



ESTUDO DE MERCADO DE ALIMENTOS

Uruguai



Elaboração:

Ministério das Relações Exteriores – MRE
Embaixada do Brasil em Montevidéu
Setor de Promoção Comercial – SECOM
Abril de 2021

Consultoria:

Galante & Martins

Coordenação:

Embaixada do Brasil em Montevidéu
Setor de Promoção Comercial – SECOM

Direitos reservados

A Embaixada do Brasil em Montevidéu, que é titular exclusiva dos direitos de autor, permite sua reprodução parcial, desde que a fonte seja devidamente citada

Índice

1.	Introdução.....	3
2.	Tratamento aduaneiro de alimentos e bebidas no Uruguai.....	8
2.1.	Aspectos gerais: política geral em matéria de comércio exterior.....	8
2.2.	Considerações sobre o controle aduaneiro uruguaio no trânsito de mercadorias. Destinos aduaneiros	10
2.3.	Aspectos gerais do regime aduaneiro de importação uruguaio	10
2.3.1.	Regime de importação definitiva de alimentos e bebidas no Uruguai	11
2.3.2.	Admissão temporária	14
2.3.2.1.	Para reexportação no mesmo estado	15
2.3.2.2.	Para beneficiamento ativo	15
2.3.3.	Depósito aduaneiro	15
2.4.	Reembarque	16
2.5.	Abandono	16
2.6.	Destruição.....	16
2.7.	Aspectos gerais sobre o regime de exportação no Uruguai.....	17
2.7.1.	Exportação definitiva.....	20
2.7.2.	Exportação temporária para reimportação no mesmo estado.....	20
2.7.3.	Exportação temporária para beneficiamento passivo	20
2.7.4.	Trânsito aduaneiro	20
3.	Tratamento tarifário e outros impostos aplicáveis.....	22
3.1.	Impostos internos aplicados às importações no Uruguai	22
3.1.1.	Imposto ao Valor Agregado (IVA).....	23
3.1.2.	Imposto de Renda sobre Atividades Econômicas (IRAE).....	23
3.1.3.	Imposto Específico Interno (IMESI)	24
3.1.4.	Imposto à Alienação de Bens Agropecuários (IMEBA).....	24
3.1.5.	Outras taxas e encargos sobre importações	24
3.1.5.1.	Imposto Aduaneiro Único (IMADUNI).....	24
3.1.5.2.	Taxa Consular	25
4.	Evolução das importações de produtos brasileiros compreendidos no Capítulo 19 da Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM), no período compreendido entre 2015 e 2020	26

4.1. Escopo geral do Capítulo 19 da Nomenclatura Comum do MERCOSUL: produtos compreendidos	26
4.2. Descrição das posições compreendidas no Capítulo 19 da NCM.....	26
4.3. Dados estatísticos de produtos brasileiros compreendidos no Capítulo da 19 NCM que foram importados ao Uruguai, de 2015 a 30 de setembro de 2020.	29
5. Principais importadores de produtos brasileiros.....	32
6. Canais de logística e distribuição	37
6.1. A atividade logística no Uruguai.....	37
6.1.1. Aspectos gerais.....	37
6.1.2. Criação do Instituto Nacional de Logística – INALOG.....	37
6.1.3. Criação da Unidade Alimentária de Montevideu (UAM)	38
6.1.4. Projeto Parque Alimentar.....	38
6.2. Aspectos gerais sobre os canais de distribuição	39
6.3. Principais canais de distribuição e canais recomendados.....	41
7. Formas de distribuição de produtos alimentícios e bebidas no Uruguai	42
7.1. Promoções e vendas: cadeias de hipermercados e supermercados, proliferação de minimercados e surgimento de plataformas de e-commerce	42
7.2. Feiras e Exposições	42
7.3. Mídia e redes sociais	43
7.4. Consultoria de marketing	44
BIBLIOGRAFIA.....	45
ANEXO I.....	50

1. Introdução

1.1. *Escopo do Estudo*

Este relatório visa a realizar uma análise do mercado uruguaio de alimentos e bebidas com maior potencial para exportadores brasileiros, notadamente, os produtos compreendidos na NCM (Nomenclatura Comum do MERCOSUL) 19, que consiste em “Preparações à base de cereais, farinhas, amidos, féculas ou de leite; produtos de pastelaria”.

Nesse contexto, este relatório procura alertar a respeito dos elementos chave na análise das características gerais do mercado local, com relação aos produtos de referência, às normas, à estrutura regulatória aplicável e ao tratamento aduaneiro aplicado a respeito. Também aporta dados estatísticos referentes à evolução do mercado uruguaio: as principais figuras brasileiras na importação do Uruguai e os canais de distribuição. Permite, assim, oferecer visão completa do mercado, bem como de possíveis formas de acesso.

1.2. *Visão geral e características do mercado local*

A indústria de alimentos e bebidas é constituída de dezessete setores dos quais: treze estão associados à produção de alimentos e os quatro restantes, à produção de bebidas.

Ainda que essa indústria apresente papel de destaque e crescimento estável na economia uruguaia, durante o último ano - e devido à situação de emergência sanitária experimentada -, foram observadas consequências negativas sobre a maioria dos mercados, e o setor de alimentos e bebidas não ficou isento delas.

Nesse sentido, no tocante ao Índice de Volume Físico do ano, até novembro de 2020, foi observada queda de 10,7% em todo o setor de transformação, sendo a área relativa à preparação de alimentos e bebidas o segundo com maior incidência negativa, com variação de -3,6% e incidência de -1,3 p.p.¹ Isso também afetou o comércio exterior.

Por sua vez, no que se refere às importações, de janeiro a dezembro de 2020, foi observada variação negativa. Apenas em dezembro de 2020 foram registrados incrementos interanuais nas importações, em todas as categorias.

¹ INE - Índice de Volume Físico da Indústria de Transformação, novembro 2020
<https://www.ine.gub.uy/documents/10181/30905/%C3%8Dndice+de+Volumen+F%C3%ADsico+de+la+Industria+Manufacturera+%28IVFIM%29++Noviembre+2020/2946523b-8457-47a4-b93b-cb3164b84d3a>

Quadro 1: Número de Índice de volume físico, variação e incidência

(Base: média 2006=100)

DIVISÃO	DESCRIÇÃO	NÚMERO ÍNDICE 11-20	VARIAÇÕES %		INCIDÊNCIAS	
			11-20	Ac. 11-2020	11-20	Ac. 11-2020
			11-19	Ac. 11-2019	11-19	Ac. 11-2019

D	INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO	125,27	-10,70	-5,64		
15	Alimentos e bebidas	133,04	-3,55	-5,27	-1,30	-1,82

Fonte: INE²

Considerando as horas trabalhadas no setor, observou-se recuo notável de 8,06%, conforme observado no próximo quadro.

Quadro 2: Número de índices de horas trabalhadas por operário, variação e incidência na divisão alimentos e bebidas

(Base: média 2006=100)

DIVISÃO	DESCRIÇÃO	NÚMERO ÍNDICE 11-20	VARIAÇÕES %		INCIDÊNCIAS	
			11-20	Ac. 11-2020	11-20	Ac. 11-2020
			11-19	Ac. 11-2019	11-19	Ac. 11-2019

D	INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO	68,85	-8,30	-13,00		
15	Alimentos e bebidas	83,57	-8,06	-11,55	-4,37	-6,14

Fonte: INE³

Em sintonia com os dados fornecidos, no tocante ao pessoal ocupado, também se observa recuo, que no caso foi de 7,21%.

Quadro 3: Número de índices de pessoal ocupado, variação e incidência na divisão alimentos e bebidas

(Base: média 2006=100)

DIVISÃO	DESCRIÇÃO	NÚMERO ÍNDICE 11-20	VARIAÇÕES %		INCIDÊNCIAS	
			11-20	Ac. 11-2020	11-20	Ac. 11-2020
			11-19	Ac. 11-2019	11-19	Ac. 11-2019

² INE - Índice de Volume Físico da Indústria de Transformação, novembro 2020 <https://www.ine.gub.uy/documents/10181/30905/%C3%8Dndice+de+Volumen+F%C3%ADsico+de+la+Industria+Manufacturer+a+%28IVFIM%29++Noviembre+2020/2946523b-8457-47a4-b93b-cb3164b84d3a>

³ INE - Índice de Volume Físico da Indústria de Transformação, novembro 2020 <https://www.ine.gub.uy/documents/10181/30905/%C3%8Dndice+de+Volumen+F%C3%ADsico+de+la+Industria+Manufacturer+a+%28IVFIM%29++Noviembre+2020/2946523b-8457-47a4-b93b-cb3164b84d3a>

D	INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO	74,27	-7,07	-9,56		
15	Alimentos e bebidas	92,70	-7,21	-8,17	-4,03	-4,51

Fonte: INE⁴

1.3. Incidência da indústria de transformação na preparação de produtos alimentícios, bebidas e fumo no PIB.

Analisando o período compreendido entre os anos 2014 e 2019, observou-se crescimento moderado na indústria de transformação, na preparação de produtos alimentícios, bebidas e fumo, gerando uma contribuição crescente deste setor no total produzido na economia nacional e na indústria de transformação em particular.

Quadro 4. Peso do setor de alimentos, bebidas e fumo no PIB do Uruguai
(Série anual, preços correntes, milhares de pesos)

D (1)	INDÚSTRIAS DE TRANSFORMAÇÃO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
		161.567.65	192.793.04	203.704.14	199.796.16	214.569.02	233.913.90
		1	9	0	4	2	2
D. 15- D. 16	Fabricação de produtos alimentícios, bebidas e fumo	80.135.956	87.360.409	95.475.539	101.149.54	97.290.075	108.389.81
					5		3
D.15 11.0	Produção, processamento e conservação de carne e derivados	20.859.334	23.233.886	26.563.824	26.350.770	23.398.644	
D.15 1R.0	Produção, processamento e conservação de pescado, frutas, legumes e óleos	4.309.958	4.204.647	3.826.810	4.554.105	5.158.021	
D.15 20.0	Fabricação de laticínios	11.851.434	11.796.975	9.888.525	13.924.365	14.808.050	
D.15 3T.0	Fabricação de produtos de moagem, amidos e derivados de amido, e alimentos preparados para animais	5.584.529	5.985.848	7.790.475	8.103.608	8.294.001	
D.15 4R.0	Fabricação de produtos de panificação e massas	14.898.617	16.809.931	18.899.228	20.126.402	19.129.686	

⁴ INE - Índice de Volume Físico da Indústria de Transformação, novembro 2020
<https://www.ine.gub.uy/documents/10181/30905/%C3%8Dndice+de+Volumen+F%C3%ADsico+de+la+Industria+Manufacturer+a+%28IVFIM%29++Noviembre+2020/2946523b-8457-47a4-b93b-cb3164b84d3a>

D.15 4S.0	Fabricação de açúcar, cacau, chocolate, produtos de confeitaria e outros produtos alimentícios não especificados anteriormente	11.215.275	13.337.617	15.558.275	14.102.379	13.754.052
D.15 5T.0 D.16 00.0	Fabricação de e bebidas e produtos do fumo	11.416.809	11.991.505	12.948.401	13.987.915	12.747.622

Fonte: Banco Central do Uruguai - Estatísticas e Estudos⁵

Quadro 5. Peso do setor de alimentos, bebidas e fumo no PIB do Uruguai (%)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
PIB	.330.508.361,33	1.455.848.222,47	1.589.195.374,88	1.707.108.631,95	1.838.650.120,93	1.983.672.617,15
D⁽¹⁾						
INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO	12,14%	13,24%	12,82%	11,70%	11,67%	11,79%
D.15 - D.16	6,02%	6,00%	6,01%	5,93%	5,29%	5,46%
D.1511.0	1,57%	1,60%	1,67%	1,54%	1,27%	
D.151.R.0	0,32%	0,29%	0,24%	0,27%	0,28%	
D.152.0.0	0,89%	0,81%	0,62%	0,82%	6,90%	
D.153 T.0	0,42%	0,41%	0,49%	0,48%	0,45%	

⁵ Estatísticas e Estudos do Banco Central do Uruguai, publicado em: <https://www.bcu.gub.uy/Estadisticas-e-Indicadores/Paginas/Presentacion%20Cuentas%20Nacionales.aspx>

alimentos preparados para animais						
D.154 R.0	Fabricação de produtos de panificação e massas	1,12%	1,16%	1,19%	1,18%	1,04%
D.154 S.0	Fabricação de açúcar, cacau, chocolate, produtos de confeitaria e outros produtos alimentícios não especificados anteriormente	0,84%	0,92%	0,98%	0,83%	0,75%
D.160. 0.0	Fabricação de bebidas e produtos do fumo	0,86%	0,82%	0,82%	0,82%	0,69%

Tabela de preparação própria com base em dados fornecidos pelo Banco Central do Uruguai - Estatísticas e Estudos⁶

⁶ Estatísticas e Estudos do Banco Central do Uruguai, publicado em: <https://www.bcu.gub.uy/Estadisticas-e-Indicadores/Paginas/Presentacion%20Cuentas%20Nacionales.aspx>

2. Tratamento aduaneiro de alimentos e bebidas no Uruguai

2.1. Aspectos gerais: política geral em matéria de comércio exterior

No tocante ao regime de comércio exterior uruguaio, é mister mencionar, em primeiro lugar, que o país mantém uma economia aberta, caracterizada por um mercado de câmbio livre, bem como pela não discriminação e ausência de restrições para operações de comércio exterior. A adesão do Uruguai ao MERCOSUL tem contribuído significativamente em reforçar o processo de liberalização do comércio, conduzindo à harmonização de padrões técnicos e regulamentos sanitários e fitossanitários. Não obstante o acima referido, há regulação específica com algumas medidas de proteção para determinados produtos, a respeito dos quais foram estabelecidas certas restrições não tarifárias, tais como controles nos preços, licenças, cotas e exigências de certificados sanitários e fitossanitários.

Nesse sentido, produtos como óleos ou açúcar refinado para uso industrial estão sujeitos a licenças de importação, sem cotas ou restrições de importação sob o regime de licenças. Concretamente, o Decreto No. 57/006⁷, que regulamenta o regime jurídico aplicável ao setor açucareiro, estabelece a aplicação de uma taxa de 35% (itens NCM 1701.11.00.00, 1701.12.00.00, 1701.91.00.00 e 1701.99.00.00)⁸ e de 0% (zero por cento) para a importação de açúcar em bruto e refinado oriundo dos países integrantes do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), realizado diretamente pelos engenhos de açúcar ou por empresas que utilizam esse produto para posterior industrialização. Para a comercialização destes, deve-se tramitar e apresentar o Certificado de Produtos de Necessidade emitido pelo Ministério de Pecuária, Agricultura e Pesca (MGAP) para açúcar não refinado, enquanto, para o caso do açúcar refinado, esse trâmite deve ser realizado junto ao Ministério de Indústria, Energia e Mineração (MIEM). De forma complementar, o Decreto No. 58/016⁹ estabelece que as empresas industriais no Uruguai que utilizam açúcar refinado (NCM 1701.91.00.00 e 1701.99.00.00) nos seus processos podem importar esse produto com uma tarifa de 0%, desde que contém com um “CERTIFICADO DE USO INDUSTRIAL”, que deverá ser solicitado por essas empresas ou através dos importadores agindo como intermediários junto ao Laboratório Tecnológico do Uruguai (doravante LATU)¹⁰.

Não obstante o anterior, e independentemente do produto em questão, para levar a cabo operações de comércio exterior no Uruguai, é preciso, em todos os casos, que o importador ou o exportador dos produtos esteja devidamente registrado junto aos órgãos reguladores, tais como a Dirección General Impositiva (DGI), o Banco de Previsão Social (BPS) e o Banco de Seguro del Estado (BSE). Notadamente, no caso de empresas do setor de alimentos e bebidas, além de atender aos requisitos antes referidos, deverão contar com: (i) registro como empresa importadora ou exportadora junto ao LATU¹¹; (ii) autorização dos

⁷ Decreto No. 57/006, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/57-2006/6>

⁸ Açúcar de cana ou de beterraba e sacarose quimicamente pura, em estado sólido. Publicado em: <https://www.mercosur.int/politica-comercial/ncm/>

⁹ Decreto No. 58/016, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/58-2016>

¹⁰ O açúcar importado com destino industrial deverá estar embalado em sacas não superiores a 25 quilos, ou em “big-bags” contendo 800 quilos ou mais para a movimentação e manipulação por meios mecânicos. As embalagens deverão conter o texto “AZÚCAR PARA USO INDUSTRIAL” [“AÇÚCAR PARA USO INDUSTRIAL”] em letra visível e não menor a três centímetros, indicando também a origem, local de embalagem, nome e endereço do importador.

¹¹ Procedimento para a gestão de Certificação de Comercialização de Alimentos Importados (Decreto No. 338/82), Departamento de Avaliação de Conformidade – Gerência de Certificação, LATU. Publicado em: <https://www.latu.org.uy/wp/wp->

Serviços de Vigilância Sanitária (Bromatologia) da prefeitura municipal onde pertence o produto para a habilitação de atividades de industrialização, importação, fracionamento, armazenamento, distribuição ou comercialização de alimentos, tanto nacionais quanto importados; e (iii) habilitação e registro como empresa de alimentos, cosméticos e domissanitários¹² perante o Departamento de Alimentos do Ministério de Saúde Pública (MSP) uruguaio.¹³ Igualmente, uma vez habilitada a empresa junto às autoridades antes referidas, para a comercialização dentro do território uruguaio dos produtos importados, é preciso o registro por produto perante os Serviços de Vigilância Sanitária (Bromatologia) e, eventualmente, perante o Departamento de Alimentos do MSP, conforme o tipo de produto de que se trate e levando em conta o grau de afetação à saúde.¹⁴

Para realizar gestões relativas a atividades de importação ou exportação de produtos em geral, é mandatória a intervenção de um despachante aduaneiro, como auxiliar do comércio habilitado pela normativa uruguaia em vigor, a fim de tramitar os requerimentos de inclusão de mercadoria em regimes aduaneiros¹⁵, as declarações correspondentes e quaisquer outras gestões relativas ao despacho de mercadorias e operações aduaneiras dentro do território aduaneiro uruguaio, inclusive o pagamento das taxas relativas à operação.¹⁶

Aos efeitos da atuação do despachante aduaneiro, a regulamentação em vigor exige que quem tiver a disponibilidade jurídica da mercadoria emita uma procuração ou mandato em favor do despachante aduaneiro contratado, que deverá creditar e registrar o documento perante a Direção Nacional de Aduanas (DNA)¹⁷, órgão do Ministério de Economia e Finanças (MEF) competente para “exercer o controle e a fiscalização sobre a importação e a exportação de mercadorias, destinos e operações aduaneiras”, entre outras vinculadas à matéria.¹⁸ É mister mencionar que no Uruguai, a comissão do despachante aduaneiro é diretamente proporcional à carga, em função da quantidade e do volume da operação, não havendo preço fixo. Em consequência, para o cálculo dos honorários do despachante, considera-se o equivalente em moeda nacional, bem como o valor aduaneiro da transação, e a taxa de câmbio do dólar em vigor na data de numeração da Alfândega.

<content/uploads/2016/06/Procedimiento-para-la-Gesti%C3%B3n-del-Certificado-de-Comercializaci%C3%B3n-de-Alimentos-08-06-20.pdf>

¹²Publicado em: <https://uruguayemprendedor.uy/tramite/habilitacion-y-registro-de-empresas-de-alimentos-cosmeticos-y-domisanitarios/>

¹³ Publicado em: <https://www.gub.uy/tramites/habilitacion-registro-empresas-alimentos-cosmeticos-domisanitarios>

¹⁴ Destacam-se neste elenco, produtos como alimentos modificados, sal, água, fórmulas lactantes e alimentos para fins especiais, suplementos dietéticos, entre outros. Publicado em: <https://www.gub.uy/tramites/registro-autorizacion-ventas-renovacion-alimentos-modificados-suplementos-dietarios>

¹⁵ Definidos pelo artigo 2 do CAU [Código Aduaneiro Uruguaio] (Lei No. 19.276) como “o tratamento aduaneiro aplicável à mercadoria objeto de trânsito internacional, conforme o estabelecido na legislação aduaneira”, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/codigo-aduanero/19276-2014>

¹⁶Artigo 14 do CAU (Lei No. 19.276) e artigo 12 do Decreto No. 96/015, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/96-2015>.

