

**Evaluación cualitativa del programa Tarjeta Uruguay  
Social. Informe Final**

**División Evaluación**

**Dirección Nacional de Evaluación y Monitoreo (DINEM)**

**Documento de trabajo N° 36**

**Noviembre 2014**

## **Ministerio de Desarrollo Social**

### **Autoridades**

Daniel Olesker – Ministro  
Lauro Meléndez- Subsecretario

**Dirección Nacional de Evaluación y Monitoreo.** Director: Juan Pablo Labat

**División de Evaluación.** Director: Martín Moreno

**Departamento de Evaluación de Programas:** Virginia Rojo. Equipo: Emilio Aguirre, Javier Chiossi, Leonardo Cosse, Cecilia De Rosa, Ana Ermida, Thomas Evans, Meliza González, Carolina Haselbeck, Lucía Olivera, Valentina Perrota, Mario Real.

**Departamento de Evaluación Institucional y Dispositivos Territoriales:** Federico Da Costa. Equipo: Fabricia Assandri, Andrea Fernández, Cecilia Giambruno

**Departamento de Trabajo de Campo Evaluación:** Carolina Ortiz de Taranco. Equipo: Magdalena Aguiar, Noel Alpuin, Claudia Barboza, Karen Cuelho, Victoria D’Onofrio, Matilde Goñi, Javier Landinelli, Belén Masi, Juan Meyer, Natalia Reyes, Cecilia Reynaud, Valeria Santana, Alberto Zas

**División de Monitoreo.** Directora: Virginia Sáenz

**Departamento Sistemas y Procesos:** Gonzalo Dibot. Equipo: Luciana Bonilla, Lucía del Castillo, Elina Gómez, Diego Tuzman

**Departamento Planificación y Diseño:** Ana Laura Casotti. Equipo: Paola Castillo, María del Carmen Correa, Leticia Glik

**División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo.** Directora: Lorena Custodio. Adjunto: Luis Lagaxio

**Departamento Análisis y Estudios Sociales:** Karina Colombo. Equipo: Natalia Caballero, Elisa Failache, Ana Victoria González, Federico González, Gabriela Mathieu, Martina Querejeta, Lucas Suárez, Mariana Tenenbaum, Laura Zacheo.

**Departamento de Geografía:** Federico Carve. Adjunto: Guillermo D’Angelo. Equipo: Carlos Acosta, Richard Detomasi, Martín Hahn, Gonzalo Macedo, Demian Minteguiaga, Nicolás Paz, Lucía Vernengo, Jimena Torres, Germán Botto. Supervisores de Oficina de Búsqueda: Mercedes Rodríguez y Mathías Bleier.

**Departamento Administración y Soporte:** Diego Martínez. Supervisores: Vanesa Bogliacino, Manuela Likay, Marcelo Ruival, Gimena Zugasti

**Departamento de Trabajo de Campo de Programas:** Israel Falcón. Adjunto: Jorge Vera. Coordinadores: Melissa Faggiani, Jhonny Reyes, Leonel Rivero, Valeria Unibazo

**Observatorio Social.** Director: Manuel Píriz

**Departamento de Estadísticas Sociales:** Gabriela Pedetti. Equipo: Julio Llanes, Rodrigo Zaragoza

**Departamento de Repertorio de Programas Sociales:** Paola Castro. Equipo: Rafael Giambruno, Alejandro Guedes, Fanny Rudnitzky, Susana Tomé, Fabián Carracedo, Florencia Lambrosquini.

**Sistema de Información Integrada del Área Social.** Director: Milton Silveira

**Coordinador informático:** Guillermo Gelós. Equipo: Andrea Acosta, Serrana Alonso, Diego Cabrera, Marcelo Lozano, Diego Olave

**Autores:**

Martín Moreno

Virginia Rojo

Cecilia De Rosa

Mario Real

Javier Chiossi

Emilio Aguerre

Dirección Nacional de Evaluación y Monitoreo - Mayo de 2014

18 de Julio 1453. CP. 11200. Montevideo, Uruguay

Teléfono: (0598) 2400 0302 Int. 1854

Correo electrónico: [mmoreno@mides.gub.uy](mailto:mmoreno@mides.gub.uy)

[www.mides.gub.uy](http://www.mides.gub.uy)

## CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO. ....	5
INTRODUCCION. ....	7
CAPITULO I. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA ....	8
CAPITULO II. DISEÑO DE EVALUACIÓN. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS. ANTECEDENTES DE EVALUACIÓN. ....	12
CAPITULO III. CARACTERIZACIÓN DE LAS ZONAS. ....	17
CAPITULO IV. RESULTADOS PRINCIPALES. ..	59
CAPITULO VI. SÍNTESIS Y CONSIDERACIONES FINALES. ....	62
CAPITULO VII. COMENTARIOS AL INFORME FINAL POR PARTE DEL PROGRAMA.....	64

## **Resumen ejecutivo.**

Este informe presenta los resultados de la evaluación cualitativa del programa Tarjeta Uruguay Social (TUS), en el marco de una línea de estudio que surge en el año 2012, y que se complementa con un componente cuantitativo en desarrollo.

El objetivo principal de este trabajo es conocer las percepciones de distintos actores involucrados en el Programa de Tarjeta Uruguay Social, como los beneficiarios directos del programa, los comerciantes, y los no beneficiarios que residen en las zonas seleccionadas.

La metodología utilizada es de corte cualitativo, a partir de entrevistas seleccionadas por muestreo teórico. La evaluación se aplicó en las zonas de Montevideo y Canelones que forman parte del Plan 7 Zonas. Las correspondientes al departamento de Montevideo son: Cantera del Zorro, Chacarita, Ituzaingó y Marconi. Mientras tanto, 5 Villas, Obelisco y Vista Linda corresponden al departamento de Canelones.

Entre los principales resultados de la evaluación del Programa se destaca la valoración positiva que los beneficiarios hacen de la utilidad del beneficio. Sin embargo se han detectado algunos problemas en lo que tiene que ver con el funcionamiento del sistema. Los principales problemas encontrados son: atrasos en la habilitación de los dígitos, ineficacia en la comunicación de los mecanismos de asignación de la tarjeta; abusos y/o transgresiones de parte de los comercios en algunas zonas; escasa complementariedad de rubros entre los comercios; insuficiente presencia de comercios solidarios en las zonas.

Otro de los resultados a destacar tiene que ver con el impacto de la retención del IVA sobre los comercios y los beneficiarios. Se ha encontrado que para los beneficiarios existe un resultado al menos ambiguo. Por un lado muchos beneficiarios destacan que el beneficio es notorio, pero por otro lado también señalan que los comercios trasladan el descuento a través del aumento de precios. Desde los comercios se evalúa negativamente esta retención, que los afecta de manera diferenciada en función de su tamaño, rubro, y posibilidades de generar márgenes de ganancia.

Otro aspecto que plantea dificultades es la entrega de leche MÁS, ya que los beneficiarios advierten situaciones de atraso y de insuficiencia de stock en los comercios.

Por último, destacar respecto al uso que hacen los beneficiarios de la Tarjeta Uruguay Social, un comportamiento racional que se expresa en la búsqueda de las mejores condiciones de compra, tendiente a maximizar el rendimiento del monto de la tarjeta. Esto puede resumirse en la noción de “autonomía” relativa de los beneficiarios respecto a los comercios de las zonas estudiadas.

## **Introducción.**

Este informe presenta el resultado de la evaluación cualitativa del programa Tarjeta Uruguay Social (TUS), llevada a cabo por el equipo técnico de evaluación de la DINEM.

El Objetivo principal de este informe es conocer las percepciones de distintos actores involucrados en el Programa de Tarjeta Uruguay Social, desde los beneficiarios directos del programa, los comerciantes de los comercios solidarios, y los no beneficiarios que residen en las zonas seleccionadas.

Esta evaluación surge en el marco de una línea de evaluación al Programa Tarjeta Uruguay Social que comienza en el año 2012 con la realización de un Censo de comercios, a partir del cual surgen dos inquietudes: en primer lugar, avanzar en el seguimiento de precios de los comercios; en segundo lugar, realizar una evaluación cualitativa que de cuenta de las percepciones de actores participantes y no participantes del programa, en relación a su funcionamiento, alcances y limitaciones. Esta segunda vertiente de aspectos es la que desarrollaremos en este informe.

El informe se estructura de la siguiente manera: 1) En primer lugar se realiza una descripción del programa y de sus antecedentes de evaluación. Se presentan también datos actualizados de la población objetivo y de los beneficiarios del programa, contextualizando esta información con la caracterización de las zonas en donde se realiza la evaluación; 2) En segundo lugar se explicita la metodología utilizada. 3) En tercer lugar, se exponen los principales resultados de este trabajo, en función de los beneficiarios, los comercios y los no beneficiarios. 4) En cuarto lugar, se desarrolla una síntesis y consideraciones finales respecto a los hallazgos surgidos de las entrevistas.

## **CAPITULO I. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA.**

El programa Tarjeta Uruguay Social (TUS) otorga una transferencia monetaria bajo el formato de tarjeta de débito, utilizable únicamente en la compra de alimentos, artículos de higiene personal y del hogar. Está destinada a aquellos hogares que se encuentran en una situación de extrema vulnerabilidad socioeconómica y tiene como objetivo principal asistir a los hogares que tienen mayores dificultades para acceder a un nivel de consumo básico de alimentos y artículos de primera necesidad.

### **Población objetivo.**

La población objetivo de este programa está compuesta por los 60 mil hogares en peor situación socioeconómica de todo el país. Para seleccionar a dicha población, el MIDES realiza visitas en todo el territorio nacional recabando información de la situación de los hogares. En base a esta información se calcula para cada hogar un valor del Índice de Carencias Críticas (ICC), instrumento elaborado por la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República (UDELAR) que mide el grado de vulnerabilidad de un hogar. De acuerdo al valor de ICC, que le corresponde a cada hogar visitado, se determina si pertenece o no a la población objetivo del programa.

Como mencionamos anteriormente, de acuerdo a lo estipulado en el diseño del programa, TUS consiste en una tarjeta prepaga con formato de banda magnética utilizada para la adquisición de alimentos y otros bienes domésticos (higiene personal y limpieza del hogar). Por medio de esta transferencia monetaria, los hogares pueden acceder a productos que contribuyen a alcanzar un consumo alimentario mínimo, mejorando la situación de riesgo sanitario y aportando al proceso de inclusión e integración social. La compra de estos artículos tiene descuento total del IVA.<sup>1</sup>

La transferencia es previamente cargada por el MIDES con un determinado monto de dinero y es utilizable en la red de comercios solidarios de todo el país para la compra de

---

<sup>1</sup> Todos los artículos, independientemente de su IVA específico, tienen 22% de descuento.



los artículos habilitados. TUS puede usarse en cualquier fecha del mes, siempre que tenga saldo. No existe monto mínimo para las compras, por lo que se puede gastar el monto asignado a la tarjeta en varias compras.

Desde enero de 2012 se introduce el componente leche MAS, que otorga leche en polvo a los hogares con hijos. Este beneficio consiste en el derecho a retirar mensualmente en los comercios solidarios un kilo de leche en polvo fortificada con hierro por cada niño menor de 3 años inclusive o embarazadas del hogar. Esta acción forma parte de una estrategia interinstitucional para disminuir la anemia infantil, que implica graves consecuencias para el adecuado crecimiento y desarrollo de niños y niñas.

**Tabla N° 1. Montos de prestación TUS**

<b>Montos Prestación</b>	<b>2014</b>	
	<b>Tus Simple</b>	<b>Tus Doble</b>
<b>4 menores o más</b>	<b>1980</b>	<b>3960</b>
<b>3 menores</b>	<b>1420</b>	<b>2840</b>
<b>2 menores</b>	<b>1117</b>	<b>2234</b>
<b>1 menor</b>	<b>736</b>	<b>1472</b>

Fuente: DINEM. En base a Registros administrativos del programa TUS (Base Agosto/2014)

Los montos se calculan en función de la cantidad de menores que tiene el hogar, y la adjudicación de TUS simple o TUS doble depende del nivel de vulnerabilidad del hogar.

### **Población objetivo**

El programa se planteó como población objetivo 60.000 hogares en situación de vulnerabilidad socioeconómica extrema (por ICC), y de ellos los 30.000 más vulnerables recibirían TUS doble.

Para este informe nos centraremos en la población de las 7 zonas seleccionadas como de mayor vulnerabilidad por el “Plan 7 zonas” del que forma parte el Ministerio de Desarrollo Social, cuya población objetivo de TUS es la siguiente:

**Tabla N° 2. Población objetivo TUS por zonas**

<b>ZONAS</b>	<b>Población Objetivo (Zona completa)</b>			<b>ZONAS</b>	<b>Población Objetivo (Zona Prioritaria)</b>		
	<b>Población Elegible TUS (zona completa)</b>	<b>Población Elegible TUS Doble (zona completa)</b>	<b>Población elegible TUS Simple (zona completa)</b>		<b>Población Elegible TUS (Zona Prioritaria)</b>	<b>Población Elegible TUS Doble (Zona Prioritaria)</b>	<b>Población Elegible TUS Simple (Zona Prioritaria)</b>
<b>Chacarita</b>	<b>114</b>	<b>79</b>	<b>35</b>	<b>Chacarita</b>	<b>114</b>	<b>79</b>	<b>35</b>
<b>Marconi</b>	<b>368</b>	<b>268</b>	<b>100</b>	<b>Marconi</b>	<b>133</b>	<b>104</b>	<b>29</b>
<b>5 Villas</b>	<b>61</b>	<b>33</b>	<b>28</b>	<b>5 Villas</b>	<b>29</b>	<b>17</b>	<b>12</b>
<b>Cantera del Zorro</b>	<b>128</b>	<b>105</b>	<b>23</b>	<b>Cantera del Zorro</b>	<b>79</b>	<b>66</b>	<b>13</b>
<b>Ituzaingó</b>	<b>167</b>	<b>102</b>	<b>65</b>	<b>Ituzaingó</b>	<b>109</b>	<b>69</b>	<b>40</b>
<b>Vista Linda</b>	<b>190</b>	<b>104</b>	<b>86</b>	<b>Vista Linda</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>4</b>
<b>Obelisco</b>	<b>355</b>	<b>195</b>	<b>160</b>	<b>Obelisco</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>12</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1383</b>	<b>886</b>	<b>497</b>	<b>TOTAL</b>	<b>513</b>	<b>368</b>	<b>145</b>

**Fuente:** DINEM, Elaboración propia en base a registro de visitas de la División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, Agosto 2014.

## Beneficiarios TUS por departamento.

Tabla N° 3. Beneficiarios TUS por departamentos.

