



THỊ TRƯỜNG URUGUAY

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM

THỊ TRƯỜNG URUGUAY

Thành phố Hồ Chí Minh 2023

Investment & Trade Promotion Centre ITPC • URL: www.itpc.hochiminhcity.gov.vn • Email: itpc@itpc.gov.vn

MỤC LỤC

Chương 1: Tổng quan thị trường Uruguay 3

Chương 2: Các lĩnh vực hàng đầu cho các công ty xuất khẩu và đầu tư nước ngoài..... 20

Chương 3: Môi trường đầu tư..... 39

Chương 4. Quy định thương mại, thuế, hải quan và các quy định 64

Chương 5: Các kênh phân phối và bán hàng 73

Chương 6: Quan hệ thương mại và đầu tư giữa Việt Nam - Uruguay 86

Chương 7: Những điều cần lưu ý khi kinh doanh ở Uruguay 103



CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG URUGUAY

1. Tổng quan thị trường

Lịch sử

Uruguay là nơi định cư của thổ dân Charrúa trước khi người châu Âu đặt chân đến đây. Năm 1516, nhà thám hiểm Tây Ban Nha là Díaz de Solís đến thăm dò vùng ven biển. Người Tây Ban Nha rồi đến người Bồ Đào Nha dần dần đến lập các vùng định cư. Sông La Plata trở thành đường thủy có vai trò chiến lược quan trọng kể từ sau năm 1680. Người Tây Ban Nha và người Bồ Đào Nha tranh giành quyền kiểm soát vùng đất này. Năm 1726, người Tây Ban Nha xây dựng thành phố Montevideo.

Cuộc đấu tranh chống lại ách đô hộ của Tây Ban Nha dưới sự lãnh đạo của José Gervasio Artigas bắt đầu từ năm 1810, Uruguay giành được độc lập năm 1828 và trở thành nước đệm giữa hai cường quốc láng giềng Brazil và Argentina. Hiến pháp mới được thông qua năm 1830 và Fructuoso Rivera trở thành Tổng thống đầu tiên. Cuộc xung đột giữa phe bảo thủ (blancos) được Argentina ủng hộ với phe tự do (colorados) do Anh và Pháp đỡ đầu đã dẫn đến cuộc “Đại chiến” (1839-1851), thành phố Montevideo nhiều lần bị vây hãm.

Đầu thế kỉ XX, các chương trình tiến bộ xã hội đã phát triển gồm các luật về lao động, các kế hoạch về tiền trợ cấp, công trình phúc lợi xã hội, các quan tâm chăm sóc bà mẹ và trẻ em. Uruguay là quốc gia châu Mỹ Latinh đầu tiên thông qua việc lao động 8 giờ một ngày và là một trong những nước đầu tiên chấp nhận quyền bỏ phiếu của phụ nữ.

Chính khách tài ba José Battle y Ordóñez, người từng giữ hai nhiệm kỳ Tổng thống (1903-1907, 1911-1915), đã tung ra hàng loạt những cải cách chính trị, xã hội và kinh tế. Suốt thời gian này Uruguay duy trì được ổn định chính trị và đạt được những thành tựu kinh tế. Do tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới năm 1929, Uruguay rơi vào thời kỳ cai trị độc tài của Tổng thống Terra (1933-1942).

Từ năm 1958, những khó khăn kinh tế và xã hội làm phát triển phong trào đấu tranh du kích thành thị của tổ chức cách mạng Tupamaros. Năm 1973, quân đội lên cầm quyền. Tình trạng kinh tế đình đốn và làn sóng phản đối ngày càng gia tăng buộc quân đội giao lại quyền lãnh đạo cho giới dân sự (1984). Đắc cử chức Tổng thống, Julio Sanguinetti

công bố lệnh ân xá cho những quân nhân vi phạm nhân quyền. Năm 1990, Luis Lacalle trở thành nguyên thủ quốc gia. Năm 1994, J.Sanguinetti trở lại cầm quyền. Sanguinetti xúc tiến cải cách hiến pháp và kinh tế nhằm giảm thiểu tình trạng lạm phát.

Tháng 11-1999 Jorge Battle thuộc đảng Colorado trở thành Tổng thống. Năm 2002, Uruguay vẫn còn tình trạng suy thoái.

Những xáo trộn kinh tế ở nước Argentina láng giềng gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành công nghiệp du lịch Uruguay. Bệnh lở mồm long móng của gia súc bộc phát cũng tác động mạnh đến ngành xuất khẩu. Battle phải đương đầu với thâm hụt ngân sách, nợ nước ngoài, và sự yếu kém của đồng peso trên thị trường thế giới.

Năm 2004, ứng cử viên liên minh cánh tả gồm các đảng Gặp gỡ Tiến bộ, Mặt trận Rộng rãi và Đa số Mới Tabaré Vázquez đắc cử Tổng thống, chấm dứt 170 năm cầm quyền của 2 chính đảng truyền thống Uruguay (Đảng Màu và Đảng Dân tộc). Năm 2009, ứng cử viên Liên minh cánh tả Mặt trận rộng rãi (FA) José Mujica đắc cử Tổng thống (2010-2015).

Năm 2014, ứng cử viên Tabaré Vázquez của Liên minh cầm quyền tái đắc cử Tổng thống nhiệm kỳ 2015-2020.

Năm 2020 ứng cử viên Luis Alberto Lacalle Pou đắc cử Tổng thống nhiệm kỳ 2020-2025.

Ngoại thương

Mặc dù có một số thách thức về môi trường kinh doanh của Uruguay nhưng Uruguay là một trong những quốc gia thân thiện với doanh nghiệp nhiều hơn ở Mỹ Latinh. Ngoài ra, phân phối thu nhập ở Uruguay là một trong những phân bố đồng đều nhất ở Mỹ Latinh theo báo cáo Chỉ số Gini của Ngân hàng Thế giới, dẫn đến có số lượng tầng lớp trung lưu lớn nhất ở Mỹ Latinh tính theo bình quân đầu người.

Nền tảng kinh tế chính của Uruguay là ngành nông nghiệp, xuất khẩu các sản phẩm như thịt, xenlulo, ngũ cốc, sữa, gỗ, dược phẩm và dịch vụ. Hơn 60% tổng kim ngạch xuất khẩu của Uruguay là các sản phẩm từ nông nghiệp. Khoảng một nửa tổng sản lượng công nghiệp được dành cho chế biến thực phẩm hoặc tinh chế sản phẩm nông nghiệp. Trên thực tế, thịt bò là sản phẩm xuất khẩu số một của Uruguay vào năm 2021 và Trung Quốc là điểm đến xuất khẩu hàng đầu của Uruguay.

Từ năm 2003 đến 2019, Uruguay đã trải qua thời kỳ phát triển kinh tế dài nhất trong lịch sử đất nước. Theo Ngân hàng Trung ương Uruguay, mặc dù vẫn tích cực nhưng tăng trưởng kinh tế bắt đầu chậm lại vào năm 2014 và giảm xuống 0,5% vào năm

2019. Sự sụt giảm này được cho là do giá hàng hóa giảm cũng như suy thoái kinh tế ở cả Argentina và Brazil - hai đối tác thương mại hàng đầu của Uruguay. Năm 2020, Covid-19 đã khiến nền kinh tế rơi vào suy thoái lần đầu tiên sau hai thập kỷ. GDP giảm 5,9% trong năm 2020, tác động tiêu cực mạnh đến tình trạng thất nghiệp và nghèo đói. Mặc dù vậy, nền kinh tế Uruguay đã phục hồi trở lại với mức tăng trưởng 4,4% vào năm 2021, vượt kỳ vọng mức tăng trưởng của chính phủ 3,5%. Xuất khẩu hàng hóa của Uruguay năm 2021 tăng 43% so với năm 2020, đạt giá trị lịch sử. Khi so sánh năm 2021 với năm 2019 về giá trị xuất khẩu, Uruguay có mức tăng trưởng 26%. Theo cơ quan thương mại Uruguay, các điểm đến xuất khẩu hàng hóa hàng đầu của Uruguay vào năm 2021 là Trung Quốc (28%), Brazil (16%), EU (14%), Argentina (5%), Hoa Kỳ (5%) và Ai Cập (4%). Trung Quốc vẫn là điểm đến chính đối với hàng hóa xuất khẩu của Uruguay, vị trí mà họ đã giữ từ năm 2013. Năm 2021, Hoa Kỳ đứng thứ 5 trong số các điểm đến cho hàng hóa của Uruguay với tổng trị giá 579 triệu USD. Về mặt xuất khẩu sản phẩm, thịt bò là mặt hàng xuất khẩu chính của Uruguay, chiếm 21% tổng kim ngạch xuất khẩu, với giá trị 2,4 tỷ USD, tiếp theo là cellulose với 1,5 tỷ USD. Đậu nành và sữa là mặt hàng xuất khẩu lớn thứ 3 và thứ 4 của Uruguay với giá trị lần lượt là 892 triệu USD và 735 triệu USD.

Năm 2021, Uruguay nhập khẩu tổng cộng 9 tỷ USD hàng hóa (không bao gồm xăng dầu), tăng 32% so với năm 2020. Sản phẩm nhập khẩu chính là ô tô, với tổng trị giá 802 triệu USD. Hóa chất nông nghiệp đứng thứ 2 với tổng trị giá 660 triệu USD. Nhập khẩu thực phẩm tăng mạnh trong năm 2021, đứng thứ 3 với giá trị 526 triệu USD. Nhựa đứng thứ 4 với giá trị 448 triệu USD, tiếp theo là nhập khẩu công nghệ 420 triệu USD. Nhập khẩu quần áo và giày dép đứng thứ 6 với trị giá 418 triệu USD và dược phẩm đứng thứ 7 đạt 372 triệu USD.

Năm 2021, Brazil là nguồn nhập khẩu chính của Uruguay, chiếm 23% tổng lượng nhập khẩu. Trung Quốc đứng thứ 2 với 22%. Argentina đứng thứ 3 với 14% và Hoa Kỳ đứng thứ 4 với 6%.

Những lý do hàng đầu khiến các công ty nước ngoài nên xem xét xuất khẩu sang Uruguay:

- Uruguay là một quốc gia dân chủ có thể chế ổn định với nền pháp quyền vững chắc và cam kết tuân thủ các hiệp định và chuẩn mực quốc tế.

- Do chế độ hải quan có lợi với Mercosur và vị trí chiến lược giữa Argentina và Brazil, Uruguay đóng vai trò là nền tảng phân phối trong khu vực thông qua các khu thương mại tự do, cảng tự do và chế độ sân bay tự do.

- Do quy mô của đất nước (3,4 triệu người) và GDP bình quân đầu người tương đối cao, Uruguay có thể hoạt động như một thị trường thử nghiệm cho những công ty quốc tế chưa có kinh nghiệm trước đây trong khu vực.

Uruguay cũng là một thị trường hấp dẫn đối với các công ty quốc tế. Về đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), Uruguay đã nhận được đầu tư từ nhiều quốc gia khác nhau trong 15 năm qua, thể hiện sự tin tưởng cao hơn vào khuôn khổ thể chế và chính sách kinh tế của đất nước.

Chính sách đối ngoại

Uruguay ưu tiên quan hệ với các nước trong khu vực lòng chảo sông La Plata bao gồm Argentina và Brazil, tăng cường khối liên kết Mercosur và đẩy mạnh hợp tác với các nước Mỹ Latinh và các nước đang phát triển.

Uruguay là thành viên sáng lập Khối thị trường chung Nam Mỹ (MERCOSUR), chú trọng quan hệ với các nước khu vực; thúc đẩy các sáng kiến tăng cường hợp tác với châu Á, châu Phi; cam kết nỗ lực thúc đẩy Vòng đàm phán Doha nhằm bảo vệ lợi ích các quốc gia đang phát triển.

Uruguay là thành viên các thể chế hợp tác kinh tế, thương mại quốc tế: Hội nghị Liên Hiệp Quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD), Tổ chức thương mại thế giới (WTO), Thị trường chung Nam Mỹ (MERCOSUR), Tổ chức Nông Lương (FAO), Ngân hàng Tái thiết và Phát triển Quốc tế (IBRD), Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF), Ngân hàng Phát triển liên Mỹ (IADB), Hiệp hội Phát triển Quốc tế (IDA).

2. Các thông tin cơ bản

Tên nước: Cộng hòa Đông Uruguay

Tổng thống: Ông Luis Alberto Lacalle Pou (kể từ ngày 01 tháng 3 năm 2020)

Phó Tổng thống: Beatriz ARGIMON Cedeira (kể từ ngày 01 tháng 3 năm 2020)

Quốc khánh: Ngày 25 tháng 8 năm 1825

Thủ đô: Montevideo

Các thành phố lớn: Salto, Páysandu.

Tổ chức nhà nước:

Uruguay là một nền cộng hòa dân chủ. Tổng thống giữ cả hai vai trò đứng đầu nhà nước và chính phủ. Tổng thống giữ quyền hành pháp. Quốc hội, gồm thượng viện và hạ viện giữ quyền lập pháp. Bộ tư pháp nắm quyền tư pháp.

Đảng Colorado và các đảng khác đã đấu tranh giành quyền lực trong suốt phần lớn lịch sử Uruguay. Tuy nhiên, vào cuộc bầu cử năm 2004, một mặt trận rộng đã được thành lập gồm liên minh của Tupamaros, cộng sản, Đảng Dân chủ Thiên chúa giáo trong số những người được bầu vào quốc hội. Tabare Vazquez được bầu làm Tổng thống.

Hiến pháp đầu tiên của Uruguay được thông qua vào năm 1830, sau Hiệp ước Montevideo theo đó thành lập nhà nước Uruguay.

Uruguay là nước đứng thứ 25 trong Chỉ số nhận thức tham nhũng.

Hiến pháp Uruguay cho phép sử dụng trưng cầu dân ý để thay đổi luật pháp và hiến pháp.

Cơ quan Hành pháp:

- Đứng đầu nhà nước và chính phủ: Tổng thống được bầu trực tiếp, nhiệm kỳ 5 năm, vừa là nguyên thủ quốc gia vừa là người đứng đầu Chính phủ.
- Nội các: Hội đồng Bộ trưởng do Tổng thống bổ nhiệm với sự chấp thuận của Đại hội đồng
- Chính quyền địa phương được bầu trực tiếp.

Cơ quan Lập pháp: Quốc hội lưỡng viện. Thượng viện có 30 thượng nghị sĩ và Hạ viện có 99 hạ nghị sĩ, được bầu trực tiếp, nhiệm kỳ 5 năm. Phó Tổng thống đồng thời là Chủ tịch Quốc hội.

Cơ quan Tư pháp:

Tòa án cao nhất: Tòa án Tư pháp Tối cao (gồm 5 thẩm phán)

Lựa chọn thẩm phán và nhiệm kỳ: thẩm phán do Tổng thống đề cử và bổ nhiệm theo 2/3 số phiếu trong hội nghị liên hợp của Đại hội đồng; các thẩm phán phục vụ nhiệm kỳ 10 năm, có thể tái đắc cử sau 5 năm kể từ nhiệm kỳ trước

Tòa án cấp dưới: Tòa phúc thẩm; Tòa án quận (Juzgados Letrados); Tòa án Hòa bình (Juzgados de Paz); Tòa án nông thôn (Juzgados Rurales) Tòa án tối cao có 5 thẩm phán

Quyền đầu phiếu: Từ 18 tuổi

Các đảng phái chủ yếu trong Quốc hội hiện nay gồm: Đảng Mâu (PC), Đảng Dân tộc (PN), Liên minh Mặt trận rộng rãi-Gặp gỡ tiến bộ (FA-EP), Đảng Xã hội Uruguaay... Trong cuộc bầu cử cuối năm 1999, Mặt trận Rộng rãi (tập hợp một số đảng trung tả)

Các khu vực hành chính: 19 vùng: Artigas; Canelones; Cerro Largo; Colonia; Durazno; Flores; Florida; Lavalleja; Maldonado; Montevideo; Paysandú; Río Negro; Rivera; Rocha; Salto; San José; Soriano; Tacuarembó; Treinta y Tré.

Hệ thống pháp lý: Hệ thống luật dân sự dựa trên bộ luật dân sự Tây Ban Nha.

Vị trí địa lý

Nam Nam Mỹ, tiếp giáp Nam Đại Tây Dương, giữa Argentina và Brazil.

Diện tích: 176.215 km². Uruguay có diện tích 406.752 km². Có biên giới với Argentina 541 km; Brazil 1.050 km.

Địa thế: Hầu hết là đồng bằng thoải thoải và đồi thấp; vùng duyên hải thấp và phì nhiêu.

Khí hậu: Nhiệt độ ôn hòa ẩm áp; nhiệt độ đóng băng hầu như không rõ.

Tài nguyên thiên nhiên: Đất màu mỡ, tiềm năng thủy điện, ít khoáng sản, hải sản.

Nguy cơ thiên tai: Hay có gió lớn, hạn hán và lụt lội theo mùa.

Dân số: 3.416.264 (ước tính đến 2023)

Các nhóm dân tộc:

Người da trắng 87,7%; Người da đen 4,6%; Người bản địa 2,4%; 0,3% khác; không có hoặc không xác định 5%.

Tôn giáo

Công giáo La Mã 42%; Tin Lành 15%; 6% khác; thuyết bất khả tri 3%; vô thần 10%; không xác định 24%.

Ngôn ngữ:

Tiếng Tây Ban Nha (chính thức), Bồ Đào Nha, Braziero (hỗn hợp tiếng Bồ Đào Nha và Tây Ban Nha ở vùng biên giới Brazil)

Hồ sơ nhân khẩu học:

Uruguay đánh giá cao hầu hết các chỉ số phát triển và được biết đến với chủ nghĩa thể tục, luật xã hội tự do và hệ thống an sinh xã hội, y tế và giáo dục phát triển tốt. Đây là

một trong số ít quốc gia ở Mỹ Latinh và Caribe nơi toàn bộ người dân được tiếp cận với nước sạch. Việc Uruguay cung cấp giáo dục tiểu học miễn phí cho đến đại học đã góp phần nâng cao trình độ hiểu biết và trình độ học vấn của đất nước. Sự di cư của người Uruguay ra nước ngoài ước khoảng 18% chiếm chưa đến 1% GDP quốc gia. Sự di cư của thanh niên và tỷ lệ sinh thấp đang khiến dân số Uruguay già đi nhanh chóng.

Vào những năm 1960, người Uruguay lần đầu tiên đã di cư ồ ạt - chủ yếu đến Argentina và Brazil - do suy thoái kinh tế và sự khởi đầu của hơn một thập kỷ chế độ độc tài quân sự. Các cuộc khủng hoảng kinh tế đầu những năm 1980 và 2002 cũng gây ra làn sóng di cư, nhưng kể từ năm 2002, hơn 70% người di cư Uruguay đã chọn Mỹ và Tây Ban Nha làm điểm đến vì triển vọng việc làm tốt hơn. Uruguay có dân số nhỏ sau khi giành được độc lập vào năm 1828 và chào đón hàng nghìn người nhập cư chủ yếu là người Ý và Tây Ban Nha, nhưng quốc gia này chưa từng chứng kiến làn sóng lớn người mới đến kể từ sau Thế chiến thứ hai. Nhiều người nhập cư gần đây bao gồm người Peru và người Ả Rập.

Cấu trúc độ tuổi (ước tính 2023)

0-14 tuổi: 19,02% (nam 330.536 / nữ 319.132)

15-64 tuổi: 65,55% (nam 1.110.881 / nữ 1.128.516)

65 tuổi trở lên: 15,43% (nam 213.750 / nữ 313.419)

Tốc độ phát triển dân số (ước tính 2023): 0,27%

Tuổi thọ bình quân: 78,66 tuổi

Nam: 75,58 tuổi

Nữ: 81,86 tuổi

Chi tiêu cho lĩnh vực y tế - sức khỏe: 9,2% GDP (2020)

Chi tiêu cho giáo dục: 4,6% GDP (2020)

Tỷ lệ thất nghiệp, từ 15-24 tuổi: (ước tính năm 2021)

Tổng: 32,9%

Nam: 28,3%

Nữ: 38,7%

Sử dụng đất đai (2018)

Đất nông nghiệp: 87,2%

Rừng: 10,2%

Khác: 2,6%

Doanh thu từ tài nguyên rừng: 1,56% GDP (ước tính năm 2018)

Các vấn đề môi trường: Ô nhiễm nước do xử lý chất thải ở công nghiệp đóng gói thực phẩm chưa tốt.

3. Kinh tế, thương mại cơ bản

- **Tổng quan kinh tế, thương mại**

Nền kinh tế Uruguay có thu nhập cao ở Nam Mỹ, là nền kinh tế định hướng xuất khẩu; và có tầng lớp trung lưu lớn nhất Nam Mỹ; bất bình đẳng kinh tế xã hội thấp; tuy nhiên tỷ lệ giết người ngày càng tăng; quan hệ với Trung Quốc và EU ngày càng phát triển.

Uruguay là nền kinh tế chủ yếu dựa vào thương mại, đặc biệt là xuất khẩu nông sản, khiến quốc gia này dễ bị biến động giá cả hàng hóa.

Chăn nuôi bò, cừu trở thành ngành kinh tế chủ yếu thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp chế biến để xuất khẩu (len, hàng dệt, thịt và ngành da thú). Ngành trồng trọt gồm có: ngũ cốc, mía, cây ăn quả.

Kinh tế gặp nhiều khó khăn do nợ nước ngoài chồng chất. Là nước thành viên của tổ chức Mercosur, Uruguay bị lấn át bởi hai nước láng giềng khổng lồ Brazil và Argentina. Thâm hụt cán cân mậu dịch gia tăng.

Mặc dù nông nghiệp chỉ chiếm 9% GDP, nhưng nông phẩm chiếm hơn 50% hàng xuất khẩu. Uruguay đứng đầu Mỹ Latinh và thứ 6 thế giới về xuất khẩu lúa gạo. Công nghiệp chủ yếu là chế biến nông sản (thịt, sản phẩm da thuộc, len...). Từ giữa thập kỷ 80 của thế kỷ XX, Uruguay theo mô hình kinh tế tự do mới, giảm được lạm phát và thâm hụt ngân sách, cân đối xuất nhập khẩu. Uruguay là một trong những nước có điều kiện và chính sách lao động tự do nhất ở châu Mỹ.

Từ năm 1999, kinh tế Uruguay suy thoái, một nguyên nhân lớn là do tác động của việc phá giá tiền tệ của Brazil làm giảm sức cạnh tranh của hàng hoá Uruguay và ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế Argentina. Tháng 6 năm 2002, chính phủ quyết định

thả nổi đồng Peso, đồng USD tăng giá 60% so với nội tệ, giúp cho hàng hoá xuất khẩu của Uruguay tăng sức cạnh tranh nhưng cũng gây ra đổ vỡ tín dụng, khủng hoảng hệ thống ngân hàng, làm giảm sức mua của người tiêu dùng và tăng lạm phát từ 4% (2001) lên tới 26% (2002).

Uruguay có môi trường đầu tư tốt, hệ thống pháp lý mạnh và thị trường tài chính mở cửa. Chiến lược của chính phủ hiện nay là kích thích tăng trưởng dựa trên việc đẩy mạnh xuất khẩu sang các nước bạn hàng truyền thống trong khối Mercosur, EU và Bắc Mỹ. Với châu Á, Uruguay có quan hệ thương mại với Nhật Bản, Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore, Malaysia và Indonesia... Uruguay xuất hàng truyền thống như thịt bò, lúa gạo, len, cá, da thuộc và đồ da; nhập khẩu máy móc, hoá chất, nhiên liệu, hàng tiêu dùng, quần áo...

Ngày nay, Uruguay là một trong số những nền kinh tế phát triển nhất ở khu vực Nam Mỹ với GDP cùng thu nhập bình quân đầu người đều cùng ở mức cao. Theo Tổ chức Minh bạch quốc tế, Uruguay là nước ít tham nhũng nhất ở châu Mỹ Latinh (cùng với Chile). Uruguay đứng đầu ở Mỹ Latinh về các chỉ số dân chủ, chỉ số hòa bình, chính phủ điện tử, đây cũng là nước đứng đầu ở Nam Mỹ về tự do báo chí, tầng lớp trung lưu có chất lượng cuộc sống tốt và mức độ thịnh vượng. Tính theo bình quân đầu người, quân đội Uruguay là lực lượng có đóng góp số lượng binh lính lớn nhất cho các sứ mệnh gìn giữ hòa bình trên toàn cầu của Liên Hiệp Quốc và cũng đồng thời nhiều hơn bất kỳ quốc gia nào khác trên thế giới. Quốc gia này cũng xếp hạng thấp nhất ở Nam Mỹ về chỉ số khủng bố. Ngoài ra, Uruguay cũng đứng thứ 2 trong khu vực về mức độ tự do kinh tế, bình đẳng thu nhập, thu nhập bình quân đầu người và dòng vốn FDI. Uruguay xếp thứ 3 châu lục về chỉ số phát triển con người (HDI), tốc độ tăng trưởng GDP hàng năm, tốc độ đổi mới cùng chất lượng cơ sở hạ tầng. Đây là một quốc gia có thu nhập cao theo phân loại của Liên Hiệp Quốc. Uruguay là một nhà xuất khẩu quan trọng trên toàn cầu về một số mặt hàng quan trọng như: len, gạo, đậu nành, thịt bò đông lạnh, mạch nha và sữa. Gần 95% sản lượng điện năng của Uruguay được sản xuất từ năng lượng tái tạo, chủ yếu là từ các công trình thủy điện và điện gió. Uruguay là thành viên sáng lập của Liên Hiệp Quốc, OAS, Mercosur, UNASUR và NAM.

Uruguay được coi là một trong những quốc gia tiên tiến nhất về xã hội ở Mỹ Latinh. Năm 2007, Uruguay là nước đầu tiên ở châu Mỹ Latinh thực hiện kết hợp dân sự cho

những người thuộc cộng đồng LGBT. Vào năm 2013, quốc gia này đã trở thành nước đầu tiên trên thế giới hợp pháp hóa hoàn toàn việc sản xuất, mua bán và tiêu thụ cần sa.

• **Các chỉ số kinh tế, thương mại cơ bản**

GDP (tương đồng sức mua - PPP): 78,121 tỷ USD (ước tính năm 2021), xếp thứ 98 trên thế giới.

GDP (tỉ giá chính thức): 56,108 tỷ USD (ước tính năm 2021)

Tốc độ tăng trưởng GDP thực tế: 4,37% (ước tính năm 2021)

GDP trên đầu người (PPP): 22.800 USD (ước tính năm 2021).

GDP - Theo lĩnh vực (ước tính năm 2021):

- Nông nghiệp: 6,2%
- Công nghiệp: 24,1%
- Dịch vụ: 69,7%

Lực lượng lao động: 1,702 triệu (ước tính năm 2021), đứng thứ 131 trên thế giới.

Tỉ lệ thất nghiệp: 10,45% (ước tính năm 2021)

Tỉ lệ thất nghiệp độ tuổi 15 - 24 (ước tính năm 2021)

- Tổng cộng: 32,9%
- Nam: 28,3%
- Nữ: 38,7%

Lực lượng lao động phân theo ngành nghề:

- Nông nghiệp: 13%
- Công nghiệp: 14%
- Dịch vụ: 73%

Ngân sách

- Thu: 14,991 tỷ USD (ước 2020)
- Chi: 17,571 tỷ USD (ước 2020)

Thuế và thu khác: 18,55% GDP (ước 2020), xếp thứ 104 trên thế giới.

Thâm hụt ngân sách: -3,5% GDP (ước 2017)

Tài khoản vãng lai: -1,073 triệu USD (ước tính 2021)

Nợ công: 60,4% GDP (ước 2020)

Tỉ lệ lạm phát (giá tiêu dùng): 7,75% (ước 2021)

Tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 5,87% (ước 2021)

Các sản phẩm công nghiệp: chế biến thực phẩm, điện máy, thiết bị vận tải, sản phẩm dầu mỏ, dệt may, hóa chất, đồ uống.

Các sản phẩm nông nghiệp: đậu nành, sữa, gạo, bắp, lúa mì, lúa mạch, thịt bò, mía, lúa miến (hạt kê), cam.

Xuất khẩu: Năm 2021 ước đạt 18,82 tỷ USD, đứng thứ 88 trên thế giới, tăng từ 13,596 tỷ USD của năm 2020.

Các mặt hàng xuất khẩu chính gồm: bột gỗ sunfat, thịt bò, đậu nành, sữa đặc, gạo.

Các đối tác xuất khẩu chính:

Trung Quốc: 29%

Brazil: 2%

Hoa Kỳ: 5%

Hà Lan: 5%

Argentina: 5%

Nhập khẩu: Năm 2021 ước đạt 15,051 tỷ USD, đứng thứ 99 thế giới, tăng từ mức ước tính 11,212 tỷ USD của năm 2020.

Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm: xăng dầu, thuốc, ô tô, thiết bị phát sóng, xe tải giao hàng.

Các đối tác nhập khẩu chính:

Brazil: 25%

Trung Quốc: 15%

Hoa Kỳ: 11%

Argentina: 11%

Dự trữ ngoại tệ và vàng: 16,963 tỷ USD (ước đến 31/12/2021), đứng thứ 69 trên thế giới.

Nợ nước ngoài: 43,705 tỷ USD (ước tính 2019), đứng thứ 73 trên thế giới; tăng từ mức ước tính 42,861 tỷ USD (2018)

Điện khí hóa: 100% tổng công suất lắp đặt (ước 2021)

Điện - công suất phát điện lắp đặt: 5,348 triệu kW (2021)

Điện - tiêu thụ: 11.461.960,000 kWh (2019)

Điện - xuất khẩu: 1,148 tỷ kWh (2020)

Điện - nhập khẩu: 515 triệu kWh (2020)

Tổn thất truyền tải/phân phối: 1.329.700.000 kWh (2019)

Nguồn phát điện:

Nhiên liệu hóa thạch: 2% tổng công suất lắp đặt (ước tính năm 2020)

Hạt nhân: 0% tổng công suất lắp đặt (ước tính năm 2020)

Năng lượng mặt trời: 3,6% tổng công suất lắp đặt (ước tính năm 2020)

Điện gió: 42,2% tổng công suất lắp đặt (ước tính năm 2020)

Thủy điện: 30,6% tổng công suất lắp đặt (ước tính năm 2020)

Thủy triều và sóng: 0% tổng công suất lắp đặt (ước tính năm 2020)

Nhiệt điện: 0% tổng công suất lắp đặt (ước tính năm 2020)

Sinh khối và chất thải: 21,6% tổng công suất lắp đặt (ước tính năm 2020)

Tổng sản lượng xăng dầu: 400 thùng/ngày (2021)

Tiêu thụ xăng dầu tinh chế: 50.200 thùng/ngày (2019)

Xuất khẩu dầu thô và khí ngưng tụ: 0 thùng/ngày (2019)

Trữ lượng dầu thô ước đạt: 0 triệu thùng (2021)

Nhập khẩu dầu thô và khí ngưng tụ: 41.500 thùng/ngày (2018)

Sản phẩm dầu mỏ tinh chế - nhập khẩu: 9.591 thùng/ngày (ước tính năm 2015)

Khí tự nhiên:

Sản lượng: 0 m³ (ước tính năm 2021)

Tiêu thụ: 96,872 triệu m³ (ước tính năm 2019)

Xuất khẩu: 0 m³ (ước tính năm 2021)

Nhập khẩu: 96,872 triệu m³ (ước tính năm 2019)

Trữ lượng đã được chứng minh: 0 m³ (ước tính năm 2021)

Lượng khí thải carbon dioxide: 6,45 triệu tấn CO₂ (ước tính năm 2019)

Từ than và than cốc luyện kim: 0 tấn CO₂ (ước tính năm 2019)

Từ dầu mỏ và các chất lỏng khác: 6,259 triệu tấn CO₂ (ước tính năm 2019)

Từ khí đốt tự nhiên tiêu thụ: 190.000 tấn CO₂ (ước tính năm 2019)

- **Cơ sở hạ tầng kinh tế**

- **Truyền thông**

Điện thoại cố định: 1,2 triệu thuê bao (ước tính năm 2021)

Điện thoại di động: 4,7 triệu thuê bao (ước tính năm 2021)

Số người sử dụng internet: 2,06 triệu người (năm 2021) - chiếm 90% dân số.

- **Hệ thống viễn thông**

Nhìn chung, Uruguay có thị trường viễn thông tiên tiến, với cơ sở hạ tầng tuyệt vời và là một trong những quốc gia có tỷ lệ thâm nhập băng thông rộng cao nhất ở Mỹ Latinh; mật độ điện thoại cố định cũng đặc biệt cao trong khu vực, trong khi mức độ thâm nhập của thiết bị di động cao thứ hai sau Panama; xét về mức độ thâm nhập của máy tính, Uruguay đứng đầu tất cả các quốc gia khác trong khu vực với tỷ lệ đáng kể và điều này đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc áp dụng băng thông rộng cố định tăng trưởng; chính phủ và cơ quan quản lý viễn thông đã đưa ra một loạt biện pháp giúp phát triển việc triển khai cơ sở hạ tầng cáp quang, một phần nhằm khuyến khích tăng trưởng kinh tế và kích thích thương mại điện tử; cáp quang chiếm khoảng 77% tổng số kết nối băng thông rộng cố định và không dây cố định tính đến tháng 6 năm 2020; với khoản đầu tư dự kiến đạt 800 triệu USD, Antel hiện thuộc sở hữu nhà nước dự kiến sẽ cung cấp phạm vi phủ sóng FttP toàn quốc vào đầu năm 2022; cùng với mạng FttP, việc khai trương hệ thống cáp ngầm dưới biển vào đầu năm 2012 và tháng 8 năm 2017

đã giúp tăng băng thông internet của Uruguay và tăng tốc độ dữ liệu cung cấp cho người dùng cuối; Uruguay là một trong số rất ít quốc gia Mỹ Latinh có thị trường điện thoại cố định trong nước không được tư nhân hóa hay tự do hóa; các phân khúc khác của thị trường viễn thông đã được mở cửa cho cạnh tranh, bao gồm điện thoại đường dài quốc tế, điện thoại di động và băng thông rộng không dây cố định; Uruguay cũng là một trong số ít quốc gia trên thế giới không tồn tại truy cập băng thông rộng qua modem cáp; mặc dù mạng cáp được trang bị công nghệ tốt và truyền hình cáp kỹ thuật số được phổ biến rộng rãi nhưng luật viễn thông vẫn cấm truyền dữ liệu qua mạng truyền hình; Chính phủ đã thông báo vào tháng 12 năm 2020 rằng họ dự định đưa ra những thay đổi về luật để cho phép các nhà cung cấp truyền hình trả tiền cung cấp các gói internet và điện thoại qua mạng riêng của họ; cả ba nhà khai thác đều cung cấp băng thông rộng di động thông qua mạng 3G và LTE; các nhà khai thác đã phủ sóng 3G trên toàn quốc và số lượng thuê bao băng thông rộng di động tiếp tục tăng; vào cuối năm 2019, phổ tần trong phạm vi phù hợp với 5G đã được đấu giá, cho phép các nhà mạng triển khai dịch vụ 5G; cơ quan quản lý đang nghiên cứu chính sách phổ tần và kết nối tập trung vào 5G (2021)

Trong nước: đường dây cố định là 36/100 và mật độ điện thoại di động là 140/100 người (2021)

Quốc tế: mã quốc gia - 598; điểm hạ cánh của hệ thống cáp ngầm Unisor, Tannat và Bicentenario cung cấp kết nối trực tiếp tới Brazil và Argentina; Cáp Bicentenario 2012 và Tannat 2017 giúp người dùng cuối có băng thông Internet; trạm vệ tinh trái đất - 2 Intelsat (Đại Tây Dương) (2020)

- **Phương tiện truyền thông**

Các phương tiện truyền thông, phát thanh thuộc sở hữu tư nhân và nhà nước; hơn 100 đài phát thanh thương mại và khoảng 20 kênh truyền hình; truyền hình cáp có sẵn; nhiều đài phát thanh, truyền hình cộng đồng; đã áp dụng tiêu chuẩn HDTV lai Nhật Bản/Brazil (ISDB-T) vào tháng 12 năm 2010 (2019).

