



GUIA DE ACESSO AO MERCADO

# URUGUAI

Cofinanciado por:





GUIA DE ACESSO AO MERCADO

# URUGUAI

Cofinanciado por:



# Índice

4

**Nota  
Introdutória**

5

Overview do  
Mercado

7

**O Uruguai no  
Comércio  
Externo**

10

Relações com  
Portugal

12

**Regimes  
Aduaneiros**

15

Regime Aduaneiro  
do Mercado

16

**Documentação  
Necessária**

17

Rotulagem

17

**Impostos**

18

Meios de  
Pagamento

19

**Cultura Negocial**

21

Visão do Mercado

23

**Bibliografia**





## Uruguai

# NOTA INTRODUTÓRIA



O presente Estudo advém da necessidade de desenvolver um documento de trabalho que suporte os processos de internacionalização das empresas portuguesas da região de Santarém para o mercado do Uruguai, identificada pela NERSANT - Associação Empresarial da Região de Santarém, como um mercado-alvo prioritário no âmbito do projeto RIBATEJO BUSINESS INTELLIGENCE - Promoção e internacionalização da Região do Ribatejo de forma inteligente, apoiado pelo ALENTEJO 2020.

O presente trabalho compreende os serviços para realização de estudo de levantamento dos principais procedimentos (e eventuais barreiras) de acesso ao mercado do Uruguai, para facilitação do acesso das empresas da Região a esse mercado, dando-lhes ferramentas de prévia análise e preparação antes de se abordarem novos mercados prioritários.



## Uruguai

# OVERVIEW DO MERCADO

O Uruguai encontra-se localizado na parte centro-sul da América do Sul com Montevideu como sua capital. Conta com 1.648 km de fronteira, em que 580 destes quilómetros são com a Argentina e 1.068 km são com o Brasil. A sua população conta com origens europeias, nomeadamente espanhola e italiana devido a uma política de imigração aberta e a sua língua principal é o Espanhol. A sua moeda é o Peso Uruguaio (UYU) e a taxa de câmbio é de 1 EUR = 37,86 UYU (consultado a 14/02/2020).

Encontra-se numa posição estratégica privilegiada no Sul do continente americano, o que favorece substancialmente a sua política de integração regional. A rede fluvial é densa e rica com grandes rios a atravessar o seu território com quatro importantes bacias hidrográficas (Rio da Prata, Rio Uruguai, Lagoa Merín, Rio Negro). Em termos de clima, este é caracterizado por ser temperado, em que por vezes no verão surgem dias de clima mais subtropical com índices de humidade elevados. No verão as temperaturas chegam a atingir os 32°C, na primavera e outono oscila entre os 14°C e os 20°C e no inverno, por vezes, chegam a viver-se 5°C.

Esta economia é das economias com mais liberdade política e que conta com melhores condições de trabalho da América Latina. O sistema político que vigora no Uruguai é uma república representativa presidencialista e o seu atual presidente é Tabaré Vázquez (líder do partido de esquerda, Frente Ampla).



Constitui a 12ª maior economia da América do Sul, 87ª maior exportadora do mundo e a 58ª economia do mundo. O mercado apresenta algum poder de compra, nomeadamente no sentido dos produtos manufaturados. Recentemente, o Uruguai enfrentou uma desaceleração económica regional, devido à sua dependência da situação económica da Argentina, Brasil e da China. O crescimento do PIB atingiu 2% em 2018, o que revela uma boa recuperação. Na verdade, o seu principal motor é o setor agrícola (que representa o principal setor de exportação) mesmo com apenas 10% de terra arável a nível nacional. Os produtos agrícolas são os principais recursos naturais do Uruguai, destacando-se, também, pelos minérios menores, pela pesca e pela energia hidroelétrica. A maioria das suas terras agrícolas são dedicadas à criação de gado, arroz, trigo, milho, cana-de-açúcar, soja e tabaco. Além disso, a ocorrência de secas em 2018 afetou fortemente o setor agrícola (uma grande fonte de rendimento nacional), nomeadamente a produção de soja que provocou uma queda no volume de exportações.

Estima-se um crescimento de 3,4% para o ano de 2020 e esta aceleração no crescimento económico baseia-se num aumento do consumo privado e pelo investimento de 2,4 milhões USD por capitais estrangeiros na indústria da celulose e papel. Além disso, os setores do transporte, comunicações, comércio e hotelaria estão a impulsionar a economia. A economia tem-se diversificado nos últimos anos com o desenvolvimento do setor industrial, nomeadamente o setor do papel, mas também com o desenvolvimento de serviços. Dentro das atividades de manufatura, o país destaca-se pela fabricação de bebidas, têxteis, materiais de construção, produtos químicos, petróleo e carvão. No entanto, este setor regrediu em 2017 devido a complicações com a refinaria da Ancap. Destacam-se também os plásticos dentro dos produtos de manufatura nas exportações do país. Relativamente ao setor do turismo, este está a ganhar peso nesta economia, em que este responder por cerca de 9,4% do PIB e emprega muitos habitantes. Quanto ao setor agrícola, o Uruguai é um grande exportador nesta área, fazendo parte da principal associação mundial de países exportadores de agricultura, o Grupo Cairns. O setor bancário é também um impulsionador da economia, apesar de já ter sofrido de crises, nomeadamente em 2002.