Departamento	Beneficiarios 2013	Beneficiarios 2014*	Variación porcentual 2013-2014
Artigas	3147	2922	-7,1
Salto	4394	4340	-1,2
Paysandú	2941	2819	-4,1
Rivera	3422	3175	-7,2
Río Negro	1206	1206	0,0
Soriano	1766	1667	-5,6
Colonia	1413	1365	-3,4
San José	1852	1736	-6,3
Canelones	8979	9048	0,8
Lavalleja	882	848	-3,9
Rocha	1339	1253	-6,4
Treinta y tres	1352	1190	-12,0
Cerro Largo	2408	2378	-1,2
Tacuarembó	2693	2483	-7,8
Flores	260	287	10,4
Montevideo	20830	22095	6,1
Durazno	1397	1215	-13,0
Florida	1194	1073	-10,1
Maldonado	1619	1691	4,4
<b>TOTAL</b>	<b>63094</b>	<b>62791</b>	<b>-0,5</b>

Fuente: DINEM.

\*Datos 2014 correspondientes al mes de agosto.

Tanto para el año 2013 como para el 2014 los beneficiarios superaron los 60.000 que se planteaba como objetivo el programa.

Para el total del país, la cantidad de beneficiarios disminuyó en 0.5%. Los departamentos en los que más disminuyó la cantidad de beneficiarios fueron Durazno, Treinta y tres y Florida. Los departamentos en los que aumentó los beneficiarios de TUS fueron Flores, Montevideo y Maldonado.

**Tabla N°4. Población beneficiaria TUS (2014) en 7 zonas.**

Población beneficiaria TUS (Zona completa)			Población beneficiaria TUS (Zona Prioritaria)				
ZONAS	Beneficiarios TUS (zona completa)	Beneficiarios TUS Doble (zona completa)	Beneficiarios TUS Simple (zona completa)	ZONAS	Beneficiarios TUS (Z.P.)	Beneficiarios TUS Doble (Z.P.)	Beneficiarios TUS Simple (Z.P.)
Chacarita	89	63	26	Chacarita	89	63	26
Marconi	327	240	87	Marconi	117	94	23
5 Villas	60	31	29	5 Villas	30	17	13
Cantera del Zorro	102	82	20	Cantera del Zorro	65	54	11
Ituzaingó	130	83	47	Ituzaingó	87	58	29
Vista Linda	172	88	84	Vista Linda	10	7	3
Obelisco	314	171	143	Obelisco	33	19	14
<b>TOTAL</b>	<b>1194</b>	<b>758</b>	<b>436</b>	<b>TOTAL</b>	<b>431</b>	<b>312</b>	<b>119</b>

**Fuente:** DINEM, elaboración propia en base a registro del Programa TUS, Agosto 2014. <sup>1</sup>

Para el total de las 7 zonas la población objetivo en la zona completa es de 1383 personas, mientras que los efectivamente beneficiados fueron 1194.

Para el caso de la zona prioritaria, en el total de las 7 zonas la población objetivo para el año 2014 es de 513, mientras que los efectivamente beneficiarios fueron 431.

## **CAPITULO II. DISEÑO DE EVALUACIÓN. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS. ANTECEDENTES DE EVALUACIÓN.**

### **Objetivo general:**

Conocer las percepciones de distintos actores de las zonas seleccionadas sobre el programa Tarjeta Uruguay Social; tanto de los implicados en el programa (beneficiarios y comerciantes), como de los no beneficiarios que viven en las zonas seleccionadas.

### **Objetivos específicos:**

a) Conocer las valoraciones que estos actores hacen sobre los criterios, funcionamiento,

<sup>1</sup> “Zona completa” corresponde en el mapa (que se verá a continuación) a la “Zona Prioritaria”. Y “Zona Prioritaria” es lo que en el mapa figura como “Zona de Mayor Prioridad”.

uso y resultados de la asignación de la tarjeta.

b) Explorar en las percepciones de comerciantes y beneficiarios sobre el vínculo recíproco generado por el sistema de compra a través de TUS.

c) Extraer juicios de los beneficiarios sobre las posibilidades de compra de productos que otorga la tarjeta.

### **Antecedentes de evaluación.**

En el año 2012 se realizó un Censo a los comercios adheridos al Programa Tarjeta Uruguay Social (TUS), que se realizó entre enero y setiembre de 2012 por parte de equipo mixto conformado por técnicos del programa TUS y de la DINEM. En este estudio se analizaron las principales características de los comercios, un análisis preliminar de los precios y variedad de los productos básicos ofrecidos por estos comercios y sobre la conformidad de los comercios con los diferentes actores del programa. El análisis abarcó 640 comercios solidarios de todo el país (estos representaban aproximadamente el 90% del total de adheridos en el momento de la encuesta).

Los principales resultados de este estudio fueron los siguientes: La actividad principal de los comercios es la de autoservicio (38%), seguida por el 32% de supermercado, un 12% almacén y un 7,2% carnicería.

La mayor parte de los comercios son micro y pequeños. Si caracterizamos los comercios por el número de cajas de las que disponían, vemos que la mitad tenía sólo una y uno de cada cuatro disponía de dos, mientras que uno en diez tenía 3 cajas y el 15% aproximadamente contaba con cuatro o más cajas.<sup>2</sup>

En cuanto al tipo de productos que ofrecen los comercios solidarios, las más frecuentes son: bebidas, productos alimenticios, perfumería, cosméticos y tocador; en segundo lugar fiambrería, panadería, alimentos para diabéticos y tabaco; y en tercer lugar productos cárnicos, frutas, verduras y alimentos para celíacos.

---

<sup>2</sup> Esto responde a un lineamiento original del programa que privilegiaba a los comercios locales de pequeña y mediana superficie, y no a las grandes extensiones o supermercados

Como vemos, en este documento se observa de manera muy preliminar y exploratoria, algunas diferencias de precios (algo más baratos los precios en los comercios más formalizados y grandes; así como en los lugares donde existe competencia entre los comercios).

En diciembre del 2013 se plantea la necesidad de realizar una evaluación cualitativa sobre el uso de TUS. Los fines asociados a este estudio se orientan a obtener información sobre las dinámicas locales de funcionamiento de esta transferencia del Mides, centrándose en las percepciones respecto al programa y al uso de la tarjeta de los actores ubicados en los contextos donde se implementa este sistema.

La información obtenida constituye un insumo para el análisis de los contextos y dimensiones de satisfacción o disconformidad de los usuarios, sirviendo además a la evaluación de medidas en función de las valoraciones encontradas.

Complementando la visión de los beneficiarios y comercios usuarios del sistema TUS, se pretende recoger la perspectiva de no beneficiarios que forman parte del contexto local y no están ligados directamente al sistema. Estos pueden aproximarnos al grado de conocimiento existente sobre la tarjeta y sus ramificaciones no conocidas en el entorno social inmediato de los usuarios.

### **Selección de unidades de recolección y localidades.**

Las unidades de recolección definidas para alcanzar las metas antes mencionadas son: Comercios solidarios, Beneficiarios TUS, Beneficiarios AFAM, pero no beneficiarios TUS.

El marco muestral para este estudio está definido por las zonas de Montevideo y Canelones que forman parte del Plan 7 Zonas. Las correspondientes al departamento de Montevideo son: Cantera del Zorro, Chacarita, Ituzaingó, Marconi, 5 Villas. Y a Canelones corresponden las zonas de Obelisco y Vista Linda.

Por tratarse de un muestreo teórico, la selección de los casos no se orientó por criterios de representatividad estadística, sino por la definición de diferentes contextos que permiten explotar la pluralidad y extensión de significados atribuidos al fenómeno estudiado.

La elección de estas zonas, se fundamenta en la existencia de una alta densidad de hogares beneficiarios de la Tarjeta Uruguay Social, junto con la diversidad de escenarios de posicionamiento de mercado de los comercios solidarios en las mismas.

También resulta relevante la densidad de hogares beneficiarios de AFAM-PE, lo cual habilita la posibilidad de entrevistar entre ellos, algunos que tienen características semejantes a la de los beneficiarios de la tarjeta (en función del ICC), pero que no hayan superado el umbral como para acceder a la prestación. Lo anterior permite dar cuenta de un grupo comparable y externo con respecto a algunas dimensiones de relevancia para este estudio.

Un atributo adicional considerado, refiere a las potencialidades para el cruzamiento y complementariedad de información, que supone la inclusión de estos hogares dentro del marco general de despliegue de programas asociados al Plan 7 Zonas.

Sin dudas, esto contribuirá a fortalecer la mirada integral de esta población acerca de las dimensiones de satisfacción de demandas viabilizadas por las prestaciones ofrecidas en el plan.

Operativamente, la muestra tiene un carácter polietápico. Se estratificó en primer lugar según conglomerados (territorios), y luego en función de los beneficiarios titulares de la tarjeta. Los beneficiarios se dividen en dos modalidades: cobro de la transferencia-TUS simple y TUS doble.

Finalmente, se procedió a seleccionar al azar cinco casos a entrevistar por cada combinación entre la zona y la categoría de cobro de la tarjeta. La forma en que quedó configurada la selección de los hogares se resume en la tabla siguiente:

**Tabla N°5. Muestra de hogares, según localidad y cobro de TUS.**

<b>Localidad</b>	<b>Cobro de TUS</b>		
	<b>Simple</b>	<b>Doble</b>	<b>Total</b>
Cantera del Zorro	8	7	15
Chacarita	10	17	27
Ituzaingó	18	13	31
Marconi	9	9	18
Las 5 Villas	11	7	18
Obelisco	10	11	21
Vista Linda	13	15	28
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>79</b>	<b>158</b>

Fuente: elaboración propia.

Cabe insistir en el hecho de que al tratarse de una muestra teórica, la cantidad de hogares entrevistados en cada combinación puede ser redefinida, en función de la evolución del proceso de registro y del agotamiento o no de las dimensiones de interés que los discursos obtenidos van generando en el contexto en que se enmarcan.

Por otro lado, los comercios solidarios a entrevistar en cada una de las zonas se definieron en función de la cantidad existente en un área de influencia de aproximadamente 1 km<sup>2</sup> (10 cuadras de extensión, tanto en un recorrido con sentido vertical como horizontal).

Consideramos –a modo de hipótesis que esta heterogeneidad, incide en la forma en que se estructuran las relaciones entre los comercios y los usuarios de la tarjeta, así como también en la configuración de las percepciones sobre la misma, y por lo tanto, constituyó un criterio clave a incorporar para escoger los comercios a entrevistar.



### **CAPITULO III. CARACTERIZACIÓN DE LAS ZONAS.**

Resulta fundamental a los objetivos de la evaluación, realizar una caracterización de las zonas a partir del posicionamiento observado a priori de los comercios solidarios en cada una de ellas. Esta caracterización toma como insumo, por un lado, la información brindada por la georreferenciación de los comercios y beneficiarios en cada zona, y por otro, los resultados de las entrevistas realizadas a los involucrados. Por lo tanto se conjugan distintas dimensiones para la construcción de esta caracterización.

Desde el punto de vista conceptual, este posicionamiento se asocia al concepto de “poder de mercado”. Por “poder de mercado” entendemos –grosso modo- la capacidad de mantener el precio por encima del nivel de competencia o restringir la oferta por debajo del nivel de competencia, de forma sostenida.

El “poder de mercado” de los comercios solidarios en cada zona depende de aspectos que estructuran tanto las relaciones entre ellos, como con los usuarios de la tarjeta.

Dentro del amplio espectro de factores que inciden sobre estas relaciones, hay cuatro que a nuestro juicio comportan la mayor relevancia: **a) Oferta de comercios** (Alta o baja) **b) Oferta de rubros** (competencia o complementariedad) **c) Distancia relativa de los comercios respecto al lugar de residencia de los beneficiarios** (Equidistante o No equidistante); **d) Concentración espacial de los comercios solidarios.** (Alta o Baja).

La dimensión Oferta de comercios se considerará que esta es “Alta” cuando el número de comercios es mayor a 4 comercios por zona, y “Baja” cuando es de 4 o menos comercios por zona. Esta clasificación responde a un criterio empírico que surge de la observación del mínimo y el máximo de comercios en el conjunto de las zonas analizadas.

La Oferta de Rubros se clasificara como “Competencia” cuando no hay variedad de rubros en los comercios, es decir, que los comercios de la zona ofrecen básicamente los mismos productos; y clasificamos como “Complementariedad” cuando existe una oferta diferenciada de productos entre los comercios de la zona.

La Distancia Relativa de los comercios respecto al lugar de residencia de los

beneficiarios se clasificará como “Equidistante” cuando se observe una distancia semejante entre cada uno de los comercios existentes y el espacio de mayor concentración de beneficiarios en la zona; y como “No equidistante” cuando los comercios mantengan comparativamente una distancia dispar respecto a este núcleo de beneficiarios.

La Concentración espacial de los comercios se clasificará como “Alta” cuando los comercios de la zona se encuentran cerca uno de otro, y como “Baja” cuando los comercios están dispersos en la zona.

Basados en estas herramientas, construimos dos tipos de escenarios que pretenden expresar relaciones de carácter contrapuesto entre comercios y beneficiarios. Por un lado, una situación de “**poder de mercado ampliado**”, que se traduce en condiciones en las cuales un comercio absorbe la totalidad o una porción muy importante de la demanda de la zona. Esto le otorga la capacidad de fijar condiciones sobre esa demanda, que redundan en beneficio propio y en desmedro de los usuarios de la tarjeta.

Por otro lado, el escenario de “**poder de mercado restringido**”, caracterizado por sumar limitaciones a la concentración de la oferta por parte de algún comercio en particular. Un espectro mayor de opciones para obtener los bienes requeridos, debería redundar en el acceso por parte de los beneficiarios a condiciones de compra más favorables, respecto al escenario anterior.

Desde luego, no se pueden establecer correspondencias estrictas entre estos dos escenarios teóricos contruados y el comportamiento de sus elementos en las zonas estudiadas, sino más bien comparar niveles de aproximación con una u otra situación “típica ideal”. En función de todo esto, vemos las situaciones particulares de cada zona en conjunto como continuo que oscila entre ambas categorías.

Por otra parte, la información brindada por los entrevistados, muestra que en los hechos existe una suerte de reconfiguración de estos marcos de referencia previos. Esto responde al desarrollo de estrategias por parte de los beneficiarios, que buscan extraer el mayor provecho posible del monto asignado en la tarjeta.

Por último, debe hacerse la salvedad de que la utilización del tipo de comercio (carnicería, supermercado, almacén, supermercado) como una aproximación a la cantidad y diversidad de productos ofrecidos, no nos permite identificar en detalle las

características de cada uno de ellos. Por ejemplo, bajo la categoría “autoservicio” pueden darse diferencias importantes, tanto en cantidad como diversidad de productos. A raíz de ello, este factor no puede captarse en toda su complejidad al momento de construir los escenarios. A continuación presentaremos las características principales de cada una de las zonas seleccionadas.