- **Hệ thống vận tải hàng không quốc gia**

Số hãng hàng không đã đăng ký: 02

Máy bay đã đăng ký do các hãng hàng không khai thác: 5

Sân bay: 133 sân bay

Đường sắt: 1673 km

Đường bộ: 77.732 km

Đường thủy: 1.600 km

Cảng biển: Montevideo

4. Thách thức thị trường

Montevideo, được người Tây Ban Nha thành lập vào năm 1726 như một thành trì quân sự, nhanh chóng trở thành một trung tâm thương mại quan trọng nhờ có bến cảng tự nhiên. Được Argentina tuyên bố chủ quyền nhưng bị Brazil sáp nhập năm 1821, Uruguay tuyên bố độc lập năm 1825 và giành được tự do năm 1828 sau cuộc đấu tranh kéo dài ba năm. Chính quyền của Tổng thống Jose Batlle vào đầu thế kỷ 20 đã phát động các cải cách chính trị, xã hội và kinh tế rộng rãi nhằm thiết lập nên truyền thống nhà nước thống nhất. Một phong trào du kích đô thị theo chủ nghĩa Marx có tên là Tupamaros (hay Movimiento de Liberación Nacional-Tupamaros (MLN-T)), được phát động vào cuối những năm 1960, khiến tổng thống Uruguay phải nhường quyền kiểm soát chính phủ cho quân đội vào năm 1973. Đến cuối năm, quân nổi dậy đã bị tiêu diệt, nhưng quân đội vẫn tiếp tục mở rộng quyền kiểm soát chính phủ. Chế độ cai trị dân sự được khôi phục vào năm 1985. Năm 2004, Liên minh cánh tả Frente Amplio (FA) đã giành chiến thắng trong cuộc bầu cử quốc gia, chấm dứt 170 năm kiểm soát chính trị trước đây do các đảng Colorado và National (Blanco) nắm giữ. Cánh tả giữ chức chủ tịch và kiểm soát cả hai viện quốc hội cho đến năm 2019. Điều kiện chính trị và lao động của Uruguay nằm trong số những điều kiện tự do nhất trên lục địa.

Những hạn chế khi kinh doanh ở Uruguay bao gồm quy mô thị trường nhỏ (3,5 triệu dân, khoảng một nửa trong số đó cư trú ở thủ đô Montevideo); thiếu tài trợ thương mại; luật lao động thiếu linh hoạt; hạn chế về tính linh hoạt trong việc ấn định mức lương; và lạm phát tiền lương do ảnh hưởng của hội đồng lương ba bên.

Những thách thức khác bao gồm thuế suất cao của Uruguay đối với các sản phẩm nhập khẩu. Cơ cấu giá thị trường của Uruguay tương ứng với giá thị trường thế giới cộng với thuế nhập khẩu, thuế và chi phí vận chuyển. Các loại thuế địa phương như thuế giá trị gia tăng (VAT) và thuế tiêu thụ đặc biệt (IMESI) áp dụng cho giá bán lẻ. VAT và IMESI có thể tăng giá đáng kể đối với một số sản phẩm nhập khẩu. Các sản phẩm chịu mức IMESI là đồ uống có cồn, thuốc lá, dầu mỏ tinh chế, mỹ phẩm và ô tô. Giá thay đổi tùy theo mặt hàng.

Các sản phẩm từ các quốc gia Mercosur lân cận như Argentina, Brazil và Paraguay được hưởng lợi thế là không có thuế nhập khẩu, áp dụng cho hầu hết các sản phẩm được giao dịch với Uruguay. Họ cũng được hưởng chi phí vận chuyển thấp hơn đáng kể do khoảng cách tương đối gần nhau. Điều này mang lại lợi thế cho các sản phẩm của Mercosur so với các sản phẩm từ Hoa Kỳ, châu Âu và châu Á.

Quá trình mua sắm công ở Uruguay có thể chậm hơn mong đợi. Khiếu nại chính thức của đối thủ cạnh tranh là một thông lệ phổ biến và có thể làm chậm đáng kể quá trình này. Các công ty quan tâm đến việc tham gia vào quá trình mua sắm công của Uruguay nên tìm kiếm tư vấn pháp lý có thẩm quyền trước khi gửi chào hàng.

5. Cơ hội thị trường

Uruguay có các thể chế dân chủ hoạt động tốt và tương đối ít tham nhũng. Năm 2021, Uruguay được Tổ chức Minh bạch Quốc tế xếp hạng 18/180 quốc gia do nhận thức được mức độ tham nhũng thấp.

Uruguay có ngành ngân hàng vững mạnh tuân thủ các tiêu chuẩn ngành tài chính quốc tế mới nhất. Nó có vị trí chiến lược trong khu vực và ổn định về chính trị và kinh tế. Chính quyền hiện tại duy trì chính sách thương mại cởi mở và chính sách kinh tế vĩ mô tốt. Cuộc bầu cử diễn ra vào tháng 10 năm 2019 và sau 15 năm, chính phủ đã chuyển từ chính phủ trung tả sang liên minh trung hữu do Tổng thống hiện tại Luis Lacalle Pou lãnh đạo. Tổng thống Lacalle Pou lãnh đạo đảng chính trị Partido Nacional được biết đến với các chính sách kinh tế tương đối ủng hộ thị trường. Chính phủ là một liên minh, bao gồm một số đảng khác. Trong vài tháng đầu tiên nhậm chức, Tổng thống Lacalle Pou đã tạo ra các ưu đãi cho lĩnh vực xây dựng, năng lượng sạch và nghiên cứu & phát triển. Một trong những lợi thế cạnh tranh lớn của Uruguay là các cơ chế thương mại có lợi như Cảng/Sân bay tự do, Kho ngoại quan và Khu thương mại tự do (FTZ). Vị trí gần các thị trường lớn hơn của Uruguay giúp nước này có khả năng đóng vai trò là trung tâm phân phối khu vực cho cả dịch vụ và logistics. Sản phẩm có thể vào Uruguay theo các chế độ này mà không phải trả bất kỳ khoản thuế nào và, trong trường hợp FTZ, hàng hóa có thể trải qua quá trình chuyển đổi, đóng gói và lưu trữ sản phẩm nhỏ trong một khoảng thời gian không xác định trước khi bán. Những hàng hóa này chỉ bị đánh thuế khi rời khỏi FTZ. Chế độ thương mại tự do đã được áp dụng hơn 20 năm và các khu vực này chiếm khoảng 30% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng năm. Điều quan trọng là chế độ FTZ của Uruguay đã được các chính phủ cánh tả,

cánh hữu và cả hai phe chính trị đều coi sự ổn định tương đối của Uruguay và chế độ FTZ là một lợi thế chiến lược trong khu vực.

6. Chiến lược thâm nhập thị trường

Chiến lược thâm nhập thị trường địa phương được khuyến nghị là để các bên quan tâm đến thăm Uruguay, phỏng vấn các đối tác tiềm năng và chỉ định người đại diện/đại lý. Các mối quan hệ kinh doanh và các điều khoản tài chính rất quan trọng để thành công ở Uruguay. Thông thường, các cuộc họp trực tiếp được ưu tiên hơn, tuy nhiên, trong những trường hợp không thể gặp mặt trực tiếp thì có các lựa chọn thay thế, chẳng hạn như tổ chức các cuộc họp bằng công nghệ hội nghị truyền hình.

Hầu hết các công ty xuất khẩu sang Uruguay đều thấy rằng cần phải có nhà phân phối hoặc đại diện địa phương để thâm nhập thị trường, mặc dù điều này không bắt buộc về mặt pháp lý. Các nhà phân phối cung cấp hỗ trợ chiến lược để định vị thương hiệu trên thị trường thông qua khuyến mại, quảng cáo và dịch vụ sau bán hàng. Tất cả các kênh bán hàng nhập khẩu đều có: đại lý, nhà phân phối, nhà nhập khẩu, công ty thương mại, công ty con, chi nhánh của hãng nước ngoài. Các cửa hàng giảm giá và siêu thị là những địa điểm bán lẻ truyền thống ở mặt tiền cửa hàng.

Uruguay là một thị trường am hiểu công nghệ. Tỷ lệ thâm nhập Internet cao và các nền tảng truyền thông xã hội và thương mại điện tử dành cho hoạt động tiếp thị sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp cũng rất rộng lớn.

(Nguồn: <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/uruguay/#transportation>)

CHƯƠNG 2: CÁC LĨNH VỰC HÀNG ĐẦU CHO CÁC CÔNG TY XUẤT KHẨU VÀ ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI

1. Công nghệ thông tin và truyền thông

Tổng quan

Phần cứng máy tính và thiết bị viễn thông

Thị phần thiết bị IT và viễn thông của Hoa Kỳ giảm từ 19% năm 2018 xuống 10% vào năm 2021 (đứng thứ hai sau Trung Quốc với 61%).

Uruguay có tỷ lệ biết chữ cao nhất ở Nam Mỹ (trên 98%), mạng viễn thông 100% là kỹ thuật số và tỷ lệ thâm nhập Internet thuộc hàng cao nhất ở Mỹ Latinh (90%). Do Uruguay không sản xuất phần cứng máy tính nên việc tăng cường sử dụng Internet dự kiến sẽ tạo ra nhu cầu lớn hơn về nhập khẩu máy tính và các phần cứng khác.

Năm 2021, ANTEL thuộc sở hữu nhà nước là nhà nhập khẩu thiết bị viễn thông lớn nhất với 16,4% tổng kim ngạch, tiếp theo là Telefonica của Tây Ban Nha với 6,7% và Claro của Mexico với 3,1%.

Mật độ điện thoại cố định của Uruguay là 35 đường dây/100 người (85% dân cư và 15% thương mại). Mật độ di động là 159 đường dây/100 người và thiết bị cầm tay di động chiếm 31% tổng lượng viễn thông nhập khẩu. Ba nhà mạng chia sẻ thị trường di động của Uruguay: ANTEL có 54% thị phần, Telefonica/Movistar của Tây Ban Nha có 28% thị trường và Claro của Mexico có 18% thị phần.

Hơn 90% dân số có quyền truy cập internet và 4G/LTE có sẵn 92% của cả nước. Tỷ lệ truy cập internet bằng thông rộng của hộ gia đình là 88%; 81% trong số đó thông qua hệ thống cáp quang đến nhà (FTTH). ANTEL có kế hoạch đưa băng thông rộng không dây và cáp quang bổ sung để thay thế các kết nối đồng cũ và kết nối các khu vực nông thôn của đất nước với internet. Uruguay hiện đang thảo luận về việc mở rộng mạng ANTEL cho các nhà khai thác khác, đây là một phần của dự luật đề xuất cải cách luật dịch vụ truyền thông nghe nhìn.

Trong khi mức độ thâm nhập của di động đã cao nhưng các chuyên gia tin rằng vẫn có thể tăng trưởng thông qua việc bán các dịch vụ mới, đặc biệt là cho người dùng điện thoại thông minh. Nội dung dành cho thanh thiếu niên và trẻ em tiếp tục cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ và cả ba nhà cung cấp dịch vụ di động đều cung cấp dịch vụ LTE-4G. Tháng 4 năm 2019, Uruguay đã trở thành quốc gia đầu tiên ở Mỹ Latinh triển khai dịch vụ 5G mặc dù đây là một dự án thí điểm quy mô nhỏ với phiên đấu giá băng tần 3,5-3,6 GHz dự kiến trong tương lai. Về mặt phát triển Internet of Things, các bên liên quan thuộc khu vực công và tư nhân đã triển khai không gian thử nghiệm “Phòng thí nghiệm kỹ thuật số mở” cho các công nghệ và ứng dụng IOT. Tháng 6 năm 2022, Microsoft đã công bố ý định cho Uruguay xây dựng Phòng thí nghiệm AI & IOT của mình, phòng thí nghiệm đầu tiên thuộc loại này ở châu Mỹ Latinh và là phòng thí nghiệm thứ ba bên ngoài Hoa Kỳ. Phòng thí nghiệm này sẽ giúp giải quyết các thách thức công nghệ khác nhau cho các tổ chức trong khu vực, cũng như nhận được hướng dẫn và khuyến nghị của chuyên gia để nhận ra toàn bộ tiềm năng của trí tuệ nhân tạo (AI) và Internet vạn vật (Internet of Things).

Tháng 5 năm 2021, Uruguay đã phê duyệt Chương trình nghị sự kỹ thuật số năm 2025, lộ trình phát triển kỹ thuật số trong tương lai của quốc gia. Chương trình này được quản lý bởi Cơ quan quản lý tri thức và chính phủ điện tử của Uruguay, AGESIC, và sẽ tạo cơ hội cho các nhà cung cấp phần mềm và phần cứng cũng như các công ty dịch vụ mạng và viễn thông, cùng nhiều đối tượng khác. Kế hoạch này bao gồm việc mở rộng mạng cáp quang đến nhà (FTTH) đến các địa điểm có ít hơn 3.000 dân, chỉ định các băng tần mới cho công nghệ di động, tăng phạm vi phủ sóng 5G và áp dụng các dịch vụ y tế kỹ thuật số. Trong viễn thông y tế (cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe bằng kỹ thuật tiên tiến của công nghệ, như chẩn đoán qua hình ảnh từ xa, mà không cần đến tận nơi), dự kiến sẽ có cơ hội phát triển các dịch vụ kê đơn kỹ thuật số, tích hợp hồ sơ y tế điện tử và hiện đại hóa quy trình truyền thông y tế.

Kể từ tháng 6 năm 2022, năm nhà khai thác cáp đã được cấp phép cung cấp dịch vụ Internet, chấm dứt sự độc quyền của công ty viễn thông nhà nước trong lĩnh vực này. Ngoài ra, Luật Truyền thông mới hiện đang được thảo luận tại quốc hội, có khả năng tái cơ cấu lĩnh vực này hơn nữa.

CNTT (IT) - Phần cứng máy tính và thiết bị viễn thông

	2019	2020	2021	2022
Tổng sản lượng trong nước	n/a	n/a	n/a	n/a
Tổng xuất khẩu	50	30	50	68
Tổng nhập khẩu	561	510	549	714
Nhập khẩu từ Hoa Kỳ	59	54	44	53
Tổng quy mô thị trường	511	480	499	646
Mức thay đổi	35,26	42,01	43,55	41

(Source: Transaction database - Triệu USD)

(HTSUS: 8471, 8473, 8517, 8518, 8523, 8525, 8527, 8528, 8529, 8543, 8544, 9001)

Các ngành phụ hàng đầu
Cơ hội an ninh mạng

Chính phủ cũng có kế hoạch cải thiện khả năng phát hiện và ứng phó với các sự cố mạng thông qua việc triển khai các công nghệ mới cho phép áp dụng phân tích dự đoán và phản hồi tự động. Ngân hàng Phát triển Liên Mỹ (IDB) đã phê duyệt khoản vay trị giá 8 triệu USD nhằm hỗ trợ tăng cường năng lực của Uruguay trong việc bảo vệ không gian kỹ thuật số bằng cách cải thiện hệ thống ngăn chặn, phát hiện và ứng phó với các cuộc tấn công mạng. Khoản vay này là khoản vay đầu tiên của IDB đặc biệt tập trung vào an ninh mạng. Uruguay được xếp hạng thứ 3 trong Chỉ số an ninh mạng toàn cầu của Liên minh Viễn thông Quốc tế (ITU) và là một trong những quốc gia tiên tiến hơn trong khu vực theo IDB. Các công ty tư nhân nhận thấy mức độ rủi ro an ninh mạng rất cao với hơn 60% số người được hỏi trong một cuộc khảo sát gần đây trả lời rằng họ đã gặp phải sự cố liên quan đến mạng trong vòng ba năm qua. Những thách thức chính là thiếu năng lực hoạt động để giám sát, phát hiện và ứng phó với các sự cố cũng như thiếu các chuyên gia an ninh mạng được đào tạo. Những thách thức này tạo cơ hội cho các công ty an ninh mạng của Hoa Kỳ và nước ngoài có thể cung cấp các giải pháp đào tạo và phần mềm. Nhu cầu cao nhất là đào tạo về mạng và các biện pháp phòng ngừa, tiếp theo là các dịch vụ tư vấn, giám sát, quản lý và ứng phó sự cố.

Năm 2020, xuất khẩu công nghệ thông tin - truyền thông (CNTT-TT) chiếm 15% trong tổng giá trị xuất khẩu dịch vụ trị giá 3,4 tỷ USD của cả nước; 74% xuất khẩu của lĩnh vực này, tương đương với 668 triệu USD dịch vụ, được Hoa Kỳ mua, vượt qua xuất khẩu hàng hóa của Uruguay sang nước này. Các công ty CNTT-TT của Uruguay cũng quan tâm đến việc mở văn phòng tại Hoa Kỳ và chiếm phần lớn trong chương trình đầu tư trực tiếp nước ngoài SelectUSA của Bộ Thương mại.

Uruguay có nền văn hóa khởi nghiệp công nghệ phát triển mạnh và công ty dLocal trở thành công ty Uruguay khởi nghiệp đầu tiên với mức định giá 1 tỷ USD trước khi niêm yết trên NASDAQ vào tháng 6 năm 2021. dLocal là công ty Uruguay thứ hai được niêm yết trên sàn giao dịch ở Mỹ.

Các công ty đa quốc gia cũng coi Uruguay là một trung tâm công nghệ thông tin tuyệt vời để đặt văn phòng hỗ trợ, dữ liệu và trung tâm cuộc gọi. Các công ty như RCI, Amazon, Microsoft, Sabre và PWC nằm trong số nhiều công ty đã thiết lập hoạt động tại Uruguay.

Google thông báo rằng họ sẽ xây dựng tuyến cáp ngầm xuyên Mỹ độc quyền thứ hai, được gọi là Firmina, sẽ kết nối bờ biển phía đông Hoa Kỳ với Argentina, với các điểm cập bến ở Brazil và Uruguay. Cáp này sẽ do Google sở hữu 100% và dự kiến sẽ được lắp đặt vào năm 2023 và hoạt động vào năm 2024. Uruguay đã có cáp ngầm dưới biển, có tên là Monet-Tannat, do Google phát triển cùng với công ty viễn thông nhà nước Uruguay, ANTEL.

Uruguay đã nhận được sự công nhận lớn khi gia nhập nhóm Các Quốc gia Kỹ thuật số năm 2018 với tư cách là đại diện duy nhất từ khu vực Mỹ Latinh và Caribe. Digital Nations là mạng lưới hợp tác của các chính phủ kỹ thuật số hàng đầu thế giới với mục tiêu chung là khai thác công nghệ kỹ thuật số để cải thiện cuộc sống của người dân. Các nguyên tắc chỉ đạo của Quốc gia Kỹ thuật số khuyến khích phát triển khả năng kết nối, quyền công dân kỹ thuật số, dạy trẻ em viết mã, chính phủ mở, tiêu chuẩn mở, nguồn mở và chính phủ lấy công dân làm trung tâm.

2. Chăm sóc sức khỏe

Dược phẩm

	2019	2020	2021	2022
Tổng sản lượng trong nước	552	539	582	n/a

Tổng xuất khẩu	211	240	193	174
Tổng nhập khẩu	272	290	314	364
Nhập khẩu từ Hoa Kỳ	26	22	23	22
Tổng quy mô thị trường	613	589	703	n/a
Mức thay đổi	35,26	42,01	43,55	41

(Source: Transaction database - Triệu USD / Uruguay XXI Reports.)

*Including Free Trade Zones.

HTSUS: 2936, 2937, 2939, 2941, 3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006 (Các sản phẩm dược phẩm) Tổng quy mô thị trường = (Tổng sản lượng trong nước + Tổng nhập khẩu) - (Tổng xuất khẩu).

Dược phẩm là ngành dẫn đầu trong lĩnh vực khoa học đời sống. Uruguay có lịch sử lâu đời về dược phẩm và có hơn 30 cơ sở dược phẩm. Khoảng 77% sản lượng quốc gia được sản xuất cho thị trường trong nước và 23% cho thị trường xuất khẩu. Lực lượng lao động có tay nghề cao và am hiểu, đồng thời chính phủ đã thiết lập một khung pháp lý minh bạch cho các công ty và phòng thí nghiệm hoạt động. Các công ty quốc tế đã nêu lên mối lo ngại về chế độ sở hữu trí tuệ dược phẩm của Uruguay, có thể mất tới 10 năm để cấp quyền sở hữu trí tuệ cho các nhà sản xuất dược phẩm quốc tế.

Năm 2021, xuất khẩu dược phẩm của Uruguay đạt 193 triệu USD, chủ yếu được bán sang các nước Mỹ Latinh khác, chủ yếu là Argentina. Sản xuất dược phẩm ngà thai của Uruguay là mặt hàng xuất khẩu dược phẩm chính, tiếp theo là các loại thuốc. Ngoài ra, ngành công nghiệp dược phẩm của Uruguay còn xuất khẩu vắc xin và huyết thanh, chủ yếu dùng cho thú y và được đóng gói để bán lẻ. Các phòng thí nghiệm dược phẩm phụ thuộc vào nguyên liệu nhập khẩu, chủ yếu từ Trung Quốc, do Uruguay và các nước trong khu vực không sản xuất được các loại hóa chất này.

Hoa Kỳ là một trong những nhà cung cấp dược phẩm lớn hơn cho Uruguay mặc dù các nước đối thủ cạnh tranh đang tăng doanh số bán hàng đáng kể. Năm 2021, mặt hàng nhập khẩu chính của Uruguay là thuốc, tiếp theo là thuốc thử miễn dịch. 13% dược phẩm nhập khẩu từ Hoa Kỳ là thuốc chữa bệnh, tiếp theo là vắc xin thú y với 11%. Khung pháp lý của Uruguay mang lại những lợi thế quan trọng cho hoạt động logistics, với các ưu đãi cho việc lắp đặt các trung tâm phân phối khu vực để xử lý

hàng hóa quá cảnh. Năm 2021, vận chuyển dược phẩm ở Uruguay đạt 792 triệu USD, gần gấp 4 lần số lượng xuất khẩu của ngành. Mô hình kinh doanh này đã phát triển trong thập kỷ qua và trở thành một lựa chọn quan trọng cho các công ty phục vụ khu vực. Quá trình vận chuyển dược phẩm qua Uruguay cho thấy một luồng hàng hóa quan trọng từ bắc bán cầu, chủ yếu là châu Âu và Hoa Kỳ, qua Uruguay đến các điểm đến cuối cùng quanh Nam Mỹ và Trung Mỹ.

Công nghệ thông tin y tế

Năm 2012, Chính phủ Uruguay đã tạo ra trang web Salud.uy, một nền tảng chăm sóc sức khỏe trực tuyến được nhiều cơ quan chính phủ chia sẻ. Tổng thống Uruguay, Bộ Y tế, Bộ Kinh tế và Cơ quan Chính phủ Điện tử Quốc gia (AGESIC) đều điều phối việc phát triển các sáng kiến CNTT y tế trên nền tảng này.

Chính phủ Uruguay đã phê duyệt Nghị định 242/017 vào tháng 9 năm 2017, tạo ra nền tảng Hồ sơ sức khỏe điện tử quốc gia (HCEN). Nghị quyết số 1085 đã tạo ra một kế hoạch theo giai đoạn, trong đó có 43 nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe tạo ra hồ sơ sức khỏe điện tử tương thích cho bệnh nhân tương ứng của họ. Đến cuối năm 2020, các nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe phải đăng ký 100% bệnh nhân (2,1 triệu người) và 90% hoạt động chăm sóc sức khỏe như nghiên cứu y khoa, cuộc hẹn khám bệnh và các hoạt động khác trên nền tảng HCEN.

Năm 2019, Uruguay cũng triển khai Biên nhận kỹ thuật số quốc gia, cho phép bệnh nhân đặt thuốc và giao đơn thuốc trực tuyến. Ngoài ra còn có Mạng lưới chẩn đoán hình ảnh quốc gia, cho phép các bác sĩ kiểm tra kết quả nghiên cứu hình ảnh thông qua bất kỳ thiết bị nào được kết nối với mạng.

Tháng 3 năm 2020, chính phủ Uruguay đã thông qua luật viễn thông y tế để thúc đẩy phát triển CNTT chăm sóc sức khỏe ở nước này. Luật này bao gồm các quy định chung để hỗ trợ việc triển khai viễn thông y tế ở Uruguay.

Thiết bị y tế

	2019	2020	2021	2022
Tổng sản lượng trong nước	n/a	n/a	n/a	n/a
Tổng xuất khẩu	55	28	29	19

Tổng nhập khẩu	114	97	108	119
Nhập khẩu từ Hoa Kỳ	44	27	30	36
Tổng quy mô thị trường	59	69	79	100
Mức thay đổi	35,26	42,01	43,55	41

(Source: Transaction database - Triệu USD)

HS Codes: 9011;9012;9018;9019;9021;9022;9027

Năm 2021, các sản phẩm của Hoa Kỳ chiếm 28% lượng nhập khẩu thiết bị y tế ở Uruguay, tiếp theo là Trung Quốc (14%) và Đức (10%). Cơ hội cho xuất khẩu của Hoa Kỳ trong lĩnh vực này bao gồm các sản phẩm công nghệ trung và cao cấp, chẳng hạn như thiết bị chẩn đoán điện, y học điện sinh lý và công nghệ viễn thông y tế, cùng nhiều sản phẩm khác. Các tổ chức y tế ở Uruguay đã thể hiện sự quan tâm đến việc mua các thiết bị di động để cải thiện khả năng chẩn đoán ở các vùng nông thôn hoặc thị trấn nhỏ nằm trong nội địa đất nước.

Những cơ hội

Do vị trí địa lý, các khu thương mại tự do cũng như khuôn khổ pháp lý và thuế, Uruguay đã định vị mình là trung tâm logistics cho ngành dược phẩm. Các khu thương mại tự do, cảng biển tự do, sân bay tự do và các quy định về nhà kho cung cấp một khuôn khổ miễn phí để thành lập các trung tâm phân phối cung cấp hàng hóa y tế cho các địa điểm khác ở Mỹ Latinh.

Ngoài ra, Uruguay còn là một trung tâm đổi mới hấp dẫn cho bộ phận nghiên cứu của các công ty quốc tế. Uruguay cung cấp sự hỗ trợ của chính phủ để hỗ trợ các công ty khoa học đòi hỏi đầu tư vào Uruguay.

Mặt khác, cũng cần lưu ý rằng vào tháng 12 năm 2020, Quốc hội Uruguay đã ban hành Điều 325 Luật số 19924 sửa đổi Điều 99 Luật Sáng chế số 17164 về việc bảo vệ vi phạm bằng sáng chế xảy ra trong khoảng thời gian từ thời điểm công bố sáng chế đến thời điểm cấp bằng sáng chế của bằng sáng chế. Sự thay đổi này ảnh hưởng đến việc bảo vệ các sản phẩm dược phẩm được nghiên cứu bên ngoài Uruguay. Đây là mối lo ngại của nhiều nhà sản xuất dược phẩm quốc tế bởi có thể phải mất tới 10 năm mới được cấp quyền bảo hộ sở hữu trí tuệ cho dược phẩm.

3. Thiết bị năng lượng tái tạo

Thiết bị năng lượng tái tạo

Tổng quan

Uruguay đã chuyển đổi đáng kể ma trận năng lượng từ sản xuất điện dựa trên dầu mỏ sang các nguồn tái tạo bắt đầu từ năm 2005. Quốc gia này hiện sản xuất hơn 98% tổng lượng điện từ các nguồn tái tạo, chủ yếu là gió và thủy điện. Uruguay là một trong những quốc gia có điện khí hóa cao nhất ở bán cầu, với 99,9% hộ gia đình được kết nối với lưới điện.

Theo dữ liệu từ Bộ Công nghiệp và Năng lượng (Báo cáo Cân bằng Quốc gia), năng lượng của Uruguay, bao gồm năng lượng từ cả nguồn hóa thạch và tái tạo, là 4.928 MW vào năm 2021. Phân bổ năng lượng là 31% thủy điện, 31% điện gió, 24% hóa thạch, 9% sinh khối và 5% năng lượng mặt trời.

Về sản xuất điện, Uruguay là một trong những quốc gia dẫn đầu về năng lượng tái tạo. Năm 2021 là một ngoại lệ do hạn hán nghiêm trọng ảnh hưởng đến khu vực và yêu cầu sản xuất điện dựa trên nhiên liệu hóa thạch để đáp ứng nhu cầu của quốc gia láng giềng. Năm 2021, phân phối điện bao gồm 37% thủy điện, 35% điện gió, 18% hóa thạch, 7% sinh khối và 3% từ năng lượng mặt trời.

Điển hình là Uruguay tạo ra tình trạng dư thừa điện do dư thừa công suất điện gió. Do lượng điện dư thừa, cho nên Uruguay có khả năng tăng xuất khẩu sang Argentina và Brazil. Theo dữ liệu năm 2021 của Bộ Năng lượng và Mỏ, Uruguay đã tạo ra 14,04 TW điện (tăng 20% so với năm 2020), 1119 TW cho nhu cầu nội địa và xuất khẩu 2.200 MW sang Brazil cộng với 627 MW sang Argentina. Con số này tương ứng với 529 triệu USD xuất khẩu điện của đất nước và là một trong những lượng điện xuất khẩu lớn nhất kể từ năm 2014, khiến điện trở thành sản phẩm xuất khẩu nhiều thứ sáu của Uruguay trong năm. Những sự gia tăng này chủ yếu là do hạn hán nghiêm trọng ảnh hưởng tiêu cực đến các vùng khác trong khu vực. Một trong những yếu tố hạn chế xuất khẩu điện sang Brazil là số lượng kết nối xuyên biên giới, hiện là 570 MV từ Melo và 70 MV từ Rivera. Trước đây việc kết nối với Argentina đi qua nhà máy thủy điện Salto Grande của hai quốc gia.

Các ngành phụ hàng đầu

Hydro

Năm 2021, Bộ Công nghiệp, Năng lượng và Khai thác mỏ (MIEM), công ty dầu khí nhà nước (ANCAP), công ty điện lực nhà nước (UTE) và các tổ chức công khác đã phát triển Chiến lược hydro xanh quốc gia. Chính phủ Uruguay (GOU) đã coi hydro xanh là thành phần chính trong chương trình bền vững tổng thể của mình và cam kết phát triển cơ chế quản lý, hợp lý hóa quy trình cấp phép, tạo ra các ưu đãi hấp dẫn và phân tích cơ sở hạ tầng cần thiết. Chính phủ ước tính ngành công nghiệp hydro xanh có khả năng tạo ra 2,1 tỷ USD mỗi năm vào năm 2040 từ việc bán và xuất khẩu hydro xanh và các sản phẩm phái sinh.

Tháng 7 năm 2021, Uruguay đã đưa ra Lộ trình Hydro Xanh, trong đó cơ quan nghiên cứu và đổi mới quốc gia (ANII) kêu gọi thực hiện các dự án thí điểm R&D hydro xanh tập trung vào sản xuất. GOU đã thiết lập khoản tài trợ trị giá 10 triệu USD cho các dự án này, bao gồm sản xuất, phân phối và bao tiêu. Dự án quy định việc sử dụng các máy điện phân có công suất từ 1,5 MW trở lên phải vận hành trước năm 2025.

Thủy điện

Công suất phát điện thủy điện của Uruguay là 1.500 megawatt (MW) từ 04 nhà máy thủy điện: Salto Grande (Salto), Palmar/Constitución (Rio Negro/Soriano), Rincón del Bonete (Tacuarembó/Durazno) và Baygorria (Rio Negro/Durazno). Công suất thủy điện khó có thể tăng do quốc gia này đang sản xuất dư thừa điện, tuy nhiên, Uruguay đã bắt đầu quá trình hiện đại hóa và cải tạo các cơ sở thủy điện Baygorria và Salto Grande. Đây là công trình cải tạo và hiện đại hóa toàn diện đầu tiên của hai cơ sở kể từ khi xây dựng lần lượt vào năm 1960 và 1979.

Salto Grande là dự án lớn hơn trong hai dự án và việc cải tạo sẽ có ba giai đoạn kéo dài 30 năm. Giai đoạn đầu tiên 2019-2024, với khoản đầu tư được IDB xác nhận là 80 triệu USD. Các giai đoạn tiếp theo có khoản đầu tư ước tính 880 triệu USD.

Công ty điện lực nhà nước UTE đã khởi động dự án hiện đại hóa nhà máy thủy điện Baygorria trị giá 50 triệu USD vào tháng 11 năm 2019. Đã có nhiều cuộc đấu thầu công liên quan đến các dự án cải tạo thủy điện này.

Điện gió

Sản xuất điện gió cũng là một nguồn điện quan trọng ở Uruguay. Ở độ cao tối đa của các tòa tháp là 90 mét, tốc độ gió trung bình là 6 - 9 mét/giây. Uruguay có hơn 1.525 MW

công suất gió lắp đặt, chiếm khoảng 30% tổng sản lượng điện của cả nước. Ngày nay, Uruguay là một trong những nước dẫn đầu thế giới về sản xuất năng lượng gió, cùng với Đan Mạch, Ireland và Đức. Sự phát triển năng lượng gió đã vượt quá dự đoán ban đầu và quốc gia này hiện đang dư thừa công suất phát điện gió. Chính phủ cho rằng chưa tăng cường cơ sở hạ tầng gió trong thời gian ngắn, mặc dù chính phủ xác định gió ngoài khơi là thành phần sản xuất chính để sản xuất hydro xanh trong tương lai.

Năm 2021, nhà máy lọc dầu thuộc sở hữu nhà nước của Uruguay, ANCAP, đã khởi động dự án “H2U Offshore” nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc sản xuất hydro xanh từ các nguồn tái tạo, đặc biệt là các trang trại gió ngoài khơi. Dự án nhằm mục đích nâng cao hơn nữa vị thế của Uruguay với tư cách là quốc gia dẫn đầu về năng lượng xanh khi quốc gia này mong muốn đạt được mức trung hòa carbon vào năm 2050. ANCAP có kế hoạch cung cấp từ 8 đến 16 lô ngoài khơi bờ biển Uruguay để phát triển các trang trại gió. Lô đầu tiên nằm cách bờ biển Uruguay hơn 10 km ở độ sâu từ 10 đến 30 mét. Lô thứ hai nằm cách bờ biển Uruguay hơn 100 km với độ sâu tối đa 50 mét. Việc nhượng quyền các lô sẽ có thời hạn 25 năm và bao gồm việc lắp đặt giàn khoan, máy thủy phân và nhà máy amoniac xanh. ANCAP quan tâm đến việc gặp gỡ các công ty đa quốc gia và các nhà đầu tư tư nhân có kinh nghiệm trong lĩnh vực này, cũng như các công ty dầu mỏ lớn có kinh nghiệm sản xuất hydro. Các công ty phải trình bày phạm vi công việc, bao gồm cả việc tham gia ANCAP vào dự án. Khi ANCAP tin rằng đã có đủ các bên quan tâm sẽ tiến hành đấu thầu với thời gian đấu thầu kéo dài từ 8 tháng đến tối đa là 2 năm. Tổng chi phí của dự án này ước tính khoảng 1 - 3 tỷ USD.

Điện mặt trời

Hỗ trợ pháp lý cho năng lượng mặt trời đã có từ năm 2013. Các lợi ích cũng được hưởng theo Luật Xúc tiến Đầu tư, trong đó đưa ra các ưu đãi đầu tư vào sản xuất năng lượng mặt trời, triển khai hệ thống và sử dụng năng lượng mặt trời. Có một sự nhấn mạnh vào sản xuất tại địa phương và các ưu tiên cho năng lượng mặt trời bao gồm các khu vực nông thôn, đặc biệt là các trường học ở nông thôn cách xa lưới điện, bệnh viện, khách sạn, câu lạc bộ thể thao và các tòa nhà công cộng mới. Uruguay nhận được trung bình 1.700 KW/m² ánh sáng mặt trời mỗi năm, ngang bằng với các nước Địa Trung Hải, mặc dù năng lượng mặt trời chỉ chiếm một phần trong tổng sản lượng điện của cả nước.

Công suất lắp đặt của hệ thống phát điện mặt trời là 2,69 MW vào năm 2014 tuy nhiên đạt 261,7 MW năm 2021, tăng từ 258 MW năm 2020.

Do có ưu đãi phát triển các dự án năng lượng mặt trời, các công ty tư nhân, chẳng hạn như các cơ sở công nghiệp, đang xem xét việc phát điện vi mô bằng năng lượng mặt trời. Các dự án này bổ sung cho hệ thống lưu trữ pin, là một cách để lưu trữ năng lượng mặt trời được tạo ra trong ngày để sử dụng trong những ngày giờ có nhu cầu điện cao điểm khi giá cao.

Công ty điện lực nhà nước UTE đã công bố một dự án sản xuất điện mặt trời mới có công suất 100 MW dự kiến sẽ được thực hiện vào năm 2026. Việc lập kế hoạch cho dự án này sẽ bắt đầu vào năm 2023 và UTE sẽ xem xét Thỏa thuận mua bán điện với các công ty tư nhân.

Để biết thêm thông tin về kế hoạch năng lượng mặt trời của chính phủ vào trang web: <http://www.energiasolar.gub.uy/>.

Điện từ chất thải nông nghiệp

Năm 2021, điện từ chất thải nông nghiệp chiếm 41% tổng nguồn cung cấp năng lượng ở Uruguay, trong khi dầu và các dẫn xuất của nó chiếm 42%. Tỷ lệ sản xuất năng lượng từ chất thải nông nghiệp cao ở Uruguay là kết quả của việc mở rộng ngành công nghiệp xenlulô, nơi năng lượng được tạo ra từ các sản phẩm phế thải từ gỗ. Các công ty sản xuất năng lượng từ chất thải nông nghiệp không chỉ sử dụng điện cho nhu cầu tiêu dùng của mình mà còn bán điện cho Công ty nhà nước UTE. Chất thải nông nghiệp cũng được sử dụng để tạo ra dầu diesel sinh học, ethanol sinh học và các nhiên liệu sinh học khác.

