tabla 30**

**¿Cuál sería la principal desventaja de comprar en la Loja Franca?**

|                      | Porcentaje |
|----------------------|------------|
| Calidad de productos | 11,0       |
| Aduana               | 24,0       |
| Contagio Covid       | 4,0        |
| Distancia/traslado   | 11,0       |
| No tiene             | 24,0       |
| No compra            | 8,0        |
| Pago contado         | 5,0        |
| Total                | 100        |

Se presentan como principal desventaja de acuerdo a los que respondieron a la pregunta, la aduana y luego en igual porcentaje de respuesta quienes consideran que no hay desventajas. En definitiva, la aduana se presenta como la principal desventaja.

**Tabla 31**

**En su opinión, las “Lojas” Francas en Barra de Quaraí,  
¿Qué importancia tienen sobre el comercio de Bella Unión?**

|              | Porcentaje |
|--------------|------------|
| Afecta       | 18,9       |
| Afecta mucho | 56,6       |
| Afecta poco  | 5,7        |
| No afecta    | 17,0       |
| No sabe      | 1,9        |
| Total        | 100        |

Es muy clara la opinión sobre el impacto de tales puntos de venta en Barra do Quaraí en el comercio de Bella Unión, tres cuartas partes opina que afecta y un poco más de la quinta parte que no afecta. En resumen, la mayoría opina que las “Lojas” Francas en Barra do Quaraí afectan al comercio local.



**Tabla 32**  
**¿Cómo evalúa la implementación de “Lojas” Francas en Barra do Quaraí para la ciudad de Bella Unión?**

|                 | Porcentaje |
|-----------------|------------|
| Importante      | 18,9       |
| Poco importante | 39,6       |
| Sin importancia | 30,2       |
| Indiferente     | 7,5        |
| No sabe         | 3,8        |
| Total           | 100        |

Por otra parte, al preguntar sobre la importancia de las “Lojas” Francas en Barra do Quaraí, aproximadamente 6 de cada 10 de los consultados lo considera importante.

Es decir, la presencia de tal tipo de centro de ventas es evaluada como de importancia para la zona.

**Tabla 33**  
**¿Ha escuchado de la tarjeta de frontera para comprar en comercios uruguayos?**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Si    | 3,9        |
| No    | 96,1       |
| Total | 100,0      |

En el caso de Bella Unión un muy alto porcentaje no ha escuchado de la tarjeta de frontera para comprar en comercios uruguayos.

**Tabla 34**  
**¿Cada cuánto compraría con la tarjeta de frontera?**

|                          | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Todos los días           | 42,9       |
| Hasta 3 veces por semana | 14,3       |
| Fines de semana          | 42,9       |
| Total                    | 100        |

En este caso las opciones se dividen en dos partes iguales, un grupo dispuesto a comprar con una frecuencia cotidiana y otra en los fines de semana.

En resumen, 8 de cada 10 de los hogares consultados comprarían con la tarjeta de frontera todos los días y durante los fines de semana.

**Tabla 35**  
**Aproximadamente, ¿cuánto gastaría en cada compra?**

| Estadísticos             | Monto en Pesos uruguayos |
|--------------------------|--------------------------|
| Promedio                 | \$U 2500                 |
| Mediana                  | \$U 2000                 |
| Desvío Estándar          | \$U 1892,08              |
| Coeficiente de variación | 0,76                     |

Con relación al monto del gasto, el promedio es de \$U 2500 (tipo de cambio USD/\$U= 44) aproximadamente USD 57, con una variabilidad importante según el coeficiente de variación. Si se aplicará la metodología ya descrita anteriormente el monto mensual de gasto en compras con la tarjeta de frontera, se comportaría de la siguiente manera: no se relevó respuestas contrarias al uso de dicha tarjeta, por lo cual se considerará que el 95% (5% por efectos de azar) comprarían con la misma es decir= 3680 hogares, de los cuales 1582 lo harían los fines de semana, 515 hasta 3 veces por semana y cotidianamente 1583 hogares.

Considerando la mediana de gasto (\$U 2000), la estimación sería la siguiente:  $1582 \cdot 8000 + 515 \cdot 16000 + 1583 \cdot 60000 = \$U 115:876.000$  aproximadamente USD 2:633.545 a un tipo de cambio de \$U 44 por 1 USD, al año aproximadamente USD 31:602.545.

Se señalar nuevamente que dichas estimaciones son de tipo lineal y bajo los presupuestos ya señalados, para tener una primera aproximación al tema, considerando como línea base de análisis.

En resumen, en el caso de Bella Unión los hogares podrían presentar una alta predisposición al uso de la tarjeta de frontera con interesantes montos de compra y frecuencia.

**Tabla 36**  
**¿Cuáles serían los principales productos que compraría?**

|         | Porcentaje |
|---------|------------|
|         | 3,9        |
| No sabe | 96,1       |
| Total   | 100        |

Entre quienes se manifiestan, los alimentos serían el producto por excelente por otro lado, queda claro la falta de información al respecto en la presente localidad.



**Tabla 37**  
**No compraría, ¿cuál sería el principal motivo?**

|                                   | Porcentaje |
|-----------------------------------|------------|
| No corresponde                    | 97,6       |
| Precio                            | 0,6        |
| Sigue siendo más barato en Brasil | 0,6        |
| No tiene trabajo                  | 0,6        |
| No tiene                          | 0,6        |
| Total                             | 100        |

En este caso nuevamente la desinformación lleva a que la inmensa mayoría no exprese un motivo principal, para indicar alguna desventaja para la compra con la tarjeta de frontera.

#### *Principales resultados de la ciudad de Bella Unión*

- Los hogares de Bella Unión realizan sus compras mayoritariamente en almacenes de barrio y en comercios de Barra do Quaraí.
- La mayoría de los consultados no han escuchado de “Lojas” Francas, de los que han escuchado 7 de cada 10 hogares estarían dispuestos a comprar en las “Lojas” Francas de Barra do Quaraí. Quienes irían a comprar lo harían de forma mensual y el principal producto a ser adquirido es en el rubro alimentos.
- El promedio del gasto de compra por hogar sería de \$U 2703 (tipo de cambio USD/\$U= 44) aproximadamente USD 61, considerando la mediana de gasto y la frecuencia de compra, mensualmente el monto ascendería a USD 453.477 a un tipo de cambio de \$U 44 por 1 USD, al año aproximadamente USD 5:441.727.
- El factor precio sería el principal atractivo de los consumidores al momento de comprar en las “Lojas” Francas, y la aduana se presenta como la principal desventaja.
- La mayoría opina que las “Lojas” Francas en Barra do Quaraí afectan al comercio local, pero la presencia de tal tipo de centro de ventas es evaluada como de importancia para la zona.
- En el caso de Bella Unión un muy alto porcentaje no ha escuchado de la tarjeta de frontera para comprar en comercios uruguayos.

#### *Propuestas*

Dentro de las indagaciones realizadas también se consideró importante conversar con actores integrantes de los centros comerciales de Artigas y Bella Unión. En este sentido es importante destacar la pro actividad de los centros comerciales de ambas ciudades en a la búsqueda de soluciones al comercio local que redunden en un mayor bienestar para

la población de ambas ciudades, mejora en la calidad de vida aumento del trabajo y mejora de la situación del comercio local. Se destaca que desde éstos se viene trabajando con los centros comerciales de las distintas ciudades fronterizas del país y de Argentina y Brasil en la búsqueda de soluciones y pienso conjunto de la problemática. En cuanto a la propuesta elaborada de implementación de la tarjeta de frontera se manifiesta que la misma está siendo analizada a nivel de gobierno central. Si bien hay algunas discordancias internas entre los diferentes actores comerciales y políticos que apoyan la idea, se destaca que las mismas están relacionadas a la forma de implementación y control de dicha política. Diferencias entre: si será universal o solo para ciudadanos del departamento, si la forma de acceso será con cedula o un sistema de tarjeta específica, respecto de los mecanismos de evaluación, control y seguimiento, respectos de los montos, etc), habiendo acuerdos claros de que se debe trabajar en una política que estimule el consumo local. Se plantea que la diferencia de precios hace que la gente compre en los comercios brasileños, perdiendo el comercio local importante suma de dinero diario, la realidad hoy es que muchos comerciantes han optado por establecer sus negocios del lado brasileño, otros muchos también viven del lado brasilero, redundando esto en pérdidas importantes en la economía local.

Por otro lado también se menciona que muchos comercios locales venden productos de origen brasileño, lo que también implica pérdidas para la economía local y nacional, pero debido a la diferencia de precios por la propia escala del comercio brasileño, es imposible competir. Se reconoce la vulnerabilidad socio económica de un importante sector de la población, ante lo cual la posibilidad de acceder a productos de origen brasileños hace la diferencia entre poder alimentarse o no. Plantean además importante problema estructural de falta de fuentes de trabajo.



### 3) ESTRUCTURA DEL GASTO EN LOS HOGARES DE LAS CIUDADES DE ARTIGAS Y BELLA UNIÓN

#### 3.1) Ciudad de Artigas

Los datos que se presentan a continuación dan cuenta de lo relevado con relación al gasto declarado por los hogares consultados, con relación a servicios públicos esenciales en relación a la satisfacción de necesidades básicas y en alimentación, por otra parte, lo declarado por el ingreso percibido aproximado total de tales hogares. Se inicia el análisis con la ciudad de Artigas.

**Tabla 38**  
**Aproximadamente, ¿Cuánto pagó de UTE, ¿OSE, ANTEL y Celular el mes pasado?**

| Estadísticos           | UTE         | OSE        | ANTEL      | Celular     |
|------------------------|-------------|------------|------------|-------------|
| Promedio               | \$U 2258    | \$U 1090   | \$U 1391   | \$U 943     |
| Mediana                | \$U 2000    | \$U 900    | \$U 1380   | \$U 600     |
| Desvío Estándar        | \$U 1504,86 | \$U 898,83 | \$U 587,79 | \$U 1034,59 |
| Coefficiente Variación | 0,66        | 0,82       | 0,42       | 1,09        |

En este caso se presentan los gastos estimados de los hogares en los principales servicios públicos, como se aprecia el servicio que presenta mayor variabilidad en su gasto sería el celular, seguido de Ose. Por otra parte, considerando los valores promedios el total del gasto en dichos servicios por los hogares de la ciudad de Artigas sería de \$U 5682, del cual el servicio que tendría mayor peso sería el de comunicaciones (41%) seguido de la electricidad (40%).

