



Como Exportar Uruguai

entre

BrazilTradeNet



Ministério das Relações Exteriores
Departamento de Promoção Comercial
Divisão de Informação Comercial



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 2

MAPA 4

DADOS BÁSICOS 5

I. ASPECTOS GERAIS 6

- 1.Geografia 6
- 2.População, centros urbanos e nível de vida 6
- 3.Transportes, energia e comunicações 9
- 4.Organização política e administrativa 13
- 5.Organizações e acordos internacionais 14

II.ECONOMIA, MOEDA E FINANÇAS 15

- 1.Conjuntura econômica 15
- 2.Principais setores de atividade 16
- 3.Moeda e finanças 21

III.COMÉRCIO EXTERIOR 24

- 1.Evolução recente 24
- 2.Direção do comércio 25
- 3.Composição 29

IV.RELAÇÕES ECONÔMICAS

BRASIL-URUGUAI 34

- 1.Intercâmbio comercial bilateral 34

2.Composição do comércio Brasil-Uruguai 35

3.Investimentos bilaterais 38

4.Acordos bilaterais 42

V.ACESSO AO MERCADO 43

1.Sistema tarifário 43

2.Regulamentação de importação 44

3.Documentação e formalidades 48

VI. ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO 49

1.Considerações gerais 49

2.Principais canais de distribuição 49

3.Promoção de vendas 50

4.Feiras e exposições 51

5.Veículos publicitários 52

6.Consultoria de “marketing” 54

7.Práticas comerciais 55

ANEXOS 59

I.ENDEREÇOS 59

II.INFORMAÇÕES PRÁTICAS 69

BIBLIOGRAFIA 73



INTRODUÇÃO

A República Oriental do Uruguai tem uma superfície de 176 mil quilômetros quadrados (área que cabe 48 vezes no território brasileiro) e para o ano 2000 estima-se uma população de 3,32 milhões de habitantes (cerca de 50 vezes inferior à população brasileira).

O PIB uruguaio atingiu US\$ 20,01 bilhões em 2000. Isso representou um PIB por habitante de US\$ 6.036 dólares, cifra que situa o país no segundo lugar na América do Sul no que se refere a esse indicador e corresponde quase ao dobro do PIB “per capita” do Brasil.

O Uruguai é uma economia aberta, cuja estrutura produtiva se baseia no setor agroindustrial dirigido à exportação. Embora o setor agropecuário represente uma proporção menor na formação do PIB (5,6% em 2000), fornece matéria prima para quase 56% da produção industrial de manufaturas, sendo também o sustento de parte substancial da atividade financeira, comercial e de transporte. Os bens dessa origem representaram em 2000 aproximadamente 70% das exportações do país.

Desde meados dos anos setenta, a economia uruguaia apresenta um amplo grau de abertura financeira, caracterizado pela existência de total liberdade para a movimentação de capitais e para a determinação das taxas de juros, regime de “segredo bancário”, isenções tributárias à posse de ativos financeiros e liberdade para as operações “off-shore”. Esse processo reforçou a posição de Montevideu como centro financeiro regional.

A partir de 1974, o desenvolvimento do Uruguai baseou-se, principalmente, no crescimento das exportações, no quadro de uma progressiva liberalização das transações comerciais que complementava a liberalização do setor financeiro.

Unido ao processo de abertura comercial, registrou-se significativa mudança na direção geográfica dos fluxos comerciais uruguaio. A assinatura do Convênio Argentino Uruguaio de Cooperação Econômica (CAUCE), em 1974, e do Protocolo de Expansão Comercial (PEC), com o Brasil, em 1975, bem como sucessivas ampliações das concessões comerciais contidas nesses dois acordos, constituem os principais marcos da crescente inserção comercial do Uruguai na região, que precedeu à assinatura do Tratado de Assunção em 1991.

A criação do Mercosul impulsionou sobremaneira o comércio exterior uruguaio, reforçando laços com os países vizinhos. Nesse quadro, as exportações totais uruguaio apresentaram contínua expansão. Segundo informação do Banco Central do Uruguai (BCU), o valor das vendas ao exterior que havia totalizado US\$ 1,60 bilhões em 1991, passou para US\$ 2,77 bilhões em 1998, o que representa um aumento médio anual cumulativo de 11%. As exportações de produtos industriais foram o motor principal dessa expansão, passando de US\$ 1,45 bilhão para US\$ 2,49 bilhões nesse período.

Por outro lado, as importações uruguaio (compiladas CIF pelo BCU) mostraram tendência de incremento ainda mais acentuado, passando de US\$ 1,64 bilhão em 1991, para US\$ 3,81 bilhões em 1998, o que representa aumento médio anual de 12,8%. O ingresso no Mercosul e a paralela diminuição das tarifas de importação para produtos oriundos de terceiros países favoreceram a expansão, entre 1991 e 1998, das compras no exterior de bens de consumo (+ 22,1% anual) e de bens de capital (+ 15,3%).

Nesse quadro, a balança comercial uruguaia evoluiu de uma situação de equilíbrio no começo dos anos noventa para um crescente déficit, que atingiu US\$ 1,17 bilhão em 2000.



Em 1999, a situação recessiva que experimentou a economia uruguaia, a perda de competitividade dos produtos uruguaios no mercado brasileiro depois da desvalorização do Real e a queda dos preços internacionais das 'comodities' determinaram uma redução significativa do comércio exterior do país, registrando em 2000 apenas uma recuperação menor. Em 2000, as exportações uruguaias totalizaram US\$ 2,295 bilhões, montante 17,1% inferior ao registrado em 1998 e as importações somaram 3,466 bilhões, uma diminuição de 9%.

Segundo informações da SECEX, em 2000 o Uruguai situou-se na 16ª posição entre os principais mercados de destino para os produtos brasileiros, havendo as exportações brasileiras para o país atingido US\$ 668,5 milhões (1,21% do total). Como fornecedor do Brasil, o Uruguai ocupou em 2000 a 22ª posição: as aquisições brasileiras foram de US\$ 601,5 milhões (1,08% do total).

O Brasil foi em 2000 o segundo parceiro comercial do Uruguai, depois da Argentina, tendo comprado 23,1% do total das exportações uruguaias e tendo fornecido 19.2% das importações do país.

O grau de complementariedade das duas economias e a proximidade geográfica permitem detectar boas possibilidades para a colocação de produtos brasileiros. O Brasil é reconhecido como parceiro próximo e eficiente para os setores agrícola e industrial uruguaios. Por outro lado, cabe ressaltar a intensificação dos processos bilaterais de cooperação empresarial, particularmente a formação de "*joint ventures*", como consequência do espaço econômico criado pelo Mercosul.





DADOS BÁSICOS

Superfície: 176.215 km²

População: 3,32 milhões de habitantes (2000)

Densidade demográfica: 18,9 hab/km² (2000)

População urbana: 91 % (Censo de 1996)

Taxa de alfabetização: 97% (Censo de 1996)

Capital: Montevidéu

Principais cidades: Montevidéu, Salto, Paysandú, Las Piedras, Maldonado – Punta del Este, Rivera, Colonia.

PIB, a preços de mercado: US\$ 20,1 bilhões (2000)

PIB "per capita": US\$ 6.036 (2000)

Inflação: 5,1 % (2000)

Taxa de desemprego: 13,6% (média de 2000)

Moeda: Peso uruguaio (1 US\$ = 12,52 Pesos, em 31/12/00)

Comércio exterior total (2000):

Exportações (fob):	US\$	2,30 bilhões
Importações (cif):	US\$	3,47 bilhões
Saldo:	US\$	-1,17 bilhão

Exportações de bens e serviços/PIB (2000): 19,3%

Importações de bens e serviços/PIB (2000): 20,7%

Dívida externa total (em 30.09.2000): US\$ 13,94 bilhões

Dívida/PIB (30.09.2000): 69,5%

Fontes: Instituto Nacional de Estadística (INE)
Banco Central del Uruguay

Intercâmbio comercial Brasil/Uruguai (2000):

Exportações brasileiras para o Uruguai (fob):	US\$	668,5 milhões
Importações originárias do Uruguai (fob):	US\$	601,5 milhões
Saldo da balança comercial (fob):	US\$	67,0 milhões

Fonte: SECEX/Alice



I - ASPECTOS GERAIS

1. Geografia

Localização e superfície

Localizada no sudeste da América do Sul, a República Oriental do Uruguai ocupa área de 176.215 km², inferior à do Estado do Paraná. O país tem fronteiras ao norte e a nordeste com o Brasil (por quase mil quilômetros, com o Estado do Rio Grande do Sul), ao sul com o Rio da Prata, ao sudeste com o Oceano Atlântico e a oeste, sobre o Rio Uruguai, com a Argentina.

Montevideú, a capital uruguaia, situa-se às margens do Rio da Prata e encontra-se a cerca de 900 quilômetros de Porto Alegre, 1370 quilômetros de Santiago, 1075 quilômetros de Assunção e 225 quilômetros de Buenos Aires. A distância entre Brasília e Montevideú é de, aproximadamente, 3100 quilômetros.

O Rio da Prata é um estuário que recolhe as águas de uma extensa bacia fluvial, que abrange área de três milhões de km², incluindo territórios da República Argentina, do Brasil, do Paraguai e da Bolívia. Seus principais afluentes, os rios Paraguai, Paraná e Uruguai nascem em território brasileiro. Ao largo do Rio Paraguai até sua desembocadura no Rio Paraná e, então, deste último até o Rio da Prata corre a chamada Hidrovia Paraguai - Paraná, esquema institucional multilateral que visa ao desenvolvimento da navegação através dessa via fluvial.

Regiões geográficas e clima

Todo o território uruguaio encontra-se na zona temperada. A inexistência de sistemas orográficos importantes determina a homogeneidade da temperatura e do regime de precipitações, bem como a acessibilidade a todas as regiões no

país.

São 17 milhões de hectares de solos aptos para a produção agrícola e para a pecuária. A produção pecuária (gado bovino e ovino basicamente) espalha-se por todo o país. Os cultivos agrícolas, em função da produtividade e características dos solos, agrupam-se segundo as diferentes regiões: o trigo no litoral do rio Uruguai; o arroz na zona leste do país junto à fronteira com o Brasil; os cítricos na região noroeste; a silvicultura no norte também em área fronteiriça.

As planícies que formam o território uruguaio são cortadas por inúmeras vias fluviais, que constituem três bacias hidrográficas principais: a do Rio Uruguai, com importantes afluentes, dos quais o principal é o Rio Negro; a do Rio da Prata; e a da Lagoa Mirim na fronteira binacional.

O Uruguai possui mais de mil quilômetros de rios navegáveis, dos quais 800 quilômetros correspondem aos rios da Prata e Uruguai. Este último nasce no Brasil e, já em território uruguaio, recebe numerosos afluentes, sendo navegável desde sua desembocadura no Rio da Prata até a cidade de Paysandú. O Rio Negro nasce em território brasileiro, atravessa longitudinalmente o país de leste a oeste e desemboca no rio Uruguai.

O clima uruguaio é temperado e variável, com freqüentes e rápidas mudanças de temperatura. A temperatura média do país no verão é de 22°C; a máxima, de 32°C. No inverno, a temperatura média é de 13°C e a mínima de -2°C. Chove praticamente durante todo o ano, totalizando uma precipitação média anual de 1.250 mm.

No inverno, sopram fortes ventos procedentes do sudoeste, os "pampeiros", que reforçam a sensação de frio. A umidade média anual do ar supera os 70%.

2. População, centros urbanos e nível de vida

A população total do Uruguai é de aproximadamente 3,23 milhões de habitantes, 91% dos quais vivem na área



urbana e 9% na área rural. Segundo estudo recente da CEPAL, o Uruguai é o país mais urbanizado da América Latina. A densidade demográfica é de 18,9 habitantes por quilômetro quadrado. A maioria dos habitantes, cerca de 90%, é de origem europeia (espanhola e italiana sobretudo). O crescimento demográfico entre 1985 e 1996 foi estimado em 0,64% ao ano (um dos mais baixos da América Latina). A expectativa de vida ao nascer é de 70 anos para homens e 78 anos para mulheres, uma das mais altas da América do Sul.

Segundo os dados relativos ao Censo de 1996, a população compreendida entre zero e 14 anos representa 25% do total, enquanto que 62% estão na faixa de 15 a 64 anos. A parcela de pessoas acima de 65 anos totaliza 13%.

Considerando a população com idade igual ou superior a dez anos, o Uruguai possui um dos mais altos índices de alfabetização da América Latina (96,9%) sendo que, de acordo com o Instituto Nacional de Estadística (INE), em 1996 existiam cerca de 98.000 pessoas analfabetas. Ainda de acordo com o referido Censo, 34,5% das pessoas com idade igual ou superior a 18 anos tinha finalizado o ensino secundário.

O ensino público é gratuito nos níveis primário, médio e universitário até a obtenção do grau de licenciatura ou equivalente. De acordo com a legislação local o ensino é obrigatório desde os cinco anos e até o terceiro ano da educação secundária básica (dez anos em total). A política governamental visa a estender a oferta pública de ensino a partir da idade de 4 anos.

EDUCAÇÃO - INDICADORES - 1999

NÍVEL	Nº DE ESCOLAS	ALUNOS	DOCENTES
Pre-escolar	1.267	99.999	3.207
Escolar	2.415	349.647	17.023
Secundária	392	229.390	23.605
Técnica	106	4.241	s/d
Universitária	6	77.454	s/d

Fonte: Ministério de Educação e Cultura.

O idioma oficial do país é o espanhol, que é falado pela totalidade da população; a principal religião é a católica recebendo, segundo pesquisa de opinião, a adesão de 56% da população. O Uruguai é um estado laico, onde a Igreja está separada do Estado desde a segunda década do século XX.

Centros urbanos

Montevidéu, a capital, é o principal centro administrativo, comercial, industrial e financeiro do país, onde se concentram mais de 40% da população. Conta, ainda, com o mais importante aeroporto internacional do Uruguai e com o principal porto. Outras cidades importantes do país são Salto, Paysandú, Rivera, Colonia, Maldonado - Punta del Este e Las Piedras.

Distâncias entre Montevidéu e algumas cidades uruguaias:

Cidade	Km
Artigas	601
Salto	496
Paysandú	378
Rivera	501
Melo	387
Maldonado	130
Chuy	341
Mercedes	278
Colonia	177
Fray Bentos	309

Salto, sobre o rio Uruguai, é a segunda cidade do país. A região onde se localiza é uma das principais zonas de produção de ovinos e bovinos, existindo modernos frigoríficos capacitados para a exportação de carnes e derivados. A cidade é o centro comercial da principal área produtora de cítricos do país.



Paysandú, terceira cidade do Uruguai em número de habitantes, também junto àquele rio, conta com parque industrial relativamente pequeno, composto principalmente por fábricas de gêneros alimentícios e de bebidas, por estabelecimentos frigoríficos e curtumes. O território adjacente é também importante no que diz respeito à produção de cítricos e de carne bovina.

Rivera, cidade localizada na fronteira com o Brasil, vizinha a Santana do Livramento, no Rio Grande do Sul, é um importante centro comercial, por onde se canaliza parte importante do comércio bilateral.

Merecem menção, ainda, outras concentrações urbanas: Maldonado – Punta del Este (centro turístico), Mercedes (centro de produção de cereais); Minas (produção de ovinos), Tacuarembó (indústrias frigoríficas e centro pecuarista) e Las Piedras (centro da área vinícola, na área metropolitana de Montevideú).

No quadro abaixo inserem-se dados sobre a divisão político – administrativa do Uruguai:

Principais Departamentos e população, 1996

Discriminação	Área (km²)	População	Capital	População
Total do país	175.016	3.163.763	---	---
Montevideo	530	1.344.839	Montevideo	1.344.839
Interior	174.486	1.818.924	---	---
Canelones	4.536	443.053	Canelones	19.335
Maldonado	4.793	127.502	Maldonado	33.536
Colonia	6.106	120.241	Colonia	22.142
Salto	14.163	117.597	Salto	80.823
Paysandú	13.922	111.509	Paysandú	76.191
Rivera	9.370	98.472	Rivera	57.316
San José	4.992	96.664	San José	34.552
Tacuarembó	15.438	84.919	Tacuarembó	38.415
Cerro Largo	13.648	82.510	Melo	42.615
Soriano	9.008	81.557	Mercedes	39.322
Artigas	11.928	75.059	Artigas	40.249
Rocha	10.551	70.292	Rocha	26.027
Florida	10.417	66.503	Florida	31.509
Lavalleja	10.016	61.085	Minas	37.149
Durazno	11.643	55.716	Durazno	30.609
Río Negro	9.282	51.713	Fray Bentos	22.624
Treinta y Tres	9.529	49.502	Treinta y Tres	42.354
Flores	5.144	25.030	Trinidad	20.032

Fonte: INE – Instituto Nacional de Estadística.



Nível de vida

Em termos de desenvolvimento humano, o Uruguai situou-se, em 2001, na posição 37 entre as 162 nações integrantes do "ranking" do índice de desenvolvimento humano calculado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (ONU/PNUD), sendo superado, na América do Sul, apenas pela Argentina que ocupa a 34ª posição e seguido pelo Chile, no 39º lugar.

Principais indicadores sócio-econômicos

PIB "per capita", em US\$ (2000)	6.036
Mortalidade infantil, $\frac{\%}{1000}$ nascidos vivos (1999)	14,5
Índice de analfabetismo (% do total) (1996)	3,1
Pessoas/Médico (1999)	269
Despesa pública em saúde (% do PIB) (1999)	1,9
Despesa pública em educação (% do PIB) (1999)	2,5
Expectativa de vida (anos) (1999)	74,3

Fonte: INE - Instituto Nacional de Estadística.

Nos últimos anos, o Uruguai vem apresentando avanços no que diz respeito a alguns indicadores sócio-econômicos. O índice de mortalidade infantil, por exemplo, apresentou considerável baixa entre 1980 e 1997, passando de 37,0 para 14,5 por mil nascimentos. Entretanto, ainda permanecem disparidades entre o padrão de vida de Montevidéu e o do interior do país.

3. Transporte, energia e comunicações

Transporte

Transporte rodoviário

O sistema rodoviário uruguaio conta com 7.821 quilômetros de estradas de qualidade média e superior. As conexões rodoviárias com o Brasil melhoraram significativamente nos últimos anos. Três pontes sobre o Rio Uruguai unem o país à Argentina. Os importadores uruguaios, em geral, têm dado preferência ao transporte rodoviário para as mercadorias embarcadas no Brasil, o que, além de oferecer as vantagens do transporte "porta-a-porta", não está sujeito a taxas, como as portuárias. O total de carga internacional transportada em 1999, por via terrestre, alcançou 2,3 milhões de toneladas, 52% dos quais corresponderam ao comércio bilateral.

A frota de automóveis e "vans" tem crescido 6,3% ao ano nos dez anos anteriores a 1999, quando totalizava 655 mil veículos. Nesse ano, a frota de veículos uruguaios tinha ademais 51.402 caminhões e tratores, 6.352 ônibus e 6.869 táxis. O país conta com 90 empresas locadoras de veículos e quatro redes de distribuição de combustíveis (ANCAP, Esso, Shell e Texaco).

Transporte marítimo

O Uruguai tem apenas três portos de ultramar. O Porto de Montevidéu é o mais importante, tendo canalizado 3,4 milhões de toneladas em 1999, volume equivalente a 57% do total de mercadorias transportadas por via marítima da e para o país. Esse terminal portuário experimenta um processo de sustentada contêinerização: o número de contêiners aumentou a um ritmo de 12,6% anuais cumulativos entre 1990 e 2000 e o número de "TEUS" cresceu à taxa de 16,5% anuais nesse período.

O terminal portuário de Nueva Palmira ocupa o segundo lugar em importância no sistema portuário uruguaio, tendo canalizado 2,3 milhões de toneladas em 1999 (38% do total). Situado sobre a desembocadura do Rio Uruguai no Rio da Pra-



ta e considerado como o "Km. 0" da Hidrovia Paraguai – Paraná, esse terminal está constituído pelo porto estatal de Nueva Palmira e o privado "Cooperación Navíos"; constitui um centro de mobilização de grãos, frutas cítricas e metais a nível nacional e regional.

O porto de Fray Bentos (mobilizou 232 mil toneladas em 1999), na beira do Rio Uruguai, está se constituindo num ponto de saída para a crescente produção florestal uruguaia.

O Uruguai carece de uma frota de longo curso, dispondo apenas de um reduzido número de navios de cabotagem. O "Anuario Estadístico de Transporte", do Ministério dos Transportes e Obras Públicas (MTOPE), informa que, em fins de 1999, estavam registrados no país 8 navios e 22 barcaças de cabotagem para tráfego de petróleo e carga geral.

Transporte ferroviário

A "Administración de los Ferrocarriles del Estado" (AFE) é a empresa estatal encarregada da rede e dos serviços ferroviários no Uruguai. O sistema ferroviário é integrado por um leque de linhas que, partindo da capital, chega a quase todas as zonas povoadas do país, com extensão total de 2.993 quilômetros, porém apenas 1.903 quilômetros estavam ativos em fevereiro de 2001. Trata-se de rede muito antiga, na qual 81% dos trilhos foram instalados até 1945.

A malha ferroviária é utilizada basicamente para o transporte de cargas. Em 1999, foram transportadas 1,45 milhões de toneladas.

A rede ferroviária uruguaia está interligada com sua similar brasileira em Rivera - Santana do Livramento (RS). Apesar de que as redes ferroviárias uruguaia e brasileira tenham bitolas diferentes, essa ligação ferroviária tem sistema que possibilita a circulação de trens de ambas bitolas dispondo de uma "grua pórtico" que permite a baldeação das mercadorias. Nesse quadro, opera o acordo fechado entre a AFE e a empre-

sa privada A. L. Logística do Brasil para canalizar o transporte internacional e multimodal de contêineres para operações de exportação, importação e trânsito no corredor Montevideu - São Paulo - Montevideu.

Os serviços ferroviários uruguaios chegam também até a cidade de Rio Branco, devendo o transporte de mercadorias continuar para o Brasil, via Jaguarão (RS), por caminhão.

O Governo uruguaio pretende, ainda em 2001, dar início a processo de reorganização do transporte ferroviário, que prevê separar AFE em duas unidades de negócios: i) uma encarregada da infra-estrutura, para onde serão canalizados os fundos de subsídio com o objetivo de reabilitar e estender a rede ativa; ii) outra, operativa, que passaria a desenvolver o tráfego de cargas. A partir da aprovação, em 2000, da lei 17.243, os operadores privados foram autorizados a utilizar a rede ferroviária pagando um cânon em igualdade de condições com a transportadora pública.