Mặc dù lâm nghiệp là nguồn chất thải nông nghiệp chính, Uruguay có các nguồn nguyên liệu khác từ ngành công nghiệp thịt bò và dầu ăn. Đầu tư vào sản xuất năng lượng từ chất thải nông nghiệp tăng đáng kể trong năm 2013, đạt hơn 400 MW công suất lắp đặt và không tăng kể từ đó. Theo báo cáo thường niên năm 2021 của Đơn vị Điều tiết Điện lực Uruguay (URSEA), điện từ chất thải nông nghiệp chiếm 7% tổng sản lượng điện, sau thủy điện (37%), điện gió (35%) và các nguồn hóa thạch (18%).

Những cơ hội

Đầu tư thêm vào sản xuất điện sẽ gắn liền với sự gia tăng nhu cầu điện thường xuyên và các dự án trong tương lai liên quan đến sản xuất hydro. Chính phủ cũng đang khuyến khích mạnh mẽ việc sản xuất hydro xanh và có kế hoạch đưa Uruguay trở thành nước xuất khẩu hydro xanh. Với tình trạng dư cung điện đáng kể, công ty điện lực nhà nước UTE sẽ ưu tiên đầu tư mở rộng và nâng cấp lưới điện quốc gia thay vì tăng công suất phát điện trong những năm tới. Nhu cầu nâng cấp lưới điện của Uruguay sẽ tạo ra cơ hội trong lĩnh vực truyền tải, lưới điện thông minh và lưu trữ pin.

Theo Bộ Công nghiệp, Năng lượng và Mỏ, lượng điện dư thừa của Uruguay có thể được tiêu thụ trực tiếp hoặc sử dụng trong sản xuất hydro xanh. Chính phủ có một số kế hoạch khuyến khích áp dụng cho việc sử dụng năng lượng tái tạo trong lĩnh vực giao thông vận tải, bao gồm ưu đãi về thuế khuyến khích các công ty chuyển đổi đội xe sang xe điện. Ngoài ra, xe điện, máy phát điện năng lượng tái tạo và thiết bị sản xuất có thể được nhập khẩu miễn thuế vào Uruguay. Đối với thiết bị thông thường, mức thuế trung bình 14% áp dụng cho các sản phẩm không phải là sản phẩm của các nước Mercosur.

UTE còn phát triển mạng lưới trạm sạc xe điện phân bố khắp cả nước. Tháng 5 năm 2022, có 89 trạm sạc và 122 bộ sạc, được phân bố ở hầu hết các tỉnh thành trong cả nước. Xe điện bán ở Uruguay có các đầu nối Loại 2 theo tiêu chuẩn UNIT (UNIT - IEC 61851-1:2017 và UNIT - 1234:2016). Chính phủ Uruguay cũng đang đưa ra các ưu đãi và trợ cấp để tăng số lượng xe taxi và xe buýt điện trong nước. Chính quyền thành phố Montevideo đang có kế hoạch tăng gấp đôi số lượng taxi điện trên đường vào năm 2023.

Các nguồn:

Embassy Contact: Office.Montevideo@trade.gov, <https://www.trade.gov/uruguay>

Bộ Công nghiệp, Năng lượng và Khai thác mỏ (MIEM):

<https://www.gub.uy/ministerio-industria-energia-mineria/>

Tổng Cục Năng lượng Quốc gia: <https://www.gub.uy/ministerio-industria-energia-mineria/>

Công ty Điện lực Quốc gia - UTE: <https://portal.ute.com.uy/>.

4. Thiết bị nông nghiệp

Tổng quan

	2019	2020	2021	2022
Tổng sản lượng trong nước	n/a	n/a	n/a	n/a
Tổng xuất khẩu	5	6	5	7
Tổng nhập khẩu	192	186	322	450
Nhập khẩu từ Hoa Kỳ	32	26	47	68
Tổng quy mô thị trường	187	180	317	443
Mức thay đổi	35,26	42,01	43,55	41

(Source: Transaction database - Triệu USD - Các sản phẩm theo mã HS.8424, 8432, 8433, 8434, 8435, 8436, 8437, 8479, 8701 và 8716)

(Tổng quy mô thị trường = (tổng sản lượng trong nước + tổng nhập khẩu) – tổng xuất khẩu)

Nông nghiệp, chiếm khoảng 12% GDP của Uruguay (mặc dù khoảng 70% xuất khẩu dựa vào nông nghiệp), đóng vai trò hàng đầu trong nền kinh tế, chính trị và xã hội của Uruguay. Giá hàng hóa nông nghiệp quốc tế tăng và giá đất tăng đã khuyến khích nông dân Uruguay đầu tư mạnh vào máy móc và thiết bị trong nhiều năm qua. Những yếu tố này cũng thúc đẩy sự phát triển của ngành sản xuất máy móc nông nghiệp trong nước còn non trẻ. Hiện cả nước có 20 nhà sản xuất máy nông nghiệp, chủ yếu xuất khẩu sang các nước trong khu vực như Ecuador hay Paraguay. Chính phủ Uruguay ưu đãi thuế cho lĩnh vực máy móc nông nghiệp trong nước để thúc đẩy đầu tư vào lĩnh vực này.

Năm 2021, nhập khẩu thiết bị nông nghiệp tăng đáng kể vì một số lý do quan trọng. Đầu tiên, từ năm 2019 đến năm 2021, đầu tư giảm do đại dịch Covid-19. Thứ hai là các nhà sản xuất nông nghiệp có một mùa thu hoạch rất tốt, theo sau là giá hàng hóa quốc tế tăng gần 15%. Những yếu tố này đã tạo điều kiện thuận lợi cho các chuyên gia trong ngành nhập khẩu thêm thiết bị nông nghiệp. Thị trường Hoa Kỳ có truyền thống là nhà cung cấp thiết bị nông nghiệp lớn thứ hai hoặc thứ ba. Kể từ năm 2017, thị phần tại Hoa Kỳ gần như không đổi ở mức 15% (sau Brazil và trên Argentina). Các thương hiệu Hoa Kỳ chủ yếu sản xuất ở Brazil và Argentina hoạt động rất tốt trên thị trường, nhưng các thương hiệu Trung Quốc đang dần giành thị phần.

Nhu cầu về công nghệ nông nghiệp ngày càng tăng và nhu cầu về máy móc đã qua sử dụng và tân trang từ Hoa Kỳ vẫn đang tăng. Thiết bị tưới tiêu đã có sự gia tăng mạnh mẽ trong thời gian gần đây. Đối với việc nhập khẩu máy móc, Bộ Nông nghiệp yêu cầu giấy chứng nhận đối với tất cả máy móc đã qua sử dụng được nhập khẩu vào nước này.

Các ngành phụ hàng đầu

Uruguay nhập khẩu gần như tất cả các thiết bị nông nghiệp. Triển vọng bán hàng tốt nhất cho thiết bị của Hoa Kỳ và của nước ngoài là (không theo thứ tự xếp hạng):

- Thiết bị thu thập dữ liệu như hệ thống định vị toàn cầu, giám sát năng suất, lấy mẫu đất, khảo sát cây trồng và đồng ruộng cũng như công nghệ viễn thám được sử dụng để theo dõi đặc tính đất và điều kiện cây trồng. Chỉ một phần nhỏ người sản xuất nông nghiệp sử dụng loại thiết bị này.
- Máy san lấp mặt bằng điều khiển bằng laser.
- Hệ thống quản lý bằng máy tính (dùng cho chăn nuôi). Máy móc và thiết bị chế biến thực phẩm được các công ty chế biến thực phẩm sử dụng như thiết bị chế biến ngũ cốc, thiết bị chế biến rau quả (tách, làm sạch,...), thiết bị chế biến thịt, thiết bị sản xuất gia cầm cũng có thể mang lại cơ hội.
- Máng xả hạt đã thu hoạch vào các thiết bị lưu trữ khác nhau.
- Máy phun tuabin tiên tiến và máy bơm liên quan.
- Máy liên hợp và các thiết bị thu hoạch khác.
- Máy kéo nông nghiệp: Doanh số bán máy kéo tân trang ngày càng tăng. Các thương hiệu của Mỹ được đánh giá cao.
- Các bộ phận và phụ kiện dành cho máy gặt và máy kéo: nhu cầu dự kiến sẽ tăng do việc sử dụng máy móc ngày càng tăng.
- Máy xới đất và các thiết bị khác (bao gồm máy cày, bừa, máy xới đất, máy gieo hạt và máy rải phân bón).
- Nhà kính và các thiết bị sản xuất rau khác: Sự tăng trưởng sản xuất các sản phẩm hữu cơ trong nhà kính, theo một số ước tính, đã tăng hơn gấp đôi trong 5 năm qua. Uruguay đã chính thức đặt nhãn hiệu cho các sản phẩm tự nhiên và hữu cơ của mình là “Uruguay Natural”.

- Thiết bị tưới tiêu: ngày càng được sử dụng nhiều hơn để nâng cao năng suất do lượng mưa không thể dự báo được ở Uruguay. Luật thủy lợi được thông qua vào năm 2017 đã khuyến khích việc sử dụng thiết bị tưới tiêu.
- Thiết bị của công nghiệp sữa.
- Các kho lưu trữ như silo. Các kho lưu trữ trang trại rẻ tiền, nhẹ được làm sẵn là những cơ hội tiềm năng.

Những cơ hội

Hầu hết máy móc nông nghiệp nhập khẩu không phải trả thuế nhập khẩu khi vào thị trường Uruguay. Đây là điều quan trọng vì trong lĩnh vực thị trường này, sản phẩm của Hoa Kỳ cạnh tranh bình đẳng hơn so với máy móc nhập khẩu từ các nước Mercosur.

Do tình trạng khan hiếm nước thường xuyên ở Uruguay, thiết bị tưới tiêu và khoan giếng có triển vọng tuyệt vời ở thị trường này. Thiết bị cải thiện hiệu quả nông nghiệp cũng hấp dẫn các nhà sản xuất Uruguay. Máy móc đã qua sử dụng và tân trang với dịch vụ sau bán hàng tốt sẽ có triển vọng tốt ở thị trường này nếu nhà cung cấp đảm bảo nguồn cung cấp phụ tùng sửa chữa đáng tin cậy và ổn định.

Các nguồn:

Embassy Contact: <http://www.trade.gov/uruguay>

Bộ Nông nghiệp Uruguay: <https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/>

Hiệp hội Nông thôn Uruguay: <https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/>

Phòng Thương mại Uruguay: <http://www.camaramercantil.com.uy>

5. Các dự án cơ sở hạ tầng

Tổng quan

Chính phủ Uruguay thông báo rằng Bộ Giao thông vận tải và Công trình công cộng đang có kế hoạch đầu tư: 532 triệu USD năm 2022; 329 triệu USD năm 2023; và 260 triệu USD năm 2024. Gần 20% số tiền này được dùng để phát triển và cải thiện cơ sở hạ tầng giao thông quốc gia. Về tài trợ cơ sở hạ tầng, Uruguay đã trở thành quốc gia Mỹ Latinh thứ hai trở thành thành viên của Ngân hàng Đầu tư Cơ sở hạ tầng châu Á (AIIB) vào tháng 4 năm 2020. Các ngân hàng phát triển đa phương khác như IADB, Ngân hàng Thế giới và CAF cũng đang hoạt động tại Uruguay.

Các ngành phụ hàng đầu

Cảng

Chính phủ Uruguay đã gia hạn nhượng quyền vận hành cảng biển container Cuenca del Plata tại Cảng Montevideo cho đến năm 2080 cho công ty Katoen Natie của Bỉ. Katoen Natie sau đó đã công bố khoản đầu tư 460 triệu USD để mở rộng và hiện đại hóa khu vực cầu cảng nhằm tăng diện tích của khu vực cầu cảng, cải thiện CNTT, bảo mật và cơ sở hạ tầng. Với những cải tiến này, Montevideo đang trên đường trở thành bến cảng bền vững đầu tiên ở Nam Mỹ cung cấp điện xanh cho tất cả các tàu cập cảng. Cơ sở hạ tầng mới bao gồm 03 bến tàu, 17 cầu dầm / cầu bờ (portico cranes) và công nghệ kết nối điện bờ (cold ironing technologies).

Công ty Argentina, PTP Group, công bố xây dựng và vận hành tổ hợp cảng nông-công nghiệp ở Punta Arenal, Soriano. Dự án sẽ nâng cao vai trò của Uruguay như một điểm trung chuyển tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển qua tuyến đường thủy Paraná-Paraguay. Dự án này sẽ có mức đầu tư 80 triệu USD và quản lý 5.000 tấn hàng rời mỗi năm. Hoạt động dự kiến sẽ bắt đầu vào nửa cuối năm 2023.

Cơ quan Quản lý Cảng Quốc gia Uruguay đã phê duyệt việc nhượng quyền khai thác cảng cá thương mại Capurro tại Cảng Montevideo. Nhượng quyền này bao gồm 10 ha diện tích đất nơi người được nhượng quyền cung cấp dịch vụ hậu cần đánh bắt cá thương mại, hoạt động cảng, nạo vét, sửa chữa tàu, chuyển tàu và kho bãi. Việc đấu thầu nhượng quyền này sẽ được thực hiện vào quý 2 năm 2022 và dự kiến trao trúng thầu vào nửa cuối năm.

Chính phủ Uruguay đang đánh giá một sáng kiến tư nhân nhằm phát triển bến cảng hành khách tại đập Mauá. Bến này sẽ thay thế bến hiện tại ở Cảng Montevideo. Mục đích là tách bến cảng hành khách khỏi cảng hoạt động hàng hóa cũng diễn ra tại cảng Montevideo. Giai đoạn đầu tiên bao gồm kế hoạch xây dựng bến phà, tiếp theo là xây dựng bến tàu du lịch trong giai đoạn thứ hai của hợp đồng nhượng quyền 30 năm này. Chi phí ước tính của dự án là 400 triệu USD và Chính phủ sẽ tổ chức đấu thầu quốc tế như một phần của quy trình.

Công trình thủy điện

Tháng 5 năm 2019, Uruguay đã công bố kế hoạch hiện đại hóa và cải tạo Đập Salto Grande thuộc hai quốc gia, được chia sẻ giữa Uruguay và Argentina. Dự án ba giai đoạn này sẽ được phát triển trong 30 năm tới. Giai đoạn đầu tiên, từ 2019-2023, trị giá 80 triệu USD và nhận được nguồn tài trợ của Ngân hàng Phát triển Liên Mỹ. Ngoài dự án cải tạo Salto Grande, doanh nghiệp nhà nước UTE đã triển khai dự án hiện đại hóa Đập Baygorria. Đập Baygorria được xây dựng vào năm 1960 và sẽ cần khoản đầu tư ước tính khoảng 50 triệu USD để hoàn thành công việc cải tạo.

Xử lý nước

Chính phủ Uruguay đã công bố khoản đầu tư 1 tỷ USD để thiết kế và phát triển một dự án vệ sinh toàn quốc, sẽ hoàn thành trong vòng 4 năm. Dự án sẽ được tài trợ thông qua: phí kết nối người dùng; khoản đóng góp 164 triệu USD từ công ty nước và công ty vệ sinh nhà nước OSE; và 697 triệu USD từ chính quyền trung ương. Bao gồm trong dự án này là: thiết kế và xây dựng 54 nhà máy xử lý nước mới; cải tạo 40 nhà máy xử lý nước hiện có; lắp đặt 3.472 km hạ tầng thoát nước; và xây dựng 246.973 kết nối nhà mới.

Để cung cấp nước uống cho Montevideo, chính phủ đã phê duyệt một dự án do một tập đoàn địa phương trình bày về một nhà máy xử lý nước mới trị giá 288 triệu USD để sử dụng Río de la Plata làm nguồn lấy nước. Dự án này sẽ cung cấp nguồn nước thứ hai để cung cấp cho Montevideo, Canelones và San Jose, đồng thời cung cấp nguồn nước dự phòng cho hệ thống. Kế hoạch bao gồm một nhà máy xử lý nước và 80 km đường ống sẽ kết nối hệ thống Montevideo với nguồn nước thứ hai này. Dự kiến đấu thầu dự án này sẽ được công bố vào cuối năm 2022.

Quản lý tài nguyên nước uống được là một vấn đề đang nổi lên. Năm 2013 và một lần nữa vào đầu năm 2015, các sự cố về nước nhiễm khuẩn tảo lục đã làm nổi bật nhu cầu đầu tư khẩn cấp của chính phủ vào việc nâng cấp và giám sát chất lượng nước. Sự xuất hiện tràn lan vi khuẩn tảo lục trong nước uống đã ảnh hưởng tiêu cực đến mùa du lịch 2018-2019 của Uruguay.

Các nguồn:

Embassy Contacts: Office.Montevideo@trade.gov; <https://www.trade.gov/uruguay>

Bộ Giao thông Vận tải và Công trình Công cộng (MTO) - <https://www.gub.uy/ministerio-ganaderia-agricultura-pesca/>

Cục Quản lý Cảng Quốc gia (ANP) - <https://www.anp.com.uy/>

Cục Đường sắt Quốc gia (AFE) - <https://www.afe.com.uy/>

6. Thiết bị an ninh

Tổng quan

	2019	2020	2021	2022
Tổng sản lượng trong nước	n/a	n/a	n/a	n/a
Tổng xuất khẩu	8	8	10	16
Tổng nhập khẩu	223	226	304	310
Nhập khẩu từ Hoa Kỳ	33	28	31	30
Tổng quy mô thị trường	215	218	294	294
Mức thay đổi	35,26	42,01	43,55	41

Lĩnh vực thiết bị an ninh đang phát triển, cả cá nhân và công ty đều mua công nghệ hệ thống an ninh với giá hợp lý. Các công ty đang thay thế hệ thống an ninh trực tiếp bằng công nghệ ngày càng tốt hơn trong cơ sở của họ.

Nhập khẩu thiết bị an ninh tăng 30% năm 2021 so với năm 2020. Các sản phẩm do Trung Quốc sản xuất thống trị lĩnh vực an ninh với hơn 50% thị phần.

Sản phẩm của Hoa Kỳ đứng thứ hai với thị phần 10%. Các sản phẩm của Hoa Kỳ cạnh tranh trực tiếp với các sản phẩm giá thấp hơn từ Trung Quốc, Brazil, Mexico, Argentina và Canada cùng các sản phẩm khác. Theo truyền thống, hàng hóa của Hoa Kỳ cạnh tranh thành công ở Uruguay nhờ chất lượng cao hơn và vòng đời lâu dài hơn.

Linh kiện điện tử nhập khẩu đóng vai trò rất quan trọng trong ngành. Các nhà nhập khẩu an ninh địa phương sẽ tiếp tục nhập khẩu các linh kiện công nghệ cao để sử dụng trong sản xuất hệ thống báo động, camera an ninh / camera quan sát (CCTV) và các hệ thống an ninh liên quan khác.

Các ngành phụ hàng đầu

Các dự án xây dựng lớn đang được triển khai ở Montevideo và Punta del Este (khu nghỉ dưỡng ven biển chính của Uruguay), trong đó các sản phẩm an ninh điện tử đóng

vai trò rất quan trọng. Theo Cơ quan Hệ thống An ninh Điện tử của Uruguay, hoạt động kinh doanh an ninh điện tử sẽ tiếp tục phát triển, đặc biệt là tại các cơ sở thương mại và công nghiệp.

Những cơ hội

Thị trường an toàn và an ninh điện tử của Uruguay phụ thuộc rất nhiều vào các sản phẩm và dịch vụ nhập khẩu. Để nhập khẩu thiết bị và công nghệ an ninh, các công ty trong nước thường thành lập liên doanh với các công ty quốc tế hoặc trở thành đại lý ủy quyền. Tổng cục Hải quan Quốc gia Uruguay là cơ quan chính thức quản lý việc nhập khẩu tất cả các mặt hàng an toàn và an ninh, đồng thời các nhà nhập khẩu địa phương phải báo cáo tất cả hàng nhập khẩu cho Tổng cục Hải quan Quốc gia.

Các sản phẩm sau đây được coi là triển vọng tốt nhất:

- Hệ thống kiểm soát truy cập: thẻ thông minh, sinh trắc học, bộ điều khiển, thiết bị mạng cục bộ, đầu đọc và bộ xử lý kỹ thuật số.
- Cảnh báo xâm nhập: bảng chỉ báo, thiết bị phát tín hiệu, đèn LED trên bàn phím, pin, còi báo động và cảm biến từ.
- CCTV: camera, mái vòm, màn hình, thiết bị truyền dẫn, thiết bị truyền dẫn truyền hình, đầu thu TV, bộ ghép kênh và hệ thống CCTV.
- Khác: giám sát an ninh trên không bằng máy bay không người lái.

Các nguồn:

Cơ quan Hệ thống An ninh Điện tử (Cámara Uruguaya de Seguridad Electronica) - CIPSES - cipses@montevideo.com.uy

Cục Thống kê - <https://www.ine.gub.uy/>

Phòng Công nghiệp (Cámara de Industrias del Uruguay) - CIU <http://www.ciu.com.uy>

Bộ Nội vụ - <https://www.ine.gub.uy/>

Diễn đàn An ninh (Foro de Seguridad) - <http://www.forodeseguridad.com/>

CHƯƠNG 3: MÔI TRƯỜNG ĐẦU TƯ

Môi trường đầu tư

Chính phủ Uruguay công nhận vai trò đầu tư nước ngoài quan trọng trong phát triển kinh tế và cung cấp môi trường đầu tư ổn định đó là không phân biệt đối xử với các nhà đầu tư nước ngoài. Hệ thống pháp luật của Uruguay đối xử bình đẳng với đầu tư trong nước và nước ngoài và hầu hết các đầu tư đều được phép mà không cần sự cho phép trước. Nhà đầu tư có thể tự do chuyển vốn và lợi nhuận từ khoản đầu tư của mình ra nước ngoài. Các nhà đầu tư quốc tế có thể lựa chọn giữa trọng tài và hệ thống tư pháp để giải quyết tranh chấp. Tòa án địa phương công nhận và thi hành phán quyết của trọng tài nước ngoài.

Các công ty nước ngoài không coi việc tham nhũng là một trở ngại cho đầu tư. Năm 2021, Tổ chức Minh bạch Quốc tế đã xếp hạng Uruguay là quốc gia minh bạch nhất ở Mỹ Latinh và Caribe. Uruguay là một quốc gia có nền dân chủ ổn định và xếp thứ 13 trên thế giới, theo Economist Intelligence Unit. Tính đến tháng 3 năm 2022, Standard & Poor's và Moody's đã xếp hạng Uruguay cao hơn một bậc so với ngưỡng đầu tư với triển vọng ổn định. Fitch Ratings đánh giá Uruguay ở ngưỡng cấp đầu tư với triển vọng ổn định.

Đầu tư đã tăng đáng kể trong giai đoạn 2004-2014 do sự bùng nổ hàng hóa trong lịch sử nhưng lại giảm đáng kể trong giai đoạn 2015-2019 khi thời kỳ bùng nổ giảm dần. Tuy nhiên, đầu tư đã tăng trở lại vào năm 2021 nhờ: ưu đãi thuế cho nhà đầu tư; chương trình tiêm chủng ngừa Covid thành công; chi tiêu Covid của chính phủ; một ngành công nghệ năng động; và khoản đầu tư nước ngoài trị giá 2 tỷ USD vào nhà máy bột giấy. Hội nghị Liên hiệp quốc về Thương mại và Phát triển báo cáo dòng vốn FDI tăng 43% lên 2,6 tỷ USD vào năm 2021, mức cao nhất kể từ năm 2012.

Khoảng 150 công ty Hoa Kỳ hoạt động tại địa phương trong nhiều lĩnh vực, bao gồm lâm nghiệp, du lịch và khách sạn, dịch vụ và viễn thông. Lĩnh vực dịch vụ CNTT (IT) là lĩnh vực tăng trưởng đáng kể gần đây, với một số công ty Uruguay niêm yết trên thị trường chứng khoán Hoa Kỳ hoặc được các công ty Hoa Kỳ mua lại. Năm 2020, Hoa Kỳ có nguồn đầu tư nước ngoài lớn thứ tư, phản ánh sự hiện diện lâu dài của Hoa Kỳ

tại quốc gia này. Uruguay có các hiệp định đầu tư song phương với hơn 30 quốc gia, trong đó có Hoa Kỳ. Hoa Kỳ không có hiệp định đánh thuế hai lần với Uruguay, nhưng có Hiệp định khung về Thương mại và Đầu tư, bên cạnh các hiệp định về bầu trời mở, thuận lợi hóa thương mại, hỗ trợ lẫn nhau về hải quan, thúc đẩy doanh nghiệp vừa và nhỏ và các liên kết hợp nhất an ninh. Uruguay là thành viên sáng lập của Mercosur, Thị trường chung phía Nam, được thành lập năm 1991 và có trụ sở chính tại Montevideo, cùng với Argentina, Brazil và Paraguay. Bolivia, Colombia, Ecuador và Peru là thành viên liên kết của Mercosur. Chính quyền hiện tại đang vận động Mercosur nới lỏng yêu cầu đối với các thành viên đàm phán với tư cách một khối và cho phép Uruguay bắt đầu các cuộc đàm phán thương mại độc lập. Uruguay và Mexico đã có một hiệp định thương mại toàn diện từ năm 2004 và năm 2018, Uruguay đã gia hạn hiệp định thương mại tự do hiện có với Chile để tăng cường thương mại hàng hóa và dịch vụ.

Trong thập kỷ qua, Uruguay đã tăng cường quan hệ thương mại, đầu tư và chính trị song phương với Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa (PRC), đối tác thương mại chính của nước này kể từ năm 2013. Năm 2018, Uruguay là quốc gia đầu tiên ở Southern Cone tham gia Sáng kiến Vành đai và Con đường của Trung Quốc. Uruguay chính thức gia nhập Ngân hàng Đầu tư Cơ sở hạ tầng châu Á năm 2020. Tháng 9 năm 2021, chính phủ tuyên bố sẽ bắt đầu đàm phán một hiệp định thương mại tự do với Trung Quốc, độc lập với các đối tác Mercosur. Một nghiên cứu tiền khả thi đã được lên kế hoạch hoàn thành vào cuối năm 2021.

Một cuộc khảo sát năm 2018 của Bộ Kinh tế và Tài chính Uruguay cho thấy khoảng một nửa số nhà đầu tư nước ngoài hài lòng hoặc rất hài lòng với môi trường đầu tư của Uruguay, chủ yếu là do pháp quyền, rủi ro chính trị thấp, ổn định kinh tế vĩ mô, vị trí chiến lược và ưu đãi đầu tư. Hầu hết tất cả các nhà đầu tư đều hài lòng hoặc rất hài lòng với 12 khu thương mại tự do (FTZ) và các cảng tự do của Uruguay. Tuy nhiên, khoảng 1/4 số nhà đầu tư không hài lòng với ít nhất một khía cạnh của hoạt động kinh doanh tại địa phương, bày tỏ lo ngại về chi phí lao động cao, thuế, xung đột công đoàn/lao động và chi phí năng lượng cao. Chỉ số “Kinh doanh” năm 2020 của Ngân hàng Thế giới xếp Uruguay đứng thứ 4 trong số 12 quốc gia ở Nam Mỹ.

Vị trí chiến lược của Uruguay (ở trung tâm khu vực giàu có và đông dân nhất của Mercosur) và các cơ chế nhập khẩu đặc biệt (chẳng hạn như các khu tự do và cảng tự do) làm cho nước này trở thành một trung tâm phân phối có vị trí thuận lợi cho hàng hóa của Hoa Kỳ và nước ngoài vào khu vực. Một số công ty Hoa Kỳ và nước ngoài lưu kho sản phẩm của họ tại các khu vực miễn thuế của Uruguay và phục vụ khách hàng trong khu vực một cách hiệu quả. Với thị trường nhỏ gồm người tiêu dùng trung lưu, Uruguay cũng có thể là thị trường thử nghiệm tốt cho các sản phẩm của Hoa Kỳ và nước ngoài.

Không có rủi ro đáng kể nào khi thực hiện kinh doanh có trách nhiệm trong các lĩnh vực như lao động và nhân quyền. Ngoài ra, chiến lược khí hậu dài hạn của chính phủ, được công bố vào tháng 12 năm 2021, tập trung vào giảm thiểu và thích ứng với biến đổi khí hậu, đồng thời tìm cách đạt được mức trung hòa carbon, với lượng khí thải mêtan và oxit nitơ ổn định trong lĩnh vực nông nghiệp năm 2050. Chính phủ đang từng bước thực hiện bao gồm các biến đổi môi trường trong việc thiết kế các chính sách kinh tế công và thị trường vốn.

Các số liệu và xếp hạng

Thước đo	Năm	Xếp hạng	Địa chỉ trang web
Chỉ số nhận thức tham nhũng TI	2021	18/180	http://www.transparency.org/research/cpi/overview
Chỉ số đổi mới toàn cầu	2021	65/132	https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator
FDI của Hoa Kỳ tại quốc gia đối tác (triệu USD)	2019	999 USD	https://apps.bea.gov/international/factsheet/
Ngân hàng Thế giới - GNI bình quân đầu người	2020	15.790 USD	https://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD

1. Cởi mở và hạn chế đầu tư nước ngoài

Chính sách đối với đầu tư trực tiếp nước ngoài

Uruguay thừa nhận vai trò quan trọng của đầu tư nước ngoài trong phát triển kinh tế và cung cấp môi trường đầu tư ổn định, đó là không phân biệt đối xử với các nhà đầu tư nước ngoài. Hệ thống pháp luật của Uruguay đối xử bình đẳng với đầu tư trong nước và nước ngoài. Hầu hết các đầu tư đều được phép mà không cần sự cho phép trước. Nhà đầu tư có thể tự do chuyển vốn và lợi nhuận từ khoản đầu tư của mình ra nước ngoài và lựa chọn giữa trọng tài và hệ thống tư pháp để giải quyết tranh chấp. Cơ quan tư pháp độc lập và chuyên nghiệp.

Các nhà đầu tư nước ngoài không bắt buộc phải đáp ứng bất kỳ yêu cầu thực hiện cụ thể nào. Hơn nữa, các nhà đầu tư nước ngoài không phải chịu sự phân biệt đối xử hoặc các yêu cầu quá khắt khe về thị thực, cư trú hoặc giấy phép lao động. Chính phủ không yêu cầu công dân phải sở hữu cổ phần hoặc giảm tỷ lệ vốn sở hữu nước ngoài theo thời gian hoặc áp đặt các điều kiện về giấy phép đầu tư. Uruguay thường đối xử với các nhà đầu tư nước ngoài như công dân trong đấu thầu khu vực công. Luật pháp Uruguay cho phép các nhà đầu tư tham gia vào bất kỳ giai đoạn nào của quá trình đấu thầu.

Cơ quan xúc tiến đầu tư và xuất khẩu của Uruguay, Uruguay XXI (<http://www.uruguayxxi.gub.uy>), cung cấp thông tin về môi trường kinh doanh và ưu đãi đầu tư của Uruguay, ở cả cấp quốc gia và cấp khu vực. Cơ quan này cũng có một số chương trình nhằm thúc đẩy quá trình quốc tế hóa của các doanh nghiệp địa phương và thường xuyên tham gia vào các phái đoàn thương mại.

Không có hội nghị bàn tròn kinh doanh chính thức hoặc thanh tra viên nào chịu trách nhiệm đối thoại thường xuyên giữa các quan chức chính phủ và nhà đầu tư. Uruguay đánh thuế giá trị gia tăng và thuế thu nhập của người không cư trú đối với các dịch vụ kỹ thuật số ở nước ngoài, trong khi các dịch vụ kỹ thuật số ở địa phương thường được miễn thuế. Thuế suất khác nhau tùy thuộc vào việc công ty cung cấp dịch vụ truyền tải nghe nhìn hay trung gian cũng như vị trí địa lý của công ty và người tiêu dùng dịch vụ.

Giới hạn kiểm soát nước ngoài và quyền sở hữu và thành lập tư nhân

Ngoài một số lĩnh vực hạn chế liên quan đến an ninh quốc gia và các chính sách độc quyền hạn chế của chính phủ trong đó không cho phép đầu tư nước ngoài, Uruguay

không thực hiện phân biệt đối xử về mặt pháp lý cũng như trên thực tế đối với đầu tư theo nguồn gốc hoặc xuất xứ, với các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài được đối xử bình đẳng.

Nhìn chung, Uruguay không yêu cầu ủy quyền cụ thể để các công ty thiết lập hoạt động, xuất nhập khẩu, thực hiện gửi tiền và giao dịch ngân hàng bằng bất kỳ loại tiền tệ cụ thể nào hoặc nhận tín dụng. Cơ chế sàng lọc không áp dụng cho đầu tư trong nước hoặc nước ngoài và nhà đầu tư không cần sự cho phép đặc biệt của chính phủ để tiếp cận thị trường vốn hoặc ngoại hối.

Tạo điều kiện thuận lợi cho việc kinh doanh

Năm 2020, Uruguay được xếp hạng thứ 66 trong “Khởi nghiệp kinh doanh” của Ngân hàng Thế giới (so với xếp hạng tổng thể là 101 về mức độ dễ dàng kinh doanh). Các doanh nghiệp trong và ngoài nước có thể đăng ký hoạt động trong khoảng 07 ngày mà không cần công chứng tại <http://empresas.gub.uy>. Uruguay nhận được điểm cao trong chính phủ điện tử. Chỉ số Phát triển Chính phủ Điện tử năm 2020 của Liên Hiệp Quốc xếp Uruguay đứng thứ hai ở Tây bán cầu (sau Hoa Kỳ). Uruguay là thành viên của D9, nhóm tập hợp các chính phủ kỹ thuật số hàng đầu trên toàn cầu.

Trong những năm gần đây, một số doanh nghiệp công nghiệp vừa và nhỏ (SME) của Hoa Kỳ, chẳng hạn như trong lĩnh vực sản xuất hóa chất, đã cho rằng thị trường Uruguay khó khăn đối với những doanh nghiệp nước ngoài mới tham gia. Những doanh nghiệp vừa và nhỏ này chỉ ra các mối quan hệ kinh doanh lâu đời và lòng trung thành, cùng với sự phản kháng về mặt văn hóa của các nhà phân phối và khách hàng đối với việc tin tưởng các nhà sản xuất mới.

Đầu tư ra nước ngoài

Chính phủ không khuyến khích cũng như hạn chế đầu tư trong nước ra nước ngoài.

2. Hiệp định đầu tư và thuế song phương

Tháng 11 năm 2005, Uruguay và Hoa Kỳ đã ký Hiệp ước Đầu tư Song phương (BIT) để thúc đẩy và bảo vệ đầu tư lẫn nhau. BIT có hiệu lực từ ngày 01 tháng 11 năm 2006, dành sự đối xử quốc gia và tối huệ quốc cho các khoản đầu tư và nhà đầu tư có nguồn gốc từ mỗi quốc gia. Thỏa thuận này cũng bao gồm các điều khoản chi tiết về bồi thường cho việc tước quyền sở hữu và một thủ tục chính xác để giải quyết các tranh

chấp đầu tư song phương. Các phụ lục bao gồm các biện pháp cụ thể theo từng ngành không được đề cập trong hiệp định và các ngành hoặc hoạt động cụ thể mà chính phủ có thể hạn chế hơn nữa. BIT có sẵn tại <https://ustr.gov/trade-agreements/bilals-investment-treaties/bit-documents>.

Ngoài Hoa Kỳ, Uruguay còn có Hiệp định đầu tư song phương có hiệu lực với 30 quốc gia từ các khu vực khác nhau. Danh sách đầy đủ có tại <https://investmentpolicyhub.unctad.org/IIA/>. Uruguay và Hoa Kỳ không có hiệp định đánh thuế hai lần hoặc hiệp định thông tin thuế.

Uruguay là thành viên của Trung tâm Phát triển OECD và Diễn đàn Toàn cầu về Minh bạch và Trao đổi Thông tin vì Mục đích Thuế từ năm 2009. Năm 2016, nước này đã thông qua luật minh bạch tài chính và năm 2017 bắt đầu triển khai trao đổi thông tin thuế tự động với các quốc gia mà nước này đã thiết lập Thỏa thuận trao đổi thông tin thuế (TIEA). Uruguay là thành viên của Khung toàn diện của OECD về Xói mòn cơ sở thuế và Chuyển lợi nhuận và là bên ký kết thỏa thuận về thuế thu nhập doanh nghiệp tối thiểu toàn cầu. Tháng 02 năm 2020, Uruguay đã gửi văn bản phê chuẩn Công ước đa phương của OECD để thực hiện các biện pháp liên quan đến Hiệp ước thuế nhằm ngăn chặn xói mòn cơ sở thuế và chuyển lợi nhuận.