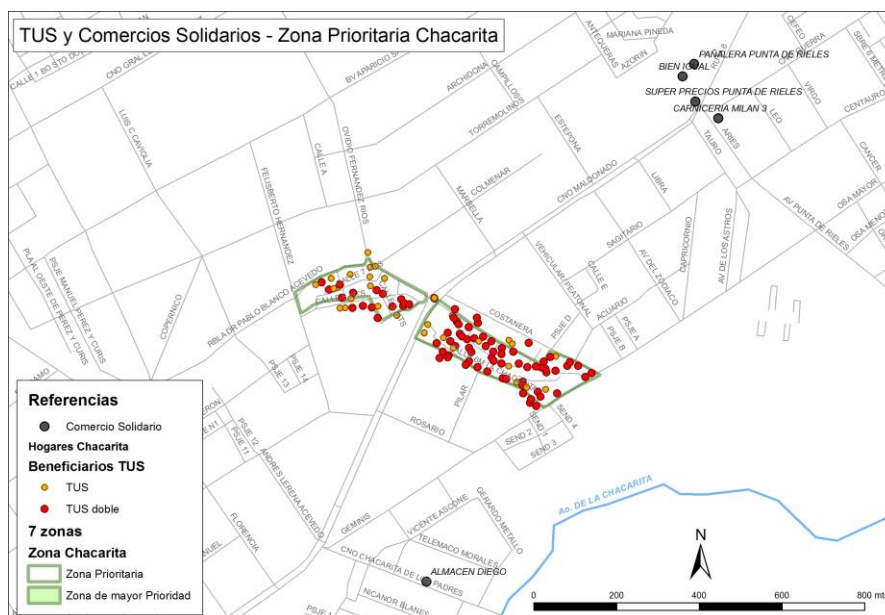
## Chacarita de los Padres

Esta zona pertenece al departamento de Montevideo y se encuentra en el eje de Camino Maldonado, aproximadamente un kilómetro antes de la intersección con Punta de Rieles.

La zona Prioritaria se ubica al Norte y al Sur de Camino Maldonado, siendo este último segmento espacial el de mayor área de extensión y el que concentra más beneficiarios TUS.

Además, hacia el Norte hay una distribución relativamente homogénea entre TUS Simple y TUS Doble, mientras que hacia el Sur hay una clara mayoría de beneficiarios que reciben TUS Doble.

Mapa 1. Beneficiarios TUS (Simple y Doble) y comercios solidarios en la zona de Chacarita



Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°6. Población objetivo, beneficiaria y cantidad de comercios en Chacarita.**

Población total de la zona	Población Objetivo TUS	Población beneficiaria TUS	TUS simple	TUS Doble	Comercios solidarios	Poder de mercado
896	114	89	26	63	5	Restringido

Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°7. Clasificación del poder de mercado Chacarita.**

Dimensiones	Chacarita
Cantidad de comercios	Alta
Cantidad de rubros	Complementariedad
Distancia relativa de los comercios a los beneficiarios	Equidistancia
Concentración espacial de los comercios	Alta

Fuente: elaboración propia

Según el mapa, en Chacarita existe una clara concentración de comercios solidarios en la zona de Punta de Rieles. Solamente se ubica un almacén hacia el sur de la zona (siguiendo el eje de Camino Maldonado hacia el centro de Montevideo). No se visualiza ningún comercio al interior de la zona, ni tampoco en el entorno inmediato a la misma.

Por otra parte, hay una diversidad de tipos de comercio. Algunos son más especializados en un rubro particular (carnicería, pañalera) y otros cubren un mayor espectro de artículos (supermercado, autoservice, almacén). Se configura así una potencial estructura competitiva entre los comercios, en relación a la oferta simultánea de un conjunto de artículos que pueden comprarse en uno u otro lugar. Sin embargo, esta característica se combina con la presencia de una sola carnicería y una única pañalera en la zona.

Las entrevistas revelan que la mayoría de las personas beneficiarias de Chacarita, se dirigen a Punta de Rieles para realizar sus compras. Esto se debe a que los pequeños almacenes no están incorporados al sistema, lo cual es un reclamo de los beneficiarios sobre la incorporación de mayor cantidad de este tipo de comercio, particularmente por la distancia que deben recorrer para realizar las compras.

No obstante ello, el poder de mercado de los comercios ubicados en la zona de Punta de Rieles está limitado, ya que las compras de los beneficiarios se distribuyen entre comercios que ofrecen productos similares y que se encuentran muy concentrados geográficamente. Esto disminuye la posibilidad de que la oferta de productos esté concentrada en uno o pocos oferentes.

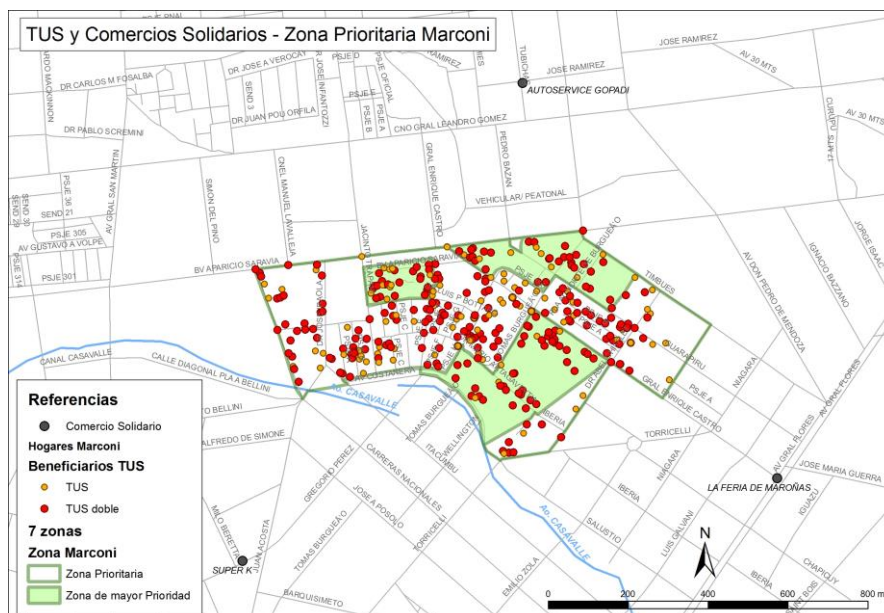
## Marconi

Ubicada en el departamento de Montevideo, la zona de Marconi se encuentra delimitada por Bulevar Aparicio Saravia al Norte, al Sur-Oeste se sitúa en los márgenes del arroyo Casavalle y su límite al Sur-Oeste se encuentra próximo a Avenida General Flores.

Al interior de la zona Prioritaria o Completa se definieron tres zonas de Mayor Prioridad, de diferente extensión entre sí.

Marconi cuenta con una elevada densidad de beneficiarios TUS, los cuales se distribuyen de forma homogénea al interior de la zona.

**Mapa 2. Beneficiarios TUS (Simple y Doble) y comercios solidarios en la zona de Marconi**



Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°8. Población objetivo, beneficiaria y cantidad de comercios en Marconi.**

Población total de la zona	Población Objetivo TUS	Población beneficiaria TUS	TUS Simple	TUS Doble	Comercios solidarios	Poder de mercado
4207	368	327	87	240	3	Ampliado

Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°9. Poder de mercado Marconi.**

Dimensiones	Marconi
Cantidad de comercios	Baja
Cantidad de rubros	Competencia
Distancia de los comercios a los beneficiarios	Equidistante
Concentración espacial de los comercios	Baja

Fuente: elaboración propia

En función del mapa, en Marconi encontramos tres comercios. Ninguno de ellos se ubica dentro de la zona, y los tres están –grosso modo-, equidistantes de su contorno.

En cuanto a las características de estos comercios, vemos que se trata en cada caso de comercios con una oferta diversificada de productos (super y autoservicios). Sin embargo, al tener características similares no hay una oferta complementaria de rubros entre los comercios de la zona.

La referencia de los entrevistados en Marconi respecto a los lugares donde compran con la tarjeta, reflejan un predominio del supermercado que se encuentra en la avenida General Flores.

Además, emerge de las entrevistas que muchas personas se trasladan hacia la zona de Cuchilla Grande para realizar sus compras con TUS, específicamente hacia un supermercado ubicado en la avenida José Peraci y Domingo Arena, es decir, salen de su zona buscando mejores condiciones de compra. Argumentan para ello, que tiene buenos precios y una amplia disponibilidad de artículos para comprar con la TUS. Este caso, en el que las personas deben movilizarse mínimamente 1500 metros para llegar hasta el comercio solidario, muestra la compleja jerarquización de los factores que estructuran las decisiones de compra con la TUS en cada zona, y refuerzan la idea de que los

beneficiarios hacen un uso racional de la transferencia monetaria, buscando maximizar sus ingresos por esta prestación.

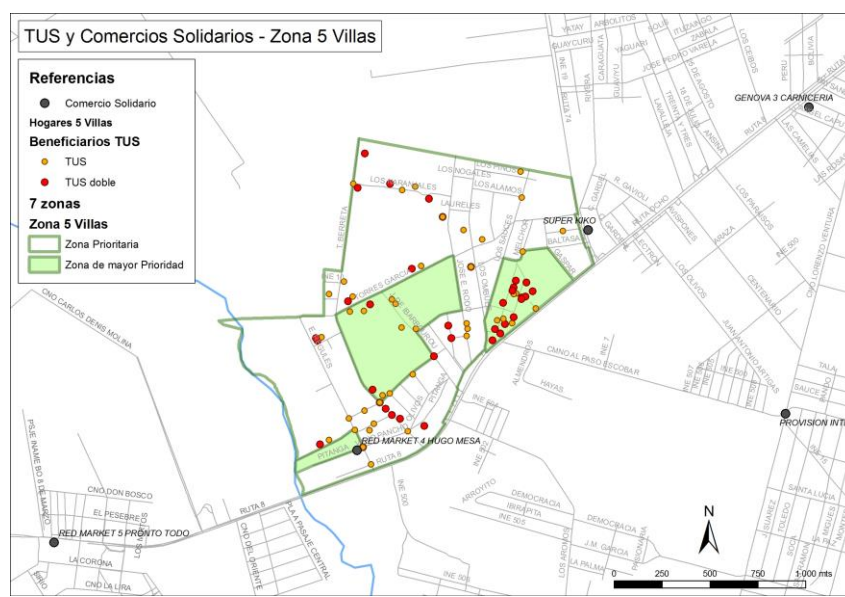
Puntualmente, aquí observamos que para un conjunto de los beneficiarios, la distancia se subordina en orden de importancia a la evaluación de los precios y disponibilidad de artículos vigentes en los comercios donde eventualmente podrían realizarse las compras. Varios entrevistados dicen que prefieren recorrer una mayor distancia hacia un comercio más lejano que ofrece mejores precios y mayor diversidad de artículos, lo que da la pauta de que los beneficiarios son capaces de generar estrategias para mantener cierto margen de autonomía para hacer un uso conveniente de la tarjeta.

## 5 Villas

Esta zona se extiende a lo largo de la Ruta 8, aproximadamente desde el kilómetro 22 al 24, perteneciendo ya al departamento de Canelones. Está delimitada hacia el Oeste por el Arroyo Toledo, hacia el Sur por la Ruta 8 y hacia el Este por la Ruta 74.

La Zona Completa tiene una baja densidad de beneficiarios TUS. Hay tres zonas de Mayor Prioridad en su interior y sólo una de ellas presenta una concentración importante de personas que reciben la prestación.

Mapa 3. Beneficiarios TUS (Simple y Doble) y comercios solidarios en la zona de 5 Villas



Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°10. Población objetivo, beneficiaria y cantidad de comercios en 5 Villas.**

Población total de la zona	Población Objetivo TUS	Población beneficiaria a TUS	TUS Simple	TUS Doble	Comercios solidarios	Poder de mercado
4084	61	60	31	29	5	Restringido

Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°11. Poder de mercado 5 Villas.**

Dimensiones	5 Villas
Cantidad de comercios	Alta
Cantidad de rubros	Competencia
Distancia de los comercios a los beneficiarios	No equidistante
Concentración espacial de los comercios	Baja

Fuente: elaboración propia.

El mapa de 5 Villas presenta cinco comercios solidarios. Solamente dos de ellos se encuentran en el entorno inmediato de la zona, y los otros tres se encuentran por fuera de la zona completa, cuya distancia respecto a la misma es considerable, superando los mil metros.

Pese a que tomada en conjunto, esta zona muestra una densidad de hogares beneficiarios de la TUS más baja que el resto de las zonas del Plan 7 Zonas, el único comercio que se observa dentro de ella concentra una cantidad importante de hogares en torno a él.

Respecto a la diversidad de la oferta del conjunto de comercios mencionados, vemos que cuatro de los cinco ofrecen diversidad de artículos (supermarket, provisión), mientras que el restante corresponde al rubro carnicería.

Si bien la cantidad de comercios que refleja el mapa podría corresponderse a un eventual escenario de poder de mercado restringido, es difícil prefigurar este esquema, dado que las asimetrías de distancia de aquellos respecto a la zona de mayor prioridad, ponen en una situación de ventaja a dos de ellos. A su vez, estos dos comercios no se encuentran cercanos uno del otro, por lo cual tampoco se puede dar por sentada una incidencia recíproca respecto al poder de mercado de uno y otro.



De las entrevistas se desprende que hay dos supermercados ubicados en la ruta 8, a los concurren la mayoría de los entrevistados de la zona. Los beneficiarios de la zona parecen distribuir sus compras de forma “equitativa” entre ambos, quedando los otros tres en una posición marginal.

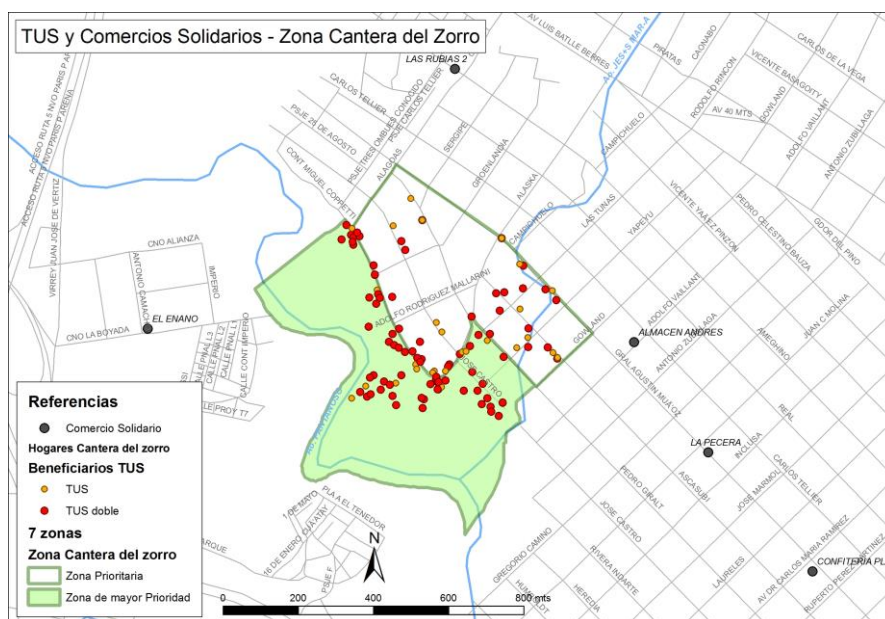
Esta distribución parece asociarse con la mayor cercanía de los beneficiarios respecto a uno u otro comercio, por lo que el factor distancia parece asumir un papel más preponderante que en otras zonas, a la hora de evaluar donde realizar las compras.