Transporte aéreo

O anuário do MTOPE informa que, em 1999, a movimentação no Aeroporto Internacional de Carrasco (o principal terminal aéreo uruguaio) foi de 1.092.354 passageiros e a carga mobilizada totalizou 20.919 toneladas.

Nesse ano, 44 % dos passageiros foram transportados pela PLUNA - VARIG, empresa de origem local com participação majoritária e direção operativa da companhia brasileira. Aerolíneas Argentinas (26 % do total), United Airlines (6 %) e American Airlines (5 %) foram as outras mais importantes transportadoras de passageiros por via aérea em 1999.



Tempo de voo, partindo de Montevidéu

Cidades	Tempo de voo
Rio de Janeiro	2:45'
São Paulo	2:30'
Porto Alegre	1:15'
Salvador	4:00'
Buenos Aires	40'
Assunção	45'
Santiago	1:30'

Energia

O Uruguai não é produtor de petróleo nem de gás natural, porém possui importantes reservas hídricas que permitem a geração de energia elétrica com custos relativamente reduzidos.

Em 2000, o Uruguai importou petróleo e destilados no valor de US\$ 468,6 milhões, montante equivalente a 13,5% das importações totais.

Em anos de normalidade climática, 93% da geração de eletricidade no Uruguai é de fonte hidráulica, a partir das usinas hidrelétricas nacionais localizadas no Rio Negro - "Gabriel Terra" (com capacidade de 46 MW), "Baygorria" (108 MW), e "Constitución" (333 MW)- e da usina binacional de Salto Grande (1.890 MW), construída em conjunto com a Argentina no Rio Uruguai.

O consumo interno de eletricidade aumentou a uma taxa de 5,8% anuais entre 1994 e 1999, quando totalizou 6183 Gw. Por outro lado, os lugares aptos e economicamente rentáveis para a geração hidráulica no país foram totalmente utilizados, de modo que para a expansão da geração de eletricidade deve-se apelar para as usinas térmicas.

O Uruguai tem avançado na utilização do gás natural argentino através de dois gasodutos. Um deles, em operação, que chega até o Departamento de Paysandú, sobre o Rio Uruguai, para fornecer energia ao litoral norte do país. O outro gasoduto, chamado "Cruz del Sur", cujas obras começaram

em 2001, ingressará no Uruguai pela cidade de Colonia e destina-se a abastecer a região sul do país. As empresas integrantes do consórcio adjudicatário do gasoduto exploram a possibilidade de obter clientes no Estado do Rio Grande do Sul que viabilizem sua extensão até a cidade de Porto Alegre.

Com o objetivo de reduzir os custos de geração de eletricidade de fonte térmica, a empresa estatal de eletricidade (UTE) decidiu substituir as velhas usinas térmicas por unidades alimentadas a gás natural.

Uma alternativa de abastecimento de energia elétrica para o Uruguai são os processos de interconexão com os países vizinhos. Está em funcionamento uma estação conversora de frequência e voltagem nas proximidades das cidades de Rivera (Uruguai) e Santana do Livramento (Brasil), que permitirá a conexão das duas redes elétricas. Com a Argentina, assinou-se, em fins de janeiro de 2000, acordo de integração dos mercados elétricos dos dois países, que permite a importação de eletricidade pelo Uruguai a preços significativamente inferiores aos vigentes. O acordo abre a possibilidade de que os denominados "grandes consumidores" locais contratem suas compras de eletricidade, através da UTE, com quaisquer dos 44 geradores privados argentinos.

A UTE assinou com a empresa espanhola ENDESA e a franco - alemã ALSTOM um projeto de desenvolvimento com vistas ao estabelecimento de uma interconexão entre os sistemas elétricos do Brasil e do Uruguai, com capacidade de 1000 MW. Esse projeto inclui a construção de: i) uma central de geração de 780MW, em Paysandú, alimentada com gás natural argentino; ii) um sistema de extra alta tensão para o transporte de energia elétrica; e iii) uma estação conversora de frequência de 50 para 60 Hz.

A introdução do gás natural no país para o consumo doméstico e industrial, junto com a liberalização parcial dos monopólios das empresas estatais de eletricidade (UTE, já



aprovada no anterior Governo) e de petróleo (ANCAP, anunciada pela nova Administração), produzirão mudanças significativas no setor energético uruguaio. O Ministério da Indústria, Energia e Mineração estima que o gás deve chegar a representar num futuro próximo 20% da matriz energética uruguaia, em substituição ao petróleo.

Nesse quadro, a política governamental prevê a anulação do monopólio da importação e do refino de petróleo atualmente detido pela ANCAP e a progressiva liberalização da distribuição dos combustíveis. Foi realizado um "llamado a empresas interesadas" em associar-se com a ANCAP para operar a refinaria de "La Teja" e para fornecer combustíveis ao mercado local e regional.

O Governo instalou em junho de 2000 a "Unidad Reguladora de Energía Eléctrica", agência que vem trabalhando na regulamentação do recentemente desmonopolizado mercado de geração de eletricidade. Os processos de transmissão e distribuição permanecerão sob o monopólio da estatal UTE. A voltagem no Uruguai é de 220 Volts, e a ciclagem de 50 Hz.

Comunicações

Serviço telefônico

Na área de telecomunicações, de acordo com a ANTEL (empresa telefônica estatal detentora do monopólio da telefonia básica), havia no país, em 2000, cerca de 43 linhas telefônicas fixas ou celulares para cada 100 habitantes. Em setembro de 1997, foi completada a instalação de tecnologia digital na totalidade da rede telefônica, o que fez do Uruguai o sexto país no mundo e o primeiro nas Américas a usar tecnologia digital nos processos de comunicação e transmissão telefônica.

O país apresenta cobertura do sistema celular em todos os seus 19 Departamentos. Operam no Uruguai duas empresas de serviços telefônicos celulares: a ANCEL, de propriedade da ANTEL, e a MOVICOM, privada. Existem, igualmente, várias firmas locadoras de telefones celulares. (informações sobre empresas constam da seção "Anexos", item 8.6). Os telefones celulares brasileiros podem ser utilizados no Uruguai; recomenda-se ao usuário, entretanto, consultar seu servidor no Brasil sobre normas de operação.

No Uruguai, 12,5 de cada 100 habitantes são usuários de Internet, uma das densidades telefônicas mais altas da América Latina.

Serviço Radiofônico

Os serviços radiofônicos são bastante desenvolvidos. O Uruguai conta com mais de cem emissoras de rádio e vinte canais de televisão. Destes, o Estado possui um canal de TV na capital e uma rede no interior e rádios AM e FM. Existem, igualmente, 3 empresas de transmissão de televisão a cabo que, por convênio, destinam um de seus canais para uso da Intendência Municipal de Montevideu. Em 1996, o Uruguai contava com cerca de um milhão de aparelhos receptores de televisão e cerca de 89% dos lares de Montevideu possuíam televisão.

Imprensa

Os principais jornais uruguaios editados em Montevideu são: *El País*, *El Observador*, *La República* e *Ultimas Noticias*. Há também "semanários" informativos, dentre os quais os principais são: *Búsqueda*, *Brecha* e *Crónicas Económicas* (endereços Seção 3.3 - Veículos Publicitários).



4. Organização política e administrativa

Organização política

O Uruguai é uma república presidencialista. As eleições para autoridades nacionais e municipais são por voto obrigatório para os maiores de dezoito anos de idade.

Poder Executivo

O Presidente, eleito em votação popular para mandato de cinco anos, sem reeleição consecutiva, pelo sistema de 2 turnos, é auxiliado pelo Vice-Presidente e por um Conselho de Ministros. Os Ministérios são os seguintes:

- *Defensa Nacional*
- Deporte y Juventud
- Economía y Finanzas
- Educación y Cultura
- Ganadería, Agricultura y Pesca
- Industria, Energía y Minería
- Interior
- *Relaciones Exteriores*
- Salud Pública
- Trabajo y Seguridad Social
- Transporte y Obras Públicas
- Turismo
- Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente

Obs.: endereços e outros dados constam da seção "Anexos".

Poder Legislativo

Bicameral; Senado (31 membros) e Câmara de Deputados (99 membros). As eleições para senadores (em circuns-

crição nacional) e deputados (em circunscrição departamental) ocorrem na mesma data da eleição para o Presidente. O Vice-Presidente é também o Presidente do Senado e da Assembléia-Geral do Congresso.

Poder Judiciário

É composto pela Suprema Corte de Justiça (5 membros) e por tribunais de alçada especializados.

Partidos Políticos

Partido Colorado, Partido Nacional (Blanco); Encontro Progressista e Novo Espaço.

Organização Administrativa

O Uruguai está dividido em 19 Departamentos, cujas autoridades cuidam dos assuntos de caráter municipal:

- Artigas
- Canelones
- Cerro Largo
- Colonia
- Durazno
- Flores
- Florida
- Lavalleja
- Maldonado
- Montevideo
- Paysandú
- Río negro
- Rivera
- Rocha



Salto
San José
Soriano
Tacuarembó
Treinta y Tres

5. Organizações e acordos internacionais

No plano político, o Uruguai é membro da Organização das Nações Unidas (ONU – Internet: <http://www.un.org>) e da Organização dos Estados Americanos (OEA – <http://www.oas.org>). Nos planos econômico-comercial e financeiro, pertence às seguintes organizações, entre outras:

Mercosul

(<http://www.mercosur.org.uy/>);

OMC – Organização Mundial do Comércio

(<http://www.wto.org/>);

FMI – Fundo Monetário Internacional

(<http://www.imf.org/>);

ALADI – Associação Latino-Americana de Integração

(<http://www.aladi.org/>);

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento (

<http://www.iadb.org/>);

Banco Mundial

(<http://www.worldbank.org/>);

Vale mencionar que a Secretaria-Geral da ALADI e a Secretaria Administrativa do Mercosul estão localizadas em Montevidéu.

Recentemente, o Diretor-Geral da UNIDO (Organização das Nações Unidas para a Cooperação e o Desenvolvimento Industrial) anunciou a abertura, em Montevidéu, do primeiro escritório sub-regional daquele organismo na América Latina, o qual ficará responsável pela coordenação das atividades desenvolvidas pela UNIDO no Cone Sul (Argentina, Chile, Paraguai, Peru e Uruguai).



II – ECONOMIA, MOEDA E FINANÇAS

1. Conjuntura Econômica

Até 1998 a economia uruguaia registrou uma década de expansão produtiva com marcado aumento dos investimentos, num quadro de progressiva estabilidade de preços. Entre 1989 e 1998, com exceção de 1995, a economia uruguaia registrou expansão sustentada, tendo aumentado seu PIB numa média anual de 3,6%.

Essa trajetória foi interrompida em 1999 quando, sobretudo em decorrência da queda do preço das commodities e da desvalorização do Real, o PIB uruguaio apresentou diminuição de 3,2%, o pior registro desde a recessão de 1982-83.

Produto Interno Bruto – setores selecionados (var. %)

Setores	1996	1997	1998	1999	2000
Agropecuária	9,5	-6,2	6,9	-7,8	-2,7
Pesca	-1,2	9,8	4,7	-34,5	5,3
Extrativa Mineral	7,6	2,6	15,0	2,6	-9,8
Indústrias manufatureiras	4,0	5,9	2,3	-8,4	-2,4
Eletricidade, gás e água	4,3	7,0	14,6	-3,1	5,9
Construção	-1,8	2,4	8,5	3,3	-8,9
Comércio, restaurantes e hotéis	6,0	8,8	2,2	-3,3	-5,5
Transporte e comunicações	8,0	6,0	4,4	3,5	2,4
Serviços financeiros	5,2	4,7	6,4	6,4	2,2
Outros serviços	2,2	3,4	2,7	-0,8	0,0
Total	5,6	4,9	4,6	-3,2	-1,3

Fonte: Banco Central do Uruguai.

Em 2000, afetada por uma inusitada combinação de circunstâncias adversas, externas e internas, a economia uruguaia continuou em recessão. O aumento dos preços do petróleo e das taxas de juros internacionais, a desvalorização do euro e a situação de instabilidade na Argentina agravaram e aprofundaram o quadro recessivo começado no ano anterior. O ano fechou com nova queda do PIB de 1,3%. No primeiro trimestre de 2001, esse indicador registrava nível 1,1% inferior ao de igual período de 2000.

Entre 1991 e 1998 o Uruguai havia experimentado uma significativa expansão dos investimentos, com uma crescente participação de investidores estrangeiros. As incorporações de capital fixo aumentaram numa média anual de 10% no período, passando de 12,1% do PIB em 1990 para 14,9% do PIB ao finalizar esse período.

Em 1999 e 2000, a situação econômica regional e as incertezas derivadas do período eleitoral uruguaio levaram a uma queda de 19% nesses investimentos que, nesse último ano, somaram US\$ 2,64 bilhões (13,2% do PIB).

Segundo estudo elaborado pelo "Instituto Uruguay XXI", entre 1995 e 1999 o país recebeu investimentos estrangeiros diretos no valor de US\$ 3,13 bilhões e, em 1999, existiam projetos em vias de implementação até o ano 2003 no valor de US\$ 1,46 bilhão.

O Uruguai apresenta percentagens significativas de desemprego e sub-emprego. Os resultados da última "Pesquisa de Lares", realizada pelo Instituto Nacional de Estatística e publicada em maio de 2001, mostram que na média anual de 2000 o número de desempregados situou-se em 167,7 mil e que os denomina-



dos empregos precários somaram 264 mil. Assim, os problemas de emprego afetavam a quase 35% da população economicamente ativa (1.235,3 mil pessoas).

A taxa de desemprego, após apresentar um mínimo de 9,8% no segundo trimestre de 1998, experimentou tendência crescente devido à prolongada situação recessiva local, à difícil situação do setor agropecuário e à diminuição do gasto público. A última informação disponível situa o desemprego em 15,6% no trimestre março – maio de 2001.

Desde abril de 1991, as sucessivas administrações uruguaias têm dado prioridade ao controle da inflação. A persistência no controle do déficit público somada à adoção de mecanismos que alongaram os períodos de reajuste dos salários e das tarifas públicas levaram a uma redução sustentada da inflação que, medida pela evolução dos preços ao consumidor, situou-se em 4,3% nos doze meses finalizados em 30.06.2001.

Comportamento dos índices de preços

Discriminação	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Preços ao Cons.	35,4%	24,4%	15,2%	8,6%	4,2	5,1
Preços no Atacado	27,7%	23,5%	13,3%	3,3%	-0,3	9,5

Fonte: INE – Instituto Nacional de Estadística.

Quanto ao processo de controle das contas públicas, logrou-se um declínio sustentado do déficit do Setor Público Global, que passou de 2,8% do PIB em 1994 para um total de apenas 0,9% em 1998. Uma parte importante do déficit público nos últimos anos foi financiada com endividamento externo, aproveitando o “investment grade” atribuído à dívida uruguaia pelas principais qualificadoras internacionais.

A partir do segundo semestre de 1998, e nos dois anos seguintes, a situação recessiva prevalente gerou uma queda da receita tributária e levou a um aumento significativo do déficit do Setor Público, que atingiu um máximo em abril de

2000 (4,8% do PIB), quando começou uma tendência levemente descendente. Nos doze meses finalizados em 31.12.00, o déficit público totalizou US\$ 811 milhões, montante equivalente a 4,0% do PIB.

2. Principais setores de atividade

A atividade agropecuária é a mais importante do Uruguai, nem tanto por sua contribuição direta à formação do PIB quanto por sua influência no setor industrial, nas exportações do país e nos serviços financeiros e de transporte.

Entre 1989 e 1998, a produção agropecuária foi um dos motores da expansão registrada pela economia uruguaia. O PIB setorial cresceu numa média anual de 3,8 % cumulativos nesse período, abrangendo a expansão da maior parte dos itens setoriais, com exceção da lã. Uma exploração mais intensiva e um incremento da produtividade setorial foram os fatores que possibilitaram a expansão produtiva, num quadro de crescente desregulamentação, de menor intervenção estatal e de contínuo melhoramento técnico.

No segundo semestre de 1999, em decorrência das crises asiática e regional, a queda da demanda externa e o aviltamento dos preços internacionais dos principais produtos agroindustriais levaram a quedas significativas no PIB do setor agropecuário uruguaio, que concluiu o ano com diminuição de 7,8% na produção.

Entre setembro de 1999 e abril de 2000, o Uruguai sofreu uma forte e prolongada estiagem que provocou danos consideráveis na produção agrícola, além de escassez de forragem para o gado bovino e ovino. O Ministério da Agricultura estimou para o ano de 1999 uma perda de produção equivalente a US\$ 250 milhões, como efeito da seca e da queda dos preços internacionais dos principais produtos de exportação do Uruguai.



Nesse quadro, agravado logo em seguida pelo surto de febre aftosa que afetou à pecuária uruguia em abril de 2001, e em resposta às demandas das entidades de classe do setor, o Governo adotou, em 2000 e 2001, diversas medidas fiscais e financeiras visando ao alívio da difícil situação financeira das empresas agropecuárias.

Estrutura do Produto Interno Bruto, 2000

Setores de atividade	% do total
Agropecuária e silvicultura	5,6
Pesca	0,1
Mineração	0,3
Indústrias manufatureiras	16,1
Eletricidade, gás e água	4,0
Construção	5,6
Comércio	12,7
Transporte e comunicações	8,7
Finanças	9,8
Governo Geral	9,4
Outros serviços	27,7

Fonte: Banco Central do Uruguai.

Pecuária

Em 2000 a produção pecuária (carnes bovinas e ovinas, lã, leite, etc.) representava a principal atividade dos 56% das propriedades rurais, atingindo 82% da área pesquisada pelo Censo Geral Agropecuário feito em 2000. Segundo estimativas oficiais, em meados de 2000, o rebanho bovino era de 10,4 milhões de cabeças enquanto os animais ovinos somavam 13,0 milhões.

Segundo o Instituto Nacional de Carnes (INAC), em 2000 foram abatidas 1,86 milhões de cabeças de gado bovino (cifra 5% inferior ao abate recorde registrado em 1997), gerando nesse ano uma produção de carne estimada em 480 mil toneladas.

A expansão do subsetor bovino deu-se de forma paralela à queda da produção de lã originada pela contração sustentada da demanda internacional. Na safra 1999/2000, a produção de lã totalizou 54 mil toneladas, o menor volume do século XX. Como subproduto do abate de gado bovino e ovino, o Uruguai é um importante produtor de couros e manufaturas de couro, produtos que representam um significativo item de exportação.

A produção de leite e de laticínios tem registrado uma contínua expansão nas duas últimas décadas. As estimativas oficiais indicam que o ingresso de leite nas usinas industrializadoras, que em 1990 era de 678 milhões de litros anuais, chegou a 1.153 milhões de litros em 1999. A estiagem que afetou o país em fins daquele ano e início do ano seguinte provocou uma queda na produção (1.035 milhões de litros em 2000) que se estima transitória. Em 2000, o consumo de leite fluido totalizou 232 milhões de litros, cifra equivalente a 22,4% do total. O volume restante foi industrializado e destinado basicamente à exportação.



Produção pecuária – indicadores selecionados

Discriminação	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Carne bovina (animais abatidos)	1.391.605	1.701.905	1.959.296	1.829.772	1.752.340	1.858.316
Leite (em milhões de litros)	945	971	1.001	1.116	1.153	1.035
Lã (toneladas base lã suja)	81.649	75.917	81.847	75.503	60.293	54.000

Fontes: Banco Central do Uruguai, M.G.A y P. e INAC – Instituto Nacional de Carnes.

Agricultura

No tocante à produção agrícola, numa área que representa pouco mais de 3 % do território, desenvolvem-se no Uruguai os cultivos de cereais e de oleaginosas, basicamente: arroz (1 milhão e 175 mil toneladas no ano finalizado em 30.6.00), trigo (384 mil toneladas), cevada (110 mil toneladas), milho (65 mil toneladas) e girassol (33 mil toneladas). Nesse ano agrícola, as superfícies semeadas viram-se reduzidas pela incidência de fenômenos climáticos adversos e pela queda dos preços das commodities.

O país chegou em 1999 a significativos volumes de produção após um processo de contínuo incremento da superfície cultivada, que passou de 576 mil hectares em 1987 para 715

mil hectares em 1999, e da produtividade. O volume total da colheita de grãos, que era de 1 milhão e 790 mil toneladas em 1987, passou para 2 milhões e 612 mil toneladas no período de 1.7.98 a 30.6.99 (+ 46 %), para cair para 1 milhão e 785 mil toneladas no ano seguinte.

Com base em um sistema de promoção fiscal e creditícia, o Uruguai vem desenvolvendo, desde o início da década, a produção florestal, de maneira a aproveitar 3,5 milhões de hectares pouco aptos para a produção agropecuária. Em 2000, as exportações de papel e produtos de papel somaram US\$ 61,2 milhões, as de madeira em bruto US\$ 40,5 milhões e as de manufaturas de madeira superaram os US\$ 20 milhões.



Produção agrícola – indicadores selecionados
(em mil toneladas)

Discriminação	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Arroz	804,1	967,5	1.037,0	949,8	1.301,9	1.174,8
Trigo	485,0	392,9	649,7	504,8	559,2	383,9
Cevada	177,0	329,0	340,6	198,6	196,0	109,9
Milho	108,4	128,1	162,1	203,3	242,5	64,7
Girassol	119,6	112,3	114,0	78,5	160,7	33,3
Sorgo	135,8	92,1	129,7	91,1	106,1	19,9
Cana de açúcar	201,8	190,2	208,2	167,2	160,0	s/d

Fonte: Ministério da Pecuária, Agricultura e Pesca.

Indústria

A indústria uruguaia, responsável pela geração de quase uma quinta parte do PIB, tem experimentado profundas transformações nos últimos vinte anos que, considerada uma relativa estagnação do conjunto da atividade, envolvem realidades setoriais bem diferenciadas. Cabe assinalar que o reduzido tamanho do mercado interno uruguaio faz com que o setor industrial enfrente problemas de escala de produção, circunstância atenuada, em parte, pelo mercado ampliado do Mercosul.

A integração do Uruguai no mercado regional e a queda das tarifas de importação oriunda de terceiros países, efetivada durante a administração Lacalle (1990 – 1995), aprofundaram o processo de reconversão industrial que tivera início em meados dos anos 70, quando começou a redução da proteção tarifária. Nesse quadro, a produção industrial registrou avanços e recuos, tendo finalizado 2000 em um nível 5,5% inferior ao registrado em 1990. Em termos de uma expansão produtiva geral, essa trajetória provocou diminuição da participação da indústria no PIB total : de 25,7% no começo desse período, para 18,1% registrados em 2000.

Em forma paralela, nos anos noventa, registrou-se uma significativa redução do emprego no setor industrial, que passou de 171,4 mil trabalhadores em 1988, para 85,5 mil pessoas ocupadas no setor em 2000 (quase 15% da população ocupada). Variados fatores explicam esse processo de perda de importância da indústria no conjunto da economia e de decadência de seu papel de geradora de emprego. Como em outros países, verifica-se na indústria uruguaia um processo crescente de terceirização de atividades, ficando na empresa as atividades essenciais e derivando-se para outras empresas, menores em geral, a prestação de serviços conexos, fato que explica de forma parcial a diminuição de vagas na indústria.

No mesmo período, ocorreu um aumento da produtividade nas empresas, resultado de reformas destinadas a reduzir os custos de produção e a melhorar a competitividade, como forma de compensar os efeitos da relativa valorização da moeda uruguaia, que teve sua maior incidência entre 1992 e 1995. Segundo estimativa da “Cámara de Industrias del Uruguay” (CIU), a produtividade média do conjunto da indústria aumentou a um ritmo anual de 6,1% entre 1988 e 1998.



Produto Industrial Bruto - Estrutura percentual (1996)

Setores	%
Refino de petróleo	14,9
Bebidas sem álcool	5,8
Cevada maltada	5,7
Frigoríficos	5,6
Padaria, biscoitos, massas, etc.	5,2
Farmacêutica	5,2
Fumo	4,5
Fios e tecidos têxteis	4,5
Edição e Impressão	4,2
Laticínios	3,4
Vestuário	3,0
Cervejarias e fabricação. de malte	3,0
Curtumes	2,6
Plásticos	2,5
Moinhos	2,3
Outros	27,6
Total	100,0

Fonte: Instituto Nacional de Estadística.

Após três anos de expansão sustentada (4,0% em 1996, 5,9% em 1997 e 2,3% em 1998), no biênio 1999 - 2000 a indústria uruguaia foi seriamente afetada pela diminuição do comércio regional e pela recessão do mercado interno. Segundo dados do Banco Central do Uruguai (BCU), nesses dois anos a produção do setor registrou queda acumulada de 10,7% com relação ao último ano de expansão.

Do ponto de vista setorial, nos anos noventa a integração regional e o aumento da demanda interna permitiram a expansão dos ramos de alimentação, bebidas, fumo, papel, plásticos e de material de transporte. Esses setores dirigem suas exportações basicamente para o Brasil e para a Argentina e foram favorecidos pela expansão das importações desses países quando da implementação dos respectivos planos de es-

tabilização. Enquanto isso, a perda de competitividade da produção local e a queda da proteção tarifária afetou a produção dos setores fabricantes de máquinas e produtos metálicos, de produtos têxteis, de vestuário, de manufaturas de borracha e de produtos químicos.

Evolução da Produção Manufatureira

Ano 1995 = 100,0

Setores	1996	1997	1998	1999	2000
Alimentos	109	119	122	119	114
Bebidas	98	107	105	111	108
Fumo	111	122	138	152	135
Têxteis	98	104	83	62	66
Vestuário	103	117	99	65	60
Couro	125	117	114	108	130
Papel	120	136	145	148	152
Gráficas	105	112	129	112	98
Químicos	99	80	80	78	70
Refino de petróleo	116	110	140	119	141
Borracha	86	101	78	64	59
Minerais não-metálicos	102	121	127	109	90
Metálicas básicas	98	107	112	105	101
Máquinas e produtos elétricos	124	151	162	132	109
Material de transporte	46	74	148	113	163
TOTAL	104	110	116	106	107

Fonte: Instituto Nacional de Estadística.

Uma proporção significativa das exportações dos mais importantes setores manufatureiros uruguaios tem como mercado de destino o Brasil: produtos de borracha (70,3% do total em 2000), produtos de plástico (57,2%), indústria de moagem (54,2%), laticínios (53,3%),.. vestuário (17,8%) e carnes (13,0%).



Serviços

O setor terciário é relevante na atividade econômica uruguaia, tanto no que diz respeito à contribuição para a formação do PIB (68% em 2000), quanto no que tange à utilização de mão-de-obra. Os setores de comércio, financeiro e de transporte e comunicações, nesse ordem, são os setores de serviços mais relevantes no Uruguai.

O setor de "Comércio, Restaurantes e Hotéis" contribuiu com 12,7% na formação do PIB em 2000. Sua importância deriva do desenvolvimento do setor importador, consequência da abertura comercial e da relevância do setor turístico para a economia uruguaia.

Em 1999, o Uruguai recebeu 2,3 milhões de turistas, basicamente argentinos (67%), uruguaios residentes no exterior (17%) e brasileiros (7%). Os turistas brasileiros somaram 153,7 mil em 1999. A entrada de turistas brasileiros no Uruguai registrou aumento sustentado desde o ano de 1992, quando totalizaram 121,8 mil pessoas, até 1998, quando o número chegou a 212,2 mil.

Os visitantes do exterior concentram suas visitas no verão, período que vai de novembro a março. Cumpre notar, entretanto, que o fluxo turístico vê-se modificado pela evolução das economias e as mudanças cambiais no âmbito regional.

Segundo estimativa do Banco Central do Uruguai, em 2000, o turismo gerou receitas da ordem de US\$ 652 milhões, cifra que representou quase 18% das exportações de bens e serviços naquele ano.

Desde meados dos anos setenta, a economia uruguaia apresenta um amplo grau de abertura financeira, caracterizado pela existência de total liberdade para a movimentação de capitais e para a determinação das taxas de juros, regime de "segredo bancário", exonerações tributárias à posse de ativos financeiros e liberdade para a realização de operações "off-shore".

Montevideu constitui um centro financeiro regional, onde os não-residentes (fundamentalmente argentinos) tinham depositados no sistema bancário, em novembro de 2000, US\$ 4,72 bilhões e possuíam títulos emitidos pelo Estado uruguaio em moeda estrangeira em montantes significativos. Por outro lado, operando como bancos "off shore", os créditos do sistema bancário uruguaio a não-residentes totalizavam nessa data US\$ 1,34 bilhão.

3. Moeda e Finanças

Moeda

A moeda do país é o Peso uruguaio (\$), equivalente a 100 centésimos. As taxas cambiais médias do Peso uruguaio em relação ao Dólar americano e ao Real foram as seguintes, nos últimos anos:

Paridades	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Dólar USA (US\$)	6,35	7,97	9,44	10,47	11,33	12,10
Real (R\$)	6,91	7,77	8,49	8,76	6,26	6,34

Fonte: Banco Central do Uruguai.

Existe no Uruguai um mercado cambial totalmente livre, sem restrições às transações e à posse de moedas e metais preciosos. Nesse quadro, o Uruguai adotou um sistema de flutuação cambial e fixou, a partir de junho de 2001, uma banda de 6% e taxa de depreciação de 1,2% mensais, equivalente a 15,4% anuais.

As transações cambiais são realizadas por meio dos bancos autorizados, casas bancárias e casas de câmbio, que necessitam de autorização do Banco Central para operar no mercado.

Não há limitação para a abertura de contas de não-residentes. A taxa de juros incidente sobre depósitos em moeda estrangeira de não-residentes é livremente negociada entre o cliente e o banco.



Em função do bom desempenho econômico do país, o Uruguai possui a qualificação "investment grade" outorgada por firmas classificadoras de risco internacional, o que estimula os investimentos estrangeiros no país e a colocação de títulos uruguaios no exterior.

Balanco de Pagamentos e Reservas Internacionais

Balanco de Pagamentos

Na segunda metade dos anos noventa, o Uruguai registrou contínuos saldos negativos nas transações correntes do país com o exterior, os quais foram mais que compensados pelo ingresso de capitais do exterior, determinando um significativo aporte de reservas internacionais para o país.

Os desequilíbrios registrados na conta corrente obedecem aos crescentes saldos deficitários que o Uruguai vem apresentando desde 1994 na sua balança comercial, consequência da abertura comercial, iniciada desde começos da década e aprofundada pela consolidação do Mercosul, e da relativa perda de competitividade da produção local, fruto também de uma evolução cambial desfavorável.

Balanco de Pagamentos, 1997-2000

(em US\$ milhões)

Discriminação	1997	1998	1999	2000
a) Balança Comercial (fob)	- 704	- 772	- 896	- 936
Exportações	2.793	2.829	2.290	2.380
Importações	- 3.497	- 3.601	- 3.186	-
3.316				
b) Serviços (líquido)	525	436	445	467
Receita	1.417	1.306	1.240	1300
Despesa	- 892	- 870	- 795	- 833
c) Renda (líquido)	- 192	- 198	- 174	- 215
Receita	547	607	617	655
Despesa	740	805	791	870
d) Transferências correntes	74	59	74	66
e) Transações correntes (a+b+c+d)	- 297	- 475	- 551	- 618
f) Conta financeira (líquido)	538	697	438	875
Investimentos diretos (líquido)	113	154	229	171
"Portfolio" (líquido)	174	419	128	376
Outros (líquido)	251	123	81	328
g) Erros e omissões	89	139	126	- 86
i) Saldo (e+f+g)	330	361	13	171

Fonte: Banco Central do Uruguai.



O saldo da conta financeira apresentou-se superavitário ao longo do período analisado, em função da significativa receita derivada dos investimentos diretos, as colocações no exterior de títulos públicos e os depósitos bancários de não-residentes.

Reservas Internacionais

Em 31.12.2000, as reservas internacionais líquidas do Banco Central somavam US\$ 2,60 bilhões, montante equivalente a nove meses de importações e a três vezes o volume de moeda uruguaia em poder do público. Cabe ressaltar que, desde 1992, o Uruguai tem registrado, em todos os anos, aumento sustentado de suas reservas internacionais, somando até 2000 ganhos de US\$ 1,8 bilhão.

Sistema Bancário

O sistema bancário é regulamentado pelo Banco Central do Uruguai (BCU). Atualmente, operam no país dois bancos estatais (o Banco da República Oriental do Uruguai e o Banco Hipotecário), 19 bancos privados, 8 casas financeiras e 11 instituições financeiras externas (*off-shore*), que têm autorização do Banco Central do Uruguai para intermediar apenas nas operações financeiras entre partes não-residentes no país. Seis cooperativas de poupança e empréstimo e numerosas representações de bancos estrangeiros completam o sistema. Relação dos bancos comerciais que operam no Uruguai consta na seção 7 dos "Anexos".

Com vistas a fortalecer o mercado de capitais, foram aprovadas na Administração passada as Leis de "Mercado de Valores y Obligaciones Negociables" (maio de 1996) e de "Fondos de Inversión" (setembro de 1996) e o Banco Central regulamentou o funcionamento dos fundos de investimento e das qualificadoras de risco locais, com o objetivo de dar maior transparência ao mercado.

Finanças Públicas

Ao longo da maior parte da década dos noventa, o esforço governamental para manter sob controle as contas públicas mostrou sucesso continuado, refletido no gradual declínio do déficit do Estado, que passou de 2,8% do PIB, em 1994, para 0,9%, em 1998.

A partir do segundo semestre de 1998, e nos dois anos seguintes, a situação recessiva prevalecente gerou uma queda da receita tributária e levou a um aumento significativo do déficit do Setor Público que atingiu um máximo em abril de 2000 (4,8% do PIB), quando começou uma tendência levemente descendente, para situar-se em 4,0% do PIB ao finalizar o ano 2000.

Uma parte significativa do déficit público nos últimos anos foi financiada com endividamento externo, aproveitando o "investment grade" atribuído à dívida uruguaia pelas principais qualificadoras internacionais.



III – COMÉRCIO EXTERIOR

1. Evolução Recente

Desde 1991, o Uruguai registra crescentes déficits na sua balança comercial, conseqüência da expansão das importações, que superou amplamente o dinamismo das exportações.

No início da década dos noventa, junto com o início da implementação do Mercosul, o Uruguai desenvolveu um programa de rebaixamento tarifário para os produtos procedentes de terceiros países. Igualmente, começou a aplicar uma política de abatimento da inflação baseada na contenção do ritmo de desvalorização da moeda local, em forma paralela aos processos de estabilização desenvolvidos primeiro na Argentina (a partir de 1991) e depois no Brasil (a partir de 1994).

Os processos de estabilização adotados pelos três países, com o conseqüente aumento dos preços internos em dólares, ao tempo que estimularam as importações uruguaias, levaram a que essas compras fossem desviadas na sua maior parte para os mercados fora do Mercosul.

As importações uruguaias totais, que em 1990 somavam US\$ 1,34 bilhão, aumentaram até US\$ 3,81 bilhões em 1998, o que representa aumento médio anual cumulativo de 13,9% no período. No biênio seguinte, a recessão que afetou a

economia uruguaia provocou uma queda das importações. Em 2000, o Uruguai importou mercadorias no valor de US\$ 3,47 bilhões.

A progressiva vigência dos mecanismos do Tratado de Assunção possibilitaram ao Uruguai a expansão sustentada de suas exportações. O valor das exportações totais do Uruguai, que em 1991 somava US\$ 1,61 bilhão, expandira-se até atingir US\$ 2,77 bilhões em 1998, acumulando aumento médio de 6,4% anuais.

As vendas de produtos uruguaios para os países do Mercosul, que no ano da assinatura do Tratado totalizavam US\$ 581 milhões (36,2% do total), aumentaram até US\$ 1,53 bilhão (55,3% do total) em 1998. Mais de 81% da expansão das exportações uruguaias totais registrada no período refletiu o aumento das vendas aos países do Mercosul.

Em 1999, a diminuição da demanda entre os parceiros do Mercosul e a queda dos preços internacionais das 'commodities' determinaram uma redução significativa das exportações do país, seguida em 2000 por apenas uma recuperação menor. Em 2000, as exportações uruguaias totalizaram US\$ 2,30 bilhões, montante 17,1% inferior ao registrado em 1998.



Evolução do comércio exterior, 1993-2000
(em US\$ milhões)

Anos	Exportações(fob)		Variação(%)	Importações(cif)	
	Variação(%)	BalançaComercial			
1990	1.693	s/d	1.343	s/d	350
1991	1.605	- 5,2	1.637	21,9	- 32
1992	1.703	6,1	2.045	25,0	- 342
1993	1.645	- 3,4	2.326	13,7	- 681
1994	1.913	16,3	2.786	19,8	- 873
1995	2.106	10,1	2.875	3,2	- 769
1996	2.397	13,8	3.336	16,0	- 939
1997	2.726	13,7	3.727	11,7	- 1.001
1998	2.771	1,7	3.811	2,2	- 1.040
1999	2.237	- 19,3	3.357	- 11,9	- 1.120
2000	2.295	2,6	3.466	3,2	- 1.171
mai'00-abr'01	2.321	1,1	3.368	- 2,8	- 1.047

Fonte: Banco Central do Uruguai.

Até 1998, o intercâmbio comercial uruguaio (soma de exportações fob e importações cif) apresentou significativa expansão, evoluindo de US\$ 3,04 bilhões em 1991 para US\$ 6,58 bilhões em 1998. Em 2000, o valor do comércio uruguaio global retrocedeu para situar-se em US\$ 5,76 bilhões.

A balança comercial registrou, ao longo da década, crescentes saldos negativos, aumentando o déficit: dos US\$ 32 milhões registrados em 1991 para os US\$ 1,17 bilhão com que fechou o ano 2000.

2. Direção do comércio

A criação do Mercosul reforçou substancialmente os laços comerciais entre o Uruguai e os demais países integrantes do bloco. Em 2000, pouco mais de 44% do comércio exterior do Uruguai foi realizado com seus vizinhos do Mercosul e o Brasil figurou como o segundo parceiro comercial, logo após a Argentina. No plano externo, a União Européia e os países do NAFTA são os outros parceiros relevantes.



Intercâmbio comercial do Uruguai – 2000
(em US\$ milhões)

Discriminação	Export.(fob)	Part.(%)	Import.(cif)	Part.(%)	Interc.Comer.	Part.(%)
Total	2.295	100,0	3.466	100,0	5.761	100,0
MERCOSUL	1.022	44,5	1.518	43,8	2.540	44,1
Brasil	530	23,1	667	19,2	1.197	20,8
Argentina	410	17,9	836	24,1	1.246	21,6
União Européia	371	16,2	634	18,3	1.005	17,4
NAFTA	180	7,8	336	9,7	516	9,0

Fonte: Banco Central do Uruguai.

Até 1999, o Brasil tinha mantido a posição de principal parceiro comercial do Uruguai. No ano seguinte, consolidando uma tendência já iniciada no ano anterior, a Argentina ocupou essa posição como resultado, entre outros fatores, do aumento do preço internacional do petróleo e de seus destilados, que o Uruguai compra naquele mercado, e da perda de competitividade da produção uruguaia no mercado brasileiro, após a desvalorização do Real.

a) Exportações

No tocante às exportações uruguias, o Brasil tem sido, nos últimos 25 anos, com exceção de 1992, o principal mercado de destino para as vendas externas do Uruguai. A partici-

pação brasileira na pauta de exportações uruguias chegou a atingir recorde de 34,7% em 1996 para descender até os 23,1% registrados em 2000.

A Argentina manteve-se, ao longo dos anos noventa, como o segundo mercado de destino para as exportações uruguias, registrando sua participação relativa no total das exportações do país numa percentagem média de 17,7% no triênio 1998 - 2000.

Fora do âmbito do Mercosul, a União Européia e os países do NAFTA figuraram, nessa ordem, como mercados relevantes para as exportações uruguias, atingindo participações relativas de 17,7% e 10,5% respectivamente naquele período.



Direção das exportações
(em US\$ milhões - fob)

Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000
MERCOSUL	1.152,0	1.355,2	1.532,3	1.007,2	1.022,1
Argentina	271,5	354,3	513,2	368,9	409,8
Brasil	831,0	940,2	935,2	557,1	530,4
Paraguai	49,5	60,7	83,9	81,2	81,9
União Européia	467,4	515,7	456,0	438,9	370,8
Alemanha	113,0	120,4	112,1	111,0	90,1
Espanha	57,2	58,7	55,2	69,5	59,6
França	26,9	24,6	20,7	18,4	16,5
Itália	84,8	91,1	78,7	72,1	69,3
Países Baixos	59,2	58,2	53,7	49,5	32,9
Reino Unido	86,1	116,8	94,0	80,5	71,6
Outros EU	40,2	46,2	41,6	37,9	30,8
Nafta	208,6	222,0	208,6	229,2	328,1
Canadá	14,6	28,8	24,4	45,0	60,4
EUA	167,1	160,8	158,4	140,8	179,7
México	26,9	32,4	25,8	43,4	88,0
Ásia	272,7	274,4	190,0	173,8	217,2
China	116,3	123,2	76,5	61,9	91,3
Coréia do Sul	11,2	10,2	3,5	4,4	16,4
Japão	24,9	28,7	21,9	23,5	34,6
Demais	120,3	112,3	88,1	84,0	74,9
Oriente Médio	92,3	109,5	107,3	135,4	111,1
África	18,9	22,6	28,9	26,7	41,4
Demais Países	185,3	226,3	245,6	225,9	204,5
Total	2.397,4	2.725,8	2.768,7	2.237,1	2.295,2

Fonte: Banco Central do Uruguai.



b) Importações

Os países do Mercosul respondem, também, por parcela majoritária da demanda externa uruguaia. No triênio 1998 - 2000, a Argentina, o Brasil e o Paraguai, em conjunto, foram responsáveis pelo fornecimento de 43,6% das importações uruguaias. Naquele período, a Argentina situou-se como o principal fornecedor mundial do mercado uruguaio, com participação de 23,3%, deixando o segundo lugar para o Brasil, com participação de 19,9% no período analisado. Cabe assinalar que no biênio 1999 - 2000, 14,2% das compras uruguaias na Argentina corresponderam a petróleo e destilados.

No período 1998 - 2000, a União Européia, tomada no seu conjunto, forneceu o equivalente a 19,3% da demanda uruguaia, os países do NAFTA participaram com 13,0% e os países asiáticos absorveram 10,0% do total das aquisições externas uruguaias.

Origem das importações
(em US\$ milhões - cif)

Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000
MERCOSUL	1.461,6	1.616,3	1.651,5	1.461,6	1.517,7
Argentina	690,8	790,7	841,7	795,5	836,1
Brasil	745,5	801,9	793,4	651,6	666,5
Paraguai	25,3	23,7	16,4	14,5	15,1
União Européia	644,9	717,7	787,8	626,3	634,2
Alemanha	100,5	117,7	125,1	97,9	105,4
Espanha	103,4	116,6	140,7	113,3	113,7
França	117,9	119,9	117,5	140,4	145,4
Itália	171,4	170,6	176,5	123,8	110,0
Países Baixos	22,3	31,7	26,8	26,9	24,1
Reino Unido	52,4	65,7	59,0	45,6	63,8
Outros UE	77,0	96,5	142,2	78,4	71,9
Nafta	471,8	513,6	524,7	462,5	398,0
Canadá	25,3	29,0	21,5	48,4	23,4
EUA	397,6	432,2	459,8	375,4	336,2
México	48,9	52,4	43,4	38,7	38,4
Ásia	303,9	384,6	418,6	327,3	316,7
China	49,5	63,9	78,7	89,0	112,2
Coréia do Sul	61,2	78,4	81,7	55,0	44,9
Japão	72,1	97,1	92,7	69,4	57,3
Demais	121,1	145,2	165,5	113,9	102,3
Oriente Médio	75,7	102,8	31,7	79,6	31,6
África	85,9	36,0	86,0	36,6	132,8
Demais Países	279,0	345,0	310,2	362,6	434,8
Total	3.322,8	3.716,2	3.810,5	3.356,8	3.465,8

Fonte: Banco Central do Uruguai.



3. Composição

a) Exportações

Os produtos da agro-indústria (carne bovina, couros e suas manufaturas, têxteis de lã, arroz, laticínios, vestuário e cevada, nessa ordem) são, tradicionalmente, os principais itens da pauta exportadora uruguaia. Em 2000, esses produtos representaram quase 60% das exportações de mercadorias. Automóveis e produtos químicos são os outros itens relevantes que têm mostrado uma dinâmica significativa nos anos recentes.

A carne bovina é o principal produto de exportação do Uruguai. Em 2000, as vendas ao exterior de carne bovina uruguaia totalizaram 267 mil toneladas, peso carcaça, no valor de US\$ 363,3 milhões (16 % do valor total das exportações uruguaias). Nesse ano, Israel foi o maior comprador e o Brasil foi o quarto mercado para a colocação da carne bovina do país, havendo comprado 26,3 mil toneladas peso carcaça, no valor de US\$ 36,6 milhões.

O surto de febre aftosa que afetou a pecuária uruguaia em abril de 2001 determinou a perda dos mercados dos países do NAFTA e de outros países da Ásia, para os quais a indústria frigorífica e o próprio governo uruguaio haviam orientado seus esforços para expandir as exportações. Em decorrência dessa situação, o Brasil voltou ao primeiro plano das expectativas dos frigoríficos e do Instituto Nacional de Carnes (INAC), como o melhor mercado para a colocação de carne bovina uruguaia.

Exportações – Principais categorias de produtos

(em US\$ milhões – fob)

Discriminação	1999	Part. (%)	2000	Part. (%)
Indústria Frigorífica	431,5	19,3	484,1	21,1
Curtumes e marroquinaria	180,8	8,1	226,2	9,9
Têxteis	192,4	8,6	206,9	9,0
Moagem	179,0	8,0	169,2	7,4
Material de transporte	130,1	5,8	161,8	7,0
Produtos químicos	131,1	5,9	140,5	6,1
Laticínios	156,5	7,0	129,7	5,7
Produtos do mar	91,9	4,1	102,1	4,4
Vestuário	90,6	4,0	83,7	3,6
Produtos alimentícios diversos	69,7	3,1	63,3	2,8
Papel e produtos de papel	51,3	2,3	61,2	2,7
Fumo	54,6	2,4	59,5	2,6
Metálicos básicos	37,7	1,7	43,9	1,9
Borracha e suas manufaturas	39,8	1,8	40,8	1,8
Extração de madeira	35,7	1,6	40,5	1,8
Agrícolas	131,6	5,9	40,1	1,7
Pecuários	43,3	1,9	35,8	1,6
Minerais não-metálicos	33,8	1,5	29,7	1,3
Plásticos	23,0	1,0	24,5	1,1
Máquinas e aparelhos elétricos	17,2	0,8	11,7	0,5
Outros	115,5	5,2	140,0	6,0
Total	2237,1	100,0	2.295,2	100,0

Fonte: Banco Central do Uruguai.



Obs.: grupos de produtos listados em ordem decrescente de participação, com base nos valores registrados para o ano de 2000.

Como subproduto do abate de gado bovino e ovino, o Uruguai dispõe de um importante volume de couros que exporta com diversos graus de beneficiamento. Em 2000, as exportações uruguaias de couros e suas manufaturas somaram US\$ 263,9 milhões.

O setor têxtil também é significativo nas exportações uruguaias. Em 2000, foram exportadas 71,4 mil toneladas de lã com diversos graus de beneficiamento, no valor de US\$ 129,2 milhões. Também foram vendidos ao exterior, nesse ano, fios e tecidos de lã no valor US\$ 40,9 milhões. Com relação às outras fibras têxteis, o Uruguai produz e exporta fios e tecidos de algodão e fibras sintéticas que em 2000 somaram US\$ 18,4 milhões.

O arroz é o principal produto agrícola de exportação do Uruguai. As vendas ao exterior de arroz industrializado somaram 741 mil toneladas em 2000, no valor de US\$ 164,9 milhões.

Em 1998, as exportações de laticínios haviam atingido valores de US\$ 182,5 milhões, o maior nível registrado na história do país. Essa cifra sofreu diminuição nos dois anos seguintes: em 2000, as exportações uruguaias de laticínios totalizaram US\$ 129,7 milhões. O Brasil adquiriu 53,3 % desse total, no valor de US\$ 68,9 milhões.

As exportações uruguaias de cevada, crua e maltada, não têm registrado variações significativas nos últimos anos, estando associadas às demandas da indústria brasileira de cerveja: em 2000 foram vendidas 157,3 mil toneladas de cevada, no valor de US\$ 44,3 milhões.

Inclui-se, a seguir, tabela contendo a evolução das exportações uruguaias, por Seções da NCM, para o período 1996 - 2000.



Exportações, por Seções da NCM

(em US\$ milhões – fob)

Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000
Animais vivos e produtos do reino animal	630,9	729,2	823,3	673,2	700,1
Produtos do reino vegetal	407,6	478,4	439,9	353,6	255,1
Produtos alimentícios, bebidas e tabaco	90,6	113,1	149,2	120,8	114,5
Produtos minerais	34,0	33,7	44,2	28,9	48,0
Produtos das indústrias químicas	92,8	112,5	121,4	97,1	106,0
Plásticos e suas obras; borracha e suas obras	84,6	91,1	97,0	88,9	95,4
Peles, couros e peleteria	276,3	278,4	249,1	218,3	263,9
Madeira e suas obras	35,6	43,2	41,5	46,2	48,7
Pasta de madeira; papel e cartão	44,8	60,7	68,5	62,8	73,8
Matérias têxteis e suas obras	466,5	479,7	356,5	264,6	270,0
Obras de pedra, gesso, cimento e amianto	28,6	29,4	24,4	21,8	19,3
Metais comuns e suas obras	34,0	42,7	38,7	24,4	29,0
Máquinas e aparelhos; material elétrico	29,3	70,8	58,0	39,1	34,7
Material de transporte	77,6	82,7	178,7	130,2	161,8
Outras Seções	64,2	80,2	79,3	67,2	74,9
Total	2.397,4	2.725,8	2.769,7	2237,1	2.295,2

Fontes: Banco Central do Uruguai.



b) Importações

A vigência da tarifa zero para as importações oriundas de países do Mercosul, unida à redução tarifária registrada com relação a terceiros países na primeira metade dos noventa, têm possibilitado o ingresso no país de crescente variedade de produtos originários do exterior, conforme pode ser verificado no quadro a seguir, que apresenta a composição das importações, por Seções da NCM.

Importações, por Seções da NCM
(em US\$ milhões – cif)

Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000
Produtos do reino vegetal	126,9	119,0	118,5	97,1	126,1
Gorduras, óleos e azeites	21,0	22,3	24,0	21,0	20,3
Produtos alimentícios, bebidas e tabaco	213,1	239,2	256,5	239,5	244,5
Produtos minerais	382,4	357,9	240,0	390,4	546,8
Produtos das indústrias químicas	452,1	491,8	512,4	489,7	462,5
Plásticos e suas obras; borracha e suas obras	217,1	254,2	257,9	234,9	248,3
Peles, couros e peleteria	56,5	44,3	50,6	44,2	67,8
Pasta de madeira; papel e cartão	111,7	128,6	144,8	136,7	140,5
Matérias têxteis e suas obras	192,8	215,3	207,0	155,4	159,7
Calçados e partes de calçados	39,2	41,7	44,3	37,5	40,4
Obras de pedra, gesso, cimento e amianto	48,9	59,4	65,8	60,2	58,4
Metais comuns e suas obras	192,7	194,6	226,8	161,7	154,9
Máquinas e aparelhos; material elétrico	707,9	841,9	852,8	745,3	669,3
Material de transporte	373,2	471,6	553,4	304,3	303,3
Instrumentos de ótica, precisão e médicos	72,2	84,2	89,1	75,1	69,6
Outras Seções	115,1	150,2	164,3	163,8	153,5
Total	3.322,8	3.716,2	3.808,2	3.356,8	3.465,9

Fontes: Banco Central do Uruguai.

Em 2000, a exemplo dos demais anos da série histórica analisada, as máquinas e aparelhos elétricos lideraram a pauta das importações uruguaias, detendo participação de 19,3%, seguidos pelos produtos minerais (15,8%, basicamente petróleo e destilados), produtos químicos (13,3%) e materiais de transportes (8,8%). Em conjunto, essas quatro principais Seções de produtos importados representaram, no último ano analisado, dispêndio da ordem de US\$ 1,98 bilhão (57,2% do total), o que espelha o grau de concentração da pauta.



Importações – Principais categorias de uso

(em US\$ milhões – cif)

Discriminação	1996	1997	1998	1999	2000
BENS DE CONSUMO	864,9	1.039,1	1.091,0	939,4	910,0
BENS DE CAPITAL	601,2	685,4	722,2	541,6	471,8
Maquinaria e equipamentos (483,6)		(543,1)	(553,3)	(458,1)	(384,6)
Equipamentos de transporte(117,6)		(142,3)	(168,9)	(83,5)	(87,3)
BENS INTERMEDIÁRIOS	1.856,7	1.991,7	1.995,0	1.875,7	2.084,0
Petróleo e derivados	(337,6)	(318,3)	(205,0)	(330,7)	(468,6)
TOTAL	3.322,8	3.716,2	3.808,2	3.356,8	3.465,8

Fonte: Banco Central do Uruguai.

Quando consideradas as importações uruguaias segundo as categorias de uso econômico, os bens intermediários aparecem como a principal categoria importada (60,1% em 2000), seguida pelos bens de consumo (26,3%) e pelos bens de capital (13,6%).



IV - RELAÇÕES ECONÔMICAS BRASIL – URUGUAI

1. Intercâmbio comercial bilateral

O Brasil e o Uruguai são economias complementares. O comércio bilateral reflete essa situação: o Brasil vende ao Uruguai insumos industriais, maquinaria, automóveis, equipamento de transporte e produtos tropicais e uma parte significativa das compras nesse país corresponde a produtos agro-industriais de clima temperado (arroz, carne bovina, laticínios, cevada, etc.).

Entre 1991 e 1998, o intercâmbio comercial entre o Brasil e o Uruguai registrou crescimento sustentado. A corrente de comércio entre os dois países passou de USD 770 milhões para USD 1,92 bilhão, o que significou expansão média de 13,9% cumulativos anuais. No biênio seguinte, como consequência da mudança de preços relativos registrada a partir de janeiro de 1999 (desvalorização do Real) e por motivo da recessão registrada no Uruguai, o comércio entre os dois países registrou uma queda significativa, totalizando o intercâmbio USD 1,27 bilhão no ano 2000, total 33,9% inferior ao verificado dois anos antes.

Em 2000, a corrente de comércio com o Uruguai representou 8,2% do total comercializado pelo Brasil com o Mercosul. Por sua vez, o Brasil ocupou a segunda posição entre os parceiros comerciais do Uruguai, após a Argentina. Em nível mundial, as trocas bilaterais representaram apenas 1,1% do intercâmbio comercial brasileiro.

As exportações brasileiras para o Uruguai registraram expansão significativa entre 1991 e 1998, passando de USD 337,1 milhões para USD 880,6 milhões, com uma taxa média de crescimento de 14,7% cumulativos anuais. Em 1999 e 2000, a recessão que afetou a economia uruguaia diminuiu suas compras de produtos brasileiros. No último desses anos, o Brasil colocou no Uruguai produtos no valor de USD 668,5 milhões.

Em 2000, o Uruguai absorveu 8,6% do total das exportações brasileiras destinadas ao Mercosul, ocupando a terceira posição no quadro regional (após a Argentina e o Paraguai) entre os mercados de destino para produtos brasileiros. Em âmbito mundial, deteve a décima - sexta posição, adquirindo 1,2% das exportações brasileiras.

No que diz respeito às importações brasileiras de produtos uruguaiois, observa-se firme e continuada expansão nos valores demandados entre 1992 e 1998, quando passaram de USD 301,9 milhões para USD 1,04 bilhão, representando taxa de expansão de 22,9% cumulativos anuais. No biênio seguinte, os produtos uruguaiois perderam competitividade diante da desvalorização do Real e as compras brasileiras nesse mercado caíram para USD 601,5 milhões.

Em 2000, o Uruguai respondeu por 7,7% do total adquirido pelo Brasil na área do Mercosul, ocupando a segunda posição (após a Argentina) entre os países fornecedores da região. Em termos globais, o Uruguai ocupou, em 2000, o 22º lugar entre os países fornecedores do Brasil, totalizando 1,1% das importações brasileiras.

Em 1999 e 2000, refletindo a queda das exportações uruguaiois, a balança comercial entre os dois países registrou superávits de USD 22,9 milhões e USD 67,0 milhões respectivamente para o Brasil. Reverteram-se, dessa maneira, os volumosos déficits verificados no triênio 1996 – 98, quando houve expansão das vendas uruguaiois para o Brasil.



Brasil: intercâmbio comercial com o Uruguai

Discriminação	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Exportações						
Valores (USD milhões-fob)	811,9	810,7	870,0	880,6	669,6	668,5
Variação (%) ⁽¹⁾	10,9	-0,1	7,3	1,2	-24,0	-0,2
Part. (%) no Mercosul ⁽²⁾	13,2	11,1	9,6	9,9	9,9	8,6
Part. (%) no total do Brasil ⁽³⁾	1,8	1,7	1,6	1,7	1,4	1,2
Importações						
Valores (USD milhões-fob)	737,9	943,8	967,3	1.042,4	646,7	601,5
Variação (%) ⁽¹⁾	29,7	27,9	2,5	7,8	-38,0	-7,0
Part. (%) no Mercosul ⁽²⁾	10,8	11,4	10,1	11,1	9,6	8,9
Part. (%) no total do Brasil ⁽³⁾	1,5	1,8	1,6	1,8	1,3	1,1
Balança comercial	74,0	-133,1	-97,3	-161,8	22,9	67,0
Corrente de comércio	1.549,8	1.754,5	1.837,3	1.923,0	1.316,3	1270,0

Fonte: SECEX/Sistema Alice.

(1) Variação (%) em relação ao mesmo período do ano anterior.

(2) Refere-se à participação do Uruguai no total das exportações brasileiras destinadas ao Mercosul, ou à participação do Uruguai no total das importações brasileiras originárias do Mercosul.

(3) Refere-se à participação do Uruguai no total geral das exportações brasileiras, ou no total geral das importações brasileiras.

2. Composição do comércio Brasil - Uruguai

a) Exportações brasileiras para o Uruguai

As exportações brasileiras para o Uruguai vêm apresentando importantes modificações no que diz respeito à composição da pauta, com importância crescente de produtos industrializados. Quando agregada por capítulos da Nomencla-

tura Comum do Mercosul (NCM), a pauta apresenta os automóveis, tratores e autopeças como o principal capítulo exportado, com participação de 12,3% sobre o total embarcado em 2000. As máquinas e aparelhos mecânicos figuraram como o segundo item da pauta, com 8,6% de participação. Em conjunto, os cinco principais grupos de produtos exportados em 2000 somaram USD 265 milhões, montante equivalente a 38,4% do total exportado pelo Brasil.



Brasil: principais grupos de produtos exportados para o Uruguai (em USD mil-fob)

Capítulos NCM*	1997	(%)	1998	(%)	1999	(%)	2000	(%)
Veículos automóveis, tratores, autopeças, etc.	170.718	19,6	176.707	20,1	79.481	11,9	82.519	12,3
Máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	86.963	10,0	75.685	8,6	66.574	9,9	57.828	8,6
Plásticos e suas obras	67.593	7,7	48.865	5,5	37.650	5,6	47.122	7,0
Papel e cartão; obras de pasta celulósica	34.320	3,9	39.004	4,4	33.932	5,1	38.888	5,8
Máquinas, aparelhos e instrumentos elétricos	35.345	4,1	33.364	3,8	49.300	7,4	38.660	5,8
Móveis, mobiliário médico - cirúrgico, etc.	13.609	1,6	20.161	2,3	27.030	4,0	30.072	4,5
Café, chá, mate e especiarias	33.341	3,8	33.964	3,9	29.499	4,4	26.726	4,0
Açúcares e produtos de confeitaria	33.322	3,8	20.922	2,4	19.852	3,0	17.426	2,7
Borracha e suas obras	22.132	2,5	20.817	2,4	16.156	2,4	16.209	2,4
Ferro fundido, ferro e aço	24.814	2,9	30.475	3,5	12.482	1,9	14.503	2,2
Combustíveis, óleos e ceras minerais	15.248	1,8	7.887	0,9	6.857	1,0	13.910	2,1
Obras de ferro fundido, ferro ou aço	15.866	1,8	19.125	2,2	20.544	3,1	13.656	2,0
Vestuário e seus acessórios, de malha	9.901	1,1	10.519	1,2	10.583	1,6	13.498	2,0
Calçados e suas partes	8.991	1,0	10.985	1,2	12.650	1,9	13.323	2,0
Madeira, carvão vegetal e obras de madeira	14.799	1,7	17.578	2,0	15.223	2,3	13.161	2,0
Alumínio e suas obras	13.498	1,6	11.306	1,3	9.598	1,4	12.314	1,8
Fumo e seus sucedâneos manufaturados	35.407	4,1	69.476	7,9	14.462	2,2	11.956	1,8
Resíduos das indúst. alimentares (p/ animais)	2.690	0,3	23.245	2,6	14.939	2,2	11.732	1,8
Produtos cerâmicos	7.741	0,9	12.917	1,5	9.286	1,4	10.012	1,5
Peles e couros	3.058	0,4	2.749	0,3	3.382	0,5	9.586	1,4
Outros artefatos têxteis confeccionados, etc.	11.713	1,3	11.822	1,3	11.037	1,6	9.238	1,4
Produtos farmacêuticos	7.284	0,8	6.951	0,8	8.937	1,3	8.574	1,3
Produtos diversos das indústrias químicas	11.030	1,3	11.923	1,4	10.094	1,5	8.551	1,3
Carnes e miudezas, comestíveis	11.046	1,3	9.486	1,1	10.693	1,6	8.331	1,2
Vidro e suas obras	5.637	0,6	6.009	0,7	7.201	1,1	8.233	1,2
Extratos tanantes, tintas e vernizes	8.663	1,0	9.144	1,0	6.703	1,0	7.237	1,1
Produtos químicos orgânicos	9.179	1,1	6.362	0,7	6.196	0,9	6.474	1,0
Preparações alimentícias diversas	4.669	0,6	5.173	0,6	5.250	0,8	6.323	0,9
Instrumentos e aparelhos de óptica e fotografia	4.639	0,5	5.831	0,7	4.997	0,8	6.175	0,9
Cacau e suas preparações	6.991	0,8	5.731	0,7	6.057	0,9	6.104	0,9
Subtotal	730.207	83,9	764.183	86,8	566.645	84,6	568.341	85,0
Demais capítulos	139.772	16,1	116.411	13,2	102.989	15,4	100.198	15,0
Total geral	869.979	100,0	880.594	100,0	669.634	100,0	668.539	100,0

Fonte: SECEX.

(*) Grupos de produtos listados em ordem decrescente, com base nos valores registrados no ano de 2000.



Analisada a pauta em nível maior de desagregação, por produtos, foram os seguintes os principais itens exportados para o Uruguai em 2000: erva mate (USD 22,2 milhões ou 3,3% do total); açúcar de cana (USD 12,1 milhões); polietileno sem carga (USD 11,0 milhões); ônibus (USD 10,2 milhões) e veículos automóveis (USD 10,2 milhões).

b) Importações brasileiras originárias do Uruguai

Produtos agro-industriais de clima temperado (carne bovina, arroz, cevada e laticínios), automóveis, plásticos e produtos de borracha são os principais produtos uruguaios adquiridos pelo Brasil.

Brasil: principais grupos de produtos importados do Uruguai
(em USD mil-fob)

Capítulos NCM *	1997	(%)	1998	(%)	1999	(%)	2000	(%)
Cereais	202.845	21,0	225.410	21,6	113.829	17,6	92.932	15,5
Leite e laticínios; ovos e mel	91.011	9,4	122.305	11,7	92.330	14,3	69.150	11,5
Carnes e miudezas, comestíveis	100.989	10,4	86.468	8,3	35.277	5,5	51.180	8,5
Plásticos e suas obras	36.535	3,8	50.751	4,9	44.205	6,8	43.952	7,3
Prods. da ind. da moagem, malte e amidos	44.209	4,6	50.366	4,8	34.425	5,3	41.603	6,9
Veículos automóveis, tratores, autopeças, etc.	17.833	1,8	34.728	3,3	39.587	6,1	35.577	5,9
Borracha e suas obras	34.025	3,5	31.895	3,1	30.730	4,8	29.480	4,9
Óleos essenciais, produtos. de perfumaria, etc.	1.170	0,1	1.193	0,1	13.633	2,1	16.606	2,8
Produtos farmacêuticos	22.267	2,3	23.014	2,2	20.838	3,2	16.032	2,7
Peixes, crustáceos e moluscos	27.408	2,8	41.051	3,9	13.284	2,1	15.465	2,6
Vestuário e seus acessórios, exceto de malha	51.439	5,3	45.220	4,3	24.507	3,8	15.325	2,5
Papel e cartão; obras de pasta celulósica	26.984	2,8	24.495	2,3	11.411	1,8	13.882	2,3
Gorduras, óleos e ceras, animais ou vegetais	7.492	0,8	12.780	1,2	8.805	1,4	13.177	2,2
Produtos químicos orgânicos	5.108	0,5	8.830	0,8	6.418	1,0	12.736	2,1
Lã, pelos, fios e tecidos de crina	27.825	2,9	14.472	1,4	10.428	1,6	12.715	2,1
Peles e couros	10.568	1,1	5.452	0,5	14.279	2,2	12.516	2,1
Obras de ferro fundido, ferro ou aço	16.681	1,7	11.468	1,1	10.280	1,6	9.417	1,6
Animais vivos	25.294	2,6	22.191	2,1	6.803	1,1	7.220	1,2
Fibras sintéticas/artificiais, descontínuas	8.483	0,9	8.427	0,8	5.949	0,9	6.752	1,1
Máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos	9.554	1,0	15.265	1,5	10.230	1,6	6.592	1,1
Combustíveis, óleos e ceras minerais	4.894	0,5	1.006	0,1	1.069	0,2	6.443	1,1
Livros, jornais, gravuras, etc.	5.672	0,6	2.610	0,3	1.699	0,3	6.032	1,0



Capítulos NCM *	1997	(%)	1998	(%)	1999	(%)	2000	(%)
Extratos tanantes, matérias corantes e tintas	7.111	0,7	7.615	0,7	10.450	1,6	5.860	1,0
Produtos químicos inorgânicos	5.609	0,6	11.189	1,1	4.161	0,6	5.365	0,9
Filamentos sintéticos ou artificiais	7.334	0,8	4.882	0,5	4.833	0,8	4.821	0,8
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	37.077	3,8	25.749	2,5	9.370	1,4	4.717	0,8
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	5.601	0,6	3.594	0,3	4.266	0,7	4.189	0,7
Preparações à base de cereais, farinhas, etc.	14.459	1,5	12.721	1,2	4.902	0,8	2.613	0,4
Móveis, mobiliário médico-cirúrgico, colchões	11.518	1,2	11.516	1,1	3.195	0,5	2.383	0,4
Subtotal	866.995	89,6	916.663	87,9	591.193	91,4	564.732	93,9
Demais capítulos	100.345	10,4	125.699	12,1	55.518	8,6	36.769	6,1
Total geral	967.340	100,0	1.042.362	100,0	646.711	100,0	601.501	100,0

Fonte: SECEX/Alice.

(*) Grupos de produtos listados em ordem decrescente, com base nos valores registrados no ano de 2000.

Em 2000, os principais grupos de produtos (capítulos da NCM) comprados pelo Brasil no mercado uruguaio foram: cereais (basicamente arroz e cevada; USD 92,9 milhões, ou seja, 15,5% do total), leite e laticínios (USD 69,2 milhões) e carnes e miudezas comestíveis (USD 51,2 milhões). Em conjunto, os cinco principais grupos de produtos importados em 2000 somaram USD 298,8 milhões, montante equivalente a 49,7% do total importado pelo Brasil.

Ainda com referência ao ano de 2000, quanto a produtos, o arroz descascado figura como o principal item da pauta (USD 45,0 milhões), seguido por malte (USD 37,9 milhões), arroz semi-branqueado (USD 35,0 milhões), garrafas de plástico (USD 23,9 milhões) e automóveis com motor de entre 1500 e 3000 cm³ (USD 22,8 milhões).

3. Investimentos bilaterais

Consórcios de exportação, acordos de comercialização ou mesmo representação foram algumas das estratégias utilizadas pelo Uruguai para se inserir no mercado consideravelmente ampliado do Mercosul. A proximidade geográfica, a

busca de convergência macroeconômica e a moldura jurídica comum contribuíram para estimular os fluxos intra e extrazonais de investimentos.

Não obstante a falta de dados completos à respeito, especialistas estimam que nos últimos anos os investimentos bilaterais têm experimentado bom impulso quanto aos valores envolvidos e ao número de transações.

3.1. Investimentos brasileiros no Uruguai

No quadro do significativo número de empresas brasileiras instaladas no Uruguai, inclui-se a seguir relação das principais empresas uruguaias com capital brasileiro:

AMBEV URUGUAY (indústria de bebidas)

Rambla Baltasar Brum 2933
11800 Montevideo, Uruguay
Telefone: (5982) 200.8521
Fax.: (5982) 203.7006
E-Mail: cfernandez@ambev.com.uy
Contato: Jorge Rocha, Diretor



ARISCO PRODUTOS ALIMENTÍCIOS URUGUAY S.A.

(indústria alimentícia)
Cno. Carraco 5975
12100 Montevideo, Uruguay
Telefone: (5982) 522.5210
Fax.: (5982) 522.6073
E-Mail: arisco@adinet.com.uy
Contato: Joaquin Costas Marininhos, Gerente Geral

ARROZAL 33 S.A. (indústria alimentícia)

Rincón 467 2o. piso Esc. A
11000 Montevideo, Uruguay
Telefones.: (5982) 916 2568/ 916 2569
Fax.: (5982) 916 2565
E-Mail: arro233m@adinet.com.uy
Contato: Sr. Eduardo Sanguinetti, Diretor Financeiro

BANCO RURAL URUGUAY S.A.(Instituição Financeira Externa)

Rincón 487, of. 201/205
11000 Montevideo, Uruguay
Telefones:(5982) 915 9153/58
Fax:(5982) 915 9164
E-mail: iferural@fastlink.com.uy
Contato: Sr. Vinicius Samarani, Gerente Geral

BANCO SURINVEST S.A.

Rincón 530
11000 Montevideo, Uruguay
Telefone : (5982) 916.2300(direto) 916 0177
Fax: (5982) 916.1625(direto) 916 0241
E-mail: mtchegoyhen@surinvest.com.uyContato:
Sr. Martín Etchegoyhen, Presidente

BULL URUGUAY S.A.(equipamentos e serviços de informática)

Av. Luis A. de Herrera 2802
11600 Montevideo, Uruguay
Telefone: (5982) 487- 1169
Fax: (5982) 487-0587
E-Mail: jbadin@integris.com.uy
Contato: Ing. Julio C. Badin, Gerente Setor Público e Serviços

CARISUL S.A (equipamentos de telefonia e de telecomunicações)

Av. de las Americas 5120
14001 Montevideo, Uruguay
Telefone: (5982) 601-2344
Fax: (5982) 601-2460
E-mail: carisul@netgate.com.uy
Contato: Sr. Vilamar Briao, Diretor

CICSSA (papel / papel corrugado)

Camino Carrasco, S/No., Km 16,5
90000 Paso Carrasco, Depto. de Canelones, Uruguay
Telefones: (5982) 601 1212
Fax: (5982) 601 1572
E-Mail: cicssa@rou.net
Contato: Sr. Mario Tarabal, Presidente

CONSTRUTORA ODEBRECHT URUGUAY S.A. (engenharia e construção) ESTUDIO H. DEFFEMINIS -BDO BINDER DE URUGUAY

Rincón 487 piso 11
11000 Montevideo, Uruguay
Telefone: (5982) 915 1220
Fax: (5982) 916 2229
E-Mail: hdeffbdo@adinet.com.uy
Contato: Cr.Fernando Muxi(Diretor) / Sr. Ernesto Bartesaghi

ECLISUR S.A (Papelsur)

Camino Carraso 6787/6815
11200 Montevideo, Uruguay
Telefax: (5982) 604-3070/601-6885
E-Mail: eclisur@fastlink.com.uy
Contato: Arq. Aramis Gonzalbo, Diretor

GERDAU LAISA S.A. (indústria siderúrgica)

Camino Santos Dumont 2239A
12200 Montevideo, Uruguay
Telefones: (5982) 222 3090/222 3162
Fax: (5982) 222 5133/222 4222
E-Mail: laisa@com.uy
Contato: Sr. Salvador Elias Gimenez, Diretor-Executivo



GRALEN S.A. (cosméticos - Neutrox)

Larravide 2875
12000 Montevideo, Uruguay
Telefones: (5982) 506-3447/508-5791
Fax: (5982) 507-2168
E-Mail: neutrox@internet.com.uy
Contato: Sr. Fermin Leonis, Gerente Geral

HIDROSUD S.R.L. (engenharia e construção)

Juncal 1408 P. 5 apto. 503
11000 Montevideo, Uruguay
Telefones: (5982) 908 0435/902 2385
Fax: (5982) 902 2351/908 0435
E-Mail: hidrosud@adinet.com.uy
Contato: Ing. Luiz Medina Novoa, Gerente Técnico

IBOPE MEDIA URUGUAY (medição de audiência)

Joaquín Requena 1375
11200 Montevideo, Uruguay
Telefone: (5982) 403-1080
Fax: (5982) 403-1079
E-Mail: ibope.uruguay@marketing-uy.com
Contato: Sr. Roberto Martinez Barone, Diretor

INDUSTRIAS VILLARES S.A. (engenharia e construção)

Pedernal 1865 - Barrio Goes
11800 Montevideo, Uruguay
Telefones: (5982) 203 4852/203 7784
Fax: (5982) 208 2187
E-Mail: ascatlas@adinet.com.uy
Contato: Sr. João Carlos Rossigalli, Gerente Geral

ISE BANCO BEMGE URUGUAY S.A.

(instituição financeira externa)
Rincón 477 apto. 303
11000 Montevideo, Uruguay
Telefones: (5982) 915-0130/31/32
Fax: (5982) 915-0133
E-Mail: ifebemge@netgate.com.uy
Contato: Sr. Gilson Gomes de Paula, Gerente Geral

MÉTODO DEL URUGUAY INGENIERIA S.A. (engenharia e construção)

Continuación Echevarriarza 3535 apto. 1707
11300 Montevideo, Uruguay
Telefones: (5982) 628 4665 / 628 5089
Fax: (5982) 628 5090 ramal 15
E-Mail: metodo@adinet.com.uy
Contato: Sr. Marco Antonio Curi Stephan -
Gerente Geral

OCEAN LINE TRADING (transporte)

Rincón 487, of. 206
11000 Montevideo, Uruguay
Telefone: (5982) 917 0164 / 094 456113
Fax: (5982) 917 0164
Contato: Sr. José Roberto do Nascimento, Diretor

PETROSUL S.R.L. (indústria química)

Ruta 8, Km. 27, 200
91000 Pando, Depto. de Canelones, Uruguay
Telefones: (5982) 288 4927/28
Fax: (5982) 288 2247
Contato: Sr. Aloysio G. F. G. de Figueiredo, Diretor

PINTURAS RENNER URUGUAY S.A. (tintas)

Cno. Lecocq 1241
12500 Montevideo, Uruguay
Telefones: (5982) 320 1310/320 1008
Fax: (5982) 320 0007
E-Mail: renner@adinet.com.uy
Contato: Sr. Daniel Signorelli, Gerente General

PLUNA VARIG S.A. (Transporte Aéreo)

Puntas de Santiago, 1604
11500 Montevideo, Uruguay
Telefones: (5982) 604 2255/57 604 2244
Fax: (5982) 604 2260
E-Mail: general@pluna.com.uy
Contato: Senhor Jorge Neves, Gerente Geral

PORTO SEGURO-SEGUROS DEL URUGUAY

(companhia de seguros)
Bulevar General Artigas 2025
11600 Montevideo, Uruguay
Telefones (5982) 402 7354/402 8000



Fax: (5982) 402 7355
E-Mail: director@portoseguro.com.uy
Contato: Sr. Leandro Suárez, Presidente

PRAXAIR URUGUAY S.A. (indústria química)

Cno. Tomkinson 1468
12600 Montevideo, Uruguay
Telefone: (5982) 312 3359
Fax: (5982) 312 4607
E-Mail: praxar@adinet.com.uy
Contato: Sr. Ing. Ruy Diehl, Gerente Comercial

PUNTA SALINAS S.A.(administradora do Hotel Meliá)

Calle 27 eq. Gorlero (Hotel Meliá)
Parada 19 da Mansa
20000 Punta Del Este, Maldonado
Fax.: (042) 223-4692
Contato: Sr. Edgar Kersting, Diretor Geral - CIACORP

SADIA URUGUAY S/A (industria alimentícia)

Av. 18 de Julio 1825 apto. 202
11200 Montevideo, Uruguay
Telefones: (5982) 403-4776
E-Mail: sadia@adinet.com.uy
Contato: Aparecido Fuzetto, Gerente

SUL AMERICA SURINVEST CIA. DE SEGUROS S.A. (seguros)

Veinticinco de Mayo 400 esq. Zabala
11000 Montevideo, Uruguay
Telefones: (5982) 916 7611/12
Fax: (5982) 916 7613
Contato: Eng. Julius Takeo de Mattos, Gerente-Geral

TRANSPESCA S.A. (transporte rodoviário)

de cargas)

Av. Centenario 3066
11600 Montevideo, Uruguay
Telefone: (5982) 487 7818
Fax: (5982) 487 3894
E-Mail: rodosur@adinet.com.uy
Contato: Senhor Jorge Sladovich, Diretor

VIÑER S.A. (indústria do plástico)

Julián Laguna 4425
11900 Montevideo, Uruguay
Telefone (5982) 305 3936
Fax: (5982) 305 5294
E-Mail: vineramazonas@internet.com.uy
Contato: Sr. Inacio Streit, Gerente

YAKULT URUGUAY S.A. (indústria alimentícia)

Br. Batlle y Ordoñez 3478
12000 Montevideo, Uruguay
Telefax: (5982) 211-3716 / 215-3775
E-Mail:yakult@netgate.com.uy
Contatos: Sr. Paulo Teruo Massuda, Gerente Regional (brasileiro)

3.2. Investimentos uruguaios no Brasil

A vigência, a partir de janeiro de 2000, do Protocolo Adicional ao Tratado de Amizade, Cooperação e Comércio entre o Brasil e o Uruguai sobre Facilitação de Atividades Empresariais tem motivado um aumento do interesse de uruguaios por investir no Brasil.

No setor financeiro, merecem destaque o estatal Banco da República Oriental do Uruguai, que opera há 15 anos no Brasil, possui agências em São Paulo e em Porto Alegre e tem



atuação dinâmica na área de comércio exterior, e o Banco Comercial S.A. que, com filial em Porto Alegre, atua nos estados da Região Sul. Esse banco, entidade privada de controle estrangeiro, possui 47 agências no Uruguai. (Endereços: Seção Anexos).

4. Acordos bilaterais

Além dos acordos assinados no âmbito da ALADI e do Mercosul, Brasil e Uruguai já firmaram 243 atos internacionais destinados a fortalecer e intensificar as tradicionais relações bilaterais, sobretudo no que diz respeito aos assuntos de cunho econômico, cultural, técnico e científico, energético e ecológico. Do total acima mencionado, 174 atos internacionais bilaterais permanecem em vigor.



V – ACESSO AO MERCADO

1. Sistema Tarifário

Estrutura da tarifa

O Uruguai, juntamente com o Brasil, a Argentina e o Paraguai integram o Mercado Comum do Sul (Mercosul). O Mercosul é uma união aduaneira, na qual a quase totalidade dos produtos já é comercializada com tarifa zero entre os Estados Partes. Nessas condições, as normas gerais de acesso ao mercado uruguaio, tanto no que diz respeito aos aspectos tarifários quanto não-tarifários, são regulamentadas pelos acordos e decisões emanadas do Mercosul. Informações adicionais sobre o assunto poderão ser obtidas no guia **Mercosul - Acesso ao Mercado**, disponível na Divisão de Informação Comercial (DIC) do Ministério das Relações Exteriores, ou mediante consulta a *BrazilTradeNet*, rede de promoção comercial do Ministério das Relações Exteriores na Internet, endereço: <http://www.braziltradenet.mre.gov.br/>, opção "Estudos".

A necessidade de se dispor de uma nomenclatura unificada para utilização pelos Estados Partes levou à criação da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), baseada no Sistema Harmonizado de Codificação e Designação de Mercadorias (SH), que é uma nomenclatura de seis dígitos concebida para ser utilizada na elaboração das tarifas de direitos aduaneiros e de fretes, bem como nas estatísticas de importação e exportação.

Cabe destacar que a NCM uruguaia incorpora dez dígitos (dois a mais do que a aplicada no Brasil), o que permite uma desagregação mais detalhada de produtos de interesse específico do país.

Esta nomenclatura foi utilizada na elaboração da Tarifa Externa Comum do Mercosul (TEC), que entrou em vi-

gor em 1º de janeiro de 1995, em todo o território aduaneiro do Mercado Comum, em substituição às tarifas nacionais de cada Estado Parte, cristalizando o processo de conformação da união aduaneira.

A base de incidência das alíquotas de importação, registradas na NCM e calculadas "ad valorem", é o valor CIF. As alíquotas estão categorizadas pela origem das mercadorias: Estados-membros do Mercosul ou terceiros países. No âmbito do Mercosul, em função da importância estratégica de alguns produtos e/ou de sua relevância econômica, foram pactuados regimes de exceção e de adequação à Tarifa Externa Comum (TEC). Há, ainda, regimes especiais para produtos específicos (a exemplo dos bens de capital e de informática) que, quando aplicáveis, são também indicados na Nomenclatura, com especificação da alíquota cobrada no ano em curso.

O exportador brasileiro deve ter presente que, em decorrência da criação do Mercosul e da conseqüente adoção, pelos Estados Partes, da Tarifa Externa Comum (TEC), a quase totalidade (90 a 95%) dos produtos comercializados intrazonalmente estão livres da incidência do imposto de importação.

Tendo por parâmetro a Tarifa Externa Comum, a alíquota mínima de importação vigente no Uruguai é de 0%, e a máxima, de 24%. A TGA (*Tasa Global Arancelaria*) é assim desagregada:

"RECARGO (Sobretaxa) MÍNIMO"	-	de 0 a 6%.
"RECARGO ADICIONAL"	-	de 0 a 8%.
Imposto Aduaneiro Único (<i>IMADUNI</i>)	-	de 0 a 10%.

Em termos gerais, existem três categorias básicas de taxação: 6%, 15% e 24%. Normalmente, a taxa mais alta é aplicada às importações de bens de consumo e de bens acabados, a taxa média, a bens intermediários e a mais baixa, à importação de matérias-primas e de bens que não possam



competir com a indústria local. Certos artigos, a exemplo de maquinaria e equipamentos para uso em agricultura, metais preciosos, derivados de petróleo e materiais educacionais, estão isentos de tributação.

Quando os produtos importados ingressam no território uruguaio estão sujeitos, além do pagamento do imposto de importação, ao IVA (Imposto sobre o Valor Agregado), cuja alíquota básica de 14% é aplicada a produtos e serviços que compõem a cesta básica familiar, aos considerados de interesse nacional ou aos ligados à saúde (p.ex.: produtos de ótica) e ao turismo (com exceção dos restaurantes, onerados com 23%). Alguns produtos alimentícios (frutas e verduras) e os serviços de transporte de passageiros estão isentos. A todos os demais produtos e serviços aplica-se a alíquota de 23%.

Há, ademais, o Imposto Específico Interno (IMESI), com alíquotas diversificadas (a partir de 20%), que incide sobre a importação de alguns produtos que podem ser considerados, em alguns casos, como sendo de uso não-essencial, a exemplo de bebidas alcoólicas, cosméticos, tabaco, perfumes e lubrificantes.

Além de alguns custos adicionais eventuais (deslocamentos, comunicações, custódias, taxas sanitárias, depósitos, etc.), compõem também o custo final de importação os serviços de três agentes diretos do processo de importação: o depachante aduaneiro, que cobra comissão variável, conforme a abrangência dos serviços encomendados; o Banco da República Oriental do Uruguai (comissão pela prestação de serviços de 1,25% calculada sobre o valor CIF das mercadorias); e a Administração Nacional de Portos (ANP), que cobra, antecipadamente, pelos serviços de manipulação das cargas dentro dos recintos portuários, taxas diferenciadas calculadas sobre o valor CIF das mercadorias, conforme os serviços prestados.

Caso as mercadorias ingressem por via aérea, é cobrada a *Tarifa Aeroportuaria*, referente aos serviços de descarga

e armazenagem, efetuados nos aeroportos uruguaios.

2. Regulamentação de importação

Política Geral

Desde meados da década de 70, o Uruguai vem implementando um progressivo regime de liberalização das importações. A adesão do país ao Mercosul reforçou o processo de abertura comercial e, ao mesmo tempo, ensejou a busca de harmonização de normas técnicas e de regulamentos sanitários e fitossanitários. Entretanto, observa-se, em alguns poucos casos, a imposição de barreiras não-tarifárias.

Barreiras não-tarifárias

As barreiras ao comércio são classificadas em dois grandes grupos, isto, é: barreiras tarifárias e não-tarifárias. Entende-se por barreiras a imposição de medidas governamentais impeditivas ao livre comércio de bens e serviços entre as nações.

As modalidades mais comuns de barreiras não-tarifárias são: quotas, controles cambiais e de preço, licenças de importação e medidas "anti-dumping" ou compensatórias. Incluem-se, ainda entre as barreiras não-tarifárias, as barreiras técnicas, isto é, as normas e regulamentos técnicos, sanitários e fitossanitários.

Normalmente, as barreiras técnicas derivam de falta de transparência das normas e regulamentos, ou da imposição de procedimentos excessivamente rigorosos ou onerosos.

Atualmente, conforme salientado, o regime uruguaio é de livre importação, sendo aplicadas, em alguns poucos casos, barreiras não-tarifárias sob a forma de: controle de preços, licenciamento, quotas, certificados sanitários ou fitossanitários.



Preço Mínimo de Exportação

O Uruguai utiliza o sistema de fixação de preço mínimo de exportação que, apesar do nome, é aplicado à importação de alguns itens. Assim, o Ministério da Economia e Finanças estabelece um preço médio referencial para a importação de determinadas mercadorias concorrentes com as da indústria uruguaia e incluídas no regime de adequação à TEC, como, por exemplo, as confecções de algodão.

O preço mínimo de exportação é calculado com base no valor médio dos preços de exportação dos principais países produtores dessas mercadorias, incluindo o preço uruguaio. O importador deverá, portanto, pagar a alíquota estipulada pela TEC, porém calculada sobre o preço médio estabelecido pelo Governo. Deverá pagar, ainda, a diferença entre o valor declarado e o preço mínimo de exportação. Atualmente, os preços mínimos de exportação são aplicados a cerca de 90 produtos, sendo que a maior parte destes (72 no total) são do setor têxtil.

Licenciamento

Os despachantes aduaneiros devem preencher, por meio eletrônico, o *Documento Único Aduanero (DUA)*, em cinco vias, e encaminhá-lo à *Dirección Nacional de Aduanas*, para obter a autorização para concluir uma importação. No documento em apreço, devem incluir a liquidação de todos os tributos que compõem a *Tasa Global Arancelária (TGA)*, do *Imposto sobre o Valor Agregado (IVA)*, do *Imposto Específico Interno (IMESI)* e de quaisquer outros tributos que venham a ser gerados por ocasião da importação, sempre que aplicáveis.

A tramitação é automatizada e o pagamento deve ser efetuado no Banco da República Oriental do Uruguai (BROU). Na seção III dos "Anexos", constam fac-símiles da Via I – ver-

são simplificada do Documento Único Aduaneiro (DUA) e da Declaração de Responsabilidade aduaneira que o integra.

A *Dirección Nacional de Aduanas* é a entidade uruguaia responsável pela arrecadação de todos os tributos que integram a *Tasa Global Arancelária*.

Contingenciamento ou quotas

Atualmente, o Uruguai aplica quotas apenas a alguns poucos produtos, como por exemplo, às confecções, negociadas no Protocolo de Expansão Comercial (PEC), ainda vigente.

Importações proibidas ou suspensas

O Uruguai adota uma política liberal de importações, com exceção da importação de combustíveis, que é monopolizada por uma entidade estatal, a *Administración Nacional de Combustibles, Alcoholes y Portland (ANCAP)*. A ANCAP detém apenas o monopólio da importação de combustíveis e não de sua distribuição, a cargo de empresas privadas (inclusive multinacionais). A importação de veículos e de açúcar é regulamentada por regimes especiais, enquanto que as importações de veículos usados são proibidas.

O Uruguai controla e eventualmente limita apenas as importações que dependem de autorização especial de organismos de segurança (armamentos, fogos de artifício, material radioativo) e as importações de certos medicamentos, entorpecentes, produtos vegetais e animais, etc. A importação de produtos farmacêuticos está sujeita à emissão de certificado de importação, pelo Comitê de Controle de Medicamentos. As empresas uruguaias importadoras de medicamentos devem, por sua vez, estar devidamente registradas no Ministerio de Salud Pública.



Ao Poder Executivo é expressamente facultado (Lei 12.670, de 17 de dezembro de 1959), após consulta às instituições mais representativas da indústria e do comércio, proibir em caráter geral ou particular - por não mais de 6 meses, renováveis - a importação total ou parcial de todo o tipo de mercadorias, artigos, produtos e bens supérfluos e suntuários ou similares aos produzidos pela indústria nacional.

Importações via postal

A Alfândega uruguaia permite a importação por via postal (*colis postaux*), isenta de gravames e de despacho aduaneiro, de produtos com finalidade não-comercial, no valor de até US\$ 50.

Amostras, catálogos e material publicitário

O ingresso de amostras sem valor comercial, catálogos e material promocional em geral está regulamentado pelos Decretos 330/92, de 16/7/92 e 569/94, de 29/12/94.

A importação pelo correio de mercadorias com valor FOB abaixo de US\$ 50 estará isenta de gravames, mas não dos procedimentos de desembarço aduaneiro. No caso de produtos com valor FOB acima de US\$ 50 e inferior a US\$ 100, os gravames serão aplicados à parcela que exceder os US\$ 50. Quando o valor for superior a US\$ 100 e inferior a US\$ 3.000, será obrigatória a intervenção de fiscal aduaneiro para desembarçar e liberar a mercadoria.

O decreto 569/94 estabelece que o material promocional (folhetos, "slides", filmes de vídeo, revistas, cartazes, guias, mapas ilustrados ou outros semelhantes, bem como mercadorias com valor FOB inferior a US\$ 5.000, destinadas a serem utilizadas ou distribuídas gratuitamente em feiras, exposições, congressos, "workshops" ou qualquer atividade turística, cultural, educacional, científica, esportiva, reli-

giosa ou comercial), importado por pessoas físicas ou jurídicas do Mercosul, estará isento do pagamento de direitos aduaneiros e fora do alcance de proibições ou restrições de caráter comercial. Na ocasião de seu ingresso, deverá ser preenchido na Alfândega uruguaia, formulário simplificado próprio (vide fac-símile na seção III dos "Anexos"). Material fonográfico e videográfico importado pelo correio está igualmente isento, desde que não seja publicitário ou pornográfico.

Admissão temporária

O Governo uruguaio, pelo Decreto 431/97, reformulou o regime de reintegração e admissão temporária, em harmonia com os demais instrumentos comerciais vigentes no Mercosul.

A admissão temporária, que permite a importação de mercadorias em um regime de franquia, condicionado à sua reexportação dentro de um prazo estipulado, é um sistema amplamente utilizado pelos exportadores uruguaio. Estima-se que, em 1997, cerca de 20% das importações de insumos (exclusive petróleo) utilizaram este instrumento.

Regulamentação específica

Normas Técnicas

O Instituto Uruguaio de Normas Técnicas (UNIT) controla o enquadramento dos produtos mecânicos no Uruguai, tendo por parâmetro suas próprias normas ou aquelas de aplicação mais generalizada, consagradas internacionalmente.

O Laboratório Tecnológico do Uruguai (LATU), por sua vez, está legalmente habilitado para o controle técnico de produtos alimentícios. O controle bromatológico que autoriza a comercialização interna dos produtos destinados ao consumo



humano ou de cosméticos é efetuado pela Intendência Municipal de Montevideu e tem validade em todo o território uruguaio.

O ingresso das mercadorias de origem vegetal e animal está sujeito a verificação fitossanitária ou sanitária pelo Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP).

Embalagem e rotulagem

O Laboratório Tecnológico do Uruguai (LATU) é o órgão competente por lei para fornecer, no prazo máximo de 12 dias, Certificado de Comercialização que habilita produtos alimentícios e bebidas para a venda no território uruguaio, após prévia verificação das condições técnicas, de embalagem e de rotulagem, sendo, portanto, por excelência, a fonte de informações sobre o assunto. O endereço é:

LABORATORIO TECNOLÓGICO DEL URUGUAY (LATU)
 Av. Italia nº 6201
 11500 – Montevideo – Uruguay
 Fone: (+5982) 601-3724 – 601-3732
 Fax: (+5982) 600-2290
 E-mail: webmaster@latu.org.uy
 Internet: www.latu.org.uy

Marcas e patentes

O Uruguai integra a Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial e a Organização Mundial da Propriedade Industrial (OMPI).

As marcas registradas gozam de 10 anos de proteção, prorrogáveis por igual período. As patentes são concedidas

por períodos de quinze anos, não prorrogáveis.

O controle e o registro oficial de marcas e patentes encontra-se na esfera do Ministério da Indústria, Energía y Minería, na Dirección Nacional de la Propiedad Industrial. Os serviços pertinentes são efetuados por intermédio de mais de 20 escritórios privados especializados, com sede em Montevideu, que costumam corresponder-se eletronicamente com similares em outros países, inclusive no Brasil, e obter e transmitir informações em tempo real.

O Poder Executivo uruguaio promulgou, há pouco tempo, a lei 17.011, que estabelece novo regime regulador de marcas e é esperada a promulgação de nova lei para reger as patentes de processos industriais.

Recentemente, o Governo norte-americano por intermédio do "United States Trade Representative" (USTR), decidiu incluir o Uruguai na lista de observação ("watch list") prevista na seção especial 301 da Lei de Comércio norte-americana, alegando deficiências na proteção dos direitos de propriedade intelectual, em especial no que diz respeito à proteção adequada a direitos autorais sobre programas de computador.

Regime cambial

Pagamento das importações

O regime de importação é operado com um único tipo de câmbio (dólar comercial tipo vendedor), estabelecido pelo Banco Central do Uruguai. Para o pagamento das mercadorias, a lei uruguaia oferece três opções ao importador:

- a) comprar suas divisas na praça;
- b) recorrer a fundos de que disponha no exterior;
- e
- c) utilizar o crédito que possa obter para tal fim.



Restrições cambiais.

Nos casos (b) e (c), o Poder Executivo pode estipular eventuais limitações que considere convenientes.

O Poder Executivo não está aplicando, atualmente, sistemas de depósito prévio compulsório, embora tenha a competência para estabelecê-los.

3. Documentação e formalidades

Embarques

Concluídos os contatos preliminares, inclusive no que diz respeito à *fatura pro forma* do produto exportável e o pertinente recebimento do pedido ou da carta de crédito, o exportador brasileiro deve dar início à preparação da mercadoria e da documentação de embarque, que inclui, necessariamente:

- Romaneio ou *Packing List*

Documento para o desembarço da mercadoria, tanto no embarque quanto no desembarque, pois discrimina os volumes embarcados e o respectivo conteúdo;

- Registro de Exportação

Uma vez preenchido o romaneio de embarque, e anteriormente à emissão da nota fiscal, o empresário deverá preencher o Registro de Exportação, no Sistema Integrado de Comércio Exterior (SISCOMEX), pertinente à operação em questão;

- Nota Fiscal

O exportador deverá proceder à emissão da pertinente nota fiscal, que serve para amparar o trânsito interno da mercadoria, acompanhando-a da saída da fábrica ou depósito até o local do embarque;

- Conhecimento de Embarque (*bill of lading*)

O conhecimento de embarque é um tipo de documento a ser emitido pela empresa transportadora ou por seu agente

autorizado. O documento, devidamente assinado pelo transportador ou seu agente, atesta a cessão de posse da mercadoria e é o comprovante de sua saída para o exterior. Quando aplicável, o conhecimento de embarque é, ainda, necessário ao processo de negociação cambial nos bancos;

- Certificados

Os certificados destinam-se a comprovar a qualidade, especificações ou origem da mercadoria a ser exportada. No caso de mercadorias destinadas ao Uruguai, o exportador brasileiro deve providenciar a expedição de Certificados de Origem do Mercosul, junto às Federações de Indústria dos diversos Estados (vide modelo na Seção III, dos Anexos).

Os certificados de origem do Mercosul somente poderão ser emitidos pelas federações de indústria e associações comerciais habilitadas para tal fim, a partir da emissão da fatura comercial correspondente, ou nos 60 dias consecutivos, sempre que não supere 10 dias úteis após o embarque. Terão validade de 180 dias-calendário, contados a partir da data da certificação da entidade emissora.

Em termos gerais, a fatura comercial (*commercial invoice*) deve ser elaborada após a efetivação do embarque, e deve conter os elementos básicos da operação, tais como especificação do produto exportado, quantidades, valores, quantidade de volumes, local de origem e de destino.

Deverá ser apresentada sempre a via original do certificado, não sendo válidas fotocópias ou fac-símiles. Erros no preenchimento dos certificados poderão invalidá-los (exemplo: erro na data, falta de preenchimento de determinados itens ou a falta de numeração e do nome da entidade habilitada para emití-los).

Sempre que requerido pela legislação brasileira ou quando solicitado pelo importador uruguiaio, em razão das normas vigentes naquele país, também deverão ser providenciados os pertinentes certificados sanitários ou fitossanitários, emitidos pelas entidades competentes.



VI – ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

1.Considerações gerais

A abertura da economia e o processo de integração econômica trouxeram, para os países do Mercosul, aumento progressivo da presença de produtos importados nos respectivos mercados internos. Com referência ao Uruguai, observa-se, conseqüentemente, modernização nos hábitos de consumo, apoiada na relativa estabilidade econômica e no sistema de crédito ao consumidor.

Cabe recordar que processos de integração econômica ensejam a possibilidade de produção em escala diferenciada, uma vez que as unidades produtoras passam a atender não somente à demanda interna, mas também, em parte, à dos demais países do bloco, tendo suas operações de exportação facilitadas pela adoção de uma tarifa externa comum.

Salienta-se, ainda, que empresas sem experiência exportadora não devem considerar o mercado externo como um alvo transitório ou alternativo, mas sim como um objetivo permanente e definido no planejamento estratégico empresarial. A permanência no mercado internacional deve ser sustentada pela imagem da empresa, refletindo confiança no que se oferece ao importador: produtos de qualidade e serviços pós-venda.

No caso do Uruguai, a maioria das empresas comerciais está sediada ou possui escritório de representação na capital do país, Montevidéu. Os novos métodos de distribuição tais como as vendas por catálogo, por meio eletrônico, e por “telemarketing”, embora já sejam conhecidos no mercado, somente agora começam a se tornar plenamente operacionais.

2.Principais canais de distribuição

Para a seleção de um canal de comercialização, devem

ser considerados diferentes fatores, entre os quais cabe mencionar: a estrutura de exportação da empresa; produtos de exportação; e investimentos destinados à operação, entre outros. Recomenda-se que os exportadores brasileiros procurem ter conhecimento pessoal do mercado uruguaio e selecionem *in loco* o canal de comercialização mais adequado aos seus produtos, decidindo sobre a conveniência de nomear agente ou representante local.

Para a nomeação de um agente ou representante local, devem ser levados em conta, principalmente, os seguintes fatores:

- a) tempo de permanência da firma no mercado local, isto é, não considerar, em princípio, empresas com pouca experiência em comércio exterior;
- b) condições de prestar a assistência técnica adequada, bem como o serviço pós-venda, se aplicável;
- c) que o representante em questão já não esteja representando produto similar de outra empresa; e
- d) referências bancárias.

2.1. Canais recomendados

A maior parte das empresas importadoras, distribuidoras e de representação está situada na capital do país, que, por sua localização geográfica e concentração de meios e sistemas de comunicações, oferece melhores condições para a distribuição dos produtos importados.

A compra e a comercialização de bens de consumo duráveis são efetivadas por importadores-atacadistas-distribuidores que, geralmente, são representantes para todo o país. As importações de matérias-primas e de insumos costumam ser realizadas pelo próprio consumidor, diretamente ou por meio de agentes comissionados ou representantes, exclusivos ou não. A comercialização de bens de capital é realizada quase sempre por representantes, com ou sem exclusividade,



que atuam, em geral, apenas como intermediários, limitando-se a solicitar a mercadoria à fábrica em nome de seus clientes.

A comercialização no setor de gêneros alimentícios e produtos de consumo popular concentra-se em número relativamente pequeno de importadores-distribuidores-atacadistas. Os eletrodomésticos são sobretudo comercializados por importadores-atacadistas que, em muitos casos, contam com lojas próprias para a venda no varejo.

Em não existindo representação no país, a importação realiza-se por contato direto entre o importador uruguaio e o exportador brasileiro.

De modo geral, distinguem-se no mercado uruguaio os seguintes canais de distribuição:

- a) importadores-atacadistas;
- b) importadores-varejistas; e
- c) agentes comissionados.

A gradativa abertura da economia uruguaia e a adesão do país ao Mercosul implicaram progressivo aumento de produtos importados no mercado interno. A estrutura de comercialização dos produtos nacionais ou importados é formada por uma cadeia de empresas que, em sua maior parte, está localizada em Montevideu ou a seu redor. Comumente, importadores com grande poder de compra e venda exercem também a função de atacadistas-distribuidores e abrangem o mercado local e o do interior do país. Tendo em vista as dimensões do mercado, em termos de área e população, a contratação de mais de um importador-distribuidor nem sempre consiste na melhor opção.

Compras governamentais

O "Texto Ordenado de Contabilidade e Administração Financeira" (TOCAF), aprovado pelo decreto do Poder

Executivo n.º 194/97, de 10 de junho de 1997, estabelece na seção 2, relativa aos contratos do Estado, o princípio geral e as exceções com referência à matéria. Recomenda, entre outras orientações, dar preferência às propostas que favoreçam a colocação de produtos uruguaios, em paridade de qualidade e de preço. Na prática, o Estado uruguaio costuma outorgar aos preços dos produtos nacionais preferência entre 10% e 20%, com relação aos estrangeiros, conforme o produto ou serviço.

As modalidades de aquisição são qualificadas por valores e prazos:

- a) licitação pública internacional - mais de 30 dias de antecedência, salvo urgência fundamentada no edital; nunca menos de 10 dias;
- b) licitação pública nacional - mais de quinze dias de antecedência, salvo urgência fundamentada no edital; nunca menos de 5 dias;
- c) licitação abreviada - deve-se convocar pelo menos 6 empresas, com antecedência mínima de 3 dias;
- d) compra direta - nos casos em que o valor da aquisição ou serviço não exceda 1/20 do valor da licitação abreviada. Os valores são permanentemente atualizados e a eles se adaptam as garantias de manutenção da proposta e de cumprimento do contrato.

3. Promoção de vendas

3.1. Considerações gerais

Embora as formas de distribuição de produtos no Uruguai estejam passando por profunda transformação, parcela considerável das vendas ainda é realizada em pequenos estabelecimentos. Não existem grandes cadeias comerciais, com exceção de três redes de supermercados e quatro "shopping-centers", localizados em Montevideu, e alguns



“shoppings” de porte médio, no interior do país. Cabe notar, entretanto, que os centros comerciais devem, a exemplo do ocorrido no Brasil, passar a ocupar lugar de destaque no comércio de bens de consumo.

A limitação do mercado (população total de cerca de 3,2 milhões de habitantes) é determinante para algumas características no que diz respeito à distribuição de produtos importados, sejam eles bens de consumo, matérias-primas, semi-manufaturados ou maquinaria. Assim, algumas vezes, o próprio importador assume também o papel de representante, distribuidor e, até mesmo, de usuário final. Outra consequência do tamanho do mercado é a escassa especialização de importadores e representantes. Os negócios com o interior do país costumam ser realizados por agentes comissionados ou representantes locais.

Em alguns poucos casos, o consumidor uruguaio ainda pode ser considerado conservador. De modo geral, convive habitualmente com produtos importados e opta por marcas importadas com a mesma naturalidade com que o faz pelas marcas nacionais de renome.

Graças às facilidades decorrentes da criação do Mercosul e aos mecanismos de financiamento de crédito para consumo, faixas sociais cada vez maiores têm acesso a bens importados, tais como eletrodomésticos, telefone celular, carros, etc. Como o mercado consumidor é relativamente reduzido, os importadores concorrem fortemente entre si para atingir e manter posição no mercado.

O consumidor uruguaio, em decorrência da proximidade geográfica com o Brasil e das facilidades previstas no âmbito dos textos constitutivos do Mercosul, está familiarizado com as marcas brasileiras, sobretudo aquelas dos Estados da Região Sul.

Há que se considerar, ainda, que a estrutura de custos de fretes e a rapidez na entrega da carga são elementos diferenciadores no processo de exportação, sobretudo quan-

do comparados com os embarques dos países do sudeste asiático e da União Européia, que concorrem com as exportações brasileiras.

Recorda-se, finalmente, que micro e pequenas empresas brasileiras poderiam estudar a possibilidade de realização de “joint-ventures” exportadoras, com vistas a minimizar riscos comerciais. Acordos empresariais de cooperação tecnológica e de especialização também devem ser considerados pelos exportadores brasileiros, quando aplicáveis.

4. Feiras e Exposições

Feiras e exposições constituem ótima oportunidade para se conhecer não somente as principais tendências do mercado, como também os produtores concorrentes e suas linhas de produtos. Ademais, tais eventos constituem ocasião ideal para contatar empresas que possam vir a ser representantes ou distribuidoras.

As feiras uruguaias, normalmente, são abertas ao público em geral. A legislação permite que, em tais eventos, possam ser livremente vendidos quaisquer produtos, desde que tenham sido importados em caráter definitivo. Para efetivar a compra de mercadoria admitida temporariamente (para amostragem no evento, por exemplo), o interessado deverá concluir a importação definitiva na Alfândega.

As mais importantes feiras multisetoriais ou especializadas organizadas no Uruguai são:

FERIA AGROINDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL PRADO
Associação Rural do Uruguay
Predio Ferial del Prado - Montevideo
Contactar: Asoc. Rural del Uruguay
Av. Uruguay, 864
Fone: (+5982) 902-0484 – Fax: 902-0489

Empresas exportadoras brasileiras já representadas ou estabelecidas no Uruguai expõem regularmente em



estandes no Pavilhão do Brasil, organizado e arregimentado anualmente, no mês de setembro, pela Câmara de Comércio Uruguaio-Brasileira, que aluga terreno permanente da Associação Rural, no parque de exposições agropecuárias do Prado.

EXPOACTIVA

Feira agroindustrial declarada de interesse nacional e municipal, realizada anualmente na cidade de Mercedes e organizada pela Associação Rural do Departamento de Soriano.

LABORATORIO TECNOLÓGICO DEL URUGUAY (LATU)

Av. Italia 6201

Fone: (+5982) 601-3274 – 601-3730

Fax: 600-4753

E-mail: webmaster@latu.org.uy

Internet: <http://www.latu.org.uy>

Fone da Administração das Feiras: (+5982) 600-6325

Fax: (+5982) 601-0268

E-mail: cgonza@latu.org.uy

O Laboratório organiza, em pavilhão próprio, feiras e exposições diversificadas ao longo do ano, além de mostras setoriais de comércio e indústria. Oferece aos interessados, inclusive por fax e por correio eletrônico, calendário de eventos que organiza. Eis algumas mostras com frequência fixa:

FERIA INTERNACIONAL DEL PLATA (FIPLA)

EXPOPYME

FERIA DEL LIBRO

MONTEVIDEO MOTOR SHOW

FERIA DE LAS NACIONES.

5. Veículos publicitários

Um dos veículos publicitários de maior influência sobre o consumidor final uruguaio, por sua abrangência e eficácia na promoção de bens de consumo, é a televisão.

Principais emissoras de TV

Monte Carlo Televisión – Canal 4

Paraguay 2253

Fone: 924-4444

Internet: <http://www.canal4.com.uy>

Servicio Oficial de Radio Emisiones (SODRE) - Canal 5

Bulevar Artigas 2552

Fone: 487-1129

Saeta TV – Canal 10

Lorenzo Carnelli 1234

Fone: 400-2120

Internet: <http://www.canal10.com.uy>

Soc. Televisora Larrañaga S.A - Canal 12

Enriqueta Compte y Riqué 1276

Fone: 208-3555

Red Televisión Color (interior)

Gral. Enrique Martínez 1337

Fone: 203-2425

Pelo volume de investimento publicitário e pelo alcance, a imprensa escrita, como um todo, constitui outro importante segmento promocional. Os jornais e revistas são o meio de divulgação preferido das empresas de serviços, seguros, bancos, instituições oficiais e das indústrias de bens de consumo. Publicações especializadas e/ou setoriais (de associações ou cooperativas, por exemplo) podem ser eficientemente utilizadas para veicular publicidade a segmentos específicos de con-



sumidores.

Principais jornais e revistas:

El País
 La Mañana
 Revista Posdata
 El Observador
 Últimas Noticias
 Revista Três
 La República El Diario
 Crónicas Económicas
 Brecha
 Búsqueda
 Guía Financeira

O rádio, por seu longo alcance e custo relativamente baixo, também é recurso amplamente utilizado na promoção de alguns produtos.

Principais emissoras de rádio (AM)

CX 8 – Radio Sarandí

E. Compte y Riqué 1250
 Fone: (+5982) 312-3573

CX-36 – Radio Centenario

Av. 18 de Julio 1357
 Fone: (+5982) 903-0305

CX 12 – Radio Oriental

Av. 18 de Julio 1224
 Fone: (+5982) 900-0607

CX 50 – Radio Independencia

Dr. Alberto Gallinal 2146
 Fone: (+5982) 525-0150

CX 14 – Radio El Espectador

Nuevo Tiempo 1010
 Fone: (+5982) 902-1366
 Río Branco 1483 Mercedes 973
 Fone: (+5982) 902-6712

CX 28 – Radio Imparcial

Av. Libertador 1708
 Fone: (+5982) 924-2323

CX-20 – Radio Monte Carlo

Av. 18 de Julio 1224
 Fone: (+5982) 903-0703

Principais emissoras de rádio (FM)

Emisora Alfa S.R.L.

Av. 18 de Julio 1474
 Fone: (+5982) 400-0230

Emisora Ansina

Solís 1441
 Fone: (+5982) 917-0517

Emisora Azul FM

Tacuarembó 1442
 Fone: (+5982) 401-0072

Emisora del Plata S.R.L.

Mercedes 1452
 Fone: (+5982) 401-6980

Emisora del Sol

Solís 1441
 Fone: (+5982) 916-1081

Emisora Diamante FM

Av. 18 de Julio 2247
 Fone: (+5982) 401-0382

Emisora Galaxia FM Stereo

Av. 18 de Julio 1528
 Fone: (+5982) 400-7948

La Costa FM

Av. Gianattasio 7726



Fone: (+5982) 601-5151

Océano FM

Convención 1343

Fone: (+5982) 902-1440

Concierto FM

Paysandú 1188

Fone: (+5982) 902-3939

Outros veículos publicitários, como os "outdoors", vêm conquistando espaços cada vez maiores nos meios publicitários do país. Também são habituais os sistemas de mala direta e a distribuição de panfletos.

Principais empresas de mala direta

DHL

Zabala 1377

Fone: (+5982) 916-0217

Tiempost

Paraguay 2200

Fone: (+5982) 924-.9580

Prosegur

Av. Sarmiento 2475

Fone: (+5982) 711-7222

Federal Express

Juncal 1321

Fone: (+5982) 916-5544

Nexo

Monte Caseros 2671

Fone: (+5982) 481-1955

Quick Mail

Gral. Gestido 2795

Fone: (+5982) 707-8455

GIE – General International Express

Juan Carlos Gómez 1211

Fone: (+5982) 916-6148

IBC – International Bonded Couriers

Bulevar Artigas 540

Fone: (+5982) 711-1256

AirFacility

Paraná 744

Fone: 902-3040

O material gráfico (catálogos, listas de preços, folhetos informativos, etc., destinados ao mercado importador) deve ser preferencialmente apresentado em idioma espanhol, procurando evitar erros de tradução que dificultem a compreensão do texto.

6. Consultoria de "marketing"

Existem no Uruguai diversas empresas de consultoria de "marketing" capacitadas para desenvolver pesquisas de mercado ou de viabilidade comercial. A seguir, endereços de algumas empresas de Montevideu que realizam estudos de mercado e consultoria de "marketing".

Principais empresas de consultoria de "marketing"

Aim Burke

Colonia 993 Fone: (+5982) 902-6470

Fax: (+5982) 902-1911

Equipos Consultores

Bulevard Artigas 1098

Fone: (+5982) 708-6362 Fax: (+5982) 708-6599

Marketing Investigadores

Guayabo 1522



Fone: (+5982) 400-7447/709-8086

Asesores Estadísticos Asociados

Florida 1280 of. 102.

Fone: (+5982) 900-5906

Cifra

Alejandro Chucarro 1152

Fone: (+5982) 707-0677Fax: (+5982) 707-0677

Coopers & Librand

Treinta y Tres 1374, Piso 5

Fone: (+5982) 916-0820Fax: (+5982) 916-3381

Ernst & Young

Av. 18 de Julio 984, Piso 4

Fone: (+5982) 902-3147Fax: (+5982) 902-1331

Oikos Consultora

Soriano 898, Esc. 401

Fone: (+5982) 900-1504Fax: (+5982) 901-3975

Montaldo y Asociados

Av. 18 de Julio 841, Esc. 301

Fone: (+5982) 902-0944Fax: (+5982) 902-1716

7. Práticas comerciais

7.1. Negociações e contratos de importação

A negociação dos termos de compra e venda é um contrato privado entre as partes e, como norma, são estabelecidas regras interpretativas dos "Incoterms". O início da negociação é marcado pelo pedido de cotação e pelo envio de fatura pró-forma, que deve ser restituída devidamente assinada e contendo a aceitação dos termos. Essa documentação, quando enviada por meio eletrônico, é geralmente aceita pelas partes contratantes apenas para início do negócio. Contudo, no despacho das mercadorias, deverão ser apresentados os documentos originais (fatura comercial, conhecimento de embarque, seguro e certificados exigidos de acordo com o

tipo de mercadoria). Essa etapa da relação entre empresas importadoras e exportadoras deve ser encerrada pela celebração de contrato regulador que dê forma legal ao que foi pactuado pelas partes.

O cumprimento dos prazos de entrega constitui fator importante para o sucesso nos negócios. Deve-se atentar, ainda, para a importância de dar pronta resposta à correspondência e ao cumprimento estrito das normas contratuais.

No comércio exterior, é praxe utilizar modelo de contrato para compra e venda internacional de mercadorias semelhante ao elaborado pela Organização das Nações Unidas, adaptado, obviamente, às negociações entre as partes e que pode ser assim resumido:

Preâmbulo: Pessoas contratantes, poderes, definições, etc.

Condições do contrato: Objeto do contrato; natureza; descrição qualitativa e quantitativa e vigência.

Obrigações do vendedor: Entrega da mercadoria; data, transporte, embalagem, certificados diversos; prazos, reserva de domínio, amostras, cláusulas da garantia; reclamações, reparações; instruções sobre utilização, planos e manuais.

Obrigações do comprador: Modalidades de pagamento; condições e local de pagamento; crédito outorgado; garantias diversas.

Transferência de riscos e da propriedade: Transferência de riscos; modalidade de entrega, "Incoterms", transferência de propriedade, etc.

Serviço pós-venda: Garantia; consertos; manutenção.

Preços e modalidade de pagamento: Preços; moedas conversíveis; moeda de pagamento; revisão de preço; garantia de pagamento.

Arbitragem: Tribunal competente; órgãos; decisões.

Outras cláusulas: Segredo profissional; propriedade



industrial; idioma do contrato; direito contratual; domicílio do contrato; data e firmas autenticadas.

Anexos: Quando aplicável.

7.2. Designação de agentes

Se possível, a nomeação de agente deve ser precedida por contatos com outras empresas, para avaliar as possibilidades de comercialização lucrativa e presença ativa no mercado. No âmbito de feiras, exposições e congressos, os empresários brasileiros poderão encontrar-se com representantes de empresas potencialmente capazes de canalizar, em seu mercado, os produtos que desejam exportar. Nos últimos anos, observa-se tendência de selecionar um fabricante ou comerciante especializado no setor. Outra forma de identificação de agentes potenciais é por intermédio de entidades de classe e grupos ou associações empresariais setoriais.

Não existe regulamentação oficial a respeito da designação de agente comercial, ou seja, as partes têm liberdade para definir os termos do contrato de representação comercial, formalizando a relação.

Este contrato particular (que deveria incluir, em seu formato, uma procuração ou mandato para atuar em nome da empresa e conter cláusulas indicando: se a representação é exclusiva ou não; extensão geográfica da jurisdição do mandatário; produto(s) representado(s), percentagem de comissão; forma de pagamento; duração do contrato e formas de rescisão) deverá ser registrado pelo representante local no Registro Público e Geral do Comércio, onde são matriculadas todas as sociedades e empresas comerciais para estarem habilitadas a operar legalmente.

Por outro lado, a Direção Geral da Secretaria do Ministério de Economia e Finanças mantém o Registro Nacional de Representantes de Firms Estrangeiras. O cadastramento nesse Registro é necessário para a participação em concorrências

públicas. Para preencher esse cadastramento, segundo a lei 16.497, de 15 de junho de 1994, a empresa deve apresentar, entre outros: a matrícula vigente de comerciante, cadastrado no Banco da Previdência Social (BPS) e na Direção Nacional Impositiva (DGI). Caso anteriormente já tenha sido declarada falida ou concordatária, deverá apresentar carta de quitação ou de reabilitação.

Existe, igualmente, desde 1921, uma entidade de classe que reúne os representantes de firmas estrangeiras, cujo endereço é:

Asociación de Representantes de Firms Extranjeras (ARFE)

25 de Mayo 555, Esc. 206

Fone: (+5982) 915-7269

Fax: (+5982) 915-7269

11000 – Montevideo - Uruguay

7.3. Abertura de escritório de representação comercial

Caso uma empresa brasileira pretenda estabelecer-se em território uruguaio, deverá observar os trâmites estipulados para a abertura de qualquer empresa, conforme a modalidade societária que venha a ser selecionada, em função das características do seu produto.

No que diz respeito à documentação pessoal dos empresários que venham a se instalar no Uruguai, a *Dirección Nacional de Migraciones* fornece documento provisório enquanto é realizada a tramitação da carteira de estrangeiro inicial (com validade de 1 ano). Para tal, é preciso apresentar documento brasileiro válido (Passaporte ou Cédula de Identidade – RG), dois retratos “3 x 4” e a “tarjeta” de turista, em que constem a data e a via de ingresso.

Para tramitar a carteira de estrangeiro, é preciso apresentar certidão de nascimento brasileira legalizada por



consulado uruguaio no Brasil (vide relação no item 3 da Seção Anexos) e traduzida por Tradutor Público Juramentado. O Colégio de Tradutores Públicos do Uruguai fornece relação de profissionais habilitados. Uma vez traduzida, a certidão deve ser legalizada pelo Departamento Consular do Ministério das Relações Exteriores do Uruguai e apresentada ao Registro Civil para, com base na tradução oficial da certidão brasileira, ser expedida uma nova certidão uruguaia que será inserida em livro próprio no prazo de 3 semanas. Para a expedição da nova certidão uruguaia ("Partida de extranjero") serão necessários 2 dias adicionais. De posse dessa certidão, deve-se comparecer à *Dirección Nacional de Identificación Civil*, onde será marcado dia e hora para a confecção da carteira de identidade (Endereços na Seção Anexos).

7.4. Seguros de embarque

A contratação de seguros de embarque é parte da negociação privada entre o exportador e o importador uruguaio. A contratação deve balizar-se pelos termos em que foi realizada a operação de exportação, ou seja FOB, CIF, etc. São relacionados, a seguir, os endereços centrais de algumas das principais empresas de seguros que operam no Uruguai e que estão localizadas em Montevideú.

BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO (BSE)

Mercedes 1051

Fone: (+5982) 902-5858

Fax: (+5982) 902-1063

REAL URUGUAYA DE SEGUROS S.A.

Julio H. y Obes 1365 piso 2.

Fone: (+5982) 902-5858

Fax: (+5982) 902-5415

E-mail: realseguros@realseguros.com.uy

PORTO SEGURO SEGUROS

Blvrd. Artigas 2025

Fone: (+5982) 402-8000

Fax: (+5982) 402-7355

E-mail: admin@portoseguro.com.uy

ROYAL & SUN ALLIANCE URUGUAY

Peatonal Sarandí 620

Fone: (+5982) 917-0505

Fax: (+5982) 916-3008

GUARDIAN ROYAL EXCHANGE

Solís 1531 piso 1

Fone: (+5982) 916-5340

Fax: (+5982) 916-0806

E-mail: rccooper@gre-ins.com

CIA. DE SEGUROS ALIANÇA DA BAHIA URUGUAY S.A.

Río Negro 1394, Esc. 702

Fone: (+5982) 902-1086

Fax: (+5982) 902-1087

7.5. Financiamento das importações

Existem linhas de financiamento disponíveis para os importadores e, em geral, não há restrições, quotas ou setores específicos. Os montantes e as taxas são fixados caso a caso. Em termos gerais, pode-se dizer que toda a rede bancária do país conta com linhas de crédito aos importadores.

No que diz respeito ao financiamento de importações originárias do Brasil, o Banco do Brasil e o Banco Real operam o Programa de Apoio às Exportações (PROEX) e o FINAMEX do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), e dispõem de linhas de crédito para financiar tanto o exportador brasileiro, quanto o importador uruguaio, com modalidades pré e pós-embarque.

7.6. Litígios e arbitragem comercial

A Bolsa de Comércio do Uruguai criou o Centro de Conciliação e Arbitragem para facilitar as relações comer-



ciais e os investimentos no país, bem como para administrar os denominados “métodos alternativos de resolução de conflitos”, com vistas a dirimir controvérsias de modo rápido, confiável e econômico. O órgão estende seus serviços a todos os países da região e, particularmente, aos do Mercosul.

O Conselho do Centro de Conciliação e Arbitragem é composto por sete membros, selecionados dentre as mais destacadas personalidades do mundo acadêmico e empresarial, e é liderado pelo Presidente da Bolsa de Comércio, devidamente assessorado por quatro membros designados pela “Câmara Nacional de Comercio” e por dois profissionais liberais nomeados pela Associação de Escrivães do Uruguai e pelo Colégio de Advogados do Uruguai, respectivamente. Conta, ainda, com a cooperação do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). É o seguinte seu endereço:

Centro de Conciliación y Arbitraje
Calle: Rincón 454
Fone: (+5982) 916-1277
Fax: (+5982) 916-1243
E-mail: canadeco@adinet.com.uy
11000 – Montevideo - Uruguay.



ANEXOS

I – ENDEREÇOS

1. Órgãos oficiais uruguaios

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

Edificio Libertad
 Av. Luis Alberto de Herrera, 3350
 Montevideo – Uruguay
 Internet: <http://www.presidencia.gub.uy/>
 Fone: (+5982) 402-2110 / 15
 Fax: (+5982) 480-9397

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Colonia, 1089 – Piso 3
 Fone: (+5982) 902-1017
 Fax: (+5982) 902-1277
 E-mail: adsript@montevideo.com.uy
 Internet: <http://www.dgi.gub.uy/>

Dirección Nacional de Aduanas

Rambla 25 de agosto s/n.º
 Fone: (+5982) 915-0007
 Fax: (+5982) 917-0751

Dirección Nacional de Comercio – Área de Zonas Francas

Plaza Independencia 831, Esc. 607/608
 Fone: (+5982) 902-2074
 Fax: (+5982) 902-2073

Dirección Nacional de Comercio – Área de Comercio Exterior

Colonia 1206, Piso 2
 Fone: (+5982) 902-0319 – 902-0339
 Fax: (+5982) 902-1726
 E-mail: coexdir@tips.com.uy
coexsic@tips.com.uy

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

Edificio Novo
 Colonia, 1206

Fone: (+5982) 902-1007 / 1008
 E-mail: webmaster@mrree.gub.uy
 Internet: <http://www.mrree.gub.uy/>
 Palácio Santos
 Av. 18 de Julio, 1205
 Secretaria Geral:
 Fone: (+5982) 900-4087 - Fax: (+5982) 902-1347

Dirección General para Asuntos de Integración y Mercosur

Colonia, 1206
 Fone: (+5982) 902-1007 / 1008
 Fax: (+5982) 901-6980
 E-mail: dime50@mrree.gub.uy

Dirección General para Asuntos Económicos Internacionales

Colonia, 1206
 Fone: (+5982) 902-0618
 Fax: (+5982) 901-7413
 E-mail: dgeicuatro@mrree.gub.uy

Dirección de Programación Comercial (DPC)

Colonia, 1206
 Fone: (+5982) 903-2872
 Fax: (+5982) 903-2874
 E-mail: dipc41@mrree.gub.uy

MINISTERIO DEL INTERIOR

Mercedes, 933
 Fone: (+5982) 908-2024
 Fax: (+5982) 900-1626
 Internet: <http://minterior.gub.uy/>

MINISTERIO DE GANADERÍA, AGRICULTURA Y PESCA

Constituyente, 1476
 Fone: (+5982) 400-4155 / 59
 Fax: (+5982) 409-9623
 Internet: <http://www.chasque.apc.org/mgap/>

Dirección Forestal

Av. 18 de Julio 1455, Pisos 5 / 6
 Fone: (+5982) 401-9707



Fax: (+5982) 401-9706

Instituto Nacional de Pesca – INAPE

Constituyente, 1497

Fone: (+5982) 400-4689

Fax: (+5982) 401-3216

Junta Nacional de la Granja (JUNAGRA)

Rodó 348 – Canelones – Departamento de Canelones

Fone: (+598-332) 4936 – 4937

Fax: (+598-332) 4940

E-mail: junagra@intecam.com

Instituto Nacional de Carnes (INAC)

Rincón, 454

Fone: (+5982) 916-1989 - Fax: (+5982) 916-2933

E-mail: inac@netgate.com.uy

Internet: <http://www.inac.gub.uy/>

Instituto Nacional de Vitivinicultura (INAVI)

Dr. Pouey 463 – Las Piedras – Departamento de Canelones

Fone: (+5982) 364-6977 – 364-6978

Fax: (+5982) 364-6979

E-mail: inavi@adinet.com.uy

MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL

Av. 8 de octubre

Fone: (+5982) 480-9707

Fax: (+5982)481-4833

Internet: <http://www.ejercito.gub.uy/>

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA

Reconquista 535 c/ Ituzaingó

Fone: (+5982) 915-0103

Fax: (+5982) 916-1048

Internet: <http://chana.mec.gub.uy/>

MINISTERIO DE TRANSPORTE Y OBRAS PÚBLICAS

Rincón, 575

Fone: (+5982) 915-8333

Fax: (+5982) 916-2883

Internet: <http://www.uyuweb.com.uy/construnet/mtop>

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA

Rincón, 747

Fone: (+5982) 902-0231 / 33

Fax: (+5982) 902-1245

Dirección Nacional de Minería y Geología – DINAMYGE

Hervidero 2861

Fone: (+5982) 200-1951

Fax: (+5982) 209-4905

Internet: <http://www.dinamige.gub.uy/>

Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas (DINAPYME)

Rincón 723, Piso 2

Fone: (+5982) 901-2942

Fax: (+5982) 903-0490

E-mail: dinapyme@netgate.com.uy

Dirección Nacional de Industrias

Sarandí 690 – D. 2º Entrepiso – Edificio Ciudadela

Fone: (+5982) 916-2411

Fax: (+5982) 916-2411, ramal interno 319 – 916-2362

MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

Juncal, 1511 – 1617

Fone: (+5982) 916-2681

Fax: (+5982) 902-1245

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

Av. 18 de Julio, 1892

Fone: (+5982) 400-0101 / 04

Fax: (+5982) 408-5360

Internet: <http://www.msp.gub.uy/>

MINISTERIO DE TURISMO

Av. Libertador Brig. Gral. Lavalleja, 1409

Fone: (+5982) 901-3243



Fax: (+5982) 902-1624
 Internet: <http://www.turismo.gub.uy/>

MINISTERIO DE VIVIENDA, ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y MEDIO AMBIENTE

Zabala, 1427
 Fone: (+5982) 915-0211 / 15
 Fax: (+5982) 916-2914
 Internet: <http://www.mvotma.guy.uy/>

ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE PUERTOS (ANP)

Rambla 25 de agosto de 1825 - 160
 Fone: (+5982) 916-1704
 Internet: <http://www.anp.gub.uy>
 DIRECCIÓN NACIONAL DE MIGRACIÓN
 Misiones 1513
 Fone: (+5982) 916-3858

COLEGIO DE TRADUCTORES PÚBLICOS DEL URUGUAY

Colonia 892, Esc. 604 *(Obtenção de relação de Tradutores Juramentados)*
 Fone: (+5982) 903-3130

REGISTRO CIVIL

Av. Uruguay 933 *(Confecção de certidão uruguaia de estrangeiro)*
 Fone: (+5982) 908-6274
 Sarandí 428 *(Solicitação e entrega da certidão, já uruguaia)*
 Fone: (+5982) 915-6051

DIRECCIÓN NACIONAL DE IDENTIFICACIÓN CIVIL

Rincón 665 *(Confecção da Cédula de Identidade)*
 Fone: (+5982) 916-1535

2. Órgãos oficiais brasileiros no Uruguai

EMBAIXADA DO BRASIL EM MONTEVIDÉU
 Bulevard Artigas, 1328
 11300 - Montevideo - Uruguay

Fone: (+5982) 707-2115/ 2119 / 2062
 Fax.: (+5982) 707-2086
 E-mail: brasmont@adinet.com.uy

SETOR DE PROMOÇÃO COMERCIAL (SECOM) DA EMBAIXADA

20 de Setiembre, 1415
 11600 - Montevideo - Uruguay
 Fone: (+5982) 709-6821 / 6822 / 6823
 Fax.: (+5982) 707-2086
 E-mail: secomont@adinet.com.uy

DELEGAÇÃO PERMANENTE DO BRASIL JUNTO À ALADI

Callee Andes, 1365 - Piso 6
 11100 - Montevideo - Uruguay
 Fone: (+5982) 902-8093 / 901-9334 / 901-9335
 - fax: (+5982) 902-1312E
 -mail: brasal@netgate.com.uy

CONSULADO-GERAL DO BRASIL EM MONTEVIDÉU

Calle Convención, nº 1343 - 6º Piso
 Edifício La Torre
 11100 - Montevideo - Uruguay
 Fone: (+5982) 900-6282 / 9001-1460 / 9001-2024
 Fax.: (+5982) 900-0348
 E-mail: bracguru@adinet.com.uy

CONSULADO DO BRASIL EM RIVERA

Calle Ceballos, 1159
 40000 - Rivera - Departamento de Rivera
 Fone: (+0622) 3278
 Fax: (+0622) 4470

CONSULADO DO BRASIL EM CHUY

Calle Tito Fernández, 147
 27100 - Chuy - Departamento de Rocha
 Fone: (+0474) 2049
 Fax: (+0474) 2910



VICE-CONSULADO DO BRASIL EM ARTIGAS

Avda. Lecueder, 432
Artigas – Uruguay
Fone: (+772) 4504
Fax: (+772) 5414

VICE-CONSULADO DO BRASIL EM RIO BRANCO

Calle 10 de Junio, 379
37100 – Río Branco – Departamento de Cerro Largo
Fone: (+0675) 2003
Fax: (+0675) 2816

3. Órgãos oficiais uruguaios no Brasil

EMBAIXADA DO URUGUAI NO BRASIL

Chancelaria:
Avenida das Nações, Lote 14, Quadra 803
Setor de Embaixadas Sul
70450-900 – Brasília-DF
Fone: (61) 322-1200 / 322-4533
Fax: (61) 322-6534
E-mail: urubras@tba.com.br
Internet: <http://www.emburuguai.org.br/>

CONSULADO-GERAL EM BRASÍLIA

Av. das Nações, Lote 14, Quadra 803
Setor de Embaixadas Sul
70450-900 – Brasília - DF
Fone: (61) 322-1200 – 322-4528

CONSULADO-GERAL EM SALVADOR

(Jurisdição: Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Bahia.)
Praça José de Anchieta, 18 - Pelourinho
40025.200 - Salvador - BA
Fone: (71) 322-7093 – 322-7094
Fax: (71) 322-7096

CONSULADO-GERAL EM BELO HORIZONTE

(Jurisdição: Minas Gerais, Goiás, Pará, Amazonas,

Distrito Federal e Territórios de Rondônia, Amapá e Roraima.)
Avda. do Contorno, 6777 SLA 1301/1302
30110.110 - Belo Horizonte - MG
Fone: (31) 296-7527 – 296-8293 -
Fax: (31) 296-7291

CONSULADO HONORÁRIO EM VITÓRIA

Rua Caramuru, 26 - Centro
29015.020 – Vitória - ES
Fone: (27) 233-1434

CONSULADO-GERAL NO RIO DE JANEIRO

(Jurisdição: Rio de Janeiro, Espírito Santo e Tocantins)
Praia de Botafogo 242 - 6º Andar
22250.040 Rio de Janeiro - RJ
Fone: (21) 553-6030
Fax: (21) 553-6036
E-mail: conrio@unikey.com.br

CONSULADO-GERAL EM SÃO PAULO

Rua Alameda Santos 905, 10º Andar –
Cerqueira Cesar
01419.001 – São Paulo – SP
Fone: (11) 284-0998
Fax: (11) 284-6169
E-mail: conurupa@mandic.com.br

CONSULADO HONORÁRIO EM SANTOS

Rua Alexandre Fleming, 437 Pt. 31
11040.010 – Santos - SP
Fone: (13) 238-1886

CONSULADO EM CURITIBA

Rua Emiliano Pernetá 297/92 - 9º Andar -
Sala 92
Edifício Metropolitan Building
80010-050 – Curitiba - PR
Telefax: (41) 232-0436



CONSULADO HONORÁRIO EM PARANAGUÁ

Av. José Lobo, 1207 Ag. Marítima "Transcar"
83240.160 - Paranaguá -PR
Caixa Postal 83200 Box 99
Fone: (41) 423-1266
Fax: (41) 422-6331 - 243-0347

CONSULADO HONORÁRIO EM FLORIANÓPOLIS

Av. Rio Branco 387 - 6º Andar - Centro
88015.201 - Florianópolis - SC
Fone: (48) 216-8944

CONSULADO-GERAL EM PORTO ALEGRE

Rua Siqueira Campos, 1171 - 5º e 6º Andares
90010.001 - Porto Alegre - RS
Fone: (51) 224-3499 - 224-3841 -
Fax: (51) 224-2644 - 224-9816
E-mail: conurugran@conex.com.br

CONSULADO EM BAGÉ

Rua Bento Gonçalves, 1285/604
94400.201 - Bagé - RS
Fone: (532) 42-3855
E-mail: conuruba@alternet.com.br

CONSULADO EM CHUÍ

Rua Venezuela, 311
96235.000 - Chuí - RS
Fone: (532) 65-1151
Fax: (532) 65-1476
Linha Uruguia: (0474) 2690

CONSULADO EM JAGUARÃO

Praça Alcides Marques, 53
96300.000 - Jaguarão - RS
Fone: (532) 61-1411
Fax: (532) 61-1411 - 61-2772

CONSULADO HONORÁRIO EM QUARAÍ

Avenida 7 de Setembro, 1104
97560.000 - Quaraí - RS
Fone: (55) 423-1605 (Recados)

CONSULADO HONORÁRIO EM RIO GRANDE

Rua Andradas, 153 Apto. 301
96200.030 - Rio Grande - R S
Fone: (532) 313530

CONSULADO HONORÁRIO EM SANTA MARIA

Rua Venâncio Aires 1761
97010.001 - Santa Maria - RS
Fone/Fax: (55) 221-1180

CONSULADO EM SANTANA DO LIVRAMENTO

Avenida Tamandaré, 2101 Salas 401/402
97573.531 - Santana do Livramento - RS
Fone/fax: (55) 242-1416
E-mail: consuliv@adinet.com.uy

CONSULADO EM URUGUAIANA

Rua Duque de Caxias 1606, Caixa Postal 135
97500.180 - Uruguiaiana - RS
Telefax: (55) 412-1514
Fax: (55) 412-5668

4. Câmara de Comércio Bilateral

CÂMARA DE COMERCIO URUGUAYO-BRASILEÑA

Plaza Independencia, 822 - piso 7
Fone: (+5982) 900-4753
Fax: (+5982) 901-0955
E-mail: camurbra@adinet.com.uy

5. Principais entidades de classe empresariais

CÂMARA NACIONAL DE COMERCIO

Rincón, 454
11000 - Montevideo - Uruguay
Fone: (+5982) 916-1277
Fax: (+5982) 916-1243
Internet: <http://www.davanet.com.uy/canadeco/>
E-mail: canadeco@adinet.com.uy



CÁMARA DE INDUSTRIAS DEL URUGUAY

Av. Libertador Gral. Lavalleja, 1672
11100 - Montevideo - Uruguay
Fone: (+5982) 901-5000
Fax: (+5982) 902-9995
E-mail: ciu@ciu.com.uy
Internet: www.ciu.com.uy

UNIÓN DE EXPORTADORES DEL URUGUAY

Rincón 454 - Piso 2
11000 - Montevideo - Uruguay
Fone: (+5982) 915-6050
Fax: (+5982) 916-1117
E-mail: ueu@adinet.com.uy

CÁMARA MERCANTIL DE PRODUCTOS DEL PAÍS

Av. Gral. Rondeau 1908, Piso 1
11100 - Montevideo - Uruguay
Fone: (+5982) 924-0644
Fax: (+5982) 924-0673
E-mail: cmpp@davanet.com.uy

ASOCIACIÓN RURAL DEL URUGUAY

Av. Uruguay, 864
11100 - Montevideo - Uruguay
Fone: (+5982) 902-0484
Fax: (+5982) 902-0489
Internet: <http://www.aru.com.uy>
E-mail: aru@netgate.comintur.com.uy

FEDERACIÓN RURAL DEL URUGUAY

Av. 18 de Julio 965, Piso 1
11100 - Montevideo - Uruguay
Fone: (+5982) 900-5583 - Fax: (+5982) 900-4791
E-mail: fedrural@adinet.com.uy

ASOCIACIÓN DE BANCOS DEL URUGUAY

Rincón 468 - Piso 2
11000 - Montevideo - Uruguay
Fone: (+5982) 916-2342
Fax: (+5982) 902-0489
E-mail: uy34042@antel.com.uy

6. Entidades de apoyo

SECRETARÍA ADMINISTRATIVA DEL MERCOSUR
Rincón 575 -Piso 12
Fone: (+5982) 916-4590
Fax: (+5982) 916-4591
E-mail: sam@netgate.com.uy
Internet: www.algarnet.com.uy/secretariamercosur

SECRETARÍA GENERAL DE LA ALADI

Cebollatí, 1461
Fone: (+5982) 400-1121 até 1128
E-mail: aladi@chasque.apc.org -
Internet: www.aladi.org

PROGRAMA "BOLÍVAR"

Av. Libertador Gral. Lavalleja, 1672
Fone: (+5982) 902-3402
Fax: (+5982) 902-2567
E-mail: ciu@ciu.com.uy

7. Principais bancos

BANCO DE LA REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY (BROU)
Cerrito 351
Fone: (+5982) 915-0179 -
Fax: (+5982) 916-2064
Internet: <http://www.brou.gub.uy/>

BANCO CENTRAL DEL URUGUAY

Av. Juan P. Fabini, 777
Fone: (+5982) 908-2090
Fax: (+5982) 902-1782
E-mail: rcasal@bcu.gub.uy
ofinfor@bcu.gub.uy
Internet: www.bcu.gub.uy

BANCO DO BRASIL

25 de Mayo, 506
Fone: (+5982) 917-0070
E-mail: bbgeren@netgate.com.uy



bbgerad@netgate.com.uy
Internet: www.bancobrasil.com.br

BANCO REAL
18 de Julio, 999
Fone: (+5982) 902-0376
E-mail: realext@adinet.com.uy
Internet: www.bancoreal.com.br

BANCO COMERCIAL
Cerrito, 400
Fone: (+5982) 916-0541
E-mail: bcocom@netgate.com.uy

BANK BOSTON
Zabala y 25 de Mayo
Fone: (+5982) 916-0127
E-mail: droda@bkb.com

ING BANK
Misiones, 1352
Fone: (+5982) 916-0961

ABN AMRO BANK
25 de Mayo, 501
Fone: (+5982) 916-0702

BBV - BANCO FRANCÉS URUGUAY
25 de Mayo, 401
Fone: (+5982) 916-1444
E-mail: bfrancés@adinet.com.uy

LLOYDS BANK
Zabala, 1500
Fone: (+5982) 916-0976
E-mail: lloydsm@adinet.com.uy

CITIBANK
Cerrito, 455
Fone: (+5982) 915-0374

BANCO ACAC
25 de Mayo, 552
Fone: (+5982) 916-4430

CREDIT LYONNAIS URUGUAY
Circunvalación Durango 1378
Fone: (+5982) 916-3514

7.1. Bancos uruguayos no Brasil

BANCO DE LA REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY (BROU)
Av. Paulista 1776 - 9º. Andar - Jardim Paulista - São Paulo - SP
Fone: (11) 284-1610 - 289-8245

BBV - BANCO FRANCÉS URUGUAY
Av. Paulista 2439 - 7º andar
São Paulo - SP
Fone: (11) 3061-0111 - Fax: 3064-0402

BANCO COMERCIAL URUGUAY S.A.
Rua Uruguai, 171
Porto Alegre - RS
Fone: (51) 228-5703

8. Fretes e comunicações com o Brasil

8.1. Transporte aéreo

(Empresas com linhas de e para o Brasil)

PLUNA / VARIG *(Diretos)*
Colonia 1021 esquina Julio Herrera y Obes
Fone: (+5982) 902-1414 / 903-0273
E-mail: plunamvd@adinet.com.uy
Internet: www.pluna.com
www.varig.com.br

AMERICAN AIRLINES *(Diretos)*
Sarandí, 699
Fone: (+5982) 916-3929
Internet: www.americanair.com

UNITED AIRLINES *(Via Miami)*
Plaza Independencia 835
Fone: (+5982) 900-2162 - 902-4630
Internet: www.ual.com



IBÉRIA – Líneas Aéreas España S.A.

(Diretos)

Aeroporto de Carrasco s/No.
Fone: (+5982) 601-1430
Internet: www.iberia.com

LAN CHILE *(Via Santiago)*

Aeropuerto de Carrasco S/No.
Fone: (+5982) 601-4983 -
Internet: www.lanchile.com

TAM (Transportes Aéreos del Mercosur)

(Diretos)

Aeropuerto de Carrasco s/No.
Fone: (+5982) 601-1673
Reservas: (+5982) 916-6044
Internet: www.tam.com.br

8.2. Transporte terrestre de passageiros

(Empresas com linhas de e para o Brasil)

Estação rodoviária

TERMINAL DE ÓMNIBUS DE LA CIUDAD DE MONTEVIDEO.

Blvrd. Artigas 1825, Esquina Galicia
Shopping Center Tres Cruces
Fone: (+5982) 401-8998 (*"Oficina de informes"*)

E.G.A (Empresa General Artigas)

Av. Libertador 1945
(Escritório central)
Fone: (+5982) 902.5335
Blvrd. Artigas 1825
(Agência Rodoviária Tres Cruces)
Fone: (+5982) 402-5164 -
E-mail: egagek@adinet.com.uy

T.T.L. (Transportes Turismo Ltda.)

Plaza Cagancha 1385 - Local 001
(Escritório central)
Fone: (+5982) 900-8419
Blvard. Artigas 1825
(Agência Rodoviária Tres Cruces)
E-mail: ttl@redelider.com.uy

8.3. Transporte terrestre de cargas

MERCOTRANS (COMAS AROCENA TRANSPORTES)

Camino Mendoza 4676
Fone: (+5982) 222-4444
Fax: (+5982) 222-3026
E-mail: comaro@mail.com

EXPRESSO RIO GRANDE - SAO PAULO S/A

Joaquín Suarez, 2900
Fone: (+5982) 209-7984 / 208-1109
Fax: (+5982) 209-9182

LÍNEAS SUDAMERICANAS LTDA

Ricaurte, 866
Fone: (+5982) 209-6216
Fax: (+5982) 209-9957
E-mail: lsudrios@internet.com.uy

LATINO AMÉRICA LTDA

Julio Herrera y Obes, 1536
Fone: (+5982) 902-9004
Fax: (+5982) 902-0555
E-mail: latinoamerica@negocios.com.uy

TRANSPESCA S.A.

Av. Centenario, 3066
Fone: (+5982) 487-7818 / 487-3894
Fax: (+5982) 487-3894

TRANSPORTADORA PEROLA LTDA.

Dr. Alfredo Navarro 3136
Fone: (+5982) 481-1461 / 481-4024
Fax: (+5982) 481-2412
E-mail: tplduy@cs.com.uy

8.5. Serviços telefônicos e de fax

ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES - (ANTEL)



Av. Daniel Fernández Crespo 1534.

Fone: (+5982) 400-6640

8.6. Como operar telefone celular brasileiro no Uruguai

No Uruguai há 2 serviços:

ANCEL (do Estado)

Serviço ao cliente: 0800-6611

Montevideu:

Teniente Gral. Pablo Galarza 3537

(Montevideo Shopping Center)

Horário: das 09:30 às 17:00 h, de 2ª a 6ª -

Sábados: das 09:30 às 12:00 h.

Punta del Este:

Agência da ANCEL: Calle 24 (na praça Gorlero)

Fone: (+598-42) 43300

Horário: das 09:00 às 17:00 h.

MOVICOM (Privada)

Serviço ao cliente: *611 ou Fone: 0800-2611

Montevideu:

Av. Soca 1444, esquina com a avenida Rivera

Fone: (+5982) 709-7700

Horário: das 8:30 às 19:00 h., de 2ª a 6ª.

Av. 18 de Julio 840 (entre a rua Andes e a Praça Independência)

Fone: (+5982) 901-4321

Horário: das 9:00 às 19:00 h., de 2ª a 6ª -

Sábado: 09:00 às 13:00 h.

Punta del Este:

Av. Itália, Parada 4, (atrás do Hotel Conrad)

Fone: (+598-42) 84444

Horário: 5ª a 2ª das 9:00 às 18:00 h.

O usuário brasileiro deve, antes de viajar ao Uruguai, solicitar à empresa brasileira fornecedora do serviço de comunicação celular que lhe habilite o serviço de "roaming" e lhe indique com qual das servidoras uruguaias mantém convênio. Se o usuário estiver registrado no serviço de "call delivery", poderá ligar e ser contactado em seu celular brasileiro como se estivesse no Brasil.

8.6.1. Aluguel de telefones celulares

PHONORENT CELULARENT

Martín Fierro 2350 Maldonado 1700

Fone: (+5982) 487-8864

Fone: (+5982) 409-5626

(Plantão permanente) 09-4444888

FREE SHOP URUGUAY LTDA

INTEL RENT

Cerrito 564 Av. Uruguay 1780

Fone: (+5982) 915-2267

Fone: (+5982) 408-7633

8.7. Serviço postal

ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE CORREOS

Correo Central

Buenos Aires, 451

Fone: (+5982) 916-0135

9. Aquisição de publicações

INSTITUTO NACIONAL DE PUBLICACIONES

OFICIALES (DIARIO OFICIAL)

Florida, 1178

Fone: (+5982) 908-4923

Fax: (+5982) 908-5473

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE)

Cuareim, 2052

Fone: (+5982) 924-7056

Fax: (+5982) 924-7080

Montevideo

Internet: www.ine.gub.uy

10. Endereços para emergências

SERVIÇO MÉDICO

**BLUE CROSS & BLUE SHIELD DE URUGUAY**

Lord Ponsomby 2446
Fone: (+5982) 707-5775 - 707-3558

HOSPITAL BRITÂNICO

Av. Italia, 2420/2460
Fone: (+5982) 487-1020

SUAT (Servicio Urgente de Atención y Traslado)
21 de setiembre, 2570

SEMM (Serviço de Emergência Médica Móvel)
Bulevar Artigas, 962
Fone: (+5982) 711-1111

UCM (Unidade Coronária Móvel)
José Mazzini 2957
Fone: (+5982) 147

POLÍCIA**JEFATURA DE POLICÍA DE MONTEVIDEO**

Fone: 1909
Fone: (+5982) 908-9101

RÁDIO-PATROLHA

Fone: 109
Fone: (+5982) 309-2585 - 309-4392

POLÍCIA RODOVIÁRIA ("Policía Caminera")

Fone: 108
Fone: (+5982) 514-0677

Serviços de auxílio ao automóvel

AUTOMÓVIL CLUB DEL URUGUAY

(Conveniado com o Touring Clube do Brasil)
Libertador Gral Lavalleja, 1532
Fone: (+5982) 902-4792 / 901-9020

CENTRO AUTOMOVILISTA DEL URUGUAY

(Conveniado com o Touring Clube do Brasil)
Eduardo Víctor Haedo 2378 (3 cruces)
Fone: (+5982) 400-7002 - 408-2091

CAR UP

(Conveniado com "Mercosul")
Teniente Gral. Galarza 3545
(Montevideo Shopping)
Fone: (+5982) 628-1555 - 622-1452

CAR SERVICE

(Conveniado com "EMBRASIS")
La Paz 1216
Fone: (+5982) 902-8220 - 902-8221
Deslocamento econômico de e para o Aeroporto:
(Ônibus direto. Ponto de partida e chegada: pré-
dio da PLUNA/VARIG)

IBAT LTDA.

Fone: (+5982) 901-0577 / 901-3527

AEROPUERTO INTERNACIONAL DE CARRASCO

Fone: (+5982) 601-4852



II-INFORMAÇÕES PRÁTICAS

Moeda: Peso uruguaio.

Pesos e medidas: Sistema métrico decimal.

Feriados:

*(Marcados com * os dias de ponto facultativo)*

1º de janeiro	Ano Novo
6 de janeiro*	Dia de Reis
(2 dias em fevereiro ou março)*	Carnaval
5ª e 6ª feira*	Semana Santa
19 de abril*	<i>Desembarco de los 33</i>

Orientales

1º de maio;	Dia dos Trabalhadores
18 de maio*	<i>Batalla de Las Piedras</i>
19 de junho*	<i>Natalicio de Artigas</i>
18 de julho	<i>Jura de la Constitución</i>
25 de agosto	<i>Declaratoria de la</i>

Independencia

12 de outubro*	Dia da Raça
2 de novembro*	Dia de Finados
8 de dezembro*	Dia das Praias
25 de dezembro	Natal

Hora oficial: GMT - 3 horas (Brasília - 0)

Horário comercial: O comércio, em geral, permanece aberto das 9 às 19 horas. Os "shopping centers", das 10 às 22 horas.

Eletricidade: 220 Volt, 50 HZ.

Câmbio: Mantém-se variação cambial de cerca de 3%.

Horário dos Bancos: 2ª a 6ª, de 13 às 17 horas.

Horário das casas de câmbio: mantêm o horário comercial. Nos "shoppings", o horário é das 10 às 22 horas. O "Shopping Center Tres Cruces", em virtude de comportar também a estação rodoviária, tem loja de câmbio que opera das 7 às 23 horas. Os cassinos do Estado uruguaio dis-

põem, igualmente, de agências do Banco da República Oriental do Uruguai, onde é possível fazer câmbio das 17:00 à 1:00 hora da manhã.

Hotéis:

HOTEL VICTORIA PLAZA

Plaza Independencia, 759
Fone: (+5982)902-0011 – 900-0539 reservas
E-mail: hvp@adinet.com.uy

HOTEL LAFAYETTE

Soriano, 1170 - Fone: (+5982) 902-4646
E-mail: lafayette@adinet.com.uy

HOTEL PLAZA FUERTE

Bartolomé Mitre 1361
Fone: (+5982) 915-2344
E-mail: pfuerte@plazafuertehotel.com.uy

HOTEL CONTINENTAL

Paraguay, 1373
Fone: (+5982) 902-2062

HOTEL EMBAJADOR

San José, 1212
Fone: (+5982) 902-0215 – 902-0762
E-mail: hotemb@adinet.com.uy

HOTEL HOLIDAY INN

Colonia, 823
Fone: (+5982) 902-0001 – 902-1242
E-mail: hotel@netgate.com.uy

BALMORAL PLAZA HOTEL

Plaza Libertad, 1126
Fone: (+5982) 902-2393 - 902-2288
E-mail: balmoral@netgate.com.uy

HOTEL BELMONT HOUSE

Sanlúcar 1644 / Av. Gral. Rivera 6512
Fone: (+5982) 600-6425 – 601-3700
E-mail: belmont@adinet.com.uy



HOTEL TRES CRUCES

Miguelete 2356, Esquina Acevedo Díaz
Fone: (+5982) 402-3474

HOTEL ERMITAGE

Juan Benito Blanco, 779
Fone: (+5982) 711-7447

HOTEL CRILLON

Andes, 1316
Fone: (+5982) 902-0849

APART-HOTEL GEMINIS

Tacuarembó, 1479
Fone: (+5982) 409-9498
E-mail: reservas@geminiscenter.com

APART-HOTEL VILLA BIARRITZ

Francisco Vidal, 613
Fone: (+5982) 711-2543



BIBLIOGRAFIA

Para a elaboração do presente estudo foram consultadas várias fontes de informação e dados estatísticos, entre as quais destacam-se:

a) fontes uruguaias

- Banco Central del Uruguay. Boletines Estadísticos.
- CENCI Uruguay. Manual Práctico Aduanero. 6ª Edición.
- CENCI Uruguay. Manual Práctico del Importador. Régimen Legal.
- Instituto Uruguay XXI. Directorio de empresas. Montevideo, 1999.
- Instituto Nacional de Estadística. Anuario Estadístico, Boletines trimestrales y Encuesta Continua de Hogares.
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas. Dirección Nacional de Transportes. Anuario Estadístico de Transporte 1997.
- Presidencia de la República. Servicio de Información Ciudadana. "Los Grandes Temas Nacionales". Fichas temáticas.

b) fontes internacionais:

- CEPAL – Estudio Económico de América Latina y el Caribe.
- Secretaria-Geral da ALADI.
- International Financial Statistics. – IMF, June, 1999.
- Statistical Annex. Uruguay, September, 1999.
- The Economist Intelligence Unit – EIU, Country Profile, 1998/99.
- The Economist Intelligence Unit - EIU, Country Report 1996/99.

- World Development Report - The World Bank – 1998.
- Relatório do Desenvolvimento Humano – 1997 – ONU/PNUD.
- Dun & Bradstreet. Exporter's Encyclopaedia - 1998/99.
- Bureau of National Affairs. International Trade Reporter.

c) Fontes brasileiras:

- BACEN. Boletim do Banco Central do Brasil - agosto de 1996.
- BACEN. Boletim Mercosul, nº 24 – Junho/dezembro de 1999.
- MDIC - Secretaria de Comércio Exterior – SECEX/Alice.

CRÉDITOS



MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES
Departamento de Promoção Comercial
Divisão de Informação Comercial
Brasília, 1999

Coleção: Estudos e Documentos de Comércio Exterior
Série: Como Exportar
CEX: 82
Elaboração: Ministério das Relações Exteriores - MRE
Departamento de Promoção Comercial - DPR
Divisão de Informação Comercial - DIC
Embaixada do Brasil em Montevidéu

Coordenação: Divisão de Informação Comercial

Distribuição: Divisão de Informação Comercial

Os termos e apresentação de matérias contidas na presente publicação não traduzem expressão de opinião por parte do MRE sobre o "status" jurídico de quaisquer países, territórios, cidades ou áreas geográficas e de suas fronteiras ou limites. Os termos "desenvolvidos" e "em desenvolvimento", empregados em relação a países ou áreas geográficas, não implicam tomada de posição oficial por parte do MRE.

Direitos reservados.

O **DPR**, que é titular exclusivo dos direitos de autor (*), permite sua reprodução parcial, desde que a fonte seja devidamente citada.

(*) Este guia foi registrado no Escritório de Direitos Autorais da Fundação Biblioteca Nacional
ISBN 85-98712-15-9