Diễn đàn toàn cầu về minh bạch và trao đổi thông tin vì mục đích thuế của OECD chỉ ra rằng Uruguay có mối quan hệ trao đổi thông tin với 35 khu vực pháp lý thông qua 19 hiệp định đánh thuế hai lần và 16 hiệp định trao đổi thông tin thuế. Danh sách đầy đủ có tại <https://eoi-tax.com/jurisdictions/Uruguay>

Thỏa thuận tổng hợp về an sinh xã hội với Hoa Kỳ đã có hiệu lực từ tháng 11 năm 2018. Thỏa thuận này loại bỏ việc đánh thuế an sinh xã hội kép và giúp những người lao động phân chia sự nghiệp giữa Hoa Kỳ và Uruguay đáp ứng các yêu cầu đủ điều kiện tối thiểu (số năm làm việc) nhanh hơn bằng cách cộng số năm làm việc ở cả hai quốc gia để đủ điều kiện nhận trợ cấp (https://www.ssa.gov/international/Agreement_Texts/uruguay.html).

3. Chế độ pháp lý

Tính minh bạch của hệ thống pháp lý

Các thủ tục minh bạch và hợp lý điều chỉnh đầu tư trong nước và nước ngoài tại Uruguay ở cấp tiểu bang và quốc gia. Hầu hết các dự thảo luật, ngoại trừ những dự thảo

có ảnh hưởng đến tài chính công, đều có thể được bắt đầu ở cơ quan hành pháp hoặc ở quốc hội. Tổng thống Uruguay cần có sự đồng ý của tất cả các bộ ngành có thẩm quyền về vấn đề quy định để ban hành nghị định. Bộ trưởng cũng có thể ban hành nghị quyết. Tất cả các hành động pháp lý - bao gồm các dự luật, luật, nghị định và nghị quyết - đều được công bố công khai tại <https://www.presidencia.gub.uy/normativa>.

Báo cáo minh bạch tài chính của chính phủ Hoa Kỳ coi Uruguay là quốc gia “minh bạch tài chính”. Tài chính công và nghĩa vụ nợ, bao gồm cả nghĩa vụ nợ rõ ràng và nợ tiềm ẩn, đều minh bạch. Các thủ tục kế toán, pháp lý và quy định đều minh bạch và phù hợp với các thông lệ quốc tế. Chính phủ chỉ thỉnh thoảng đề xuất các luật và quy định ở dạng dự thảo để lấy ý kiến công chúng. Các ủy ban của nghị viện thường thu hút sự tham gia của các bên liên quan khi thảo luận về một dự luật. Các tổ chức phi chính phủ hoặc hiệp hội khu vực tư nhân không quản lý bất kỳ quy trình quản lý không chính thức nào.

Chính phủ không khuyến khích hoặc yêu cầu công bố thông tin về môi trường, xã hội và quản trị.

Những lưu ý về quy định quốc tế

Uruguay là thành viên của một số khối kinh tế khu vực, bao gồm Mercosur và Hiệp hội hội nhập Mỹ Latinh (được biết đến với tên viết tắt tiếng Tây Ban Nha là ALADI). Để xây dựng luật địa phương, quốc hội Uruguay phải phê chuẩn các quyết định của các khối này. Uruguay cũng là thành viên của WTO và thông báo tất cả các dự thảo quy chuẩn kỹ thuật cho ủy ban về rào cản kỹ thuật trong thương mại của mình.

Hệ thống pháp luật và độc lập tư pháp

Hệ thống pháp luật ở Uruguay tuân theo luật dân sự dựa trên bộ luật dân sự Tây Ban Nha. Tòa án cao nhất trong nước là Tòa án tối cao. Cơ quan hành pháp đề cử các thẩm phán và Đại hội đồng Quốc hội bổ nhiệm họ. Các thẩm phán Tòa án Tối cao có nhiệm kỳ 10 năm và có thể được bầu lại sau 5 năm kể từ nhiệm kỳ trước. Các tòa án cấp dưới khác bao gồm tòa phúc thẩm, tòa án quận, tòa hòa giải và tòa án sơ thẩm. Uruguay có luật thương mại và các tòa án dân sự chuyên trách.

Cơ quan tư pháp vẫn độc lập với cơ quan hành pháp. Nhiều người phàn nàn rằng hệ thống tòa án dân sự bị chậm chạp. Cơ quan hành pháp hiếm khi can thiệp trực tiếp vào các vấn đề tư pháp nhưng đôi lúc đã lên tiếng không hài lòng với các phán quyết của tòa

án. Nhà đầu tư có thể kháng cáo lên tòa án địa phương hoặc quốc tế để giải quyết tranh chấp thương mại. Các nhà đầu tư quốc tế có thể lựa chọn giữa trọng tài và hệ thống tư pháp để giải quyết tranh chấp.

Luật, quy định về đầu tư trực tiếp nước ngoài

Luật pháp Uruguay đối xử với đầu tư trong nước và nước ngoài như nhau.

Luật số 16.906 (được thông qua năm 1998) tuyên bố rằng việc khuyến khích và bảo vệ các khoản đầu tư của cả nhà đầu tư trong và ngoài nước là vì lợi ích quốc gia và cho phép đầu tư mà không cần sự cho phép hoặc đăng ký trước. Luật cũng quy định rằng các nhà đầu tư có thể tự do chuyển vốn và lợi nhuận của mình ra nước ngoài và chính phủ không được ngăn cản việc thành lập các khoản đầu tư trong nước.

Các công ty Hoa Kỳ và nước ngoài khác có thể tham gia vào các chương trình nghiên cứu và phát triển được chính phủ địa phương hoặc quốc gia tài trợ hoặc trợ cấp. Tài liệu Kế toán và Hành chính của Uruguay (được biết đến với tên viết tắt bằng tiếng Tây Ban Nha là TOCAF) bao gồm các chuẩn mực và quy định chi phối việc mua sắm công, bao gồm các luật, nghị định, nghị quyết và thỏa thuận quốc tế áp dụng cho quy trình ký kết hợp đồng.

Uruguay sử dụng mua sắm của chính phủ như một công cụ để thúc đẩy ngành công nghiệp địa phương, đặc biệt là các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa (MSME) và các doanh nghiệp đổi mới trong lĩnh vực khoa học và công nghệ. Hầu hết các hợp đồng của chính phủ (ngoại trừ những hợp đồng trong các lĩnh vực mà khu vực công và tư nhân cạnh tranh) đều ưu tiên hàng hóa, dịch vụ và các công trình kỹ thuật dân dụng do các MSME trong nước sản xuất hoặc cung cấp. Chế độ ưu đãi được sử dụng nhiều nhất là dành ưu đãi về giá 8% cho hàng hóa và dịch vụ được sản xuất trong nước, bất kể quy mô của doanh nghiệp. Các chương trình MSME cấp ưu đãi về giá từ 12% - 16% cho các MSME cạnh tranh với các công ty nước ngoài. Cơ quan xúc tiến đầu tư và xuất khẩu của Uruguay, Uruguay XXI (<https://www.uruguayxxi.gub.uy/en/>), giúp các nhà đầu tư tiềm năng tìm hiểu luật pháp và quy định của Uruguay. Khi trao thầu, chính phủ thường ưu tiên giá cả hơn chất lượng. Điều này đã dẫn đến việc một số dự án cần điều chỉnh giá sau khi trao thầu.

Luật cạnh tranh và chống độc quyền

Uruguay có luật pháp minh bạch do Ủy ban Xúc tiến và Bảo vệ Cạnh tranh thuộc Bộ Kinh tế thành lập để thúc đẩy cạnh tranh. Các trụ cột pháp lý chính (Luật số 18.159 và nghị định 404, đều được thông qua năm 2007) có tại trang web của ủy ban: <https://www.mef.gub.uy/578/5/areas/defensa-de-la-%20competencia---uruguay.html>.

Bản đánh giá năm 2017 về luật và chính sách cạnh tranh của Uruguay có tại <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1640>.

Năm 2001, Uruguay đã thành lập các cơ quan quản lý và kiểm soát viễn thông (URSEC), nước và năng lượng. Năm 2020, chính phủ mới đã nâng cao quyền tự chủ của URSEC thông qua điều 256 của luật cải cách nhiều lĩnh vực (số 19.889), biến nó thành một dịch vụ phi tập trung và độc lập bởi một hội đồng ba thành viên do Tổng thống chỉ đạo.

Uruguay đã thông qua Luật Truyền thông Nghe nhìn (Luật số 19.307) vào tháng 12 năm 2014. Còn được gọi là luật truyền thông, luật này bao gồm các quy định về vốn hóa thị trường đối với các nhà cung cấp truyền hình cáp có thể hạn chế cạnh tranh. Tháng 4 năm 2016, Tòa án Tối cao của Uruguay đã ra phán quyết rằng vốn hóa thị trường này và một số yêu cầu về hàm lượng địa phương là trái pháp luật. Chính phủ đã đề xuất luật mới vào tháng 4 năm 2020 để thay đổi luật truyền thông, tính đến tháng 3 năm 2022 vẫn đang được Quốc hội xem xét. Các công ty Hoa Kỳ đã bày tỏ quan ngại về một số điều khoản được đề xuất.

Sung công và bồi thường

Hiến pháp của Uruguay tuyên bố quyền sở hữu là “quyền bất khả xâm phạm” tùy thuộc vào các quyết định pháp lý có thể được thực hiện vì mục đích lợi ích chung và tuyên bố rằng không cá nhân nào có thể bị tước đoạt quyền này - ngoại trừ trường hợp có nhu cầu công cộng và được bồi thường công bằng.

Giải quyết tranh chấp

Công ước của Trung tâm Quốc tế về Giải quyết Tranh chấp Đầu tư (ICSID) và Công ước New York.

Uruguay trở thành thành viên của ICSID vào tháng 9 năm 2000 và là bên ký kết Công ước New York 1958 về công nhận và thi hành phán quyết trọng tài nước ngoài.

Giải quyết tranh chấp nhà đầu tư-nhà nước

Tòa án địa phương công nhận và cho thi hành các phán quyết của trọng tài nước ngoài chống lại chính phủ.

Năm 2010, công ty thuốc lá Philip Morris International đã kiện Uruguay, cho rằng các biện pháp y tế mới liên quan đến bao bì thuốc lá là sự đối xử không công bằng đối với công ty. Họ đã đệ đơn kiện theo BIT Uruguay-Thụy Sĩ và vào năm 2016, ICSID đã ra phán quyết có lợi cho Uruguay. Năm 2015, công ty viễn thông Italba của Hoa Kỳ đã kiện Uruguay trước ICSID. Cơ quan này đã đưa ra phán quyết có lợi cho Uruguay vào tháng 3 năm 2019. Năm 2017, một công ty con của công ty khai thác mỏ Zamin Ferrous của Ấn Độ đã đệ đơn kiện Uruguay trước Ủy ban Luật Thương mại Quốc tế của Liên hợp quốc (UNCITRAL) theo BIT Anh-Uruguay năm 1991. Ban hội thẩm đã đưa ra quyết định có lợi cho Uruguay vào tháng 8 năm 2020. Tháng 5 năm 2019, công ty Panama Latin American Regional Aviation Holding, đã đăng ký một vụ kiện chống lại Uruguay theo BIT Panama-Uruguay năm 1988. Tính đến tháng 3 năm 2022, vụ việc đang chờ giải quyết.

Trọng tài thương mại quốc tế và tòa án nước ngoài

Hợp đồng thương mại thường có các điều khoản hòa giải và được tòa án địa phương công nhận. Nhà đầu tư có thể lựa chọn giữa trọng tài và hệ thống tư pháp để giải quyết tranh chấp. Tòa án địa phương công nhận và cho thi hành phán quyết trọng tài của tòa án nước ngoài.

Tư pháp của Uruguay là độc lập. Theo các môi liên hệ với các công ty luật địa phương, thời gian trung bình để giải quyết tranh chấp, tính từ thời điểm nguyên đơn nộp đơn kiện ra tòa cho đến khi thanh toán, là khoảng hai năm. Các quyết định của tòa án được thi hành hợp pháp và luật pháp Uruguay tôn trọng các phán quyết của trọng tài quốc tế.

Quy định phá sản

Luật Phá sản được thông qua năm 2008 (Luật số 18.387) đẩy nhanh các thủ tục phá sản, khuyến khích hòa giải với các chủ nợ trước khi công ty có thể đi đến phá sản và cho phép bán công ty đó như một phần tiền phải trả. Phá sản có ý nghĩa hình sự và dân sự với việc phá sản có chủ ý hoặc cố ý được coi là một tội phạm. Pháp luật bảo vệ quyền lợi của chủ nợ tùy theo tính chất của khoản tín dụng, người lao động có đặc quyền hơn các chủ nợ khác.

Báo cáo Môi trường Kinh doanh năm 2020 của Ngân hàng Thế giới xếp Uruguay đứng thứ 2/12 quốc gia ở Nam Mỹ về việc dễ dàng “giải quyết tình trạng mất khả năng thanh toán”. Uruguay đứng thứ 70 trên toàn cầu về chỉ số phụ này (so với xếp hạng tổng thể toàn cầu là thứ 101 về mức độ dễ dàng kinh doanh).

4. Chính sách công nghiệp

Ưu đãi đầu tư

Luật số 16.906 (được thông qua năm 1998) quy định cơ chế khuyến khích đầu tư thông thường và cấp ưu đãi thuế tự động cho một số hoạt động. Ngoài việc miễn thuế tự động, Uruguay còn có một số ưu đãi khác cho đầu tư Greenfield (GI) và đầu tư Brownfield (BI) giúp đạt được một số mục tiêu chiến lược của chính phủ, bao gồm: tạo việc làm, tăng xuất khẩu, góp phần phân cấp địa lý ra khỏi thủ đô, thúc đẩy việc sử dụng công nghệ sạch, thúc đẩy nghiên cứu và phát triển. Ưu đãi chính bao gồm việc khấu trừ thuế thu nhập doanh nghiệp đối với một phần tổng vốn đầu tư trong một khoảng thời gian xác định trước. Các ưu đãi khác bao gồm việc miễn thuế quan và thuế đối với hàng nhập khẩu tư liệu sản xuất và hoàn trả thuế Giá trị gia tăng đã trả khi mua một số hàng hóa nhất định trong nước. Vui lòng tham khảo tài liệu chi tiết về khuyến khích đầu tư, có sẵn bằng tiếng Anh tại <http://www.uruguayxxi.gub.uy/guide/schemes.html>.

Uruguay đã chuyển đổi đáng kể ma trận năng lượng từ sản xuất điện từ dầu mỏ sang các nguồn tái tạo trong hai thập kỷ qua và hiện sản xuất hầu hết điện từ các nguồn tái tạo - chủ yếu là thủy điện và gió. Các khu công viên năng lượng mặt trời và gió được lắp đặt trước đây đã bán toàn bộ sản lượng sản xuất cho công ty điện lực chính phủ với mức giá cố định thuận lợi trong các hợp đồng dài hạn. Chính phủ tiếp tục đưa ra các ưu đãi cho đầu tư vào năng lượng sạch, chủ yếu liên quan đến việc giảm thuế thu nhập doanh nghiệp, cho đầu tư vào năng lượng sạch và đang xây dựng các kế hoạch quốc gia về hydro xanh.

Uruguay hiếm khi ban hành bảo lãnh chính phủ hoặc các dự án FDI được đồng tài trợ. Mặc dù vậy, chính phủ đã cam kết thực hiện các công trình công cộng quan trọng, bao gồm việc xây dựng cơ sở hạ tầng liên quan đến đường sắt và cảng, như một điều kiện tiên quyết cho khoản đầu tư 2 tỷ USD vào một dự án nhà máy bột giấy lớn của công ty Phần Lan UPM. Chính phủ đã thực hiện nhiều biện pháp để khuyến khích đầu tư và kích thích việc làm nhằm ứng phó với đại dịch Covid-19. Nghị định 268/020 mở rộng

định nghĩa về các công ty được hưởng ưu đãi thuế, nới lỏng các quy định trước đây nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận các ưu đãi và tăng các lợi ích liên quan đến thuế thu nhập doanh nghiệp. Tháng 5 năm 2020, Chính phủ đã ban hành một nghị định khác nhằm thúc đẩy đầu tư vào các dự án xây dựng lớn. Những quy định này nhằm mục đích lôi kéo các công ty thực hiện các khoản đầu tư mới hoặc mở rộng các khoản đầu tư hiện có. Danh sách đầy đủ các biện pháp có sẵn (bằng tiếng Tây Ban Nha) tại: <https://www.gub.uy/presidencia/politicas-y-gestion/medidas-del-gobierno-para-atender-emergencia-sanitaria-coronavirus-covid-19-8>.

Khu ngoại thương / Khu kinh tế đặc biệt / Cảng tự do / Điều kiện thuận lợi cho thương mại

Uruguay ngày càng khẳng định mình là một trung tâm phân phối và logistics đẳng cấp thế giới trong khu vực. Năm 2010, Uruguay đã thành lập Viện Logistics Quốc gia (được biết đến với tên viết tắt bằng tiếng Tây Ban Nha là INALOG), một tổ chức thuộc khu vực công-tư nhằm tìm cách phối hợp với nỗ lực hướng tới việc xây dựng Uruguay trở thành trung tâm phân phối hàng đầu của Mercosur. INALOG và Uruguay XXI đã ban hành một số báo cáo về vai trò và lợi thế của Uruguay với tư cách là một trung tâm logistics.

Uruguay thành lập các khu thương mại tự do (FTZ) vào năm 1987 (Luật số 15.921). Pháp luật năm 2017 (Luật số 19.566) bao gồm những thay đổi nhỏ đối với lợi ích về thuế, hợp lý hóa các yêu cầu và hoạt động mà các công ty phải hoàn thành để có thể hoạt động trong FTZ và cải thiện hợp tác quốc tế liên quan đến ngăn chặn trốn thuế quốc tế. Pháp luật và quy định đầy đủ có sẵn tại <http://zonasfrancas.mef.gub.uy/>. Hầu hết tất cả các nhà đầu tư nước ngoài được khảo sát năm 2018 đều hài lòng hoặc rất hài lòng với các FTZ và cảng tự do của Uruguay.

Có 12 FTZ trên khắp cả nước. Hầu hết các FTZ đều có nhiều khách thuê thực hiện các dịch vụ khác nhau, bao gồm tài chính, phát triển phần mềm, trung tâm cuộc gọi, kho bãi và logistics. Một FTZ được dành riêng cho việc phát triển dược phẩm và ba FTZ dành riêng cho sản xuất bột giấy. Chính phủ đang xem xét bổ sung các FTZ. Các quy định của Mercosur coi các sản phẩm được sản xuất ở hầu hết các FTZ của các quốc gia thành viên, ngoại trừ Tierra del Fuego (Argentina) và Manaus (Brazil), là ngoài lãnh thổ và tính thuế quan bên ngoài chung khi vào bất kỳ quốc gia thành viên nào. Kết quả

là, sản xuất công nghiệp tại các FTZ địa phương thường được dành cho các nước không thuộc Mercosur.

Các công ty có thể đưa hàng hóa, dịch vụ, sản phẩm và nguyên liệu thô nước ngoài vào FTZ. Các công ty có thể giữ lại, xử lý và tái xuất khẩu hàng hóa mà không phải trả thuế hải quan hoặc thuế nhập khẩu của Uruguay. Uruguay miễn thuế quốc gia cho các công ty hoạt động trong FTZ. Luật chi phối độc quyền không áp dụng trong FTZ. Ngoài ra, người sử dụng lao động không phải trả thuế an sinh xã hội cho những nhân viên không phải người Uruguay đã được miễn bảo hiểm theo hệ thống an sinh xã hội của Uruguay. Uruguay coi hàng hóa có nguồn gốc từ Uruguay vào FTZ là hàng xuất khẩu từ Uruguay vì mục đích thuế và các mục đích pháp lý khác.

Uruguay có các chế độ nhập khẩu đặc biệt khác được gọi là “tạm nhập”, “kho ngoại quan” và “cảng tự do”. Chế độ tạm nhập cho phép các nhà sản xuất nhập khẩu miễn thuế nguyên liệu thô, vật tư, phụ tùng và sản phẩm trung gian mà họ sẽ sử dụng để sản xuất ra sản phẩm xuất khẩu. Tuy nhiên, chế độ này cần có sự cho phép của chính phủ và các công ty phải xuất khẩu tất cả thành phẩm trong vòng 18 tháng. Các công ty không cần phải ở một địa điểm cụ thể để được hưởng lợi từ việc tạm nhập. Cảng tự do và kho ngoại quan là những khu vực đặc biệt nơi hàng hóa lưu giữ tại cơ sở được miễn mọi loại thuế và thuế quan liên quan đến nhập khẩu. Hai điểm khác biệt chính giữa cảng tự do và kho ngoại quan là hàng hóa có thể lưu lại trong thời gian không giới hạn ở cảng tự do và tối đa một năm trong kho ngoại quan, và các công ty không được thay đổi đáng kể hàng hóa ở cảng tự do. Các công ty có thể tham gia vào quá trình “công nghiệp hóa”, bao gồm cả việc chuyển đổi sản phẩm một cách hạn chế, trong kho ngoại quan. Các công ty hoạt động ở cả hai cơ sở có thể dán nhãn lại và đóng gói lại hàng hóa.

Luật số 17.547 được thông qua vào tháng 8 năm 2002 cho phép thành lập các khu công nghiệp. Một số nghị định bổ sung được ký từ năm 2007 cho phép thành lập các khu công nghiệp theo ngành nghề cụ thể. Lợi thế của khu công nghiệp bao gồm các ưu đãi và miễn thuế, và chúng có thể được thành lập bởi tư nhân hoặc chính quyền trung ương hoặc địa phương. Có 3 khu công nghiệp hoạt động theo Luật số 17.547 và 11 khu công nghiệp hoạt động theo quy định của nhà nước.

Thực thi và các yêu cầu về dữ liệu vùng

Các nhà đầu tư nước ngoài không bắt buộc phải đáp ứng bất kỳ yêu cầu cụ thể nào và chưa báo cáo những trở ngại hoặc các yêu cầu khác về thị thực, cư trú hoặc giấy phép lao động. Chính phủ không yêu cầu công dân phải sở hữu cổ phần hoặc giảm tỷ lệ vốn sở hữu nước ngoài theo thời gian và không áp đặt các điều kiện về giấy phép đầu tư. Một yêu cầu liên quan đến lao động là những người thuê khu thương mại tự do phải tuyển dụng tối đa 25% lao động nước ngoài. Luật quy định rằng, trong những trường hợp đặc biệt, Uruguay có thể cho phép tỷ lệ lao động nước ngoài cao hơn.

Uruguay không yêu cầu nhà đầu tư nước ngoài sử dụng hàm lượng nội địa trong hàng hóa hoặc công nghệ để đầu tư. Tuy nhiên, hàm lượng nội địa có thể được yêu cầu trong một số lĩnh vực để đủ điều kiện được hưởng ưu đãi thuế đặc biệt hoặc mua sắm của chính phủ.

Uruguay không yêu cầu các nhà cung cấp công nghệ thông tin nước ngoài chuyển giao mã nguồn hoặc cung cấp quyền truy cập để giám sát. Các công ty có thể tự do truyền tải dữ liệu liên quan đến khách hàng hoặc doanh nghiệp qua biên giới. Các ngân hàng có thể truyền thông tin ra khỏi Uruguay về danh mục cho vay của họ nhưng không thể truyền thông tin về người gửi tiền. Các ngân hàng có nghĩa vụ cung cấp thông tin mỗi năm một lần cho cơ quan thuế địa phương về người gửi tiền. Thông tin này được trao đổi với cơ quan thuế từ các quốc gia có Thỏa thuận trao đổi thông tin thuế với Uruguay (Uruguay không có TIEA với Hoa Kỳ). Pháp luật quản lý an ninh hệ thống máy tính của chính quyền trung ương, yêu cầu tất cả dữ liệu cá nhân và nhạy cảm phải được lưu giữ ở Uruguay. Cơ quan Chính phủ điện tử và Thông tin Xã hội (AGESIC) của Uruguay giám sát việc thực thi quy định này.

5. Bảo Vệ Quyền Sở Hữu

Bất động sản

Uruguay công nhận và thực thi các quyền lợi được đảm bảo về tài sản và hợp đồng. Các khoản thế chấp tồn tại và Uruguay có một hệ thống được công nhận và đáng tin cậy để ghi lại các khoản thế chấp đó. Hệ thống pháp luật của Uruguay bảo vệ việc mua lại và định đoạt tất cả tài sản, bao gồm đất đai, nhà cửa và các khoản thế chấp.

Luật số 19.283, được thông qua năm 2014, ngăn cản chính phủ nước ngoài mua đất, trực tiếp hoặc liên kết với các công ty tư nhân. Quyền sử dụng truyền thống không

được áp dụng vì không có cộng đồng bản địa nào được áp dụng ở Uruguay. Hầu hết đất đai đều có giấy tờ sở hữu rõ ràng.

Trong những năm gần đây, một số trường hợp biểu tình hoặc chiếm đóng nơi làm việc, Phòng Doanh nghiệp đã đệ đơn kiện lên Tổ chức Lao động Quốc tế. Năm 2020, chính phủ đã đưa vào một điều khoản trong Luật số 19.889 quy định về việc thực thi quyền đình công một cách ôn hòa, quyền của những người không đình công được tiếp cận và làm việc tại cơ sở của họ cũng như quyền của ban quản lý công ty được quyền tiếp cận nơi làm việc của họ một cách tự do. Trên thực tế, luật này trao cho cảnh sát quyền loại bỏ các cuộc đình công cản trở việc tiếp cận nơi làm việc và ngăn chặn việc chiếm đóng nơi làm việc.

Quyền sở hữu trí tuệ

Uruguay đã không có mặt trong Báo cáo đặc biệt 301 của Văn phòng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR) kể từ năm 2006, cũng như Báo cáo Đánh giá về các thị trường khét tiếng về hàng giả và vi phạm bản quyền của USTR kể từ năm 2016.

Uruguay là thành viên của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) và là thành viên của Công ước Berne và Công ước bản quyền toàn cầu, cũng như Công ước Paris về bảo hộ sở hữu công nghiệp. Tháng 3 năm 2017, cơ quan hành pháp đã gửi một dự luật tới quốc hội để tuân thủ Hiệp ước Hợp tác và Sáng chế của WIPO nhưng không được thông qua. Uruguay cũng là thành viên của PROSUR, Mạng lưới sở hữu trí tuệ Mỹ Latinh bao gồm 13 quốc gia.

Một số nhóm ngành bị chỉ trích do sự chậm trễ của quy trình cấp bằng sáng chế. Họ cũng chỉ trích mạnh mẽ việc sửa đổi Luật Sáng chế (được thông qua trong luật tổng hợp năm 2013) đã loại bỏ khả năng của chủ sở hữu quyền sáng chế trong việc yêu cầu bồi thường thiệt hại do vi phạm quyền sở hữu của họ kể từ ngày nộp đơn xin cấp bằng sáng chế cho đến ngày được cấp. Năm 2021, chính phủ đã đệ trình một dự luật để đóng lỗ hổng này, đã được Quốc hội thông qua nhưng ngoại trừ được phẩm. Trong khi việc thực thi quyền đối với nhãn hiệu đã được cải thiện trong những năm gần đây, người dân địa phương đôi khi vẫn cố gắng đăng ký nhãn hiệu mà không có sự đồng ý trước của chủ sở hữu. Cán bộ hải quan có thẩm quyền thực thi việc bảo hộ nhãn hiệu. Sau khi tạm thời phong tỏa lô hàng có nghi vấn, Hải quan phải liên lạc với đại diện địa phương của chủ sở hữu quyền nhãn hiệu để xác định tính hợp pháp của hàng hóa và

tìm kiếm sự hợp tác. Uruguay theo dõi và báo cáo về các vụ bắt giữ hàng hóa của Hải quan, một trong số đó là hàng giả, nhưng không có hệ thống báo cáo tập trung dành riêng cho việc tịch thu hàng giả.

Để biết thêm thông tin về luật pháp quốc gia và các đầu mối liên hệ tại các văn phòng sở hữu trí tuệ địa phương, vui lòng xem hồ sơ quốc gia của WIPO tại <http://www.wipo.int/directory/en/>.

6. Lĩnh vực tài chính

Thị trường vốn và danh mục đầu tư

Theo thời gian, Uruguay đã bổ sung các quy định và pháp luật để phát triển thị trường vốn, bao gồm luật số 18.627 năm 2009. Tuy nhiên, thị trường vốn địa phương vẫn kém phát triển và tập trung nhiều vào nợ chính phủ, gây khó khăn cho việc tài trợ cho các dự án kinh doanh thông qua thị trường vốn địa phương. Do sự kém phát triển và thiếu thanh khoản, Uruguay thường chỉ nhận được các khoản đầu tư “chủ động” nhằm thành lập các công ty mới hoặc giành quyền kiểm soát các công ty hiện có và thiếu “đầu tư thụ động” từ các quỹ đầu tư lớn.

Chính phủ vẫn duy trì thái độ cởi mở đối với đầu tư gián tiếp nước ngoài, mặc dù không có hệ thống lập quy hiệu quả để khuyến khích hoặc tạo điều kiện thuận lợi cho việc đầu tư này. Hiện tại Uruguay không áp đặt bất kỳ hạn chế nào đối với việc thanh toán và chuyển khoản đối với các giao dịch quốc tế.

Uruguay phân bổ tín dụng theo điều kiện thị trường, nhưng tín dụng ngân hàng dài hạn thường khó có được. Các nhà đầu tư nước ngoài có thể tiếp cận tín dụng theo các điều kiện thị trường giống như công dân trong nước.

Là một phần của quá trình tuân thủ các yêu cầu của OECD (xem phần Thỏa thuận đầu tư song phương), Uruguay đã cấm “cổ phiếu không ghi tên” vào năm 2012, vốn đã được sử dụng rộng rãi. Các doanh nghiệp tư nhân không sử dụng các thỏa thuận “cổ phần chéo” hay “cổ đông ổn định” để hạn chế đầu tư nước ngoài, cũng như không hạn chế sự tham gia hoặc kiểm soát của các doanh nghiệp trong nước.

Hệ thống tiền tệ và ngân hàng

Uruguay thành lập Ngân hàng Trung ương (BCU) vào năm 1967 với tư cách là một thực thể nhà nước độc lập. Banco de la República Oriental del Uruguay (BROU) thuộc

sở hữu của chính phủ là ngân hàng thương mại lớn nhất quốc gia và có thị phần lớn nhất. Phần còn lại của hệ thống ngân hàng bao gồm một ngân hàng thế chấp thuộc sở hữu của chính phủ và 9 ngân hàng thương mại quốc tế. Cơ quan Giám sát Dịch vụ Tài chính của BCU quy định và giám sát các ngân hàng hoặc chi nhánh trong nước và nước ngoài. Cơ quan Giám sát báo cáo rằng tính đến tháng 3 năm 2022, ngành ngân hàng có tỷ lệ vốn và thanh khoản tốt.

Kể từ khi Uruguay thiết lập chương trình tài chính toàn diện vào năm 2011 và đặc biệt là sau khi luật tài chính toàn diện được thông qua vào năm 2014 (số 19.210), việc sử dụng thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng và tài khoản ngân hàng đã tăng lên đáng kể. Một số công ty thuộc khu vực tư nhân phát hành tiền điện tử. Điều 215 và 216 của Luật số 19.889 khôi phục khả năng trả lương cho người lao động bằng tiền mặt thay vì bằng điện tử.

Về đổi mới công nghệ trong lĩnh vực tài chính, Montevideo đã tổ chức Diễn đàn Fintech khu vực đầu tiên vào năm 2017, dẫn đến việc thành lập Liên minh Fintech Ibero-American. Một số công ty địa phương đã phát triển hệ thống thanh toán điện tử trong nước và quốc tế, nhưng các công nghệ mới nổi như blockchain và tiền điện tử vẫn còn kém phát triển.

Ngoại hối và chuyển tiền

Ngoại hối

Uruguay duy trì truyền thống lâu đời về việc không hạn chế việc mua ngoại tệ hoặc chuyển lợi nhuận ra nước ngoài. Việc mua ngoại tệ miễn phí và chuyển tiền miễn phí vẫn được duy trì ngay cả trong cuộc khủng hoảng tài chính nghiêm trọng năm 2002.

Uruguay không tham gia thao túng tiền tệ để đạt được lợi thế cạnh tranh. Kể từ năm 2002, đồng peso đã thả nổi tương đối tự do, mặc dù có sự can thiệp của Ngân hàng Trung ương nhằm giảm sự biến động của giá đồng USD. Ngoại hối có thể thu được theo tỷ giá thị trường và không có thị trường chợ đen để trao đổi tiền tệ.

Chính sách chuyển tiền

Uruguay duy trì truyền thống lâu đời về việc không hạn chế chuyển lợi nhuận ra nước ngoài.

Quỹ đầu tư quốc gia

Không có quỹ đầu tư quốc gia ở Uruguay.

7. Doanh nghiệp Nhà nước

Nhà nước vẫn đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế và Uruguay duy trì sự độc quyền của chính phủ trong một số lĩnh vực nhất định, bao gồm nhập khẩu và lọc dầu, bảo hiểm bồi thường cho người lao động và cấp viễn thông trên đất liền.

Các doanh nghiệp nhà nước (SOE) lớn nhất của Uruguay bao gồm: công ty xăng dầu, xi măng và rượu ANCAP; công ty viễn thông ANTEL; công ty điện lực UTE; công ty cấp nước OSE; và ngân hàng lớn nhất Uruguay BROU. Mặc dù được coi là tự chủ nhưng trên thực tế, các doanh nghiệp này phối hợp trong một số lĩnh vực với nhiều bộ và cơ quan hành pháp khác nhau. Hội đồng của các thực thể này được bổ nhiệm bởi nhánh hành pháp, cần có sự chấp thuận của quốc hội và giữ chức vụ trong cùng nhiệm kỳ với nhánh hành pháp. Luật pháp Uruguay yêu cầu các doanh nghiệp nhà nước phải công bố báo cáo hàng năm và các công ty độc lập kiểm toán số dư của họ.

Một số công ty độc quyền truyền thống do chính phủ điều hành đã mở cửa cho sự cạnh tranh của khu vực tư nhân. Dịch vụ điện thoại di động, dịch vụ đường dài quốc tế, bảo hiểm và dịch vụ truyền thông được mở cho các đối thủ cạnh tranh trong và ngoài nước. Uruguay cho phép khu vực tư nhân sản xuất điện và lợi ích tư nhân chi phối việc sản xuất năng lượng tái tạo, nhưng công ty điện lực nhà nước UTE giữ độc quyền truyền tải điện thông qua các đường dây truyền tải và phân phối từ khu vực dịch vụ của tiện ích này sang khu vực dịch vụ khác, còn được gọi là luân chuyển quyền. Các công ty nhà nước có xu hướng chiếm thị phần lớn nhất ngay cả trong các lĩnh vực có tính cạnh tranh cao. Khả năng trợ cấp chéo có thể mang lại cho các doanh nghiệp nhà nước lợi thế so với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực tư nhân.

Uruguay không tuân thủ Hướng dẫn của OECD về Quản trị doanh nghiệp đối với doanh nghiệp nhà nước. Chính phủ hiện tại có kế hoạch cải cách và nâng cao hiệu quả của các doanh nghiệp nhà nước.

Chương trình cổ phần hóa

Uruguay đã không thực hiện bất kỳ chương trình tư nhân hóa lớn nào trong những thập kỷ gần đây. Thay vì Uruguay mở cửa một số công ty độc quyền do chính phủ điều hành trước đây cho khu vực tư nhân cạnh tranh, thì chính phủ vẫn tiếp tục duy trì độc quyền trong việc nhập khẩu và lọc dầu, cấp viễn thông trên đất liền, xử lý và phân phối nước.

Quốc hội đã thông qua luật hợp tác công tư (PPP) vào năm 2011 và ban hành các quy định kèm theo Nghị định 007/12. Luật cho phép các công ty thuộc khu vực tư nhân thiết kế, xây dựng, cấp vốn, vận hành và bảo trì một số cơ sở hạ tầng nhất định, bao gồm cả các dự án đầu tư Brownfield (BI). Ngoại trừ một số trường hợp ngoại lệ (chẳng hạn như dịch vụ y tế trong bệnh viện hoặc dịch vụ giáo dục trong trường học), PPP cũng có thể được áp dụng cho cơ sở hạ tầng xã hội. Lợi nhuận của công ty thuộc khu vực tư nhân có thể đến dưới hình thức thanh toán của người dùng, thanh toán của chính phủ hoặc kết hợp cả hai. Năm 2015, Uruguay đã thông qua các quy định (Nghị định 251/15) nhằm đơn giản hóa thủ tục và đẩy nhanh quy trình PPP. Dự án duy nhất hoạt động đầy đủ cho đến nay là một nhà tù trị giá 93 triệu USD. Tháng 5 năm 2021, có ba dự án PPP đang trong giai đoạn triển khai, trong đó dự án lớn nhất là tuyến đường sắt dài 170 dặm với kinh phí khoảng 1 tỷ USD. Có 10 dự án khác trị giá 873 triệu USD đang trong các giai đoạn phát triển khác nhau, liên quan đến đường sá, giáo dục và y tế. Chính phủ hiện tại đặt mục tiêu cải thiện thời gian phê duyệt PPP. Các công ty Hoa Kỳ có xu hướng trở thành nhà cung cấp thiết bị và dịch vụ cho các công ty địa phương cạnh tranh theo hình thức PPP hơn là các nhà thầu trực tiếp, ngoại trừ một số trường hợp ngoại lệ.