Relativamente a infraestruturas, a maioria dos fluxos de comércio realizam-se por meio de sistema rodoviário devido à forte relação comercial com o Brasil e a Argentina e à baixa utilização da rede ferroviária. O Porto de Montevideo encontra-se numa posição geográfica estratégica para mobilização de mercadorias do Mercosul. Além disso, este porto goza de um regime favorável a transações internacionais, o regime de porto livre.



O seu PIB per capita é dos mais elevados da América do Sul e este país apresenta forte estabilidade política e social e forte segurança jurídica, tal torna este país atraente para investidores externos. A nível de oportunidades de negócios, este país apresenta legislação flexível e um porto estratégico de mercadorias (com regime de logística atrativo). A nível de entraves de negócio, existe algum impedimento do estabelecimento de empresas estrangeiras nos setores das telecomunicações, combustíveis e da energia elétrica (proteção pelo Estado).

Figura 1: Principais indicadores macroeconómicos.

Indicador Económico	2016	2017	2018	2019
PIB (milhares de milhão)	52,688	56,489	59,597	58
PIB setor primário	6%	5%	6%	-
PIB setor secundário	25,5%	24,8%	24,5%	-
PIB setor terciário	59,7%	61,0%	60,8%	-
PIB <i>per capita</i> (milhões)	15,387	16,437	17,277	-
População	3.424.129	3.436.641	3.449.285	3.461.734
Taxa de desemprego	7,8%	7,9%	8,3%	8,5%
Taxa de inflação	9,6%	6,2%	7,6%	8,8%
Exportações totais	11,29	12,105	12,518	-
Importações totais (milhares de milhão)	10,476	10,357	11,316	-
Saldo Comercial (milhares de milhão)	0,814	1,748	1,202	-

Fonte: Statista; World Bank, Trading Economics, World Population Review, 2020.



## Panorama Internacional

# O URUGUAI NO COMÉRCIO EXTERNO

Esta economia conta com uma balança comercial de bens tradicionalmente deficitária, e apresenta desde 2012 um saldo constantemente negativo (isto é, as suas importações superam as exportações).

Os seus principais fornecedores são o Brasil, China e Argentina, ligação que se tem mantido nos últimos anos. Apenas estas trocas perfazem quase metade das importações de mercadorias do Uruguai (48%).

As compras à maioria dos países diminuíram face ao ano anterior, destacando a redução de transações com a Nigéria (redução de praticamente 100 milhões de dólares), exceto as compras aos EUA e a Angola que viram o seu volume de importação aumentar. A China e o Brasil também se destacam como principais clientes no mercado internacional, comprando mais de 40% dos produtos uruguaios. Destes parceiros, é importante ressaltar o aumento substancial do volume de vendas à China face ao ano anterior, num panorama geral de redução de exportações.

Figura 2: Principais fornecedores do Uruguai, nos últimos anos.

Importações (países)	2017	2018	2019	%
Brasil	1.649.164	1.653.993	1.651.560	19,9%
China	1.379.973	1.375.510	1.309.557	15,8%
Argentina	1.135.366	1.174.797	1.026.853	12,4%
EUA	951.327	804.087	877.557	10,6%
Angola	45.146	361.831	366.145	4,4%
Nigéria	185.097	351.053	251.135	3%
Alemanha	185.680	201.497	187.862	2,3%
Espanha	230.772	184.941	182.192	2,2%
México	198.093	194.175	182.111	2,2%
Zonas Livres*	199.648	174.397	166.678	2%
Total	8.514.436	9.001.622	8.313.649	

Fonte: Trademap, 2020

\*As zonas francas pertencem ao território geográfico e econômico de um país, mas não ao seu território aduaneiro.

Figura 3: Principais clientes do Uruguai, nos últimos anos.

Exportações (países)	2017	2018	2019	%
China	1.780.992	1.699.517	2.147.303	27,5%
Brasil	1.305.469	1.197.184	1.116.246	14,3%
Area Nes**	664.559	611.225	630.067	8,1%
EUA	463.197	465.642	458.631	5,9%
Zonas Livres*	305.771	141.526	441.868	5,7%
Argentina	422.414	423.233	377.013	4,8%
Países Baixos	249.707	210.696	223.081	2,9%
Argélia	140.370	229.619	210.414	2,7%
Rússia	117.543	175.332	153.779	2%
México	199.606	198.324	146.766	1,9%
Total	7.946.411	7.641.122	7.816.028	

Fonte: Trademap, 2020

\*As zonas francas pertencem ao território geográfico e econômico de um país, mas não ao seu território aduaneiro.