¹⁷ Artigo 25 do CAU (Lei No. 19.276).

¹⁸ Artigo 6 do Código Aduaneiro Uruguaio - CAU (Lei No. 19.276).

2.2. Considerações sobre o controle aduaneiro uruguaio no trânsito de mercadorias. Destinos aduaneiros

O trânsito aduaneiro é definido na legislação uruguaia como “o movimento de entrada e saída de mercadorias, fiscalizado pela Direção Nacional de Aduanas, que é feito atravessando as fronteiras aduaneiras, pelos mares, lagos, rios e estradas fronteiriças, ou pelo interior do território aduaneiro”, e que “pode ser internacional ou misto; marítimo, fluvial, lacustre, terrestre ou aéreo”.¹⁹ Nesse sentido, a regulação estabelece que as mercadorias, os meios de transporte e as unidades de carga ingressando ao território aduaneiro uruguaio, ficam “sujeitos ao controle, à vigilância e à fiscalização por parte da Direção Nacional de Aduanas”, ficando também sujeitos à fiscalização da DNA as mercadorias, os meios de transporte e as unidades de carga atravessando o território aduaneiro uruguaio com destino ao exterior, a fim de analisar os riscos e os indícios de descumprimento da legislação aduaneira uruguaia.²⁰

Conforme o previsto no Código Aduaneiro Uruguaio (CAU), toda mercadoria entrando no território aduaneiro uruguaio ou saindo dele deverá receber um destino aduaneiro específico.²¹ No caso da importação, este poderá consistir em: (i) inclusão em regime aduaneiro de importação; (ii) reembarque; (iii) abandono; ou (iv) destruição.²² Por sua vez, a mercadoria de livre circulação saindo do território aduaneiro uruguaio poderá ser incluída em quaisquer dos regimes seguintes: (i) exportação definitiva; (ii) exportação temporária para reimportação no mesmo estado; (iii) exportação temporária para beneficiamento passivo; ou (iv) trânsito aduaneiro.²³ Não obstante o antes referido, há um regime especial de exportações para micro e pequenas empresas, previsto pela Lei No. 19.765²⁴ e respectivo Decreto Regulamentar No. 270/019²⁵, que permite a exportação definitiva livre de impostos para mercadoria cujo valor de fatura de exportação não ultrapasse USD 2.000.

A seguir, são descritos cada um dos referidos destinos aduaneiros, focando a análise nas particularidades dos regimes de importação e exportação definitiva, em razão da relevância para o objeto deste trabalho.

2.3. Aspectos gerais do regime aduaneiro de importação uruguaio

Nele são estabelecidas as seguintes classificações: (i) importação definitiva; (ii) admissão temporária para reexportação no mesmo estado; (iii) admissão temporária para beneficiamento ativo; (iv) depósito aduaneiro; e (v) trânsito aduaneiro. Em quaisquer desses casos, a regulamentação uruguaia em vigor exige que a aplicação do destino correspondente à mercadoria seja formalizada perante a DNA, mediante uma declaração jurada de

¹⁹ Artigo 44 do CAU (Lei No. 19.276).

²⁰ Artigo 46 do CAU (Lei No. 19.276).

²¹ Definido no CAU como “o fim dado às mercadorias que entram ou saem do território aduaneiro, conforme estabelecido pela legislação aduaneira”.

²² Artigo 63 do CAU (Lei No. 19.276).

²³ Artigo 107 do CAU (Lei No. 19.276).

²⁴ Lei No. 19.765 (Criação do regime especial de exportações de micro e pequenas empresas que permite a exportação definitiva), publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19765-2019>

²⁵ Decreto No. 270/019 (Regulamentação da Lei No. 19.765, relativa ao estabelecimento de um regime aduaneiro especial de exportações de micro e pequenas empresas), publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/270-2019>

mercadoria, também conhecida como Documento Único Aduaneiro (DUA).²⁶ Essa declaração poderá ser apresentada em formato eletrônica, informando a disponibilidade jurídica da mercadoria, bem como todos os dados e elementos necessários que permitam verificar a correta classificação tarifária.²⁷

Conforme disposto no CAU, cada declarante será responsável por: (i) a veracidade e a exatidão dos dados contidos na declaração; (ii) a autenticidade da documentação complementar; e (iii) o cumprimento de todas as obrigações inerentes ao regime solicitado.²⁸

Por sua vez, dentre as faculdades de controle da DNA, a respeito do regime aduaneiro de importação uruguaio, destacam-se:²⁹

- Controlar a exatidão e a veracidade dos dados declarados e a correta aplicação da legislação correspondente, tanto antes quanto depois da autorização de tal regime.
- Proceder a análise documentária, verificação da mercadoria (total ou parcialmente) com amostragem (limitado ao tecnicamente necessário) e requerer relatórios técnicos, com ressalva de outras medidas que considerar oportunas.
- Adotar medidas, visando a garantir o cumprimento da legislação aduaneira uruguaia.

Por sua vez, o declarante deverá arcar com os custos correspondentes a:³⁰

- Transporte, conservação e manipulação da mercadoria, que forem necessários para verificação ou amostragem.
- Amostragem e análises, bem como redação de relatórios técnicos.
- Contratação de pessoal especializado para assistir à DNA na verificação da mercadoria ou amostragem de mercadorias especiais, frágeis ou perigosas.

A seguir, será descrita a regulação dos diferentes regimes de importação no tocante especificamente à rubrica de alimentos e bebidas.

2.3.1. Regime de importação definitiva de alimentos e bebidas no Uruguai

O regime aduaneiro de importação definitiva representa a livre circulação da mercadoria importada dentro do território aduaneiro uruguaio, uma vez recolhidas todas as taxas correspondentes à importação e observadas todas as formalidades aduaneiras impostas pela regulamentação em vigor no país.³¹

No que se refere concretamente à regulamentação uruguaia da rubrica alimentos e bebidas, vale destacar que esta se encontra dispersa em diferentes leis, decretos, regulamentos e portarias, aprovados pelos diferentes governos ao longo de várias décadas, tanto em nível nacional quanto municipal. Isso ocasiona que o marco jurídico aplicável no Uruguai seja de grande complexidade, inclusive ao se considerar que o país têm ratificado diferentes tratados, convênios e outros instrumentos de direito internacional regulando a

²⁶ Regulado pelo Decreto No. 312/998, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/312-1998>

²⁷ Artigos 64 e 65 do CAU (Lei No. 19.276).

²⁸ Artigo 72 do CAU (Lei No. 19.276).

²⁹ Artigo 73 do CAU (Lei No. 19.276).

³⁰ Artigo 77 do CAU (Lei No. 19.276).

³¹ Artigo 79 do CAU (Lei No. 19.276).

matéria. Em consequência, o Uruguai carece atualmente de um regime ou marco jurídico unificado que centralize em forma sistemática e com abrangência nacional a regulação de toda a atividade vinculada à produção e à comercialização de alimentos em geral.

Não obstante, na regulamentação uruguaia em vigor, destaca-se, em primeiro lugar, o Decreto No. 338/982, que atribui ao LATU a faculdade de inspecionar os produtos alimentícios e as bebidas importadas ao país, a fim de habilitar a comercialização no mercado interno uruguaio. O processo corresponderá sempre que os produtos ingressados ao Uruguai estiverem compreendidos na relação publicada no site do LATU (http://gestiones.latu.org.uy/latu/sigla/cert/com/listado_ncm_338/listado.php), cuja composição pode variar, dos produtos especificamente compreendidos no artigo 17 do referido Decreto, os quais estão classificados conforme a posição na Nomenclatura Aduaneira de Importação (NADI).

Nesse sentido, se os produtos estiverem compreendidos dentro da referida relação ou dentro do escopo do artigo 17 do Decreto No. 338/982, o importador devidamente registrado junto ao LATU deverá requerer a inspeção no marco dessa regulamentação, a fim de obter o Certificado de Comercialização.³² A esses efeitos, uma vez ingressada a mercadoria em território aduaneiro uruguaio, o importador registrado deverá apresentar um requerimento de inspeção da mercadoria no LATU, informando os dados seguintes: (i) denominação comercial da mercadoria e suas características; (ii) quantia expressada em volume físico e valor; (iii) fatura de comercialização e país de origem; (iv) denominação e rubrica NADI; (v) data e local de entrada no país; (vi) meio de transporte; e (vii) localização do lugar onde será depositada a mercadoria.³³ Uma vez ingressada a mercadoria no Uruguai e apresentado o requerimento de inspeção por parte do importador, o LATU realizará a amostragem da mercadoria do depósito aduaneiro onde estas estiverem e, uma vez realizado o procedimento, a regulamentação em vigor habilita à DNA a autorizar a transferência da mercadoria para o depósito informado pelo importador. A mercadoria não poderá ser liberada para venda até que a empresa importadora obtenha o Certificado de Comercialização correspondente. Cabe destacar que, conforme a regulamentação em vigor, as inspeções a cargo do LATU não excluem a possibilidade de eventual inspeção a cargo da DNA, em razão do seu papel como autoridade competente em matéria aduaneira.³⁴

Em relação aos critérios que a mercadoria deverá atender para a emissão do Certificado de Comercialização, destaca-se que o produto não poderá constituir perigo para a saúde e deverá ser apto para consumo humano. Nesse sentido, o Decreto No. 338/982 estabelece que um produto não será considerado apto quando *“pelas suas características sensoriais, grau de sujeira, indícios de fermentação, efeitos fermentativos prejudiciais, infecção por parasitas ou que por circunstância de fabricação e armazenamento tenham experimentado mudanças e tenham sido influenciados de forma tal que não sejam apropriados para o consumo humano”*.³⁵ Além disso, em se tratando de um produto de imitação³⁶, o regulamento prevê o cumprimento de alguns requisitos, como: (i) estar

³² Perguntas frequentes sobre importação de alimentos, 08/06/2020, Departamento de Avaliação de Conformidade, Gerencia de Certificação, LATU. Publicado em: <https://www.latu.org.uy/wp/wp-content/uploads/2016/06/Preguntas-frecuentes-08-06-20.pdf>

³³ Artigo 9 – Decreto No. 338/982. Publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/338-1982>

³⁴ Artigo 1 – Decreto No. 338/982 e artigo 73 do CAU (Lei No. 19.276).

³⁵ Artigo 4 – Decreto No. 338/982.

³⁶ Inciso final, artigo 4 – Decreto No. 338/982. Definidos como *“aqueles que pela aparência externa e conforme análise sensorial se assemelham aos naturais autênticos, sem que sejam iguais na essência aos produtos naturais, sob ponto de vista da composição”*.

devidamente identificados, com expressa menção dos componentes reais; (ii) explicar circunstâncias que difiram dos critérios comerciais, em razão das quais houver perda de valor de fração relevante a respeito do valor nutritivo e degustativo, se couber; e (iii) que a denominação, informação ou apresentação exterior não sejam enganosas.

Por sua vez, para a análise concreta dos produtos importados sujeitos a inspeção, o LATU levará em conta as regulações bromatológicas em vigor no Uruguai, com ressalva das regulações de órgãos internacionais ou de institutos estrangeiros de reconhecida competência e prestígio, quando se tratar de produtos não compreendidos nas regulações técnicas nacionais.³⁷ Nesse sentido, cabe destacar que o Decreto No. 94/995 procurou centralizar regras comuns regulando a matéria alimentar em nível nacional no Uruguai, estabelecendo que *“todos os alimentos industrializados, importados, fracionados, armazenados, distribuídos e comercializados no país, deverão atender as exigências determinadas pelo Ministério de Saúde Pública”*.³⁸ Não obstante a competência atribuída na matéria ao MSP, a regra também estabelece que, para preservar a saúde da população e apoiar o desenvolvimento da indústria e do comércio alimentar, deve-se adotar como marco de referência os padrões internacionais sagrados no *“Codex Alimentarius”* (FAO/OMS), dado seu valor técnico.³⁹ Posteriormente, com a aprovação do Regulamento Bromatológico Nacional instituído pelo Decreto No. 315/994, foi estabelecida no Uruguai uma espécie de regulação complementar na matéria, baseada na aplicação deste último e do Codex Alimentarius *“em todos aqueles casos que assim for estabelecido a título expreso nesse regulamento”*. Também são levadas em conta pelas autoridades uruguaias a eventual aplicação de outros marcos regulatórios sob as diretrizes da Comunidade Econômica Europeia e as regras ditadas pela Administração de Medicamentos e Alimentos (Food and Drugs Administration) dos Estados Unidos da América, bem como sob qualquer outro regulamento interacional, regional e nacional de reconhecido prestígio que puder surgir, a fim de habilitar a importação e comercialização de produtos alimentícios e bebidas, no mercado interno uruguaio.⁴⁰

Se a partida inspecionada pelo LATU atender os requisitos da regulamentação técnica em vigor e as exigências quanto à rotulagem, o LATU emitirá o Certificado de Comercialização, num prazo de até 12 dias úteis, conforme disposto no artigo 11 do Decreto No. 338/982. Se, pelo contrário, os requisitos não forem atendidos, a regra estabelece que a mercadoria deverá ser destruída ou reexportada, no prazo de até 60 dias úteis.

Quanto às exigências relativas à rotulagem, o Decreto No. 117/006⁴¹ declara aplicáveis ao direito interno uruguaio: (i) o Regulamento Técnico MERCOSUL para Rotulagem de Alimentos Embalados, aprovado pela Resolução No. 26/03 do Grupo Mercado Comum do MERCOSUL; (ii) o Regulamento Técnico MERCOSUL para a Rotulagem Nutricional de Alimentos Embalados, aprovado pela Resolução No. 44/03; (iii) o Regulamento Técnico MERCOSUL sobre Rotulagem Nutricional de Alimentos Embalados, aprovado pela Resolução No. 46/03; e (iv) o Regulamento Técnico MERCOSUL de Porções de Alimentos Embalados a Fins de Rotulagem Nutricional, aprovado pela Resolução No. 47/03 do Grupo

³⁷ Artigo 7 do Decreto No. 338/982.

³⁸ Artigo 1 – Decreto No. 95/994. Publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/95-1994>

³⁹ Codex Alimentarius, Padrões Internacionais de Alimentos. Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura e Organização Mundial da Saúde, publicado em: <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/es/>

⁴⁰ Decreto No. 315/994, aprovação do Regulamento Bromatológico Nacional. Publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/315-1994>

⁴¹ Publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/117-2006>

Mercado Comum do MERCOSUL. Também são consideradas as obrigações dispostas no Decreto No. 141/992⁴² que regulamenta os requisitos internos para a rotulagem de alimentos no Uruguai e das modificações introduzidas ao Regulamento Bromatológico Nacional no tocante à rotulagem de alimentos, reguladas pelo Decreto No. 272/018⁴³ com as modificações introduzidas pelos Decretos No. 246/020⁴⁴ e No. 34/021⁴⁵.

2.3.2. Admissão temporária

Conforme o artigo 1 da Lei No. 18.184 e o Decreto Regulamentar No. 505/009, este regime representa a *“introdução na praça, isenta de taxas, de mercadorias estrangeiras oriundas do exterior do território aduaneiro nacional, com finalidade determinada, alheia ao consumo, para ser reexportadas, dentro do prazo determinado pela regulamentação, seja no estado em que foram introduzidas ou após ter sido objeto de transformação, preparação, beneficiamento ou agregado de valor determinados, com ocupação efetiva de mão de obra”*.

Dentro da relação de bens que a regulamentação em vigor habilita a introduzir no país ao amparo deste regime, encontram-se as matérias primas e insumos intermediários, sem prejuízo de outros de caráter industrial. Nesse sentido, interpreta-se como matérias primas e insumos intermediários: *“aquelas mercadorias que entram no processo de fabricação e sofrem uma transformação substantiva de estado, ficando incorporadas ao produto terminado”*.⁴⁶ Em virtude desse mecanismo, as empresas fabricantes podem importar tais matérias ou insumos, livre de gravames para ser incorporadas na fabricação de produtos nacionais, que depois poderão ser exportadas a partir do Uruguai. Esse regime também compreende produtos consumidos no processo produtivo, desde que não sejam incorporados ao produto terminado que será exportado, bem como as embalagens e material de embalagem.⁴⁷

A efeitos da admissão temporária, as empresas interessadas deverão requerer a entrada de mercadorias ao amparo desse regime junto ao LATU, possibilitando o controle e eventual saída do país. Verificado o cumprimento de requisitos e formalidades legais, o LATU emite autorização de admissão temporária, que é comunicada à DNA e à empresa requerente, devendo a empresa cumprir cada operação de admissão temporária em até 18 meses, a partir da data da autorização correspondente, que poderá ser prorrogada a pedido da empresa.⁴⁸

Uma vez ingressadas as mercadorias em regime de admissão temporária, estas deverão permanecer claramente identificadas e separadas entre si e de outras mercadorias que possam ter ingressado pelo regime geral ou que tenham sido adquiridas na praça. Não

⁴² Decreto No. 141/992, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/141-1992>

⁴³ Decreto No. 272/018, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos-reglamento/272-2018/1>

⁴⁴ Decreto No. 246/020, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/246-2020/2>

⁴⁵ Decreto No. 34/021, publicado em: <https://www.impo.com.uy/diariooficial/2021/02/01/documentos.pdf>

⁴⁶ Artigo 2 – Decreto No. 505/009, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/505-2009>

⁴⁷ Guia do Exportador, Departamento de Promoção de Exportações, Uruguay XXI, pág. 19. Publicada em: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/quiero-exportar/herramientas/guia-del-exportador/>

⁴⁸ Artigos 3 e 4 do Decreto No. 505/009.

podendo atender esse requisito, a empresa deverá informar ao LATU as razões fundamentadas, a fim de que este proceda ao estudo das particularidades do caso.⁴⁹

O regime de admissão temporária diferencia as finalidades seguintes:

2.3.2.1. Para reexportação no mesmo estado

Sob este regime, a mercadoria é importada com finalidade específica e por prazo determinado, com obrigação de ser reexportada no mesmo estado, exceto a depreciação pelo uso normal, sem pagamento das taxas que oneram a importação definitiva, com exceção das taxas aplicáveis.⁵⁰

2.3.2.2. Para beneficiamento ativo

Consiste na introdução de mercadoria estrangeira na praça com finalidade alheia ao consumo, consistente com determinada operação de transformação, fabricação, reparo ou outra atividade autorizada para posterior reexportação sob a forma de produto resultante e dentro de prazo determinado.⁵¹ As mercadorias que entram em território aduaneiro uruguaio sob esse regime não precisam tramitar o Certificado de Comercialização junto ao LATU.⁵²

2.3.3. Depósito aduaneiro

Representa o ingresso de mercadoria importada para permanência em depósito aduaneiro por prazo de até cinco anos (prorrogáveis), conforme o caso, sem o pagamento de tributos (com exceção das taxas aplicáveis) e com a finalidade de ser inclusa posteriormente em outro regime aduaneiro, ser reembarcada ou reexportada.⁵³ Nesse sentido, a regulamentação em vigor no Uruguai define o depósito aduaneiro como *“todo local autorizado pela autoridade competente e habilitado pela Direção Nacional de Aduanas, tais como espaços cercados, fechados ou abertos, depósitos flutuantes e tanques, que é considerado zona primária aduaneira e onde pode ser armazenadas mercadorias importadas (...)”*⁵⁴

Para operar nessa modalidade, é requerida concessão ou autorização e habilitação conferida pela DNA, órgão responsável pelo *“controle, supervisão e vigilância dos depósitos aduaneiros e pela entrada, permanência, saída, estoques, movimentação e circulação de mercadorias e outros bens que ingressarem a estes, bem como a realização de auditorias, inspeções, e, em geral, de todo tipo de controles relativos a eles”*.⁵⁵

⁴⁹ Artigo 6 – Decreto No. 505/009.

⁵⁰ Artigos 81 a 83 do CAU (Lei No. 19.276).

⁵¹ Artigos 84 a 91 do CAU (Lei No. 19.276).

⁵² Perguntas frequentes sobre importação de alimentos, Departamento de Avaliação de Conformidade, Gerencia de Certificação, LATU. Publicado em: <https://www.latu.org.uy/wp/wp-content/uploads/2016/06/Preguntas-frecuentes.pdf>

⁵³ Artigos 92 a 93 do CAU (Lei No. 19.276).

⁵⁴ Artigo 1 (Depósito Aduaneiro) – Decreto No. 99/015, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/99-2015>

⁵⁵ Artigo 20 (Controle Aduaneiro) – Decreto No. 99/015.

Cabe ressaltar que não poderão ser incluídas neste regime “as mercadorias afetadas por proibições de caráter temporário ou permanente baseadas em razões de ordem pública, proteção à saúde humana, animal ou vegetal, ou relativas ao meio ambiente, e, em geral, todas aquelas com riscos a pessoas e bens”.⁵⁶

2.4. Reembarque

Consiste na saída da mercadoria ingressada que estiver em condição de depósito temporário de importação ou sob o regime de depósito aduaneiro, de controle aduaneiro e sem o pagamento de taxas nem aplicação de proibições ou restrições de caráter econômico, desde que não haja sofrido alterações em sua natureza.⁵⁷

2.5. Abandono

Conforme a regulamentação em vigor, considera-se que a mercadoria se encontra em situação de abandono quando sejam configuradas quaisquer das circunstâncias seguintes:⁵⁸

- Vencimento do prazo de permanência em depósito temporário.
- Declaração expressa e por escrito do proprietário ou consignatário.
- Deterioração ou quando, por qualquer outro motivo grave, esta não possa ser conservada em depósito aduaneiro e não seja despachada em até oito dias úteis a contar da notificação comprovada ao depositante, consignatário, empresa transportadora ou quaisquer pessoas que tiverem direito a dispor dessa mercadoria.
- Omissão do despachante aduaneiro em retirá-la, uma vez autorizada a liberação, dentro do prazo de cinco dias úteis, a contar da notificação pessoal.
- Omissão do pagamento do depósito por um período superior a 90 dias e tendo sido notificado comprovadamente desta circunstância o depositante, o consignatário, a empresa transportadora ou a pessoa que tiver direito a dispor da mercadoria, persistindo tal omissão por um prazo de três dias úteis posteriores à notificação.

2.6. Destruição

A DNA poderá ordenar a destruição sob controle aduaneiro das mercadorias, prévio relatório da autoridade competente, caso as mesmas atentem contra a moral, a saúde, a segurança, a ordem pública, o meio ambiente ou quando existirem outras razões devidamente fundamentadas. A regulamentação em vigor estabelece que as despesas ocasionadas pela destruição serão de responsabilidade do consignatário ou de quem tiver a posse jurídica da mercadoria.⁵⁹

⁵⁶ Artigo 24 (Proibições) – Decreto No. 99/015.

⁵⁷ Artigo 97 (Reembarque – Definição) do CAU (Lei No. 19.276).

⁵⁸ Artigo 98 (Abandono – Casos) do CAU (Lei No. 19.276).

⁵⁹ Artigo 100 do CAU (Lei No. 19.276).

Se, pelo contrário, a destruição da mercadoria for suscetível de gerar danos à saúde ou à vida das pessoas, dos animais, dos vegetais ou do meio ambiente, a DNA poderá exigir o reembarque ou reexportação ao exterior, nos prazos e condições que esta oportunamente determinar, prévio relatório da autoridade competente. Em tal caso, o proprietário da mercadoria ou quem tiver a posse jurídica sobre ela serão solidariamente responsáveis.⁶⁰

2.7. Aspectos gerais sobre o regime de exportação no Uruguai

Conforme dados publicados pela *Oficina de Planeamiento y Presupuesto* do Uruguai (OPP), o país produz, atualmente, alimento para 30 milhões de pessoas, com capacidade para aumentar esse valor a 50 milhões. Nesse sentido, destaca-se o setor de agroalimentos na estrutura produtiva uruguaia, cujo papel tem sido chave, não somente no PIB desse país, mas também na geração de emprego e de exportações. Adicionalmente, a OPP projeta que a demanda de alimentos uruguaio vá aumentar no futuro, devido a fatores como: crescimento da população, aumento do poder aquisitivo e crescente urbanização. Dentre as rubricas em que o Uruguai se destaca por oferecer produtos de qualidade, encontram-se principalmente carne e laticínios, cuja demanda se espera que no futuro seja impulsada particularmente.⁶¹ Assim mesmo, outro dos produtos uruguaio que têm ganhado destaque nos últimos anos é o arroz, contando até o momento com um total estimado de 135.000 hectares plantadas em país reconhecido pelo estrito cumprimento no tocante aos compromissos de exportação assumidos. Nos primeiros meses de 2020, essa rubrica tem gerado vendas por um total de USD 69 milhões para o Uruguai, estando o Brasil entre os principais compradores de arroz uruguaio, conforme dados publicados pelo Uruguay XXI.⁶²

No que respeita à regulação do regime de exportação uruguaio, destaca-se que toda mercadoria saindo de território aduaneiro deste país deve, necessariamente, estar inclusa em quaisquer dos seguintes destinos aduaneiros de exportação: (i) exportação definitiva; (ii) exportação temporária para reincorporação no mesmo estado; (iii) exportação temporária para beneficiamento passivo; e (iv) trânsito aduaneiro. A esses efeitos, a regulamentação em vigor estende a aplicação das disposições do CAU, relativas ao regime de importação, quando corresponderem à atividade de exportação, como as proibições ou restrições a essas atividades, entre outras compreendidas sob o Título XI (Disposições comuns a importação e exportação) do CAU. Cabe ressaltar que, neste país, a condição de exportador é adquirida pelo simples fato de realizar vendas no exterior, não sendo necessário fazer parte de qualquer lista o registro prévio. Também, a exportação de produtos pode ser realizada pelo produtor destes, por uma empresa que forneça o serviço ou um agente.⁶³

Da mesma forma que no regime de importação, o LATU certifica a qualidade dos produtos a ser exportados (sejam alimentícios ou não), dentro os quais se destacam: laticínios, carnes, frutas e legumes industrializadas, produtos de colmeias, panificados,

⁶⁰ Artigo 101 do CAU (Lei No. 19.276).

⁶¹ "O Uruguai poderia produzir alimentos para 50 milhões de pessoas", Estrategia de Desenvolvimento 2050, *Oficina de Planeamiento y Presupuesto* – Presidência da República Oriental do Uruguai, 13 de janeiro de 2020. Publicado em: <https://www.opp.gub.uy/es/noticias/uruguay-podria-producir-alimentos-para-50-millones-de-personas>

⁶² "A exportação de arroz uruguaio aquece em tempos de Covid-19", Uruguay XXI, 6 de maio de 2020. Publicado em: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/la-exportacion-de-arroz-uruguayo-crece-en-tiempos-del-covid-19/>

⁶³ Guia do Exportador, Departamento de Promoção de Exportações, Uruguay XXI, pág. 8. Publicada em: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/quiero-exportar/herramientas/guia-del-exportador/>

bebidas fermentadas, ovos com casca, entre outros que surgem da relação publicada no site do LATU (<https://www.latu.org.uy/wp/wp-content/uploads/2016/06/Listado-productos-de-exportacion.pdf>). Não obstante, é possível tramitar o certificado de exportação para produtos não expressamente compreendidos na referida relação, desde que estes verifiquem o cumprimento da regulamentação ou requisitos aplicáveis a eles.⁶⁴ Para certificação de exportação, a empresa deverá estar registrada junto ao Departamento de Atendimento ao Cliente do LATU e cada solicitação deverá ser apresentada em forma eletrônica através do sistema informático SIGLA⁶⁵, destacando que, para a emissão do certificado, o LATU leva em conta os respectivos critérios adotados pelo Poder Executivo uruguaio, nos diferentes decretos promulgados, conforme o tipo de produto.⁶⁶

Por sua vez, a mercadoria a ser exportada também está sujeita a requisitos documentários especiais para sair do território aduaneiro uruguaio, devendo ser identificada a posição tarifária desta. Convém, ainda, consultar na Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)⁶⁷ quais são todos os documentos exigidos pela DNA para essa posição, os quais poderão ser tramitados através da plataforma VUCE. Quanto aos requisitos para a entrada no país de destino, geralmente é recomendado consultar com o comprador da mercadoria⁶⁸, levando em conta que no Uruguai há diferentes instituições públicas e privadas que facilitam a atividade de exportação e que contam com informações relativas aos mercados de destino, sendo o acesso a estas, em alguns casos, simples e gratuito. Nesse sentido, dentro das principais fontes de assistência especializada se destacam os ministérios e órgãos públicos uruguaios vinculados à atividade econômica (tais como o MEF e o Ministério das Relações Exteriores - MRREE), Uruguay XXI, a União de Exportadores, a Câmara de Comércio, câmaras binacionais (como a Câmara de Comércio Uruguai-Brasil), Câmara de Indústrias, entre outros.⁶⁹

Como para as operações de importação, outro dos documentos especialmente relevantes para a exportação de um produto é o Certificado de Origem, definido como “o documento que permite a comprovação da origem dos produtos”⁷⁰, de modo a permitir que o exportador esteja amparado à preferência ou redução tarifária, dependendo dos acordos comerciais que no Uruguai estiverem em vigor com o país de destino da mercadoria. Nesse sentido, no marco das relações comerciais entre Uruguai e Brasil, destaca-se a aplicação das disposições do MERCOSUL na matéria, as quais exigem, entre as formalidades a ser atendidas, a emissão desse certificado por parte de entidades certificadoras habilitadas, a

⁶⁴ Guia para certificação de exportações, Departamento de Avaliação de Conformidade – Gerencia de Certificação, LATU, 28 de junho de 2019. Publicada em: https://www.latu.org.uy/wp/wp-content/uploads/2016/06/Manual_para_gestionar_certificado_de_exportacion-2.pdf

⁶⁵ Guia para certificação de exportações, Departamento de Avaliação de Conformidade – Gerencia de Certificação, LATU, 28 de junho de 2019. Publicada em: https://www.latu.org.uy/wp/wp-content/uploads/2016/06/Manual_para_gestionar_certificado_de_exportacion-2.pdf

⁶⁶ Certificado de Exportação de Produtos, LATU. Publicado em: <https://www.latu.org.uy/certificacion-control/certificacion-de-productos/alimentos>

⁶⁷ Trata-se de uma plataforma que permite realizar de forma eletrônica todos os trâmites vinculados às operações de importação, exportação e trânsito, facilitando o desenvolvimento do comércio exterior no Uruguai. Por meio dessa ferramenta, os usuários podem identificar os requisitos documentários associados a uma operação determinada e a cada um dos trâmites relacionados, habilitando o encaminhamento de requerimentos eletrônicos com cópias digitais dos documentos exigidos a esses efeitos. Site do VUCE: <https://vuce.gub.uy/>

⁶⁸ Guia do Exportador, Departamento de Promoção de Exportações, Uruguay XXI, pág. 8. Publicada em: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/quiero-exportar/herramientas/guia-del-exportador/>

⁶⁹ Exporta Fácil, Informação Básica de Comércio Exterior, publicada em: http://www.exportafacil.com.uy/?page_id=89

⁷⁰ Artigo 18 (Certificado de Origem), Decisão CMC No. 1/2009 (“Regime de Origem MERCOSUL”), 23 de julho de 2009, publicado em: <https://www.mercosur.int/politica-comercial/regimen-de-origen-del-mercosur/>

identificação dos produtos a que refere e a informação inequívoca de que a mercadoria é oriunda de um Estado Parte do MERCOSUL.⁷¹ No âmbito do Artigo 3 da Decisão CMC No. 1/2009. (Regime de Origem MERCOSUL), estabelece-se que serão considerados oriundos do MERCOSUL aqueles produtos totalmente obtidos de:⁷²

- Reino vegetal colhidos ou coletados no território de um ou mais Estados Partes
- Animais vivos, nascidos e criados no território de um ou mais Estados Partes
- Animais vivos no território de um ou mais Estados Partes
- Caça, captura com armadilha, pesca realizada no território ou em suas águas territoriais e zonas econômicas exclusivas de uma ou mais Partes.
- Minerais e outros recursos naturais, extraídos ou obtidos no território de uma ou mais Partes
- Peixes, crustáceos e outras espécies marinhas obtidas do mar, fora das águas territoriais e das zonas econômicas exclusivas por navios registrados ou matriculados em uma das Partes, e autorizados a arvorar a bandeira da referida Parte ou por navios arrendados ou afretados a empresas estabelecidas no território de uma Parte
- Do leito marinho ou do subsolo marinho, desde que a Parte tenha os direitos de exploração desse leito ou subsolo marinho.
- Do espaço extraterrestre, desde que obtidos por uma Parte ou pessoa de uma Parte
- Detritos e refugos resultantes da produção de uma ou mais Partes e matéria-prima recuperada dos detritos e refugos derivados do consumo, coletados em um Estado Parte e que não possam cumprir o propósito para o qual foram produzidos.

Conforme disposto no Decreto No. 182/016, no Uruguai, estão habilitados a emitir certificado de origem no âmbito do MERCOSUL, ALADI, SGP, SPGC e quaisquer outros acordos comerciais subscritos pelo Uruguai ou esquema preferencial recíproco do qual este país seja beneficiado: a Direção Nacional de Indústrias do MIEM, o MGAP, a Câmara de Indústrias do Uruguai, a Câmara Mercantil de Produtos do País, a Câmara Nacional de Comércio e Serviços e a União de Exportadores do Uruguai.⁷³

É mister ressaltar que, no tocante tanto às exportações ao Brasil quando às importações deste país que estejam amparadas no Acordo de Complementação Econômica No.18, desde 1 de fevereiro de 2020 rege a obrigatoriedade de emitir certificados de origem exclusivamente em formato digital, tomando como referência as especificações técnicas, procedimentos e demais parâmetros estabelecidos pela ALADI⁷⁴, em razão de que esta modalidade oferece melhores padrões de segurança à certificação de origem MERCOSUL, além de agilizar e reduzir os custos do sistema e facilitar o comércio entre as partes.⁷⁵ A partir da referida modificação, fica estabelecido que somente em casos fortuitos ou por razões de força maior que impeçam a emissão do certificado em formato digital, poderão ser emitidos estes em formato papel, de modo a não prejudicar as operações de comércio exterior.

⁷¹ Idem

⁷² Artigo 3 (Produtos originários), Decisão CMC No. 1/2009 (“Regime de Origem MERCOSUL”), 23 de julho de 2009, publicado em: <https://www.mercosur.int/politica-comercial/regimen-de-origen-del-mercosur/>

⁷³ Artigo 1 – Decreto No. 182/016, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/182-2016>

⁷⁴ Certificação de origem digital da ALADI – Especificações técnicas e procedimentos gerais, Rev. 9, 30 de setembro de 2020. Publicado em: http://www2.aladi.org/SitioALADI/documentos/COD/ALADI_SEC_di2327_Rev9esp.pdf

⁷⁵ Decreto No. 4/020, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/4-2020>

2.7.1. Exportação definitiva

Permite a saída definitiva de mercadoria de livre circulação em território aduaneiro uruguaio, uma vez recolhidas as taxas aduaneiras aplicáveis, bem como atendidas as formalidades aduaneiras exigidas. A mercadoria submetida a esse regime ficará sujeita às proibições ou restrições reguladas sob o Capítulo I (Proibições ou Restrições) do Título XI (Disposições comuns à importação e à exportação) do CAU.⁷⁶

Adicionalmente, a mercadoria poderá ser despachada diretamente para exportação definitiva, sem precisar ser submetida previamente à condição de depósito temporário de exportação.⁷⁷

2.7.2. Exportação temporária para reimportação no mesmo estado

Consiste na exportação de mercadoria de livre circulação com finalidade específica e por prazo determinado, sujeita à reimportação no mesmo estado (exceto a depreciação pelo uso normal), sem pagamento das taxas que oneram a importação definitiva, com exceção das taxas aplicáveis. Por sua parte, o MEF poderá autorizar a inclusão da mercadoria em regime de exportação temporária para reincorporação no mesmo estado, determinando os requisitos, as condições, os prazos, as formalidades e os procedimentos específicos, à exceção de casos expressamente autorizados pela regulamentação aduaneira uruguaia.⁷⁸

2.7.3. Exportação temporária para beneficiamento passivo

Neste regime, a mercadoria de livre circulação é exportada para ser atribuída à determinada operação de transformação, fabricação, reparo ou outra atividade autorizada para posterior reimportação, dentro de prazo determinado, sujeito à aplicação das taxas que oneram a importação definitiva unicamente com relação ao valor agregado no exterior.⁷⁹

Convém destacar que, em princípio, esse regime não implica pagamento das taxas que oneram a exportação, exceto no caso de subprodutos, desperdícios ou refugos com valor comercial, resultantes das tarefas de beneficiamento passivo e que não sejam reimportados ao país.

2.7.4. Trânsito aduaneiro

Trata-se de regime comum à importação e à exportação, pelo qual a mercadoria circula sob controle aduaneiro, de uma alfândega de partida a outra de destino, sem pagamento de

⁷⁶ Artigo 109 do CAU (Lei No. 19.276).

⁷⁷ Artigo 110 do CAU (Lei No. 19.276).

⁷⁸ Artigos 111 a 113 do CAU (Lei No. 19.276).

⁷⁹ Artigos 114 a 118 do CAU (Lei No. 19.276).

tributos (com exceção das taxas aplicáveis) e sem aplicação de restrições econômicas. O regime poderá permitir também o transporte de mercadorias sob quaisquer das formas seguintes: (i) de uma alfândega de entrada a uma de saída; (ii) de uma alfândega de entrada a uma interior; (iii) de uma alfândega interior a uma de saída; ou (iv) de uma alfândega interior a outra.⁸⁰

Em qualquer caso, a transportadora e seu agente de transporte, o declarante e quem tiver a disponibilidade jurídica da mercadoria serão responsáveis pelo cumprimento das obrigações estabelecidas no regime de trânsito aduaneiro. Estes poderão isentar-se de responsabilidade quando provarem que o descumprimento foi gerado por caso fortuito, força maior ou quaisquer outras causas não atribuíveis a eles.⁸¹

⁸⁰ Artigo 120 do CAU (Lei No. 19.276).

⁸¹ Artigo 121 do CAU (Lei No. 19.276).

3. Tratamento tarifário e outros impostos aplicáveis

O Decreto No. 544/005 incorpora ao direito interno uruguaio a Decisão CMC No. 37/05 e Anexos I a IV, que estabelece o regulamento para controle e comercialização entre os Estados Parte do MERCOSUL dos bens que receberão tratamento de originários, conforme previsto na Decisão No. 54/04 relativa à eliminação de dupla cobrança e à distribuição da renda aduaneira para determinados bens especificamente previstos.⁸²

Em tal sentido, a Decisão CMC No. 37/05 determina que os bens importados de países terceiros, ingressados no território de alguns dos Estados Parte do MERCOSUL, a partir de 1 de janeiro de 2006, recebem o tratamento de originários, tanto com relação à circulação entre os Estados Parte quanto à incorporação em processos produtivos. A esses efeitos, aplicar-se-á: (i) uma Tarifa Externa Comum de 0% em todos os Estados Parte para os bens compreendidos no Anexo I da Decisão No. 37/05; e (ii) uma preferência tarifária de 100% quadripartite compreendidos no Anexo II, ficando sujeitos aos mesmos requisitos de origem, sem cotas nem requisitos de origem temporários, desde que sejam originários e procedentes do país ou grupos de países aos que tal preferência foi outorgada.⁸³

Por sua vez, para a certificação aduaneira de produtos com Certificado de Origem do MERCOSUL, no marco do Acordo de Complementação Econômica No. 18, é estabelecido que as administrações aduaneiras de cada Estado Parte deverão certificar que os bens ingressaram com um Certificado de Origem MERCOSUL, identificando o item da declaração aduaneira de importação que atenda ou não a esse requisito. Essa identificação constitui o Certificado de Cumprimento do Regime de Origem MERCOSUL (CCROM), que individualiza o código de país, o destino aduaneiro, o número do item correspondente e a declaração SIM/NÃO, com relação à apresentação do Certificado de Origem.⁸⁴

Com relação à saída de bens originários, os Estados Parte do MERCOSUL deverão incluir, em suas declarações aduaneiras de exportação, um campo para que o exportador de bens informe o código de Certificado de Cumprimento da Política Tarifária Comum ou de CCROM, outorgado na aduana da importação respectiva.⁸⁵

3.1. *Impostos internos aplicados às importações no Uruguai*

Dentre os impostos que oneram a importação de bens no Uruguai há:

⁸² Decreto No. 544/005, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos-originales/544-2005#RESOLUCION>

⁸³ Artigo 2 – Decisão CMC No. 37/05. Publicado em: <https://www.mercosur.int/documentos-y-normativa/normativa/>

⁸⁴ Seção III (Certificação Aduaneira de Produtos com Certificado de Origen MERCOSUL), artigos 9 a 10 – Decisão CMC No. 37/05. Publicado em: <https://www.mercosur.int/documentos-y-normativa/normativa/>

⁸⁵ Seção IV (Saída de bens originários ou que atenderam a PAC de um Estado Parte para outro Estado Parte), artigos 11 a 12 - Decisão CMC No. 37/05. Publicado em: <https://www.mercosur.int/documentos-y-normativa/normativa/>

3.1.1. Imposto ao Valor Agregado (IVA)

A efetiva introdução de bens em território aduaneiro uruguaio é onerada por este imposto nas seguintes operações: (i) importações feitas diretamente pelos contribuintes; (ii) importações efetuadas por terceiros, importações efetuadas por intermédio de terceiros em nome destes, mas por conta de outrem, seja o responsável contribuinte ou não; (iii) importações efetuadas por não contribuintes, efetuadas diretamente por pessoas que não sejam contribuintes, qualquer que seja o destino, salvo no caso de bens que forem de uso pessoal antes da importação.

A taxa básica é de 22%, com percentual mínimo de 10% para produtos como: (i) pão; (ii) peixe e carne frescos, congelados ou refrigerados; (iv) óleos comestíveis; (v) arroz; (vi) farinha de cereais e subprodutos; (vii) massas; (viii) sal para uso doméstico; (ix) açúcar; (x) erva mate; (xi) café; (xii) chá; (xiii) gorduras comestíveis; (xiv) transporte de leite, entre outros produtos não alimentícios. Por sua vez, há determinados produtos que estão isentos de IVA, como: (i) leite; (ii) cordeiro; (iii) produtos para uso agrícola; entre outros, alheios à rubrica de alimentos ou bebidas.

O IVA é calculado com base na soma do valor CIF da mercadoria mais o imposto de importação. O exportador pode deduzir o imposto sobre bens que, direta ou indiretamente, integram o custo do produto exportado. Se, por esse conceito, houver um crédito em favor do exportador, este será devolvido ou alocado ao pagamento de impostos ou outras contribuições previdenciárias.

Ao mesmo tempo, é importante ter em mente que o Decreto nº 220/1998⁸⁶ estabelece que, na importação de bens tributados, e salvo exceções a título expresso, o importador deve fazer um adiantamento do IVA calculado sobre o valor aduaneiro mais a tarifa, de acordo com as seguintes alíquotas: (i) 10% para o caso das importações de bens tributados à taxa básica; e de (ii) 3% para o caso de importações tributadas à alíquota mínima.

3.1.2. Imposto de Renda sobre Atividades Econômicas (IRAE)

Este imposto onera as receitas empresariais, qualquer que seja a sua natureza. Nesse sentido, o Decreto nº 788/008⁸⁷ estabelece que os contribuintes devem efetuar o pagamento antecipado do imposto, por ocasião da importação de bens de consumo. Esse pagamento antecipado é determinando sob a soma do valor aduaneiro mais a taxa, nos percentuais seguintes: (i) 15% para os bens de consumo constantes do Anexo I do Decreto Nº 230/2009⁸⁸; e (ii) 4% para os bens de consumo constantes do Anexo II.

⁸⁶ Decreto Nº 220/1998 (Regulação do IVA), de 12 de agosto de 1998, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/220-1998>

⁸⁷ Decreto Nº 788/008 (Regime de adiantamentos do IRAE pela importação de bens de consumo) de 22 de dezembro de 2008, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/788-2008>

⁸⁸ Decreto Nº 230/009 (Introduz modificações ao Decreto No 788/008), de 19 de maio de 2009, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos-originales/230-2009>

3.1.3. Imposto Específico Interno (IMESI)

Regulado pelo Título 11 do Texto Ordenado da DG⁸⁹, o IMESI tem alíquotas de até 85%, tributando a importação de alguns produtos que podem ser considerados, em alguns casos, como de uso não essencial, como bebidas alcoólicas. É requerido o pagamento antecipado de 100% da alíquota sobre o preço fictício determinado pelo Poder Executivo ou o valor real, dependendo do produto.

3.1.4. Imposto à Alienação de Bens Agropecuários (IMEBA)

De acordo com o Título 9 do Texto Ordenado da DG⁹⁰, este imposto onera a importação de produtos registrados pelos contribuintes do IRAE, em termos de venda, fabricação ou afetação de uso próprio. Nos dois primeiros casos, o pagamento desse imposto pode ser deduzido do IRAE. Os produtos tributados são: lã, peles, gado, cereais, sementes oleaginosas, leite, produtos cítricos, vegetais, frutas, produtos derivados de aves de criação, produtos derivados da apicultura, produtos derivados de coelhos, flores, sementes e outros produtos. As alíquotas variam entre 1,5% e 2,5%.

3.1.5. Outras taxas e encargos sobre importações

O custo final da importação também será afetado por outros encargos adicionais, seja por deslocamentos, comunicações, custódia, armazenamento de cargas nos terminais ou em câmaras frigoríficas, bem como por serviços requeridos nos portos. Da mesma forma, os custos associados à participação de um despachante aduaneiro devem ser considerados, bem como a aplicação de determinados impostos, como o Imposto Único Aduaneiro e a Taxa Consular.

3.1.5.1. Imposto Aduaneiro Único (IMADUNI)

Tributo que onera a introdução ao país, em forma definitiva, para consumo ou uso próprio, ou de terceiros, de todas as mercadorias vindas do exterior, cuja alíquota máxima é de 35%⁹¹, com exceção dos produtos provenientes ou originários dos estados partes do MERCOSUL ou que tenham recebido o tratamento de originário, cuja alíquota é de 0%.⁹²

⁸⁹ Título 11 do Texto Ordenado da Direção General Impositiva, publicado em: <http://www.dgi.gub.uy/wdgi/page?2.empresas.IMESI-Normativa.O.es.0>.

⁹⁰ Título 9, do Texto Ordenado, Direção General Impositiva, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/todqi/9-1996/1>

⁹¹ Lei No 14.629 (Imposto Aduaneiro Único às Importações) e 05 de janeiro de 1977, publicada em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos-ley/14629-1977>

⁹² Decreto No 410/2016 (aprovação da nomenclatura comum do MERCOSUL, ajustada à VI Emenda do Sistema Harmonizado, com a correspondente tarifa externa comum) de 26 de dezembro de 2016, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/410-2016>

3.1.5.2. Taxa Consular

Recentemente, através da Lei 19.535, o valor da taxa consular foi aumentado de 2% a 5% do valor CIF do produto importado. Caso o produto importado esteja amparado pelo Acordo de Alcance Parcial de Complementação Econômica nº 18 (MERCOSUL), a alíquota será de 3% do valor aduaneiro dos bens importados.⁹³

Por sua vez, estão isentos do pagamento da Taxa Consular os bens para uso industrial, agropecuário, pesqueiro e petróleo bruto, que estão contemplados no regime de admissão temporária e cuja Alíquota Tarifária Global pode ser de 2% (dois por cento) ou 0% (zero por cento).

⁹³ Lei No 19.535 (Lei de Prestação de Contas e Balanço de execução orçamentária correspondente ao exercício 2016) de 03 de outubro do ano 2017, publicada em: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes-originales/19535-2017>. Vide artigo 265, relativo à "Tasa Consular".

4. Evolução das importações de produtos brasileiros compreendidos no Capítulo 19 da Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM), no período compreendido entre 2015 e 2020

Antes de analisar a evolução das importações de produtos importados ao Uruguai, de origem brasileira, corresponde destacar que o Brasil tem desenvolvido, nas últimas décadas, tecnologia suficiente para atingir níveis de autossuficiência na produção de alimentos, sendo atualmente um dos maiores exportadores dessa rubrica a nível mundial. Dentro dos produtos brasileiros, destacam-se particularmente a produção e a exportação de carnes, frutas, biscoitos, chocolates, vinhos, cachaça, café, produtos orgânicos, mel, laticínios, castanhas, chá, erva mate, açúcar, óleo de palma, entre outros.⁹⁴

4.1. Escopo geral do Capítulo 19 da Nomenclatura Comum do MERCOSUL: produtos compreendidos

A Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM) está baseada no Sistema Harmonizado de Classificação e Codificação de Mercadorias e consiste em código numérico que pode variar entre oito e dez dígitos, conforme o país. No caso do Uruguai, o código consta de dez dígitos, dos quais os oito primeiros são comuns ao MERCOSUL e os últimos são internos. A finalidade do NCM consiste na codificação das mercadorias comuns aos países membros do MERCOSUL, abrangendo diferentes tipos de produtos. Especificamente, no Capítulo 19 da NCM estão compreendidas aquelas preparações a base de cereais, farinha, amido, fécula ou leite, bem como produtos de pasteleria,⁹⁵ com as exceções seguintes:⁹⁶

- Preparações alimentares com uma proporção superior a 20% em peso de frios, carne, miudezas, sangue, peixe ou crustáceos, moluscos ou demais invertebrados aquáticos ou de uma mistura desses produtos, todos os quais estão compreendidos no espoco do Capítulo 16 da NCM. O anterior não inclui massas alimentícias recheadas de carne ou outras substâncias que estejam compreendidas no Capítulo 19 da NCM, sob a posição 19.02.
- Produtos à base de farinha, amido ou fécula (biscoitos, entre outros), especialmente preparados para a alimentação de animais, os quais estão compreendidos na posição 23.09.
- Medicamentos e outros produtos compreendidos no Capítulo 30 da NCM.

4.2. Descrição das posições compreendidas no Capítulo 19 da NCM.

Dentro do Capítulo 19 da NCM, encontram-se as subposições 19.01, 19.02, 19.03, 19.04 e 19.05, cujo escopo particular é apresentado no quadro a seguir.

⁹⁴ Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Brasil) – ApexBrasil, Agronegócio. Publicado em: <http://www.apexbrasil.com.br/es/agronegocio>

⁹⁵ NMC Vigente, Consultas à Nomenclatura Comum e à Tarifa Externa do MERCOSUL, publicado em: <https://www.mercosur.int/politica-comercial/ncm/>

⁹⁶ Regra aplicável ao Capítulo 19 NCM, Política Comercial MERCOSUL (POLCOM), publicada em: <https://polcom.mercosur.int/nomenclatura/notas/120018>

Quadro 6. Abrangência das Subposições do Capítulo 19 da NCM

No. de posição	No. de subposição	Produtos compreendidos
19,01*	-	<p>- Extratos de malte.</p> <p>- Preparações alimentícias de farinhas, grumos, sêmolos, amidos, féculas ou de extratos de malte, que não contenham cacau ou que contenham menos de 40%, em peso, de cacau, calculado sobre uma base totalmente desengordurada, não especificadas nem compreendidas noutras posições.</p> <p>- Preparações alimentícias de produtos das posições 04.01 a 04.04, que não contenham cacau ou que contenham menos de 5%, em peso, de cacau, calculado sobre uma base totalmente desengordurada, não especificadas nem compreendidas noutras posições.</p>
	1901.10	<p>- Preparações para alimentação infantil, acondicionadas para venda a retalho.</p> <p>Dentro desta subdivisão há também:</p> <p>- 1901.10.10: Leite modificado</p> <p>- 1901.10.90: Outras</p>
	1901.20.00	<p>- Misturas e pastas para a preparação de produtos de padaria, pastelaria e da indústria de bolachas e biscoitos, da posição 19.05.</p>
	1901.90	<p>- Outros</p> <p>Também compreende:</p> <p>- 1901.90.10: extrato de malte</p> <p>- 1901.90.40: Doce de leite</p> <p>- 1901.90.90: Outros</p>
19.02	-	<p>- Massas alimentícias, mesmo cozidas ou recheadas (de carne ou de outras substâncias) ou preparadas de outro modo.</p> <p>Exemplos: espaguete, macarrão, lasanha, nhoque, ravióli e canelone.</p> <p>- Cuscuz, mesmo preparado.</p>
	1902.11.00	<p>- Massas alimentícias não cozidas, nem recheadas, nem preparadas de outro modo que contenham ovo.</p>
	1902.19.00	<p>- Outras massas alimentícias não cozidas, nem recheadas, nem preparadas de outro modo.</p>
	1902.20.00	<p>- Massas alimentícias recheadas, mesmo cozidas ou preparadas de outro modo.</p>
	1902.30.00	<p>- Outras massas alimentícias</p>

	1902.40.00	- Cuscuz
19.03.00.00	-	- Tapioca e seus sucedâneos preparados a partir de féculas, em flocos, grumos, grãos, pérolas ou formas semelhantes.
19.04**	-	- Produtos à base de cereais, obtidos por expansão ou por torrefação (flocos de milho). - Cereais (exceto milho) em grãos ou sob a forma de flocos ou de outros grãos trabalhados (com exceção da farinha, do grumo e da sêmola), pré-cozidos ou preparados de outro modo, não especificados nem compreendidos noutras posições.
	1904.10.00	- Produtos à base de cereais, obtidos por expansão ou por torrefação.
	1904.20.00	- Preparações alimentícias obtidas a partir de flocos de cereais não torrados ou de misturas de flocos de cereais não torrados com flocos de cereais torrados ou expandidos.
	1904.30.00	- Trigo bulgur
	1904.90.00	- Outros
19.05	-	- Produtos de padaria, pastelaria ou da indústria de bolachas e biscoitos, mesmo adicionados de cacau. - Hóstias, cápsulas vazias para medicamentos, obreias, pastas secas de farinha, amido ou fécula, em folhas, e produtos semelhantes.
	1905.10.00	- Pão crocante "Knäckebrot"
	1905.20.00	- Pão de especiarias - Bolachas e biscoitos doces (adicionados de adoçantes). - Waffles e wafers, inclusive recheados.
	1905.31.00	- Bolachas e biscoitos doces (adicionados de adoçantes).
	1905.32.00	-- Waffles e wafers, inclusive recheados.
	1905.40.00	- Pão torrado e produtos semelhantes torrados
	1905.90	- Outros - 1905.90.10: Pão, bolacha salgada e outros produtos de panificação, sem adição de açúcar, mel, ovos, gorduras, queijo ou frutas. - 1905.90.9: Outros.- (i) 1905.90.91: Produtos de padaria, pastelaria ou da indústria de bolachas e biscoitos, mesmo adicionados de cacau. (ii) 1905.90.99: Outros.

***19.01:** Nesta posição, entende-se por grupos, farinha e sêmola de cereais, os do Capítulo 11 NNCM.

Também compreende as farinhas, sêmolas e pós de origem vegetal, de qualquer Capítulo, exceto as farinhas, sêmolas e pós, de produtos hortícolas secos (posição 07.12), de batata (posição 11.05) ou de legumes de vagem secos (posição 11.06).⁹⁷

****19.04:** Esta posição não abrange as preparações que contenham mais de 6%, em peso, de cacau, calculado sobre uma base totalmente desengordurada. Tampouco as revestidas de chocolate ou de outras preparações alimentícias que contenham cacau, da posição 18.06. “Preparados de outro modo” significa que os cereais sofreram tratamento ou preparo mais adiantados do que os previstos nos Capítulos 10 e 11 NCM.⁹⁸

Fonte: MERCOSUL⁹⁹

4.3. Dados estatísticos de produtos brasileiros compreendidos no Capítulo da 19 NCM que foram importados ao Uruguai, de 2015 a 30 de setembro de 2020.

A seguir, são apresentados os dados relativos ao volume de importação ao território uruguaio de produtos brasileiros compreendidos na Posição No. 19 da NCM, no período compreendido entre 2015 e 2020, obtidos junto aos principais órgãos de referência de ambos os países. Em alguns casos, é possível observar dentro da Posição No. 19, a segregação dos dados conforme as Subposições antes descritas.

Conforme decorre do Quadro 6, as exportações de produtos brasileiros com destino ao Uruguai têm apresentado crescimento constante ao longo dos últimos cinco anos, à exceção de 2020, fruto dos efeitos negativos da pandemia. No único subgrupo em que é observada maior instabilidade, embora de menor porte, é no 19.04, no qual foi, no entanto, registrado maior crescimento em 2015 e 2016.

Quadro 7: MERCOSUL: valor total das exportações de produtos brasileiros com destino ao Uruguai, compreendidos na Posição No. 19, com abertura para cada Subposição e detalhe por ano, tornando o Brasil como país informante:

Posição/ Subposição (NCM)	Valores FOB expressados em USD					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020 ¹⁰⁰
19	16.318.470	17.743.523	19.671.944	21.627.572	22.340.732	15.236.830
1901	587.246	654.243	670.148	808.293	1.040.826	471.800
1902	588.661	752.630	822.326	976.639	1.173.155	1.281.673
1903	10.490	13.389	93.00	13.200	15.543	-
1904	1.608.511	1.949.245	1.740.671	1.895.368	1.705.316	1.104.766
1905	13.523.562	14.374.016	16.438.706	17.934.072	18.405.892	12.378.591

Fonte: SECEM¹⁰¹

⁹⁷ Regra aplicável ao Capítulo 19 NCM, Política Comercial MERCOSUL (POLCOM), publicada em: <https://polcom.mercosur.int/nomenclatura/notas/120018>

⁹⁸ Idem.

⁹⁹ NCM Vigente, Consultas à Nomenclatura Comum e à Tarifa Externa do MERCOSUL, publicado em: <https://www.mercosur.int/politica-comercial/ncm/>

¹⁰⁰ Conforme dados relevados até 30 de setembro de 2020

¹⁰¹ Sistema de Estatísticas de Comércio Exterior do MERCOSUL (SECEM), publicados em: <https://estadisticas.mercosur.int/>

Em relação aos valores de exportação em USD, também se observa crescimento constante no grupo 19, em geral, e na maioria dos subgrupos em particular, como visualizado em detalhe no Quadro 7.

Quadro 8: Estatísticas de comércio exterior obtidas junto ao Ministério da Economia (COMEX STAT – Brasil), relativas a valores de exportações ao Uruguai de produtos brasileiros, classificados por subposição e por ano:

Posição/ subposição (NCM)	Valores anuais FOB expressados em USD					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020 ¹⁰²
Bolachas e biscoitos doces com adoçantes (1905.31.00)	4.788.671	4.916.127	6.022.696	7.228.092	8.105.800	5.635.693
Waffles e wafers (1905.32.00)	4.710.503	4.512.111	5.384.586	5.186.850	5.453.348	3.341.134
Bolachas e biscoitos (1905.90.20)	1.811.203	2.276.844	2.118.245	2.083.332	1.595.014	1.149.820
Produtos à base de cereais, expandido ou torrado (1904.10.00)	801.009	1.157.015	1.109.758	1.181.816	1.011.752	757.790
Outras massas alimentícias (1902.30.00)	156.409	260.628	371.416	547.514	588.183	671.973
Pão torrado e produtos semelhantes torrados (1905.40.00)	496.174	814.421	759.822	872.351	823.840	574.175
Panetone (1905.20.10)	405.292	408.154	421.740	669.964	696.806	493.682
Misturas e massas p/preparação de produtos de panificação, pastelaria e bolacharia (1901.20.00)	241.851	373.222	404.183	572.378	785.569	433.818
Preparações alimentícias obtidas com flocos de cereais e misturas (1904.20.00)	688.118	632.692	467.285	476.830	518.717	251.164
Massas alimentícias sem cozinhar, nem recheadas, etc. contendo ovo (1902.11.00)	130.751	320.177	357.757	363.751	314.937	225.199
Outras massas alimentícias, sem cozinhar, nem recheadas, etc. (1902.19.00)	298.557	171.580	93.153	42.972	70.851	210.178
Massas alimentícias recheadas, mesmo cozidas ou preparadas de outro modo. (1902.20.00)	2944	247	-	22.402	199.184	174.323

¹⁰² Conforme dados disponíveis até outubro de 2020.

Pão de forma (1905.90.10)	-	-	-	310	71.119	155.181
Outros pães especiais (1905.20.90)	77.756	130.192	143.314	121.404	77.501	115.424
Outros cereais em grão, pré-cozidos ou preparados de outra forma (1904.90.00)	119.384	159.543	163.628	236.722	174.847	95.812
Doce de leite (1901.90.20)	1.302	148	6.559	28.165	23.521	18.259
Extratos de malte (1901.90.10)	34.675	56.201	34.973	35.436	34.170	12.360
Outras preparações alimentícias de farinha, etc, cacau inferior a 40% (1901.90.90)	237.189	169.303	164.731	172.314	151.714	7.363
Outras preparações para alimentação infantil (1901.10.90)	3.479	5.763	1.098	-	45.852	-
Tapioca e seus sucedâneos com féculas, em flocos, grumos, etc. (1903.00.00)	10.490	13.389	93	13.200	15.543	-
Leite modificado para alimentação infantil (1901.10.10)	68.750	49.607	58.604	-	-	-

Fonte: Ministério da Economia e Comex Stat¹⁰³

¹⁰³ Exportação e Importação Geral, Comex Stat, Ministério da Economia (Brasil), dados publicados em: <http://comexstat.mdic.gov.br/es/geral/23862>

5. Principais importadores de produtos brasileiros

Conforme analisado no capítulo anterior, o vínculo comercial entre Uruguai e Brasil é muito forte. O Brasil é um parceiro comercial decisivo para a economia uruguaia, uma vez que vários setores uruguaios dependem das exportações para esse destino. O Brasil tem sido, tradicionalmente, o principal fornecedor do Uruguai.

No Quadro 8, observam-se quais foram os principais importadores uruguaios para o NCM 19, cujos dados de contato estão no Anexo I deste documento. Os valores associados às subclasses 1901, 1902, 1904 e 1905 correspondem a 2020, enquanto os da subclasse 1903 correspondem ao ano 2019, uma vez que não foram registrados movimentos de importação de empresas de alimentos de tapioca em 2020.

Quadro 8. Principais importadores de produtos brasileiros no NCM 19

	NCM	1901	1902	1903	1904	1905
	Total importado em USD CIF	6.367.728	5273071	68.894	5.735.658	50.518.710
Razão Social	Nome Comercial	% Incidência no total importado	% Incidência no total importado	% Incidência no total importado	% Incidência no total importado	% Incidência no total importado
AGROFOOD LIMITADA / SERVIAGRO					2,50%	0,06%
ALGORTA S.A.						0,57%
ALTAMA S.A./MORGADANES S.A.			14,24%			0,23%
ANCAL S.A.	MELITTA - SENIOR - URUGUAY		0,72%			
ANTILUR S.A.	FAITH	0,83%	0,87%		3,06%	7,48%
ARCOS DORADOS S.A.	MC DONALDS URUGUAY					0,62%
ARYES LTDA	ARYES- AROMAS Y ESENCIAS	1,28%				0,02%
BLODWEN S.A.	MAZARENA					0,66%
BONOMAR S.A.	EL MUNDO DE LAS GOLOSINAS					0,03%
BROCOS S.A.						1,59%
CAFE SIRENA URUGUAY S.A.	STARBUCKS URUGUAY					0,52%
CIA CIBELES S.A.		0,75%				
CIA SALUS S.A. - FORT MASIS S.A.		30,87%				
CLEDIRSA LTDA				2,26%		
CLONEGAL S.A.	HELADERIA PECAS					0,01%
COOPERATIVA NACIONAL DE PRODUCTORES DE LECHE (CONAPROLE)						0,09%

CRUFI S.A.	HELADOS CRUFI		0,46%		0,52%
CUPANA S.R.L.	CUPANA IMPORTACIONES		0,59%		0,02%
DAKELUR S.A.					0,02%
DALFAMAR S.A.			1,56%	1,26%	1,10%
DARCEL S.A.	ALIMENTOS LAS ACACIAS	0,18%	7,93%	0,91%	
DELKALOR S.A.	CHARLY SNACKS			0,78%	0,08%
DICASOLD S.A.		1,22%			2,89%
DISGAL S.A. / EL TRIGAL S.A.					2,46%
DISTRIB.DE ALIMENTOS PARAISO LTDA				0,15%	0,41%
DISTRIBUIDORA SAN JOSE S.A.	COLOLO		0,80%		0,18%
DISTRICO S.A. (AGROPECUARIA COLON LTDA.)					0,07%
DOMINAL S.A.	AROMACOS	0,32%		0,17%	
DURULTE S.A	ALFAJORES PORTEZUELO			74,28%	2,41%
FEDIR S A	DELIBEST		0,38%		
FERAL S.A.		1,07%	1,12%	0,56%	0,81%
FERNILAND S.A.		0,84%	0,15%		0,02%
FNC S A	(FÁBRICAS NACIONALES DE CERVEZA)	0,37%			
GLOBAL FOODS S.R.L.			1,35%		
GRABA S.A.			5,59%		0,01%
GRAMON BAGO DE URUGUAY S.A.	LABORATORIO GRAMON BAGO		7,93%		
GREEN FOOD S.R.L.	GREEN FOOD's URUGUAY	0,07%	0,90%		
GRUPO DISCO DEL URUGUAY (DEVOTO, DISCO E ODALER)	SUPERMERCAD OS DEVOTO, DISCO E GEANT		7,14%		0,46%
GRUPO GHELFA - DOMINGO RAFAEL GHELFA LIMITADA	SPIN		0,24%		0,05%
GRUPOMENDI S.A. (VASCOS LTDA)	TORRENUEVA				0,28%
GRUTACAR S.A.	DISTRIBUIDORA MAS SABORES SALUDABLES	0,03%	2,30%	5,07%	1,62%
GUEMIPER S.R.L.	ALIMENTOS DEL MUNDO		0,25%		0,69%
HENDERSON Y CIA S.A.	TIENDA INGLESA	0,09%	2,13%	0,16%	0,24%
INDUSTRIAS ALIMENTARIAS CAMBAY S.A.	INDUSTRIAS CAMBAY				0,02%
INDUSTRIAS BAHIA S.A.	CAFE BAHIA	0,55%			

INST. BOTANICO LA SELVA S.R.L.	LA SELVA	7,18%		
INVERSIA S.R.L.	DISTRIGOL			0,20%
ITACARE S.A.	PAGNIFIQUE			0,33%
JORGE AGUIAR & ASOC	Chocolate´s			0,01%
KREMA S.A.	FREDDO URUGUAY	0,27%		0,03%
LA BOTTEGA S.R.L.				0,02%
LABORATORIOS GADOR S.A.		0,07%		
LABREZZA S.A.	AVANTI	0,34%		
LATIN FOOD S.A.			0,12%	0,01%
LEOPOLDO GROSS Y ASOCIADOS S.A.		9,21%	5,25%	1,68%
LESTONSUR S.A. (ex EMITOL)	ALFAJORES PUNTA BALLENA			0,24%
LEVADURA URUGUAYA S.A. (AB/MAURI)	Fleischmann	12,10%		
LISLEY S.A.		0,06%	0,06%	0,13%
MABLE S.A.		0,48%		
MADRE TIERRA LTDA. / CASTERA HNOS S.A.	CAFÉS MONTESOL		0,27%	
MAESTROS CAFETEROS S.R.L.	SAINT HNOS DEL URUGUAY	0,92%	3,64%	
MAR AUSTRAL S.R.L.		0,32%	0,35%	0,04%
MCCAIN URUGUAY S.A. - LA SIBARITA	LA SIBARITA			2,06%
MERFIX S.A.		0,40%		
MERFIX S.A.		0,26%	0,22%	3,26%
MINBROL S.A.	NUTRIFOODS		1,91%	0,25%
MOLDES RUIBAL S.A.		2,09%	0,25%	0,29%
MOLINO CAÑUELAS URUGUAY S.A.		0,55%		1,40%
MOLINO DEL SOL S.A.				0,01%
MONDELEZ S.A. / C.A.S. URUGUAY S.A.			8,18%	11,76%
MURRY S.A. SCIENZA URUGUAY	Representante de NOVARTIS y NUTRICIA	1,92%		
NELBOR S.A. (INDUCHEM)				0,16%
NESTLE DEL URUGUAY S.A.		9,05%	9,93%	0,27%
NIPAX LTDA.			0,30%	
NITER S.A.			0,07%	
NOVOPHAR S.A.		15,05%		

NUEVO SOL LTDA					1,13%
OPRUMIN S.A.	COMERCIAL AMEZAGA	0,47%	9,21%		6,29%
OSAN S.A.	ÁRTICO	0,40%	3,64%		0,18%
PANIFICADORA BIMBO DEL URUGUAY S.A. (PLUCKY S.A.)	BIMBO				7,25%
PAPAS CHIPS S.A. (PEPSICO URUGUAY ALIMENTOS)				4,12%	15,28%
PARMALAT URUGUAY S.A. / INLACSA (INDUSTRIA LACTEA SALTEÑA S.A.)	GRUPO LACTALIS URUGUAY	1,10%			
PIFENUR S.A.					0,14%
PONTYN S.A.		0,14%	4,09%	4,12%	0,74%
PROMOL LTDA.			1,36%	14,55%	1,54%
PRONACU LIMITADA (Procesadora Nacional de Cuajos)		1,47%			
PURATOS DEL URUGUAY S.A.		0,59%			0,02%
RAPENOR S.A.	PURITAS			1,69%	0,19%
REGIONAL SUR S.A.			1,10%	4,93%	0,64%
ROYDEL S.A.		0,03%			0,19%
S.A.M.A.N. Sociedad Anónima Molinos Arroceros Nacionales				2,36%	0,15%
SADIA URUGUAY S.A	BRF URUGUAY		4,55%		
SAMY S.A. / FORTILEX S.A.				5,01%	2,19%
SAN FRANCISCO C.I.S.A.			1,53%	0,81%	0,17%
SILCOM S.A.	LA ABUNDANCIA		1,21%	20,50%	12,47%
SILOSS SRL					0,05%
SOLDO HNOS S.A.				0,20%	0,11%
SUCESION CARLOS SCHNECK S.A.	FRIGORIFICO SCHNECK S.A.	0,17%			
TA TA S.A. - MIMATEC S.A.	TIENDAS TATA - MULTIAHORRO HOGAR		1,16%	0,87%	0,33%
TRONDIAL S.A.			0,29%		0,66%
UNILEVER DEL URUGUAY S.A./LEVER S.A.			4,11%		
URTI MASO RAFAEL PABLO	ScrewTools			0,14%	
VAN DAM S.A.	ARCOR	0,21%			12,78%

WILISOL S.A.		0,71%				
ZANETTI S.A.	ZANETTI					0,01%
	Total	99,54%	93,39%	97,04%	99,18%	97,88%

Fonte: Embaixada do Brasil no Uruguai

6. Canais de logística e distribuição

6.1. *A atividade logística no Uruguai*

6.1.1. Aspectos gerais

Conforme informado anteriormente, em virtude de fatores como estabilidade política e social, economia livre, democracia consolidada e estabilidade jurídica, o Uruguai tem se posicionado no mundo como destino confiável e atraente para o investimento estrangeiro. Com localização estratégica, o Uruguai é identificado como a porta de entrada ao mercado da América do Sul, estando entre os principais centros de produção e consumo interconectados por ampla rede de estradas e moderno sistema regional de hidrovias, terminais portuários e aeroportuários, que facilitam o trânsito internacional de mercadorias.

Em virtude de tais características, o Uruguai promove o crescimento das atividades vinculadas ao comércio internacional, como: armazenamento, consolidação e desconsolidação, embalagem, rotulagem, fracionamento e montagem, entre outros serviços relativos à mercadoria, apoiado em modernas infraestruturas e em gestão eficiente.

6.1.2. Criação do Instituto Nacional de Logística – INALOG

Foi criado pela Lei No. 18.697 como pessoa jurídica de direito público não estatal vinculada ao Poder Executivo uruguaio por meio do Ministério de Transporte e Obras Públicas (MTO) e encarregado de impulsionar a promoção das atividades vinculadas ao setor logístico uruguaio. Promove atividades logísticas no sentido amplo, abrangendo os serviços necessários para atingir total ou parcialmente a cadeia de suprimentos, tanto no nível nacional quanto internacional.¹⁰⁴ Em tal sentido, dentro dos objetivos do INALOG destacam-se principalmente:¹⁰⁵

- Impulsar o Uruguai como polo de distribuição regional, promovendo a profissionalização e eficiência do setor logístico no país.
- Promover o desenvolvimento da atividade por meio de atividades de pesquisa, extensão e divulgação.
- Promover a marca “Uruguay Logístico” como diferencial de qualidade da logística nacional.
- Assessorar o Poder Executivo na matéria
- Desenvolver e oferecer serviços de informações, bem como de apoio aos agentes do setor logístico, tanto nacional quanto internacional.
- Identificar as necessidades de formação dos agentes do setor.

¹⁰⁴ Artigo 1 – Lei No. 18.697 (Criação do Instituto Nacional de Logística – INALOG). Publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/18697-2010>

¹⁰⁵ Regulados no artigo 3 – Lei No. 18.697 (Criação do Instituto Nacional de Logística – INALOG). Síntese publicada em: <http://www.inalog.org.uy/es/ley-de-creacion-de-inalog/>

6.1.3. Criação da Unidade Alimentária de Montevideu (UAM)

Em matéria alimentar, destaca-se particularmente a criação da Unidade Alimentar de Montevideu (UAM), como pessoa de direito público não estatal relacionada com o Poder Executivo uruguaio através do MGAP¹⁰⁶, que tem como objetivos principais, entre outros, os seguintes:¹⁰⁷

- Criar e manter condições jurídicas e físicas de infraestrutura, equipamentos e serviços, a fim de facilitar e desenvolver o comércio, a distribuição de alimentos e as atividades atacadista.
- Promover a eficiência de armazenamento, distribuição e logística para esses produtos, realizando as coordenações necessárias com a área de produção e as organizações representativas.
- Controlar a qualidade higiênica e sanitária dos alimentos comercializados, conforme a regulamentação bromatológica do MSP, dos governos departamentais e de outros que correspondem.
- Projetar e definir o desenvolvimento de atividades complementares à comercialização, como logística, serviços de frio, centros de estocagem e distribuição, embalagem de alimentos, plantas de processamento de quarta gama, entre outras.
- Promover atividades de capacitação nas áreas de comercialização de produtos agroalimentares e controle sanitário destes.
- Fomentar a associação entre pequenos produtores rurais e pequenos produtores familiares agropecuários, na infraestrutura de comercialização atacadista.

6.1.4. Projeto Parque Alimentar

A UAM também é responsável por administrar o Parque Alimentar, promovido pela Prefeitura de Montevideu, em coordenação com o Governo Nacional. Surgiu como iniciativa pública para atender a necessidade de modernização das estruturas comerciais do país, bem como a necessidade de deslocar o Mercado Modelo, visando a se transformar em centro atacadista polivalente, abrangendo na sua oferta amplo leque de produtos alimentícios perecedouros e semipercedouros, como frutas, legumes, cereais, carnes, peixes, ovos, laticínios, flores, conservas, entre outros, e independentemente das suas preparações, embalagens e formas de comercialização, permitindo a venda no atacado.¹⁰⁸

Entre os produtos e serviços oferecidos no Parque Agroalimentar, destacam-se: (i) o Mercado de Frutas e Legumes; (ii) o Mercado Polivalente, onde estão localizados os comerciantes do Mercado Modelo e as empresas que comercializam produtos de alimentação complementares ao produto fresco do Mercado de Frutas e Legumes, como: cereais, conservas, queijos, laticínios, ovos, especiarias, frios, carnes e flores; (iii) Área para Atividades Logísticas, que dispõe de espaços para os operadores realizarem atividades

¹⁰⁶ Artigo 1 – Lei No. 18.832 (Criação da Unidade Alimentar Metropolitana agora denominada Unidade Alimentar de Montevideu). Publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/18832-2011>

¹⁰⁷ Artigo 2 – Lei No. 18.832 (Criação da Unidade Alimentar Metropolitana agora denominada Unidade Alimentar de Montevideu).

¹⁰⁸ Projeto Parque Alimentar (PA), Unidade Alimentar de Montevideu, páginas 1 a 2. Publicado em: http://uam.com.uy/images/pdf/Documentos/Proyecto-Parque/proyecto_parque_agroalimentario.pdf

complementares de embalagem, seleção, aferição, lavagem do produto, preparação de pedidos para diferentes canais de distribuição, bem como para atividades de valor agregado como: manipulação e transformação de produtos frescos ou atividades de armazenamento¹⁰⁹; (iv) Zona de Atividades Complementares dedicada a empresas com necessidades específicas de solo, com todos os serviços básicos para desenvolver instalações e edificações na medida, ou para realizar atividades relativas a produtos de alimentação ou à prestação de serviços a outros operadores do Parque Agroalimentar; (v) Zona de Operações para o Comércio Exterior, referente à exploração de um terminal aduaneiro ou um depósito fiscal franco por parte de um operador especializado; e (vi) Centro Administrativo e Comercial, que consiste em espaço de escritórios onde trabalha o pessoal da UAM, bem como espaços para entidades bancárias, de seguros, despachantes e assessorias, restaurantes, bares, entre outros.¹¹⁰

6.2. Aspectos gerais sobre os canais de distribuição

Em razão da sua simplicidade e fácil acesso, o mercado uruguaio costuma ser considerado como um ponto conveniente de expansão por parte das empresas, inclusive as do setor de alimentos e bebidas, em virtude de uma ampla variedade de razões, como a natureza política, econômica, comercial, cultural e geográfica deste país. Para várias empresas, a exportação ao Uruguai configura o primeiro passo no processo de saída ao exterior, uma vez que, em geral, representa mercado onde os produtos importados têm boa acolhida, sendo o meio comercial bastante amigável. No entanto, como em qualquer mercado estrangeiro, deve-se levar em conta que os canais de distribuição de produtos e serviços são diferentes se comparados com outros da região. Uma revisão da situação atual pode nos dizer como o sistema de distribuição funciona para os principais tipos de bens, dependendo do canal do produto ou serviço em questão.

Em geral, a compra e venda de bens de consumo é levada a cabo por canais de distribuição, como: importadores-atacadistas, importadores-varejistas ou prepostos. Apesar do anterior, no Uruguai, em geral, a cadeia de suprimentos é curta, em função da escassa participação do intermediário comercial, exceto em alguns casos específicos em que há representantes e importadores, ou um representante, um importador e um distribuidor exclusivo para uma região ou para todo o território uruguaio. Nesse sentido, uma das figuras melhor aceitas na maioria dos produtos e serviços (tanto para consumo massivo quanto industrial) é o representante, que poderá adotar a forma de pessoa física ou jurídica, representando uma empresa, uma divisão de produtos, uma marca, toda a linha de produtos ou algum deles.

Embora várias empresas estrangeiras entrem na Câmara Nacional de Comércio e Serviços do Uruguai por meio das câmaras binacionais (como a Câmara de Comércio Uruguai-Brasil), o ideal, para identificar um potencial representante, é que a procura deste seja realizada de maneira personalizada, conforme as características e as necessidades da empresa brasileira.

¹⁰⁹ Área de Atividades Logísticas, Parque Agroalimentar, publicado em: <http://www.parqueagroalimentario.com.uy/areas-de-negocio/naves-para-actividades-logisticas.html>

¹¹⁰ Projeto Parque Agroalimentar (PA), Unidade Alimentar de Montevideo, páginas 3 a 5. Publicado em: http://uam.com.uy/images/pdf/Documentos/Proyecto-Parque/proyecto_parque_agroalimentario.pdf

Para mercadorias estrangeiras, a função do atacadista pode ser realizada pelo próprio importador, que, ao mesmo tempo, distribui a mercadoria, tornando-se importador-distribuidor. Em diversos casos, no entanto, o distribuidor pode atuar com vistas a retirar as mercadorias do importador ou fabricante e distribuí-las em nível nacional ou regional. Usualmente, e em razão do tamanho do mercado uruguaio, o distribuidor pode assumir papel exclusivo para todo o território nacional.

Por sua vez, na fase de venda ao varejo, a chegada direta ao consumidor pode ser feito por meio de lojas varejistas, venda direta, bem como sistemas de telemarketing.

Também é necessário analisar sucintamente as compras do setor público. Os controles e aprovações que devem ser observados nos processos de compra do setor público são regulados pelo Texto Ordenado de Contabilidade e Administração Financeira ("TOCAF"), aprovado pelo Decreto Executivo nº 150/012 de 11 de maio de 2012.¹¹¹ Conforme decorre desse documento, entre outras diretrizes, recomenda-se para essas operações, dar preferência às propostas que favoreçam a colocação de produtos uruguaios em qualidade e paridade de preços.

As modalidades de aquisição são qualificadas pelos valores e prazos, tendo os tipos seguintes:

- Licitação pública internacional: publicação em página de compras estatais, no mínimo, 20 dias antes da data final da abertura da licitação, data na qual os licitantes submetem as ofertas, a menos que a emergência da compra seja decretada. Nesse caso, o prazo da publicação nunca será inferior a 10 dias.
- Licitação pública nacional: com mais de quinze dias de antecedência em relação à data de publicação e abertura das ofertas, a menos que a emergência da compra seja decretada. Nesse caso, o prazo nunca será inferior a 5 dias. Para o mecanismo de licitação pública, não há montante máximo estipulado para a compra estatal.
- Licitação abreviada: as ofertas deverão ser publicadas no site de Compras Estatais por um prazo mínimo de 3 dias antes da abertura das ofertas; prazo que poderá ser reduzido para 48 horas quando a urgência ou conveniência da compra o exigir. A importância da transação não poderá ultrapassar \$ 5.000.000 (cinco milhões de pesos uruguaios).
- Compra direta: O mecanismo de contratação direta poderá ser utilizado quando o valor da compra ou serviço não ultrapassar \$ 250.000 (duzentos e cinquenta mil pesos uruguaios). Deve-se levar em conta que os valores são constantemente atualizados, bem como as garantias de manutenção das propostas e de cumprimento do contrato.
- Também deve ser levado em conta que, por razões de boa administração, um fornecedor poderá ser contratado diretamente nos casos em que o contrato deva necessariamente ser executado no exterior ou não haja fornecedores ou distribuidores da produção locais.

A Agência de Compras e Contratações do Estado (ACCE) presta assessoria à administração pública do órgão envolvido, em questões de compra e contratações. Adicionalmente, a ACCE desenvolve e mantém o Registro Único de Fornecedores do Estado,

¹¹¹ Texto Ordenado de Contabilidade Financeira do Estado - TOCAF - publicado em: <https://www.tcr.gub.uy/normativas.php?cat=27>

onde estão cadastradas todas as empresas autorizadas a contratar com o Estado. No site da ACCE são publicados os editais de compras e contratações estatais, bem como outras orientações quanto a assessoria personalizada de fornecedores em termos de melhores práticas, procedimentos e ferramentas aplicáveis nos processos de contratação.

6.3. Principais canais de distribuição e canais recomendados

Para selecionar um canal de comercialização, diversos fatores devem ser considerados, como: a estrutura de exportação da empresa, as exportações reais e os investimentos destinados a operações de exportação, entre outros. Nesse sentido, recomenda-se que os exportadores brasileiros procurem ter conhecimento pessoal do mercado uruguaio e selecionem o canal de comercialização mais adequado para seus produtos, procurando adotar as decisões apropriadas sobre a conveniência de nomear agente ou representante local, cujo papel será chave ao comercializar seus produtos no mercado interno uruguaio.

Por sua vez, para a nomeação de um agente ou representante local, geralmente é levado em conta o tempo de permanência da empresa no mercado local, descartando empresas com pouca experiência em comércio exterior.

7. Formas de distribuição de produtos alimentícios e bebidas no Uruguai

7.1. Promoções e vendas: cadeias de hipermercados e supermercados, proliferação de minimercados e surgimento de plataformas de e-commerce

Trata-se de assunto que nos últimos anos tem sido objeto de profunda transformação no Uruguai. Atualmente, o Uruguai tem várias cadeias de hipermercados e supermercados instaladas em todo o país, dentre os quais se destacam as tradicionais: Tienda Inglesa (pertencente em forma majoritária ao Grupo Goldman Sachs), Grupo Disco (pertencente ao Grupo Éxito, que abrange os supermercados Disco, Devoto e Geant), Macro Mercado Mayorista S.A. e Grupo Ta-Ta (Ta-Ta S.A.), além de outras mais recentes como a cadeia de Supermercados Grupal ou Supermercados Frigo, entre outras.

Também, nos últimos anos e cada vez com maior frequência, tem se instalado no Uruguai, especialmente em cidades como Montevideu, grande quantidade de empreendimentos que, visando a modernizar o tradicional conceito de mercados e lojas de bairro, oferecem aos consumidores a possibilidade de acesso a produtos básicos de alimentos, bebidas e do lar, entre outros, sob a forma de “minimercado”. Esses “minimercados” estão geralmente localizados em áreas estratégicas do país, notadamente na capital, procurando áreas ou bairros com alto potencial de consumidores, além de oferecer a entrega de pedidos em domicílio, seja por telefone ou mediante os aplicativos mais populares utilizados atualmente no mercado uruguaio, como: Pedidos Ya ou Rappi. Exemplos desta modalidade são as cadeias Kinko, Frog, Devoto Express, entre outros.

Cabe ressaltar que, no último ano tem surgido também nova variante do conceito anterior de “minimercado”, como Pedidos Ya Market (pertencente ao Grupo Delivery), que consiste em lojas de conveniência operando em formato 100% digital, onde o consumidor realiza o pedido de produtos alimentícios, bebidas e outros mediante aplicativo ou plataforma web, selecionando o endereço de entrega, e podendo pagar por meios eletrônicos ou à vista. Trata-se de formato em que a empresa não tem lojas de atendimento ao público, mas tem depósitos em diferentes áreas da cidade, onde armazena a mercadoria a ser oferecida aos consumidores através do site.

Ante o exposto, infere-se que, se bem o consumidor uruguaio costuma ser considerado, em geral, conservador, essa tendência está em processo de mudança, à luz da expansão do *e-commerce* e da situação de pandemia gerada pelo COVID-19. No que respeita ao mercado de produtos alimentícios e bebidas, no Uruguai coexistem pacificamente tanto produtos estrangeiros quanto nacionais,. Além disso, considerando a proximidade geográfica com o Brasil e as facilidades promovidas pela regulamentação em vigor no MERCOSUL, o consumidor uruguaio, em geral, está bem familiarizado com marcas e produtos brasileiros, especialmente aqueles oriundos dos estados do Sul., especialmente se comparados com remessas de países do Sudeste Asiático e da União Europeia, que concorrem com as exportações brasileiras.

7.2. Feiras e Exposições

As feiras e exposições representam oportunidade para conhecer não apenas as principais tendências do mercado de alimentos e bebidas, mas também os produtores concorrentes e suas linhas de estoque, além de configurar ocasião ideal para entrar em contato com empresas que, por sua vez, podem trabalhar como representantes ou distribuidores locais.

Algumas das feiras mais importantes realizadas no Uruguai são: Expo Prado, Expo Melilla, Expo Activa, Expo Frio Calor Uruguay, entre outras. Cabe destacar que a Expo Prado (www.expoprado.com) é a principal feira multissetorial do país que reúne o campo e a cidade. Tem uma trajetória de mais de 100 anos e é realizada anualmente por doze dias a partir da primeira quarta-feira de cada mês de setembro. Recebe em cada edição cerca de 400 mil visitantes.

As feiras uruguaias estão abertas ao público em geral. A regulamentação admite que o comércio de qualquer produto seja livre nelas, desde que tenham sido importados em forma definitiva, tendo pagado todas as taxas e tributos correspondentes. Por outro lado, para fazer a compra da mercadoria admitida temporariamente (para entregar amostras no evento, por exemplo), o requerente deve completar a importação definitiva na DNA.

7.3. Mídia e redes sociais

Apesar de a televisão continuar a ser um dos veículos de maior influência na promoção de produtos para o consumidor uruguaio, na última década essa tendência tem variado, em função do surgimento e do aumento do uso de redes sociais, com Facebook, Instagram ou Twitter, principalmente, e de plataformas virtuais ou *marketplaces* (como Nutrizo ou Ferias.uy¹¹²), as quais são utilizadas cada vez com maior frequência para apresentação e promoção de produtos em geral. Esse fenômeno não é alheio para marcas representativas de alimentos e bebidas, ao se levar em conta que o uso das redes sociais permite o acesso a maior rede de consumidores em geral e promove canal de comunicação mais direto e imediato com o consumidor.

Em tal sentido, as redes sociais permitem que os consumidores possam manter-se informados sobre o lançamento de novos produtos ou variações de produtos tradicionais ou existentes, de forma mais imediata, em comparação com outros canais. Possibilitam aos consumidores participar de diferentes promoções, eventos ou sorteios que geralmente são promovidos pelas empresas como forma de publicidade. Também favorecem a implementação de enquetes de opinião, espaço para perguntas ou sugestões, os quais costumam ser considerados com alto grau de aprovação pelo consumidor em geral, particularmente, entre os que pertencem às gerações mais recentes.

Não obstante, continua sendo prática habitual de promoção a publicação de anúncios em outras mídias como jornais ou revistas, tanto em forma física quanto em formato digital, devido ao volume de abrangência dessas mídias. A mídia radial também mantém sua importância na promoção de produtos devido a fatores como o longo alcance e custo relativamente baixo.

¹¹² ¿Onde posso comercializar meus produtos e serviços? Uruguai Empreendedor, 20 de abril de 2020, publicado em: <https://uruguayempreendedor.uy/articulo/donde-comercializo-mis-productos-o-servicios/>

7.4. Consultoria de marketing

No Uruguai, existem várias empresas de consultoria especializadas em *marketing* amplamente reconhecidas e capacitadas para desenvolver estudos de mercado e viabilidade comercial. Algumas das consultoras que realizaram estudos específicos para o Brasil em ocasiões anteriores são: Grupo Radar, Cifra e Research Uruguay.

Os estudos realizados têm como objetivo a análise de mercados e de riscos, além de consultoria especializada. Adicionalmente, há uma massa crítica de operadores locais e estrangeiros, cuja principal função é fornecer serviços de assessoria e gestão de ativos para clientes regionais e extrarregionais.

BIBLIOGRAFIA

- **ALADI**
 - Certificación de origen digital de la ALADI – Especificaciones técnicas y procedimientos generales, Rev. 9, 30 de setiembre de 2020. Publicado em: http://www2.aladi.org/SitioALADI/documentos/COD/ALADI_SEC_di2327_Rev9esp.pdf

- **APEX**
 - Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Brasil) – ApexBrasil, Agronegocio. Publicado em: <http://www.apexbrasil.com.br/es/agronegocio>

- **BCU**
 - Estadísticas e Indicadores, publicado em <https://www.bcu.gub.uy/Estadisticas-e-Indicadores/Paginas/Presentacion%20Cuentas%20Nacionales.aspx>

- **Ministério de Economia do Brasil**
 - Exportação e Importação Geral, Comex Stat, Ministério de Economia (Brasil), dados publicados em: <http://comexstat.mdic.gov.br/es/geral/23862>

- **DGI**
 - Título 11 del Texto Ordenado de la Dirección General Impositiva, publicado em: <http://www.dgi.gub.uy/wdgi/page?2,empresas,IMESI-Normativa,O,es,0>

- **EXPORTA FÁCIL**
 - Exporta Fácil, Informação Básica de Comercio Exterior, publicada em: http://www.exportafacil.com.uy/?page_id=89

- **GUB.UY**
 - <https://www.gub.uy/tramites/habilitacion-registro-empresas-alimentos-cosmeticos-domisanitarios>
 - <https://www.gub.uy/tramites/registro-autorizacion-ventas-renovacion-alimentos-modificados-suplementos-dietarios>

- **IMPO**
 - Decreto No. 338/82, publicado em <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/338-1982/12>

- Decreto No. 141/992, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/141-1992>
- Decreto No 220/1998 (Reglamentación del IVA), del 12 de agosto de 1998, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/220-1998>
- Decreto No. 544/005, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos-originales/544-2005#RESOLUCION>
- Decreto No. 57/006, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/57-2006/6>
- Decreto No 788/008 (Régimen de anticipos del IRAE por la importación de bienes de consumo) de 22 de diciembre de 2008, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/788-2008>
- Decreto No 230/009 (Introdujo modificaciones al Decreto No 788/008), del 19 de mayo del año 2009, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos-originales/230-2009>
- Decreto No. 505/009, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/505-2009>
- Decreto No. 96/015, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/96-2015>
- Decreto No. 99/015, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/99-2015>
- Decreto No. 58/016, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/58-2016>
- Decreto No. 182/016, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/182-2016>
- Decreto No 410/2016 (aprobación de la nomenclatura común del MERCOSUR, ajustada a la VI Enmienda del Sistema Armonizado, con su correspondiente arancel externo común) del 26 de diciembre del año 2016, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/410-2016>
- Decreto No. 272/018, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos-reglamento/272-2018/1>
- Decreto No. 4/020, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/4-2020>
- Decreto No. 246/020, publicado em <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/246-2020/2>
- Decreto No. 34/021, publicado em <https://www.impo.com.uy/diariooficial/2021/02/01/documentos.pdf>
- Ley No 14.629 (Impuesto Aduanero Único a las Importación) del 05 de enero del año 1977, publicada em: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos-ley/14629-1977>
- Ley No. 18.697 (Creación del Instituto Nacional de Logística – INALOG). Publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/18697-2010>
- Ley No. 18.832 (Creación de la Unidad Agroalimentaria Metropolitana ahora denominada Unidad Alimentaria de Montevideo). Publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/18832-2011>
- Ley No. 19.276 (CAU): publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/codigo-aduanero/19276-2014>
- Ley No 19.535 (Ley de Rendición de Cuentas y Balance de ejecución presupuestal correspondiente al ejercicio 2016) del 03 de octubre del año 2017, publicada em: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes-originales/19535-2017>. Vide artículo 265, relativo à "Tasa Consular".
- Título 9, del Texto Ordenado, Dirección General Impositiva, publicado em: <https://www.impo.com.uy/bases/todgi/9-1996/1>

- **INALOG**

- Regulados bajo el artículo 3 – Ley No. 18.697 (Creación del Instituto Nacional de Logística – INALOG). Síntese publicada em: <http://www.inalog.org.uy/es/ley-de-creacion-de-inalog/>

- **INE**

- Índice de Volumen Físico de la Industria Manufacturera, Noviembre 2020 <https://www.ine.gub.uy/documents/10181/30905/%C3%8Dndice+de+Volumen+F%C3%ADsico+de+la+Industria+Manufacturera+%28IVFIM%29++Noviembre+2020/2946523b-8457-47a4-b93b-cb3164b84d3a>

- **LATU**

- Departamento de Evaluación de la Conformidad – Gerencia de Certificación, LATU. Publicado em: <https://www.latu.org.uy/wp/wp-content/uploads/2016/06/Procedimiento-para-la-Gesti%C3%B3n-del-Certificado-de-Comercializaci%C3%B3n-de-Alimentos-08-06-20.pdf>
- Preguntas frecuentes sobre importación de alimentos, 08/06/2020, Departamento de Evaluación de la Conformidad, Gerencia de Certificación, LATU. Publicado em: <https://www.latu.org.uy/wp/wp-content/uploads/2016/06/Preguntas-frecuentes-08-06-20.pdf>
- Preguntas frecuentes sobre importación de alimentos, Departamento de Evaluación de la Conformidad, Gerencia de Certificación, LATU. Publicado em: <https://www.latu.org.uy/wp/wp-content/uploads/2016/06/Preguntas-frecuentes.pdf>
- Guía para la certificación de exportaciones, Departamento de Evaluación de la Conformidad – Gerencia de Certificación, LATU, 28 de junho de 2019. Publicada em: https://www.latu.org.uy/wp/wp-content/uploads/2016/06/Manual_para_gestionar_certificado_de_exportacion-2.pdf
- Certificado de Exportación de Productos, LATU. Publicado em: <https://www.latu.org.uy/certificacion-control/certificacion-de-productos/alimentos>

- **MERCOSUL**

- Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido. Publicado em: <https://www.mercosur.int/politica-comercial/ncm/>
- NCM Vigente, Consultas a la Nomenclatura Común y al Arancel Externo del MERCOSUR, publicado em: <https://www.mercosur.int/politica-comercial/ncm/>
- Regla aplicable al Capítulo 19 NCM, Política Comercial MERCOSUR (POLCOM), publicada em: <https://polcom.mercosur.int/nomenclatura/notas/120018>
- Sistema de Estadísticas de Comercio Exterior del MERCOSUR (SECEM), publicados em: <https://estadisticas.mercosur.int/>
- Decisión CMC No. 37/05. Publicado em: <https://www.mercosur.int/documentos-y-normativa/normativa/>

- Decisión CMC No. 1/2009 (“Régimen de Origen MERCOSUR”), 23 de julio de 2009, publicado em: <https://www.mercosur.int/politica-comercial/regimen-de-origen-del-mercosur/>
- **OPP**
 - “Uruguay podría producir alimentos para 50 millones de personas”, Estrategia de Desarrollo 2050, Oficina de Planeamiento y Presupuesto – Presidencia de la República Oriental del Uruguay, 13 de janeiro de 2020. Publicado em: <https://www.opp.gub.uy/es/noticias/uruguay-podria-producir-alimentos-para-50-millones-de-personas>
- **PARQUE AGROALIMENTARIO**
 - Nave de Actividades Logísticas, Parque Agroalimentario, publicado em: <http://www.parqueagroalimentario.com.uy/areas-de-negocio/naves-para-actividades-logisticas.html>
- **TCR**
 - Texto Ordenado de Contabilidad Financiera del Estado - TOCAF – publicado em: <https://www.tcr.gub.uy/normativas.php?cat=27>
- **UAM**
 - Proyecto Parque Agroalimentario (PA), Unidad Alimentaria de Montevideo, páginas 1 a 2. Publicado em: http://uam.com.uy/images/pdf/Documentos/Proyecto-Parque/proyecto_parque_agroalimentario.pdf
 - Proyecto Parque Agroalimentario (PA), Unidad Alimentaria de Montevideo, páginas 3 a 5. Publicado em: http://uam.com.uy/images/pdf/Documentos/Proyecto-Parque/proyecto_parque_agroalimentario.pdf
- **URUGUAY XXI**
 - Guía del Exportador, Departamento de Promoción de Exportaciones, Uruguay XXI, pág. 19. Publicada em: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/quiero-exportar/herramientas/guia-del-exportador/>
 - “La exportación de arroz uruguayo crece en tiempos del Covid-19”, Uruguay XXI, 6 de maio de 2020. Publicado em: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/noticias/articulo/la-exportacion-de-arroz-uruguayo-crece-en-tiempos-del-covid-19/>
 - Guía del Exportador, Departamento de Promoción de Exportaciones – Uruguay XXI, pág. 8. Publicada em: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/quiero-exportar/herramientas/guia-del-exportador/>

- Guía del Exportador, Departamento de Promoción de Exportaciones – Uruguay XXI, pág. 8. Publicada en: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/quiero-exportar/herramientas/guia-del-exportador/>
- Uruguay Centro Logístico, Uruguay XXI, publicado en: <https://www.uruguayxxi.gub.uy/es/centro-informacion/articulo/uruguay-centro-logistico/>

- **URUGUAY EMPRENDEDOR**
 - <https://uruguayemprendedor.uy/tramite/habilitacion-y-registro-de-empresas-de-alimentos-cosmeticos-y-domisanitarios/>

- **VUCE**
 - <https://vuce.gub.uy/>

ANEXO I**DADOS DE CONTATO DOS PRINCIPAIS IMPORTADORES URUGUAIOS****1. AGROFOOD LIMITADA / SERVIAGRO**

Endereço: Federico Saez 6418 of. 104, 11500, Montevideo

Telefone: +598 2602 2995

E-mail: nneme@agrofood.com.uy, administracion@agrofood.com.uy

Contato: Sr. Nicolás Neme (Director)

Site: www.agrofood.com.uy

2. ALGORTA S.A.

Endereço: Callao 3364, 12000, Montevideo

Telefone: +598 2219 9999

E-mail: algorta@algorta.com.uy

Contato: Sr. Daniel de Castro (contaduría)

Site: www.algorta.com.uy

3. ALTAMA S.A. / MORGADANES S.A.

Endereço: Ruta 101, km 24.5 Camino de los Portugueses, 15500, Villa Aeroparque, Canelones

Telefone: +598 2900 8476 - Fax +598 2900 0867

E-mail: altama@altama.com.uy, francisco@altama.com.uy

Contato: Sr. Francisco Rodriguez (Director)

Site: www.altama.com.uy

4. ANCAL S.A. / MELITA SENIOR URUGUAY

Endereço: José Antonio Cabrera 4060, 12.100, Montevideo

Telefone: +598 2507 1144 / +598 2508 6581 - Fax: +598 2508 6548

E-mail: ventas@ancal.com.uy, gustavo@ancal.com.uy

Contato: Sr. Gustavo Oddone (Gerente)

Site: <https://www.ancal.com.uy/>

5. ANTILUR S.A. / FAITH

Endereço: Martín Usabiaga Sala 2887, 11.300 Montevideo

Telefone: +598 2522 1178/ +598 2522 1120

E-mail: gabriel@faith.com.uy, administracion@faith.com.uy

Contato: Sr. Gabriel Alonso (CEO), Sra. Andrea Canessa

Site: <http://faith.com.uy/>

6. ARCOS DORADOS S.A. / MC DONALDS URUGUAY

Endereço: Rio Negro 1338, 11.100, Montevideo

Telefone: +598 2900 9988

E-mail: sofia.traverso@uy.mcd.com, recepcion@uy.mcd.com

Contato: Sra. Sofia Traverso (Jefe Supply Chain)

Site: www.mcdonalds.com.uy

7. ARYES LTDA. / ARYES - AROMAS Y ESENCIAS

Endereço: Ituzaingó 1276, 11.100, Montevideo

Telefone: +598 2915 9645

E-mail: info@aryes.com.uy

Contato: Sra. Rossana Penone (Jefe Técnico)

Site: <http://aryes.com.uy/>

8. BLODWEN S.A. / MAZARENA

Endereço: Chiavari 2833, 11.600, Montevideo

Telephone: +598 2480 3108
E-mail: administracion@blodwen.com.uy, contacto@blodwen.com.uy
Contato: Sr. Alejandro Gómez (Director Ejecutivo)
Site: <http://blodwen.com.uy>

9. BONOMAR S.A. / EL MUNDO DE LAS GOLOSINAS

Endereço: Garibaldi 1836, 11.800, Montevideo
Telephone: +598 2203 8800
E-mail: elmundodelasgolosinas@gmail.com
Contato: Sr. Marcelo Barbé (Director, Sr. Alberto Cabrera (Administrador)
Site: www.elmundodelasgolosinas.com.uy

10. BROCOS S.A.

Endereço: Alberto Zum Felde 2248, 11.400, Montevideo
Telephone: +598 2522 3727
E-mail: amartinez@brocos.com.uy, aurora.kluver@gmail.com
Contato: Sr. Alfonso Martínez (Gerente de Finanzas), Sra. Aurora Kluver (Comercio Exterior)
Site: www.brocos.com.uy

11. CAFE SIRENA URUGUAY S.A. / STARBUCKS URUGUAY

Endereço: Av Alfredo Arocena 1584, 11.500, Montevideo
Telephone: +598 2606 2980
E-mail: info@starbucks.com.uy
Contato: Sra. Natalia Lapaz (Gerente)
Site: www.starbucks.com.uy

12. CIA CIBELES S.A.

Endereço: 12 De Diciembre, 11.800, Montevideo
Telephone: +598 2209 1001
E-mail: comex@cibeles.com.uy, gsantavec@cibeles.com.uy
Contato: Sr. Gustavo Santavec (Encargado de comercio exterior)
Site: www.cibeles.com.uy

13. CIA SALUS S.A. / FORT MASIS S.A.

Endereço: Av. Dr. Luis Alberto de Herrera 1248, oficina 1801, 11.300, Montevideo
Telephone: +598 2628 8268
E-mail: marisa.cirillo@danone.com
Contato: Sra. Marisa Cirillo (Gerente de Compras)
Site: www.salus.com.uy

14. CLEDIRSA LTDA.

Endereço: Vázquez 1480, 11.200, Montevideo
Telephone: +598 2402 9215
E-mail: ade@cledirsa.com.uy
Contato: Sra. Adriana Duarte Eggel - Gerente Comercial
Site: <http://www.cledirsa.com.uy/>

15. CLONEGAL S.A. / HELADERÍAS PECAS

Endereço: Continuación Treinta y Tres c/Molino La Baña, 20.400, San Carlos, Maldonado
Telephone: +598 4266 6886
E-mail: administracion@heladeriapecas.com.uy
Contato: Sra. Ana Claudia Silvera
Site: <http://heladeriapecas.com.uy>

16. COOPERATIVA NACIONAL DE PRODUCTORES DE LECHE (CONAPROLE)

Endereço: Nueva York 1648, 11800, Montevideo

Telefone: +598 2924 7171 / 2380

E-mail: adquisiciones_impo@conaprole.com.uy, gmaturan@conaprole.com.uy

Contato: Lic. Leopoldo Fernández (compras), Sr. Gerardo Maturana (Gerente de Exportaciones)

Site: www.conaprole.com.uy

17. CRUFI S.A. / HELADOS CRUFI

Endereço: Camino José Duran 5693, 12400, Montevideo

Telefone: +598 2320 9889

E-mail: crufi@crufi.com.uy, info@crufi.com.uy

Contato: Sr. Andrés Juani (Gerente General)

Site: www.crufi.com.uy

18. CUPANA S.R.L. / CUPANA IMPORTACIONES

Endereço: Ruta 39 km 8, 20.000, Maldonado

Telefone: +598 4223 1212 / +598 9630 2440

E-mail: cupanauruguay@gmail.com

Contato: Sr. José María Zubillaga (Director)

Site: <https://labodega.uy/>

19. DAKELUR S.A.

Endereço: César Mayo Gutiérrez 2952, 12.400 Montevideo

Telefone: +598 2321 8107

E-mail: dakelur@dakelur.com.uy

Contato: Sr. Luis Martínez (Gerente Comercial)

Site: <http://dakelur.com.uy/contacto/>

20. DALFAMAR S.A.

Endereço: Martín Usabiaga Sala 2887, Oficina 401, Montevideo

Telefone: +598 2526 0607

E-mail: info@dalfamar.com, manuelp@dalfamar.com

Contato: Sr. Manuel Passadore (Director, Sra. Alejandra García (Comercio Exterior)

Site: <http://www.dalfamar.com/>

21. DARCEL S.A. / ALIMENTOS LAS ACACIAS

Endereço: Jose N.Oxilia, 11600, Montevideo

Telefone: +598 2481 6464

E-mail: mcean@lasacacias.com.uy

Contato: Sr. Maximiliano Cean (Comercio Exterior)

Site: www.lasacacias.com.uy

22. DELKALOR S.A. / CHARLY SNACKS

Endereço: Parque Tecnológico Industrial – Haití 1500, 12.800, Montevideo

Telefone: +598 2315 2194

E-mail: charlysnacks@montevideo.com.uy, maferlt@montevideo.com.uy

Contato: Sr. Carlos Friss

Site: <http://www.charlysnacks.com.uy/>

23. DICASOLD S.A.

Endereço: Camino Servando Gomez 3425, 12.100 Montevideo

Telefone: +598 2604 1645 / +598 2600 2644

E-mail: ventas@dicasold.com.uy, karina.vitabar@dicasold.com.uy

Contato: Sra. Karina Vitabar (Compras y Comercio Exterior)

Site: <http://www.dicasold.com/>

24. DISGAL S.A. / EL TRIGAL S.A.

Endereço: Av. Gral. San Martín 3270, 11700, Montevideo

Telephone: +598 2209 7070

E-mail: msheppard@eltrigal.com.uy, exports@eltrigal.com.uy

Contato: Cr. Marcelo Sheppard (Gerente Financiero y Comercio Exterior)

Site: www.eltrigal.com.uy

25. DISTRIB.DE ALIMENTOS PARAISO LTDA.

Endereço: Ruta 8 Brigadier Gral Juan Antonio Lavalleja Km 34.500, 15.600, Pando, Departamento de Canelones

Telephone: +598 2292 1206

E-mail: info@paraiso.com.uy, alberto@paraiso.com.uy

Contato: Sr. Alberto Bouvier (Director)

Site: <https://www.paraiso.com.uy/>

26. DISTRIBUIDORA SAN JOSE S.A. / COLOLO

Endereço: Nicolás Guerra y Santiago Vázquez, 80.000, San José

Telephone: +598 4342 2107

E-mail: martinaldaz@cololo.com.uy

Contato: Sr. Martín Aldaz (Director)

Site: www.cololo.com.uy

27. DISTRICO S.A. (AGROPECUARIA COLON LTDA.)

Endereço: Cesar Mayo Gutierrez 3024 bis, esq. Camino Uruguay, Montevideo

Telephone: +598 2320 1381

E-mail: contacto@districo.com.uy, mprigue@districo.com.uy

Contato: Sr. Marcos Prigue (Responsable en Comercio Exterior), Sr. Fernando Graviz (Presidente)

Site: <http://www.districo.com.uy/>

28. DOMINAL S.A. / AROMACOS

Endereço: Maldonado 990 bis, 11.100, Montevideo

Telephone: +598 2902 7429 / +598 2902 7430 / +598 2902 2346

E-mail: compras@aromacos.com.uy, ari@aromacos.com.uy

Contato: Sr. Ari Dunski (Director)

Site: <https://www.aromacos.com.uy/sitio/>

29. DURULTE S.A. / ALFAJORES PORTEZUELA

Endereço: Susana Pintos 3086, 12.100, Montevideo

Telephone: +598 2513 1111

E-mail: durulte@durulte.com.uy, ddevoto@durulte.com.uy

Contato: Sr. Daniel Devoto (Gerente de Exportaciones)

Site: <https://www.durulte.com/>

30. FEDIR S.A. / DELIBEST

Endereço: Camino Edison 4430, 12.900, Montevideo

Telephone: +598 2354 2494

E-mail: dwild@delibest.com, ventasretail@delibest.com

Contato: Sr. Daniel Wild (Gerente, Sr. Filiph Wild (Gerente)

Site: <http://www.delibest.com/>

31. FERAL S.A.

Endereço: Susana Pintos 2705, 12100, Montevideo

Telephone: +598 2512 0272

E-mail: ventas@feral.com.uy, aschol@feral.com.uy, fschol@feral.com.uy

Contato: Sr. Alexis Schol (Director), Sr. Federico Schol (Director)

Site: <http://www.feral.com.uy/>

32. FERNILAND S.A.

Endereço: Siria 6248, 11400, Montevideo

Telephone: +598 2605 5577

E-mail: info@ferniland.com, ana.porro@ferniland.com

Contato: Sra. Ana Porro (Administración), Sr. Pablo Cattaneo (Gerente Comercial)

Site: www.ferniland.com

33. FNC S.A. / FÁBRICAS NACIONALES DE CERVEZA

Endereço: Entre Ríos 1060, 11800, Montevideo

Telephone: +598 2200 1681

E-mail: institucional@fnc.com.uy, marcelo.vidal@ambev.com.uy, mc paulero@fnc.com.uy, Sr. Benjamin Mountford

Contato: Sr. Marcelo Vidal (Compras), Sr. Benjamin Mountford (Director Comercial)

Site: www.fnc.com.uy

34. GLOBAL FOODS S.R.L.

Endereço: Durazno 1227, 11.200, Montevideo

Telephone: +598 2902 4863

E-mail: aditivos@globalfoods.com.uy

Contato: Sr. Gabriel Vargas (Director)

35. GRABA S.A.

Endereço: Cno. Carrasco 6713, 13.000, Montevideo

Telephone: +598 2600 7012 / +598 2600 7116

E-mail: alarbanois@graba.com.uy

Contato: Sra. Alicia Larbanois (Responsable de abastecimiento y comercio exterior)

Site: <http://graba.com.uy>

36. GRAMON BAGO DE URUGUAY S.A. / LABORATORIO GRAMON BAGO

Endereço: Av. Joaquín Suárez 3359, 11700, Montevideo

Telephone: +598 2200 4611

E-mail: info@gramonbago.com.uy

Contato: Sr. Diego Caimi (Importaciones y Exportaciones)

Site: <http://gramonbago.com.uy>

37. GREEN FOOD S.R.L. / GREEN FOOD's URUGUAY

Telephone: +598 9643 6626 / +598 9501 8980

E-mail: greenfooduruguay@gmail.com, mariano@greenfood.com.uy

Contato: Sr. Mariano Capurro (Director)

Site: <https://greenfoodsuruguay.wixsite.com/greenfoods/>

38. GRUPO DISCO DEL URUGUAY (DEVOTO, DISCO E ODALER)

Endereço: Avda. a la Playa, Parque Roosevelt, 15800, Ciudad de la Costa, Canelones

Telephone: +598 2601 5353

E-mail: srilo@disco.com.uy, paparicio@disco.com.uy

Contato: Sra. Patricia Aparicio (Responsable de Compras mat seguridad (futura Jefe de Importaciones, Sr. Sebastián Rilo (Importación)

Site: www.devoto.com.uy - www.disco.com.uy - www.geant.com.uy

39. GRUPO GHELFA - DOMINGO RAFAEL GHELFA LIMITADA / SPIN

Endereço: Sarandí 1938, 60000, Paysandú
Telefone: +598 4723 9310
E-mail: ddoyenart@spin.com.uy, cguigou@spin.com.uy
Contato: Sr. Daniel Doyenart, Sr. Carlos Guigou
Site: www.spin.com.uy

40. GRUPOMENDI S.A. (VASCOS LTDA)

Endereço: Agaces 3535, 12000, Montevideo
Telefone: +598 2507 8645 / +598 2507 7645
E-mail: contacto@torrenueva.uy, a.auzmendi@grupomendi.com.uy
Contato: Sr. Alberto Auzmendi (Comercio Exterior)
Site: www.torrenueva.com.uy

41. GRUTACAR S.A. / DISTRIBUIDORA MAS SABORES SALUDABLES

Endereço: Av. Millán 4862, 12900, Montevideo
Telefone: +598 2354 0000 / +598 2356 1931
E-mail: franciscoalderete@icloud.com
Contato: Sr. Francisco Alderete (Director)

42. GUEMIPER S.R.L. / ALIMENTOS DEL MUNDO

Endereço: Avenida Agraciada 2907, 11800, Montevideo
Telefone: +598 2201 2885
E-mail: agustin.guemiper@gmail.com
Contato: Sr. Agustín Perna (Director)
Site: https://guemiper.com.uy

43. HENDERSON Y CIA S.A. / TIENDA INGLESA

Endereço: Av. Italia 5820, 11500, Montevideo
Telefone: +598 2601 1111 int 1297
E-mail: kzimmermann@tiendainglesa.com.uy
Contato: Sra. Karen Zimmermann (Jefe de Comercio Exterior, Sr. Juan Manuel Parada (Director)
Site: www.tiendainglesa.com.uy

44. INDUSTRIAS ALIMENTARIAS CAMBAY S.A. / INDUSTRIAS CAMBAY

Endereço: Cambay 2816, 12100, Montevideo
Telefone: +598 2525 5000
E-mail: info@cambay.com.uy, fvieites@cambay.com.uy
Contato: Cr. Fernando Vieites (Director)
Site: http://cambay.com.uy

45. INDUSTRIAS BAHIA S.A. / CAFE BAHIA

Endereço: Martin Usabiaga Sala 2772, 11.600, Montevideo
Telefone: +598 2606 1331 / +598 2601 6455
E-mail: cafebahia@cafebahia.com.uy, administracion@cafebahia.com.uy
Contato: Sr. Juan José Curone
Site: http://www.cafebahia.com.uy/

46. INST. BOTÁNICO LA SELVA S.R.L. / LA SELVA

Endereço: Rafael Eguren 3344, 12.000, Montevideo
Telefone: +598 2215 0406 / +598 2215 6820
E-mail: laselva@laselva.com.uy, comercial@laselva.com.uy, egutierrez@laselva.com.uy
Contato: Sra. Elena Gutiérrez (Jefa de Comercio Exterior)
Site: www.laselva.com.uy

47. INVERSIA S.R.L. / DISTRIGOL**Endereço:** Juan Paullier 2442, 11.800, Montevideo**Telefone:** +598 2201 5955**E-mail:** info@distrigol.com, distrigol.uruguay@gmail.com**Contato:** Sr. Rodrigo Mandorla (Comercio Exterior)**Site:** <http://distrigol.com/>**48. ITACARE S.A. / PAGNIFIQUE****Endereço:** Timote 4600, 11.900, Montevideo**Telefone:** +598 2305 1464 / +598 2305 1465**E-mail:** pgrimoldi@pagnifique.com.uy, acampos@pagnifique.com.uy**Contato:** Sr. Pablo Grimoldi (Gerente Comercial), Sr. Agustín Campos (Comercio Exterior)**Site:** www.pagnifique.com.uy**49. JORGE AGUIAR & ASOC / CHOCOLATE'S****Endereço:** Av. Rivera 3138, 11300, Montevideo**Telefone:** +598 2628 6201**E-mail:** info@chocolates-uruguay.com, jorgeaguiar@chocolates-uruguay.com**Contato:** Sr. Jorge Aguiar (Director)**Site:** www.chocolates-uruguay.com/chocolates_jorgeaguiar.htm**50. KREMA S.A. / FREDDO URUGUAY****E-mail:** vbonfiglio@krema.com.uy**Contato:** Sra. Vilma Bonfiglio (Encargada de Administración)**Site:** <http://freddouruguay.com>**51. LA BOTTEGA S.R.L.****Endereço:** Luis Cavia 2644, 11300, Montevideo**Telefone:** +598 2708 7200**E-mail:** info@labottegaonline.com, daniildilandro@gmail.com**Contato:** Sr. Daniel Dilandro**Site:** www.labottegaonline.com**52. LABORATORIOS GADOR S.A.****Endereço:** La Paz 2257, 11.600, Montevideo**Telefone:** +598 2401 6444 / +598 2400 0034**E-mail:** gador@gador.com.uy, rlopez@gador.com.uy**Contato:** Sr. Roberto Lopez (Comércio Exterior)**Site:** www.gador.com.uy**53. LABREZZA S.A. / AVANTI****Endereço:** Avda. Artigas 746, 15900, La Paz, Canelones**Telefone:** +598 2362 3332**E-mail:** liguini@avanti.com.uy, psoneira@avanti.com.uy**Contato:** Sra. Leticia Iguini (Comércio Exterior), Sr. Pelayo Soneira (Gerente Comercio Exterior)**Site:** www.avanti.com.uy**54. LATIN FOOD S.A.****Endereço:** Luis B. Cavia 3087, 11300, Montevideo**Telefone:** +598 2306 2443 / +598 9643 1258**E-mail:** duga@paligold.com.uy**Contato:** Sr. Dulio Garretano (Director Comercial)

55. LEOPOLDO GROSS Y ASOCIADOS S.A.**Endereço:** Venezuela 1211, 11800, Montevideo**Telefone:** +598 2924 6090**E-mail:** lgimport@leopoldogross.com.uy, tgross@leopoldogross.com.uy**Contato:** Sra. Tatiana Gross (Importaciones)**Site:** www.leopoldogross.com.uy**56. LESTONSUR S.A. (ex EMITOL) / ALFAJORES PUNTA BALLENA****Endereço:** Carlos A. López 7700, 11800, Montevideo**Telefone:** +598 2321 1191 / +598 9709 8177**E-mail:** contacto@alfajorespuntaballena.com, avignola@alfajorespuntaballena.com, drobaina@alfajorespuntaballena.com**Contato:** Sr. Daniel Robaina, Sr. Agustín Vignola**Site:** www.alfajorespuntaballena.com**57. LEVADURA URUGUAYA S.A. (AB/MAURI) / FLEISCHMANN****Endereço:** Carlos A. Lopez 7547, 12400, Montevideo**Telefone:** +598 2320 0530 / +598 2323 9605**E-mail:** alejandro.bastianini@abmauri.com.uy, karina.orihuela@abmauri.com.uy**Contato:** Sr. Alejandro Bastianini (Comercio exterior), Sra. Karina Orihuela (Administración)**Site:** www.alofleischmann.com/uy**58. LISLEY S.A.****Endereço:** José Agustín Iturriaga 3484, 11300, Montevideo**Telefone:** +598 2622 9025**E-mail:** info@lisle.com.uy, sofia.cardozo@lisle.com.uy**Contato:** Sra. Sofia Cardozo (Comercio Internacional), Sra. Mónica Vázquez (C.E.O.)**Site:** http://www.lisle.com.uy**59. MABLE S.A.****Endereço:** Hermogenes Alvarez 3437, 11800, Montevideo**Telefone:** +598 2203 3708 / +598 2209 4699 / +598 9940 1400**E-mail:** comercial@mable.com.uy**Contato:** Sr. Daniel Rostro (Director), Sr. José Camacho (Encargado)**Site:** www.mable.com.uy**60. MADRE TIERRA LTDA. - CASTERA HNOS S.A. / CAFÉS MONTESOL****Endereço:** Democracia 2024 apto. 2, 11800, Montevideo**Telefone:** +598 2402 4170**E-mail:** cbattilana@montesol.com.uy, lcampora@montesol.com.uy**Contato:** Sr. Claudio Battilana (Director), Sra. Lucía Cámpora (Directora)**Site:** www.montesol.com.uy**61. MAESTROS CAFETEROS S.R.L. / SAINT HNOS DEL URUGUAY****Endereço:** Av. Pedro de Mendoza 4963, 12300, Montevideo**Telefone:** +598 2220 1859**E-mail:** info@saint.com.uy, mpicorel@saint.com.uy**Contato:** Sr. Marco Picorel (Director)**Site:** www.saint.com.uy**62. MAR AUSTRAL S.R.L.****Endereço:** Ruta Interbalnearia s/n S7 M 1078 KM 24,500, 15800, Solymar, Canelones**Telefone:** +598 2696 0060**E-mail:** maraustral@maraustral.com.uy

Contato: Sra. Natalia Baran (Encargada de Administración), Sr. Nicolas Abelenda (Ventas)

Site: www.maraustral.com.uy

63. MCCAIN URUGUAY S.A. / LA SIBARITA

Endereço: Buschental 3406, 11700, Montevideo

Telefone: +598 2337 8888

E-mail: celvira@mccain.com.uy

Contato: Sr. César Elvira (Encargado)

Site: www.mccain.com.uy

64. MERFIX S.A.

Endereço: Ceibal 1770, 11800, Montevideo

Telefone: +598 2209 1552 / +598 2203 8038

E-mail: contactos@merfix.com.uy, merfix@netgate.com.uy, roni@merfix.com.uy

Contato: Sr. Saul Witkind (Director), Ec. Roni Witkind (Director)

Site: <http://merfix.com.uy>

65. MINBROL S.A. / NUTRIFOODS

Endereço: Rufino Domínguez 1880, 11400, Montevideo

Telefone: +598 2618 1553

E-mail: comercial@nutrifoods.com.uy

Contato: Sr. Ernesto Alonso (Director)

Site: www.nutrifoods.com.uy

66. MOLDES RUIBAL S.A.

Endereço: Cno. de los Horneros a 800 mts Ruta Interbalnearia, 15050, Solymar, Canelones

Telefone: +598 2696 2244

E-mail: federica.bentancor@moldesruibal.com.uy,

fernando.moldes@moldesruibal.com.uy

Contato: Sra. Federica Bentancor (Comercio Exterior), Cr. Fernando Moldes Ruibal (Presidente)

Site: www.moldesruibal.com.uy

67. MOLINO CAÑUELAS URUGUAY S.A.

Endereço: Mendoza 2325, 11800, Montevideo

Telefone: +598 2924 3200

E-mail: cantone@molam.com.uy

Contato: Sr. Ricardo Cantone (Gerente General)

Site: www.molinocanuelas.com

68. MOLINO DEL SOL S.A.

Endereço: Garay 4625, 12000, Montevideo

Telefone: +598 2511 6628

E-mail: dosanclas@montevideo.com.uy

Contato: Sr. Jorge Spector (Director)

69. MONDELEZ S.A. / C.A.S. URUGUAY S.A.

Endereço: Yaguarón 1407 - piso 17, 11.100, Montevideo

Telefone: +598 2900 3000

E-mail: anabel.garcia@mdlz.com

Contato: Sra. Anabel García (Comercio Exterior)

70. MURRY S.A. CIENZA URUGUAY (Representante de NOVARTIS y NUTRICIA)

Endereço: Av. Luis A. de Herrera 1248 WTC Torre 2 Of. 1906, 11300, Montevideo

Telefone: +598 1988 9000

E-mail: info@scienza.com.uy

Contato: Sr. Leonardo Larramendi (Gerente de Operaciones)

Site: www.scienza.com.uy

71. NELBOR S.A. / INDUCHEM

Endereço: Ruta 101 km 27.500, Cerrito y Cno. A la Cantera, 15500, Barrios Blancos, Canelones

Telefone: +598 2296 6964

E-mail: mlopez@induchem.com.uy

Contato: Sr. Martín López (Director)

Site: https://induchem.com.uy/

72. NESTLÉ DEL URUGUAY S.A.

Endereço: Parque Industrial Zona Este – Ruta 101 – kmt. 24.200, 15000, Paso Hondo, Canelones

Telefone: +598 2681 0030

E-mail: andrea.revello@uy.nestle.com

Contato: Sra. Andrea Revello (Comercio Exterior)

Site: www.nestle.com.uy

73. NIPAX LTDA.

Endereço: Dr. Gabriel Otero 6462 oficina 8 - Montevideo

Telefone: +598 2600 3079 / +598 2604 4673

E-mail: nipax@nipax.com.uy, imier@nipax.com.uy

Contato: Sra. Isabel Mier (Comercio Exterior)

Site: www.nipax.com.uy

74. NITER S.A.

Endereço: Bvar. J.B. y Ordoñez 3037 - Montevideo

Telefone: +598 2481 7954 / +598 2481 7929

E-mail: ggonzalez@niter.com.uy

Contato: Sr. Gastón González (Encargado)

Site: www.niter.com.uy

75. NOVOPHAR S.A.

Endereço: Edificio Plaza Mayor - Plaza Independencia 831 Of. 1201, 11.100, Montevideo

Telefone: +598 2904 2292

E-mail: novophar@novophar.com.uy

Contato: Dr. Rafael Abella (Gerente General)

Site: https://www.novophar.com.uy/

76. NUEVO SOL LTDA.

Endereço: Cno. Coronel Raíz 1335, 12900, Montevideo

Telefone: +598 2359 1429 / +598 2359 2544

E-mail: info@nuevosolltda.com.uy, nuevosol@adinet.com.uy, nuevosolltda@gmail.com

Contato: Sr. Luis Grieco (Director)

Site: http://www.nuevosolltda.com.uy/

77. OPRUMIN S.A. / COMERCIAL AMEZAGA

Endereço: Cno. Carlos A. Lopez 4677, 11.300, Montevideo

Telefone: +598 2512 1776

E-mail: victor@oprumin.com

Contato: Sr. Victor Vázquez (Director)

Site: <https://www.oprumin.com/>

78. OSAN S.A. / ÁRTICO

Endereço: Ruta 101 km 26, 91.001, Barros Blanco, Canelones

Telefone: +598 2698 9777

E-mail: npapazian@artico.com.uy, macordone@congeladosartico.com.uy

Contato: Sr. Nicolás Papazián (Importaciones), Sr. Miguel Angel Cordone (Gerente de Operaciones)

Site: www.artico.com.uy

79. PANIFICADORA BIMBO DEL URUGUAY S.A. (PLUCKY S.A.) / BIMBO

Endereço: Mariano Moreno 2512, 11.600, Montevideo

Telefone: +598 2487 0320 interno 310

E-mail: gerardo.castells@grupobimbo.com

Contato: Sr. Gerardo Castells (Importaciones)

Site: www.bimbo.com.uy (www.plucky.com.uy - www.elmaestrocubano.com.uy - www.lossorchantes.com.uy)

80. PAPAS CHIPS S.A. (PEPSICO URUGUAY ALIMENTOS)

Endereço: Camino Juan Burghi 2645-Ruta1 y Cibils – Km. 10, 12.800, Montevideo

Telefone: +598 2315 5510

E-mail: estefania.burguete@pepsico.com

Contato: Sra. Estefania Burguete (Analista de Compras)

Site: www.pepsico.com.uy

81. PARMALAT URUGUAY S.A. - INLACSA (INDUSTRIA LÁCTEA SALTEÑA S.A.) / GRUPO LACTALIS URUGUAY

Endereço: Misiones 1371 4º piso of. 38, 11.100, Montevideo

Telefone: +598 2917 1697

E-mail: ventas@indulacsa.com.uy, leticia.birriel@lactalis.com.uy, mariana.saavedra@uy.lactalis.com

Contato: Sra. Leticia Birriel (Encargada de Comercio Exterior), Sra. Mariana Saavedra (Comercio Exterior)

Site: <https://www.indulacsa.com.uy/>

82. PIFENUR S.A.

Endereço: Minas 1818, 11.800, Montevideo

Telefone: +598 2929 8044

E-mail: pifenur@gmail.com, adriantele@gmail.com, danielala@vera.com.uy

Contato: Sr. Adrián Telechanski (Director), Sr. Daniel Alazraki (Director)

Site: <http://pifenur.com.uy/>

83. PONTYN S.A.

Endereço: Capitán Lacosta 4841, 12.300, Montevideo

Telefone: +598 2222 4955

E-mail: pontyn@pontyn.com.uy, importaciones@pontyn.com.uy, evelazquez@pontyn.com.uy

Contato: Sra. Estefania Velázquez (Encargada de Importaciones), Sra. Flavia Alcalá (Encargada de Importaciones)

Site: <https://www.pontyn.com.uy/>

84. PROMOL LTDA.

Endereço: Avenida General Eugenio Garzón 184, 11.900, Montevideo

Telefone: +598 2307 1341 / +598 2307 1309

E-mail: info@promol.com.uy, promol@promol.com.uy, promol@adinet.com.uy

Contato: Sr. Franco Del Duca (Gerente)
Site: www.promol.com.uy

85. PRONACU LIMITADA / PROCESADORA NACIONAL DE CUAJOS

Endereço: Juan P. Beranger 6975, 11.500, Montevideo
Telefone: +598 2600 4733 / +598 2601 3172 (fax)
E-mail: pronacu@internet.com.uy
Contato: Sr. Pablo Ortas (Director)
Site: <https://www.viscofan.com/es-uy/>

86. PURATOS DEL URUGUAY S.A.

Endereço: Camino Corrales 2863, 12.000, Montevideo
Telefone: +598 2509 6763, +598 2507 5849
E-mail: info@puratos.com.uy, OSilveiraUrquiza@puratos.com
Contato: Sr. Hugo Varela (Contador)
Site: <https://www.puratos.com.uy>

87. RAPENOR S.A. / MOLINOS PURITAS

Endereço: Carlos A. Lopez 5975, 12.400, Montevideo
Telefone: +598 2222 5169
E-mail: josemaria@puritas.com.uy, info@puritas.com.uy
Contacto: Sr. José María Palma (Director),
Site: <http://www.puritas.com.uy/>

88. REGIONAL SUR S.A.

Endereço: Dámaso Antonio Larrañaga 3624, 11.200, Montevideo
Telefone: +598 2506 1149 int 4
E-mail: ventas@regionalsur.com.uy, administracion@regionalsur.com.uy,
regional@adinet.com.uy
Contato: Sr. Luis De Santi (Director)
Site: <https://www.regionalsur.com.uy/>

89. ROYDEL S.A.

Endereço: El Cairo 3418, 11.200, Montevideo
Telefone: +598 2211 5204
E-mail: roydel@roydel.com.uy
Contato: Sr. Salvador La Barbera (Director)
Site: <http://www.roydel.com.uy>

90. S.A.M.A.N. Sociedad Anónima Molinos Arroceros Nacionales

Endereço: Rbla. Baltasar Brum 2772, 11.800, Montevideo
Telefone: +598 2208 1421/25
E-mail: info@saman.com.uy, goldoni@saman.com.u, cirrazabal@saman.com.uy
Contato: Sr. Leomar Goldoni (Gerente General), Sra. Carolina Igarzábal
Site: <http://corporativo.saman.com.uy/>

91. SADIA URUGUAY S.A. / BRF URUGUAY

Endereço: Miraflores 1445, Oficina 103, 11.500, Montevideo
Telefone: +598 2604 6425, +598 26013925
E-mail: matias.muller@brf.com
Contato: Sr. Matias Müller (Gerente de filial em Uruguay)
Site: <https://www.sadia.uy/>

92. SAMY S.A. / FORTILEX S.A

Endereço: Gral. Hornos 4834, 11.900, Montevideo

Telephone: +598 2309 6377
E-mail: ventas@fortylex.com.uy, andres@fortylex.com.uy
Contato: Sr. Andrés Mermelstein
Site: <https://www.fortylex.com.uy/>

93. SAN FRANCISCO C.I.S.A.

Endereço: Ruta 5 Km 13 (Melilla), 12.600, Montevideo
Telephone: +598 2323 5676
E-mail: info@sanfrancisco.com.uy, lborrazas@sanfrancisco.com.uy, frodriguez@sanfrancisco.com.uy
Contato: Cr. Leonardo Borrazás (Gerente Comercial)
Site: www.sanfrancisco.com.uy

94. SILCOM S.A. / LA ABUNDANCIA

Endereço: Córdoba 731, 11.900, Montevideo
Telephone: +598 2306 0680
E-mail: silcom@silcom.com.uy
Contato: Sr. Miguel Silbermann (Director)
Site: <https://www.laabundancia.com/>

95. SILOS S.R.L.

Endereço: Avenida Doctor Juan Bautista Alberdi 6548, Apto. 2, 15.000, Montevideo
Telephone: +598 2600 5814
E-mail: admin.uruguay@silossrl.com, ibetancor@silossrl.com
Contato: Sr. Ismael Betancor
Site: <https://www.silossrl.com/>

96. SOLDADO HNOS S.A.

Endereço: Bulevar Batlle y Ordoñez 6781, 11.900, Montevideo
Telephone: +598 2355 0022
E-mail: soldo@soldo.com.uy, recepcion@soldo.com.uy
Contato: Sr. Pablo Soldo (Gerente Comercial), Juan Alberto Soldo (Director)
Site: <https://www.soldo.com.uy/>

97. SUCESION CARLOS SCHNECK S.A. / FRIGORIFICO SCHNECK S.A.

Endereço: Camino Colman 4598, 12.400, Montevideo
Telephone: +598 2320 9300 / +598 2320 1393
E-mail: info@schneck.com.uy, victoria@schneck.com.uy, fer@schneck.com.uy
Contato: Dra. Victoria Schneck (Dpto. de Exportaciones y del Bienestar Animal de la planta), Sr. Fernando Schneck (Director)
Site: <https://www.schneck.com.uy/>

98. TA TA S.A. - MIMATEC S.A. / TIENDAS TATA - MULTIAHORRO HOGAR

Endereço: José de Béjar 2600, 12.100, Montevideo
Telephone: +598 2508 9600 interno 6258
E-mail: servicioalcliente@tata.com.uy, sandra.ferreira@tata.com.uy, emiliano.dallabella@tata.com.uy
Contato: Sra. Sandra Ferreira (Comercio Exterior), Sr. Emiliano Dalla Bella (Compras Marcas Propias)
Site: <https://www.tata.com.uy/>

99. TRONDIAL S.A.

Endereço: Dr Carlos María de Pena 5834, 12.900, Montevideo
Telephone: +598 2306 2443
E-mail: dcamors1@gmail.com

Contato: Sr. Daniel Camors (Gerente)
Site: www.alfajoresnativo.com.uy

100. UNILEVER DEL URUGUAY S.A. / LEVER S.A.

Endereço: Camino Carrasco 5975, 12.100, Montevideo
Telefone: +598 2522 3333
E-mail: fiorella.somma@unilever.com
Contato: Sra. Fiorella Somma (Jefa de Planning)
Site: www.unilever.com.uy

101. URTI MASO RAFAEL PABLO / SCREWTOOLS

Endereço: Buxareo, 1349, 11.300, Montevideo
Telefone: +598 2618 3858
E-mail: info@screwtools.com
Contato: Sr. Rafael Urti (Director)
Site: <http://screwtools.com>

102. VAN DAM S.A. / ARCOR

Endereço: José Batlle y Ordóñez 6791, 12.900, Montevideo
Telefone: +598 2359 7013
E-mail: fcalvo@arcor.com
Contato: Sra. Fernanda Calvo (Encargada de Logística)
Site: <https://www.arcor.com>

103. WILISOL S.A.

Endereço: García Cortinas 2360/305, 11.300, Montevideo
Telefone: +598 2713 1026
E-mail: consultas@wilisol.com, majose@wilisol.com
Contato: Sra. María José Di Agosto (Directora)
Site: <http://www.wilisol.com/>

104. ZANETTI S.A.

Endereço: Colonia 917 esq. Convención, 11.100, Montevideo
Telefone: +598 2903 0470
E-mail: info@zanetti.com.uy, roberto@zanetti.com.uy
Contato: Sr. Roberto D. Zanetti (Director)
Site: <https://www.zanetti.com.uy/>