En resumen, el gasto promedio de un hogar de la ciudad de Artigas en servicios públicos es de \$U 5682.

**Tabla 39**  
**¿Cuánto destina por día aproximadamente para compra de alimentos?**

| Estadístico               | Compra diaria de alimentos en Pesos uruguayos |
|---------------------------|-----------------------------------------------|
| Promedio                  | \$U 454                                       |
| Mediana                   | \$U 400                                       |
| Desvío Estándar           | \$U 248,15                                    |
| Coefficiente de variación | 0,55                                          |

Por otro lado, se consultó también sobre el gasto diario en alimentación, el promedio es de \$U 454 por día, lo que si se sostiene durante 30 días lo destinado a alimentos sería de \$U 13620 aproximadamente por hogar de la ciudad de Artigas.

Entonces considerando el gasto en alimentación y servicios públicos como elementos básicos del sustento de un hogar promedio, se estima que el monto sería de \$U 19302. Dicho monto será de parámetro para luego comparar con los ingresos promedio y por intervalos salariales, para así evaluar aquellos hogares logran alcanzar, superar o no alcanzar dicho monto.

En resumen, un hogar promedio en la ciudad de Artigas destina \$U 19302 para alimentos y servicios públicos.

**Tabla 40**  
**Aproximadamente, el mes pasado,**  
**¿cuánto fue el total de ingresos en el hogar?**

|                      | Porcentaje |
|----------------------|------------|
| Menos de 15000 pesos | 24,4       |
| 15001 a 20000        | 26,9       |
| 20001 a 30000        | 21,2       |
| 30001 a 40000        | 11,0       |
| 40001 a 70000        | 9,2        |
| 70001 a 90000        | 1,4        |
| Más de 90001 pesos   | 3,9        |
| No sabe              | 2,1        |
| Total                | 100,0      |

Lo que se aprecia en esta tabla son el total de ingresos declarados por hogar, como se aprecia el 51% de los mismos no superan los \$U 20000, es decir que no alcanzarían y apenas llegarían al monto mencionado anteriormente sobre los gastos promedio en alimentación y servicios públicos en los hogares de la ciudad de Artigas. Mientras que el restante cubriría dicho valor en diferentes franjas, un quinto de los hogares lo cubren los que están en el límite inferior del intervalo de manera ajustada y más sobre el límite superior de forma más holgada, por otro lado, el restante 24% que declaro ingresos totales lo realiza holgada, especialmente el 4% de los hogares que superan los \$U 90000 de ingresos.

En definitiva, el 51% de los hogares no llegan o apenas logran cubrir gastos promedio en alimentos y servicios públicos, mientras que el restante 49% los cubren y especialmente el 4% de los hogares de la ciudad de Artigas de manera muy holgada.



**Tabla 41**  
**Usted, ¿Ha ido a comprar en Quaraí el mes pasado?**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Si    | 58,3       |
| No    | 41,7       |
| Total | 100        |

Prácticamente 6 de cada 10 hogares (7931 aproximadamente) han realizado compras en la ciudad de Quaraí – Brasil el mes anterior.

**Tabla 42**  
**¿Con que frecuencia va a comprar?**

|                          | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Mensualmente             | 49,7       |
| Todos los días           | 4,8        |
| Hasta 3 veces por semana | 16,4       |
| Fines de semana          | 29,1       |
| Total                    | 100,0      |

La compra mensual y de fin de semana son los comportamientos más frecuentes, lo que implicaría de los 7931 hogares que realizan compras, 3965 lo realizan de forma mensual y 2300 hogares aproximadamente durante los fines de semana.

En resumen, la compra mensual es la mayoritaria entre los hogares que compran en Quaraí.

**Tabla 43**  
**¿Cuáles son los principales productos que compran?**

|                        | Porcentaje |
|------------------------|------------|
| Productos alimenticios | 81,2       |
| Productos de limpieza  | 8,5        |
| Electrodomésticos      | ,6         |
| Vestimenta             | 7,3        |
| Calzados               | 1,8        |
| Otros                  | ,6         |
| Total                  | 100        |

Los productos alimenticios son los mayoritarios al momento de la compra, 8 de cada 10 compradores optan por los mismos, es decir, que la búsqueda de alimentos es el principal atractivo los motivos pueden ser variados.

En definitiva, el principal producto que se va a comprar a Quaraí son los alimentos.

**Tabla 44**  
**Aproximadamente, ¿cuánto gasto en la compra en Quaraí?**

| Estadístico               | Monto en pesos uruguayos |
|---------------------------|--------------------------|
| Promedio                  | \$U 3492                 |
| Mediana                   | \$U 3000                 |
| Desvío Estándar           | \$U 5483,14              |
| Coefficiente de Variación | 1,57                     |

En la tabla que sigue se presentan los gastos promedio de quienes van a realizar compras a la ciudad de Quaraí, el mismo asciende a \$U 3492, considerando el desvío estándar el coeficiente de variación indica una muy alta variabilidad en el comportamiento del promedio de gasto, por lo que se sugiere considerar a la mediana como un estimador más confiable dada esta variabilidad.

Ante lo cual, se tomará a la misma para estimar de forma primaria un monto estimado de gasto de los hogares al momento de sus compras en Quaraí – Brasil.

Si se considera la cantidad de hogares que compran de forma mensual, cuatro veces al mes, dos veces por semana y todos los días, la fórmula sería la siguiente:  $3770 \cdot 3000 + 2182 \cdot 12000 + 1206 \cdot 24000 + 377 \cdot 90000 = \$U 100:368.000$ , tomando el tipo de cambio USD/\$U = 44, serían aproximadamente USD 2:281.090 por mes, al año= USD 27:373.091.

En tal sentido, si se estima el intervalo de confianza para la mediana \$U 3000 ( $Md \pm z \cdot \sigma / \sqrt{n}$ )

se apreciará que existe una diferencia positiva y negativa de un 16% ( $\$U 3000 \pm 492$ ), por lo que se podría estimar que al valor de USD 27:371.091 como valor central  $\pm$  USD 4:379.374, obteniendo un intervalo al 95% de confianza estadística entre USD 22:991.717 y USD 31:750.465.

Se debe señalar que dichas estimaciones son de tipo lineal y bajo los presupuestos ya señalados, para tener una primera aproximación al tema, se podría considerar como línea base de análisis. Esto se subraya porque no necesariamente quienes van cuatro, dos veces al mes o todos los días el monto de su compra sea de \$U 3000, por lo cual, los valores planteados estarían planteando una hipótesis de máxima y mínima inicial.

En resumen, la mayoría de los que van a comprar lo realizan de forma mensual con un gasto de compra estimado de \$U 3000, al considerar las diferentes frecuencias de



compra y a la mediana de gasto se podría estimar de manera inicial un gasto mensual aproximado de USD 2:281.090 y anual entre USD 22:991.717 y USD 31:750.465.

### 3.2) Ciudad de Bella Unión

Se continúa el análisis en este caso con la ciudad de Bella Unión.

**Tabla 45 – Aproximadamente, ¿Cuánto pagó de UTE, OSE, ANTEL y Celular el mes pasado?**

| Estadístico               | UTE         | OSE        | ANTEL      | Celular    |
|---------------------------|-------------|------------|------------|------------|
| Promedio                  | \$U 2700    | \$U 1028   | \$U 1525   | \$U 952    |
| Mediana                   | \$U 2500    | \$U 800    | \$U 1350   | \$U 600    |
| Desvío Estándar           | \$U 1637,72 | \$U 768,75 | \$U 877,29 | \$U 991,18 |
| Coefficiente de variación | 0,61        | 0,75       | 0,57       | 1,04       |

En este caso se presentan los gastos estimados de los hogares en los principales servicios públicos, como se aprecia el servicio que presenta mayor variabilidad en su gasto sería el celular, seguido de Ose. Por otra parte, considerando los valores promedios el total del gasto en dichos servicios por los hogares de la ciudad de Bella Unión sería de \$U 6259, del cual el servicio que tendría mayor peso sería el de electricidad (43%) seguido de comunicaciones (39%).

En resumen, el gasto promedio de un hogar de la ciudad de Bella Unión en servicios públicos es de \$U 6259.

**Tabla 46**  
**¿Cuánto destina por día aproximadamente para compra de alimentos?**

| Estadístico               | Monto diario de alimentos en pesos uruguayos |
|---------------------------|----------------------------------------------|
| Promedio                  | \$U 506                                      |
| Mediana                   | \$U 500                                      |
| Desvío Estándar           | \$U 251,32                                   |
| Coefficiente de variación | 0,50                                         |

Por otro lado, se consultó también sobre el gasto diario en alimentación, el promedio es de \$U 506 por día, lo que si se considera un tiempo de 30 días lo destinado a alimentos sería de \$U 15180 aproximadamente por hogar de la ciudad de Bella Unión.

Entonces considerando el gasto en alimentación y servicios públicos como elementos básicos del sustento de un hogar promedio, se estima que el monto sería de \$U 21439.

Dicho monto será de parámetro para luego comparar con los ingresos promedio y por intervalos salariales, para así evaluar aquellos hogares logran alcanzar, superar o no dicho monto.

En resumen, un hogar promedio en la ciudad de Bella Unión destina \$U 21439 para alimentos y servicios públicos.