## Cantera del Zorro

Cantera del Zorro se encuentra en el Oeste del departamento de Montevideo. Se ubica en los márgenes del Arroyo Pantanoso, detrás del Cementerio de La Teja, siendo un espacio geográfico intermedio entre La Teja y Paso de la Arena. También conecta con la Ruta 1 y el Cerro a través de Camino La Boyada.

Aproximadamente la mitad de la superficie de la Zona Completa está definida como de Mayor Prioridad (la más próxima al Arroyo Pantanoso), y es allí donde se observa la mayor concentración de beneficiarios TUS.

**Mapa 4. Beneficiarios TUS (Simple y Doble) y comercios solidarios en la zona de Cantera del zorro.**



Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°12. Población objetivo, beneficiaria y cantidad de comercios en Cantera del Zorro.**

Población total de la zona	Población Objetivo TUS	Población beneficiaria TUS	TUS Simple	TUS Doble	Comercios solidarios	Poder de mercado
1998	128	102	82	20	5	Restringido

Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°13. Poder de mercado en Cantera del Zorro.**

Dimensiones	Cantera del Zorro
Cantidad de comercios	Alta
Cantidad de rubros	Competencia
Distancia de los comercios a los beneficiarios	Equidistante
Concentración espacial de los comercios	Baja

Fuente: elaboración propia.

En Cantera del Zorro existen cinco comercios TUS en el radio delimitado en el mapa, estos se encuentran bastante dispersos en ese espacio, pero ninguno está al interior de la zona. Tres se encuentran del lado este, siguiendo un eje que desemboca en Carlos María Ramírez. Los otros dos comercios se orientan al norte y al oeste de la zona. El primero se encuentra cercano a la intersección entre Luis Batlle Berres y Ruta 5 (norte), mientras que el segundo está casi en la intersección de Camino La Boyada y los accesos hacia Ruta 1 y Ruta 5 (oeste).

El mapa evidencia una ventaja de dos comercios al considerar su distancia respecto a la zona prioritaria. En términos de las características de los comercios, hay cuatro almacenes y una confitería, por lo que puede decirse que en cuanto a la oferta de rubros no existe una suficiente complementariedad entre los comercios, ya que la mayoría de ellos ofrecen productos similares.

Aunque hay comercios en una cantidad suficiente, la gran mayoría de los entrevistados marca claramente que las compras con la tarjeta la realizan fuera de la zona. Aducen principalmente dos razones para ello: los precios altos de los comercios solidarios cercanos, y la ausencia de artículos en algunos rubros, como carnicería, frutas y verduras.

En este sentido, si bien no existe la posibilidad de comprar con la TUS, el lugar privilegiado para comprar frutas y verduras parece ser la feria de Luis Batlle Berres., que presenta precios en estos rubros muy por debajo de los supermercados del entorno.

La mayor parte de los entrevistados de la zona se dirigen hacia el Paso Molino y el Cerro, donde disponen de mayor diversidad de bienes y precios más bajos.

El supermercado nombrado predominantemente es el “Manjares”, ubicado en el Paso Molino. Concretamente, se encuentra en Luis Batlle Berres y Ángel Salvo, aproximadamente a treinta cuadras de Cantera del Zorro.

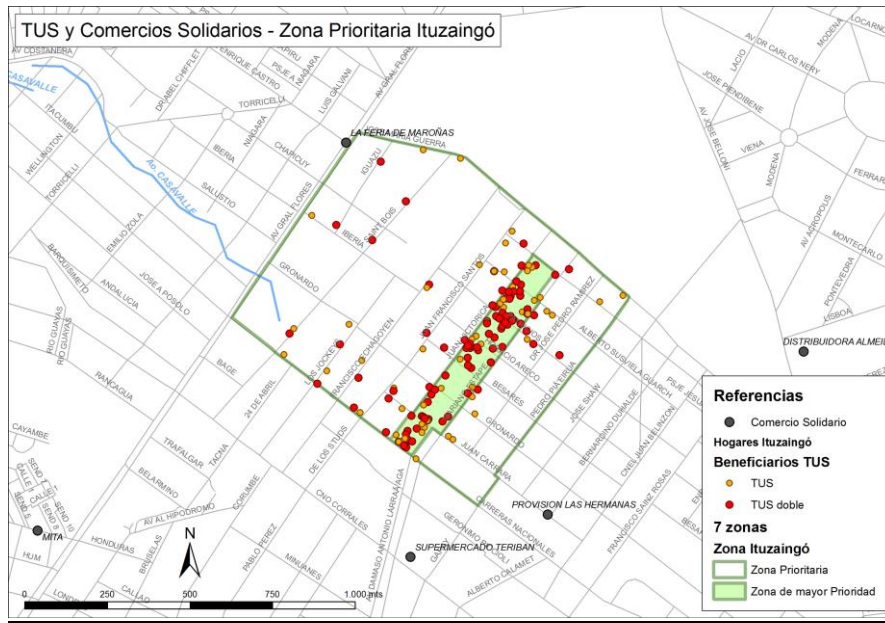
La distancia a la que se muestran dispuestos a movilizarse las personas titulares de la TUS, refleja hasta qué punto priorizan las ventajas referidas a la diversidad y menor valor de los productos a los que pueden acceder. Según los propios entrevistados, este comportamiento se asocia a la intención de extraer el mayor rendimiento posible a la transferencia que reciben.

## **Ituzaingó**

La zona de Ituzaingó está en el departamento de Montevideo y limita hacia el Norte con el Hipódromo de Maroñas, hacia el Oeste con Avenida General Flores y hacia el Sur con Carreras Nacionales.

Ocupa aproximadamente 45 manzanas, pero existe una gran concentración de beneficiarios en la zona definida como de Mayor Prioridad, que abarca aproximadamente 7 manzanas. En el resto de la Zona Completa, los beneficiarios son pocos y se encuentran dispersos geográficamente.

**Mapa 5. Beneficiarios TUS (Simple y Doble) y comercios solidarios en la zona de Ituzaingó**



Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°14. Población objetivo, beneficiaria y cantidad de comercios en Ituzaingó.**

Población total de la zona	Población Objetivo TUS	Población beneficiaria TUS	TUS Simple	TUS Doble	Comercios solidarios	Poder de mercado
5703	167	130	47	83	5	Restringido

Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°15. Poder de mercado en Ituzaingó.**

Dimensiones	Ituzaingó
Cantidad de comercios	Alta
Cantidad de hogares	Competencia
Distancia de los comercios a los beneficiarios	No equidistante
Concentración espacial de los comercios	Baja

Fuente: elaboración propia.

En función del mapa, en Ituzaingó existen cinco comercios solidarios, todos fuera de la zona. Todos son autoservicios o supermercados, por lo tanto se dedican a la venta de artículos similares, no existiendo comercios que se dediquen a un rubro específico. Tres de esos comercios se encuentran a una distancia menor de la zona de mayor prioridad, en comparación con los otros dos.

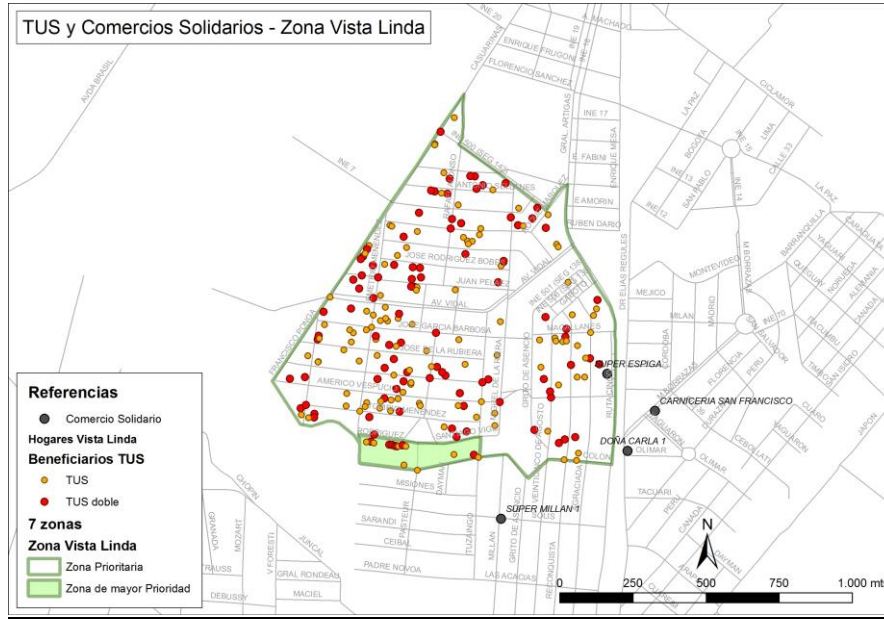
Hay dos comercios que parecen disputarse a la mayor cantidad de beneficiarios, por encontrarse cercanos a los lugares de mayor densidad de población.

De las entrevistas, surge que no hay un comercio que sea preponderante sobre el resto, o que ejerza un control de la oferta, por lo que en Ituzaingó se configura una situación de poder de mercado restringido, pues las variables analizadas en función del mapa y lo que surge de las entrevistas se dirigen en este sentido.

## **Vista Linda**

La zona de Vista Linda está ubicada en el área periférica de la ciudad de Las Piedras, más precisamente en el Municipio 18 de Mayo, departamento de Canelones. Hay una distribución geográfica relativamente homogénea de beneficiarios TUS en la Zona Completa y la zona definida como de Mayor Prioridad representa una pequeña porción espacial al interior de aquella. Son aproximadamente 2 manzanas ubicadas en el margen del Arroyo Colorado.

**Mapa 6. Beneficiarios TUS (Simple y Doble) y comercios solidarios en la zona de Vista Linda.**



Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°16. Población objetivo, beneficiaria y cantidad de comercios en Vista Linda.**

Población total de la zona	Población Objetivo TUS	Población beneficiaria TUS	TUS Simple	TUS Doble	Comercios solidarios	Poder de mercado
4500	190	172	84	88	4	Restringido

Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°17. Poder de mercado en Vista Linda.**

Dimensiones	Vista Linda
Cantidad de comercios	Alta
Cantidad de hogares	Competencia
Distancia de los comercios a los beneficiarios	Equidistante
Concentración espacial de los comercios	Alta

Fuente: elaboración propia.

En la zona de Vista Linda hay cuatro comercios solidarios: dos supermercados, una carnicería y un almacén. Tres de ellos se encuentran fuera de la zona, pero están cercanos a su límite. Además, los cuatro se encuentran concentrados en el espacio, y esto también puede tomarse como un aspecto que limita el poder de mercado de cada uno de ellos, dado que facilita el desplazamiento de los beneficiarios buscando la mejor combinación de precios.

El otro aspecto que limita el poder de mercado, es que tres de los cuatro comercios tienen características similares, por lo que no encontramos un marco de complementariedad en la oferta de productos, sino de competencia. La carnicería es el comercio que se sitúa fuera de este esquema, por lo que eventualmente ésta podría disfrutar de un mayor poder de mercado en este rubro particularmente.

Por lo tanto, de la información que surge del mapa de la zona de Ituzaingó, se entiende que en las cuatro dimensiones analizadas hay límites al poder de mercado de los comercios del entorno.

Desde la perspectiva de los beneficiarios, observamos que el marco de alternativas de compra en la zona, les brinda un margen para orientarse en función de su conveniencia. En este sentido, la mayor parte de los beneficiarios TUS de la zona parece concurrir al “Super Milán”, aún cuando para algunos de ellos esté ubicado a una distancia mayor en relación a los demás comercios. Este comportamiento se fundamenta en el hecho de que presenta los mejores precios. Se manifiesta también aquí, la búsqueda de un mayor rendimiento del monto de la tarjeta, para lo cual a veces es necesario resignar aspectos como la distancia a recorrer hasta el comercio.

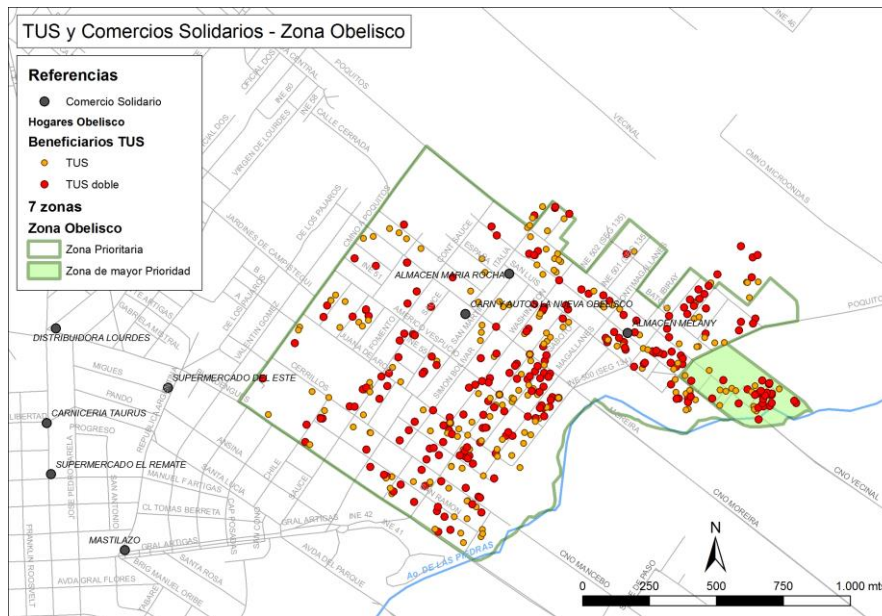
## **Obelisco**

Esta zona se encuentra hacia el Este del centro de la ciudad de Las Piedras, en el Departamento de Canelones. Se encuentra contigua al Parque Artigas y al Arroyo Las Piedras, muy próxima al Hipódromo de la ciudad.

Existe una leve mayor concentración de beneficiarios TUS desde el centro hacia el Este de la Zona Prioritaria o Completa, y la pequeña zona de Mayor Prioridad definida en su

interior se encuentra también hacia el Este, en el vértice que limita con el Arroyo Las Piedras.

**Mapa 7. Beneficiarios TUS (Simple y Doble) y comercios solidarios en la zona de Obelisco.**



Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°18. Población objetivo, beneficiaria y cantidad de comercios en Obelisco.**

Población total de la zona	Población Objetivo TUS	Población beneficiaria TUS	TUS Simple	TUS Doble	Comercios solidarios	Poder de mercado
9272	355	314	143	171	8	Restringido

Fuente: División de Estudios Sociales y Trabajo de Campo, DINEM.

**Tabla N°19. Poder de mercado en Obelisco.**

Dimensiones	Obelisco
Cantidad de comercios	Alta
Cantidad de rubros	Competencia
Distancia de los comercios a los beneficiarios	No equidistante
Concentración espacial de los comercios	Baja

Fuente: elaboración propia



En Obelisco observamos ocho comercios solidarios, tres de los cuales están dentro de la zona: se trata de dos almacenes y una carnicería. Considerando la dimensión de la distancia relativa de los comercios respecto a los beneficiarios, hay una ventaja hipotética de estos tres comercios respecto a los otros cinco. Los cinco comercios restantes son: una distribuidora al por mayor, tres supermercados y una carnicería. Todos ellos se concentran hacia el oeste de la zona completa y el “Supermercado del Este” está a una menor distancia respecto a ella. Los otros cuatro comercios se ubican a una distancia mayor a 500 metros.