\*\* Termo usado para situações de comércio de valor muito baixo ou se a designação do parceiro era desconhecida ou se foi cometido erro na atribuição do parceiro.



A categoria que se destaca pelo seu peso no total das importações é a referente aos combustíveis e óleos minerais (13%). Seguidamente, os produtos referentes a reatores nucleares e máquinas e aparelhos mecânicos e os veículos automóveis são os que se seguem em termos de ranking e apresentando um peso muito semelhante nas compras ao exterior (9%). A procura no mercado externo também se consolida em máquinas e aparelhos elétricos, plásticos, produtos de indústria química, farmacêuticos, carnes, entre outros. Destacam-se, também, as exportações de produtos alimentares e agrícolas, nomeadamente as carnes (27%), sementes (13%), laticínios (9%), cereais (6%), e produtos do ramo da madeira (12%). Estes produtos perfazem quase 70% das exportações uruguaias, sendo que as carnes merecem destaque considerável, uma vez que representam mais de um quarto do total das vendas ao exterior, uma tipologia de produtos pela qual esta economia é tão conhecida internacionalmente.

Figura 4: Principais categorias de produtos importadas pelo Uruguai, nos últimos anos.

	Importações (categorias de produtos)	2017	2018	2019	%
27	Combustíveis minerais, óleos minerais e produtos da sua destilação; matérias betuminosas; ceras minerais	1.090.568	1.308.980	1.100.259	13,2%
84	Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos, e suas partes	775.690	813.051	776.376	9,3%
87	Veículos automóveis, tratores, ciclos e outros veículos terrestres, suas partes e acessórios	896.225	791.654	775.011	9,3%
85	Máquinas, aparelhos e materiais elétricos, e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação ou de reprodução de imagens e de som em televisão, e suas partes e acessórios	828.498	719.831	663.320	8,0%
39	Plástico e suas obras	434.605	482.688	444.442	5,3%
38	Produtos diversos das indústrias químicas	263.319	280.279	274.749	3,3%
30	Produtos farmacêuticos	255.243	250.527	255.511	3,1%
02	Carnes e miudezas, comestíveis	125.795	158.506	240.667	2,9%
31	Aduobos (fertilizantes)	196.922	240.779	234.619	2,8%
94	Móveis; mobiliário médico-cirúrgico; colchões, almofadas e semelhantes; aparelhos de iluminação não especificados nem compreendidos noutros capítulos; anúncios, tabuletas ou cartazes e placas indicadoras, luminosos e artigos semelhantes; construções prefabricadas	169.454	176.748	185.910	2,2%
	Total	8.515.436	9.001.622	8.313.649	

Fonte: Trademap, 2020

Figura 5: Principais categorias de produtos exportadas pelo Uruguai, nos últimos anos.

	Exportações (categorias de produtos)	2017	2018	2019	%
02	Carnes e miudezas, comestíveis	1.721.691	1.882.585	2.099.343	26,9%
12	Sementes e frutos oleaginosos; grãos, sementes e frutos diversos; plantas industriais ou medicinais; palhas e forragens	1.214.187	574.929	1.045.173	13,4%
44	Madeira, carvão vegetal e obras de madeira	944.645	1.027.755	957.468	12,3%
4	Leite e laticínios; ovos de aves; mel natural; produtos comestíveis de origem animal, não especificados nem compreendidos noutros capítulos	618.246	696.508	664.632	8,5%
10	Cereais	543.404	426.021	471.296	6,0%
39	Plástico e suas obras	227.117	261.306	260.767	3,3%
11	Produtos da indústria de moagem; malte; amidos e féculas; inulina; glúten de trigo	186.967	207.911	223.478	2,9%
51	Lã, pelos finos ou grosseiros; fios e tecidos de crina	212.115	247.116	185.905	2,4%
41	Peles, exceto as peles com pelo, e couros	243.769	222.111	155.122	2,0%
87	Veículos automóveis, tratores, ciclos e outros veículos terrestres, suas partes e acessórios	113.023	175.087	154.074	2,0%
	Total	7.946.411	7.641.122	7.816.028	

Fonte: Trademap, 2020

## Comércio Externo

# RELAÇÕES COM PORTUGAL

A Balança comercial é tradicionalmente deficitária para Portugal, a nível significativo. Portugal tem um peso reduzido relativamente ao fornecimento de produtos ao Uruguai e também como seu comprador. Na verdade, em 2019, o Uruguai representou apenas 0,2% das importações portuguesas, ano em que a balança comercial de bens entre estes países superou um défice de 100 milhões de euros para Portugal.

As trocas comerciais de bens foram sempre desfavoráveis a Portugal entre 2015 e 2019, tendo as importações crescido a uma taxa média anual semelhante ao decréscimo das exportações (15% e 21%, respetivamente).