**Tabla 47 - Aproximadamente, el mes pasado,  
¿Cuánto fue el total de ingresos en el hogar?**

|                      | Porcentaje |
|----------------------|------------|
| Menos de 15000 pesos | 11,8       |
| 15001 a 20000        | 25,3       |
| 20001 a 30000        | 30,3       |
| 30001 a 40000        | 12,9       |
| 40001 a 70000        | 16,9       |
| 70001 a 90000        | 1,1        |
| Más de 90001 pesos   | 1,7        |
| No sabe              | 11,8       |
| Total                | 100,0      |

Se observa en esta tabla el total de ingresos declarados por hogar, como se aprecia el 37% de los mismos no superan los \$U 20000, es decir que no alcanzarían al monto mencionado anteriormente sobre los gastos promedio en alimentación y servicios públicos en los hogares de la ciudad de Bella Unión. Mientras que el restante cubriría dicho valor en diferentes franjas, un 30% de los hogares lo cubren, entre aquellos hogares que se ubican en el límite inferior del intervalo de manera ajustada y más sobre el límite superior de forma más holgada, por otro lado, el restante 33% que declaro ingresos totales lo realiza de forma holgada, especialmente el 2% de los hogares que superan los \$U 90000 de ingresos.

En definitiva, el 37% de los hogares no llegan a cubrir gastos promedio en alimentos y servicios públicos, mientras que el restante 63% los cubre y especialmente el 2% de los hogares de la ciudad de Bella Unión, de manera muy holgada.

**Tabla 48**  
**Usted, ¿Ha ido a comprar en Quaraí el mes pasado?**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Si    | 61,2       |
| No    | 38,8       |
| Total | 100        |



Se aprecia que 6 de cada 10 hogares consultados han ido a realizar compras el pasado mes a Barra do Quaraí, lo que se podría inferir que de los 3874 hogares que componen la ciudad de Bella Unión, 2363 han realizado dichas compras.

En definitiva, 6 de cada 10 hogares de Bella Unión han realizado compras el pasado mes en Barra do Quaraí.

**Tabla 49**  
**¿Con que frecuencia va a comprar?**

|                          | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Mensualmente             | 70,6       |
| Todos los días           | ,9         |
| Hasta 3 veces por semana | 4,6        |
| Fines de semana          | 23,9       |
| Total                    | 100,0      |

La mayoría de los hogares (7 de cada 10) realizan sus compras de forma mensual, seguido de la compra de fin de semana. En definitiva, la mayoría de los hogares de Bella Unión realizan sus compras en Barra do Quaraí de forma mensual.

**Tabla 50**  
**¿Cuáles son los principales productos que compran?**

|                        | Porcentaje |
|------------------------|------------|
| Productos alimenticios | 80,7       |
| Productos de limpieza  | 12,8       |
| Vestimenta             | 4,6        |
| Calzados               | ,9         |
| Bebidas alcohólicas    | ,9         |
| Total                  | 100        |

El producto alimenticio es el que recoge mayor índice de respuesta, 8 de cada 10 hogares de Bella Unión van a comprar los mismos a Barra do Quaraí, seguido de productos de limpieza. En resumen, los alimentos son el principal producto comprado en Barra do Quaraí.

**Tabla 51**  
**Aproximadamente, ¿cuánto gasto en la compra?**

| Estadístico               | Monto de la compra en pesos uruguayos en Barra do Quaraí |
|---------------------------|----------------------------------------------------------|
| Promedio                  | \$U 3669                                                 |
| Mediana                   | \$U 3000                                                 |
| Desvío Estándar           | \$U 2337,73                                              |
| Coefficiente de variación | 0,64                                                     |

En la tabla que sigue se presentan los gastos promedio de quienes van a realizar compras a Barra do Quaraí, el mismo asciende a \$U 3669, considerando el desvío estándar el coeficiente de variación indica una variabilidad alta en el comportamiento del promedio de gasto, por lo que se sugiere considerar a la mediana como un estimador más confiable dada esta variabilidad.

Ante lo cual, se tomará a la misma para estimar de forma primaria un monto estimado de gasto de los hogares al momento de sus compras en Barra do Quaraí – Brasil.

Si se considera la cantidad de hogares que compran de forma mensual, cuatro veces al mes, dos veces por semana y todos los días, la fórmula sería la siguiente:  $1678 \cdot 3000 + 567 \cdot 12000 + 118 \cdot 24000 + 24 \cdot 90000 =$  \$U 16:830.000, tomando el tipo de cambio USD/\$U = 44, serían aproximadamente USD 383.500 por mes, al año= USD 4.590.000.

En tal sentido, si se estima el intervalo de confianza para la mediana \$U 3000 ( $Md \pm z \cdot \sigma / \sqrt{n}$ ) se apreciará que existe una diferencia positiva y negativa de un 15% (\$U 3000  $\pm$  439), por lo que se podría estimar que al valor de USD 4:590.000 como valor central  $\pm$  USD 688.500, obteniendo un intervalo al 95% de confianza estadística entre USD 3:901.500 y USD 5:278.500.

Se debe señalar que dichas estimaciones son de tipo lineal y bajo los presupuestos ya señalados, para tener una primera aproximación al tema, se podría considerar como línea base de análisis. Esto se subraya porque no necesariamente quienes van cuatro, dos veces al mes o todos los días el monto de su compra sea de \$U 3000, por lo cual, los valores planteados estarían planteando una hipótesis de máxima y mínima inicial.

En resumen, la mayoría de los que van a comprar lo realizan de forma mensual con un gasto de compra estimado de \$U 3000, al considerar las diferentes frecuencias de compra y a la mediana de gasto se podría estimar de manera inicial un gasto mensual aproximado de USD 4:590.000 y anual entre USD 3:901.500 y USD 5:278.500.



## Principales Resultados

### Para la ciudad de Artigas:

- El gasto promedio de un hogar de la ciudad de Artigas en servicios públicos es de \$U 5682, y destina \$U 19302 para alimentos y servicios públicos.
- 6 de cada 10 hogares (7931 aproximadamente) han realizado compras en la ciudad de Quaraí – Brasil el mes anterior, la compra mensual es la mayoritaria, el principal producto que se va a comprar a Quaraí son los alimentos.
- Un gasto de compra estimado de \$U 3000, al considerar las diferentes frecuencias de compra y a la mediana de gasto se podría estimar de manera inicial un gasto mensual aproximado de USD 2:281.090 y anual entre USD 22:991.717 y USD 31:750.465.
- El 51% de los hogares no llegan o apenas logran cubrir gastos promedio en alimentos y servicios públicos, mientras que el restante 49% los cubren y especialmente el 4% de los hogares de la ciudad de Artigas de manera muy holgada.

### Para la ciudad de Bella Unión:

- El gasto promedio de un hogar de la ciudad de Bella Unión en servicios públicos es de \$U 6259, y destina \$U 21439 para alimentos y servicios públicos.
- 37% de los hogares no llegan a cubrir gastos promedio en alimentos y servicios públicos, mientras que el restante 63% los cubre y especialmente el 2% de los hogares de la ciudad de Bella Unión, de manera muy holgada.
- 6 de cada 10 hogares de Bella Unión han realizado compras el pasado mes en Barra do Quaraí, la mayoría realiza sus compras mensualmente, los alimentos son el principal producto comprado en Barra do Quaraí.
- La mayoría de los que van a comprar lo realizan un gasto de compra estimado de \$U 3000, al considerar las diferentes frecuencias de compra y a la mediana de gasto se podría estimar de manera inicial un gasto mensual aproximado de USD 4:590.000 y anual entre USD 3:901.500 y USD 5:278.500.

#### 4) CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS CONSUMIDORES ARTIGAS Y BELLA UNIÓN

##### 4.1) Ciudad de Artigas

En el presente apartado realizaremos una descripción de las condiciones socio-habitacionales de los entrevistados en la Ciudad de Artigas, rescatamos con tales fines las condiciones de la vivienda donde habitan, su confort y variables referidas a aspectos sociales.

A continuación, presentamos sus resultados principales.

**Tabla 52**  
**Tipo de Vivienda**

|                                             | Porcentaje |
|---------------------------------------------|------------|
| Casa                                        | 89,0       |
| Apartamento o casa en complejo habitacional | 7,1        |
| Apartamento en edificio de altura           | ,4         |
| Apartamento en edificio de una planta       | ,7         |
| Local no construido para vivienda           | 2,8        |
| Total                                       | 100,0      |

Respecto al tipo de vivienda donde habitan los entrevistados y sus familias, aproximadamente el 90% lo hace en una casa, seguido de un 7% que habita en un apartamento o complejo de viviendas, entre las más destacadas.

En este sentido es fuerte el peso que posee la residencia en una casa, que unido a la siguiente categoría indicada, demuestra el uso de viviendas exclusivas para su habitación.

**Tabla 53**  
**Material predominante en las paredes externas**

|                                                 | Porcentaje |
|-------------------------------------------------|------------|
| Ladrillos, ticholos o bloques con terminaciones | 94,0       |
| Ladrillos, ticholos o bloques sin terminaciones | 4,9        |
| Materiales livianos con revestimiento           | ,4         |
| Materiales livianos sin revestimiento           | ,7         |
| Total                                           | 100,0      |



Ahora, cuando observamos el material predominante en las paredes, existe una alta proporción de residencias que poseen ladrillos, ticholos o bloques con terminaciones (94%), seguido de un 5% que difiere en las terminaciones.

Lo anterior demuestra el uso de materiales duraderos y de mejor terminación en su gran mayoría.

**Tabla 54**  
**Material predominante en el techo**

|                                                      | Porcentaje |
|------------------------------------------------------|------------|
| Planchada de hormigón con protección (tejas u otros) | 21,2       |
| Planchada de hormigón sin protección                 | 13,4       |
| Liviano con cielo raso                               | 56,9       |
| Liviano sin cielo raso                               | 8,5        |
| Total                                                | 100,0      |

Ya, observando los materiales utilizados en el techo, la calidad de los mismos decae. El 57% posee techos livianos con cielo raso, seguidos de un 21% de techos cuyos materiales son planchada de hormigón con protección y 13% sin protección. Los techos de menor calidad, como el liviano sin cielo raso aparecen en un 9% aproximadamente.

En términos generales, podríamos concluir que aproximadamente un 70% de las viviendas posee techos de menor calidad y un 30% restante mejora su estándar.