Năm 2020, trong luật cải cách nhiều nội dung, chính phủ đã xác định rằng - với thời gian chuyển tiếp lên tới ba năm - giá nhiên liệu trong nước phải theo sát giá ngang bằng giá nhập khẩu (tức là giá quốc tế cộng với chi phí nhập khẩu). Đạo luật này nhằm mục đích nâng cao hiệu quả của công ty dầu mỏ quốc doanh nhằm giảm giá nhiên liệu trong nước.

8. Hành vi kinh doanh có trách nhiệm (RBC)

Khái niệm Hành vi kinh doanh có trách nhiệm (RBC) còn khá mới đối với người sản xuất, người tiêu dùng và chính phủ. Chính phủ chưa xây dựng kế hoạch hành động quốc gia về RBC. Nhiều công ty đa quốc gia nâng cao nhận thức về RBC và có những đóng góp đáng kể trong việc thúc đẩy sự an toàn, quy định tốt hơn, môi trường làm việc tích cực và các hoạt động môi trường bền vững. Các công ty Hoa Kỳ đã chứng tỏ là những người đi đầu trong việc nâng cao nhận thức và đánh giá cao hơn về RBC ở Uruguay.

Người tiêu dùng có xu hướng chú ý đến hình ảnh RBC của các công ty, đặc biệt khi nó liên quan đến hoạt động của công ty với các tổ chức từ thiện địa phương hoặc các hoạt động vì cộng đồng. Đại học Công giáo (Đại học Catolica) có chương trình giám sát các vấn đề về RBC (<http://www.ucu.edu.uy/es/rse>). DERES (<https://deres.org.uy/english-brief/>) là tổ chức kinh doanh phi lợi nhuận nhằm thúc đẩy trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và hiện có hơn 120 công ty thành viên.

Không có mối lo ngại nào về nhân quyền hoặc quyền lao động liên quan đến RBC trong 5 năm qua.

Các vấn đề về môi trường

Chiến lược môi trường dài hạn của chính phủ được công bố vào tháng 12 năm 2021 và tập trung vào giảm thiểu và thích ứng với biến đổi khí hậu. Các quan chức chính phủ đánh giá rằng đầu tư tư nhân và nước ngoài là rất quan trọng cho sự thành công của chiến lược môi trường của họ. Sau Thỏa thuận Khí hậu Paris, Uruguay đã cam kết đạt được mục tiêu đầy tham vọng về trung hòa carbon vào năm 2050, bao gồm cả lượng khí thải metan và oxit nitơ ổn định trong lĩnh vực nông nghiệp.

Chiến lược môi trường năm 2021 của Uruguay bao gồm 115 biện pháp, nhiều biện pháp trong số đó nhằm đạt được các kết quả chính sách nhằm bảo tồn đa dạng sinh học và các lợi ích sinh thái mong muốn khác. Mỗi biện pháp đều có một báo cáo trước có thể được theo dõi tại https://visualizador.gobiernoabierto.gub.uy/visualizador/api/repos/%3Apublic%3Aorganismos%3Ambiente%3Avisualizador_cdn.wcdf/generatedContent.

Chính phủ đang dần dần đưa các biến số về môi trường vào các chính sách kinh tế công và thị trường vốn. Uruguay đang đề xuất tại các diễn đàn quốc tế, bao gồm Ngân hàng Thế giới và IMF, gán chi phí tài trợ của chính phủ với các chỉ số môi trường tiên tiến.

Không biết liệu các chính sách mua sắm của chính phủ có bao gồm các cân nhắc về môi trường và tăng trưởng xanh hay không.

9. Tham nhũng

Nhìn chung, các công ty nước ngoài không coi việc tham nhũng là một trở ngại cho đầu tư vào đất nước Uruguay. Ấn bản năm 2021 của Tổ chức Minh bạch Quốc tế về Chỉ số Nhận thức Tham nhũng đã xếp Uruguay là quốc gia có mức độ nhận thức về tham nhũng thấp nhất ở Châu Mỹ Latinh và Caribe, đồng thời xếp nước này là quốc gia minh bạch thứ hai ở Tây bán cầu, sau Canada.

Uruguay có luật ngăn chặn hối lộ và các hành vi tham nhũng khác (Số 17.060), và việc nhận hối lộ là trọng tội theo bộ luật hình sự của Uruguay. Chính phủ không khuyến khích cũng không ngăn cản các công ty tư nhân thiết lập các quy tắc ứng xử nội bộ.

Ủy ban Minh bạch và Đạo đức Công (được biết đến với tên viết tắt tiếng Tây Ban Nha là JUTEP) là cơ quan chính phủ chịu trách nhiệm giải quyết vấn đề tham nhũng trong khu vực công. Nó đã đạt được một số thành tựu hắt định trong những năm gần đây - đặc biệt là sau vụ việc kết thúc bằng việc Phó Tổng thống Uruguay từ chức vào năm 2017. Không có tổ chức phi chính phủ lớn nào tham gia điều tra tham nhũng.

Luật năm 2017 (số 19.574) đã thiết lập một khuôn khổ đầy đủ để chống rửa tiền và tài trợ khủng bố, đưa Uruguay đến việc tuân thủ các quy định của OECD và Liên hợp quốc, đồng thời coi tham nhũng là tội phạm. Uruguay đã ký và phê chuẩn Công ước chống tham nhũng của Liên hợp quốc. Nó không phải là thành viên của OECD và do đó không phải là thành viên của Công ước chống hối lộ của OECD.

Cơ quan Chính phủ chịu trách nhiệm chống tham nhũng:

Junta de Transparencia y Ética Publica

President Susana Signorino Barbat

Address: Rincon 528, 8th floor, ZC 11000

Tel: (598) 2917 0407

Email: secretaria@jutep.gub.uy

<https://www.gub.uy/junta-transparencia-etica-publica/institucional/estructura-del-organismo/junta-transparencia-etica-publica>

Chi nhánh của Tổ chức Minh bạch Quốc tế ở Uruguay:

<http://www.uruguaytransparente.uy>

10. Môi trường chính trị và an ninh

Uruguay là một nền dân chủ ổn định, trong đó việc tôn trọng pháp quyền và các cuộc tranh luận quốc gia minh bạch để giải quyết những khác biệt chính trị là điều bình thường. Phần lớn dân chúng cam kết không bạo động. Năm 2021, tạp chí Economist đã xếp hạng Uruguay là quốc gia “dân chủ hoàn toàn” duy nhất ở Nam Mỹ. Không có

trường hợp bạo lực chính trị hoặc thiệt hại nào đối với các dự án hoặc cơ sở đầu tư nước ngoài trong thập kỷ qua.

Mặc dù tội phạm bạo lực đã tăng lên mức lịch sử vào năm 2019 nhưng nó đã giảm trong hai năm qua. Vấn đề suy giảm an ninh của người dân là vấn đề trọng tâm trong cuộc bầu cử tổng thống năm 2019 và là ưu tiên hàng đầu của chính phủ hiện tại.

11. Chính sách và thông lệ lao động

Do tốc độ tăng trưởng kinh tế chững lại trong năm 2015-2019, tỷ lệ thất nghiệp tăng đáng kể và mức tăng lương ở mức vừa phải. Đại dịch Covid-19 khiến tình hình trở nên trầm trọng hơn vào năm 2020 nhưng thị trường lao động đã được cải thiện đáng kể vào năm 2021. Tính đến tháng 01 năm 2022, tỷ lệ thất nghiệp là 7,4%, thấp hơn mức trước đại dịch.

Luật và quy định lao động nghiêm cấm phân biệt đối xử trong việc làm và nghề nghiệp dựa trên chủng tộc, màu da, giới tính, tôn giáo, quan điểm chính trị, nguồn gốc quốc gia hoặc quyền công dân, nguồn gốc xã hội, khuyết tật, xu hướng tình dục hoặc bản dạng giới/cách thể hiện giới tính, tuổi tác, ngôn ngữ, tình trạng HIV hoặc các bệnh truyền nhiễm khác. Nhìn chung, chính phủ đã thực thi hiệu quả luật pháp và các quy định hiện hành, đồng thời các hình phạt cũng đủ để ngăn chặn hành vi vi phạm. Phòng Thanh tra Lao động và An sinh Xã hội của Bộ Lao động và An sinh Xã hội điều tra các khiếu nại về phân biệt đối xử và lạm dụng tại nơi làm việc của các thành viên công đoàn. Vui lòng tham khảo Báo cáo của Bộ Ngoại giao về Thực hành Nhân quyền ở Uruguay để biết thêm thông tin: <https://www.state.gov/reports/2020-country-reports-on-human-rights-practices/uruguay/>

Tỷ lệ thất nghiệp cao hơn về mặt cơ cấu trong giới trẻ, đặc biệt là ở phụ nữ trẻ. Tỷ lệ thất nghiệp cũng cao hơn về cơ cấu trong nhóm người gốc Phi và thay đổi đáng kể theo trình độ học vấn. Chính phủ báo cáo xu hướng giảm lao động phi chính thức trong 15 năm qua, xuống còn khoảng 22% thị trường lao động vào cuối năm 2021 và Ủy ban Kinh tế của Liên hợp quốc về châu Mỹ Latinh và Caribe (ECLAC) xếp Uruguay là có tỷ lệ thấp nhất trong số 16 nước Mỹ Latinh. Trong những năm gần đây, số lượng lao động nhập cư từ Venezuela, Cuba và Cộng hòa Dominica đã gia tăng đáng kể.

Chất lượng suy giảm của hệ thống giáo dục công của Uruguay có thể hạn chế số lượng lao động có trình độ sẵn có trong trung và dài hạn. Có sự thiếu hụt cơ cấu lao động trong lĩnh vực CNTT và các ngành kỹ thuật chuyên ngành khác.

Hệ thống lao động của Uruguay tuân thủ luật pháp và thực thi với hầu hết các tiêu chuẩn lao động quốc tế. Hiến pháp Uruguay và các luật hỗ trợ đảm bảo cho người lao động quyền tổ chức, đình công và tham gia các hoạt động công đoàn mà không sợ bị sa thải. Uruguay đã phê chuẩn nhiều công ước của Tổ chức Lao động Quốc tế nhằm bảo vệ quyền của người lao động và thường tuân thủ các quy định của họ.

Các chủ doanh nghiệp và nhà quản lý trong và ngoài nước thường mô tả luật lao động địa phương là cứng nhắc và nặng nề. Uruguay xếp thứ 108 (trong số 141 quốc gia) về chỉ số linh hoạt của thị trường lao động theo Chỉ số năng lực cạnh tranh toàn cầu của Diễn đàn kinh tế thế giới năm 2019. Nó cũng xếp thứ 141 trong chỉ số phụ “tính linh hoạt của việc xác định tiền lương”.

Một số liên đoàn lao động tán thành mạnh mẽ các quan điểm tư tưởng của cánh tả, “chống chủ nghĩa đế quốc” và chống tư bản chủ nghĩa. Uruguay xếp thứ 138 (trong số 141 quốc gia) về “hợp tác trong quan hệ người lao động-người sử dụng lao động” trong Chỉ số cạnh tranh toàn cầu của Diễn đàn kinh tế thế giới năm 2019.

Nhiều nhà đầu tư nước ngoài báo cáo tỷ lệ nhân viên vắng mặt cao và dẫn đến tỷ lệ năng suất thấp hơn mức trung bình. Năng suất không được đưa vào các cuộc đàm phán diễn ra tại Hội đồng tiền lương quốc gia nhằm xác định các chính sách điều chỉnh tiền lương trên toàn ngành.

Các công đoàn lao động độc lập với chính phủ, mặc dù họ có mối quan hệ chặt chẽ về mặt chính trị với liên minh cánh tả Frente Amplio, cầm quyền từ tháng 3 năm 2005 đến tháng 02 năm 2020. Số công đoàn đã tăng gấp bốn lần từ khoảng 110.000 vào năm 2003 lên hơn 400.000 vào năm 2018 (gần một phần tư của người lao động có việc làm) và đặc biệt cao trong khu vực công và một số khu vực tư nhân, như xây dựng, công nghiệp kim loại và ngân hàng.

Chính quyền Frente Amplio cầm

quyền trong giai đoạn 2005-2020 đã thông qua 30 luật lao động: thúc đẩy và bảo vệ các công đoàn lao động; khôi phục thương lượng tập thể; hoạt động gia công được quy định; quy định về thời gian làm việc trong các hoạt động ở nông thôn; kéo dài thời hạn để đòi quyền lợi cho người lao động; hạn chế việc trục xuất những người lao động chiếm giữ nơi làm việc; và áp đặt các biện pháp trừng phạt hình sự đối với những

người sử dụng lao động không áp dụng các tiêu chuẩn an toàn trong công ty của họ. Năm 2020, chính quyền mới đã đưa vào một điều khoản trong Luật số 19.889 quy định về việc thực hiện quyền đình công một cách hòa bình, cùng với quyền của những người không đình công được tiếp cận và làm việc tại các cơ sở tương ứng của họ cũng như quyền quản lý các công ty để có thể tự do vào cơ sở của họ. Chính phủ cho rằng sự thay đổi này là cần thiết để tuân thủ yêu cầu lâu dài của ILO và chỉ đạo Bộ Nội vụ thực thi quy định này.

Thương lượng tập thể được thực hiện ở Uruguay. Hội đồng tiền lương có trách nhiệm đánh giá mức tăng lương hàng năm ở cấp ngành. Sau đó, các hội đồng sẽ áp dụng mức tăng lương đã thỏa thuận cho tất cả các doanh nghiệp riêng lẻ trong ngành, bất kể quy mô hoặc vị trí địa lý của họ. Hội đồng bao gồm một ban gồm ba đảng, bao gồm đại diện từ các công đoàn, người sử dụng lao động và chính phủ. Nếu công đoàn và người sử dụng lao động không đạt được thỏa thuận để xác định mức tăng lương, chính phủ sẽ đưa ra quyết định cuối cùng.

Các điều khoản về lao động được áp dụng trên diện rộng và chính phủ thường không cấp miễn trừ để thu hút hoặc duy trì đầu tư. Ngoại trừ lĩnh vực xây dựng, chi trả an sinh xã hội xấp xỉ 13% lương cơ bản của người lao động. Bao gồm bảo hiểm chăm sóc sức khỏe, an sinh xã hội và các khoản phí khác, người sử dụng lao động phải trả khoảng 40% tổng lương cơ bản của người lao động cho chính phủ. Ngoài ra, còn có tiền thưởng hàng năm bắt buộc và tiền nghỉ lễ, dẫn đến việc người sử dụng lao động phải trả tương đương 14 tháng lương cho mỗi nhân viên mỗi năm.

Luật lao động không phân biệt giữa cắt giảm lao động và sa thải trừ khi việc sa thải là “có lý do”. Người sử dụng lao động phải trả lương cho người lao động bị sa thải 01 tháng cho mỗi năm làm việc với thời hạn tối đa là 06 tháng, trừ trường hợp sa thải “có lý do”. Việc sa thải thường dẫn đến xung đột lao động, ngay cả khi việc sa thải là cần thiết để điều chỉnh việc làm cho phù hợp với điều kiện thị trường biến động. Bảo hiểm thất nghiệp trả cho người lao động 1% tiền lương của họ trong tối đa 06 tháng. Trước đây, chính phủ đã gia hạn thời hạn bảo hiểm thất nghiệp cho một nhóm người lao động bị sa thải. Trong các phiên tòa xét xử lao động, cơ quan tư pháp có xu hướng ra phán quyết có lợi cho người lao động, cho rằng người lao động là bên thiệt thòi.

Điều 393 của luật cải cách tổng hợp năm 2020 được đề cập đã thành lập một ủy ban nghiên cứu và đề xuất cải cách hệ thống an sinh xã hội của Uruguay.

Tháng 6 năm 2020, Uruguay trở thành quốc gia đầu tiên trên thế giới phê chuẩn Công ước 190 của ILO, trong đó công nhận bạo lực và quấy rối tại nơi làm việc là vi phạm nhân quyền.

12. Thống kê đầu tư trực tiếp nước ngoài

Nguồn và điểm đến của FDI (Sources and Destination of FDI)

Đầu tư trực tiếp từ/ trong Dữ liệu Kinh tế Đối chiếu (2020)					
Từ top 5 nguồn FDI/ Đến top 5 Điểm đến FDI (Triệu USD)					
Dòng vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài			Dòng vốn đầu tư trực tiếp ra nước ngoài		
Tổng vốn đầu tư vào	29.642	100%	Tổng vốn đầu tư ra nước ngoài	N/A	N/A
Tây Ban Nha	5.911	20%	N/A	N/A	N/A
Argentina	4.533	15%	N/A	N/A	N/A
Thụy Sĩ	3.483	12%	N/A	N/A	N/A
Hoa Kỳ	2.248	8%	N/A	N/A	N/A
Hà Lan	2.044	7%	N/A	N/A	N/A

(Nguồn: Source: IMF Coordinated Direct Investment Survey)

CHƯƠNG 4: QUY ĐỊNH THƯƠNG MẠI, THUẾ VÀ HẢI QUAN

1. Rào cản thương mại

Uruguay có chế độ thương mại và đầu tư tương đối cởi mở và đáng tin cậy với ít hạn chế biên giới và hạn chế sử dụng các biện pháp phi thuế quan. Chiến lược thương mại của nước này tập trung vào tự do hóa thương mại và đầu tư ở cả cấp quốc gia, khu vực và đa phương.

Tuy nhiên, thuế nhập khẩu tương đối cao so với các nước khác và điều này làm tăng giá sản phẩm nước ngoài. Đánh thuế nhập khẩu nhằm mục đích tăng doanh thu, chứ không phải bảo vệ sản xuất trong nước do trình độ sản xuất ở Uruguay thấp.

Các sản phẩm có nguồn gốc từ Hoa Kỳ phải tuân theo Thuế quan bên ngoài chung (CET) do Mercosur đặt ra với phạm vi từ 0% đến 35% dựa trên giá trị CIF của sản phẩm. Các sản phẩm có nguồn gốc từ Mercosur thâm nhập vào thị trường Uruguay với thuế suất 0% và có chi phí logistics thấp hơn, mang lại lợi thế cho những sản phẩm này trong khu vực.

2. Thuế nhập khẩu

Nhiều hàng hóa vào Uruguay từ các nước Mercosur. Thuế quan bên ngoài chung (CET) của Mercosur đối với hàng nhập khẩu từ các nước không phải là thành viên có hiệu lực vào năm 1995. Nguyên tắc chung của Mercosur là áp dụng mức CET cao hơn đối với hàng nhập khẩu có giá trị gia tăng cao hơn. Có rất nhiều trường hợp ngoại lệ theo lĩnh vực và quốc gia đối với Thuế quan bên ngoài chung của Mercosur. Các trường hợp ngoại lệ theo lĩnh vực áp dụng cho tư liệu sản xuất, công nghệ thông tin và hàng hóa viễn thông. Ở cấp quốc gia, mỗi thành viên Mercosur có thể được miễn CET một số lượng hàng hóa nhất định. Những miễn trừ này và một số chế độ nhập khẩu đặc biệt ở các nước thành viên đã làm xói mòn đáng kể tính đồng nhất của CET của khối Mercosur cũng thiếu các cơ chế khác để trở thành một liên minh hải quan hiệu quả, chẳng hạn như cơ chế phân bổ nguồn thu từ thuế quan. Vì vậy, hàng hóa nhập khẩu vào một nước Mercosur phải nộp một khoản thuế khác nếu tái xuất khẩu sang một nước thành viên khác.

Ngày 20/7/2022, Hội đồng Thị trường chung đã thông qua Quyết định số 8/2022 của CMC về việc giảm Thuế quan chung bên ngoài (AEC) cho gần 6.900 mã HS. Nó cho phép các quốc gia thành viên giảm 10% thuế nhập khẩu đối với một nhóm mặt hàng bổ sung trong danh sách ngoại lệ. Các mặt hàng có mức thuế CET hiện tại là 2% có thể giảm xuống 0%. Với những sửa đổi này, mức thuế CET trung bình từ 8,5% đã giảm xuống còn 7,1%. Các mã HS có mức thuế CET 0% tăng từ 746 mặt hàng lên 2.869 mặt hàng.

Cơ cấu thuế quan của Uruguay bao gồm 19 mức thuế suất từ 0% đến 35%. Tổ chức Thương mại Thế giới báo cáo rằng Uruguay đã xác định mức thuế suất, cho phép 1.674 mặt hàng nhập khẩu mà không cần đánh thuế. Các sản phẩm bị áp thuế trên 20% là dầu hướng dương, dầu bạch đậu khấu; dầu đậu nành, bơ thực vật và các loại dầu, mỡ thực vật cố định khác; sữa và kem; phô mai trắng Mozzarella của Ý; đường mía hoặc củ cải đường; trái cây và các loại hạt; giày đế cao su; và phương tiện có động cơ để vận chuyển hành khách và hàng hóa. Hầu hết các sản phẩm này đều nằm trong danh sách ngoại lệ quốc gia của Uruguay đối với thuế quan CET hoặc là những sản phẩm được thuế quan CET tạm thời sửa đổi. Cấu trúc thuế quan của Uruguay có sẵn trên trang web của Bộ Kinh tế (<https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/nomenclatura-aranceles-uruguay-0>). Uruguay áp dụng thuế ưu đãi đối với một số mặt hàng nhập khẩu, chẳng hạn như thiết bị nông nghiệp và khách sạn, tư liệu sản xuất và hàng hóa cho các dự án đã được công bố là có lợi cho quốc gia. Những hàng hóa này cũng được miễn thuế.

Để biết thuế suất của hàng hóa, hãy sử dụng Công cụ tra cứu thuế quan trong cơ sở dữ liệu thông tin hải quan (<https://www.trade.gov/customs-info-database-user-guide>).

3. Chính sách nhập khẩu

Yêu cầu và tài liệu nhập khẩu

Chỉ các công ty thương mại, công ty công nghiệp hoặc cá nhân có tên trong danh sách đăng ký nhà nhập khẩu mới có thể nhập khẩu sản phẩm hợp pháp vào Uruguay. Cần có hóa đơn chiếu lệ để bắt đầu thủ tục nhập khẩu và nhà nhập khẩu phải sử dụng đại lý để xử lý quá trình thông quan. Đại lý có trách nhiệm cấp tờ khai hải quan nhập khẩu và gửi tờ khai điện tử cho Tổng cục Hải quan Quốc gia trước khi hàng hóa đến Uruguay. Các chứng từ mà Tổng cục Hải quan Quốc gia yêu cầu là hóa đơn thương mại, (các) chứng từ vận chuyển và giấy chứng nhận xuất xứ. Nhà nhập khẩu cũng

thường yêu cầu danh sách đóng gói, xác định vị trí của các đơn vị khác nhau trong lô hàng. Quốc gia có thể yêu cầu các chứng chỉ khác tùy theo loại sản phẩm (Mã HS).

4. Nhãn mác và các yêu cầu ghi nhãn

Các sản phẩm vào Uruguay phải tuân thủ tất cả luật pháp quốc gia cũng như luật pháp Mercosur đã được Uruguay thông qua. Các bộ ngành cũng có quyền thiết lập các quy định về ghi nhãn và kiểm tra.

Phòng thí nghiệm Tecnológico del Uruguay (LATU, phòng thí nghiệm kỹ thuật của Uruguay), Bộ Y tế Công cộng và các bộ ngành kiểm soát các yêu cầu ghi nhãn và nhãn mác đối với tất cả các sản phẩm nhập khẩu. Các sản phẩm như dệt may, thực phẩm, giày dép, thiết bị y tế, dược phẩm, thuốc trừ sâu, thuốc lá và mỹ phẩm đều có những yêu cầu ghi nhãn cụ thể riêng.

Yêu cầu ghi nhãn đối với thực phẩm được thiết lập theo Nghị định 315/94, 41/92 và 41/93. Theo luật, nhãn mác phải bằng tiếng Tây Ban Nha, có danh sách thành phần hoặc thành phần của sản phẩm, nước xuất xứ, ngày hết hạn, trọng lượng tịnh cũng như tên và địa chỉ đầy đủ của nhà sản xuất và nhà nhập khẩu cùng với hướng dẫn chuẩn bị. Chính quyền tỉnh Montevideo cũng quy định cách thể hiện các yêu cầu khác nhau trên nhãn.

Sản phẩm nhập khẩu có thể có nhãn gốc của quốc gia/ngôn ngữ xuất xứ nhưng cũng phải có nhãn dán hoặc nhãn dính kèm trên bao bì với các thông tin theo yêu cầu của cơ quan chức năng Uruguay. Sách hướng dẫn, tài liệu về sản phẩm và các tài liệu bằng văn bản khác, tuy không bắt buộc, nhưng sẽ hữu ích hơn nếu được viết bằng tiếng Tây Ban Nha. Luật bảo vệ người tiêu dùng được thông qua năm 2000 quy định các yêu cầu ghi nhãn. Các công ty có thể điều chỉnh nhãn mác của mình cho phù hợp với tiêu chuẩn địa phương sẽ có lợi thế cạnh tranh.

Kể từ tháng 02 năm 2018, luật ghi nhãn thực phẩm của các cơ quan (chính quyền địa phương) đã được ban hành bắt buộc phải ghi nhãn các sản phẩm thực phẩm có chứa sinh vật biến đổi gen (GMO). Các phòng thí nghiệm tư nhân và Phòng thí nghiệm truy xuất nguồn gốc phân tử thực phẩm tại University of the Republic tiến hành thử nghiệm các thành phần GMO trong thực phẩm.

Năm 2018, Uruguay đã ban hành nghị định 272/18 quy định nhãn thực phẩm đóng gói phải cho biết thực phẩm đó có hàm lượng chất béo, đường, natri hoặc chất béo chuyển

hóa cao hay không. Nghị định bắt đầu thực thi và có hiệu lực vào tháng 02 năm 2021, phù hợp với tiêu chuẩn ghi nhãn theo quy định ghi nhãn thực phẩm của Mercosur. Uruguay là quốc gia thứ hai ở Mỹ Latinh sau Chile thực hiện bắt buộc dán nhãn thực phẩm đối với các sản phẩm chứa nhiều chất béo, natri và đường và muốn trở thành quốc gia tham khảo cho các quốc gia Mercosur về chủ đề này.

5. Tạm nhập

Sản phẩm có thể được nhập khẩu theo các điều khoản tạm nhập hoặc hạn chế. Sản phẩm nhập khẩu theo quy định tạm thời được miễn thuế nhập khẩu nhưng phải tái xuất khẩu trong vòng 18 tháng. Tạm nhập là để gia công, lắp ráp, chuyển đổi hoặc tích hợp các đầu vào nhập khẩu vào khâu sản xuất cuối cùng của hàng xuất khẩu. Hệ thống bao gồm: nguyên liệu thô; các bộ phận và phụ kiện; động cơ, bao bì và vật liệu đóng gói; khuôn mẫu và mô hình; hàng hóa trung gian; những sản phẩm nông nghiệp; và các sản phẩm là một phần của quá trình sản xuất.

Cơ chế này cũng áp dụng cho các sản phẩm được nhập khẩu trong thời gian ngắn với mục đích cụ thể và sau đó được xuất khẩu, ví dụ như vật liệu để dựng khán đài trong các sự kiện quốc tế hoặc ô tô cho các cuộc đua quốc tế.

6. Hàng hóa nhập khẩu bị cấm và hạn chế

Đôi khi, chính phủ cấm nhập khẩu một số mặt hàng thực phẩm và thức ăn cho vật nuôi có chứa các thành phần bị cấm hoặc có nguồn gốc từ các khu vực bị Tổ chức Y tế Thế giới cấm.

Uruguay cấm hoàn toàn một số sản phẩm như: nước sơn có lượng chì dư thừa; thuốc trừ sâu gốc clo hữu cơ; kali bromat dùng làm thực phẩm; ô tô đã qua sử dụng; amiăng hoặc sản phẩm có chứa amiăng; và một số loại thuốc trừ sâu-thuốc diệt cỏ.

Chính phủ đã bãi bỏ hạn ngạch nhập khẩu vào giữa những năm 1970 và giảm đáng kể các rào cản phi thuế quan, bao gồm giá tham chiếu và giá nhập khẩu tối thiểu, vào những năm 1990. Nó loại bỏ giá tham chiếu và một số giá xuất khẩu tối thiểu còn lại vào năm 1994 và 2002.

Uruguay áp dụng giấy phép nhập khẩu không tự động đối với một số sản phẩm như xe có động cơ, đường, axit axetic, dệt may, giày dép và thép dùng trong xây dựng. Các nhà nhập khẩu nên yêu cầu giấy phép trước khi sản phẩm đến Uruguay để tránh chi

phí lưu bãi tại các địa điểm nhập khẩu. Giấy phép nhập khẩu có giá trị trong 60 ngày (90 ngày đối với xe cơ giới) sau khi được phê duyệt.

Để biết thông tin chi tiết về các rào cản nhập khẩu, vui lòng tham khảo đánh giá chính sách thương mại WTO của Uruguay (https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/tp363_e.htm).

7. Các tiêu chuẩn đối với thương mại

Tổng quan

Hiệp hội tiêu chuẩn Mercosur (Trong tiếng Tây Ban Nha là Asociación Mercosur de Normalización hay “AMN”) bao gồm các cơ quan thiết lập tiêu chuẩn từ Argentina, Brazil, Paraguay và Uruguay. Ban thư ký điều hành của AMN có trụ sở tại San Paulo, Brazil và các tiêu chuẩn phát triển và hài hòa giữa các quốc gia thành viên. AMN phát triển các tiêu chuẩn tự nguyện thông qua 16 ủy ban kỹ thuật và hài hòa các quy định kỹ thuật khu vực với chính phủ Mercosur. Các nhóm làm việc riêng biệt cho lĩnh vực viễn thông và chăm sóc sức khỏe tập trung vào các quy định cụ thể của ngành. Các quy định của Mercosur đã được phê duyệt không tự động áp dụng ở mỗi quốc gia; mỗi quốc gia phải thông qua các quy định hài hòa để có thể áp dụng được. Các quốc gia thành viên thường áp dụng tất cả các quy định của Mercosur, mặc dù với tốc độ khác nhau.

Tại Uruguay, UNIT thực hiện thiết lập các tiêu chuẩn kỹ thuật và quy trình chứng nhận và là đại diện độc quyền của ISO (Tổ chức Tiêu chuẩn hóa Quốc tế), IEC (Ủy ban Kỹ thuật Điện Quốc tế) và Hội đồng Chất lượng Thế giới (WQC) tại Uruguay.

UNIT chủ yếu chuyển đổi các tiêu chuẩn được phát triển bởi các tổ chức khác như ISO, IEC và Chuỗi đánh giá an toàn và sức khỏe nghề nghiệp (OHSAS) cho hệ thống tiêu chuẩn hóa quốc gia. OHSAS là tiêu chuẩn của Anh về hệ thống quản lý an toàn và sức khỏe nghề nghiệp.

Tiêu chuẩn

LATU (Laboratorio Tecnológico del Uruguay) là cơ quan được phê duyệt chính thức, kiểm soát các tiêu chuẩn và kiểm soát chất lượng hàng nhập khẩu và xuất khẩu. Ủy ban chất lượng quốc gia xem xét và đề xuất cấp chứng chỉ ISO 9000/9001, nếu cần thiết. Có sự kết hợp giữa các tiêu chuẩn ở Uruguay. Gần đây, Cơ quan Tiêu chuẩn An toàn Ô tô (UNASEV) đã thông qua các tiêu chuẩn an toàn phương tiện của EU, tuy nhiên họ cũng sẵn sàng kết hợp các tiêu chuẩn an toàn ô tô từ Hoa Kỳ và các quốc gia khác.

Thử nghiệm, kiểm tra và chứng nhận

LATU (Laboratorio Tecnológico del Uruguay) là cơ quan được phê duyệt chính thức, kiểm soát các tiêu chuẩn và kiểm soát chất lượng hàng nhập khẩu và xuất khẩu. Ủy ban chất lượng quốc gia xem xét và đề xuất cấp chứng chỉ ISO 9000/9001, nếu cần thiết.

Công bố quy chuẩn kỹ thuật

Công báo quốc gia công bố các quy định mới là Diario Oficial. Thời gian lấy ý kiến cho một quy định mới có thể thay đổi nhưng thường là 2-3 tháng. Các thực thể Hoa Kỳ có thể đưa ra ý kiến bằng cách liên hệ với đơn vị hoặc Bộ đứng đầu sáng kiến này. Để liên hệ, bạn có thể liên hệ với Cơ quan Thương mại ở Montevideo tại Office.Montevideo@state.gov.

Sử dụng ePing để xem xét các quy định kỹ thuật và quy trình đánh giá sự phù hợp được đề xuất

Nền tảng ePing SPS&TBT (<https://epingalert.org/>), hay “ePing”, cung cấp quyền truy cập vào các thông báo do các Thành viên WTO đưa ra theo Hiệp định về các biện pháp vệ sinh và kiểm dịch thực vật (SPS - https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/15sps_01_e.htm) và Rào cản kỹ thuật trong thương mại (TBT- https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/17-tbt_e.htm), được phân bổ bởi WTO từ ngày 16/01/1995 đến nay. ePing được cung cấp miễn phí cho tất cả các bên liên quan và không yêu cầu đăng ký trừ khi người dùng muốn nhận thông báo qua email. Sử dụng nó để duyệt các thông báo về các quy định dự thảo và cập nhật về sản phẩm trước đây cũng như dự thảo mới, các tiêu chuẩn và quy định về an toàn thực phẩm và sức khỏe động thực vật, tìm thông tin về các mối quan ngại thương mại được thảo luận trong các Ủy ban SPS và TBT của WTO, tìm thông tin về các Điểm hỏi đáp SPS/TBT và các cơ quan thông báo, đồng thời theo dõi và xem xét các thông báo hiện tại và trước đây liên quan đến các biện pháp quản lý đối với sản phẩm, bao bì, ghi nhãn, an toàn thực phẩm và các biện pháp sức khỏe động thực vật tại các thị trường quan tâm.

8. Quy định hải quan và các tài liệu cần thiết

Quy định hải quan

Ở cấp quốc gia, Tổng cục Hải quan Quốc gia (Dirección Nacional de Aduanas, DNA) áp dụng, thu và kiểm soát thuế theo luật hải quan của Uruguay. DNA trực thuộc Bộ

Kinh tế và Tài chính; nó quy định tất cả các quy định hải quan và kiểm soát các giao dịch xuất nhập khẩu.

Mọi thông tin hoặc thắc mắc liên quan đến hải quan, vui lòng liên hệ:

Dirección Nacional de Aduanas - <https://www.aduanas.gub.uy/>

Rambla 25 de Agosto 199 | ĐT: 2 915 00 07 | info@aduanas.gub.uy

Năm 2010, Mercosur đã phê duyệt mã hải quan Mercosur có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2012, trở thành cơ sở cho việc ban hành mã hải quan mới của Uruguay (CAROU). CAROU có hiệu lực vào tháng 3 năm 2015 và sửa đổi luật hải quan của nước này để phù hợp với Bộ luật hải quan Mercosur (CAM).

Uruguay đã tạo ra một hệ thống một cửa cho thương mại quốc tế vào năm 2014. Cơ chế này cho phép người dùng tối ưu hóa và thống nhất thông tin điện tử và tài liệu trong một công duy nhất để tuân thủ tất cả các thủ tục nhập khẩu, xuất khẩu và quá cảnh.

9. Các hiệp định thương mại

Ngoài việc là thành viên của WTO, Uruguay còn là thành viên của Hiệp hội Hội nhập Mỹ Latinh (viết tắt trong tiếng Tây Ban Nha: ALADI) và Mercosur. Mặc dù Hiệp định khung đầu tư thương mại (TIFA) tồn tại với Hoa Kỳ nhưng Uruguay và Hoa Kỳ không có Hiệp định thương mại tự do.

ALADI

ALADI là một hiệp hội thương mại có trụ sở tại Montevideo bao gồm 10 quốc gia Nam Mỹ cộng với Cuba, Mexico và Panama. Theo các hiệp định kinh tế của ALADI, Uruguay được hưởng và cấp quyền tiếp cận ưu đãi đặc biệt trong thương mại với Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Mexico, Peru và Venezuela. Cơ chế ưu đãi thuế quan chung khu vực (PAR, viết tắt bằng tiếng Tây Ban Nha) của ALADI áp dụng cho hàng hóa được giao dịch giữa tất cả các quốc gia thành viên dẫn đến giảm tỷ lệ thuế quan áp dụng.