En términos de solapamiento o complementariedad de la oferta de artículos disponibles entre los comercios, vemos que predominan los comercios que se dedican a una diversidad de rubros, lo cual refleja un escenario competitivo en este sentido.

Sólo hay dos comercios que se dedican a un rubro específico, que es la carnicería.

En este escenario, no se vislumbra una situación de dependencia de los beneficiarios respecto a algún comercio con un poder de mercado ampliado, ya que existen alternativas de compra que les otorgan cierto margen de autonomía. Por ese motivo es que la zona se define como de Poder de mercado Restringido.

Por lo recogido en la mayoría de los entrevistas, los beneficiarios de TUS concurren al supermercado “El Mastilazo”, que se encuentra aproximadamente a un kilómetro de la zona completa. Las ventajas que presenta este supermercado respecto al resto son: mejores precios y mayor variedad de productos.

Esto muestra que en Obelisco, la ampliación del poder de mercado que podría deducirse de la gran diferencia de distancia de los comercios respecto al núcleo de beneficiarios, en la práctica se diluye. En este caso, parecen considerar la amplia oferta de comercios existente en Las Piedras, trascendiendo los límites de la zona de referencia.

## **CAPITULO IV. RESULTADOS PRINCIPALES.**

En este capítulo se continúa con el análisis de los principales resultados a partir de las entrevistas a beneficiarios, comerciantes y no beneficiarios de TUS.

Los resultados se dividen en dos grandes bloques, por un lado, lo que tiene que ver con el uso y valoración de la tarjeta por parte de los beneficiarios; y por otro, lo referente a los comportamientos y características de los comercios solidarios.

Entre otros temas se abordan los siguientes:

- Conocimiento y valoraciones sobre TUS.
- Conocimiento y valoraciones sobre productos habilitados y prohibidos en la compra con TUS.
- Accesibilidad y diversidad de los comercios solidarios.
- Pautas de uso de la tarjeta y su relación con las características de la oferta de productos a través de ella.
- Vínculo beneficiario-comerciante solidario a través de la tarjeta. Irregularidades en el uso.
- Valoraciones sobre el descuento del IVA a través de TUS.
- Conocimiento, acceso y valoraciones sobre el producto LECHE MÁS y su distribución.

## **Conocimiento del programa y valoración de los beneficiarios sobre los criterios de asignación de TUS**

Desde el punto de vista de los beneficiarios existe en términos generales una idea difusa de los criterios por los cuales se asigna a un hogar el beneficio de la TUS. La opinión de los entrevistados respecto a esta cuestión, refleja más sus valoraciones sobre las dimensiones (trabajo, vivienda, tenencia de hijos) que ameritan el acceso a esta transferencia, que un tipo de conocimiento más aproximado a los criterios técnicos aplicados para su asignación.

Dentro de los no beneficiarios, la gran mayoría conoce la existencia de la tarjeta, y su opinión sobre la misma es ampliamente positiva, ya que hay un consenso en que es un mecanismo que “ayuda a las personas humildes”.

Sin embargo, no están del todo conformes con los mecanismos de asignación y comunicación de las decisiones por parte del MIDES.

La noción que puede englobar las referencias de los entrevistados respecto a los criterios que deben guiar al Mides para otorgar el beneficio, es la de “necesidad”. A veces es evocada directamente y otras de forma indirecta, a través de situaciones que remiten a ella, como la insuficiencia de ingresos para garantizar la subsistencia del hogar.

*“Porque es una gran ayuda para la gente. Los que lo necesitan”.* (TUS Simple, Cantera del Zorro)

*“En mi caso no tengo plata y es algo que me ayuda a sobrevivir hasta fin de mes”.* (TUS Doble, 5 Villas)

Además de esa identificación difusa de carencias en las condiciones materiales de vida, existe una clara conciencia de que la presencia de menores de 18 años en el hogar, constituye un prerrequisito fundamental para acceder a la transferencia, a pesar de que sin embargo ya hace un tiempo que no es una pre condición para percibir TUS.

Resulta interesante observar que para referirse a la situación de “no necesidad” se remite a casos particulares del entorno inmediato. De esta manera, al tiempo que se expresa un juicio sobre los criterios que deberían aplicarse para la selección de los beneficiarios de la transferencia, se hace un señalamiento de situaciones que para ellos

manifiestan inconsistencias en los mecanismos de asignación:

*“Estaría bueno que le dieran a los que más la necesitan, porque hay gente acá en el barrio que no la necesita o la usan para comprar cosas que no tendrían que usarla para eso”.* (TUS Doble, Chacarita)

Respecto a esto, algunos entrevistados asocian comportamientos puntuales no permitidos como la reventa de algún producto, con una mala asignación del beneficio. Sin embargo, entendemos que más que reflejar una mala asignación, estas situaciones manifiestan una preferencia de los algunos beneficiarios por contar con dinero en efectivo antes que un monto de dinero traducido en especies.

*“He visto muchos casos que en la casa tienen los almacenes, trabajan los dos bien y reciben la tarjeta. Si tenés un trabajo que ya ganas más de 20000 pesos ya no tendrían que tener, pienso yo. Ves que las mismas cosas que compran en el super te las revenden a vos”.* (TUS Doble, 5 Villas)

*“Porque yo misma lo he visto; hay gente que se compra paquetones de pañales, comida y los vende en menos de 5 minutos. Para mi eso está mal, porque en vez de dejarlo para otra persona que lo precisa...ellos la tienen y la usan mal”.* (TUS Doble, Cantera del Zorro)

*“Y...los que tengan boliche o saquen cosas para el almacén o que vivan bien. Me parece que está mal en ese caso”.* (TUS Simple, Marconi)

Hay una clara adjudicación de responsabilidad individual sobre quien recibe la tarjeta sin necesitarla, señalando los efectos negativos que tiene sobre otros que esperan el beneficio. Por esto, varios entrevistados manifiestan que ante la eventual mejora de su situación, devolverían la tarjeta para que sea utilizada por quien la necesita.

*“Yo siempre digo, el día que no la precise la voy a devolver, porque hay mucha gente necesitada y de repente hay gente que no la necesita y la tiene”.* (TUS Doble, Vista Linda)

A través de la multiplicidad de discursos de los entrevistados se manifiesta la tendencia a evaluar la pertinencia o no de la asignación de la tarjeta, sobre la base de casos

particulares y tomando como referencia el buen o mal uso posterior de la transferencia, antes que las dimensiones abstractas consideradas efectivamente para la asignación de la prestación. Esta distancia también se plasma en algunos discursos referidos a situaciones en que se retira la tarjeta por parte del Mides, donde se declara la incompreensión de las razones que causaron tal medida.

*“Conozco gente que le han sacado la tarjeta y están en situación complicada. Nomás acá en el fondo hay una chiquilina que trabaja todo el mes, es sola, madre soltera con el hijo, tiene un ranchito chiquitito y muchas veces ha pasado necesidades con el nene y le dieron la tarjeta y después se la sacaron cuando vino la visita social. Y no sabe qué pudo haber visto la visitadora para sacarle la tarjeta, porque no tiene nada”.* (TUS Simple, 5 Villas)

A partir de esto parece importante reforzar la comunicación desde el MIDES sobre los criterios y razones tanto de la adjudicación como del retiro del beneficio, de manera de reducir la incertidumbre y la percepción de medidas discrecionales o “injustas” por parte del Programa.

### **Motivaciones de los comercios para participar del sistema TUS y valoraciones sobre los criterios de asignación de la tarjeta**

Desde el punto de vista de los comercios, son al menos dos las motivaciones para formar parte de la red de comercios solidarios.

En primer lugar, y la más recurrente es el no perder la mayor parte de la clientela que es de la zona, y que mayoritariamente es población objetivo TUS.

*“El tema es que mucha gente venía a consultar, no se trabajaba con tarjeta directamente. Fue una de las primeras tarjetas con las que empezó a trabajar la empresa. La gente de Scantech ya nos había propuesto trabajar con la tarjeta y bueno...nos incorporamos al sistema”.* (Carnicería, Punta de Rieles)

*“Veíamos que había mucha gente en el barrio que tenía la tarjeta y eso nos motivó”.* (Almacén, Barros Blancos)

*“Se empezó a trabajar por un tema de llamar a la clientela, ni que hablar”.* (Super, Barros Blancos)

La segunda razón que se argumenta es la de un “interés social”.

*“Lo que pasa es que este barrio es muy precarionam y mucha gente tiene tarjeta. No llegábamos de otra forma a esa clientela si no era con la tarjeta”.* (Almacén, Obelisco)

*“Una de las motivaciones es que la zona así lo amerita, porque estamos en una zona bastante precarionam y es una forma de poder trabajar también”.* (Panadería, Cantera del Zorro)

La mayor parte de los comerciantes que operan con TUS, tiene un conocimiento general del criterio por el cual se otorga la tarjeta. Las principales razones que exponen es que le corresponde a los hogares de bajos recursos y madres con hijos.

En cuanto a cómo se enteraron de la existencia del programa, lo más frecuente es a través de CAMBADU, de la propia empresa Scantech, y de la prensa e Internet.

*“Nosotros somos socios de CAMBADU y en los libritos que dan venía información”.* (Supermercado, Chacarita)

*“Nos informamos por intermedio de la prensa también”.* (Panadería, Cantera del Zorro)

*“Alguna cosa que había leído en Internet”.* (Cantera del Zorro)

Como valoración general del sistema, y la buena o mala “focalización” de la misma, desde los comerciantes hay varias visiones.

Algunas muy negativas:

*“Yo fui a una reunión al comunal antes de que saliera la tarjeta y era otra cosa. Era con contraprestaciones. Supuestamente iba a ser trabajo para la gente...para mi esto no aporta nada. Generas gente que está todo el día rascándose y le das plata. Dales trabajo, mejores condiciones de vida...”* (Supermercado, La Teja)

*“Yo he visto gente que pasa en auto con la tarjeta y después vende los productos en la casa. Pretendían llevarse con la tarjeta, precios al por mayor por cajas de galletas”.* (Supermercado, Chacarita)

Otros no son tan negativos:

*“A algunos que se la dan, se la merecen, otros no se la merecen. Otros que la han pedido y la necesitan no se la dan. Hay de todo”.* (Supermercado, La Teja)

## **Percepciones de los beneficiarios sobre el monto de la transferencia**

La gran mayoría de los titulares de la tarjeta asume que las diferencias en el monto transferido en la tarjeta se asocia a la cantidad de menores en el hogar. Se trata de un conocimiento superficial que muchas veces no se asocia con la modalidad de la transferencia (TUS Simple o TUS Doble) ni tampoco a una descripción clara de un criterio.

Parece haber un consenso en cuanto a que el monto, si bien no es suficiente para cubrir el total de las necesidades alimenticias del hogar, es de una gran ayuda. Esta percepción generalizada frente al monto recibido, refleja una realidad fáctica (la contribución que representa la transferencia para estos hogares). Sin embargo, también deja entrever una perspectiva alejada de la reivindicación de derechos, lo cual hace que los directamente implicados en el beneficio no se sientan legitimados como para ejercer un juicio crítico respecto a lo que reciben.

*“O sea, es algo que viene de arriba, yo no puedo exigir nada. Vino y se acepta como vino, yo no puedo decir si está bien o mal. Yo no soy quien para decir que tiene que ser más, porque también soy consciente de que cada uno tiene que revolve como puede, tampoco que te llueva todo. Lo tomo como una ayuda y nada más, tampoco exijo nada”. (TUS Simple, Ituzaingó)*

*“No, no es suficiente, pero bueno tá, es una ayuda. Yo tampoco puedo exigir, ¿me entendés?; no puedo estar exigiendo...yo igual la hago un chicle a la tarjeta”. (TUS Doble, Vista Linda).*

Sin embargo, en ocasiones queda de manifiesto que algunos beneficiarios no sienten que los programas sociales son “ayudas” o “dádivas”, que deben “agradecerse” y no cuestionarse. A través de la experiencia de situaciones que se dan en el relacionamiento con los beneficiarios en la zona donde se ubica su comercio, la dueña del mismo manifiesta este tipo de postura por parte de los beneficiarios.

*“Yo te invito a quedarte a vos un día y vos le explicás a un tipo que no puede llevarse un plato y te dice: ¿qué te crees, que sólo tus hijos tienen derecho a comer en plato? Y tiene razón”. (Supermercado, Chacarita)*

Estas valoraciones parecen cuestionar algunas visiones que van en el sentido de que estos beneficios no son algo que les “corresponda” en el marco de un enfoque de derechos sociales, y que en consecuencia se ubique al Estado como garante de la satisfacción de los mismos. Esto es importante porque reduce la capacidad de demanda y agencia de los beneficiarios y de alguna manera los desprotege ante posibles cambios y nuevas resoluciones.

### **Percepciones de los beneficiarios sobre el régimen de habilitación de la tarjeta**

El sistema de habilitación para el uso de la tarjeta cada mes por parte de los titulares, se organiza en función del dígito verificador de su cédula. A cada dígito le corresponde una fecha en el correr de cada mes, a partir de la cual el titular puede hacer uso de la tarjeta.

Este diseño responde a la necesidad de evitar la concentración de la demanda en un solo día, lo cual provocaría una saturación de la capacidad de los comercios y perjudicaría a los propios beneficiarios. Sin embargo, en todas las zonas los entrevistados advierten sobre algunos problemas que acarrea el criterio de cargar el monto de la tarjeta en el transcurso del mes para los distintos dígitos.

Estos inconvenientes, según señalan, no afectan a quienes reciben la transferencia en los primeros días del mes, sino a quienes lo hacen posteriormente.

Los problemas se refieren, por un lado, a que a las familias que reciben la carga sobre el fin del mes se les dificulta la organización del presupuesto mensual; y por otro lado, mencionan la desventaja de no disponer de la variedad de artículos que los comercios ofrecen en los primeros días.

*“Lo que me parecería que tendría que cambiar...que las carguen todas juntas. Por ejemplo el 3 de cada mes y vos dentro del mes podés ir cualquier día, no tenés que estar esperando. Porque yo más o menos me organizo bien, pero he sabido de gente que está desesperada esperando la fecha. Entonces, yo pienso que le ayudaría a la gente a organizarse mejor...”* (TUS Simple, Cantera del Zorro)

*“Lo que me gustaría es que no estuviera obligada a cargar cierta fecha. A mi me cae el*



*11 entonces...que fuera abierta todos los meses del 1 al 30. Porque a veces estás cerca de la fecha y precisas antes...” (TUS Simple, 5 Villas)*

*“Yo por ejemplo tengo el número cero, el día 28. A veces voy y no hay pila de cosas, porque como es el último número”. (TUS Doble, Cantera del Zorro)*

*“Date cuenta que cuando empieza la tarjeta, por ejemplo yo tengo el 8 y está habilitado el 22...y vos vas a veces el 22 y no hay nada. Tenés que esperar que repongan el supermercado de nuevo para vos ir, porque claro, la tarjeta anterior...ya se llevaron todo”. (TUS Doble, Chacarita)*

Algún entrevistado sugirió dividir la carga mensual en dos momentos, de forma de facilitar la administración del gasto de forma equilibrada.