Relativamente aos principais produtos comprados a Portugal, destacam-se os reatores nucleares e máquinas e aparelhos mecânicos (20%), seguidos dos laticínios (18%).

Esta última categoria de produtos, até à data não apresentava um peso relevante, sendo que neste último ano conseguiu subir para a 2ª posição do ranking dos principais produtos adquiridos à economia portuguesa, quando no ano transato não tinham sido sequer adquiridos.

As máquinas e aparelhos mecânicos também já eram procurados a Portugal, mas desde 2015, apenas em 2019 alcançou valores tão significativos de importação. Até lá, eram as máquinas e equipamentos elétricos quem estava à frente do ranking, ocupando agora neste último ano, a 4ª posição no ranking, correspondendo a um peso de 7%.



No que toca aos principais produtos vendidos para Portugal, destacaram-se claramente, em 2019, os produtos de madeira (cerca de 85% do total) e de seguida destacam-se as carnes (5%). Esta tem sido a tendência desde 2015, porém a venda de carne sofreu uma redução face ao ano transato.

Figura 6: Principais categorias de produtos importados de Portugal, em 2019.

	Importações de Portugal (categorias de produtos)	2019	%
84	Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos, e suas partes	1.561	19,8%
04	Leite e laticínios; ovos de aves; mel natural; produtos comestíveis de origem animal, não especificados nem compreendidos noutros capítulos	1.394	17,7%
45	Cortiça e suas obras	608	7,7%
85	Máquinas, aparelhos e materiais elétricos, e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação ou de reprodução de imagens e de som em televisão, e suas partes e acessórios	537	6,8%
39	Plástico e suas obras	464	5,9%
48	Papel e cartão; obras de pasta de celulose, de papel ou de cartão	421	5,4%
03	Peixes e crustáceos, moluscos e outros invertebrados aquáticos	392	5,0%
68	Obras de pedra, gesso, cimento, amianto, mica ou de matérias semelhantes	362	4,6%
24	Tabaco e seus sucedâneos manufacturados	262	3,3%
56	Pastas (ouates), feltros e falsos tecidos; fios especiais; cordéis, cordas e cabos; artigos de cordoaria	252	3,2%
	Total	7.865	

Fonte: Trademap, 2020

Figura 7: Principais categorias de produtos exportados para Portugal, em 2019.

	Exportações de Portugal (categorias de produtos)	2019	%
44	Madeira, carvão vegetal e obras de madeira	102.096	84,6%
02	Carnes e miudezas, comestíveis	5.892	4,9%
41	Peles, exceto as peles com pelo, e couros	5.148	4,3%
94	Móveis; mobiliário médico-cirúrgico; colchões, almofadas e semelhantes; aparelhos de iluminação não especificados nem compreendidos noutros capítulos; anúncios, tabuletas ou cartazes e placas indicadoras, luminosos e artigos semelhantes; construções prefabricadas	2.042	1,7%
03	Peixes e crustáceos, moluscos e outros invertebrados aquáticos	1.743	1,4%
10	Cereais	1.251	1,0%
08	Fruta; cascas de citrinos e de melões	941	0,8%
51	Lã, pelos finos ou grosseiros; fios e tecidos de crina	414	0,3%
13	Gomas, resinas e outros sucos e extratos vegetais	288	0,2%
43	Peles com pelo e suas obras; peles com pelos artificiais	251	0,2%
	Total	120.632	

Fonte: Trademap, 2020

### Acordos bilaterais:

- Acordo comercial (1957).
- Acordo cultural (1992),
- Acordo sobre a promoção mútua de investimentos (1997)
- Acordo sobre cooperação no domínio do turismo (1998)
- Acordo sobre cooperação no domínio da defesa e cooperação económica (2007)
- Convenção para evitar dupla tributação e prevenir evasão fiscal (2009).

## Comércio Externo

# REGIMES ADUANEIROS

O Uruguai tem uma economia relativamente aberta ao exterior, com poucas restrições e poucas barreiras não tarifárias. Porém, claro que apresenta algumas exceções. A sua política de importação é tradicionalmente caracterizada pela ausência de limitações quantitativas ou aplicação de quotas, exceto alguns mecanismos nacionais de proteção contra práticas comerciais que sejam consideradas injustas. Relativamente às negociações com a União Europeia (Acordo de comércio livre com o Mercosul), não existe qualquer acesso privilegiado na entrada de produtos comunitários neste mercado, porém vigora entre as partes o tratamento da nação mais favorecida.

Para qualquer exportação, deverão seguir os standards internacionais, cumprindo os requisitos de transação, desde permissões, licenças e quotas. Ao mesmo tempo, devem ser tidos em conta os requisitos de packaging e labelling.

Recentemente, as taxas de importação dos produtos têm aumentado, tornando os produtos vendidos mais caros. Estas tarifas são superiores para países que não façam parte do acordo Mercosul. Os produtos oriundos do México ou de um país pertencente ao MERCOSUL estão isentos de tarifas. Regra geral, os países pertencentes ao MERCOSUL aplicam uma tarifa externa comum (CET) às importações de países não membros, no entanto, esta tarifa tem algumas exceções.