**Tabla 55 Material predominante en los pisos**

|                                               | Porcentaje |
|-----------------------------------------------|------------|
| Cerámica, parqué, baldosas, moqueta o linóleo | 94,7       |
| Alisado de hormigón                           | 3,2        |
| Solo contrapiso sin piso                      | 2,1        |
| Total                                         | 100,0      |

Observando el material que predomina en los pisos de las viviendas, la gran mayoría (95%), posee cerámica, parqué, baldosas, moqueta o linóleo en dichos pisos. Seguidos de un 3% de pisos de menor calidad y un 2% sin piso.

En suma, en contraste con el techo de la vivienda, los materiales de los pisos aparentan ser de una calidad mejor.

En la siguiente tabla, consultados sobre la dependencia a un mismo fondo de alimentación, podemos vislumbrar que la gran mayoría de los habitantes de la vivienda, 92%, dependen del mismo. Seguidos por aproximadamente un 8% que depende de otro fondo.

**Tabla 56**  
**Todas las personas que habitan esta vivienda,**  
**¿dependen de un mismo fondo de alimentación?**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 92,2       |
| No    | 7,8        |
| Total | 100,0      |

Se observa en la presente tabla que 9 de cada 10 hogares consultados dependen de un mismo fondo de alimentación.

**Tabla 57**  
**Número de hogares que comparten esta vivienda**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 96,8       |
| 2     | 2,5        |
| 3     | ,7         |
| Total | 100,0      |

En la tabla anterior, notamos que casi en su totalidad, 97% de los hogares no comparten la vivienda. Seguido de sólo un 3% que poseen más de un hogar en dicha vivienda.

Lo anterior se da en consonancia con la dependencia a un mismo fondo de alimentación, hecho que lo hace acorde y en coherencia en la consistencia del dato.

**Tabla 58**  
**Número de habitaciones utilizadas por este hogar para dormir**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 30,7       |
| 2     | 43,5       |
| 3     | 20,5       |
| 4     | 4,2        |
| 5     | 1,1        |
| Total | 100,0      |



Determinando el uso de las habitaciones utilizadas para dormir, factor que estima el tamaño de la vivienda, nos encontramos con un 43% que posee un hogar con 2 habitaciones, seguidos de un 31% que posee 1 habitación y un 25% que posee tres o más espacios destinados con este fin.

Podría expresarse que  $\frac{3}{4}$  de las viviendas son de menor porte (1 y 2 habitaciones), dejando lugar para el siguiente  $\frac{1}{4}$  que ya poseería en principio mayor espacio para su uso.

Un hecho importante es que, consultados sobre el origen del agua utilizada para beber y cocinar, el 100% indicó que proviene de la red general de OSE.

Debe ser resaltado dicho indicador a la hora de medir las condiciones de salubridad del hogar.

Ya, en la siguiente tabla, podemos ver que el indicador de calidad del servicio sanitario decae en comparación con el anterior. El 89% de las viviendas posee una evacuación del servicio sanitario a la red general (saneamiento), seguido de un 11% que lo hace hacia una fosa séptica o pozo negro.

Este dato va en consonancia con la estructura que posee la ciudad en su evacuación de excretas y demás, dependiendo de la red que posee OSE y de los niveles de capilaridad de la misma.

**Tabla 59**  
**Evacuación del servicio sanitario, ¿se realiza a?**

|                          | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| red general              | 88,7       |
| fosa séptica, pozo negro | 11,3       |
| Total                    | 100,0      |

La mayoría de los hogares la evacuación del servicio sanitario se realiza por la red general de cloacas de la ciudad.

**Tabla 60**  
**Principal fuente de energía utilizada para calefaccionar la vivienda**

|                   | Porcentaje |
|-------------------|------------|
| Energía eléctrica | 69,6       |
| Gas por cañería   | ,4         |
| Supergás          | 4,2        |
| Leña              | 13,8       |
| Ninguna           | 12,0       |
| Total             | 100,0      |

En la tabla anterior, se presentaron las respuestas referidas al uso de la principal fuente de energía utilizada para calefaccionar la vivienda. Un 70% lo hace vía el uso de la energía eléctrica, seguido de un 14% que utiliza leña para tales fines y un 12% que no realiza ninguna actividad de calefacción.

Lo anterior se condice con el uso generalizado de electrodomésticos, su costo y el costo de la electricidad. Dicho sea de paso, que el uso de la energía eléctrica también está en relación con el uso del aire acondicionado u otros artefactos eléctricos.

Sin embargo, en contraposición con la anterior en la siguiente tabla el uso del supergas se considera de uso mayoritario, casi exclusivo. Así el 95% cocina mediante el uso de este elemento, seguido de elementos marginales.

Ahora, tal afirmación se condice con la lectura de la Tabla N° donde observando la procedencia garrafa, podemos observar que el 68% la compra en Brasil y el restante en el Uruguay.

**Tabla 61**  
**Principal fuente de energía utilizada por para cocinar**

|                   | Porcentaje |
|-------------------|------------|
| Energía eléctrica | 1,4        |
| Gas por cañería   | 2,1        |
| Super gas         | 95,1       |
| Queroseno         | 1,4        |
| Total             | 100,0      |

El súper gas se presenta como la principal fuente de energía para cocinar, 9 de cada 10 hogares lo utilizan.

**Tabla 62**  
**Procedencia de la garrafa de supergas**

|             | Porcentaje |
|-------------|------------|
| Uruguay     | 30,7       |
| Brasil      | 67,8       |
| No sabe     | ,7         |
| No contesta | ,7         |
| Total       | 100,0      |

Como lo veníamos afirmando, se condice la calefacción del hogar mediante el uso de la energía eléctrica y la fuente utilizada para cocinar, mayoritariamente con el supergas, con la existencia de aire acondicionado en los hogares.



**Tabla 63**  
**Equipo de aire acondicionado**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 60,8       |
| No    | 39,2       |
| Total | 100,0      |

El 60% de los hogares en la ciudad de Artigas poseen aire acondicionado en sus hogares, reflejando la expansión de tal electrodoméstico.

**Tabla 64**  
**Número de equipos de aire acondicionado**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 64,0       |
| 2     | 21,5       |
| 3     | 7,0        |
| 4     | 2,9        |
| 5     | 4,7        |
| Total | 100,0      |

En las tablas anteriores observamos que el 61% de los hogares posee aire acondicionado, mientras que el restante 39% no lo tiene. De aquellos que poseen aire acondicionado, un 64% posee un equipo, 22% aproximadamente dos equipos y el restante 8% 3 o más.

Debe considerarse las altas temperaturas existentes en la zona en la época estival con el alto número de hogares que no posee aire acondicionado.

**Tabla 65**  
**Microcomputador (incluye laptop, notebook, tablet, etc.)**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 51,9       |
| No    | 48,1       |
| Total | 100,0      |

Se desprende de la lectura de la tabla anterior, que, el 52% de los hogares posee un medio informático para su uso, mientras que el restante 48% no lo posee. De aquellos

que lo poseen, un 57% posee al menos un equipo, seguido del 27% que posee 2 y un 15% que posee 3.

**Tabla 66**  
**Número de computadores (incluye laptop, notebook, tablet, etc)**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 57,1       |
| 2     | 26,5       |
| 3     | 15,0       |
| 4     | 1,4        |
| Total | 100,0      |

Ya la conexión a internet está más difundida que el uso de equipos para su navegación. Claramente se debe al uso de celulares para su conexión a internet. Así el 69% de los hogares posee conexión a Internet y el 31% restante no lo usa. Dichos guarismos pueden ser observados en la siguiente tabla.

**Tabla 67**  
**Posesión de conexión a Internet**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 69,3       |
| No    | 30,7       |
| Total | 100,0      |

En las dos siguientes tablas observaremos la posesión de un medio de locomoción para uso doméstico (automóvil o camioneta) y la magnitud de los mismos en el caso que lo posean.

Así, un 53% posee dicho medio de locomoción, y de ellos un 89% utiliza una unidad, seguido de un 11% que posee dos vehículos de este tipo. El restante 47% no posee ninguno de dichos medios de transporte.

**Tabla 68**  
**Posesión de automóvil o camioneta**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 53,0       |
| No    | 47,0       |
| Total | 100,0      |

Un poco más de la mitad de los hogares en la ciudad de Artigas posee automóvil.



**Tabla 69**  
**Número de automóviles**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 88,7       |
| 2     | 11,3       |
| Total | 100,0      |

Ya, en la siguiente tabla consultamos sobre el uso de vehículos de menor porte, particularmente las motocicletas. Sorpresivamente, considerando los costos y tamaño de la ciudad, encontramos que un 39% posee moto para su locomoción. De dicho porcentaje, el 78% tiene una, seguidos del 18% que posee 2 móviles.

El restante 61% no utiliza este medio de locomoción.

**Tabla 70**  
**Posesión de motos**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 38,9       |
| No    | 61,1       |
| Total | 100,0      |

Por otra parte, prácticamente 4 de cada 10 hogares de la ciudad de Artigas declara poseer motos/motocicletas, un porcentaje menor en relación a los automóviles.

**Tabla 71**  
**Número de motos**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 78,2       |
| 2     | 18,2       |
| 3     | 2,7        |
| 4     | ,9         |
| Total | 100,0      |

La mayoría de los que poseen motocicletas tienen una, le siguen aquellos que tienen dos representando casi la quinta parte del total, a diferencia de los automóviles tienden a tener más de un vehículo entre aquellos con motocicletas.

**Tabla 72**

**Paga (en dinero o de otra forma) por servicio doméstico o de cuidados**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 8,8        |
| No    | 91,2       |
| Total | 100,0      |

Se puede observar en la tabla anterior el bajo guarismo de hogares que contratan una persona para servicio doméstico u otro cuidado. El 9% de ellos contrata al menos una persona para tal tarea, mientras que la mayoría 91% no lo hace.

De ese 9% que contrata, un 80% recurre a una persona, un 12% a dos y el restante 8% a tres integrantes.

**Tabla 73**

**Número de personas contratadas**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 80,0       |
| 2     | 12,0       |
| 3     | 8,0        |
| Total | 100,0      |

El 80% de los consultados son contratados en un trabajo, es decir, la mayoría de quienes trabajan en la ciudad de Artigas lo realizan en un empleo.