*“A mi me parece que se podría dividirla en dos, a veces 30 días...uno el monto lo utilizaría más repartido, yo creo que eso te equilibra un poco la economía”. (TUS Doble, Obelisco).*

Desde el Programa TUS, se sostiene que la habilitación paulatina de los dígitos tiene el objetivo de no saturar a los comercios solidarios, ya que si todos cobraran el mismo día se generarían colas y se resentiría la atención. Por otra parte se producirían problemas asociados a la estigmatización, al concurrir todos juntos el mismo día.

El calendario de habilitaciones es el siguiente:

**Tabla N° 20. Días de habilitación de TUS según dígitos.**

Dígito de la C.I.	Día de la habilitación
1	10
2	12
3	14
4	16
5	18
6	20
7	22
8	24
9	26
0	28

En lo referido estrictamente al funcionamiento del sistema de habilitación de la tarjeta, los beneficiarios también manifiestan algunos problemas sobre la velocidad en la habilitación de los dígitos del documento de identidad del titular, ya que algunos se truncan varios días.

El escaso presupuesto manejado por estos hogares hace que la dependencia del cumplimiento en los plazos de habilitación de la transferencia sea muy fuerte. Cualquier demora o variación del monto respecto a lo previsto genera distorsiones que son difíciles de sobrellevar para estas familias. Esto también lo manifiestan los entrevistados comerciantes, quienes sostienen que deben oficiar de informantes hacia los beneficiarios.

*“Hay veces, porque a mi me pasó que un mes me agarró re pelada y fui a levantar la tarjeta...a mi me habilitan los diez y no estaba habilitada; y el once tampoco y el doce tampoco...recién el trece. Entonces digo, uno cuenta con eso; me gustaría que la pagaran un poquito antes, más o menos la fecha que pagan la asignación, porque sabes que puedes utilizar la plata para otra cosa (alquiler) como yo, y sabes que tenés la tarjeta para comer. O sea, que sin comer no te vas a quedar”.* (TUS Doble, Marconi)

*“El problema es que en el momento de la habilitación, ya hemos notado hace unos cuantos meses que de repente se van habilitando los dígitos, llega al dígito cinco (o no precisamente ese) y después se trunca la tarjeta. Está una semana igual en ese dígito y los otros tardan mucho en habilitarse. Y de repente se habilitan seis o siete juntos y se entra a caer el sistema, eso trae problemas, tenés que volver. Claro, es mucho, demora demasiado entonces se junta todo”.* (TUS Doble, Chacarita)

### **Conocimiento y valoraciones de los beneficiarios sobre productos habilitados y prohibidos en la compra con TUS**

Existe un conocimiento general de los beneficiarios sobre los artículos que están habilitados y los que no. Mencionan como productos permitidos los artículos comestibles y los de higiene del hogar; como productos prohibidos se mencionan en

casi todos los casos las bebidas alcohólicas, los cigarros, el tabaco y los productos cosméticos.

*“Las tintas del pelo no se puede comprar, bebidas alcohólicas, cigarrillos”.* (TUS Doble, Marconi)

*“Se pueden comprar comestibles; no cigarro, no vino, no bebidas ni cosas que no son de primera necesidad”.* (TUS Simple, Ituzaingó)

*“No se puede refrescos, cigarros...higiene y todo eso si; comestibles, todo eso”.* (TUS Simple, Vista Linda)

*“Yo sé que no se puede comprar jugo, que no se puede comprar licor, cigarros, ni nada por el estilo. Yo compro productos de limpieza, comida para mis hijos y la leche para la alimentación de ellos”.* (TUS Doble, Obelisco)

Por otra parte, parece haber un conjunto de bienes no comestibles prohibidos por el sistema, que no son registrados como tales en la consideración de la mayoría de los entrevistados. Los más señalados son ropa, calzado y útiles escolares a través de la tarjeta.

*“Los productos que no se pueden comprar son bebidas alcohólicas, cigarros tampoco se puede. Lo demás todo se puede, desde zapatos hasta ropa”.* (TUS Doble, Chacarita)

La posibilidad de acceder a esos bienes en algunos comercios y en otros no, parece ser un factor de confusión para los beneficiarios respecto a qué productos están permitidos y cuáles no.

*“Si, yo hago el surtido, les compro ropa a ellos, championes, las mochilas”.* (TUS Simple, Cantera del Zorro)

*“Surtido y a veces championes para los nenes, que conseguí un super que venden ropa y championes y me lo permiten sacar”.* (TUS Doble, Marconi)

*“Yo tengo entendido que se puede comprar hasta ropa y championes con la tarjeta. Nunca la usé para eso, pero pienso que está bien”.* (TUS Doble, Cantera del Zorro)

Esto está relacionado con la heterogeneidad en la aplicación de la reglamentación sobre los productos prohibidos y permitidos, hecho que se constata en el discurso de los entrevistados pertenecientes a las distintas zonas consideradas en el estudio. Esto deja entrever un problema de discrecionalidad por parte de los comercios en la aplicación de la reglamentación del sistema.

En general, los beneficiarios están de acuerdo con los productos que se encuentran prohibidos, incluso se señalan algunos otros productos que deberían prohibirse.

*“Y la parte de perfumes y tintas prohibiría, los niños no lo necesitan”.* (TUS Simple, 5 Villas)

*“Sí, claro, porque son vicios. Si te la dan por los niños, a los niños no les vas a dar cigarrillos ni bebidas”.* (TUS Simple, Cantera del Zorro)

Este límite simbólico definido en torno a la necesidad de los menores, prescribe el comportamiento esperado de los adultos responsables del uso de la tarjeta.

*“Y sí, porque si es para comprar comestibles no vamos a ir a comprar tintas de pelo. Es para lo básico de la casa”.* (TUS Doble, Cantera del Zorro)

*“Está bárbaro, porque si no tenés para comer...hay mucha gente que se compra cigarros”.* (TUS Doble, Marconi)

*“Me parece que si tenés vicios de comprarte una Coca y eso, trabajá y comprátela”.* (TUS Doble, Marconi)

## **Visión de los comerciantes respecto a la prohibición de productos con TUS**

Desde la visión de los comerciantes también existe acuerdo con los criterios implementados por el programa sobre los productos no permitidos:

*“A mí lo que me parece muy bien es el tema de las prohibiciones que tiene, que es para los artículos básicos necesarios. Nada de cigarrillos, de bebidas alcohólicas...esas cosas las vemos bárbaro y nosotros las aplicamos tal cual”*. (Supermercado, Vista Linda)

*“Están bien las prohibiciones, porque sino la gente está como que lo deriva para otro lado...que le pongan un límite para lo que se puede comprar o no”*. (Supermercado, Itzaingó)

*“A mí me parece bien, porque acá una cosa que no pasa, no pasa. Está perfecto que no puedan comprar alcohol ni tabaco. A veces siento que tener la tarjeta les hace...yo que sé, ¡seis Biotop en un día! En una cosa que vence mañana, como que en esas cosas me parece que está faltando. O seis paquetes de papitas, en esas cosas habría que trabajar más con el usuario”*. (Supermercado, Flor de Maroñas)

Sin embargo, la visión de algunos comerciantes muestra puntos que no surgen desde el discurso de los beneficiarios, respecto a los hábitos alimenticios que sugieren las compras realizadas con la tarjeta. .

Algunos comerciantes plantean que existe un alto consumo de algunos productos, que aunque está habilitada su compra con la tarjeta, son poco saludables, tales como las papas chips, los panchos, harina y grasa.

Ellos sugieren trabajar con los usuarios sobre pautas alimenticias saludables, y la posibilidad de limitar el consumo de algunos productos que no deberían estar permitidos.

En cuanto al conocimiento de los usuarios, los comerciantes manifiestan que los beneficiarios ya saben cuáles son los productos que están permitidos y cuáles no.

## **Sugerencias de los beneficiarios sobre los productos y rubros a incorporar en el sistema TUS**

Si bien en la mayoría de los casos los entrevistados no realizaron sugerencias respecto a eliminar la prohibición o habilitar nuevos productos a la TUS, hay otros que señalaron la necesidad de considerar la inclusión de algunos artículos.

Estas sugerencias mantienen los criterios que orientan la transferencia, ya que casi todos tienen como destinatarios a los niños del hogar. Madres con hijos bebés o en edad escolar indican los costos económicos en que deben incurrir para cubrir la demanda de medicamentos exigidos por los más pequeños cuando están enfermos, o de materiales didácticos exigidos por los centros educativos.

*“Me pasó hace dos días atrás que no tenía jarabe para la fiebre y no me lo venden con la tarjeta. Por lo menos el de la fiebre, que tenés un bebé en tu casa y tenés que salir a conseguir por otro lado. Por lo menos cubrir los medicamentos básicos: un jarabe para la tos o la fiebre de un bebé, esas cosas son básicas, me parece que podrían incluirlas”.*

(TUS Simple, Vista Linda)

*“Porque a los chiquilines que estudian en el liceo y eso no los ayuda mucho (la transferencia), porque o comprás para comer o comprás para los útiles escolares”.*

(TUS Doble, Chacarita)

A raíz de ello, proponen habilitar en la tarjeta la compra de libros y útiles escolares en general; en algunos casos se llega a plantear la posibilidad de incorporar horas en locales de Internet para facilitar la búsqueda de material y realizar impresiones de los estudiantes. Esto último se asocia a la falta de conexión que por distintos motivos sufren algunas escuelas de esas zonas, de acuerdo a lo manifestado por los entrevistados.

*“Librerías sería bueno. Otra cosa que sería bueno es el tema de los locales de Internet, pero con la connotación de buscar información. Acá es todo un problema eso. Con la Ceibalita tenés que ir a las escuelas y la mayoría de las veces está sin antena. Tengo que terminar pagándole yo; y otra cosa es que le piden mucho imprimir también”.*

(TUS Simple, Cantera del Zorro)

Al indagar acerca de otros productos no habilitados para incorporar en la tarjeta, los más

mencionados son: jugos en polvo, bombitas de luz, artículos escolares, algún tipo de ropa para los niños, sobre todo calzado.

En cuanto a otros tipos de utilidades que pueda tener la tarjeta, lo que surge es la demanda de poder pagar ciertos servicios tales como el agua, o poder realizar recargas de gas. En la misma línea se reclama la necesidad de poder comprar algunos materiales para la mejora de la vivienda, tales como chapas, artefactos para el baño, entre otros.<sup>3</sup>

*“La otra vez fui a comprar una linterna porque acá es muy oscuro, pero no me la dejaron pasar”*. (TUS Simple, Cantera del Zorro)

*“De repente, si se pudiera hacer dentro de una misma tarjeta comprar el gas o alguna cosa así, estaría genial”*. (TUS Doble, Obelisco)

*“Incluiría Farmacia, porque a veces no hay en el Ministerio de Salud Pública remedios y yo podría ir a la Farmacia y llevarle a mis hijos remedios”*. (TUS Simple, 5 Villas)

También, más allá de que no sea pensado exclusivamente para los menores del hogar, resulta razonable que en varios casos los entrevistados reclamen artículos que responden a sus necesidades específicas, pero cumpliendo con una suerte de código tácito que es el de no violar aspectos normativos que hagan cuestionable su compra. Es el caso de algunas personas que declaran que sería muy bueno poder comprar medicamentos, artículos de iluminación (quienes viven en lugares oscuros), ferretería, barraca o recarga de gas con la tarjeta.

---

<sup>3</sup> El programa “Canasta de servicios” (Co-ejecutado por ANCAP, MEF, MIDES, MIEM, MVOTMA, OSE, Plan Juntos, y UTE) facilita beneficios para los hogares más vulnerables, otorgando descuentos en los servicios de electricidad, agua y supergas).

## **Accesibilidad de los comercios solidarios desde la percepción de los beneficiarios**

La accesibilidad de los comercios solidarios se encuentra en relación directa con las posibilidades de los beneficiarios de la tarjeta de contar efectivamente con una oferta suficiente y variada de los artículos necesarios.

Existen cuatro dimensiones claves que componen esta noción:

- a) La cantidad de comercios presentes en la zona.
- b) La homogeneidad/heterogeneidad de rubros/artículos y los precios que ofrecen.
- c) La distancia de los comercios a los beneficiarios.
- d) Distribución espacial (concentración o dispersión).

En lo respectivo a la distancia, parece haber una percepción diferente de ella entre los beneficiarios que se encuentran en las zonas del departamento de Canelones en relación a los que se encuentran en el departamento de Montevideo. Los primeros no ponen un énfasis especial en que las distancias de uno o dos kilómetros que deben recorrer hasta el comercio solidario sean un problema. Tal vez el hecho de que la realización de la mayoría de sus actividades cotidianas signifique cubrir esas distancias les genera esa valoración diferencial de las coordenadas espacio-temporales.

Varios entrevistados de Canelones señalan que existen pocos comercios en su zona, o que deben recorrer distancias de 15 o 20 cuadras para llegar al comercio solidario más próximo, o al más conveniente en función de los precios y diversidad de artículos.

La interdependencia de estos tres aspectos (distancia, precios y diversidad de artículos) se manifiesta en la decisión de varios entrevistados que optan por no concurrir al comercio más cercano cuando el precio de los productos habilitados con la tarjeta se encuentra por encima del de los comercios solidarios más alejados.

*“Tengo que caminar 2 km para ir...”* (TUS Doble, Vista Linda)

*“...El almacén me queda muy lejos, a más de 20 cuadras...a veces tengo que ir en ómnibus”* (TUS Simple, Obelisco)



Desde el punto de vista de los comerciantes, no se identificó una percepción generalizada de que la existencia de otros comercios en la zona suponga inconvenientes o impactos negativos para el comercio propio.

En cuanto a la falta de diversidad de rubros, se identifica una oferta insuficiente en: carnicería, frutas, verduras y panadería, y en almacenes de venta al por mayor. Otro de los rubros que se reclaman tiene que ver con los medicamentos, esto surge especialmente cuando los niños tienen alguna enfermedad crónica, como el asma.

En concordancia con lo anterior, observamos que el tipo de comercios que los entrevistados reclaman con mayor asiduidad son el almacén mayorista, la carnicería, la pañalera, la verdulería, la frutería y la panadería.

La gran mayoría de beneficiarios concurre a supermercados por la ausencia de almacenes que trabajen con tarjeta en el barrio.

A su vez, el nivel elevado de los precios de los supermercados en rubros como carnicería, fruta y verdura, son la causa del reclamo por la incorporación al sistema de comercios que se dediquen específicamente a estos rubros.