MERCOSUR

Uruguay là thành viên sáng lập của Mercosur, thị trường chung Southern Cone bao gồm Argentina, Brazil, Paraguay và Venezuela (Venezuela đã bị đình chỉ hoạt động tại Mercosur vào tháng 12 năm 2016 vì không đáp ứng các yêu cầu thành viên). Mercosur

có hiệu lực vào tháng 01 năm 1991 và sau đó là Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador và Peru tham gia hiệp ước với tư cách là thành viên liên kết. Trụ sở chính và quốc hội của Mercosur được đặt tại Montevideo.

Mercosur - Cộng đồng các quốc gia Andean (Bolivia, Colombia, Ecuador và Peru)

Thỏa thuận giữa hai tổ chức này (Acuerdo de Complementación Económica số 59) có hiệu lực vào tháng 10 năm 2004 với mục tiêu tự do hóa 80% thương mại giữa các khối.

Mercosur - Mexico

Tháng 7 năm 2004, Mercosur chấp nhận Mexico là “quốc gia quan sát viên” trong khối, nhằm đưa nước này trở thành thành viên liên kết trong tương lai.

Mercosur - Liên minh châu Âu

Sau hơn 20 năm đàm phán, Mercosur và Liên minh Châu Âu đã kết thúc một hiệp định thương mại toàn diện vào tháng 6 năm 2019. Trước khi có hiệu lực, Nghị viện Châu Âu và nghị viện của từng quốc gia Mercosur phải phê chuẩn hiệp định. Theo Thỏa thuận, Mercosur sẽ xóa bỏ thuế đối với 91% hàng hóa nhập khẩu từ EU, bao gồm các mặt hàng xuất khẩu chính như ô tô (35%) và máy móc. Đổi lại, EU sẽ miễn thuế đối với 95% hàng hóa nhập khẩu từ Mercosur, cùng với 83% hàng nông sản nhập khẩu.

Hiện chưa rõ khi nào và liệu thỏa thuận này có được phê chuẩn hay không. Ngày càng nhiều quốc gia thành viên EU bày tỏ sự dè dặt về việc phê chuẩn thỏa thuận do những lo ngại về nông nghiệp và môi trường. Tuy nhiên, dựa trên báo chí đưa tin, việc xung đột giữa Nga và Ukraine có thể đã làm sống lại các cuộc đàm phán, với một số diễn biến tiềm tàng vào năm 2023.

Mercosur - EFTA

Năm 2019, Mercosur cũng đã chốt thỏa thuận thương mại với EFTA (Hiệp hội Thương mại Tự do Châu Âu - Iceland, Liechtenstein, Na Uy và Thụy Sĩ). Một trong những kết quả đáng chú ý nhất là việc cắt giảm và xóa bỏ thuế quan đối với hàng nông sản, hàng nông sản chế biến. EFTA cũng cấp hạn ngạch tiếp cận độc quyền cho Mercosur đối với thịt, mật ong, gạo, rượu vang và dầu ô liu.

Liên minh thuế quan Mercosur - Nam Phi

Tháng 12 năm 2000, các nước sáng lập Mercosur (Argentina, Brazil, Paraguay và Uruguay) đã ký một thỏa thuận khung hướng tới việc thành lập một khu vực thương mại tự do giữa Mercosur và Liên minh Hải quan Nam Phi (Botswana, Lesotho, Namibia, Nam Phi và Swaziland). Năm 2016, một hiệp định thương mại ưu đãi có hiệu lực.

Năm 2019, Mercosur cũng đạt được tiến bộ trong đàm phán với các đối tác khác như Hàn Quốc, Canada, Singapore với mục tiêu đạt được các hiệp định thương mại với các thị trường có tiềm năng thương mại cao. Mercosur đã ký kết các FTA với các quốc gia khác như Ai Cập (có hiệu lực từ tháng 9/2017) và Israel (có hiệu lực từ tháng 12/2009).

Các hiệp định thương mại tự do

Năm 2004, Uruguay và Mexico đã tăng cường thỏa thuận năm 1999, dẫn đến thỏa thuận thương mại toàn diện đầu tiên của Uruguay với một quốc gia không thuộc Mercosur. Tháng 4 năm 2019, Uruguay và Chile đã phê chuẩn một hiệp định thương mại tự do mở rộng dựa trên hiệp định hiện có.

Trong thập kỷ qua, Uruguay đã phải đối mặt với những vấn đề lớn trong xuất khẩu sang Argentina do hạn chế nhập khẩu và đã đa dạng hóa xuất khẩu khỏi các đối tác Mercosur. Ngoài Mercosur còn có các hiệp định song phương riêng biệt với Argentina và Brazil quy định quản lý thương mại đối với một số sản phẩm, chủ yếu là xe cộ.

Năm 2021, Chính phủ Uruguay tuyên bố mong muốn đàm phán các Hiệp định Thương mại Tự do với Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa (PRC) và Thổ Nhĩ Kỳ. Tháng 7 năm 2022, GOU thông báo rằng họ đã hoàn tất nghiên cứu tiền khả thi và sẵn sàng tiến hành đàm phán FTA với Trung Quốc, bất chấp những lo ngại từ các đối tác của Mercosur.

Tháng 4 năm 2022, GOU đã ký các điều khoản tham chiếu cho một FTA tiềm năng với Thổ Nhĩ Kỳ, trong đó bao gồm một thỏa thuận bảo hộ và xúc tiến đầu tư chung.

Muốn biết rõ và chi tiết về thuế của Uruguay, các doanh nghiệp có thể vào trang website: <https://taxsummaries.pwc.com/uruguay/corporate/other-taxes>.

Tìm hiểu các quy định về xuất nhập khẩu ở Uruguay: <https://www.bizlatinhub.com/understanding-regulations-to-import-and-export-in-uruguay/>

CHƯƠNG 5: CÁC KÊNH PHÂN PHỐI VÀ BÁN HÀNG

1. Kênh phân phối và bán hàng

Tất cả các kênh nhập khẩu thông thường đều tồn tại ở Uruguay, bao gồm các đại lý, nhà phân phối, nhà nhập khẩu, công ty thương mại, công ty con và chi nhánh của các công ty nước ngoài. Các cửa hàng bán hàng thường là các cửa hàng truyền thống và siêu thị. Rất ít các hoạt động bán hàng giảm giá ở Uruguay.

Montevideo là thủ đô của Uruguay, thành phố lớn nhất và trung tâm thương mại lớn nhất của Uruguay. Hầu hết các công ty đều đặt trụ sở chính và trung tâm phân phối ở Montevideo hoặc các khu vực ngoại thành của nó. Nhiều công ty quốc tế sử dụng cơ chế cảng/sân bay miễn thuế và các khu thương mại tự do làm trung tâm phân phối quốc gia và khu vực.

Uruguay đã thăng hạng trong bảng xếp hạng toàn cầu về mức độ hấp dẫn của lĩnh vực bán lẻ, chiếm vị trí thứ ba, theo Chỉ số Phát triển Bán lẻ Toàn cầu của AT Kearney (AT Kearney's Global Retail Development Index). Các động lực phát triển kinh doanh trong ngành xuất phát từ bối cảnh vốn nước ngoài và các thương hiệu đang phát triển trong nước, bên cạnh động lực mua bán sáp nhập mạnh mẽ giữa các chuỗi siêu thị hàng đầu trong nước.

Khu vực thương mại chính của đất nước nằm ở Montevideo và khu vực ngoại thành của nó. Các trung tâm mua sắm lớn gần đây đều có thể tìm thấy ở Montevideo: "3 Cruces Shopping", "Punta Carretas Shopping", "Montevideo Shopping", "Portones Shopping". Các khu vực thương mại quan trọng khác là: Punta del Este, Paysandu, Salto và Colonia.

Mạng lưới phân phối truyền thống là các cửa hàng nhỏ, đúng hơn là các doanh nghiệp gia đình trải rộng khắp cả nước. Điển hình của nhà bán buôn và hệ thống phân phối hiện đại bị chi phối bởi các nhà nhập khẩu - phân phối cung cấp các chuỗi bán lẻ lớn và các nhà bán lẻ nhỏ hơn. Thị trường phân phối hiện đại bao gồm 3 người chơi: Disco, Devoto et Tienda Inglesa. Chỉ có một siêu thị duy nhất, Groupe Casino, thuộc sở hữu của cùng một tập đoàn người Pháp. Mô hình nhượng quyền bắt đầu được phát triển trong nước.

Bán thành phẩm hoặc thành phẩm công nghiệp được điều hành bởi các đại lý phân phối (không có chuỗi phân phối chuyên biệt).

Luật thuế của Uruguay đã thu hút nhiều khoản đầu tư tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của ngành bán lẻ. Sự tăng trưởng đạt được khi chính phủ mở cửa thị trường cho các siêu thị và đại siêu thị vào năm 2009. Theo dữ liệu của Euromonitor, thị trường siêu thị và cửa hàng bách hóa ở Uruguay bao gồm gần 30.000 cửa hàng. Hơn nữa, các siêu thị nhỏ và độc lập chiếm 67% doanh thu, trong khi 33% còn lại tương ứng với các siêu thị lớn.

Tiên phong của thị trường là Disco SA và Ta-Ta SA đã nhanh chóng đầu tư vào phân khúc thị trường này. Disco nhắm đến các khu vực đông dân cư, thu nhập thấp ở Montevideo, trong khi Ta-Ta hoạt động tích cực hơn ở sâu nội địa nơi nó ít gặp phải sự cạnh tranh hơn. Các đối thủ cạnh tranh nhỏ bao gồm Supermercados Devoto Hnos SA, Tienda Inglesa và Multi Ahorro. Sau khi thiết lập sự hiện diện mạnh mẽ trong lĩnh vực siêu thị, Disco và Ta-Ta hiện đang đầu tư mạnh vào các trung tâm mua sắm nhằm củng cố quyền kiểm soát lĩnh vực bán lẻ.

Các công ty đa quốc gia sở hữu phần lớn các chuỗi bán lẻ lớn. Tập đoàn Disco-Dévoto lớn nhất vì sở hữu các siêu thị DISCO (27 chi nhánh), DEVOTO (25 chi nhánh) và đại siêu thị Géant. Xét về thị phần, xếp sau là tập đoàn Henderson & Cia với chuỗi Tienda Inglesa (9 chi nhánh), chuỗi Multi Ahorro (30 cửa hàng cỡ vừa), chuỗi TA-TA (20 cửa hàng vừa và nhỏ), chuỗi El Dorado của tập đoàn Polakof & Cia tọa lạc chủ yếu sâu trong nội địa (40 chi nhánh, siêu thị và cửa hàng tiện lợi).

Thị trường bán lẻ phi thực phẩm được phân chia giữa một số nhà bán lẻ độc lập nhỏ như Chic Parisien SA, công ty dẫn đầu thị trường quần áo và giày dép (Parisien, Ấn Độ và DNK), và đứng thứ nhì Coboe SA.

Các tổ chức ngành bán lẻ:

Hiệp hội siêu thị Uruguay (tiếng Tây Ban Nha): <http://www.asu.org.uy/>

Hiệp hội chủ cửa hàng Uruguay: <https://www.cambadu.com.uy/>

Phòng thương mại Uruguay: <https://www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/uruguay/www.cncs.com.uy>

Bộ Tài chính và Kinh tế: <https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/>

2. E-commerce

Tính đến tháng 6 năm 2018, Uruguay có dân số 3,45 triệu người, trong đó có 3 triệu người dùng Internet, tỷ lệ thâm nhập là 88,2%. Hơn nữa, 85% hộ gia đình ở Uruguay có ít nhất một máy tính để truy cập, nhưng nếu tính cả điện thoại thông minh thì tỷ lệ đó tăng lên 94%. Việc sử dụng điện thoại thông minh đã tăng lên đáng kể, khi 74% dân số sở hữu điện thoại thông minh vào năm 2017, trái ngược với 27% dân số vào năm 2013. Máy tính bảng là nền tảng truy cập Internet phát triển nhanh thứ hai, đặc biệt là ở những người từ 65 tuổi trở lên, khi mức sử dụng tăng 375% từ năm 2013 đến năm 2017 ở nhóm tuổi đó. Theo Nearshore Americas, hơn 83% hộ gia đình có quyền truy cập Internet. Tuy nhiên, chính phủ đặt mục tiêu cung cấp khả năng truy cập Internet cho 90% gia đình vào năm 2020. Ngoài ra, 43% gia đình có cáp quang tốc độ cao, tỷ lệ mà chính phủ có kế hoạch tăng lên 65% vào năm 2020. Chính phủ cũng cung cấp cho những người nghỉ hưu sớm máy tính bảng để họ có thể làm việc trực tuyến (170.000 máy tính bảng đã được giao vào cuối năm 2017). Tháng 8/2017, Uruguay khánh thành tuyến cáp ngầm đầu tiên tới Mỹ để tăng tốc độ trực tuyến (12.000 km từ Punta del Este, Uruguay đến Fortaleza, Brazil và Boca Raton, Florida). Uruguay đứng đầu ở Mỹ Latinh về tốc độ truyền tải băng thông rộng, với 20,11 Megabit/giây, theo Net Index. Tính đến tháng 7 năm 2018, trình duyệt phổ biến nhất trong nước theo thị phần là Chrome (83,12%), tiếp theo là Safari (6,29%), Samsung Internet (3,03%), Firefox (2,49%), Android (1,21%) và Opera (1,13%). Về công cụ tìm kiếm, Google thống trị thị trường Google (98,36%), tiếp theo là Bing (1,04%) và Yahoo! (0,86%).

Không có số liệu chính thức nào về giá trị thị trường thương mại điện tử ở Uruguay. Tuy nhiên, người ta ước tính rằng thị trường này chiếm 3,3% tổng doanh số bán lẻ của Uruguay và tăng trưởng 25% mỗi năm, vượt mức trung bình của khu vực). Theo phát hiện từ Grupo Radar, hơn 8 trong số 10 người dùng Internet để nghiên cứu các thương hiệu và công ty và ước tính có gần 1,3 triệu người Uruguay đã mua hàng trực tuyến vào năm 2017. Ước tính chỉ 45% dân số có tài khoản ngân hàng và 40% người dân có thẻ tín dụng, tiền mặt khi giao hàng là phương thức thanh toán phổ biến ở Uruguay. 49% đơn hàng được thanh toán bằng tiền mặt, trong khi 35% thanh toán được thực hiện bằng thẻ, 9% chuyển khoản ngân hàng và 5% ví điện tử. Các mặt hàng phổ biến

nhất được mua trực tuyến là quần áo, vé máy bay, đồ thể thao, phụ tùng xe cộ và những hàng hóa không dễ tìm thấy ở cửa hàng hoặc rẻ hơn trên mạng. Người tiêu dùng ở Uruguay có xu hướng thích nhận sản phẩm họ mua qua internet hơn. Một số cửa hàng trực tuyến phổ biến nhất là MercadoLibre, OLX và Woow.

Chính phủ đã thiết lập một số chương trình giúp thúc đẩy môi trường kinh doanh thương mại điện tử đang phát triển, cụ thể là Cơ quan Phát triển Chính phủ Điện tử (AGESIC) vào năm 2005. AGESIC chịu trách nhiệm phát triển chiến lược thương mại điện tử của chính phủ và thúc đẩy sự hòa nhập và áp dụng công nghệ, quản lý tri thức và truyền thông. AGESIC phát triển các kế hoạch 5 năm để định hướng chiến lược chuyển đổi kỹ thuật số của đất nước. Các kế hoạch này bao gồm 05 lĩnh vực ưu tiên và 12 mục tiêu chính, mỗi mục tiêu được giao cho một cơ quan chính phủ chịu trách nhiệm thực hiện.

Uruguay được coi là một trong những quốc gia số hóa nhất trên thế giới và việc sử dụng công nghệ ngày càng tăng trên thị trường sẽ thúc đẩy sự đổi mới. Theo truyền thống, mức độ thâm nhập của thương mại điện tử trong ngành bán lẻ còn thấp (không bao gồm thực phẩm và đồ uống) nhưng hiện đang tăng trưởng gần 25% mỗi năm. Internet đang thay đổi mô hình tiêu dùng của người Uruguay, từ cách mọi người truy cập thông tin về tính năng sản phẩm đến cách người tiêu dùng tương tác với ngân hàng.

Quy định pháp luật

Uruguay là một bên ký kết Tuyên bố về Tương lai của Internet (https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022/04/Declaration-for-the-Future-for-the-Internet_Launch-Event-Signing-Version_FINAL.pdf). Mặc dù không có trở ngại pháp lý nào đối với các công ty nước ngoài tiến hành thương mại điện tử ở Uruguay, luật chuyển phát nhanh của nước này giới hạn số lượng hàng hóa có thể mua miễn thuế trực tuyến. Người Uruguay được giới hạn 03 lần mua hàng miễn thuế với giá trị từ 200 USD trở xuống mỗi năm. Các giao dịch mua trên số tiền này phải chịu tất cả các loại thuế và thuế quan hiện hành.

Hành vi người tiêu dùng

Việc sử dụng ngân hàng điện tử được phân chia theo độ tuổi, trình độ học vấn, thu nhập, địa điểm cư trú và ở mức độ thấp hơn là giới tính. Các nhà quảng cáo địa phương cho rằng internet và đặc biệt là mạng xã hội là kênh hiệu quả để phổ biến

thông tin về công ty, thương hiệu, tổ chức nhằm quảng bá sản phẩm, dịch vụ. Hai khía cạnh cơ bản trong quá trình phát triển thương mại điện tử ở Uruguay là logistics và bảo đảm vì nếu không có sự kiểm soát đầy đủ hai khía cạnh này thì thương mại điện tử sẽ không thể hoạt động chính xác.

Đại dịch đã biến thương mại điện tử thành một nhu cầu thiết yếu và đã thúc đẩy sự phát triển của nó ở Uruguay.

Hệ sinh thái thương mại điện tử của Uruguay bao gồm các đặc điểm sau:

- Gần 90% dân số có kết nối internet. Chính phủ Uruguay có kế hoạch mở rộng kết nối internet ở khu vực nông thôn bằng cách lắp đặt cáp quang ở các thị trấn nhỏ và đảm bảo toàn bộ đất nước có phủ sóng di động 4G.
- Ứng dụng điện thoại di động WhatsApp ở mức độ cao và ở mức độ thấp hơn là các mạng truyền thông xã hội (tức là Facebook và Instagram) là những công cụ chính cho người dùng mới.
- Điện thoại thông minh là động lực chính thúc đẩy tăng trưởng người dùng và là phương pháp chính để truy cập Internet, tiếp theo là máy tính bảng và máy tính xách tay.
- Trong giới trẻ, Instagram đã trở thành mạng xã hội được sử dụng nhiều thứ hai trong khi việc sử dụng Facebook đang giảm dần.
- Kế hoạch Ceibal của Uruguay là kế hoạch một máy tính xách tay cho mỗi trẻ em của quốc gia này. Tất cả trẻ em ở trường công đều nhận được một máy tính xách tay có khả năng kết nối internet không dây, giúp nâng cao trình độ công nghệ của người dân.
- Kế hoạch Ibirapitá được thiết kế dành cho người cao tuổi nhằm giúp họ hòa nhập vào nền kinh tế kỹ thuật số bằng cách cung cấp cho họ máy tính bảng và đào tạo và hướng dẫn họ cách truy cập Internet.

Xu hướng thị trường hiện nay

Năm 2012, chính phủ đã ban hành nghị định cho phép người tiêu dùng nhập khẩu tối đa 5 lô hàng trực tuyến được miễn thuế với trị giá 200 USD mỗi năm. Áp lực ngày càng lớn từ các nhà bán lẻ “truyền thống” trong nước đã khiến chính phủ hạn chế số lượng mua hàng từ 5 lô hàng xuống còn 3 lô hàng mỗi năm. Bất chấp những hạn chế này, tổng số chuyến hàng đến Uruguay vẫn không ngừng tăng lên. Tháng 4 năm 2018,

nhà bán lẻ trực tuyến lớn nhất Uruguay đã giới thiệu Mercado Envios, một dịch vụ nhằm đơn giản hóa và cải thiện trải nghiệm mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng. Người tiêu dùng Uruguay, đặc biệt là nội địa, đang bắt đầu hiểu và tin tưởng rằng việc giao hàng tận nhà tiện lợi hơn nhiều.

Các ứng dụng thương mại điện tử được sử dụng nhiều nhất là: giao đồ ăn; vận chuyển theo yêu cầu; dịch vụ thanh toán; dịch vụ nghe nhìn (thường theo dạng đăng ký); mua vé; đặt chỗ nhà hàng; đặt chỗ chuyến bay; và đặt phòng khách sạn. Các nhà bán lẻ trực tuyến MercadoLibre, Woow và PedidosYa phục vụ 50% thị trường thương mại điện tử của Uruguay và 4 trong số 10 người dùng internet đã mua sản phẩm hoặc dịch vụ (hơn 800.000 người trên 18 tuổi) từ một trong ba doanh nghiệp này.

Thương mại điện tử xuyên biên giới

Người Uruguay mua hơn 90% sản phẩm và dịch vụ trực tuyến từ Trung Quốc và Hoa Kỳ. Ngay cả khi bao gồm chi phí vận chuyển, những sản phẩm nhập khẩu này có xu hướng có giá chỉ bằng một nửa so với các sản phẩm tương tự ở Uruguay. Chính phủ cấm nhập khẩu một số mặt hàng: đồ vật được tráng men, kem, dầu gội, dao cạo râu, đồ vệ sinh cá nhân, đồ chơi, đồ uống có cồn, nước hoa, thuốc lá, xì gà, chất bôi trơn và mỡ bôi trơn, điện thoại di động và hạt giống, cũng như hàng hóa cần phải có giấy phép. Amazon, Ali Express và eBay là ba nền tảng chính được người tiêu dùng Uruguay sử dụng khi mua hàng từ nước ngoài.

Thương mại điện tử B2B

Không có hạn chế nào đối với thương mại điện tử giữa các doanh nghiệp. Chính phủ Uruguay công bố đấu thầu trực tuyến (<https://www.gub.uy/agencia-reguladora-compras-estatales/>).

Dịch vụ thương mại điện tử

Uruguay là quốc gia dẫn đầu khu vực về phát triển phần mềm. Nó có nguồn nhân lực và công cụ cần thiết để hỗ trợ các hoạt động thương mại điện tử trong các lĩnh vực công nghiệp khác nhau. Một ví dụ điển hình về ứng dụng phần mềm có nguồn gốc từ Uruguay và nhanh chóng lan rộng khắp châu Mỹ Latinh là một nền tảng có tên PedidosYa được phát triển bởi công ty EDCOM của Uruguay nhằm yêu cầu giao đồ ăn trực tuyến từ các nhà hàng. Chính phủ cung cấp hơn 1.300 dịch vụ điện tử liên quan đến

chính phủ cho người dân (ví dụ: yêu cầu đặt lịch hẹn gia hạn giấy phép lái xe, bản sao giấy khai sinh, hẹn lấy hộ chiếu) thông qua cổng thông tin tập trung của chính phủ.

Trang web thương mại điện tử

Trong số các trang web B2C phổ biến nhất ở Uruguay là:

- MercadoLibre, một công ty tương đương với eBay ở Mỹ Latinh, chiếm 36% giao dịch thương mại điện tử ở Uruguay.
- PedidosYa, dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến cho nhà hàng.
- Woow, một công ty giảm giá địa phương tương tự như Groupon.

Thanh toán trực tuyến

Trong khi nhiều người Uruguay đã quen với việc mua sắm trực tuyến, một số vẫn thích mua hàng trực tiếp hơn, trong khi những người khác chỉ đơn giản là thiếu sự quan tâm hoặc kỹ năng kỹ thuật số. Hiện nay, niềm tin sử dụng thẻ tín dụng cá nhân cho thương mại điện tử ngày càng tăng cao và không còn là điểm yếu trong hệ sinh thái thương mại điện tử của Uruguay. Tháng 5 năm 2020, số lượng thanh toán trực tuyến nhiều hơn thanh toán tại chỗ, đánh dấu một sự kiện lịch sử ở Uruguay vì trước đây người ta ước tính điều này sẽ không xảy ra cho đến năm 2023.

Các doanh nhân địa phương đã phát triển các ứng dụng thanh toán điện tử phổ biến, nơi người tiêu dùng có thể thanh toán hóa đơn tiện ích và các dịch vụ khác như trường học, truyền hình cáp, phí hiệp hội, chủ nhà, bảo hiểm và các dịch vụ khác bằng cách quét mã vạch để ghi nợ số tiền còn nợ ngay lập tức từ tài khoản ngân hàng của người tiêu dùng. Sự phát triển của ứng dụng xử lý thanh toán và ví trực tuyến địa phương, MercadoPago, đang tạo điều kiện thuận lợi cho việc bán hàng thương mại điện tử. Nền tảng này cho phép thanh toán bằng thẻ tín dụng địa phương theo từng đợt hoặc thanh toán đầy đủ. Các ứng dụng thanh toán được phát triển tại địa phương khác là Pagos Web, CobrosYa và Paganza.

Tiếp thị kỹ thuật số

Lượng độc giả truyền thông kỹ thuật số đã tăng gấp 5 lần trong 8 năm qua. Phiên bản kỹ thuật số của các tờ báo địa phương (El País và El Observador) và Kênh 10 được xem nhiều nhất.

Một cuộc khảo sát gần đây cho thấy 45% công ty ở Uruguay không có sự hiện diện trên Internet và có nhiều công ty có sự hiện diện trên mạng xã hội nhiều hơn ở các trang web.

Ngày lễ mua sắm lớn

Các trung tâm mua sắm lớn tổ chức ba hoặc bốn “ngày lễ mua hàng” trong năm, trong đó khách hàng chỉ được hoàn thuế giá trị gia tăng (VAT) 22% khi mua hàng tại cửa hàng. Lễ Giáng sinh, Ngày của Mẹ (Ngày Chủ nhật thứ hai của tháng 5) và Lễ Hiền Linh (ngày 6 tháng 01, Día de Reyes) là những dịp mua sắm quan trọng. Phòng Kinh tế Kỹ thuật số của Uruguay (CEDU) tổ chức sự kiện mua hàng thương mại điện tử kéo dài ba ngày hàng năm có tên là Thứ Hai Điện Tử.

Truyền thông xã hội

Facebook vẫn là một trang truyền thông xã hội phổ biến, tuy nhiên, ảnh hưởng của nó đang giảm dần trong giới trẻ. Với thế hệ trẻ, việc sử dụng Instagram và các phương tiện truyền thông xã hội khác như TikTok ngày càng tăng trong khi việc sử dụng Twitter, Snapchat, Pinterest và LinkedIn đều đang giảm dần. Nhiều người dân còn lại của Uruguay tiếp tục sử dụng các nền tảng này.

3. Các yếu tố và kỹ thuật bán hàng

Tổng quan

Các nhà sản xuất nước ngoài có doanh số bán hàng ổn định ở Uruguay thường sử dụng dịch vụ của đại lý hoặc nhà phân phối. Gần như tất cả các nhà nhập khẩu/nhà phân phối đều đặt hoạt động tại Montevideo, mặc dù một số vẫn duy trì mạng lưới bán hàng ở sâu trong nội địa đất nước. Nên có một đại diện địa phương giúp công ty nước ngoài của bạn cập nhật các điều kiện thị trường địa phương cũng như những thay đổi trong chính sách của chính phủ ảnh hưởng đến thương mại.

Thiết bị đã qua sử dụng và tân trang lại từ nước ngoài và Hoa Kỳ có thể được bán trên thị trường Uruguay, tùy thuộc vào ngành.

Người Uruguay thường coi các sản phẩm do Hoa Kỳ sản xuất có chất lượng cao, nhưng đôi khi các sản phẩm của Hoa Kỳ có thể không có giá cả cạnh tranh khi so sánh với các đối thủ cạnh tranh trong khu vực hoặc toàn cầu. Các nhà sản xuất Hoa Kỳ đưa

ra các điều khoản tín dụng linh hoạt, sáng tạo và cạnh tranh có thể vượt qua rào cản cạnh tranh về giá để xuất khẩu sang Uruguay. Nguồn tài trợ của EXIM có thể là một lựa chọn để một số sản phẩm của Hoa Kỳ nâng cao khả năng cạnh tranh của chúng.

Người Uruguay coi việc hỗ trợ bán hàng và dịch vụ khách hàng là quan trọng khi quyết định mua sản phẩm nào. Các nhà sản xuất Hoa Kỳ và nước ngoài nên cân nhắc việc thuê các đại lý địa phương để cung cấp dịch vụ hỗ trợ khách hàng. Bất kỳ sản phẩm nào cũng cần đào tạo người vận hành hoặc cần dịch vụ kỹ thuật sau bán hàng, chẳng hạn như thiết bị y tế, đều phải có một công ty địa phương đủ năng lực sẵn sàng hỗ trợ khách hàng. Dịch vụ kỹ thuật sau bán hàng là bắt buộc trong hầu hết các cuộc đấu thầu công khai. Đại diện công ty từ các nước láng giềng có xu hướng ít làm hài lòng khách hàng Uruguay hơn.

Xúc tiến thương mại và quảng cáo

Các cơ quan quảng cáo địa phương có sẵn. Nhiều công ty cung cấp các chuyên gia nói tiếng Anh và có kinh nghiệm làm việc với các công ty Hoa Kỳ và quốc tế khác. Một số cơ quan quảng cáo địa phương sản xuất quảng cáo truyền hình cho khách hàng nước ngoài. El País, El Observador và La República là những tờ báo hàng đầu về lượng phát hành, trong khi Búsqueda là tạp chí định hướng kinh doanh hàng tuần rất được ưa chuộng và được đánh giá cao. Quảng cáo trên truyền hình và đài phát thanh cũng rất phổ biến. Một số công ty quảng cáo quốc tế lớn có văn phòng tại Montevideo. Lượng độc giả truyền thông kỹ thuật số đã tăng gấp 5 lần trong 8 năm qua.

Các phương tiện truyền thông truyền thống có thể cung cấp các chiến dịch dựa trên quảng cáo và có thể cung cấp kết hợp in ấn và quảng cáo kỹ thuật số trên nền tảng của họ, bao gồm El País, El Observador và La Diaria. Đối với các sản phẩm bán lẻ, các công ty có thể dựa vào quảng cáo trên TV và radio. Truyền hình và đài phát thanh có mức độ thâm nhập rất lớn trên toàn quốc. Nên tạo một trang truyền thông xã hội địa phương cho công ty/sản phẩm/dịch vụ cho đối tượng mục tiêu.

Nguồn cung cấp dành cho quảng cáo

- El País
- Đài quan sát El
- La República

- Đài phát thanh El Espectador
- Saeta TV
- Truyền hình Montecarlo
- Truyền hình Teledoce
- VTV
- Phòng tin tức
- Thông tin Doanh nghiệp

Hàng hóa nhập khẩu phải chịu các loại thuế và thuế quan hiện hành. Thuế quan có thể dao động từ 0% đến 35% và thuế tiêu thụ đặc biệt dao động từ 10% đến 30%, ngoại trừ thuốc lá và rượu cao hơn. Ngoài ra, còn có Thuế giá trị gia tăng (VAT) là 23%.

Quảng cáo và tiếp thị

Với dân số gần 3,5 triệu người, Uruguay là một thị trường tương đối nhỏ nhưng năng động. Tổng thu nhập bình quân đầu người của Uruguay (25.440 UYU mỗi tháng vào năm 2021 - Viện Thống kê Quốc gia Uruguay) và mức chi tiêu được xếp hạng cao nhất đối với các nền kinh tế lớn của Mỹ Latinh. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng thực sự của thị trường tiêu dùng Uruguay đã chậm lại trong những năm gần đây do nền kinh tế nước này suy thoái trong giai đoạn này. Sau một vài năm tăng trưởng chậm chạp, nền kinh tế đã tăng tốc và đạt mức 3% vào năm 2021 (IMF).

Người dân thành thị khác với người dân nông thôn vì khoảng cách thu nhập. Người dân thành thị có hành vi tiêu dùng hơn người phương Tây, trong khi người dân nông thôn ít đòi hỏi hơn và quan tâm nhiều hơn đến các sản phẩm truyền thống. Tuy nhiên, sự bất bình đẳng về thu nhập giữa thành thị và nông thôn ngày càng thu hẹp, tầng lớp trung lưu ngày càng mở rộng. Độ tuổi trung bình của dân số Uruguay là 35,5 tuổi (CIA World Factbook, ước tính năm 2020).

Các trung tâm du lịch có đặc điểm là tiêu dùng sang trọng. Người tiêu dùng mức trung bình có đặc điểm hành vi khá bảo thủ.

Khi đưa ra quyết định mua hàng, người tiêu dùng Uruguay coi giá cả là tiêu chí chính. Điều này đặc biệt đúng đối với thực phẩm và các sản phẩm hàng ngày, trong khi đối với hàng hóa lâu bền và chất lượng dịch vụ vẫn là yếu tố then chốt.

Theo khảo sát của Nielsen, 58% người dân Uruguay cho biết họ đã thay đổi thói quen mua sắm trong những năm gần đây nhằm tiết kiệm tiền chi tiêu hàng ngày. Trong số này, 55% tích cực tìm kiếm các chương trình khuyến mãi và giảm giá, trong khi 48% khẳng định chỉ mua những thứ cần thiết. Người tiêu dùng Uruguay thường kiểm tra một số kênh phân phối để tìm kênh thuận tiện nhất. Thương mại điện tử ở Uruguay vẫn còn ở giai đoạn đầu nhưng đang phát triển nhanh chóng. Trong hầu hết các trường hợp, người tiêu dùng mua hàng trực tuyến vì giá tốt hơn hoặc vì họ có thể tìm thấy những sản phẩm không có sẵn ở các cửa hàng địa phương.

Hiệp hội người tiêu dùng:

- Cơ quan bảo vệ người tiêu dùng: <https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/unidad-defensa-consumidor>
- Liên đoàn bảo vệ người tiêu dùng: <https://www.consumersinternational.org/members/members/league-for-consumer-defence-of-uruguay-liudeco>

Các cơ quan quảng cáo chính:

- <https://www.osomdigital.com/>
- Hiệp hội quảng cáo Uruguay: www.audap.com.uy

Dịch vụ bán hàng/Hỗ trợ khách hàng

Dịch vụ sau bán hàng và hỗ trợ khách hàng rất quan trọng khi đó người tiêu dùng đánh giá khả năng mua hàng. Giống như ở nhiều nơi ở Mỹ Latinh, khả năng ngôn ngữ tiếng Tây Ban Nha của người bán cũng là một yếu tố quan trọng cần cân nhắc.

4. Tài trợ thương mại

Các phương thức thanh toán

Các nhà nhập khẩu lớn của Uruguay yên tâm làm việc với thư tín dụng, mặc dù họ thường thích làm việc với tài khoản mở hoặc nhờ thu chứng từ. Hoạt động kinh doanh địa phương thường không bao gồm tiền mặt trả trước. Các công ty đa quốc gia, lớn và vừa vẫn là những người sử dụng thư tín dụng chính. Các phương thức thanh toán khác như thẻ tín dụng hoặc các phương tiện điện tử khác đang trở nên phổ biến.

Không có hạn chế về ngoại tệ ở Uruguay và các giao dịch quốc tế có thể được hoàn thành bằng đồng USD. Việc thanh toán cho bất kỳ hình thức nhập khẩu nào có thể được thực hiện theo các điều khoản đã được cả hai bên thỏa thuận (ví dụ: thư tín dụng hoặc hối phiếu trả ngay với khoản thanh toán trả chậm,...).

Để biết thêm thông tin về các phương thức thanh toán hoặc các lựa chọn tài trợ thương mại khác, vui lòng đọc Hướng dẫn Tài trợ Thương mại: <https://www.trade.gov/trade-finance-guide-quick-reference-us-exporters>.

Hệ thống ngân hàng

Hệ thống ngân hàng nhìn chung lành mạnh và có tỷ lệ vốn, khả năng thanh toán và thanh khoản tốt. Khả năng sinh lời trong bối cảnh lãi suất quốc tế thấp và nhu cầu tín dụng thấp là một vấn đề. Khu vực tài chính công của Uruguay hiện bao gồm một ngân hàng thương mại thuộc sở hữu của chính phủ (Banco de la República) và một ngân hàng thế chấp thuộc sở hữu của chính phủ (Banco Hipotecario del Uruguay). Thị trường có các ngân hàng nước ngoài, liên doanh, ngân hàng nước ngoài, tổ chức tài chính bên ngoài, nhà quản lý tín dụng, nhà đổi ngoại tệ và các công ty dịch vụ tài chính. Xem danh sách các tổ chức và biết thêm chi tiết có thể được tìm thấy ở đây <https://www.bcu.gub.uy/Servicios-Financieros-SSF/Paginas/Default.aspx>. Ngân hàng lớn nhất là Banco de la República thuộc sở hữu của chính phủ, chiếm hơn 50% tổng số tiền gửi. Các công ty thường khó có được tín dụng ngân hàng dài hạn và các công ty Hoa Kỳ có thể cung cấp giải pháp tài chính sẽ cạnh tranh hơn trên thị trường. Về đầu tư, nhà đầu tư nước ngoài có thể tiếp cận tín dụng với các điều kiện giống như người trong nước.