**Tabla 74**

**Personas de 14 años o más que viven habitualmente en el hogar**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 15,2       |
| 2     | 44,5       |
| 3     | 19,4       |
| 4     | 12,0       |
| 5     | 7,4        |
| 6     | 1,4        |
| Total | 100,0      |



En la tabla anterior, observamos la distribución de personas de 14 años o más que habitan el hogar entrevistado. El 45% de los hogares posee 2 personas en ese tramo etario, seguido del 19% con 3 personas, 15% a una de ellas y el restante 4 y más.

Ahora, en la siguiente se observa el tramo etario hacia los menores de 14 años. Así el 62% no posee niños en dicho tramo, seguido de un 21% que posee al menos 1, 13% a 2. El restante se divide marginalmente.

Es escasa la proporción de niños, hecho que se condice con la estructura de edades envejecida de nuestro país.

**Tabla 75**  
**Menores de 14 años, incluyendo niños y recién nacidos**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 0     | 62,2       |
| 1     | 21,2       |
| 2     | 13,4       |
| 3     | 2,1        |
| 4     | ,7         |
| 5     | ,4         |
| Total | 100,0      |

En la siguiente tabla presentamos los resultados de la consulta sobre el número de personas habitantes del hogar.

En orden decreciente, encontramos que un 33% de los hogares posee 2 personas, seguido de un 21% con 3 integrantes. Con similar guarismo, aproximadamente 14% de los hogares posee 4 o 5 integrantes. Lo restante se divide en aquellos con mayor número de habitantes.

**Tabla 76**  
**Número total de personas**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 10,2       |
| 2     | 32,9       |
| 3     | 21,2       |
| 4     | 14,5       |
| 5     | 13,8       |
| 6     | 4,6        |
| 7     | 2,1        |
| 8     | ,4         |
| 10    | ,4         |
| Total | 100,0      |

De lo anterior se desprende que más de la mitad de los hogares posee 3 o menos integrantes. Hecho que se considera de menor porte.

**Tabla 77**  
**Sexo**

|        | Porcentaje |
|--------|------------|
| Hombre | 32,2       |
| Mujer  | 67,8       |
| Total  | 100,0      |

Como se aprecia dos tercios de los entrevistados fueron mujeres y el restante hombres.

**Tabla 78**  
**Edad**

|          | Porcentaje |
|----------|------------|
| 18 a 30  | 22,3       |
| 31 a 60  | 44,5       |
| 61 y mas | 33,2       |
| Total    | 283        |

En el cuadro anterior, observando la edad de la persona entrevistada, observamos que el 45% posee entre 31 y 60 años, seguido de un 33% que posee 61 y más años, y, finalmente, un 22% posee entre 18 y 30 años.

Debe considerarse que para responder el cuestionario el entrevistado debía poseer 18 o más años de edad.



**Tabla 79**  
**Relación de parentesco con el jefe/a de familia**

|                                         | Porcentaje |
|-----------------------------------------|------------|
| Jefe/a                                  | 58,3       |
| Esposo/a, compañera/o                   | 25,8       |
| Hijo/a de ambos                         | 4,2        |
| Hijo/a solo de la Jefe/a                | 6,4        |
| Yerno/nuera                             | ,7         |
| Padre/madre                             | ,4         |
| Hermano/a                               | 1,1        |
| Nieto/a.                                | 1,8        |
| Otro no pariente                        | ,7         |
| Servicio doméstico o familiar del mismo | ,7         |
| Total                                   | 100,0      |

En el momento de responder, más allá de la condicionante etaria considerada en el apartado anterior, en un 58% respondieron al cuestionario el jefe o jefa de la familia entrevistada. Lo sigue el esposo/a o compañera/o con un 26%, un hijo/a (de uno o ambos) en un 10%. Las restantes categorías presentan guarismos menores a los anteriores.

**Tabla 80**  
**Estado Civil**

|                                                    | Porcentaje |
|----------------------------------------------------|------------|
| Separado/a de unión libre anterior                 | 6,7        |
| Divorciado/a.                                      | 12,0       |
| Casado/a (incluye separado/a y aún no se divorció) | 44,9       |
| Viudo/a de casamiento                              | 3,9        |
| Viudo/a de unión libre                             | 8,1        |
| Soltero/a (nunca se casó ni vivió en unión libre)  | 23,7       |
| No contesta                                        | ,7         |
| Total                                              | 100,0      |

Respecto al Estado Civil del/la entrevistado/a, encontramos que el 45% es casado, seguido de un 24% que es soltero/a y con un similar guarismo un 12% divorciado/a o viudo/a. Con menor peso encontramos a los separados de unión libre.

Recategorizando la variable a un agrupamiento que tienda a medir el “estar en pareja” o no, podemos afirmar que aproximadamente el 54% está sólo/a.

**Tabla 81**  
**Máximo nivel educativo alcanzado**

|                              | Porcentaje |
|------------------------------|------------|
| Primaria incompleta          | 4,6        |
| Primaria completa            | 20,5       |
| Secundaria incompleta        | 30,4       |
| Secundaria completa          | 20,8       |
| Enseñanza técnica incompleta | 4,2        |
| Enseñanza técnica completa   | 4,2        |
| Universidad incompleta       | 4,6        |
| Universidad completa         | 10,6       |
| Total                        | 100,0      |

Ahora, teniendo presente la tabla anterior, referida al máximo nivel educativo alcanzado por el entrevistado/a, vemos que un 30% posee secundaria incompleta, un 21% secundaria completa, 20% primaria completa, 11% Universidad completa. Con igual guarismo 5% encontramos aquellos que tienen primaria incompleta o universidad incompleta.

En suma, el 55% aproximadamente no posee la educación secundaria completa u otra forma de educación como la técnica.

**Tabla 82**  
**Creencia de ascendencia**

|                     | Porcentaje |
|---------------------|------------|
| Afro o negra        | 18,0       |
| Asiática o amarilla | 1,4        |
| Blanca              | 60,1       |
| Indígena            | 2,8        |
| Otra                | 2,5        |
| No sabe             | 14,5       |
| No contesta         | ,7         |
| Total               | 100,0      |

Consultados sobre la posibilidad de derivar de alguna ascendencia particular, el 60% afirmó serlo de ascendencia blanca, seguido de un 18% que manifestó tener ascendencia afrodescendiente. El 15% no sabe y los restantes guarismos se distribuyen en categorías menores.



**Tabla 83**  
**Definición desde el punto de vista religioso**

|                                 | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|
| Católico                        | 36,0       |
| Cristiano no católico           | 25,1       |
| Umbandista u otro afroamericano | 2,1        |
| Creyente en Dios sin confesión  | 26,9       |
| Ateo                            | 7,1        |
| Agnóstico                       | ,4         |
| Otro                            | 2,1        |
| No contesta                     | ,4         |
| Total                           | 100,0      |

Finalmente, se consultó sobre la afinidad o cercanía a algún tipo de religión o culto, obteniendo los resultados expresados en la tabla anterior. Así, un 36% se considera católico, y un 27% creyente en Dios, pero sin confesión. El 25% se define como cristiano no católico y un 7% como ateo.

Podría concluirse que aproximadamente el 90% de los entrevistados cree en Dios manifestándose en algunas de las formas de cultivar su creencia.

#### **4.2) Ciudad de Bella Unión**

Al igual que el apartado anterior, realizaremos una descripción en los mismos términos guardando la misma estructura y con la pretensión de comparar ambas ciudades.

**Tabla 84**  
**Tipo de Vivienda**

|                                             | Porcentaje |
|---------------------------------------------|------------|
| Casa                                        | 94,9       |
| Apartamento o casa en complejo habitacional | 3,4        |
| Apartamento en edificio de altura           | 1,7        |
| Total                                       | 100,0      |

En primera instancia, como lo expresa la tabla anterior, un 95% de los entrevistados habita una casa, seguido de un 3% que lo hace en un apartamento o casa en complejo habitacional. En este caso no se observa la ocupación de espacios no aptos para vivienda.

**Tabla 85**  
**Material predominante en las paredes externas**

|                                                 | Porcentaje |
|-------------------------------------------------|------------|
| Ladrillos, ticholos o bloques con terminaciones | 90,4       |
| Ladrillos, ticholos o bloques sin terminaciones | 6,2        |
| Materiales livianos con revestimiento           | 2,2        |
| Materiales livianos sin revestimiento           | 1,1        |
| Total                                           | 100,0      |

Respecto a los materiales predominantes en Con menor peso encontramos sistemas de menor calidad, sin terminaciones 6%, o materiales livianos (con o sin revestimiento) 3%. Es de notar una buena calidad las paredes externas, un 90% está hecha de ladrillos, ticholos o bloques con terminaciones. en general en los materiales predominantes.

Ahora, como lo expresa la siguiente tabla, los materiales predominantes en la construcción del techo de la casa, en un 52% se compone de materiales livianos con cielo raso. Mejores calidades de materiales, como planchada de hormigón (con o sin protección) lo encontramos en un 38% de las residencias. Formas de menor calidad las encontramos en aproximadamente un 10% restante.

**Tabla 86**  
**Material predominante en el techo**

|                                                      | Porcentaje |
|------------------------------------------------------|------------|
| Planchada de hormigón con protección (tejas u otros) | 26,4       |
| Planchada de hormigón sin protección                 | 11,2       |
| Liviano con cielo raso                               | 52,2       |
| Liviano sin cielo raso                               | 10,1       |
| Total                                                | 100,0      |

Se observan dos materiales predominantes en las viviendas de los hogares de la ciudad de Bella Unión, en primer lugar, el techo liviano sin cielo raso y en segundo, la planchada de hormigón con protección, ambas modalidades constructivas agrupan prácticamente el 80%.



**Tabla 87**  
**Material predominante en los pisos**

|                                                | Porcentaje |
|------------------------------------------------|------------|
| Cerámica, parquet, baldosas, moqueta o linóleo | 91,6       |
| Alisado de hormigón                            | 5,6        |
| Solo contrapiso sin piso                       | 2,8        |
| Total                                          | 100,0      |

Finalmente, en la consideración de la estructura de la vivienda, en la tabla anterior expresamos la predominancia existente en los materiales utilizados en la hechura de los pisos. Así, el 92% posee pisos de cerámica, parquet, baldosas, moqueta o linóleo, considerados de mejor calidad que el 6% que posee alisado de hormigón o 3% sin piso.