Esta tarifa é mais elevada quando se trata da importação de produtos de maior valor acrescentado, mas no geral, para bens de consumo esta assume o valor de 20%. Produtos relacionados com equipamentos, setores de IT, telecomunicações, automóveis e açúcar constituem também exceções à tarifa externa comum. O Uruguai aplica tarifas preferenciais em equipamentos para hotéis e para a agricultura, bens de capital e bens para projetos declarados de interesse nacional que também estão isentos de taxas de imposto. A tarifa média aplicada é de 11%, mas estas tarifas variam entre 2% a 35%. Mercadorias dentro das categorias do vestuário, veículos, produtos alimentares, óleos, laticínios muitas vezes apresentam taxas acima dos 25%.

Alguns produtos importados temporariamente estão isentos de tarifas aduaneiras, mas têm que ser reexportados num período que não pode ultrapassar os 18 meses. Dentro desta admissão temporária, as mercadorias podem ser processadas, transformadas ou integrar matérias-primas importadas até serem novamente reexportadas. Os produtos abrangidos por esta prática são os seguintes: matérias-primas, partes e acessórios, embalagens, bens intermédios, bens agrícolas, bens que integram processos produtivos, formas e moldes. Além destes, a importação de amostras não está sujeita a tributação alfandegária se o valor em questão não exceder os 100 dólares.

Para os produtos transacionados beneficiarem de margens de preferência, as percentagens de componentes do produto de origem nacional não pode ser menor que 35%.

## REGIME ADUANEIRO DO MERCADO

O Sistema Aduaneiro utilizado é o Sistema Harmonizado (código HS). Assim, os direitos aduaneiros são calculados ad valorem sobre o valor das mercadorias.



O Uruguai distingue dois regimes específicos: zonas francas e as importações temporárias. O regime de zona franca não integra o território aduaneiro e beneficia de incentivos fiscais no que toca às tarifas alfandegárias aplicadas. A administração desta zona está a cargo da Dirección General de Comercio del MEF.

Já as importações temporárias, as mercadorias podem entrar no país desde que a finalidade seja para ser reexportado dentro de um certo período, seja tanto no estado em que foram introduzidos como após ter sido transformado, não estando sujeitas a taxas. Existe ainda o regime de devolução ou drawback em que os agentes podem reivindicar o retorno dos impostos e taxas pagas pela importação em regime geral. Tal pode ser reivindicado assim que a mercadoria que entrou sob admissão temporária é reexportada.

Existem alguns produtos que estão sujeitos a preço mínimo, em que os importadores pagam a diferença entre o valor da fatura e o preço mínimo. Isto acontece nos tecidos e roupas.

#### **Produtos proibidos de importar:**

- Carros usados;
- Certos inseticidas (de organoclorado) e herbicidas;
- Tinta com excesso de chumbo;
- Bromato de potássio para alimentos;
- Amiantos ou produtos que contenham amianto;

Durante a pesquisa foram encontrados alguns obstáculos à exportação para este mercado.

#### **Obstáculos à exportação:**

- Proibição da importação de vinho em garrafas com capacidade superior a 1 litro;
- Inspeção de todas as importações de vinho pelo Instituto Nacional do Vinho (INAVI) sujeitas a um custo suportado pelo importador (implica atrasos na expedição do produto para o local, aumento no preço);
- Todas as farinhas têm que ser fortificadas;
- O mercado não ser membro da OMC.



## Exportação

# DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA

Existem documentos necessários para proceder à transação internacional que dependem da natureza do tipo de produto a exportar e dos acordos de comércio em vigor. Nem todas as mercadorias estão sujeitas a licenças de importação, outras estão sujeitas a licenças que são automáticas e outras mercadorias estão sujeitas a licenças não automáticas. Este último procedimento é o aplicado, por exemplo, no caso dos veículos a motor, açúcar, têxteis, sapatos, ferro para usos estruturais e ácido acético. Estas licenças devem ser requeridas antes do envio das mercadorias e assim que aprovadas, estas têm validade durante 60 dias (90 no caso dos veículos a motor). Certos produtos estão também sujeitos a controlos de qualidade para serem obterem a certificação e autorização de comercialização. Este é o caso de produtos como os veículos novos, armas de fogo, materiais radioativos, bebidas alcoólicas, sementes e alimentos.

Além disso, certos produtos estão sujeitos a determinados requisitos de registo, nomeadamente os inseticidas para uso agrícola, equipamentos médicos, dispositivos terapêuticos, cristais oftalmológicos, bebidas. No caso dos produtos de origem animal ou vegetal, estes estão sujeitos a autorização prévia da autoridade competente de análise de medidas sanitárias e fitossanitárias.