*“Eso estaría bueno, porque en el supermercado donde yo voy no venden carne. Y pañalera no hay por acá que yo conozca. Serían más baratos los pañales que en un supermercado”.* (TUS Doble, Marconi)

*“Sí, nos faltaría carnicería, frutas y verduras, carga para el gas. Me gustaría comprar todo ahí mismo donde voy a comprar las cosas”.* (TUS Doble, Marconi)

*“Eso estaría bueno, porque en el supermercado donde yo voy no venden carne. Y pañalera no hay por acá que yo conozca. Serían más baratos los pañales que en un supermercado”.* (TUS Doble, Ituzaingó)

*“Falta verdulería, porque la verdura en el supermercado es cara”.* (TUS Doble, Obelisco)

La zona de Las Piedras es el caso donde se expresa con mayor intensidad el reclamo asociado a la posibilidad de poder realizar compras en comercios que venden a precios más bajos, como el caso de “El Clon”, que tiene muy buenos precios y es muy mencionado por los entrevistados. En esta zona la posibilidad de acceder a comercios mayoristas parece ser importante.

*“Los comercios de venta al por mayor deberían agregarse, para poder ahorrar más...”*  
(TUS Doble, Cantera del Zorro)

*“...Deberían haber más comercios, y otros rubros, alguna tienda de ropa donde comprar ropa y calzado de niño...”* (TUS Doble, Ituzaingó)

Hay casos en que la demanda de algunos de estos bienes específicos no está cubierta por los comercios solidarios existentes (tiendas de ropa, bazar, farmacia); mientras que en otros el reclamo refleja más bien una preferencia por la mayor calidad ofrecida por comercios que se especializan en un rubro determinado y que no forman parte del sistema TUS.

### **Distribución de las compras mensuales con TUS de los beneficiarios**

Consideramos dentro de las pautas de uso, tanto la distribución de las compras con la tarjeta que realizan los titulares en el mes, como los tipos de artículos a los cuales orientan su gasto a través de este sistema.

En relación al primer aspecto, las declaraciones de algunos entrevistados resaltan la incidencia del monto transferido en la tarjeta sobre la administración en el tiempo de esos recursos.

*“Cubro por uno (hijo). 700 pesos no me da para nada, lo gasto en un día”.* (TUS Simple, Obelisco)

*“Una vez al mes, cuando me toca, voy y lo gasto todo”.* (TUS Simple, Ituzaingó)

Lógicamente, las posibilidades de diferir el gasto se encuentran en consonancia con

incrementos en el monto asignado. Aún así, dentro de quienes cobran un monto más elevado también parece predominar la opción de realizar un “surtido”, agotando la tarjeta en una o dos veces.

*“Como a mi me la duplicaron, casi llego de mes a mes. Mal o bien todos trabajamos y con esto nos revolvemos. Y yo compro bastante bien todo el mes; compro una vez al mes para todo el mes, para lo que me alcanza”.* (TUS Doble, Cantera del Zorro)

Otro aspecto de la distribución de las compras con la tarjeta, refiere a la diversidad de lugares donde los entrevistados las realizan.

Como se dijo antes, la mayor parte de las compras con TUS se concentran en supermercados (de bajo o mediano porte), principalmente porque son los comercios incorporados al sistema TUS, que le ofrecen mayor variedad de artículos a los beneficiarios.

*“Para la comida todo. Verdura no se vende. En la vuelta no hay supermercado que venda. Después carne, arroz, salsa, todo eso”.* (TUS Simple, Chacarita).

En algunos casos, la búsqueda de mejores precios puede hacer que la estrategia sea comprar en lugares diferentes:

*“Yo compro un poquito en cada lado, para más o menos no ir a los precios caros...”*  
(TUS Doble, 5 Villas)

### **Variedad y precio de artículos consumidos por los beneficiarios**

Como vemos, los precios relativos y la diversidad de artículos disponibles en los comercios solidarios, juega un rol fundamental en la composición del gasto de los beneficiarios con la tarjeta y sin la tarjeta.

Los beneficiarios deben considerar todas estas condiciones en la búsqueda de maximizar el rendimiento de la tarjeta. Este ejercicio representa un esfuerzo adicional en términos de tiempo y desgaste físico, fundamentalmente para las mujeres. Ellas son mayoritariamente las titulares de la tarjeta y tienen la responsabilidad de las compras

para todo el núcleo familiar.

Otro factor que también influye en las pautas de compra de los beneficiarios es la variación de precios entre los propios comercios solidarios, estableciéndose así circuitos de consumo que alternan entre los distintos comercios disponibles en cada una de las zonas.

Al consultarles sobre la posibilidad de adquirir los mismos productos a un menor precio en comercios no solidarios, no parece haber una respuesta unánime. Los rubros que son nombrados con más frecuencia como con posibilidad de ser adquiridos a un menor precio por fuera de los comercios solidarios son las frutas, verduras y la carne, ya sea en ferias vecinales o en carnicerías.

Por lo tanto, si bien los autoservicios o supermercados de la zona cuentan con la ventaja de ofrecer una diversidad de productos en un solo lugar, en general presentan precios más elevados para ese tipo de alimentos.

### **Retención de la tarjeta por parte de los comerciantes, desde la perspectiva de los beneficiarios**

Parece haber más de un caso en los que los almacenes retienen la tarjeta TUS a los beneficiarios, de modo de que el usuario no tenga que esperar a la habilitación del dígito. Esto sucede en todas las zonas, particularmente en Vista Linda y Obelisco.

Esta situación irregular es justificada en algunos casos por los propios beneficiarios, dejando entrever que se trata de un acuerdo mutuo y de una actitud de consideración por parte del comerciante hacia su necesidad de adquirir productos antes de la fecha de habilitación de la tarjeta.

A ella le pasó que le pidieran la tarjeta para quedársela “...*Te dicen: no tenés saldo, yo te doy y cuando te habilitan la tarjeta te lo descuento...*” (TUS Doble, Obelisco)

“...*Por ejemplo, hoy es 2, yo se la dejo hasta el 20 que es cuando me la habilita el MIDES, yo para traérmela pago esa diferencia, para poder usarla en otro comercio....*” (TUS Simple, Obelisco).

Hay un caso particular que el almacén ya se encuentra fuera de circuito, en la zona del Obelisco, en donde el beneficiario entregaba la tarjeta al almacén, y el almacén le habilitaba retirar alimentos antes de que le habiliten la tarjeta. (TUS Doble, Obelisco).

Sin embargo, esta retención que funciona como un crédito sobre la compra, también da lugar a un manejo discrecional de la tarjeta y al abuso por parte del comerciante, por ejemplo imponiendo un sobrecargo al monto de las compras realizadas por el beneficiario.

Este problema grave que se ha detectado en algunos casos, en que el almacén cobra un sobreprecio por ofrecer este “beneficio” de “adelantamiento” de la fecha de habilitación:

*“...Pasan 100 pesos de más porque le adelantaban el surtido...”* (TUS Simple, Obelisco).

Hay beneficiarios que se muestran claramente desconformes, condenan esta forma de operar con la tarjeta por parte de los comerciantes, y en algunos casos han realizado las denuncias pertinentes.

*“A mí se me carga el 24 y tengo vecinos que se le carga el mismo día y le dejan la tarjeta...es un robo, o sea, el mismo supermercado le está robando la plata”.* (TUS Doble, Obelisco)

*“Yo, a mí no me importa, yo tengo que esperar y ya está. A mí me dicen el 24 y cae un domingo, no me interesa, esperaré. Pero yo mi tarjeta no la dejo en ningún lado, porque es lo más valioso”.* (TUS Doble, Cantera del Zorro)

Un caso puntual donde sucedía esto –de acuerdo al relato de los beneficiarios del programa– es un almacén en la Terminal (zona Obelisco), en la calle San Luis, en donde también le ofrecen retenerle la tarjeta y habilitarle el surtido antes de que esté habilitado el dígito. La beneficiaria manifiesta que ya hizo la denuncia correspondiente (TUS Simple, Obelisco).

Se dio el caso de otra denuncia puntual en donde el comercio le pide al beneficiario que deje la tarjeta en el comercio; según la entrevistada el almacén aún continúa haciendo lo mismo con otros clientes. (TUS Simple, Vista Linda).

### **Percepción de los beneficiarios sobre discriminación en la atención de los comercios**

Este tipo de comportamiento de los comercios, se manifestó repetidamente por parte de los beneficiarios en la zona de Vista Linda. Son varios los entrevistados de la zona que consideran distintas medidas o actitudes de los comerciantes como discriminatorias hacia las personas que compran con TUS.

*“...En la Carnicería XXX, como vamos con la tarjeta tenemos que esperar, te dejan esperando... hay 50 personas adelante y te dejan esperando. Como vamos con la tarjeta tenemos que esperar...”* (TUS Doble, Vista Linda)

*“... Te ponen cara de no se qué... te dicen: ay! No!, y vas a pagar con tarjeta!?!...”* (TUS Doble, Vista Linda)

*“...La discriminación está sí.. No es que te traten mal pero sí, se siente...”* (TUS Doble, Vista Linda)

Otra de las formas de discriminación señalada en el discurso de los beneficiarios, es el establecimiento por parte de los comercios de horarios diferenciados para quienes compran con la TUS y quienes no. Una explicación que dan los comercios es que hay momentos del día como la salida de las escuelas en que se ven colapsados, y por eso necesitan organizar las ventas.

*“Pusieron un horario en el supermercado para usar la tarjeta, y a las 8 de la noche no puedes comprar más, eso desde hace 3 meses...”* (TUS Simple, 5 Villas)

Asociado al establecimiento de horarios, está el hecho de que en los comercios se establecen “colas” diferenciadas en las cajas, una para la tarjeta TUS y otra para el resto

de los clientes. Sin embargo esto no es visto como algo negativo por la mayoría de los beneficiarios. Desde los comercios se implementa esta estrategia de modo de agilizar las ventas para los clientes que compran en efectivo.

También se dan otras situaciones en las que se genera discriminación hacia los clientes de tarjeta. Estas diferencias pueden manifestarse a través de disposiciones concretas o simplemente en actitudes que marcan una forma de relacionamiento distinta con el titular de TUS.

*“Si el supermercado está muy lleno de gente, te dicen que no, y tenés que esperar varios días...”* (TUS Doble, Obelisco).

*“El tipo (del comercio) te mira como si estuvieras robando...como que te discrimina...”* (TUS Simple, 5 Villas).

### **Restricciones en la oferta de productos y suba de precios en los comercios, señalada por los beneficiarios**

Algunos beneficiarios señalan cierta discrecionalidad de algunos comercios respecto a la oferta de productos disponibles para comprar con la tarjeta, transgrediendo la reglamentación. Se menciona particularmente el caso de los artículos de higiene, como desodorantes o jabones de tocador.

En otras ocasiones, las restricciones no están dirigidas al consumo de un tipo de artículo, sino a determinadas marcas del mismo. Esto no afecta solamente a los comestibles, sino a otros rubros. Por ejemplo, una entrevistada manifiesta que en el comercio donde compra, le comunicaron que no podía comprar una determinada marca de detergente con la tarjeta.

*“Hay algunos productos de limpieza como el Agua Jane, que en algunos supermercados con la tarjeta no te los dejan pasar”.* (TUS SIMPLE, 5 Villas).

Otro problema bastante recurrente es la suba de precios de los artículos en el momento de la habilitación de la tus.

*“... Cuando habilitan la tarjeta, suben los precios, eso se ve, con el aceite por ejemplo...” (TUS Doble, 5 Villas,).*

*“... Cuando se habilita la tarjeta suben el precio de los comestibles...” (TUS Doble, Marconi)*

Parecen conjugarse distintos factores detrás del encarecimiento mencionado, los cuales merecen ser distinguidos.

Por un lado se indica la acción directa de aumentar el precio del stock de productos disponibles por parte de los comerciantes. Por otro, los entrevistados perciben que a partir de la habilitación mensual de la tarjeta, comienza a registrarse una escasez de los productos más económicos dentro de cada rubro específico, predominando los que tienen un precio mayor.

Pero esta constatación no siempre puede responder a la acción deliberada de los comerciantes, sino también a que los comercios se pueden quedar rápidamente sin stock por la fuerte demanda de los beneficiarios en los primeros días de habilitada la tarjeta.

De esta manera, puede ocurrir que el agotamiento temprano de los artículos más económicos genere restricciones en el margen de elección para una proporción de los beneficiarios, derivando en un aumento del costo de sus compras con este sistema.

### **Venta de productos prohibidos en los comercios, según beneficiarios**

Otra irregularidad es la que tiene que ver con no poner el rubro correspondiente al marcar el producto por parte del comercio, es decir, se asigna un determinado monto de la tarjeta a la categoría “Artículos varios”, siendo que lo que se compra es un producto prohibido por el sistema.

*“... Algunos te ponen en “artículos varios” y te pasan cosas que no se pueden... yo vi en las fiestas comprar cerveza con la tarjeta:..” (TUS Doble, Vista Linda).*

*“... En los tickets te dice cualquier cosa: te pone que yo compro 12 lts de leche y no es*



*así, oculta las cosas...*” (TUS Doble, Obelisco).

### **Descuento del IVA en la percepción de los beneficiarios**

En términos generales, el descuento del IVA juega un papel relevante en el presupuesto de los beneficiarios. Sin embargo, asociado al descuento del IVA está el problema planteado en un apartado anterior, que tiene que ver con que a veces este descuento es absorbido en parte por el aumento de precios aplicado por los comerciantes a los productos habilitados para comprar con la tarjeta.

*“Sí, la tarjeta te beneficia que te sacan el IVA. Pero si vos lo vas a comprar con plata, obviamente que te sale más barato, porque vos podés elegir el lugar donde comprar”.*  
(TUS Simple, Vista Linda)

*“El que tenemos cerca es a medio kilómetro, pero es medio carero. Viste que te sacan el descuento del IVA pero no te alcanza para nada”.* (TUS Simple, 5 Villas)

*“Como la tarjeta te saca el IVA, le subieron el precio a todo, por ejemplo los pañales. Se comen el IVA ellos, en un lugar compro pañales a 240, y en el súper lo venden a 280 para recuperar el IVA...”* (TUS Doble, Chacarita)

Igualmente, en términos generales la percepción de los beneficiarios es que este descuento “se siente en el bolsillo”, lo cual asociado a una pauta de consumo económico, aumenta el rendimiento del monto disponible en el mes.

### **Descuento del IVA en la percepción de los comercios**

Como es de esperar, el punto de vista de los comerciantes muestra la contracara respecto a la visión de los beneficiarios sobre las ventajas del descuento del IVA.

Algunos comercios sostienen que pierden dinero con el descuento del IVA. Específicamente el caso de las carnicerías es el que presenta mayores quejas, ya que la carne no es un producto gravado con el IVA, y eso deriva en una transferencia de ese costo a los consumidores a través de un aumento de precios de los productos.

*“Estamos perdiendo un montón de plata por la tarjeta...” (Carnicería Punta de Rieles)*

*“Hasta que apareció el bendito descuento IVA del MIDES que nos perjudicó” (carnicería)*

*“... Scantech cobra gastos administrativos, y el BROU también... se pierde un 7%-8% aparte...” (Carnicería Punta de Rieles)*

Otros comercios como almacenes y supermercados también tienen una visión bastante negativa del descuento del IVA:

*“La idea era ser solidarios, después no fueron solidarios con nosotros. El tema de las retenciones, nosotros tenemos que poner plata de nuestro bolsillo para vender leche. Hay productos que no tienen IVA y con el software nuevo te lo retienen”. (Supermercado, La Teja)*

*“Es al barrer, te descuentan un 18,03%, hay artículos que tienen un margen que te permite...el resto están muy justos. Las reuniones que fui al Mides cuando empezó esto, salí caliente porque la verdad, te tratan como que vos sos nabo...te hablan de la virtud de sacarle el IVA a un montón de productos; ¡qué virtud si perdemos plata!” (Supermercado, La Teja)*

*“Todos sabemos que es para beneficiar a la gente que tiene tarjeta, para que le rinda más, pero en realidad vos antes vendías 10000 pesos de mercadería y tenías 10000 pesos, ahora tenés 7800 pesos y 2200 pesos lo tenés para pagar el impuesto. Es una cosa de locos”. (Almacén, Obelisco).*

Vemos que en muchos casos, esta pérdida que sostienen los comerciantes, es transferida a los usuarios de la tarjeta, a través del aumento de los precios, como se dijo más arriba.

*“Vos tus cuentas las manejas como las pagas, pero ahora cada vez que vendes te viene el descuento, entonces termina siendo un pasamano. Y hay productos que si vos le cargas un 30%, te queda un margen de ganancia aunque después tengas tributos. Pero hay comercios que no pueden cargar un 30%”. (Almacén, Obelisco).*

## **CAPITULO V. LECHE MÁS**

En este capítulo abordamos los aspectos relacionados con el conocimiento y el acceso de los beneficiarios a este producto. También se abordan sus valoraciones respecto a la forma y funcionamiento de la distribución a través de los comercios y sobre las cantidades distribuidas.

En relación a los comercios, se expone la visión de los comerciantes respecto al funcionamiento de la distribución de la LECHE MÁS.

### **Conocimiento del producto, acceso y uso de Leche MÁS en los hogares de los beneficiarios**

Desde los beneficiarios, existe un conocimiento general sobre el beneficio de la leche MAS, como un producto que se agrega a la tarjeta en los casos en los que hay menores de 0 a 3 años en el hogar.

La forma en que los beneficiarios se han enterado del beneficio ha sido tanto por canales institucionales como no institucionales. Dentro de los canales formales de información, se menciona la Oficina MIDES y el propio comercio a través del ticket de compra. Entre los canales informales de difusión prevalece la comunicación boca a boca a partir del contacto establecido con familiares, amigos o vecinos del barrio que tienen hijos de hasta 3 años y hacen uso este beneficio, así como el propio comerciante que es quien les informa que les corresponde el beneficio de la leche MAS.

Uno de las quejas más recurrentes desde los beneficiarios es la insuficiente cantidad adjudicada. Se expresa que la leche es un producto que se consume varias veces al día y de manera cotidiana, por lo que no sería suficiente la cantidad entregada sobre todo en los hogares con más de un menor.

Algunos de los entrevistados señalan que no poseen heladera, y la posibilidad de acceder a la leche en polvo es una muy buena solución para ir administrando el alimento, ya que no pueden conservar productos frescos.

En cuanto a quienes hacen uso efectivo del beneficio, constatamos que en la gran mayoría de los hogares son los menores quienes consumen el producto de forma

exclusiva.

### **Dificultades e irregularidades en la distribución y asignación del beneficio Leche MÁS, señaladas por los beneficiarios**

Un problema que se suma al de la insuficiencia en la cantidad de leche entregada es que en muchísimos casos hay dificultades en el propio acceso a la leche a través de los comercios. En primer lugar, los beneficiarios denuncian la insuficiencia de stock del producto en los puntos de distribución (comercios), con diferentes matices e intensidades según las zonas.

En la zona de Las Piedras (Obelisco y Vista Linda) la situación se vive como crítica. Son muchos los beneficiarios que sostienen que transcurren varios meses sin poder retirar la leche.

*“...El Milán nunca tiene leche...”* (TUS Simple, Obelisco).

*“... He ido varias veces a buscar y no había en el supermercado... hace tres meses que voy y no hay”* (TUS Doble, Obelisco).

*“... En el Mastilazo hace meses que no hay leche MÁS...”* (TUS Doble, Obelisco)

*“... En el supermercado nunca hay leche....”* (TUS Simple, Obelisco)

Un segundo problema, relatado, es que hay comercios que adjudican de manera discrecional la cantidad de leche que les corresponde a los beneficiarios.

*“...Me dan solo un kilo por vez, y tengo que esperar 15 o 20 días para retirar todo, nunca me dieron los 2 kilos juntos...”* (TUS Doble, Marconi)

En un caso se denuncia la situación de un comercio en el cual es necesario realizar una compra para poder acceder al retiro de la leche.

*“...Hay un supermercado que si no le haces una compra mínima no te da la leche...”*. (TUS Simple, Obelisco).

En la zona de Ituzaingó se denuncian otro tipo de irregularidades en el manejo de la leche MÁS, en donde una beneficiaria sostiene que hay comercios que entregan leche a

personas a las que no les corresponde el beneficio, y que luego la leche es vendida en la feria.

Por último, otro inconveniente importante y recurrente se da en el momento de ir a buscar la leche a los comercios, ya que son varios los entrevistados que sostienen que cuando se habilita el dígito ya no queda leche en el comercio. Con quienes es más notorio este problema es con los beneficiarios que tienen los últimos dígitos de habilitación.

*“... Siempre que voy a pedir la leche nunca hay... Yo tengo el último dígito, y nunca hay...”* (TUS Simple, Obelisco).

Sin duda esto se vincula a los problemas de stock de los comercios, y las fechas de carga de las tarjetas, que terminan afectando, como ya se vio, a los beneficiarios que tienen los últimos dígitos de habilitación.

### **Dificultades en la distribución de Leche MÁS, señaladas por los comerciantes**

Desde el punto de vista de los comerciantes, también se perciben los problemas descritos anteriormente por los beneficiarios. Algunos identifican la fuente del problema en el funcionamiento del sistema:

*“Hay dificultades para explicar el saldo de la leche, el sistema dice que no se la dieron, pero si se la dieron..... Hasta que no hace 0 la tarjeta sigue diciendo que tienen el kilo de leche para retirar. A veces se dificulta explicar eso...”* (comerciante Marconi)

Otros comerciantes apuntan al desconocimiento de los beneficiarios sobre el beneficio, sobre todo al principio de la puesta en marcha del programa:

*“...Hubieron problemas al principio, tuve que entregar 12 kg juntos. ...Hay desconocimiento del derecho por parte del beneficiario....”* (comerciante Marconi)

Detectamos en un caso puntual, un comercio que presenta un comportamiento abusivo respecto al reparto de la leche:

*“Hemos tenido dificultad con la leche en polvo, como norma nuestra, como conocemos la zona, más de un kilo no le damos... Porque vimos que en la feria la venden”*  
(Panadería, Cantera del Zorro).

## CAPITULO VI. SÍNTESIS Y CONSIDERACIONES FINALES.

### **Atraso en la habilitación de los dígitos.**

Se han detectado dos problemas en la habilitación de la tarjeta por dígitos del documento. En primer lugar es el no cumplimiento de la fecha asignada para la habilitación de la tarjeta en función del dígito. En segundo lugar, y en función de lo señalado por los propios beneficiarios, el diseño del sistema hace que siempre los mismos beneficiarios sean los perjudicados al corresponderles los últimos dígitos del documento. Como consecuencia de ello no acceden a algunos productos que si están disponibles los primeros días del mes; así como tampoco a productos con precios más convenientes, que se agotan en los primeros días.

Otros dos problemas a destacar que se conectan con los inconvenientes de la habilitación de los dígitos son:

- La utilización de estos retrasos como justificación para la retención de la tarjeta por parte de comerciantes, incluso con el acuerdo de los beneficiarios.
- Las alteraciones que generan en el mecanismo de distribución de la Leche Más a través de los comercios.

### **Transgresiones de los comercios.**

Los principales violaciones de la reglamentación detectadas a partir de las entrevistas son: retención de la tarjeta, cobro de un sobre precio por habilitación fuera de plazo de los dígitos, venta de productos prohibidos. Otras transgresiones encontradas son el retiro de stock de algunas marcas; discriminación en la atención hacia los beneficiarios, dando prioridad a quienes pagan en efectivo, a través de medidas como la prioridad en el turno en las cajas. A su vez, otras medidas contribuyen a la estigmatización de quienes

compran con TUS, asignándoles cajas y horarios diferentes a quienes pagan con efectivo.

### **Descuento del IVA.**

A partir de la implementación de este beneficio para los usuarios, pueden derivarse dos elementos negativos principales a considerar. Una es el aumento de precios de los comercios para compensar parte de la pérdida generada por la retención del IVA, lo que se traduce en una transferencia de costos al consumidor. En segundo lugar, se generan disparidades en las posibilidades de los comercios de afrontar esta medida. Los comercios más solventes y con mayor posibilidad de fijación de precios tienen más margen para absorber la pérdida que les implica esta retención, mientras que los comercios más pequeños ven reducido sustancialmente su margen de ganancia, lo que les genera dificultades para continuar participando del sistema.

Por otro lado, surge un aspecto claramente positivo visualizado por los beneficiarios (a pesar de los aumentos de precios mencionados), y es que el el descuento del 22% en todos los productos habilitados con la tarjeta representa un beneficio directo para ellos, que les permite acceder a una cantidad de bienes a la que no pueden acceder de otra forma.

Hay en general, un consenso entre ellos en relación a que a través de este descuento pueden comprar con un determinado monto, una mayor cantidad de artículos que si dispusieran de esa cantidad de dinero en efectivo.

### **Escasa oferta de comercios.**

Un problema que hemos detectado es un sesgo hacia la compra en supermercados, que se puede explicar por un lado, por la insuficiente presencia de almacenes en el sistema TUS que formen parte del entorno inmediato de los beneficiarios. Por otro lado, los almacenes que existen no cuentan con una suficiente variedad y nivel de precios adecuados, por lo que los beneficiarios prefieren recorrer mayores distancias buscando mejores precios. En algunos rubros como frutas, verduras y carne, los supermercados venden a precios bastante más elevados que en otros lugares de venta como ferias

vecinales y/o comercios dedicados exclusivamente a estos rubros.

### **Distribución de Leche MÁS.**

Este problema se ha detectado principalmente en la zona de Canelones, especialmente en Las Piedras (Obelisco y Vista Linda). Muchos entrevistados manifiestan que no han podido acceder a la leche MÁS por varios meses. La razón principal es atribuida a la entrega de todo el stock acumulado (por el atraso en la entrega a los comercios) a los beneficiarios que tienen los primeros dígitos, imposibilitando el retiro del producto a quienes tienen los últimos números. Por estas razones sería conveniente indagar acerca de si el problema se centra en los comercios o en la distribución desde el propio MIDES.

Dada la magnitud de los problemas y lo delicado de este beneficio, nos parece interesante poder ensayar algún otro mecanismo de entrega que mejore el sistema, así como mejorar el seguimiento a los comercios y la atención de las denuncias., al menos en las zonas más problemáticas (Vista Linda y Obelisco).

## **CAPITULO VII. Comentarios al Informe Final por parte del Programa.**

A continuación transcribimos la devolución realizada por parte del equipo del Programa TUS a este informe, de modo de poder incluir sus impresiones sobre este trabajo.

“En primer lugar resaltamos la importancia de este tipo de informes, que complementan otros estudios de orden cuantitativo aportando información muy valiosa al Programa. El Programa TUS abarca más de 60 mil hogares y casi mil comercios solidarios, por lo cual recoger las impresiones de los/as usuarios/as y comerciantes respecto a lo que conocen del Programa y cómo visualizan su impacto a través de un estudio cualitativo, representa también un desafío.

Algunas de las observaciones que arroja el informe nos interpelan al poner de manifiesto que a pesar de todas las acciones llevadas a cabo para cumplir con el



objetivo del Programa siguen habiendo aspectos a corregir, y se entiende necesario reforzar las vías de comunicación con los/as usuarios/as y la población en general para que las mismas logren el impacto deseado. A continuación se describen algunas de las estrategias llevadas adelante en los últimos dos años, cuyos resultados no se ven reflejados aún dado el período en que se realizaron las entrevistas.

### **Red de Comercios Solidarios**

El Programa TUS, busca generar un espacio para la instrumentación de las políticas sociales que se vehiculen a través de la Tarjeta Uruguay Social, promoviendo a su vez la regularización de micro, pequeños y medianos comercios, y su fortalecimiento al definirlos como ámbito de inversión de las políticas de transferencias monetarias. En este sentido se trabaja para seguir ampliando la red de Comercios Solidarios, que ya cuenta con más de mil comercios, orientándose la búsqueda hacia pequeñas y medianas empresas en localidades sin Comercios Solidarios o con una alta densidad de usuarios de TUS por comercio.

Este proceso de captación sufrió un impacto negativo a partir del descuento del IVA que entró en vigencia en setiembre de 2012, incidiendo en la inclusión de otros perfiles de comercios como carnicerías o puestos de frutas y verduras, que por la retención del monto correspondiente al IVA de las ventas con TUS, no les resulta conveniente adherirse al sistema. Por otro lado, esta misma reforma favorece a los comercios Literal E, a los que DGI antes les retenía un 5% y pasó a retenerles solo un 2%.

### **Leche MÁS Fortificada con Hierro**

Desde el Programa TUS se reforzó el trabajo con los Comercios Solidarios con un equipo encargado del seguimiento y monitoreo del proceso de distribución y entrega del producto en todas sus etapas. Además se mejoró notoriamente la comunicación con los comercios vía telefónica y/o a través de visitas a los mismos. También se realizan charlas instructivas en todo el país, dirigidas a comerciantes con el fin de optimizar el funcionamiento del sistema operativo, informar y recibir consultas o planteos.

Otra de las estrategias implementadas por el Programa para mejorar el acceso a esta prestación por los/las usuarios/as de TUS, es el trabajo de un Lic. en Nutrición que se

encarga de transmitir de forma personalizada la importancia de una adecuada alimentación y nutrición en los primeros años de vida, haciendo énfasis en uno de los nutrientes de mayor relevancia en esta etapa como es el hierro; indagar sobre las principales barreras que operan en el acceso y consumo de este producto por la población beneficiaria e informar claramente a quiénes corresponde esta prestación, cómo acceder a la misma, la forma correcta de preparación del producto y otras recomendaciones con respecto al mismo.

En el primer año de implementación, la proporción de leche acreditada que fue efectivamente retirada por los usuarios fue muy alta, promediando un 80%. En el año 2013 promedió un 85% y en el 2014 este porcentaje ascendió a un 93%.”

### **Problemas con la habilitación de los dígitos**

Las cargas de las tarjetas se realizan siguiendo un cronograma fijo según los dígitos de la cédula para facilitar la comprensión de la fecha de carga por parte de los usuarios. Las fechas de cargas programadas para 2015 que se envían mes a mes al BROU se realizan para todos los dígitos 1 día hábil antes de la fecha informada a los usuarios para tener tiempo para solucionar inconvenientes que surjan en el banco con las cargas.