Al igual que la ciudad de Artigas, predomina la menor calidad en los materiales utilizados en el techo.

**Tabla 88**  
**¿Todas las personas que habitan esta vivienda, dependen de un mismo fondo de alimentación?**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 87,6       |
| No    | 12,4       |
| Total | 100,0      |

Prácticamente 9 de cada 10 hogares en Bella Unión dependen de un mismo fondo de alimentación, es decir, son hogares nucleares.

**Tabla 89**  
**Número de hogares que comparten la vivienda**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 96,6       |
| 2     | 3,4        |
| Total | 100,0      |

En las dos tablas anteriores, mostramos los resultados obtenidos al origen de los fondos destinados a la alimentación y el número de hogares que componen la vivienda.

En un 88% los habitantes de la vivienda dependen de un solo fondo (el mismo) para la alimentación. El restante 12% depende de otros arreglos en este sentido. Además, en su gran mayoría 97% el número de hogares se condice con la vivienda. O sea, encontramos que se corresponde una vivienda a un hogar en cada caso.

Eso significaría que existe un 10% aproximadamente que fuera vivir en un mismo hogar comparte otro fondo para su alimentación.

**Tabla 90**  
**Número de habitaciones utilizadas por el hogar para dormir**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 27,0       |
| 2     | 45,5       |
| 3     | 23,0       |
| 4     | 4,5        |
| Total | 100,0      |

Como indicador del tamaño del hogar, al igual que el apartado anterior, consultamos sobre el número de habitaciones utilizadas con fines dormitorios. De esta forma, el 45% de las viviendas posee 2 dormitorios, seguido de un 27% que posee uno y 23% que posee 3.

En un 73% podemos encontrar casa de menor porte (1 o 2) dormitorios, dejando el restante para casa de mayor tamaño.

**Tabla 91**  
**Evacuación del servicio sanitario, ¿se realiza a?**

|                          | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Red general              | 51,7       |
| Fosa séptica, pozo negro | 48,3       |
| Total                    | 100,0      |

Al igual que la ciudad de Artigas, la totalidad de las residencias relevadas utilizan el agua de la red general (OSE). Nuevamente es un indicador de la salubridad y extensión del servicio en tal sentido.

Ahora, una vez consultados sobre la forma de evacuación del servicio sanitario, nos encontramos que el 52% lo hace a la red general (saneamiento) y el 48% a una fosa séptica o pozo negro. En este sentido encontramos que la red general tiene una cobertura menor que la anterior y que es un hecho a tener en cuenta en su significación social.



**Tabla 92**  
**Principal fuente de energía utilizada para calefaccionar la vivienda**

|                   | Porcentaje |
|-------------------|------------|
| Energía eléctrica | 76,4       |
| Supergas          | 2,2        |
| Leña              | 16,9       |
| Ninguna           | 4,5        |
| Total             | 100,0      |

Una vez relevada la principal fuente de energía utilizada para calefaccionar la vivienda, como resultado obtuvimos lo expuesto en la tabla anterior. Así, un 76% utiliza la energía eléctrica con este fin, seguido por la leña (17%) y 2% con supergas. No calefacciona su casa un 5% de los hogares.

Nuevamente nos encontramos con la penetración del aire acondicionado u otro electrodoméstico para fines específicos que dependen de la electricidad.

**Tabla 93**  
**Principal fuente de energía utilizada por el hogar para cocinar.**

|                 | Porcentaje |
|-----------------|------------|
| Gas por cañería | ,6         |
| Supergas        | 98,3       |
| Queroseno       | 1,1        |
| Total           | 100,0      |

El supergás se presenta como la principal para prácticamente la totalidad de los hogares de Bella Unión.

**Tabla 94**  
**En caso de supergas, ¿la garrafa es de?**

|         | Porcentaje |
|---------|------------|
| Uruguay | 41,6       |
| Brasil  | 58,4       |
| Total   | 100,0      |

Como se observa en las tablas anteriores, la forma predominante de fuente de energía utilizada para cocinar los alimentos es el supergas. Un 98% de los hogares utiliza el gas y de ellos un 58% es de procedencia brasileña.

**Tabla 95**  
**Equipo de aire acondicionado**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 79,8       |
| No    | 20,2       |
| Total | 100,0      |

Como lo expresáramos en párrafos anteriores, existe una penetración del uso del aire acondicionado en un 80% de los hogares, mientras que el 20% no lo posee. Así, se condice la forma de calefacción de este artefacto en la calefacción y el uso de la leña como forma alternativa.

**Tabla 96**  
**Número de aires acondicionados**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 66,2       |
| 2     | 24,6       |
| 3     | 7,7        |
| 4     | 1,4        |
| Total | 100,0      |

Del 80% de los hogares que posee aire acondicionado, un 66% posee un equipo, mientras que un 25% ha instalado dos de ellos. 9% posee 3 o más aires acondicionado instalados en su vivienda.

**Tabla 97**  
**Microcomputador (incluye laptop, notebook, tablet, etc)**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 56,2       |
| No    | 43,8       |
| Total | 100,0      |

Con relación a la tenencia de microcomputador, la mayoría responde tener acceso al mismo.



**Tabla 98**  
**Número de computadores (incluye laptop, notebook, tablet, etc)**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 51,0       |
| 2     | 35,0       |
| 3     | 7,0        |
| 4     | 6,0        |
| 5     | 1,0        |
| Total | 100,0      |

Indagados sobre la posesión de algún tipo de equipo informático, el 56% manifestó poseer alguno de ellos. Dentro de dicho porcentaje el 51% posee un artefacto en este sentido, un 35% posee 2 equipos y el restante se distribuye entre 3 o más dispositivos.

**Tabla 99**  
**Conexión a Internet**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 61,8       |
| No    | 38,2       |
| Total | 100,0      |

De la misma forma que en la ciudad de Artigas, existe una penetración mayor de la conexión a internet por parte de los hogares que dispositivos informáticos. Dicha diferencia se debe al uso de celulares o smartphones para tales fines.

**Tabla 100**  
**Posesión de automóvil o camioneta**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 48,9       |
| No    | 51,1       |
| Total | 100,0      |

En el caso de la ciudad de Bella Unión, el 49% de los consultados manifiesta poseer automóvil.

**Tabla 101**  
**Número de automóviles**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 90,8       |
| 2     | 6,9        |
| 3     | 2,3        |
| Total | 100,0      |

Los hogares de la Ciudad de Bella Unión poseen en un 49% de un automóvil o camioneta para su locomoción. De dicho porcentaje, en la siguiente tabla, vemos que el 91% posee un vehículo, 7% dos y el restante 3.

**Tabla 102**  
**Posesión de motos**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 41,6       |
| No    | 58,4       |
| Total | 100,0      |

Más allá de poseer o no automóvil, un 42% de los hogares posee moto para su desplazamiento. De dicho porcentaje, en la siguiente tabla podemos observar que el 84% posee 1 bi-rodado, 14% dos y el restante 3% tres.

**Tabla 103**  
**Número de motos**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 83,8       |
| 2     | 13,5       |
| 3     | 2,7        |
| Total | 100,0      |

Debe ser considerado en este caso el pequeño porte de la ciudad, en este caso, menor que la ciudad de Artigas, hecho que podría manifestarse el relativo menor uso de vehículos para su traslado.

**Tabla 104**  
**Pago (en dinero o de otra forma) por servicio doméstico o de cuidados**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| Sí    | 4,5        |
| No    | 95,5       |
| Total | 100,0      |

Como se puede apreciar, una muy fuerte mayoría no paga por las actividades de servicio doméstico.

**Tabla 105**  
**¿A cuántas personas contrata?**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 87,5       |
| 2     | 12,5       |
| Total | 100,0      |

Ahora, consultados sobre la contratación de servicio doméstico o cuidado, encontramos que solamente el 4% lo hace. Y de ese porcentaje el 88% contrata una persona al menos. Puede observarse la baja incidencia en el uso de fuerza de trabajo extra hogar para tales fines.

**Tabla 106**  
**Personas de 14 años o más viven habitualmente en el hogar**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 16,9       |
| 2     | 42,7       |
| 3     | 25,3       |
| 4     | 10,7       |
| 5     | 3,4        |
| 6     | 1,1        |
| Total | 100,0      |

En los hogares de la ciudad de Bella Unión, en un 43% viven 2 personas de 14 años o más en forma habitual. Lo sigue con un 25% de ellos que viven 3, 17% con una, 11% con cuatro y el restante en cifras mayores de integrantes.



Ahora, considerando los menores de 14 años, observamos de acuerdo a la siguiente tabla, que el 69% de los hogares no posee personas en dicho tramo etario. Un 16% de ellos posee a un niño, 13% dos niños y un restante 2% tres de ellos.

**Tabla 107**  
**Menores de 14 años, incluyendo niños y recién nacidos**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 0     | 69,1       |
| 1     | 15,7       |
| 2     | 13,5       |
| 3     | 1,7        |
| Total | 100,0      |

En suma, son hogares donde existe la predominancia de personas de mayor edad que niños. Hecho que se configura como variable descriptiva de la baja natalidad uruguaya.

**Tabla 108**  
**Total de personas**

|       | Porcentaje |
|-------|------------|
| 1     | 14,6       |
| 2     | 30,9       |
| 3     | 22,5       |
| 4     | 19,7       |
| 5     | 6,7        |
| 6     | 3,9        |
| 7     | 1,1        |
| 8     | ,6         |
| Total | 100,0      |

Considerando el total de personas residentes en el hogar, encontramos de acuerdo a lo expresado en la tabla anterior que el 31% de los hogares posee 2 personas, seguido de un 23% que posee 3, un 20% cuatro y un 15% una persona.

Aproximadamente el 70% de los hogares posee hasta 3 personas, número considerado bajo al igual que la ciudad de Artigas.