Estas certificações são requeridas de acordo com o nível de risco e do país de origem. Assim, pode ser necessário um acordo entre os serviços veterinários/fitossanitários de Portugal e do Uruguai.



A empresa que irá importar os produtos estrangeiros deverá requerer a inspeção das mercadorias pelo Laboratorio Tecnológico del Uruguay para poder receber o certificado de comercialização. Outras entidades onde se pode proceder à certificação de produtos são as seguintes:

- Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay;
- Cámara Mercantil de Productos del País;
- Cámara de Industrias del Uruguay;
- Unión de Exportadores del Uruguay.

Entre membros da ALADI, existe a opção da certificação de origem digital. Alguns destes serviços também podem ser prestados por empresas privadas, como por exemplo, pela SGS para inspecionar, verificar, testar e certificar produtos.

Apenas firmas comerciais, industriais e particulares que estejam registados no registo de importadores podem legalmente transacionar. A empresa exportadora solicita os serviços de um despachante aduaneiro para enviar os documentos para criar o Documento único aduaneiro (DUA). Como já foi referido anteriormente, o custo de processamento deste documento é 0,2% do valor CIF dos produtos a importar, com um valor máximo de 50 dólares.

É também necessário o pedido de permissão de importação, cujo custo pode assumir valores entre os 12 dólares e os 600 dólares, dependendo do valor da importação. Estes procedimentos administrativos devem ser executados por um despachante aduaneiro.

**Os documentos usualmente requeridos são os seguintes:**

- Fatura pró-forma;
- Fatura comercial;
- Documento de transporte;
- Certificação de origem;
- Outros (dependendo do tipo de produto).



# ROTULAGEM

As mercadorias importadas podem ter os rótulos do país de origem e na sua língua desde que venham acompanhados de um autocolante com a informação requerida pelas autoridades uruguaianas.

**Existem diversas informações que têm que aparecer nos rótulos dos produtos que são as seguintes:**

- Descrição em espanhol dos ingredientes do produto;
- País de origem;
- Data de validade;
- Peso líquido;
- Nome, contacto e morada do importador Uruguaiano;
- Instruções de confeção no caso dos produtos alimentares.

## *Exportação*

# IMPOSTOS

Além das tarifas à entrada, os produtos estão sujeitos a taxas de imposto, nomeadamente o imposto sobre o valor acrescentado (VAT) e o imposto interno específico (IMESI). Os produtos que estão sujeito a taxas mais elevadas deste último imposto são os seguintes: bebidas alcoólicas, tabaco e produtos derivados de petróleo refinado.

A taxa básica de IVA é de 22%. No entanto, quando se tratam de alimentos básicos, medicamentos, serviços hoteleiros e da saúde e a primeira compra de bens imóveis é antes aplicada uma taxa mais reduzida de 10%. Na verdade, existem produtos que estão mesmo isentos do pagamento deste imposto tais como leite, livros, revistas, acessórios, certos serviços bancários, maquinaria agrícola.

Quando o pagamento da transação é efetuado através de cartões de débito ou instrumentos de dinheiro eletrónico e esta transação não excede os 16 mil pesos uruguaiois, a taxa de IVA praticada passa a ser de 18%. De notar que a base tributável do IVA sobre as importações é o “valor aduaneiro” (CIF) mais os direitos aduaneiros.



Outro imposto a destacar é o imposto especial de consumo (IMESI) que é aplicado à primeira transação realizada no mercado interno por importadores de mercadorias. Esta taxa varia de artigo para artigo. Produtos como bebidas alcoólicas (20% a 80%, dependendo do volume de álcool), tabaco (28% a 70%), lubrificantes (5% a 35%), gasolina, combustível e derivados de petróleo (5% a 133%) são os que se encontram sujeitos a taxas mais elevadas. Este imposto requer pagamentos mensais e/ou declarações fiscais.

Durante o processo aduaneiro é necessário pagar vários impostos. Todos estes são aplicados sobre o valor CIF. Estes impostos são os seguintes:

- Imposto consular, é aplicada uma taxa de 3% nos produtos originários do Mercosul e 5% nos produtos oriundos do resto do mundo;
- Serviço de alfândega, em que é aplicada uma taxa de 0,2% mas limitado ao máximo de 50 dólares;
- Direito extraordinário aduaneiro aplicado à escala, mas com limite de 600 dólares;
- Direito Aduaneiro Global (TGA): para produtos originários do Mercosul este é zero, caso contrário este varia de acordo com o tipo de produto, com uma taxa máxima de 35%. Para bens inseridos na categoria de “ativos fixos” e “de informação e telecomunicações” este TGA será mais baixo.

## **Exportação**

# MEIOS DE PAGAMENTO

Esta economia é muito dominada pelo dólar americano. Assim, os pagamentos em dólares são frequentemente aceites. Os cartões de crédito mais usados são os seguintes: VISA, Mastercard, Dinners Club.