Lĩnh vực tài chính ở Uruguay mở cửa cho sự tham gia của nước ngoài và hệ thống giám sát và quản lý minh bạch đã duy trì được điều đó. Cuộc khủng hoảng ngân hàng nghiêm trọng năm 2002 đã khiến toàn bộ hệ thống tài chính gặp rủi ro, nhưng các biện pháp quản lý tốt và sự hỗ trợ kịp thời từ Hoa Kỳ và IMF đã giúp hệ thống quay trở lại đúng hướng. Sau cuộc khủng hoảng, Uruguay đã cải cách điều lệ của Ngân hàng Trung ương và tăng cường vai trò quản lý và giám sát của mình. Hiện tại, ngành ngân hàng trong nước đang hoạt động tốt.

Các ngân hàng nước ngoài phải tuân theo các luật, quy định và biện pháp kiểm soát giống như các ngân hàng địa phương, cùng với việc chính phủ yêu cầu cấp phép thông qua một

quy trình chính thức bao gồm điều tra lý lịch. Các công ty tài chính của Hoa Kỳ như Raymond James hoạt động ở Uruguay, chủ yếu trong các khu vực thương mại tự do.

Xem thêm thông tin về các khu vực thương mại tự do
<https://www.bcu.gub.uy/Paginas/Default.aspx>

Kiểm soát ngoại hối

Đồng nội tệ là Peso Uruguay (UYU). Uruguay không áp dụng kiểm soát ngoại hối.

CHƯƠNG 6: QUAN HỆ THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM - URUGUAY

Quan hệ ngoại giao với Việt Nam

- Việt Nam và Uruguay thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 11/8/1993. Năm 2011: Uruguay mở Đại sứ quán tại Hà Nội. Quan hệ hữu nghị và đoàn kết truyền thống giữa Việt Nam - Uruguay được thể hiện qua sự ủng hộ lẫn nhau trong sự nghiệp giải phóng dân tộc trước đây cũng như phát triển đất nước hiện nay. Hai bên duy trì trao đổi đoàn, tiếp xúc song phương khá thường xuyên.
- Về phía Uruguay có Tổng thống Tabaré Vazqué (11/2007), Ngoại trưởng Luis Almagro (6/2010), Phó Tổng thống Danilo Astori (11/2012), Chủ tịch Hạ viện Anibal Pere Yra (01/2015), Bộ trưởng Văn hóa - Giáo dục Uruguay Julia Munoz (4/2019) và Bộ trưởng Bộ Chăn nuôi, Nông nghiệp và Thủy sản Uruguay Enzo Raul Beench (11/2019).
- Phía Việt Nam đã có chuyến thăm Uruguay của Phó Chủ tịch nước Nguyễn Thị Doan (5/2009), Phó Thủ tướng Vũ Văn Ninh (12/2013). Thứ trưởng Ngoại giao Hà Kim Ngọc thăm và thực hiện Phiên II Tham khảo Chính trị (7/2017), Thứ trưởng Ngoại giao Uruguay Ariel Bergamino thăm Việt Nam, Phiên Tham khảo Chính trị (9/2019). Tiếp nối quan hệ hợp tác thời gian qua, chuyến thăm chính thức Uruguay (27 và 28/4/2023) của Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ không chỉ thúc đẩy quan hệ hai nước nói chung, quan hệ nghị viện song phương nói riêng mà còn có điểm nhấn nghị viện đa phương với cuộc hội đàm giữa Chủ tịch Quốc hội Việt Nam với Chủ tịch nghị viện khối MERCOSUR và các Phó Chủ tịch đại diện cho các nước thành viên của khối này.
- Quan hệ song phương cũng phát triển tích cực, các cơ chế hợp tác được duy trì, hai bên phối hợp và ủng hộ lẫn nhau tại các diễn đàn quốc tế và đa phương. Hai bên đã tiến hành 4 phiên Tham khảo chính trị cấp Thứ trưởng Ngoại giao (năm 2015, 2017, 2019 và 2021) và 3 phiên họp Ủy ban hỗn hợp về hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư (năm 2018, 2021 và mới đây nhất là vào tháng 4/2023). Hai bên cũng duy trì tiếp xúc song phương tại các hội nghị bên lề Liên hợp quốc, Diễn đàn hợp tác Đông Á - Mỹ Latinh (FEALAC).

- Hai bên cũng thường xuyên ủng hộ lẫn nhau tại các diễn đàn khu vực và quốc tế trên nhiều vấn đề cùng quan tâm. Hai bên đã ký Thỏa thuận hợp tác nhân chuyển thăm chính thức Việt Nam của Chủ tịch Hạ viện Uruguay Aníbal Pereyra vào tháng 01/2015.

- Về các văn kiện hợp tác, hai bên đã ký Hiệp định khung về thương mại và đầu tư, Hiệp định miễn thị thực cho người mang hộ chiếu ngoại giao và công vụ, Bản ghi nhớ về thiết lập cơ chế tham khảo chính trị giữa Bộ Ngoại giao hai nước, Thỏa thuận hợp tác 3 bên giữa Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam với Phòng Thương mại và Dịch vụ quốc gia Uruguay và Phòng Công nghiệp Uruguay (2007); Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư (tháng 5/2009); Hiệp định hợp tác khoa học - công nghệ (2010); Biên bản ghi nhớ hợp tác giữa Cục xúc tiến Thương mại (Bộ Công Thương) và Cơ quan xúc tiến thương mại - đầu tư Uruguay (2012); Uruguay công nhận Quy chế kinh tế thị trường cho Việt Nam (2013); Hiệp định tránh đánh thuế song trùng; Hiệp định khung về Thương mại và Đầu tư giữa hai Chính phủ (12/2013); Quốc hội Việt Nam và Hạ viện Uruguay ký thỏa thuận hợp tác (2015); Biên bản ghi nhớ hợp tác lĩnh vực giáo dục (4/2019) và Biên bản ghi nhớ hợp tác lĩnh vực văn hóa (4/2019).

Quan hệ thương mại với Việt Nam

Trong bối cảnh cả Việt Nam và Uruguay đều đang đối mặt nhiều thách thức phục hồi kinh tế sau đại dịch Covid-19, hai bên ngày càng mở rộng hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư, đem lại lợi ích thiết thực cho người dân và doanh nghiệp hai nước, đóng góp vào tiến trình phục hồi và phát triển kinh tế-xã hội ở mỗi quốc gia. Việt Nam luôn ủng hộ chính sách mở rộng hợp tác kinh tế quốc tế của Uruguay.

Quan hệ kinh tế - thương mại giữa hai nước duy trì đà tăng trưởng và còn nhiều dư địa, tiềm năng hợp tác. Trao đổi thương mại hai chiều tăng từ 27 triệu USD năm 2007 lên hơn 100 triệu USD năm 2019. Năm 2020 đạt 92 triệu USD giảm 8% so với năm 2019, năm 2021 đạt 62,3 triệu USD giảm 11,9% so với 2020. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước năm 2022 đạt 190,5 triệu USD, tăng mạnh 106,5% so với năm 2021. Trong đó xuất khẩu Việt Nam sang Uruguay đạt 102,9 triệu USD tăng 76,7%, nhập khẩu của Việt Nam từ Uruguay đạt 87,6 triệu USD tăng 157,2%. Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Uruguay là giày dép các loại, sản phẩm dệt may, máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, hàng thủy sản. Các mặt hàng xuất khẩu chính của Uruguay sang Việt Nam là gỗ và các sản phẩm từ gỗ, nguyên phụ liệu dệt may da giày, dược phẩm, sữa và các sản phẩm từ sữa, thức ăn gia súc và nguyên liệu.

Tuy nhiên, hai bên đánh giá quan hệ thương mại song phương vẫn chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có giữa hai nước và nhấn mạnh sự cần thiết của việc tiếp tục thúc đẩy hợp tác trong các khuôn khổ song phương và đa phương, đa dạng hóa cơ cấu sản phẩm xuất nhập khẩu và đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối giao thương, hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp tìm hiểu thị trường và tìm kiếm cơ hội kinh doanh.

Quan hệ kinh tế - thương mại giữa hai nước duy trì đà tăng trưởng và còn nhiều dư địa, tiềm năng hợp tác và trong thời gian tới hai bên cần tiếp tục thúc đẩy quan hệ thương mại trong các khuôn khổ song phương và đa phương, phấn đấu nâng tổng kim ngạch thương mại hai nước; khuyến khích, tạo điều kiện cho doanh nghiệp hai nước hợp tác, tiếp cận thị trường của nhau, khai thác các thế mạnh bổ trợ lẫn nhau trong các lĩnh vực chăn nuôi đại gia súc, công nghiệp chế biến nông thủy sản, công nghệ sinh học-di truyền, dịch vụ tài chính-ngân hàng, logistic, công nghệ thông tin, quản lý xây dựng, tư vấn xây dựng và đào tạo xây dựng...

Trong khuôn khổ chuyến thăm chính thức Uruguay của Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ từ ngày 26 - 28/4/2023, tại thủ đô Montevideo, trước sự chứng kiến của Chủ tịch Quốc hội Vương Đình Huệ, Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải và Thứ trưởng Ngoại giao Uruguay Nicolas Albertoni đã ký Biên bản Kỳ họp lần III Ủy ban Hỗn hợp về Hợp tác Kinh tế, Thương mại và Đầu tư giữa hai nước.

Theo đó, tại Kỳ họp, hai bên đã tiến hành trao đổi về tình hình hợp tác giữa Việt Nam và Uruguay trên các lĩnh vực kinh tế, thương mại, đầu tư, tài chính, nông nghiệp, khoa học công nghệ, rà soát các kết quả đạt được kể từ Kỳ họp lần II UBHH được tổ chức vào tháng 10 năm 2021 và thảo luận, đề xuất các nội dung công việc cần triển khai trong thời gian tới để thúc đẩy quan hệ hợp tác song phương.

Kim ngạch ngoại thương Việt Nam - Uruguay giai đoạn 2018-2022

DVT: Ngàn USD

	2018	2019	2020	2021	2022
Việt Nam xuất khẩu sang Uruguay	27.808	31.762	49.022	81.192	100.304
Việt Nam nhập khẩu từ Uruguay	41.911	32.865	20.988	34.500	52.899
Kim ngạch xuất nhập khẩu	69.719	64.627	70.010	115.692	153.203

Nguồn: Trademap.org.

Những nhóm hàng xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam sang Uruguay

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Uruguay đã tăng trưởng 43%/năm trong giai đoạn 2018-2022. Riêng trong năm 2022, Việt Nam đã xuất khẩu lượng hàng hóa trị giá khoảng 100,304 triệu USD sang Uruguay, đứng thứ 17 trong số hơn 200 quốc gia xuất khẩu vào Uruguay, tăng 24% so với năm 2021, chiếm 0,8% trong tổng nhập khẩu của Uruguay.

Các sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam vào thị trường Uruguay

Đơn vị tính: Ngàn USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị năm 2022	Tăng trưởng hàng năm 2018-2022, %	Thị phần trong tổng nhập khẩu của Uruguay 2022, %
	Tổng cộng	100.304	42	0,8
85	Thiết bị điện- điện tử	53.507	66	6
64	Giày dép, ghệt và các loại tương tự	15.038	15	14
31	Phân bón	6.606	-	1
84	Máy móc, thiết bị cơ khí, lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi; các bộ phận của chúng	6.364	34	1
61	Các mặt hàng may mặc và phụ kiện may mặc, dệt kim hoặc móc	4.048	35	2
03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác	3.090	2	11
62	Các mặt hàng may mặc và phụ kiện quần áo, không dệt kim hoặc móc	2.642	31	2
87	Xe cộ và phụ tùng	1.429	10	0
95	Đồ chơi, trò chơi và dụng cụ thể thao; các bộ phận và phụ kiện của chúng	928	28	1
94	Nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, đệm và các đồ nội thất nhồi tương tự,...	893	28	0

40	Cao su và các sản phẩm từ cao su	850	13	1
----	----------------------------------	-----	----	---

Nguồn: Trademap.org.

Các mặt hàng xuất khẩu chính

- **Thiết bị điện - điện tử (HS.85)**

Đơn vị: Ngàn USD

	2018	2019	2020	2021	2022
Nhập khẩu từ thế giới	719.831	663.320	593.871	724.845	878.813
Nhập khẩu từ Việt Nam	7.936	12.190	27.132	43.524	53.861

Nguồn: Trademap.org

Việt Nam là nguồn cung ứng thứ 3 tại thị trường Uruguay về nhóm hàng thiết bị điện - điện tử (HS.85) với tổng lượng xuất khẩu sang thị trường Uruguay đạt khoảng 53,861 triệu USD trong năm 2022 chiếm 6,1% trong tổng nhập khẩu của Uruguay về nhóm hàng này. Trong năm 2022, nhà cung cấp lớn nhất cho Uruguay về nhóm hàng này là Trung Quốc với 459,520 triệu USD (chiếm 52,5% trong tổng nhập khẩu của Uruguay về nhóm hàng này).

Mặc dù, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng khá cao trong suốt thời kỳ 2018-2022, với 66%/năm so với các đối thủ cạnh tranh Trung Quốc (21%), Brazil(11%), Hoa Kỳ (-32%), Tây Ban Nha (22%), Mexico (11%), Hồng Kong (Trung Quốc) (-14%), Ý (14%). Tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam về nhóm hàng này trong năm 2022 tăng 23% so với năm 2021. Trong khi đó, mức tăng trưởng năm 2022 của Macao (Trung Quốc rất cao (2.320%), tiếp theo là Lào (584%); Costa Rica (513%); Ukraine (470%) so với năm 2021.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng này là bộ điện thoại di động và điện thoại dùng cho mạng không dây khác (HS.8517); Màn hình và máy chiếu, không gắn với thiết bị thu truyền hình; bộ máy tiếp nhận (HS.8528); Micrô và giá đỡ micrô (không bao gồm micrô không dây có bộ phát tích hợp) (HS 8518); Thiết bị phát sóng vô tuyến hoặc truyền hình, có hoặc không có chức năng thu sóng... (HS.8525);...

- **Giày dép, ghệt và các loại tương tự (HS.64)**

Đơn vị: Ngàn USD

	2018	2019	2020	2021	2022
Nhập khẩu từ thế giới	99.666	88.159	68.654	78.764	107.872
Nhập khẩu từ Việt Nam	9.401	8.462	9.449	13.573	15.038

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam là nước cung ứng thứ 3 về nhóm hàng giày dép, ghê và các loại tương tự (HS.64) sang thị trường Uruguay trong suốt thời gian từ năm 2018 - 2022, năm 2022 với trị giá xuất khẩu đạt gần 15,038 triệu USD, tăng 11% so với năm 2021, chiếm 13,9% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng HS.64 của Uruguay.

Với thị phần 39% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 42,058 triệu USD trong năm 2022, đứng thứ 2 là Brazil chiếm 28,5% với trị giá xuất khẩu 30,72 triệu USD, Indonesia đứng thứ 4 chiếm 7,7% với trị giá xuất khẩu 8,267 triệu USD, đứng thứ 5 là Argentina chiếm 1,7% với trị giá xuất khẩu 1,858 triệu USD, đứng thứ 6 là Cambodia chiếm 1,2% với trị giá xuất khẩu 1,253 triệu USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng HS.84 tại thị trường Uruguay trong suốt thời kỳ 2018 - 2022 tăng (15%/năm), trong khi đó con số này của Trung Quốc tăng 0%/năm, Brazil tăng 8%/năm, Indonesia tăng 1%/năm, Argentina giảm -4%/năm, Cambodia tăng 27%/năm.

Trong năm 2022 các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Uruguay trong nhóm hàng này là Giày dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp (HS.6404) với trị giá 9,396 triệu USD; Giày dép có đế ngoài và mũ giày bằng cao su hoặc chất dẻo (HS.6402) với trị giá 3,711 triệu USD; Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, nhựa, da thuộc hoặc da tổng hợp (HS.6403) với trị giá 1,845 triệu USD; và các bộ phận của giày dép, bao gồm mũ giày có hoặc không gắn vào đế trừ đế ngoài; có thể tháo rời (HS.6404) với trị giá 0,56 triệu USD; Giày dép không thấm nước có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc nhựa, mũ giày bằng cao su (HS.6401) với trị giá xuất khẩu đạt 0,3 triệu USD.

- **Phân bón (HS.31)**

Đơn vị: *Ngàn USD*

	2018	2019	2020	2021	2022
Nhập khẩu từ thế giới	240.779	234.619	232.904	442.211	701.313
Nhập khẩu từ Việt Nam	0	0	0	0	6.606

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam là nước cung ứng đứng thứ 24 về mặt hàng này (HS.31) sang thị trường Uruguay trong suốt thời gian từ năm 2018 - 2022, năm 2022 với trị giá xuất khẩu đạt gần 6,606 triệu USD, chiếm 0,9% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng HS.31 của Uruguay.

Với thị phần 12,2% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 85,218 triệu USD trong năm 2022, đứng thứ 2 là Nigeria chiếm 11,5% với trị giá xuất khẩu 80,894 triệu USD, Nga đứng thứ 3 chiếm 10,7% với trị giá xuất khẩu 75,266 triệu USD, Turkmenistan đứng thứ 4 chiếm 7,6% với trị giá xuất khẩu 53,221 triệu USD, thứ 5 là Canada chiếm 7,4% với trị giá 52,244 triệu USD, đứng thứ 6 là Hoa Kỳ chiếm 6,1% với trị giá 42,43 triệu USD.

Trong năm 2022, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Uruguay trong nhóm hàng này là Phân khoáng hoặc phân lân hóa học (không bao gồm phân bón dạng viên hoặc các dạng tương tự) (HS.3103) với trị giá xuất khẩu 5,423 triệu USD; tiếp theo là Phân khoáng hoặc phân hóa học có chứa hai hoặc ba nguyên tố phân bón là nitơ (HS.3105) với trị giá 1,183 triệu USD.

• **Máy móc, thiết bị cơ khí, nồi hơi; các bộ phận của chúng (HS.84)**

Đơn vị: Ngàn USD

	2018	2019	2020	2021	2022
Nhập khẩu từ thế giới	813.051	776.376	749.347	1.013.359	1.253.989
Nhập khẩu từ Việt Nam	2.114	2.807	4.560	5.725	6.364

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam là nước cung ứng đứng thứ 24 về mặt hàng này (HS.84) sang thị trường Uruguay trong suốt thời gian từ năm 2018 - 2022, năm 2022 với trị giá xuất khẩu đạt

gần 6,364 triệu USD, tăng 11% so với năm 2021, chiếm 0,5% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng HS.84 của Uruguay.

Với thị phần 29,1% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 366,032 triệu USD trong năm 2022, đứng thứ 2 là Brazil chiếm 16,4% với trị giá xuất khẩu 206,324 triệu USD, Hoa Kỳ đứng thứ 3 chiếm 12% với trị giá xuất khẩu 151,088 triệu USD, Đức đứng thứ 4 chiếm 7% với trị giá xuất khẩu 88,152 triệu USD, thứ 5 là Ý chiếm 4,2% với trị giá 52,839 triệu USD, đứng thứ 6 là Argentina chiếm 3,9% với trị giá 49,137 triệu USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng HS.84 tại thị trường Uruguay trong suốt thời kỳ 2018 - 2022 tăng 34%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc tăng 20%/năm, Brazil tăng 18%/năm, Hoa Kỳ tăng 1%/năm, Đức tăng 16%/năm, Ý tăng 5%/năm, Argentina tăng 2%/năm. Trong các quốc gia ở Asean, quốc gia có tốc độ tăng trưởng cao nhất trong giai đoạn 2018-2022 là Indonesia tăng 134%/năm, tiếp theo là Malaysia với tốc độ tăng trưởng 55%/năm, Thái Lan tăng 38%/năm.

Trong năm 2022, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Uruguay trong nhóm hàng này là Máy in được sử dụng để in bằng các tấm, xi lanh và các bộ phận in khác (HS.8443) với trị giá 1,787 triệu USD; kế tiếp là Máy xử lý dữ liệu tự động và các bộ phận của chúng; đầu đọc từ tính hoặc quang học, máy móc (HS.8471) với trị giá 1,393 triệu USD; Máy tính và ghi dữ liệu “kích thước <= 170 mm x 100 mm x 45 mm” bỏ túi (HS.8470) với trị giá 1,232 triệu USD; Máy khâu (trừ máy khâu sách thuộc nhóm 8440); đồ nội thất (HS.8452) với trị giá 0,669 triệu USD.

• Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS.61)

Đơn vị: Ngàn USD

	2018	2019	2020	2021	2022
Nhập khẩu từ thế giới	149.647	136.541	108.496	130.056	178.874
Nhập khẩu từ Việt Nam	1.235	1.171	1.244	2.204	4.048

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 7 về nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS.61) sang thị trường Uruguay trong suốt thời gian từ năm 2018 - 2022, năm 2022 với trị giá xuất khẩu đạt gần 4,048 triệu USD, tăng 84% so với

năm 2021, chiếm 2,3% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS.61) của Uruguay.

Với thị phần lên tới 49,2% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 88,086 triệu USD trong năm 2022; đứng thứ 2 là Bangladesh chiếm 15,9% với trị giá xuất khẩu 28,367 triệu USD; Brazil đứng thứ 3 chiếm 12,8% với trị giá xuất khẩu 22,903 triệu USD; đứng thứ 4 là Ấn Độ chiếm 4,2% với trị giá xuất khẩu 7,447 triệu USD; thứ 5 là Cambodia chiếm 2,5% với trị giá xuất khẩu 4,438 triệu USD; thứ 6 là Argentina chiếm 2,4% với trị giá 4,257 triệu USD;...

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim hoặc móc (HS.61) tại thị trường Uruguay trong suốt thời kỳ 2018-2022 tăng 35%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc tăng 5%/năm; Bangladesh tăng 49%/năm; Brazil tăng 5%/năm; Ấn Độ tăng 10%/năm; Cambodia tăng 45%/năm; và Argentina giảm -1%/năm. Cũng trong giai đoạn này, quốc gia có mức tăng trưởng bình quân hàng năm có mức tăng mạnh trong khối Asean là Myanmar tăng 258%/năm, tiếp theo là Philippines tăng 77%/năm.

Trong năm 2022, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Uruguay trong nhóm hàng này là Bộ vest, bộ quần áo đồng bộ, áo khoác, áo blazer, đầm, váy, váy xẻ, quần dài dành cho phụ nữ hoặc trẻ em gái (HS.6104) đạt 0,809 triệu USD; Áo thun, áo ba lỗ và các loại áo vest khác, dệt kim hoặc móc (HS.6109) với trị giá 0,747 triệu USD; Áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy, gi-lê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc (HS.6110) có trị giá xuất khẩu đạt 0,617 triệu USD; Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo khoác, áo khoác thể thao, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống túm, dành cho nam giới hoặc trẻ em trai (HS.6103) với trị giá xuất khẩu đạt 0,393 triệu USD; Bộ quần áo thể thao, bộ quần áo trượt tuyết và đồ bơi, dệt kim hoặc móc (HS.6112) với trị giá 0,224 triệu USD; Quần áo và phụ kiện may mặc dành cho trẻ em, dệt kim hoặc móc (trừ mũ) (HS.6111) với trị giá 0,212 triệu USD; Áo khoác ngoài, áo sơ mi và áo sơ mi kiểu sơ mi, dệt kim hoặc móc dành cho phụ nữ hoặc trẻ em gái (trừ áo phông) (HS.6106) với trị giá 0,178 triệu USD;...

• Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác (HS.03)

Đơn vị: Ngàn USD

	2018	2019	2020	2021	2022
Nhập khẩu từ thế giới	30.986	27.119	19.366	21.674	28.809
Nhập khẩu từ Việt Nam	2.933	2.402	1.635	2.533	3.090

Nguồn: Trademap.org

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 3 về mặt hàng cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác (HS.03) sang thị trường Uruguay trong suốt thời gian từ năm 2018 - 2022, năm 2022 với trị giá xuất khẩu đạt 3,09 triệu USD, tăng 22% so với năm 2021, chiếm 10,7% trong tổng nhập khẩu các mặt hàng (HS.03) của Uruguay.

Với thị phần lên tới 32,6% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay, Chile là nước cung ứng hàng đầu với trị giá xuất khẩu đạt 9,389 triệu USD trong năm 2022; đứng thứ 2 là Argentina với trị giá xuất khẩu đạt 3,796 triệu USD; đứng thứ 3 là Việt Nam; thứ 4 là Đài Loan (Trung Quốc) với trị giá xuất khẩu 2,447 triệu USD; thứ 5 là Trung Quốc với trị giá 2,382 triệu USD; thứ 6 là Brazil với trị giá 2,021 triệu USD;...

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng này tại thị trường Uruguay trong suốt thời kỳ 2018 - 2022 tăng 2%/năm; Chile tăng 4%/năm; Argentina tăng 5%/năm; Đài Loan (Trung Quốc) giảm -2%/năm; Trung Quốc giảm -3%/năm; Brazil tăng 243%/năm. Cũng trong giai đoạn này, các quốc gia ở Asean có mức tăng trưởng bình quân hàng năm có mức tăng cao nhất là Indonesia với mức tăng 400%/năm.

Trong năm 2022, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Uruguay trong nhóm hàng này là Phi-lê cá và các loại thịt cá khác, băm hoặc không băm, tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh (HS.0304) với trị giá xuất khẩu 2,849 triệu USD; Cá đông lạnh (trừ phi lê cá và thịt cá khác thuộc nhóm 0304) (HS.0303) với trị giá 0,235 triệu USD; Động vật thân mềm, thích hợp dùng làm thức ăn cho người, thậm chí hun khói, có vỏ hoặc không có vỏ, sống, tươi, ướp lạnh (HS.0307) với trị giá 0,5 triệu USD.

• **Các mặt hàng may mặc và phụ kiện quần áo, không dệt kim hoặc móc (HS.62)**

Đơn vị: Ngàn USD

	2018	2019	2020	2021	2022

Nhập khẩu từ thế giới	133.970	117.509	86.486	103.891	124.722
Nhập khẩu từ Việt Nam	905	1.139	1.203	1.922	2.642

Nguồn: Trademap.org

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 8 về các mặt hàng may mặc và phụ kiện quần áo, không dệt kim hoặc móc (HS.62) sang thị trường Uruguay trong suốt thời gian từ năm 2018 - 2022, năm 2022 với trị giá xuất khẩu đạt gần 2,642 triệu USD, tăng 37% so với năm 2021, chiếm 2,1% trong tổng nhập khẩu các mặt hàng may mặc và phụ kiện quần áo, không dệt kim hoặc móc (HS.62) của Uruguay.

Với thị phần lên tới 54,5% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 67,94 triệu USD trong năm 2022; đứng thứ 2 là Bangladesh chiếm 10,9% với trị giá xuất khẩu 13,593 triệu USD; Brazil đứng thứ 3 chiếm 7,2% với trị giá xuất khẩu 9,035 triệu USD; đứng thứ 4 là Ấn Độ chiếm 5,2% với trị giá xuất khẩu 6,424 triệu USD; thứ 5 là Thổ Nhĩ Kỳ chiếm 3,3% với trị giá xuất khẩu 4,131 triệu USD,...

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng (HS.62) tại thị trường Uruguay trong suốt thời kỳ 2018-2022 tăng 31%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc tăng 2%/năm; Bangladesh tăng 61%; Brazil giảm -4%/năm; Ấn Độ giảm -3% và Thổ Nhĩ Kỳ tăng 226%/năm. Cũng trong giai đoạn này, các quốc gia ở Asean có mức tăng trưởng bình quân hàng năm có mức tăng mạnh là Myanmar tăng 143%/năm; tiếp theo là Philippines tăng 45%/năm.

Trong năm 2022, sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Uruguay là Bộ quần áo, bộ đồng phục, áo khoác, áo cộc tay, váy, váy, váy xẻ tà, quần tây (HS.6204) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 0,744 triệu USD; Áo khoác ngoài, áo khoác đi ô tô, áo choàng, áo choàng, áo khoác có mũ, bao gồm cả áo khoác dành cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, áo khoác đi ô tô, áo choàng. áo khoác trượt tuyết, áo gió (HS.6202) với trị giá xuất khẩu 0,397 triệu USD; Áo khoác nam hoặc nam, áo khoác đi ô tô, áo choàng, áo choàng, áo khoác có mũ, bao gồm cả áo khoác nam hoặc nam. áo khoác trượt tuyết, áo gió, (HS.6201) với trị giá 0,343 triệu USD; Bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo khoác, áo khoác thể thao, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống túm, dành cho nam giới hoặc trẻ em trai (HS.6203) với trị giá 0,318 triệu USD; Áo cánh, áo sơ mi và áo sơ mi

kiểu sơ mi dành cho phụ nữ hoặc trẻ em gái (trừ áo dệt kim hoặc móc và áo vest) (HS.6206) với trị giá 0,235 triệu USD;...

- **Xe cộ và phụ tùng (HS.87)**

Đơn vị: *Ngàn USD*

	2018	2019	2020	2021	2022
Nhập khẩu từ thế giới	791.654	775.011	668.564	1.086.746	1.456.234
Nhập khẩu từ Việt Nam	752	865	561	643	1.429

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam là nước cung ứng đứng thứ 25 về xe cộ và phụ tùng (HS.87) sang thị trường Uruguay trong suốt thời gian từ năm 2018-2022, năm 2022 với trị giá xuất khẩu đạt gần 1,429 triệu USD, tăng 122% so với năm 2021, chiếm 0,1% trong tổng nhập khẩu các mặt hàng HS.87 sang Uruguay.

Với thị phần 41,7% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay, Brazil là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 608,098 triệu USD trong năm 2022, đứng thứ 2 là Trung Quốc chiếm 14,6% với trị giá xuất khẩu 212,465 triệu USD, Argentina đứng thứ 3 chiếm 7,7% với trị giá xuất khẩu 111,629 triệu USD, Pháp đứng thứ 4 với trị giá xuất khẩu 103,777 triệu USD chiếm 7,1% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về các mặt hàng HS.87 tại thị trường Uruguay trong suốt thời kỳ 2018-2022 tăng 10%/năm, trong khi đó con số này của Brazil tăng 18%/năm; Trung Quốc tăng 23%/năm; Argentina tăng 21%/năm, Pháp tăng 35%/năm. Trong giai đoạn này, quốc gia có mức tăng trưởng bình quân hàng năm cao nhất trong khối Asean là Thái Lan với mức tăng 74%/năm.

Trong năm 2022, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Uruguay trong nhóm hàng này là Máy kéo (trừ máy kéo thuộc nhóm 8709) (HS.8701) với giá trị xuất khẩu đạt 1,114 triệu USD; kế đến là Xe đạp và các loại xe đạp khác, bao gồm. xe ba bánh giao hàng, không có động cơ (HS.8712) với trị giá xuất khẩu đạt 0,225 triệu USD; Bộ phận và phụ kiện của máy kéo, xe có động cơ chở 10 người trở lên (HS.8708) với trị giá 0,76 triệu USD; Các bộ phận và phụ tùng của xe mô tô, xe đạp và xe dành cho người khuyết tật (HS.8714) với trị giá xuất khẩu đạt 0,9 triệu USD;...

• **Đồ chơi, trò chơi và dụng cụ thể thao; các bộ phận và phụ kiện của chúng (HS.95)**

Đơn vị: *Ngàn USD*

	2018	2019	2020	2021	2022
Nhập khẩu từ thế giới	65.342	58.690	54.450	63.531	71.084
Nhập khẩu từ Việt Nam	382	356	307	703	928

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam hiện là nước cung ứng lớn thứ 8 về nhóm hàng này tại Uruguay. Trong năm 2022, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng HS.95 sang Uruguay với trị giá 0,928 triệu USD, tăng 32% so với cùng kỳ năm 2021, chiếm 1,3% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay.

Với thị phần 70,4% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 50,221 triệu USD trong năm 2022; đứng thứ 2 là Hoa Kỳ chiếm 7,5% với trị giá xuất khẩu 5,329 triệu USD; Brazil đứng thứ 3 chiếm 5,3% với trị giá xuất khẩu 3,783 triệu USD; đứng thứ 4 là Hồng Kông (Trung Quốc) chiếm 3,7% với trị giá xuất khẩu đạt gần 2,632 triệu USD; đứng thứ 5 là Mexico chiếm 1,6% với trị giá 1,126 triệu USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm này tại thị trường Uruguay trong suốt thời kỳ 2018-2022 tăng 28%/năm, trong khi đó Trung Quốc tăng 10%/năm; Hoa Kỳ giảm -24%/năm; Brazil tăng 14%/năm; Hồng Kông (Trung Quốc) tăng 7%/năm và Mexico tăng 57%/năm. Trong giai đoạn này, nước có tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm cao nhất trong khối Asean là Malaysia tăng 93%/năm; tiếp theo là Indonesia tăng 84%/năm; và Thái Lan tăng 41%/năm.

Trong năm 2022, các sản phẩm chính của Việt Nam xuất khẩu sang Uruguay trong nhóm hàng này là Dụng cụ, thiết bị tập thể dục tổng hợp, thể dục, điện kinh, các môn thể thao khác (HS.9506) với trị giá xuất khẩu 0,626 triệu USD; tiếp theo là Xe ba bánh, xe scooter, xe có bàn đạp và đồ chơi có bánh tương tự; xe chở búp bê; búp bê; đồ chơi khác (HS.9503) với trị giá xuất khẩu 0,265 triệu USD; Máy và bộ điều khiển trò chơi điện tử, trò chơi trên bàn hoặc trong phòng khách, bao gồm pintables, bida, đặc biệt (HS.9504) với trị giá xuất khẩu 0,36 triệu USD;...

• **Nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, đệm và các đồ nội thất nhồi tương tự (HS.94)**

Đơn vị: *Ngàn USD*

	2018	2019	2020	2021	2022
Nhập khẩu từ thế giới	176.748	185.910	168.430	215.524	217.327
Nhập khẩu từ Việt Nam	414	375	393	947	893

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam hiện là nước cung ứng lớn thứ 14 về nhóm hàng này tại Uruguay. Trong năm 2022, xuất khẩu mặt hàng nội thất, bộ đồ giường, đệm, khung đệm, đệm và các đồ nội thất nhồi tương tự (HS.94) của Việt Nam sang Uruguay đạt 0,893 triệu USD, giảm -6% so với năm 2021 và chiếm 0,4% trong tổng nhập khẩu của Uruguay về nhóm hàng này.

Với thị phần 38,9% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay, Brazil là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 84,611 triệu USD trong năm 2022, đứng thứ 2 là Trung Quốc chiếm 36,7% với trị giá xuất khẩu 79,823 triệu USD; Argentina đứng thứ 3 chiếm 6,4% với trị giá xuất khẩu 13,813 triệu USD; đứng thứ 4 là Thổ Nhĩ Kỳ chiếm 3% với trị giá xuất khẩu đạt gần 6,589 triệu USD; đứng thứ 5 là Ý chiếm 2,6% với trị giá xuất khẩu đạt 5,602 triệu USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm này tại thị trường Uruguay trong suốt thời kỳ 2018-2022 tăng 28%/năm, trong khi đó con số này của Brazil tăng 7%/năm; Trung Quốc tăng 10%/năm; Argentina tăng 4%/năm; Thổ Nhĩ Kỳ tăng 111%/năm và Ý tăng 28%/năm. Trong giai đoạn này, nước có tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm cao nhất trong khối Asean là Singapore tăng 38%/năm; tiếp theo là Indonesia tăng 32%/năm.

Trong năm 2022, Việt Nam xuất khẩu sang Uruguay mặt hàng chính là Ghế, có thể chuyển đổi thành giường hoặc không, và các bộ phận của nó (không bao gồm y tế, phẫu thuật (HS.9401) với trị giá xuất khẩu đạt 0,409 triệu USD; tiếp theo là Đồ nội thất và các bộ phận của chúng (không bao gồm chỗ ngồi và các dịch vụ y tế, phẫu thuật, nha khoa hoặc thú y) (HS.9403) với trị giá xuất khẩu 0,364 triệu USD; Đèn chiếu sáng và phụ kiện chiếu sáng, bao gồm đèn pha và đèn định vị và các bộ phận của

chúng (HS.9405) với trị giá 0,93 triệu USD; Hồ trợ nệm (không bao gồm nội thất lò xo cho ghế); các mặt hàng chăn ga gối đệm và đồ nội thất tương tự (HS.9404) với trị giá 0,28 triệu USD.

• **Cao su và các sản phẩm từ cao su (HS.40)**

Đơn vị: Ngàn USD

	2018	2019	2020	2021	2022
Nhập khẩu từ thế giới	116.484	104.660	85.105	126.434	161.010
Nhập khẩu từ Việt Nam	497	384	332	440	850

Nguồn: Trademap.org.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 19 về mặt hàng cao su và các sản phẩm từ cao su (HS.40) sang thị trường Uruguay trong suốt thời gian từ năm 2018 - 2022, năm 2022 với trị giá xuất khẩu đạt gần 0,85 triệu USD, tăng 93% so với năm 2021, chiếm 0,5% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng HS.40 của Uruguay.

Với thị phần lên tới 30,5% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Uruguay, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 49,066 triệu USD trong năm 2022; đứng thứ 2 là Brazil chiếm 25,8% với trị giá xuất khẩu 41,582 triệu USD; Nhật Bản đứng thứ 3 chiếm 5,8% với trị giá xuất khẩu 9,402 triệu USD; đứng thứ 4 là Đài Loan (Trung Quốc) chiếm 5,5% với trị giá xuất khẩu 8,899 triệu USD; đứng thứ 5 là Thái Lan chiếm 4% với trị giá xuất khẩu 6,386 triệu USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng HS.40 tại thị trường Uruguay trong suốt thời kỳ 2018-2022 tăng 13%/năm, trong khi đó Trung Quốc tăng 14%/năm, Hong Kong (Trung Quốc) tăng 35%/năm, Brazil tăng 2%/năm; Hoa Kỳ giảm -11%/năm, Brazil tăng 15%/năm; Nhật Bản tăng 2%/năm; Đài Loan (Trung Quốc) giảm -13%/năm và Thái Lan tăng 17%/năm. Trong giai đoạn này, quốc gia có tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm cao nhất trong khối Asean là Malaysia tăng 19%/năm.

Trong năm 2022, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Uruguay trong nhóm hàng này là Lớp xe hơi mới, bằng cao su (HS.4011) với trị giá xuất khẩu 0,559 triệu USD; tiếp theo là Lớp xe hơi bằng cao su đã qua sử dụng hoặc lớp đặc hoặc đệm, gai lớp và vạt lớp... (HS.4012) với trị giá 0.143 triệu USD; Các mặt hàng vệ sinh hoặc được phủ, bao

gồm. nôm vú cao su lưu hóa (trừ cao su cứng) (HS.4014) với trị giá xuất khẩu 0,52 triệu USD; Cao su tự nhiên, balata, gutta-percha, guayule, chicle và các loại nhựa tự nhiên tương tự, ở dạng nguyên sinh (HS.4001) với trị giá 0,45 triệu USD; ác sản phẩm bằng cao su lưu hóa (trừ cao su cứng) (HS.4016) với trị giá 0,41 triệu USD;...

Những nhóm hàng nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam từ Uruguay

Đơn vị tính: Ngàn USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị năm 2022	Tăng trưởng hàng năm 2018-2022, %	Thị phần trong tổng xuất khẩu của Uruguay 2022, %
	Tổng cộng	52.889	5	0,5
44	Gỗ và các sản phẩm từ gỗ	23.042	3	2
12	Hạt và quả có dầu; ngũ cốc, hạt và trái cây khác; công nghiệp hoặc dược phẩm	9.171	-	0
04	Sản phẩm từ sữa; trứng chim; mật ong tự nhiên; sản phẩm ăn được có nguồn gốc động vật, chưa được phân loại ở nơi khác...	9.071	23	1
41	Da sống (trừ da lông) và da thuộc	5.227	-7	3
03	Cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác	2.707	-2	2
05	Sản phẩm có nguồn gốc động vật, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác	1.637	-10	2
30	Dược phẩm	1.535	7	1
23	Phế liệu và chất thải từ ngành công nghiệp thực phẩm; thức ăn gia súc chế biến sẵn	180	-	1
02	Thịt	175	-51	0

32	Chất chiết xuất thuộc da hoặc nhuộm; tannin và các dẫn xuất của chúng; thuốc nhuộm, bột màu và các chất tạo màu khác	69	-17	0
----	--	----	-----	---

Nguồn: Trademap.org.

Đầu tư trực tiếp của Uruguay vào Việt Nam

Theo số liệu thống kê của Bộ kế hoạch và Đầu tư, tính đến ngày 20/8/2023 Uruguay đứng thứ 124/143 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư còn hiệu lực tại Việt Nam với 02 dự án, tổng vốn đầu tư đăng ký 0,14 triệu USD.

CHƯƠNG 7: NHỮNG ĐIỀU CẦN LƯU Ý KHI KINH DOANH Ở URUGUAY

Phần lớn người dân thuộc tầng lớp trung lưu. Người Uruguay có cách tiếp cận cuộc sống thực dụng, thiết thực và vật chất. Họ vốn có lòng tin vào con người và niềm tin mãnh liệt vào công bằng xã hội. Họ rất quan tâm đến giáo dục. Uruguay có lực lượng lao động có trình độ học vấn tốt nhất trên lục địa. Mọi người được hưởng nền giáo dục tốt, bắt buộc trong 9 năm và miễn phí thông qua các chương trình học sau đại học. Tỷ lệ biết chữ là 96%, một trong những tỷ lệ cao nhất ở Nam Mỹ.

Mặc dù tiếng Tây Ban Nha là ngôn ngữ chính thức của Uruguay, tiếng Anh được sử dụng rộng rãi ở Uruguay trong thế hệ trẻ, nhưng vẫn có nhiều người không nói được tiếng Anh. Có kiến thức cơ bản về tiếng Tây Ban Nha sẽ giúp bạn tạo ấn tượng tốt.

Ngôn ngữ kinh doanh chính thức là tiếng Tây Ban Nha, vì vậy danh thiếp của bạn phải được in một mặt bằng tiếng Tây Ban Nha và tất cả tài liệu tiếp thị của bạn cũng phải được dịch sang tiếng Tây Ban Nha. Nếu tiếng Tây Ban Nha của bạn không tốt, bạn sẽ cần một phiên dịch viên.

Uruguay có lực lượng lao động có trình độ học vấn tốt nhất ở Nam Mỹ. Phụ nữ có quyền bình đẳng ở Uruguay và không có gì lạ khi tìm thấy phụ nữ ở những vị trí cấp cao nhất.

Trang phục công sở gọn gàng, lịch sự, sang trọng và đúng mốt, phong cách trang trọng hơn ở Uruguay so với ở châu Âu. Những cái bắt tay dành cho cả nam và nữ là điển hình trong những cuộc gặp gỡ kinh doanh đầu tiên và việc sử dụng các chức danh nghề nghiệp là điều phổ biến. Nếu chức danh không tồn tại thì bạn nên sử dụng Señor (Mr), Señora (Ms) hoặc Señorita (Miss) - theo sau là họ. Sự tôn trọng và danh dự được coi là tối quan trọng.

Mặc dù các cuộc họp sẽ mang tính trang trọng nhưng người Uruguay coi các mối quan hệ quan trọng hơn sự đúng giờ, vì vậy thời gian có thể linh hoạt - khó có thể sắp xếp nhiều hơn một hoặc hai cuộc gặp trong một ngày. Tuy nhiên, bạn nên đến đúng giờ để tạo ấn tượng tốt.

Hãy nhớ rằng, các mối quan hệ là quan trọng nhất. Bạn nên thể hiện cam kết lâu dài với Uruguay và những người liên hệ ở Uruguay của bạn - giữ liên lạc giữa các hợp đồng hoặc dự án.

Người Uruguay nổi tiếng là người trung thực, lịch sự và thẳng thắn.

Hoạt động kinh doanh ở Uruguay phụ thuộc vào mối quan hệ nên việc xây dựng mối quan hệ và lòng tin là rất quan trọng. Tốc độ kinh doanh chậm hơn, thoải mái hơn ở Uruguay có nghĩa là bạn có thể dành thời gian để làm quen với thị trường.

Nghi thức kinh doanh

Giống như hầu hết các nước Mỹ Latinh, văn hóa kinh doanh của Uruguay tương đối khép kín. Người Uruguay ít khoa trương hơn Argentina và Brazil, điều này ban đầu trông họ có vẻ không cởi mở và khó gần. Nhưng nếu nỗ lực, bạn có thể xây dựng mối quan hệ đối tác lâu dài với một trong những cộng đồng doanh nghiệp đáng tin cậy nhất châu lục.

Khi bắt đầu, hãy nhớ giao tiếp bằng mắt thật nhiều và đừng ngạc nhiên nếu sau vài lần gặp gỡ họ sẽ ôm để thay thế cho cái bắt tay chào hỏi. Giống như những nơi khác trong khu vực, việc thiết lập niềm tin giữa các đối tác kinh doanh có triển vọng được đặt lên hàng đầu. Vì vậy, hãy lên kế hoạch dành nhiều thời gian gặp mặt với những người liên hệ của bạn. Ngoài ra, người Uruguay không quan tâm nhiều đến việc người nước ngoài nói với họ rằng cách làm việc của họ hơi lỗi thời. Hãy chờ đợi để được hỏi ý kiến trước khi đưa ra những gợi ý về cách để có thể công việc được thực hiện khác đi.

Người Uruguay biết rằng đất nước của họ ít tạo được làn sóng trên trường quốc tế nhưng vẫn là một dân tộc vô cùng kiêu hãnh. Hãy cho chủ nhà biết bạn hào hứng như thế nào khi đến thăm và bạn mong muốn tìm hiểu thêm một chút về đất nước này đến mức nào. Như những nơi khác ở Nam Mỹ, bóng đá luôn là chủ đề được nhiều người quan tâm, đừng bao giờ nói bất cứ điều gì tiêu cực về Luiz Suarez.

Phần lớn tầng lớp doanh nhân ở Uruguay nói tiếng Anh tốt và hay đi du lịch. Nhưng có những phong tục địa phương phải được tuân thủ. Giới kinh doanh cực kỳ trang trọng nhưng họ lại ít khi đúng giờ.

Văn hóa doanh nghiệp

- Các cuộc họp cực kỳ trang trọng nhưng thường không bắt đầu đúng giờ. Tuy nhiên, bạn nên nhớ đến đúng giờ.

- Mỗi quan hệ họ hàng và tình bạn đóng một vai trò quan trọng trong các giao dịch kinh doanh. Trình độ chuyên môn và kinh nghiệm không quan trọng bằng việc bạn là ai.
- Hãy đưa danh thiếp cho mọi người trong cuộc họp.
- Nên nói chuyện nhỏ trước khi cuộc thảo luận kinh doanh bắt đầu.
- Nhiều giám đốc điều hành nói được tiếng Anh nhưng cũng nên chuẩn bị một phiên dịch viên tiếng Tây Ban Nha.
- In tất cả tài liệu bằng tiếng Tây Ban Nha, từ danh thiếp đến tài liệu quảng cáo.
- Thuê một người liên hệ ở địa phương để giúp bạn trong cộng đồng doanh nghiệp và hướng dẫn bạn vượt qua các thủ tục hành chính.

Ngôn ngữ

Tiếng Tây Ban Nha là ngôn ngữ quốc gia. Bạn biết nói tiếng Tây Nam Nha chắc chắn sẽ giúp bạn nhận được nhiều giá trị hơn từ các cuộc họp. Nếu như bạn không biết nói tiếng Tây Ban Nha, bạn nên mang theo một người biết nói tiếng Tây Ban Nha ít nhất trong vài cuộc gặp đầu tiên. Phiên dịch viên có thể làm chậm tiến trình; lý tưởng nhất là mang theo một người liên hệ hoặc đối tác địa phương.

Đồng thời bạn nên mang theo tài liệu tiếp thị bằng tiếng Tây Ban Nha. Hãy chắc chắn rằng toàn bộ các tài liệu đó có chất lượng cao.

(Nếu tài liệu của bạn chưa được dịch sang tiếng Tây Ban Nha, hãy đề nghị người liên hệ/đối tác của bạn dịch và yêu cầu họ hướng dẫn bạn - điều đó có thể giúp bạn xây dựng mối quan hệ).

Gặp gỡ và chào hỏi

Khi gặp gỡ các đối tác kinh doanh người Uruguay lần đầu tiên, bạn có thể được chào đón bằng một nụ hôn lên má phải hoặc một cái bắt tay. Khi mối quan hệ phát triển, sự tiếp xúc cơ thể có thể tăng lên thành những cái ôm hoặc vỗ nhẹ vào lưng.

Người Uruguay nhìn chung sẽ thích nghe về cuộc sống ở đất nước bạn, vì vậy hãy thoải mái chia sẻ câu chuyện của bạn. Thể thao có thể là một phương tiện để trò chuyện khá tuyệt vời - nhiều người Uruguay ngưỡng mộ đội All Blacks và một số môn thể thao hoặc yêu thích bóng bầu dục.

Hãy dành thời gian để lắng nghe mọi người. Tập trung vào vấn đề của họ hơn là giải pháp của bạn. Chậm lại và tạo ấn tượng tốt thực sự có thể được đền đáp.

Các cuộc họp kinh doanh

Việc theo đuổi các mối liên hệ ở Uruguay sẽ dễ dàng hơn nhiều khi bạn có những người bạn có cùng mối quan hệ nào đó với nhau. Người Uruguay thích các kênh liên lạc không chính thức hơn, như gặp mặt trực tiếp và gọi điện thoại.

WhatsApp được sử dụng rộng rãi cho hoạt động kinh doanh ở Uruguay và email được sử dụng thường xuyên hơn đối với những người làm việc cho các công ty quốc tế. Nhưng trong hầu hết các trường hợp, đừng mong đợi email trả lời nhanh chóng.

Nếu bạn có thể đến Uruguay, hãy lưu ý rằng việc sắp xếp các cuộc họp trước hơn 2 tuần sẽ rất khó khăn. Xác nhận các cuộc gặp vào ngày hôm trước, bao gồm cả địa chỉ. Mặc dù người Uruguay thường ít đúng giờ trong các sự kiện liên quan đến công việc nhưng có thể sẽ linh hoạt.

Các cuộc họp kinh doanh - đặc biệt là bữa trưa - có thể kéo dài 2-3 giờ. Hãy lập kế hoạch cho việc này và nếu bạn đang có một lịch trình dày đặc, hãy để ngỏ mọi việc để tiếp tục thảo luận sau. Điều quan trọng là bạn không nên vội vàng với các đối tác địa phương của mình.

Chìa khóa cho một cuộc họp thành công là tập trung vào việc xây dựng các mối quan hệ. Cố gắng đừng tỏ ra như thể bạn đang tuân theo một chương trình nghị sự một cách cứng nhắc. Hãy để cuộc họp trôi chảy và công việc diễn ra tự nhiên. Nếu bạn cần thảo luận về một chủ đề cụ thể, hãy hỏi về chủ đề đó một cách lịch sự vào cuối cuộc họp.

Thứ bậc xã hội và bình đẳng giới

Uruguay được cho là xã hội có thứ bậc theo chiều ngang nhất ở Mỹ Latinh. Thứ bậc phụ thuộc vào từng người, độ tuổi, chức vụ, lĩnh vực, loại hình kinh doanh,... Người Uruguay có xu hướng trực tiếp hơn những người Mỹ Latinh khác. Họ sẽ biết bạn có thể gặp khó khăn khi phát âm tên đầy đủ của họ, vì vậy tên đầu tiên vẫn được chấp nhận trừ khi bạn đang xung hô với một quan chức chính phủ hoặc một người có địa vị.

Uruguay là một trong những quốc gia tiến bộ nhất ở Mỹ Latinh về bình đẳng giới. Bạn có thể thấy nhiều nam giới hơn nữ giới ở vị trí cao nhất trong bậc thang công ty, nhưng các đại diện hoặc giám đốc điều hành là nữ lại được đón nhận nồng nhiệt và người

Uruguay coi New Zealand là quốc gia đi đầu trong lĩnh vực này. Hầu hết người Uruguay đều có nguồn gốc châu Âu và có rất ít sự đa dạng sắc tộc ở đất nước này.

Là quốc gia thế tục nhất ở Mỹ Latinh, Uruguay không có ngày lễ tôn giáo và có sự tách biệt rõ ràng giữa nhà nước và nhà thờ. Người Uruguay coi trọng gia đình và bạn sẽ thấy nhiều doanh nghiệp do gia đình điều hành, nhưng tôn giáo thường không đóng một vai trò nào trong văn hóa kinh doanh.

Giờ làm việc

- Cửa hàng thường mở cửa từ 9 giờ sáng đến 7 giờ tối, Thứ Hai đến Thứ Sáu, và từ 9 giờ sáng đến 1 giờ chiều vào thứ Bảy.
- Có một số trung tâm mua sắm, mở cửa từ 10 giờ sáng đến 9 giờ tối mỗi ngày.
- Các văn phòng chính phủ thường mở cửa cho công chúng trong khoảng thời gian từ 1 giờ chiều đến 5 giờ chiều vào mùa thu, mùa đông và mùa xuân và từ 9h15 sáng đến 2h30 chiều vào mùa hè.
- Giờ làm việc của ngân hàng là từ 1 giờ chiều đến 5 giờ chiều (một số ngân hàng mở cửa lúc 11 giờ sáng) nhưng mạng lưới ATM rộng khắp luôn có sẵn.
- Các nhà máy thường mở cửa từ 8 giờ sáng đến 5 giờ chiều và văn phòng kinh doanh mở cửa từ 9 giờ sáng đến 6 giờ chiều.

Ngày lễ

Những ngày nghỉ lễ mà người lao động được hưởng lương đầy đủ là:

- Ngày 01 tháng 01: Ngày đầu năm
- Ngày 01 tháng 5: Ngày Lao động
- Ngày 18 tháng 7: Ngày Hiến pháp
- Ngày 25 tháng 8: Ngày Quốc khánh
- Ngày 25 tháng 12: Lễ Giáng sinh

Ngoài ra còn có những ngày nghỉ chính thức chỉ được trả lương nếu người lao động đi làm việc:

- Ngày 06 tháng Giêng: Nghi thức tam vương (Three King's Day)
- 02 ngày trong lễ hội Carnival (trong tháng 02 hoặc tháng 3)

- 02 ngày trong tuần lễ Phục Sinh (trong tháng 3 hoặc tháng 4)
- Ngày 19 tháng 4 (Cuộc đổ bộ của 33 người phương Đông)
- Ngày 18 tháng 5 (Battle of Las Piedras)
- Ngày 19 tháng 6 (Ngày sinh của José Gervasio Artigas)
- Ngày 12 tháng 10 (Day of the Races)
- Ngày 02 tháng 11 (All Souls Day - Ngày của tất cả các linh hồn)

Ngày lễ quốc gia:

- Ngày 19 tháng 4
- Ngày 18 tháng 5
- Ngày 12 tháng 10 được đổi thành thứ Hai trước đó hoặc thứ Hai tuần sau, tùy thuộc vào ngày nào gần nhất với ngày tương ứng.

Ăn uống và giải trí

- Nhiều người Uruguay kết hợp công việc và giao tiếp xã hội, đồng thời thích bữa trưa và bữa tối tại nhà hàng hơn là ở nhà của họ. Hãy sẵn sàng thanh toán, tùy nhiên theo thông lệ, chủ nhà sẽ phải thanh toán hóa đơn.
- Nếu bạn được mời đến nhà ai đó để ăn tối hoặc dự tiệc, ngoài việc ăn mặc hợp thời trang, bạn nên mang theo một món quà nhỏ cho chủ nhà, chẳng hạn như một chai rượu vang hoặc bất cứ thứ gì liên quan đến Người da đen.
- Về các bữa ăn, đồ nướng là món bình dân và rất thoải mái. Đồ ăn có xu hướng khá giống châu Âu. Người ăn chay có thể được phục vụ một cách dễ dàng.
- Để tạo ấn tượng tốt, hãy chân thực. Thoải mái và tận hưởng thời gian của bạn với các đối tác và khách hàng tiềm năng của bạn.
- Mọi người rất bình thường về thời gian cho các sự kiện xã hội. Lời mời lúc 9 giờ tối thường có nghĩa là đến lúc 10 giờ tối. Người Uruguay thường ăn tối lúc 9 giờ tối hoặc 10 giờ tối.
- Người Uruguay thoải mái tiến hành công việc kinh doanh trong bữa trưa.
- Bữa tối kinh doanh là để giao lưu. Đừng nói chuyện kinh doanh trừ khi chủ nhà của bạn bắt đầu cuộc trò chuyện.

- Việc sử dụng tăm xỉa răng ở nơi công cộng là cực kỳ bất lịch sự.
- Nếu một người Uruguay mời bạn đến nhà anh ấy/cô ấy uống cà phê sau bữa tối, đừng ở lại quá khuya để bàn công việc. Hãy để ý với những tín hiệu từ đối phương cho bạn biết rằng anh ấy/cô ấy đang mệt mỏi và muốn kết thúc buổi tối.

Chào hỏi

- Hai người đàn ông chào nhau bằng cái bắt tay khi chào nhau và duy trì giao tiếp bằng mắt trực tiếp. Một cái bắt tay chắc chắn là dấu hiệu của sức mạnh và sự trung thực. Trong cuộc gặp đầu tiên, một cái bắt tay là đủ và đôi khi kết hợp với những cái chạm nhẹ vào cánh tay và/hoặc khuỷu tay. Những người bạn tốt và gia đình sẽ ôm nhau hoặc hôn nhau nồng nhiệt, đôi khi kết hợp với một vài cái vỗ mạnh vào lưng.
- Hai người phụ nữ chào nhau - Trong lần gặp đầu tiên, một cái bắt tay nhẹ là đủ, đôi khi thường kèm theo một cái gật đầu nhẹ và nụ cười ấm áp. Bạn bè thường hôn nhau vào má.
- Nam giới chào nữ giới - Trong lần gặp đầu tiên, bạn nên bắt tay. Bạn bè, gia đình và những người quen biết lâu năm sẽ hôn nhẹ lên má và tạo ra tiếng hôn nhẹ, và trong một số trường hợp là một cái ôm nhẹ.
- Bạn bè hôn một lần vào má phải khi gặp nhau.
- Người ta không chào người lạ khi đi qua đường. Chào hỏi hoặc mỉm cười với người lạ có thể bị hiểu lầm.

Phong cách giao tiếp

- Người Uruguay có xu hướng đứng gần nhau khi nói chuyện. Một đến hai feet là bình thường. Việc tránh xa ai đó khi họ đang nói có thể bị coi là thô lỗ.
- Có rất nhiều sự chạm nhẹ giữa đàn ông và đàn ông, đàn ông và phụ nữ, phụ nữ và phụ nữ trong khi trò chuyện. Điều này bao gồm tay trên vai, tay trên cánh tay và tay trên tay. Trường hợp này xảy ra nhiều hơn giữa bạn bè và ít xảy ra hơn giữa đồng nghiệp.
- Đàn ông hôn nhau, có thể không phải trong lần gặp đầu tiên, nhưng thường là bạn bè, đồng nghiệp,...

Giao tiếp bằng mắt

- Người Uruguay thích giao tiếp bằng mắt trực tiếp hơn gián tiếp. Duy trì giao tiếp bằng mắt được coi là cảm giác tôn trọng và quan tâm đến người đang nói.

- Trong khi trò chuyện, việc duy trì giao tiếp bằng mắt là điều bình thường.
- Bạn phải nói và nhìn vào mắt người khác, nếu không có vẻ như bạn không thành thật. Ngoài ra, bạn phải nhìn vào mắt người nói để họ biết bạn đang chú ý.

Quan điểm về thời gian

- Người Uruguay có xu hướng chú trọng đến con người và các mối quan hệ hơn là tuân thủ nghiêm ngặt các lịch trình đã đặt ra.
- Việc đến muộn trong một bữa tiệc hoặc sự kiện xã hội là khá phổ biến.
- Trong các tình huống xã hội, bạn không mong đợi mọi người đến đúng giờ; sẽ rất ngạc nhiên nếu họ đến trễ. Mời bạn bè đến uống chút đồ uống lúc 9 giờ thường có nghĩa là lúc 9 giờ 30 hoặc 10 giờ.

Vấn đề giới tính

- Cơ hội việc làm cho phụ nữ rất đa dạng và sẵn có tùy thuộc vào tầng lớp xã hội.
- Phụ nữ vẫn phải đảm nhiệm phần lớn công việc nấu nướng, dọn dẹp và nuôi dạy con cái.
- Việc đàn ông đánh phụ nữ là không thể chấp nhận được nhưng phụ nữ có thể tát vào mặt đàn ông nếu cô ấy rất tức giận, chẳng hạn như nếu anh ta lừa dối cô ấy.

Ngôn ngữ cơ thể

- Người Uruguay rất thân thiết khi trò chuyện, cả về mặt xã hội lẫn trong kinh doanh.
- Mọi người ra hiệu cho nhau bằng cách đưa tay ra và thực hiện động tác gãi bằng ngón tay.
- Ký hiệu ngón tay cái đưa lên có nghĩa là OK, tuyệt, chúc may mắn, cảm ơn, tôi đồng ý,... Ngón tay cái đưa xuống có nghĩa ngược lại.
- Dấu hiệu "O.K" của người Bắc Mỹ được cho là cực kỳ thô lỗ.
- Vuốt cằm; búng ngón tay dưới cằm biểu thị không biết hoặc không quan tâm.
- Chỉ trỏ người khác được coi là thô lỗ. Bạn thường chỉ vào người khác bằng cách di chuyển đầu nhẹ về hướng của họ.
- Mọi người chạm vào vai và nắm tay nhau khi nói chuyện với nhau.
- Không bao giờ ngồi lên hoặc đặt chân lên gờ hoặc bàn.

- Âm thanh “ch-ch” được sử dụng để thu hút sự chú ý của ai đó hoặc yêu cầu xe buýt dừng lại.

Điều cấm kỵ

- Ký hiệu “OK” ngược của người Mỹ là một cử chỉ tục tĩu.
- Tránh đặt chân lên ghế hoặc bàn.
- Việc sử dụng tăm xỉa răng ở nơi công cộng được coi là thô lỗ.
- Thật kính trọng nếu một người đàn ông khạc nhổ trên đường phố, nhưng còn kính trọng hơn nếu một người phụ nữ làm điều đó.
- Thật thô lỗ nếu ợ hơi không chỉ trong bữa ăn mà cả mọi lúc. Xi hơi ở nơi công cộng là điều thô lỗ.

Những gợi ý hữu ích

- Đặt câu hỏi về Uruguay. Người dân rất tự hào về đất nước của họ.
- Đừng bao giờ nhầm lẫn Paraguay và Uruguay.

Đặc biệt dành cho phụ nữ

- Một phụ nữ nước ngoài sẽ không gặp vấn đề gì khi kinh doanh ở Uruguay. Nó thậm chí có thể là một lợi thế. Đàn ông thích ở bên phụ nữ và thích làm việc với phụ nữ.
- Đừng hiểu sai lời mời đến gặp người đàn ông đi ăn trưa công việc. Anh ấy không cố gắng quyến rũ bạn.

Luật & Quy định

- Tuổi uống rượu và hút thuốc là 18 tuổi. Khi còn trẻ, việc bạn hút thuốc hoặc uống rượu không phải là tội nhưng bán rượu hoặc thuốc lá cho trẻ vị thành niên là tội ác. Bạn phải trả một khoản tiền phạt lớn cho việc này nếu không cửa hàng của bạn có thể đóng cửa một thời gian.
- Tàng trữ một lượng nhỏ ma túy sẽ bị phạt tiền và/hoặc các hình phạt thay thế như phục vụ cộng đồng hoặc có thể bị trục xuất. Tuy nhiên, người nước ngoài có thể bị trục xuất hoặc bị tống vào tù tùy theo hoàn cảnh hay tình hình. Nếu bạn bị bắt quả tang đang mang ma túy vào hoặc ra khỏi đất nước, hình phạt sẽ nghiêm khắc hơn.

Trang phục

- Người Uruguay tôn trọng và đánh giá cao những người ăn mặc đẹp. Khi nghỉ ngơi, hãy giữ thái độ ôn hòa, thận trọng và trang trọng nhưng vẫn đầy phong cách.
- Đối với nam: vest lịch sự, màu xanh lam, xám hoặc nâu và tối màu với áo sơ mi trắng hoặc xanh nhạt và cà vạt cổ điển.
- Đối với nữ: Những bộ vest hoặc váy công sở thanh lịch, tối màu và nữ tính với những phụ kiện chất lượng tốt. Hầu hết phụ nữ chọn giày cao gót thay vì giày bệt.
- Người Uruguay ăn mặc kín đáo và hiếm khi mặc những màu sáng phổ biến ở những nơi khác ở Nam Mỹ.
- Nếu đồng nghiệp người Uruguay của bạn không đeo cà vạt hoặc mặc áo khoác vào mùa hè, bạn nên làm theo.

Chức danh & Danh thiếp

- Chức danh rất quan trọng và tốt nhất là bạn nên xưng hô trực tiếp với mọi người bằng cách chỉ sử dụng chức danh nghề nghiệp của họ. Nếu họ không có chức danh nghề nghiệp như Bác sĩ, Luật sư,... thì nên gọi là Ông, Bà hoặc Cô, cộng với họ của họ.
- Không có nghi thức cụ thể nào xung quanh việc trao và nhận danh thiếp, nhưng hãy chuẩn bị sẵn sàng để trao danh thiếp cho mọi người trong cuộc họp.
- Bạn nên dịch một mặt danh thiếp của mình sang tiếng Tây Ban Nha. Đưa danh thiếp của bạn với mặt Tây Ban Nha hướng về phía người nhận.

Cuộc họp

- Tốt nhất là bạn nên đến đúng giờ mặc dù bạn có thể phải chờ đợi. Thường phải đợi lâu hơn tùy thuộc vào thâm niên của người họ gặp.
- Bắt đầu bằng cuộc nói chuyện nhỏ sẽ giúp thiết lập cơ sở cho mối quan hệ, sau đó có thể bắt đầu vào thảo luận về các vấn đề kinh doanh. Cho phép chủ nhà của bạn bắt đầu cuộc trò chuyện kinh doanh trước.

Đàm phán

- Tránh bán hàng kiểu hard sell (Hard sell tiếp cận trực tiếp với khách hàng để quảng bá và bán hàng. Hard sell đi thẳng vào vấn đề cả người bán và người mua đều hiểu và mong đợi, dành cho những khách hàng đã sẵn sàng mua và không cần phải tìm kiếm xung quanh hoặc so sánh với nơi khác) và tránh xung đột hoặc đối đầu. Người Uruguay

hường ứng tốt hơn nhiều với kiểu bán soft sell (Soft sell là một kỹ thuật bán hàng khuyến mãi hoặc cá nhân gián tiếp, tập trung xây dựng danh tiếng và tạo mối quan hệ với khách hàng. Soft sell dựa trên việc xây dựng mối quan hệ. Nhân viên bán hàng tìm phương pháp thụ động để cho khách hàng tiềm năng thấy những gì họ cung cấp, đây là một cách tiếp cận không trực tiếp).

- Vấn đề giữ thể diện rất quan trọng ở Uruguay, vì vậy đừng ngạc nhiên nếu đối tác của bạn có vẻ đồng ý với mọi điều bạn nói nhưng không có hợp đồng nào được ký kết.
- Các quyết định cuối cùng thường được đưa ra bởi các quan chức cấp cao nhất, vì vậy tốt nhất là nên để họ tham gia cuộc họp nếu có thể.

Tặng quà

- Mọi người đều thích quần jean Bắc Mỹ.
- Phụ nữ yêu hoa, đặc biệt là hoa hồng. Loại hoa hồng màu trà salmon quý hiếm được yêu thích.
- Việc khách mời gửi kẹo hoặc hoa cho người chủ trước dịp này là điều lịch sự và thông thường.
- Tặng quà không phải là một phần quan trọng trong kinh doanh. Tặng rượu Scotch (Black Label hoặc Chivas Regal) và quà tặng được sản xuất tại Hoa Kỳ, đặc biệt là từ quốc gia của bạn.
- Nếu được mời đến nhà người Uruguay, việc mang theo hoa, rượu vang, rượu ngon hoặc sôcôla là điều thích hợp.

Tiền tip

Tiền tip thường không được bao gồm trong giá dịch vụ. Tiền tip thông thường là 10% cho các bữa ăn tại nhà hàng.

Sức khỏe - Y tế

Uruguay có tiêu chuẩn cao về thực phẩm và nước uống. Để biết thông tin cập nhật về tư vấn sức khỏe hiện tại, vui lòng kiểm tra trang web của Trung tâm Kiểm soát và Phòng ngừa Dịch bệnh (<https://wwwnc.cdc.gov/travel/notices>).

Vận tải

American Airlines là hãng hàng không duy nhất của Hoa Kỳ có chuyến bay thẳng giữa Montevideo và Miami, nhưng chỉ hoạt động từ tháng 12 đến tháng 3. United Airlines phục vụ Montevideo hàng ngày với các chuyến bay “liên danh” trên Copa Airlines qua Panama. Delta đã mua 20% cổ phần LATAM vào tháng 10 năm 2019 và hiện kết nối Uruguay và Hoa Kỳ qua Santiago hoặc Sao Paulo. Giao thông nội bộ chủ yếu bằng ô tô hoặc xe buýt. Ở Montevideo, dịch vụ xe buýt và taxi rất phổ biến và rộng rãi, an toàn và không tốn kém. Uber và Cabify được sử dụng rộng rãi ở Montevideo và được chính phủ quản lý.

Dịch vụ chia sẻ ô tô ở Uruguay chưa được sử dụng rộng rãi. Toyota ra mắt hệ thống chia sẻ ô tô đầu tiên ở Uruguay vào năm 2019 thông qua Ứng dụng có tên Kinto, với loại ô tô hybrid.

Viễn thông/Điện tử

Uruguay có mật độ điện thoại cố định gần 80%, một trong những mật độ cao nhất ở Mỹ Latinh. Tuy nhiên, điện thoại di động đang nhanh chóng thay thế điện thoại cố định. Điện thoại được số hóa hoàn toàn và chỉ ANTEL thuộc sở hữu nhà nước mới có thể cung cấp điện thoại cơ bản, mặc dù có 08 công ty khác cạnh tranh với ANTEL để thực hiện các cuộc gọi quốc tế. Có 03 nhà cung cấp dịch vụ di động với các dịch vụ GSM/GPRS, TDMA và/hoặc CDMA. Công ty nhà nước ANTEL nắm giữ 51% các hợp đồng di động, tiếp theo là Movistar và Claro. Uruguay có tốc độ Internet cao nhất ở châu Mỹ Latinh do mạng cáp quang được trải rộng. Tháng 02 năm 2022, đã báo cáo tốc độ tải xuống trung bình của kết nối Internet cố định là 73,65 Mbps, tăng 65% so với năm trước. Về dịch vụ internet di động, tốc độ tải xuống trung bình là 29,76 Mbps, cao hơn 12% so với năm 2021. Kết nối Internet Wi-Fi được cung cấp miễn phí tại các khách sạn lớn, sân bay, quán cà phê mạng, trung tâm mua sắm và một số công viên công cộng.

Tiền tệ

Đơn vị tiền của Uruguay là Peso. “UYU” hoặc “\$U” là những ký hiệu đại diện cho nó.

Địa chỉ Đại sứ quán hai nước

1. Đại sứ quán Việt Nam tại Argentina kiêm nhiệm Uruguay

Địa chỉ: Calle 11 de Septiembre, 1442, CP 1426, Capital Federal - Buenos Aires, Argentina

Tel: 54-114-7831802/7831425

Fax: 54-114-7820078

Email: vnemb.ar@mofa.gov.vn; atn.sqvn@gmail.com

2. Đại sứ quán Uruguay tại Việt Nam

Địa chỉ: 407 Âu Cơ, Tây Hồ, Hà Nội

Điện thoại: 024-37188047/48

Fax: 024-37188049

Email: uruvietnam@mrree.gub.uy

Các nguồn tham khảo:

- <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/uruguay-market-overview?navcard=4976>
- <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/uruguay/>
- <http://www.trademap.org>
- <https://www.pwc.com/py/es/publicaciones/assets/investment.pdf>
- <https://www.mpi.gov.vn/portal/Pages/2023-8-25/Tinh-hinh-thu-hut-dau-tu-nuoc-ngoai-tai-Viet-Nam-v5asrbl.aspx>
- <https://www.mpi.gov.vn/portal/Pages/2023-8-25/Tinh-hinh-thu-hut-dau-tu-nuoc-ngoai-tai-Viet-Nam-v5asrbl.aspx>
- <https://www.mpi.gov.vn/portal/Pages/2023-8-25/Tinh-hinh-thu-hut-dau-tu-nuoc-ngoai-tai-Viet-Nam-v5asrbl.aspx>
- <https://vneconomy.vn/chu-tich-quoc-hoi-tiep-tuc-thuc-day-quan-he-thuong-mai-viet-nam-uruguay.htm>