**Tabla 109****Sexo**

|        | Porcentaje |
|--------|------------|
| Hombre | 33,7       |
| Mujer  | 66,3       |
| Total  | 100,0      |

De aquellos entrevistados en la Ciudad de Bella Unión, el 66% fueron mujeres y el restante 34% varones.

**Tabla 110****Edad**

|          | Porcentaje |
|----------|------------|
| 18 a 30  | 8,4        |
| 31 a 60  | 61,3       |
| 61 y más | 30,3       |
| Total    | 100,0      |

Respecto a la edad de los entrevistados, encontramos que el 61% tenía entre 31 y 60 años, seguido de un 30% que poseía al momento 61 o más años y el restante 8% entre 18 y 30.

Nuevamente, de acuerdo a lo ya expresado la estructura etaria de los hogares se condice con las demás variables mostradas.

**Tabla 111****Relación de parentesco con el jefe de familia**

|                          | Porcentaje |
|--------------------------|------------|
| Jefe/a                   | 64,0       |
| Esposo/a, compañera/o    | 20,2       |
| Hijo/a de ambos          | 7,9        |
| Hijo/a solo de la jefe/a | 4,5        |
| Padre/madre              | 1,1        |
| Suegro/a.                | 1,1        |
| Nieto/a.                 | ,6         |
| Otro pariente            | ,6         |
| Total                    | 100,0      |

En el momento de la entrevista, se consultó sobre la relación de parentesco que el entrevistado poseía con el jefe de familia. En este sentido el 64% expresó ser el jefe/a de familia, seguido de un 20% que manifestó ser el esposo/a o compañero/a. Los hijos respondieron en un 12%.

Lo anterior muestra que en una amplia mayoría el cuestionario fue contestado por el jefe/a o su compañero/a.

Ahora, consultados sobre su estado civil, el 42% manifestó ser casado, seguido de un 25% que permanece soltero/a. Lo sigue con un 12%, aquellos que son separados de unión libre anterior, un 12% de viudos y 9% de divorciados.

**Tabla 112**  
**Estado Civil**

|                                                    | Porcentaje |
|----------------------------------------------------|------------|
| Separado/a de unión libre anterior                 | 11,8       |
| Divorciado/a                                       | 9,0        |
| Casado/a (incluye separado/a y aún no se divorció) | 42,1       |
| Viudo/a de casamiento                              | 5,6        |
| Viudo/a de unión libre                             | 6,2        |
| Soltero/a (nunca se casó ni vivió en unión libre)  | 25,3       |
| Total                                              | 100,0      |

El estado civil predominante entre los consultados es casado, seguido de aquellos que se encuentran solteros agrupando entre ambas categorías prácticamente dos tercios del total.

**Tabla 113**  
**Máximo nivel educativo alcanzado**

|                              | Porcentaje |
|------------------------------|------------|
| Primaria incompleta          | 6,2        |
| Primaria completa            | 23,0       |
| Secundaria incompleta        | 28,7       |
| Secundaria completa          | 20,8       |
| Enseñanza técnica incompleta | 5,1        |
| Enseñanza técnica completa   | 2,2        |
| Universidad incompleta       | 2,2        |
| Universidad completa         | 11,8       |
| Total                        | 100,0      |



Observando el nivel educativo alcanzado por los entrevistados, un 29% posee secundaria incompleta, seguido de un 23% que posee primaria completa. De la misma forma un 21% posee secundaria completa y un 12% Universidad completa.

**Tabla 114**  
**Cree tener ascendencia**

|                     | Porcentaje |
|---------------------|------------|
| Afro o Negra        | 14,0       |
| Asiática o Amarilla | 3,4        |
| Blanca              | 65,7       |
| Indígena            | 7,3        |
| Otra                | 1,1        |
| No sabe             | 8,4        |
| Total               | 100,0      |

Consultado sobre su creencia de su origen racial, el 66% manifestó tener descendencia blanca, un 14% poseer afro descendencia y un 8% no lo sabe.

**Tabla 115**  
**Definición desde el punto de vista religioso**

|                                 | Porcentaje |
|---------------------------------|------------|
| Católico                        | 53,4       |
| Cristiano no católico           | 10,7       |
| Judío                           | ,6         |
| Umbandista u otro afroamericano | 1,1        |
| Creyente en Dios sin confesión  | 24,7       |
| Ateo                            | 7,3        |
| Otro                            | 2,2        |
| Total                           | 100,0      |

Finalmente, consultados sobre su filiación religiosa, un 53% manifestó ser católico, seguido de un 25% que se inclina por la creencia en Dios, pero sin poseer una confesión expresa. Seguidamente, un 11% se manifiesta cristiano no católico y al final un 7% ateo.

Es alto el número de entrevistados que demuestran una creencia específica en una forma de religión debido al bajo número de ateos u otros.

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

...the ... of ...

## 5) CONCLUSIONES GENERALES

Las presentes conclusiones procuran plantear las principales características del proceso de consumo y gasto fronterizo, entre las ciudades analizadas, no pretende ser definitivo, pero sí presentar grandes líneas del mismo.

En términos de **actividad comercial**, se observa que la mayoría de los hogares en las ciudades de Artigas y Bella Unión los principales puntos de ventas son los almacenes de barrio y los comercios tanto de Quaraí como de Barra do Quaraí, es decir, que estos últimos forman parte del comportamiento comercial cotidiano.

La propuesta de “Lojas” francas en el caso de la ciudad de Artigas, 7 de cada 10 consultados no han escuchado del tema, quien ha escuchado del tema tiene una alta predisposición de compra en las “Lojas” Francas y 1527 hogares (11% del total) realizarían compras de forma mensual, con compras promedio de USD 63 lo que significaría mensualmente USD 96.201 y anualmente de USD 1:154.412.

En el caso de Bella Unión, también la mayoría no ha escuchado del tema, de los que han escuchado 7 de cada 10 hogares estarían dispuestos a comprar en las “Lojas” Francas de Barra do Quaraí. Quienes irían a comprar lo harían de forma mensual y el principal producto a ser adquirido es en el rubro alimentos. El promedio del gasto de compra por hogar sería de \$U 2703 (tipo de cambio USD/\$U= 44) aproximadamente USD 61, considerando la mediana de gasto y la frecuencia de compra, mensualmente el monto ascendería a USD 453.477 a un tipo de cambio de \$U 44 por 1 USD, al año aproximadamente USD 5:441.727.

Como se observa los comportamientos de preferencias al momento de comprar entre los consumidores de las ciudades de Artigas y Bella Unión son similares, se diferencian en el volumen de gasto.

Para los consumidores de la ciudad de Artigas, alimentos y vestimenta agrupan las preferencias de compras en las “Lojas” Francas, los buenos precios de mercadería importada sería uno de los principales atractivos para este perfil de consumidores y no se aprecian grandes desventajas por parte de los consumidores de “Lojas” Francas por comprar en las mismas y la que se enuncia sería la distancia del punto de venta para realizar la compra.

La opinión mayoritaria es que la instalación de “Lojas” Francas en la ciudad de Quaraí afectará al comercio local, pero, por otro lado, la mayoría de quienes habitan la ciudad de Artigas consideran de importancia el emprendimiento de “Lojas” Francas en la vecina ciudad de Quaraí.

En el caso de los consumidores de Bella Unión, el factor precio sería el principal atractivo de los consumidores al momento de comprar en las “Lojas” Francas, y la aduana se presenta como la principal desventaja. La mayoría opina que las “Lojas” Francas en Barra do Quaraí afectan al comercio local, pero la presencia de tal tipo de centro de ventas es evaluada como de importancia para la zona.



Se aprecian opiniones y comportamientos similares entre los consumidores de ambas ciudades, ante una propuesta comercial diferente a la acostumbrada para los mismos.

Acercas de la propuesta de tarjeta de frontera, en la ciudad de Artigas 9 de cada 10 no saben sobre el tema, es decir, existe una clara situación de desinformación sobre tal propuesta. En el caso de Bella Unión un muy alto porcentaje no ha escuchado de la tarjeta de frontera para comprar en comercios uruguayos.

Situación similar en ambas ciudades, amplio desconocimiento sobre la propuesta.

Al analizar la **estructura del gasto en los hogares** de ambas ciudades se observa lo siguiente:

El gasto promedio de un hogar de la ciudad de Artigas es de \$U 19302 destinado principalmente para alimentos y servicios públicos. El 51% de los hogares no llegan o apenas logran cubrir gastos promedio en alimentos y servicios públicos, mientras que el restante 49% los cubren y especialmente el 4% de los hogares de la ciudad de Artigas de manera muy holgada.

6 de cada 10 hogares (7931 aproximadamente) han realizado compras en la ciudad de Quaraí – Brasil el mes anterior, la compra mensual es la mayoritaria, el principal producto que se va a comprar a Quaraí son los alimentos. Un gasto por compra estimado de \$U 3000, gasto mensual aproximado de USD 2:281.090 y anual entre USD 22:991.717 y USD 31:750.465.

Para la ciudad de Bella Unión, el gasto promedio de un hogar de la ciudad de Bella Unión destinado a servicios públicos y alimentos sería de \$U 21439, 37% de los hogares no llegan a cubrir gastos promedio en alimentos y servicios públicos, mientras que el restante 63% los cubre y especialmente el 2% de los hogares de la ciudad de Bella Unión, de manera muy holgada.

6 de cada 10 hogares de Bella Unión han realizado compras el pasado mes en Barra do Quaraí, la mayoría realiza sus compras mensualmente, los alimentos son el principal producto comprado en Barra do Quaraí. La mayoría de los que van a comprar lo realizan un gasto por compra estimado de \$U 3000, un gasto mensual aproximado de USD 4:590.000 y anual entre USD 3:901.500 y USD 5:278.500.

En términos generales se observa que los hogares de la ciudad de Bella Unión tienden a cubrir en mayor porcentaje los gastos en servicios públicos y alimentación, el 60% de los hogares de ambas ciudades realizan compras en los comercios brasileños, la mayoría de forma mensual, con un promedio de gasto por compra similar, la mayoría en alimentos pero al ser la ciudad de Artigas mayor que la de Bella Unión varía el volumen del gasto.

Finalmente sobre el **perfil sociodemográfico de los consumidores**, se aprecia en la ciudad de Artigas lo siguiente:

El 90% habita en casas para residencia del hogar, las viviendas en sus paredes indican materiales duraderos y de mejor terminación en su gran mayoría, aproximadamente un 70% de las viviendas posee techos de menor calidad y un 30% restante mejora su

estándar y los materiales de los pisos aparentan ser de una calidad mejor en la mayoría de las viviendas en relación al techo y paredes.

El 92% de los hogares dependen de un mismo fondo de alimentación, en el mismo sentido habita un solo hogar en la vivienda, un 43% que posee un hogar con 2 dormitorios, el 100% consume agua de OSE. El 89% de las viviendas posee una evacuación del servicio sanitario a la red general (saneamiento), seguido de un 11% que lo hace hacia una fosa séptica o pozo negro. La mayoría de los hogares es calefaccionada con energía eléctrica pero cocina con supergas, proveniente mayoritariamente de Brasil. El 60% de los hogares en la ciudad de Artigas poseen aire acondicionado en sus hogares, reflejando la expansión de tal electrodoméstico.

El 52% de los hogares posee un medio informático para su uso y un 69% accede a internet, el 53% de los hogares posee automóvil la mayoría un solo vehículo por otra parte, prácticamente 4 de cada 10 hogares de la ciudad de Artigas declara poseer motos/motocicletas.

El 9% de los hogares contrata al menos una persona para las tareas domésticas, se observa que la distribución de personas de 14 años o más que habitan el hogar el 45% de los hogares posee 2 personas en ese tramo etario, seguido del 19% con 3 personas, 15% a una de ellas y el restante 4 y más. El tramo etario de menores de 14 años. 62% no posee niños en dicho tramo, seguido de un 21% que posee al menos 1, 13% a 2.

Más de la mitad de los hogares posee 3 o menos integrantes.

El 55% aproximadamente no posee la educación secundaria completa u otra forma de educación como la técnica; sobre autoidentificación étnica el 60% afirmó serlo de ascendencia blanca, seguido de un 18% que manifestó tener ascendencia afrodescendiente.

Podría concluirse que aproximadamente el 90% de los entrevistados cree en Dios manifestándose en algunas de las formas de cultivar su creencia, siendo la mayoría católica seguida de los cristianos no católicos.

En la ciudad de Bella Unión, se aprecia:

Un 95% de los entrevistados habita una casa, más que en la ciudad de Artigas, los materiales predominantes en la construcción del techo de la casa, en un 52% se compone de materiales livianos con cielo raso, un 92% posee pisos de cerámica, parqué, baldosas, moqueta o linóleo y las paredes externas, un 90% está hecha de ladrillos, ticholos o bloques con terminaciones.

Al igual que la ciudad de Artigas, predomina la menor calidad en los materiales utilizados en el techo.

Prácticamente 9 de cada 10 hogares dependen de un mismo fondo de alimentación, y un 97% de los hogares se componen por uno por vivienda. El 45% de las viviendas posee 2 dormitorios, sobre la forma de evacuación del servicio sanitario, nos encontramos que el 52% lo hace a la red general (saneamiento) y el 48% a una fosa séptica o pozo negro.



En este caso se aprecia una diferencia importante con los hogares de la ciudad de Artigas.

Mientras que la calefacción la mayoría lo realiza con energía eléctrica y para cocinar se utiliza el supergas proveniente de Brasil. Por otro lado, el 80% de los hogares cuenta con al menos un aire acondicionado, en este sentido se aprecia una clara diferencia en el confort del hogar en relación a los hogares de la ciudad de Artigas. El 56% posee por lo menos un computador y el 62% accede a internet, el 49% posee al menos un automóvil (en menor proporción que los hogares de la ciudad de Artigas), sin embargo el 42% posee al menos una motocicleta, en mayor porcentaje que en la ciudad de Artigas.

Solamente el 4% de los hogares contrata personal para las tareas doméstica, prácticamente la mitad menos que en la ciudad de Artigas.

En los hogares de la ciudad de Bella Unión, en un 43% viven 2 personas de 14 años o más en forma habitual, y menores de 14 años el 69% de los hogares no posee personas en dicho tramo etario, es decir, en ambas ciudades se presentan tendencias demográficas semejantes.

Aproximadamente el 70% de los hogares posee hasta 3 personas, número considerado bajo al igual que la ciudad de Artigas.

En materia de educación formal el 58% no ha podido completar estudios secundarios, u otra forma de educación como la técnica, porcentaje mayor en relación a la ciudad de Artigas. Sobre autoidentificación étnica el 66% afirmó serlo de ascendencia blanca, seguido de un 14% que manifestó tener ascendencia afrodescendiente.

Finalmente, el 93% de los entrevistados cree en Dios manifestándose en algunas de las formas de cultivar su creencia, siendo la mayoría católica seguida de los cristianos no católicos, pero en menor porcentaje al comparar con la ciudad de Artigas.



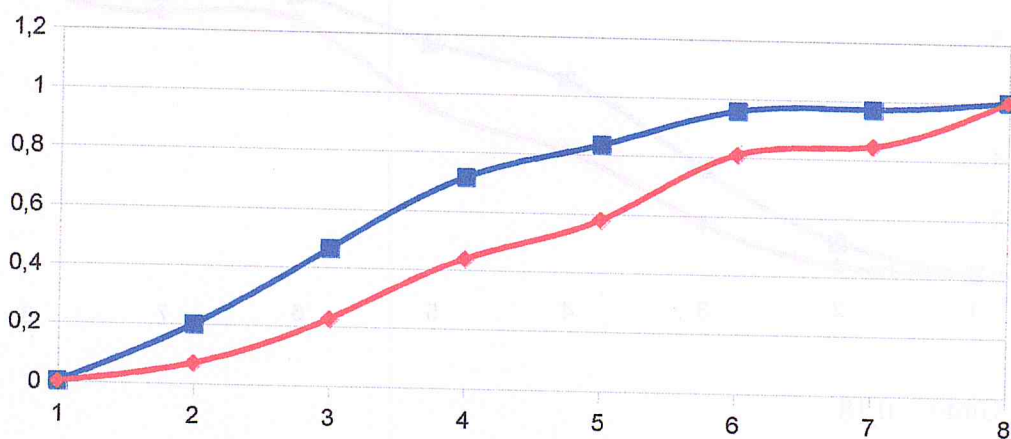
## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRYMAN, A. (1988) Quantity and Quality in Social Research. Londres: Ed. Routledge, Introducción y Cap. 2 (La naturaleza de la investigación cuantitativa), pp. 1-44. (Traducción de la Cátedra: María José Llanos Pozzi).
- CEA D'ANCONA, M.A. Metodología cuantitativa estrategias y técnicas de investigación social. Editorial Síntesis. Madrid, España, 1996.
- CORTÉS, F. (1987) Métodos estadísticos aplicados a la investigación en Ciencias Sociales, Colegio de México. México.
- KERLINGER, F. y LEE, H.B. (2000) Investigación Del Comportamiento. Métodos de Investigación en Ciencias Sociales. M c Graw Hill, México.
- PÉREZ, C. (2005) Técnicas de análisis de datos con SPSS 15. Prentice Hall.

**Índice de Gini de Desigualdad de Ingresos Totales Declarados en los Hogares  
Departamento de Artigas (Ciudades de Artigas y Bella Unión).**

**Índice de Gini - Ingresos Totales Hogares.**

Ciudades de Artigas y Bella Unión.

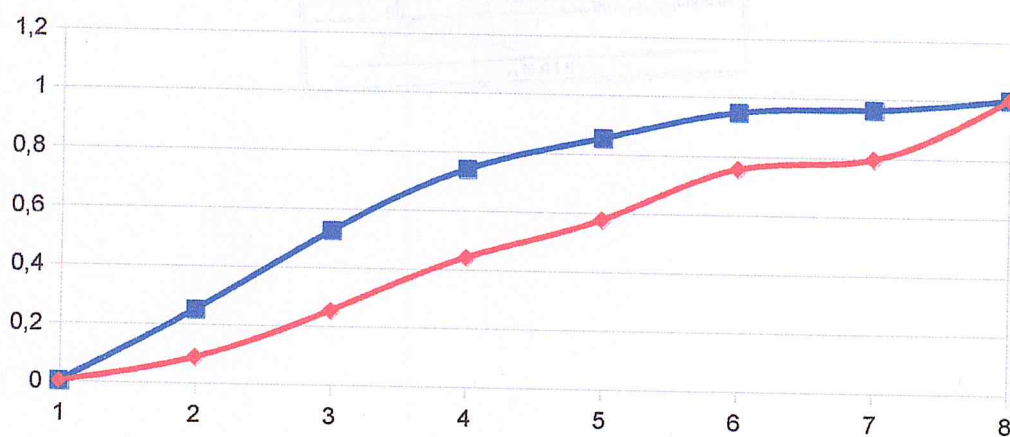


Coef. Gini= 0,23

**Índice de Gini de Desigualdad de Ingresos Totales Declarados en los Hogares  
Departamento de Artigas (Ciudad de Artigas).**

**Índice de Gini - Ingresos Totales Hogares.**

Ciudad de Artigas.



Coef. Gini= 0,26

# **Índice de Gini de Desigualdad de Ingresos Totales Declarados en los Hogares Departamento de Artigas (Ciudad de Bella Unión).**

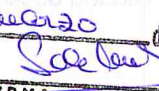
Índice de Gini - Ingresos Totales Hogares.

Ciudad de Bella Unión.



Coef. Gini= 0,18

- # -

|                                                                                              |                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>JUNTA DEPARTAMENTAL DE ARTIGAS</b>                                                        |                  |
| <b>SECRETARÍA</b>                                                                            |                  |
| Carpeta Nº _____                                                                             | Archivo Nº _____ |
| Hora: _____                                                                                  |                  |
| Artigas, 01 de febrero de 2021                                                               |                  |
| <br>FIRMA |                  |