## Exportação

# CULTURAL NEGOCIAL

Neste país a maioria das pessoas pertence à classe média, não sendo esta propriamente caracterizada pelos extremos de riqueza e pobreza que tanto se encontram na maioria dos países sul-americanos. Os uruguaios adotam uma abordagem mais pragmática, vendo a vida de uma forma utilitária e materialista. Eles são pessoas que rapidamente desenvolvem confiança nos outros e têm uma forte crença na justiça social. Os principais valores que esta economia destaca é o da cortesia comum, entendimento cultural e honestidade. Os uruguaios, tal como os latino-americanos, são pessoas naturalmente calorosas. Assim, os seus cumprimentos concretizam-se com apertos de mão firmes e, no caso de já amigos, dão um beijo na bochecha direita (mesmo entre homens). Os uruguaios são pessoas diretas, mantendo constantemente o contacto visual durante as suas conversas. Ao manter este comportamento, a pessoa é vista como respeitosa, bondosa e que demonstra interesse no que está a ser conversado. Eles tendem a aproximar-se quando conversam, não só socialmente como também em negócios. Assim é natural tocar nos ombros ou segurar os braços enquanto conversam.

No início do processo negocial, será aconselhado cumprimentar com um aperto de mão firme. Além disso, para conhecerem melhor com quem estão a negociar, tendem a querer conversar no início das reuniões. As amizades e graus de parentesco são fatores importantes nas transações comerciais. Apesar da educação e experiência serem valorizadas, é mais importante para eles perceber como é de verdade a pessoa com quem estão a negociar. Por essa razão, é provável encontrar um empresário altamente instruído numa posição de baixo nível devido ao exílio, prisão ou mesmo afiliação política. A educação é bastante valorizada, sendo que esta é gratuita e acessível durante bastantes anos de escolaridade. O Uruguai possui uma força de trabalho instruída, mais que os outros países do mesmo continente. A maioria deles consegue falar inglês, mas geralmente é contratado um intérprete para fins negociais.

### Detalhes da Cultura:

- Costumam escovar as costas das mãos sob o queixo como forma de dizer “não sei”;
- A hora mais comum de jantar é entre as 21h e as 22h. É natural negociar durante os almoços, enquanto os jantares são mais para socializar;
- As reuniões são extremamente formais e por norma não começam à hora certa (contanto com 1 hora de atraso sendo natural);
- Relativamente ao vestuário, este deve ser de cariz mais conservador sem cores berrantes, devendo usar-se gravata e fato de tons mais escuros;
- No que toca a presentes, é comum e apreciado enviar doces ou flores aos anfitriões antes das reuniões, além de que os homens apreciam um bom uísque;
- Os homens gostam de negociar com mulheres, não devendo qualquer convite para reunião ser interpretado como manobra de sedução.



### O que fazer?

- Apresentar cartões de visitas a todos;
- Conversar antes do início das reuniões;
- Apresentar todos os materiais em espanhol;
- Contratar agente local para ajudar nas negociações e questões burocráticas;
- Respeitar o cansaço e horários da contraparte;
- Questionar sobre o Uruguai e sobre política;
- Respeitar títulos.

### O que não fazer?

- Sorrir ou saudar alguém estranho (pode ser mal-entendido);
- Sentar ou colocar os pés na borda da mesa;
- Usar a expressão "ok" (vista como rude);
- Chegar atrasado (mesmo contanto que eles possam chegar);
- Questionar o porquê da posição de alguém;
- Começar a negociação antes do anfitrião uruguaio começar;
- Usar palitos em público.



# VISÃO DO MERCADO

Mercado de pequena dimensão, integrante do espaço MERCOSUL, com uma realidade de permanente tensão com o outro grande vizinho que é a Argentina. A Argentina, ao contrário do Uruguai, é um mercado muito protecionista, em constantes convulsões internas que também se repercutem na saúde económica e financeira do Uruguai. Boa parte do capital estrangeiro investido no Uruguai tem origem na Argentina.

- Maior igualdade relativamente aos países da região na redistribuição da riqueza.
- País com os melhores níveis de qualidade de vida da América Latina (se não o melhor).
- Princípio do Estado Social nos setores da saúde e educação bastante avançado; no caso da saúde com recurso a parcerias público-privadas na forma mutualista (associações mutualistas); no caso da educação, com um sistema público de educação bastante sólido e universidade gratuita (uma só universidade mas uma grande universidade pública
- Universidade da República”) – educação de qualidade alta no contexto regional e qualidade razoável no contexto mundial; contam-se também algumas universidades privadas com bastante qualidade (ORT – Comunidade Judaica, Universidade de Montevideo – “Opus Dei”, Universidade Católica – Jesuítas).
- Mercado pequeno (3,5 milhões de pessoas) mas muito sofisticado. A capital Montevideo é uma importante cidade e concentra metade da população do país.

Especialização no setor agropecuário, nomeadamente, na produção de carne – consideradas, neste momento, das melhores carnes do mundo, com mecanismos de traçabilidade muito elevados e com padrões ocidentais muito desenvolvidos (QR Codes para rastrear todo o percurso de produção desde o nascimento dos animais até à sua comercialização); este facto permitiu ao país aumentar substancialmente as suas exportações, nomeadamente, para a China – há uma grande procura de carne na China que acompanha o crescimento do poder de compra dos chineses.

A China torna-se o maior parceiro comercial do Uruguai, facto ainda mais determinante neste período de atual estagnação de muitas das trocas comerciais à escala mundial.

Turismo – Punta Del Este: grande parte da classe mais alta da Argentina e de parte da classe mais alta brasileira passa férias nesta região.

Zonas francas – desde 2016 que o Uruguai deixou de fazer parte da “lista negra” da União Europeia e conta com zonas económicas especiais, por especialização/setores, com regimes muito favoráveis para as empresas que ali se pretendam instalar, em comparação com as normativas nacionais (maior liberalização da mão-de-obra e do direito fiscal). Por exemplo, a zona franca “Zonamerica” (Parque Tecnológico e de Negócios), situada junto ao aeroporto de Carrasco (Montevideo), permitiu a criação de um hub logístico regional muito importante com vários benefícios fiscais.

O Uruguai é um destino muito utilizado para distribuição de mercadorias na América Latina, por parte de mercados que têm acordos de livre comércio ou que são mais abertos e aproveitam a segurança jurídica mas também física destas zonas francas (não obstante, as mercadorias não podem entrar livremente no MERCOSUL).

Destacam-se a “Zonamerica” e o Porto Livre de Montevideo. Estas zonas francas servem também para a venda de serviços, não sendo de estranhar que haja muitos bancos europeus que instalam as suas filiais nestas áreas especiais. Do ponto de vista dos transportes, registam-se ainda bastantes insuficiências (contam-se algumas parcerias público-privadas); a estrada entre Montevideo e Punta del Este é razoável, ainda que o resto do país seja muito desertificado, essencialmente votado ao setor agropecuário. Relativamente ao setor alimentar é especialmente interessante para as empresas portuguesas o papel das zonas francas e das “free shops” da fronteira com o Brasil, onde se consegue colocar produtos sem a regulamentação exigida internamente no mercado do Uruguai.

Países mais relevantes em termos de relações institucionais/comerciais: países do MERCOSUL, Brasil, Argentina, Paraguai e os países que, através do Acordo da União Aduaneira do Tratado de Assunção, conseguem colocar as suas mercadorias e a sua produção sem qualquer género de imposto/tarifa alfandegária. Do ponto de vista intercontinental, vale a pena destacar o papel que a China tem vindo a assumir desde o início da década de 2000. O Uruguai está muito exposto pois tem uma relação muito próxima com a Argentina, pelo que a instabilidade na Argentina se reflete necessariamente nas relações exteriores e no comércio do Uruguai. Apesar da sofisticação das suas elites, a sua posição periférica e a circunstância de contar apenas dois vizinhos diretos/terrestres, acaba por condicionar as relações externas do país.

Grande parte dos produtos importados são oriundos do Brasil, da Argentina e da China.

Obstáculos: no caso das exportações, o grande problema que as empresas enfrentam é a inexistência de um acordo União Europeia/MERCOSUL e o grande protecionismo que é imposto pelos seus dois grandes parceiros - Argentina e Brasil - que se repercute no Uruguai, uma vez que o país acaba por não celebrar acordos comerciais fora do âmbito do MERCOSUL. Numa perspectiva de investimento, caso haja interesse em fundar uma empresa ou unidade produtiva com criação de emprego, por enquanto e, apesar de haver uma lei geral de alteração das condições para o investimento em tramitação no Congresso Uruguaio, continuam a existir grandes dificuldades do ponto de vista da mão-de-obra e do peso das obrigações com o Estado neste capítulo.

Abordagem ao mercado/cultura negocial: “mindset” muito parecido com o Europeu, com uma grande vantagem comparativamente à maior parte dos países da América Latina – quase ausência de corrupção, que é o reflexo da proximidade nas relações pessoais num mercado muito pequeno no qual quase toda a gente se conhece. Esta coloquialidade também se reflete no âmbito das negociações. Estamos a falar de um país que com fortes influências europeias que gosta de projetar exatamente essa imagem e que, ao longo dos anos, foi sendo construído sobretudo por descendentes de espanhóis, italianos e, em menor número, de portugueses e isso transporta-lhe uma dimensão latina muito óbvia. Ao contrário dos brasileiros e dos argentinos, há uma maior proximidade com os europeus naquilo que é o cumprimento da palavra, o gosto de “estar à mesa”, de ser convidado a visitar o país dos fornecedores ou ser visitado com uma lembrança (comportamentos sociais e negociais muito semelhantes aos portugueses).





Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional