



# Encuesta sobre la situación de los negocios de las empresas japonesas en América Latina (Año Fiscal 2024)

- Aumentan las preocupaciones sobre los riesgos geopolíticos, pero continúan las expectativas sobre los prometedores mercados locales -

Japan External Trade Organization (JETRO)

Departamento de Estudios de Mercado

Diciembre de 2024



# Índice

<b><u>Resumen del estudio</u></b>	<b>2</b>
<b><u>Principales conclusiones del relevamiento</u></b>	<b>4</b>
<b>I. <u>Perspectivas de los resultados operativos</u></b>	<b>5</b>
<b>II. <u>Rumbo de la evolución de los negocios a futuro</u></b>	<b>16</b>
<b>III. <u>Cambios en el entorno competitivo</u></b>	<b>21</b>
<b>IV. <u>Entorno de inversión</u></b>	<b>27</b>
<b>V. <u>Cadena de suministros</u></b>	<b>39</b>
<b>VI. <u>Situación de aplicación de los TLC y AAE</u></b>	<b>45</b>

# Resumen del estudio: Objetivos del estudio

## 1. Objetivos del estudio

- El objetivo del presente estudio es obtener un panorama de la situación que atraviesa las empresas japonesas y sus negocios en América Latina, y de los cambios que ha experimentado el entorno empresarial en cada país, con el fin de ofrecer información que resulte de utilidad a todas las empresas japonesas en el diseño de estrategias comerciales, o en la formulación de propuestas para la mejora de dichos entornos empresariales.

## 2. Empresas objeto del estudio

- Empresas japonesas instaladas en 7 países latinoamericanos (con una aportación de capital directa o indirecta de la parte japonesa del 10% o más).

## 3. Método y período del estudio

- A través de encuestas realizadas entre el 20 de agosto y el 27 de septiembre de 2024.

## 4. Respuestas obtenidas

- Encuestas enviadas a 723 empresas, de las cuales 377 respondieron válidamente. (Porcentaje de respuestas: 52,1 %)

## 5. Desglose de las empresas encuestadas

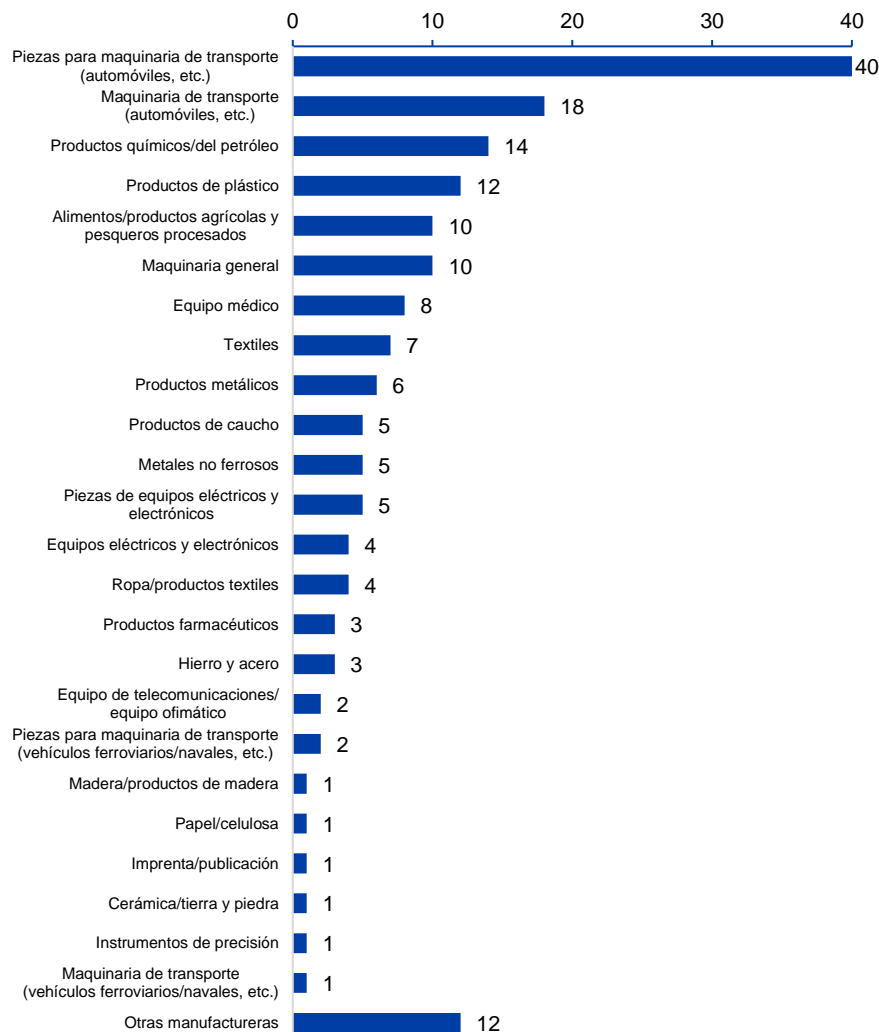
	N.º de empresas objeto del estudio (cantidad)	N.º de empresas del estudio		Desglose de empresas por sector				Desglose de empresas por tamaño					Porcentaje de respuestas (%)	
		N.º de respuestas (cantidad)	Proporción en país de ubicación (%)	Manufactureras (cantidad)	Proporción de manufactureras (%)	No manufactureras (cantidad)	Proporción de manufactureras (%)	Grandes empresas (cantidad)	Proporción PYMES (%)	Pequeñas y medianas empresas (cantidad)	Proporción PYMES (%)	No especificadas (cantidad)		Proporción PYMES (%)
México	358	173	45.9	90	52.0	83	48.0	121	69.9	52	30.1	0	0.0	48.3
Brasil	195	86	22.8	39	45.3	47	54.7	73	84.9	13	15.1	0	0.0	44.1
Argentina	53	36	9.5	17	47.2	19	52.8	19	52.8	17	47.2	0	0.0	67.9
Chile	56	37	9.8	12	32.4	25	67.6	29	78.4	8	21.6	0	0.0	66.1
Perú	25	22	5.8	8	36.4	14	63.6	15	68.2	7	31.8	0	0.0	88.0
Colombia	23	14	3.7	6	42.9	8	57.1	12	85.7	2	14.3	0	0.0	60.9
Venezuela	13	9	2.4	4	44.4	5	55.6	8	88.9	1	11.1	0	0.0	69.2
Total América Latina	723	377	100.0	176	46.7	201	53.3	277	73.5	100	26.5	0	0.0	52.1

## 6. Notas

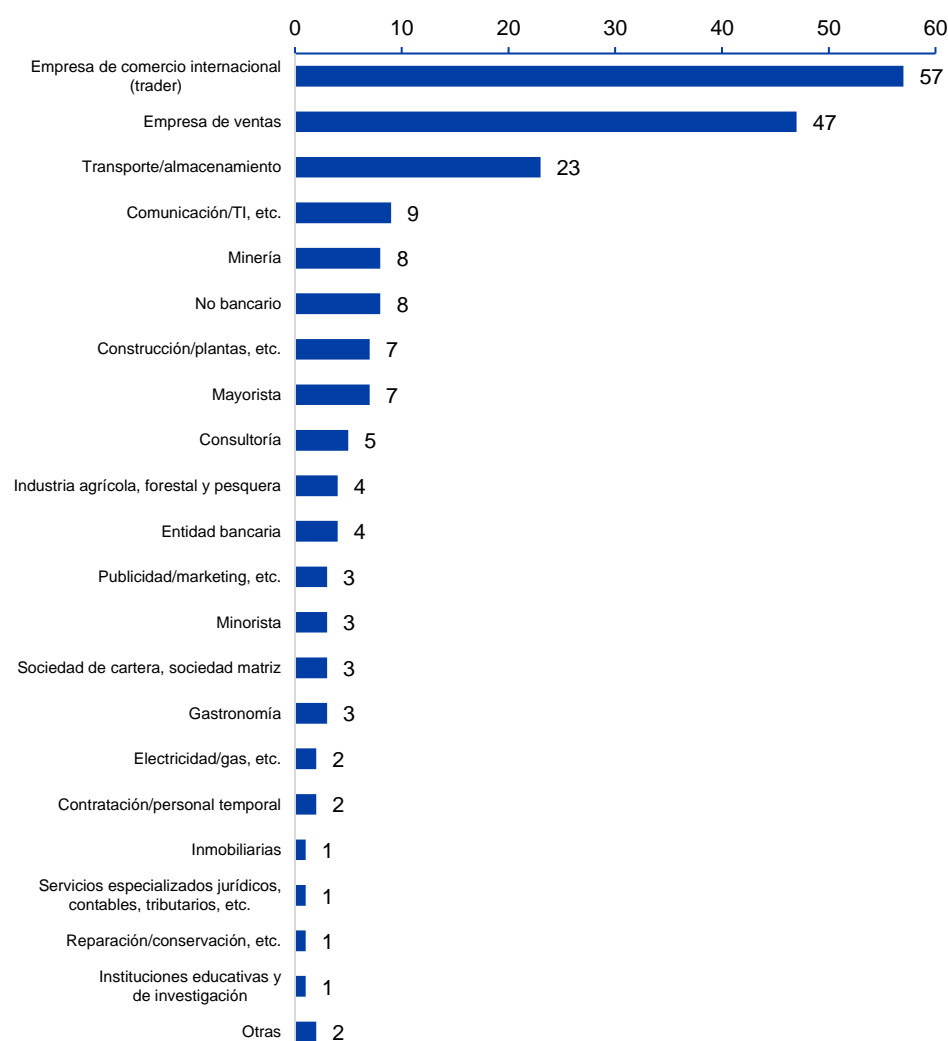
- El estudio, que comenzó a realizarse en 1999, llega este año a su 25ª edición. A los porcentajes comprendidos en las tablas y gráficos se les aplica el redondeo, por lo que no siempre suman 100%. A la vista de la situación actual de Venezuela, las preguntas se han limitado solo a una parte de las cuestiones.
- Todos los “n (tamaño de la muestra)” en las tablas y gráficos significan el número de respuestas válidas.
- El número de respuestas de Brasil aumentó en 3 empresas debido a que el periodo de la encuesta se amplió del 24 al 27 de septiembre, y algunas de las cifras y valores difieren de la «[Encuesta sobre la situación de los negocios de las empresas japonesas en el extranjero \(edición mundial\)](#)» publicada en noviembre de 2024.

# Resumen del estudio: Desglose de empresas participantes por sector (Para todo el conjunto de Latinoamérica)

## Manufactureras (176 empresas)



## No manufactureras (201 empresas)



# Principales conclusiones del relevamiento

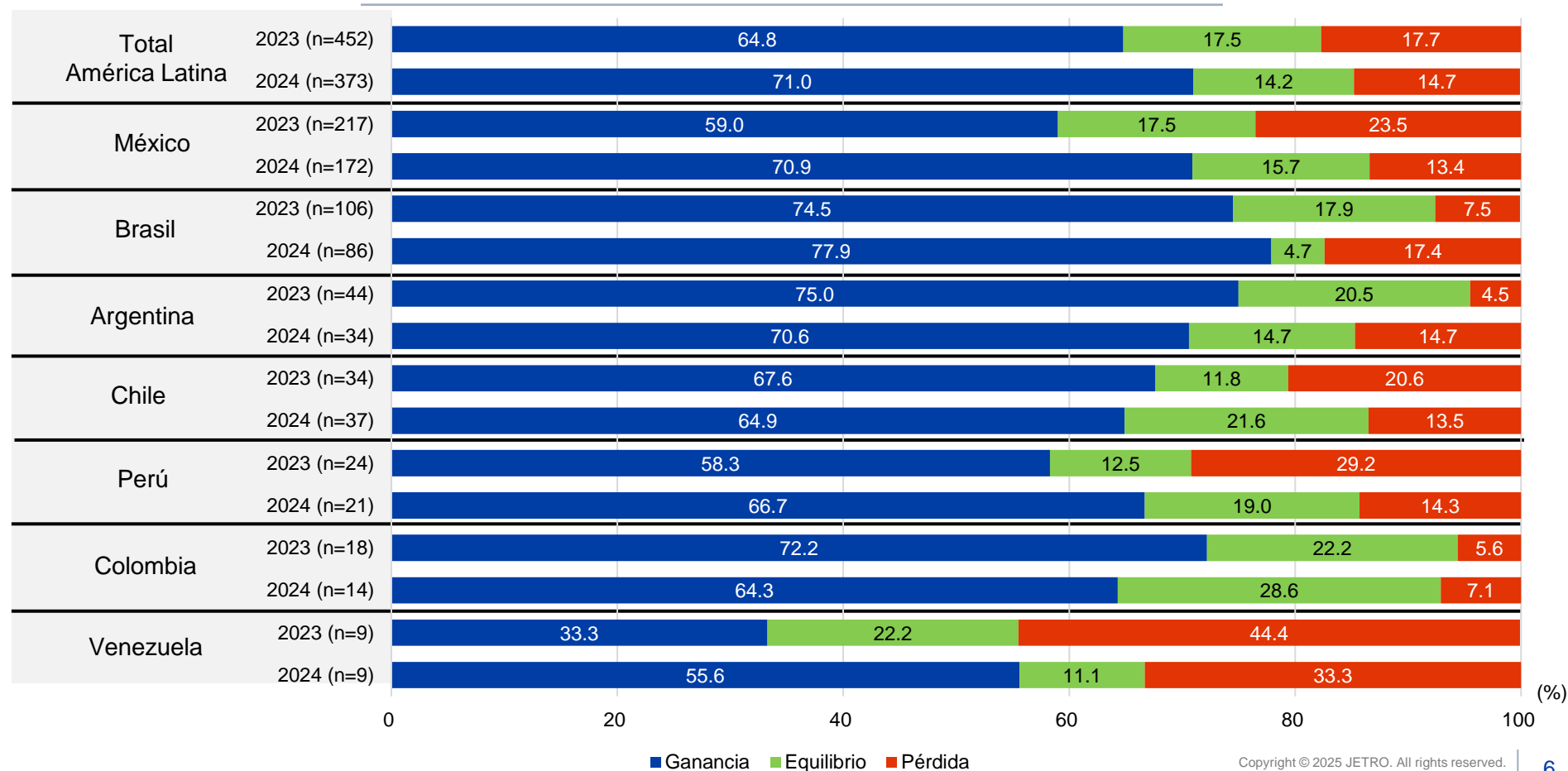
- 1. El porcentaje de empresas con ganancias alcanzó el 70%, y las activas demandas del mercado local contribuyó a mejorar el rendimiento empresarial.**
  - El porcentaje de empresas con ganancias en Brasil se encuentra en su punto más alto de la historia, con un 77,9%.
  - Con el aumento de la demanda en los mercados locales, especialmente en Brasil y México, el rendimiento empresarial se ha mejorado.
  - Aunque el rendimiento empresarial se ha disminuido en Argentina, se espera que aumente significativamente para el 2025.
- 2. El deseo de expandir el negocio sigue creciendo, pero también hay esperanzas y preocupaciones.**
  - El contexto del hecho de que la tasa de «ampliación de las actividades empresariales» sea superior al 50% es diferente en cada país: en Brasil se debe a la demanda del mercado local, en México se debe al impacto del nearshoring, y en Argentina se debe a las expectativas del gobierno actual.
  - Al mismo tiempo, el 40% de los encuestados adoptan una actitud de esperar y ver qué pasa y elige «Mantenimiento» debido a la incertidumbre sobre el futuro de la política y la inflación.
- 3. La competencia de costos es cada vez más feroz, y las empresas chinas también se están convirtiendo en competidoras.**
  - El número de empresas chinas como competidoras se ha aumentado significativamente, y ahora se encuentran en un nivel cercano al de las empresas locales y occidentales.
  - Las principales medidas son «Fortalecimiento de las ventas y las relaciones públicas» y «Diversificación de productos y servicios».
- 4. La escala del mercado y el potencial de crecimiento siguen siendo atractivos, pero la situación política y social es preocupante.**
  - La ventaja de inversión más significativa en todos los países es el enorme potencial de mercado como el Sur Global.
  - Por otro lado, la inestable situación política y social es la desventaja más grande y más común.
  - En México, también hay grandes preocupaciones sobre el nuevo gobierno estadounidense y la dirección del T-MEC (Nota).

# I. Perspectivas de los resultados operativos

# 1 Evolución de las expectativas de los resultados operativos

- Para el 2024, se espera que el 71,0 % de las empresas de toda América Latina tengan ganancia en sus resultados operativos. Por países, Brasil (77,9%) es el mayor mercado de la región, seguido de México (70,9%) y Argentina (70,6%).
- En México y Perú, el porcentaje de pérdidas disminuyó en 2 dígitos respecto al año anterior. Por otro lado, el porcentaje de pérdidas en Brasil y Argentina ha aumentado en unos 10 puntos respecto al año anterior.

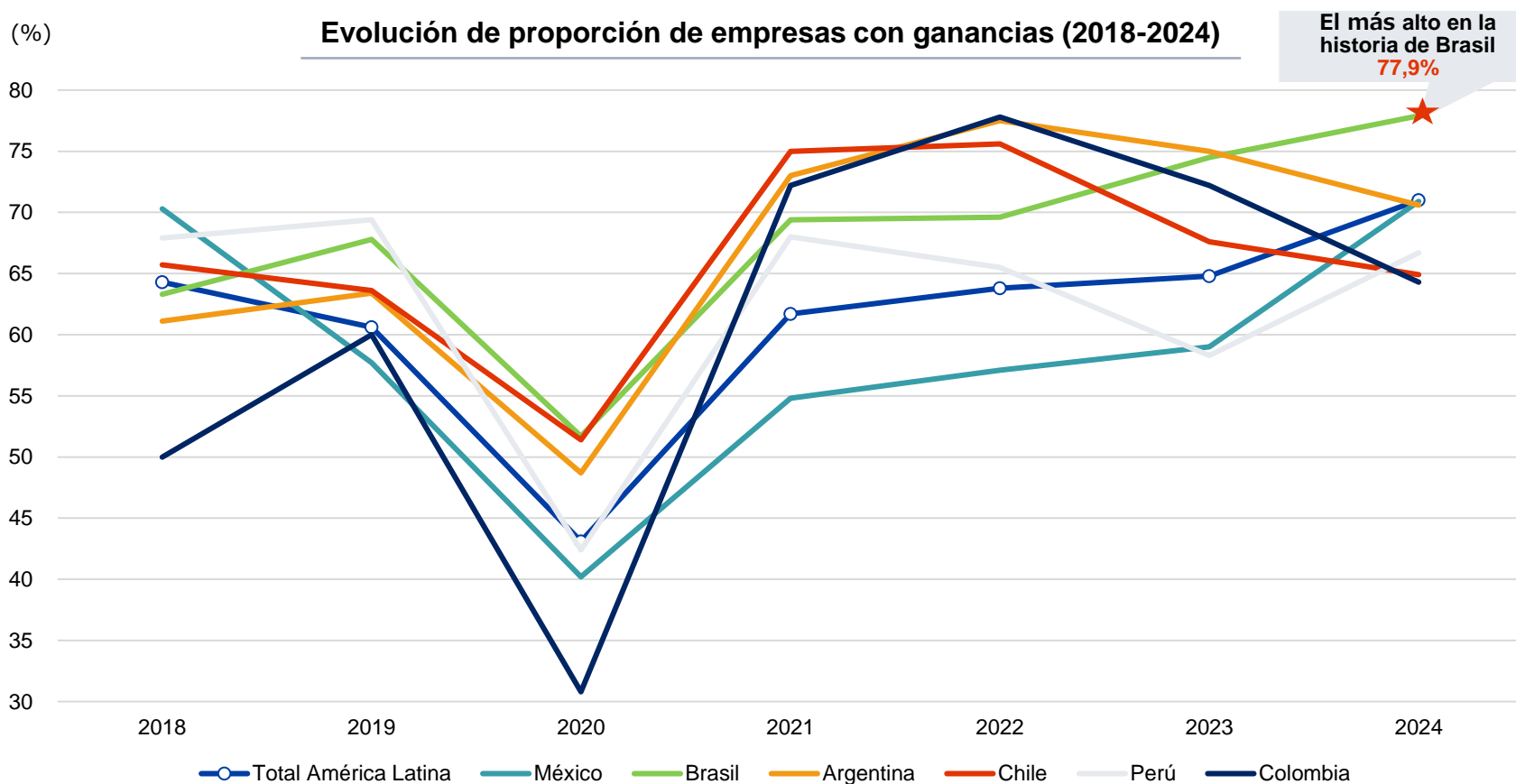
### Expectativas de los resultados operativos para el año 2023 y 2024



## 2 | Evolución de la proporción de empresas con ganancias

- El porcentaje de empresas con ganancias en toda América Latina superó el 70% por primera vez en 14 años desde el 2010 (72,9%). Entre ellos, el porcentaje de empresas con ganancias en Brasil alcanzó un máximo histórico del 77,9% (Nota).
- A partir del 2019, el porcentaje de empresas con ganancias en México cayó por debajo del 60% durante 5 años consecutivos, pero aumentó hasta el 70,9% en el 2024. El porcentaje de empresas con ganancias en Argentina superó el 70% durante 4 años consecutivos desde el 2021.

(Nota) Datos comparables a partir del 2008.

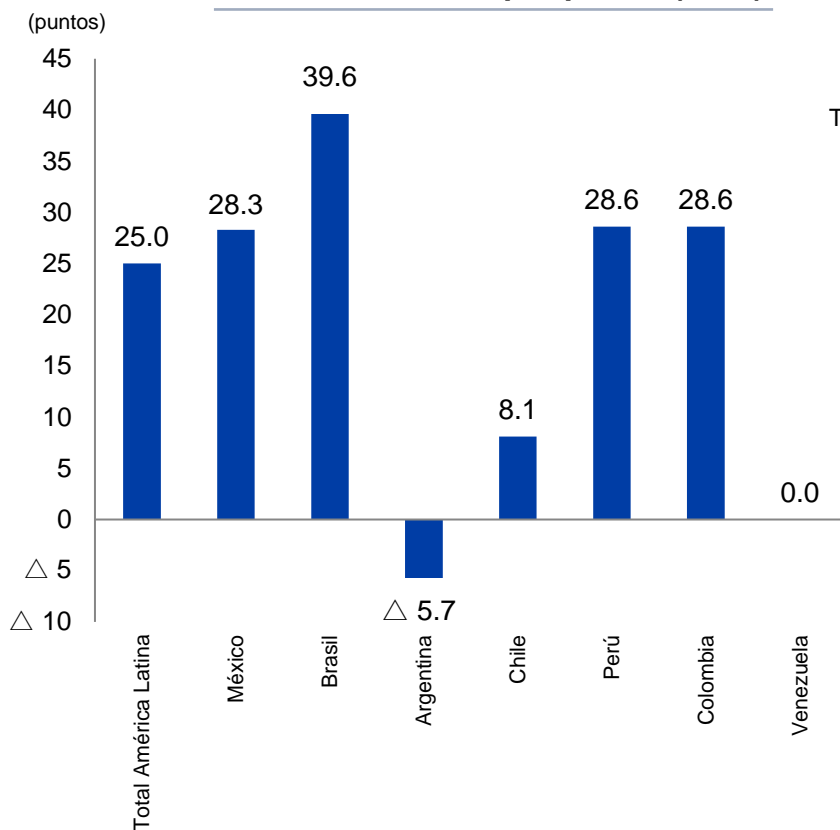




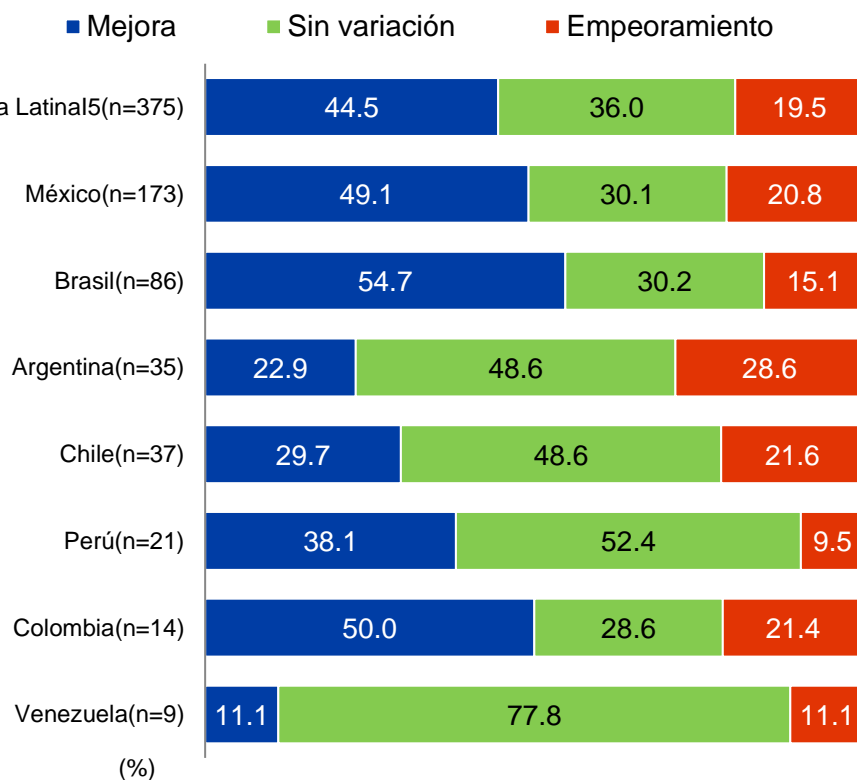
### 3 | Expectativas de los resultados operativos respecto al año anterior (2024)

- El índice de difusión (Nota) para toda América Latina en el 2024 es 25,0 puntos. Dentro de la región, el índice fue positivo para todos los países excepto Argentina (-5,7 puntos) y Venezuela (0,0 puntos).
- Por países, Brasil obtuvo la mayor puntuación, con 39,6 puntos. Le siguen Perú y Colombia (ambos con 28,6 puntos), México (28,3 puntos) y Chile (8,1 puntos).

#### Índice de difusión por países (2024)



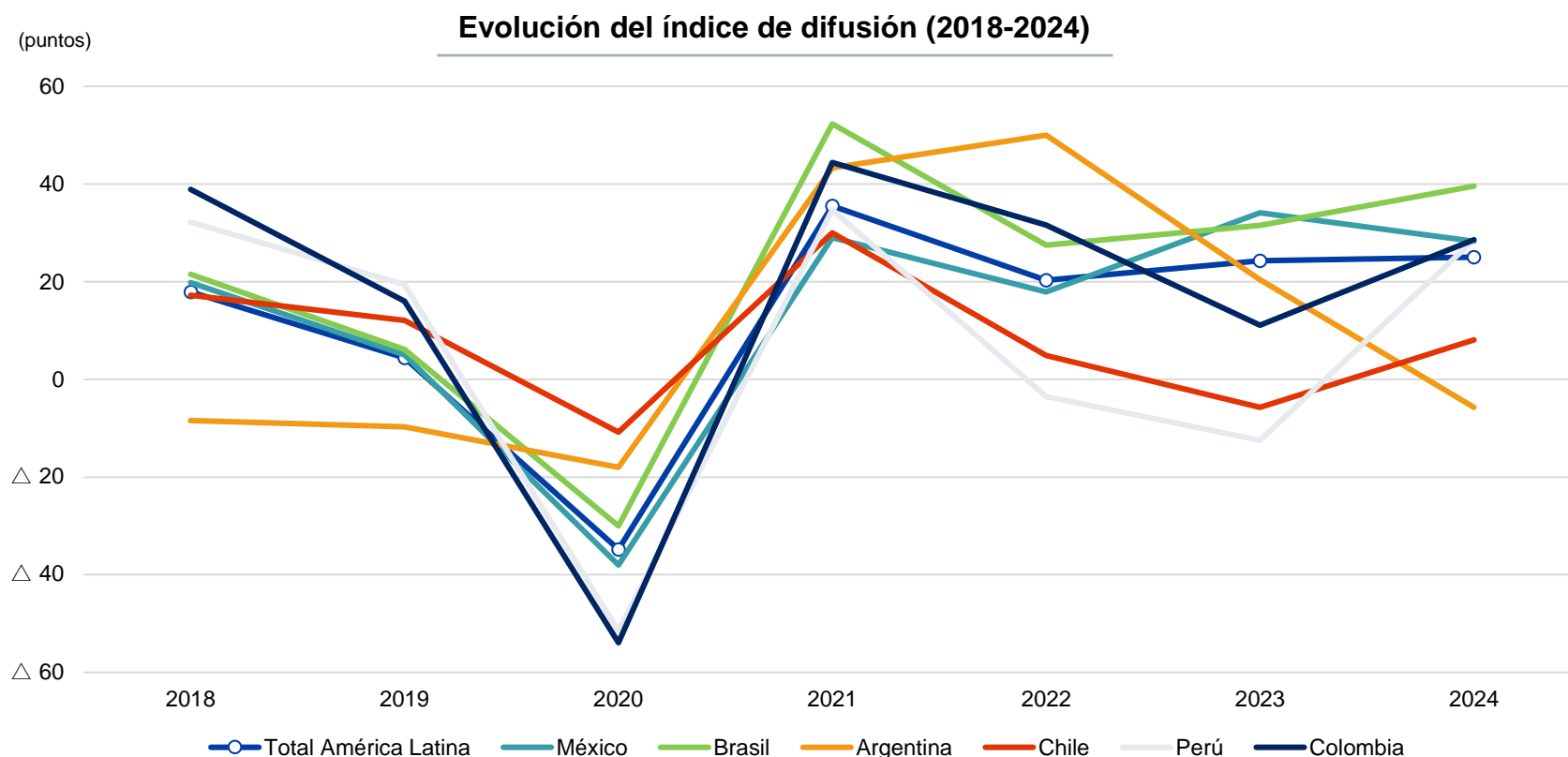
#### Expectativas de los resultados operativos para el año 2024 en comparación con el año anterior



(Nota) Índice de difusión: En esta encuesta, el índice de difusión se calcula restando el porcentaje de empresas que respondieron que los resultados operativos empeorarían del porcentaje de empresas que respondieron que los resultados operativos mejorarían.

## 4 | Evolución del índice de difusión

- El índice de difusión para toda América Latina aumentó en 0,7 puntos respecto al año anterior. Por países, el índice aumentó en Brasil, Chile, Perú y Colombia. Disminuyó en México y Argentina.
- El índice de difusión para Perú aumentó de -12,5 puntos en el año anterior a 28,6 puntos en el 2024. Por el contrario, el índice en Argentina cayó de 20,4 puntos en el año anterior a -5,7 puntos.



# 5 Razones de la mejora de las expectativas de los resultados operativos (2024)

- El «Aumento de la demanda en el mercado local» superó el 60% en toda América Latina. Por países (excluyendo Venezuela), los porcentajes fueron altos en el siguiente orden: Brasil (74,5%), México (66,7%) y Perú (50,0%).
- Aunque el número de respuestas fue pequeño, la «Fluctuación del tipo de cambio» fue alta, con un 57,1 % en Colombia. En relación con esto, hubo respuestas que afirmaban que la apreciación de las divisas locales en el primer semestre tuvo un impacto positivo.

## Razones de la mejora de las expectativas de los resultados operativos para el año 2024 (Respuesta múltiple)

(Unidad: %)

	Total América Latina (n=166)	México (n=84)	Brasil (n=47)	Argentina (n=8)	Chile (n=11)	Perú (n=8)	Colombia (n=7)	Venezuela (n=1)
Reforzamiento de la estructura de exportaciones (aumento de productos, servicios, personal, etc.)	5.4	8.3	0.0	12.5	0.0	0.0	14.3	0.0
Aumento de la demanda en los mercados de destino de exportaciones	15.1	21.4	4.3	0.0	27.3	25.0	0.0	0.0
Reforzamiento de la estructura de ventas en el mercado local (aumento de productos, servicios, personal, etc.)	32.5	22.6	44.7	37.5	36.4	37.5	57.1	0.0
Aumento de la demanda en el mercado local	<b>61.4</b>	<b>66.7</b>	<b>74.5</b>	25.0	9.1	50.0	42.9	100.0
Fluctuación del tipo de cambio	20.5	23.8	14.9	0.0	27.3	0.0	57.1	0.0
Reducción de costos en el aprovisionamiento de materias primas y piezas	12.0	10.7	10.6	12.5	9.1	25.0	28.6	0.0
Reducción de los costos laborales	12.0	7.1	14.9	25.0	18.2	25.0	14.3	0.0
Reducción de otros gastos (gastos de gestión, etc.)	17.5	15.5	19.1	25.0	18.2	25.0	14.3	0.0
Mejora de la productividad, efectividad de ventas, tasa de operación, entre otros	23.5	25.0	19.1	12.5	27.3	37.5	28.6	0.0
Cambio en el precio de venta	20.5	20.2	23.4	25.0	0.0	37.5	14.3	0.0
Otro	7.2	6.0	4.3	25.0	18.2	12.5	0.0	0.0

# 6 Razones del empeoramiento de las expectativas de los resultados operativos (2024)

- La proporción de encuestados que respondieron que «Reducción de la demanda en el mercado local» fue la más alta en toda América Latina, aumentando en 8,1 puntos con respecto a la encuesta anterior hasta alcanzar el 42,5%. Por el contrario, la «Fluctuación del tipo de cambio», que representaba el 44,1% en la encuesta anterior, disminuyó en 12,6 puntos en esta encuesta.
- Además de la «Intensificación de la competencia con otras empresas» y el «Aumento de los costos laborales», que reflejan el entorno de inversión local, la proporción de respuestas relacionadas con las importaciones y exportaciones, como el «Aumento de costos en el aprovisionamiento de materias primas y piezas» y la «Fluctuación del tipo de cambio», superó el 30% en toda América Latina.

## Razones de la mejora de las expectativas de los resultados operativos para el año 2024 (Respuesta múltiple)

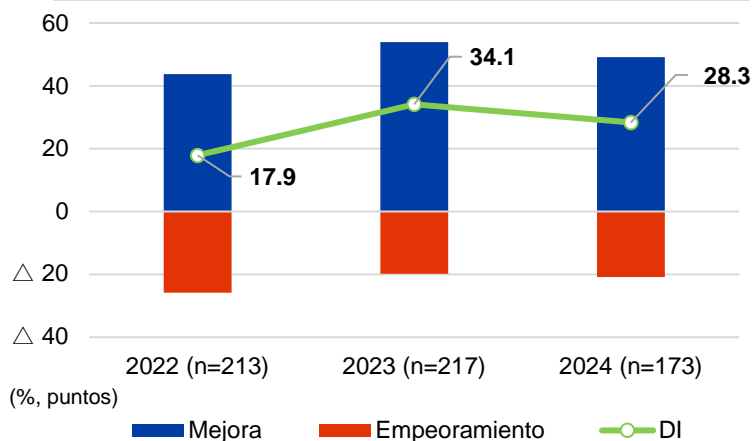
(Unidad: %)

	Total América Latina (n=73)	México (n=36)	Brasil (n=13)	Argentina (n=10)	Chile (n=8)	Perú (n=2)	Colombia (n=3)	Venezuela (n=1)
Reducción de la estructura de exportaciones (Reducción de productos, servicios, personal, etc.)	1.4	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0
Reducción de la demanda en los mercados de destino de las exportaciones	16.4	16.7	7.7	10.0	37.5	0.0	33.3	0.0
Reducción de la estructura de ventas en el mercado local (Reducción de productos, servicios, personal, etc.)	9.6	2.8	15.4	20.0	12.5	0.0	33.3	0.0
Reducción de la demanda en el mercado local	42.5	25.0	<b>53.8</b>	<b>70.0</b>	37.5	100.0	100.0	0.0
Intensificación de la competencia con otras empresas	31.5	33.3	15.4	40.0	12.5	50.0	100.0	0.0
Fluctuación del tipo de cambio	31.5	27.8	30.8	<b>50.0</b>	25.0	0.0	66.7	0.0
Aumento de costos en el aprovisionamiento de materias primas y piezas	32.9	33.3	<b>61.5</b>	20.0	12.5	0.0	33.3	0.0
Aumento de los costos laborales	37.0	<b>50.0</b>	30.8	10.0	37.5	0.0	33.3	0.0
Aumento de otros gastos (gastos de gestión, etc.)	23.3	27.8	15.4	20.0	25.0	0.0	33.3	0.0
Bajada de la productividad, efectividad de ventas, tasa de operación, entre otros	8.2	5.6	15.4	0.0	12.5	0.0	0.0	100.0
Cambio en el precio de venta	16.4	5.6	23.1	40.0	12.5	50.0	33.3	0.0
Otro	19.2	25.0	7.7	10.0	37.5	0.0	0.0	0.0

# 7 | Expectativas de los resultados operativos en México y Brasil (2024)

- En México, a pesar del impacto negativo del aumento de los salarios y la inflación, muchos comentarios apuntaban a una recuperación del mercado del automóvil y a fuertes exportaciones a Estados Unidos. El tipo de cambio, que había tendido a la debilidad del peso, tendrá un efecto de doble cara dependiendo del tipo de negocio.
- En Brasil, la confianza del mercado ha ido mejorando de forma constante durante los últimos 3 años. Aunque la demanda interna está en expansión, el porcentaje de empresas que citan el «Aumento de costos en el aprovisionamiento de materias primas y piezas» como factor de deterioro también es alto, y también se observa el impacto de la debilidad del real brasileño en las importaciones.

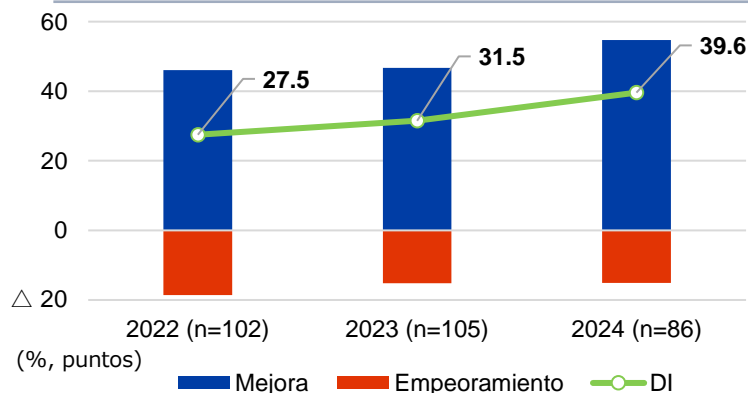
**Evolución del índice de difusión en México (2022-2024)**



**Razones de la mejora de las expectativas de los resultados operativos para el año 2024 (Respuesta múltiple, solo se muestran las opciones más frecuentes)**

México (n=84)	Brasil (n=47)
1. Aumento de la demanda en el mercado local 66,7%	1. Aumento de la demanda en el mercado local 74,5%
2. Mejora de la productividad, efectividad de ventas, tasa de operación, entre otros 25,0%	2. Reforzamiento de la estructura de ventas en el mercado local 44,7%
3. Fluctuación del tipo de cambio 23,8%	3. Cambio en el precio de venta 23,4%
4. Reforzamiento de la estructura de ventas en el mercado local 22,6%	4. Mejora de la productividad, efectividad de ventas, tasa de operación, entre otros 19,1%
5. Aumento de la demanda en los mercados de destino de las exportaciones 21,4%	4. Reducción de otros gastos (gastos de gestión, etc.) 19,1%

**Evolución del índice de difusión en Brasil (2022-2024)**



**Razones del empeoramiento de las expectativas de los resultados operativos para el año 2024 (Respuesta múltiple, solo se muestran las opciones más frecuentes)**

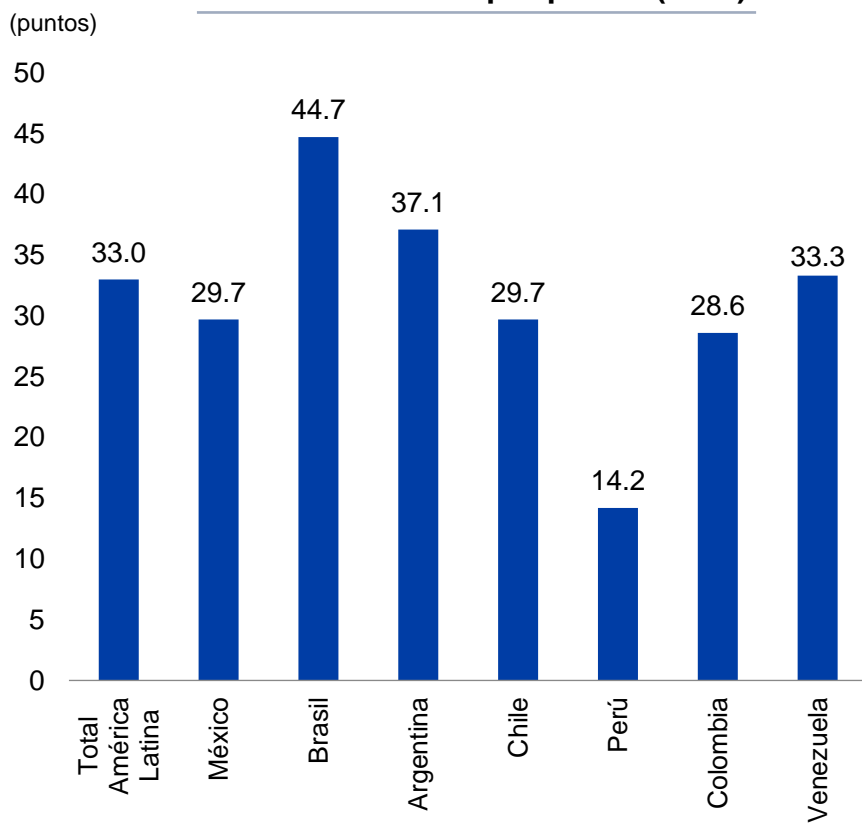
México (n=36)	Brasil (n=13)
1. Aumento de los costos laborales 50,0%	1. Aumento de costos en el aprovisionamiento de materias primas y piezas 61,5%
2. Intensificación de la competencia con otras empresas 33,3%	2. Reducción de la demanda en el mercado local 53,8%
2. Aumento de costos en el aprovisionamiento de materias primas y piezas 33,3%	3. Fluctuación del tipo de cambio 30,8%
4. Fluctuación del tipo de cambio 27,8%	3. Aumento de los costos laborales 30,8%
4. Aumento de otros gastos (gastos de gestión, etc.) 27,8%	5. Cambio en el precio de venta 23,1%

## 8

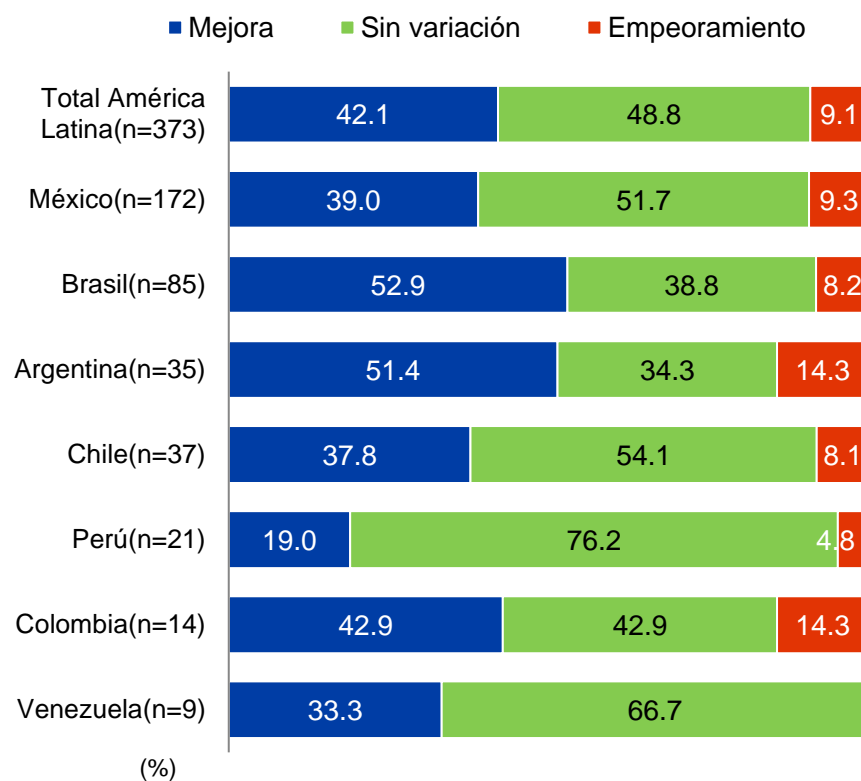
# Perspectivas de los resultados operativos respecto al año anterior (2025)

- El índice de difusión para toda América Latina en el 2025 es de 33,0 puntos. Todos los países de la región obtuvieron más de 20 puntos, con la excepción de Perú, que obtuvo 14,2 puntos.
- Por países, Brasil obtuvo la mayor puntuación, con 44,7 puntos. Argentina ocupó el segundo lugar con 37,1 puntos. Venezuela, México, Chile y Colombia también obtuvieron alrededor de 30 puntos.

### Índice de difusión por países (2025)



### Expectativas de los resultados operativos para el año 2025 en comparación con el año 2024



# 9 Razones de la mejora de las perspectivas de los resultados operativos (2025)

- En toda América Latina, la mayoría de los encuestados (más del 50%) eligió «Aumento de la demanda en el mercado local». Por países, Argentina, México y Brasil tuvieron los porcentajes de la respuesta más altos.
- En comparación con el porcentaje de «Reforzamiento de la estructura de ventas en el mercado local», el de respuesta para el «Reforzamiento de la estructura de exportaciones» y el «Aumento de la demanda en los mercados de destino de las exportaciones» es menor en muchos países. Se cree que el principal factor que explica la mejora de las perspectivas de las empresas japonesas es la tendencia de los mercados locales.

## Razones de la mejora de las perspectivas de los resultados operativos para el año 2025 (Respuesta múltiple)

(Unidad: %)

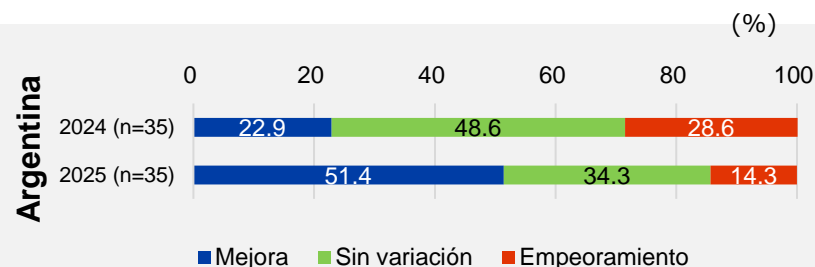
	Total América Latina (n=156)	México (n=66)	Brasil (n=45)	Argentina (n=18)	Chile (n=14)	Perú (n=4)	Colombia (n=6)	Venezuela (n=3)
Reforzamiento de la estructura de exportaciones (Ampliación de productos, servicios, personal, etc.)	11.5	7.6	13.3	16.7	14.3	0.0	33.3	0.0
Aumento de la demanda en los mercados de destino de exportaciones	16.7	19.7	8.9	22.2	21.4	25.0	16.7	0.0
Reforzamiento de la estructura de ventas en el mercado local (Ampliación de productos, servicios, personal, etc.)	42.3	34.8	46.7	44.4	42.9	50.0	66.7	66.7
Aumento de la demanda en el mercado local	<b>51.9</b>	<b>56.1</b>	48.9	<b>66.7</b>	28.6	75.0	50.0	0.0
Fluctuación del tipo de cambio	9.0	7.6	4.4	27.8	14.3	0.0	0.0	0.0
Reducción de costos en el aprovisionamiento de materias primas y piezas	12.8	16.7	15.6	0.0	7.1	25.0	0.0	0.0
Reducción de los costos laborales	10.3	12.1	8.9	5.6	21.4	0.0	0.0	0.0
Reducción de otros gastos (gastos de gestión, etc.)	14.1	12.1	17.8	5.6	35.7	0.0	0.0	0.0
Mejora de la productividad, efectividad de ventas, tasa de operación, entre otros	28.8	30.3	24.4	22.2	42.9	50.0	16.7	33.3
Otro	12.2	10.6	13.3	22.2	14.3	0.0	0.0	0.0

# 10 | Comparación de las perspectivas de los resultados operativos (2024 y 2025)

- En Argentina, Brasil y México, el índice de difusión aumentó entre 2024 y 2025. El aumento en Argentina fue particularmente significativo, alcanzando los 42,8 puntos.
- Los principales factores que explican el crecimiento de los resultados operativos en Argentina en el 2025 son el aumento de la demanda en el mercado local y el fortalecimiento del sistema de ventas. Bajo la administración del presidente Javier Milei, se espera la eliminación de las restricciones a la importación y los incentivos a la inversión.

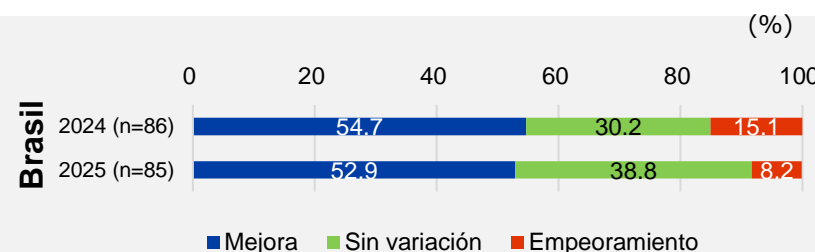
## Expectativas de los resultados operativos para el año 2024 y 2025 en comparación con el año anterior

## Razones de la mejora de las perspectivas de los resultados operativos para el año 2025 respecto al año anterior (Respuesta múltiple, solo se muestran las opciones más frecuentes)



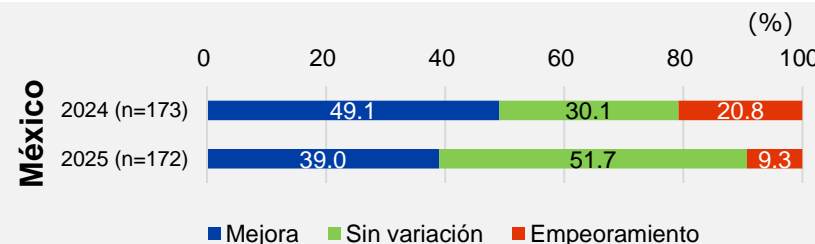
**2024 → 2025**  
El índice de difusión en **42,8 puntos.**

1. Aumento de la demanda en el mercado local 66,7%
2. Reforzamiento de la estructura de ventas en el mercado local 44,4%
3. Fluctuación del tipo de cambio 27,8%



**2024 → 2025**  
El índice de difusión en **5,1 puntos.**

1. Aumento de la demanda en el mercado local 48,9%
2. Reforzamiento de la estructura de ventas en el mercado local 46,7%
3. Mejora de la productividad, efectividad de ventas, tasa de operación, entre otros 24,4%



**2024 → 2025**  
El índice de difusión en **1,4 puntos.**

1. Aumento de la demanda en el mercado local 56,1%
2. Reforzamiento de la estructura de ventas en el mercado local 34,8%
3. Mejora de la productividad, efectividad de ventas, tasa de operación, entre otros 30,3%

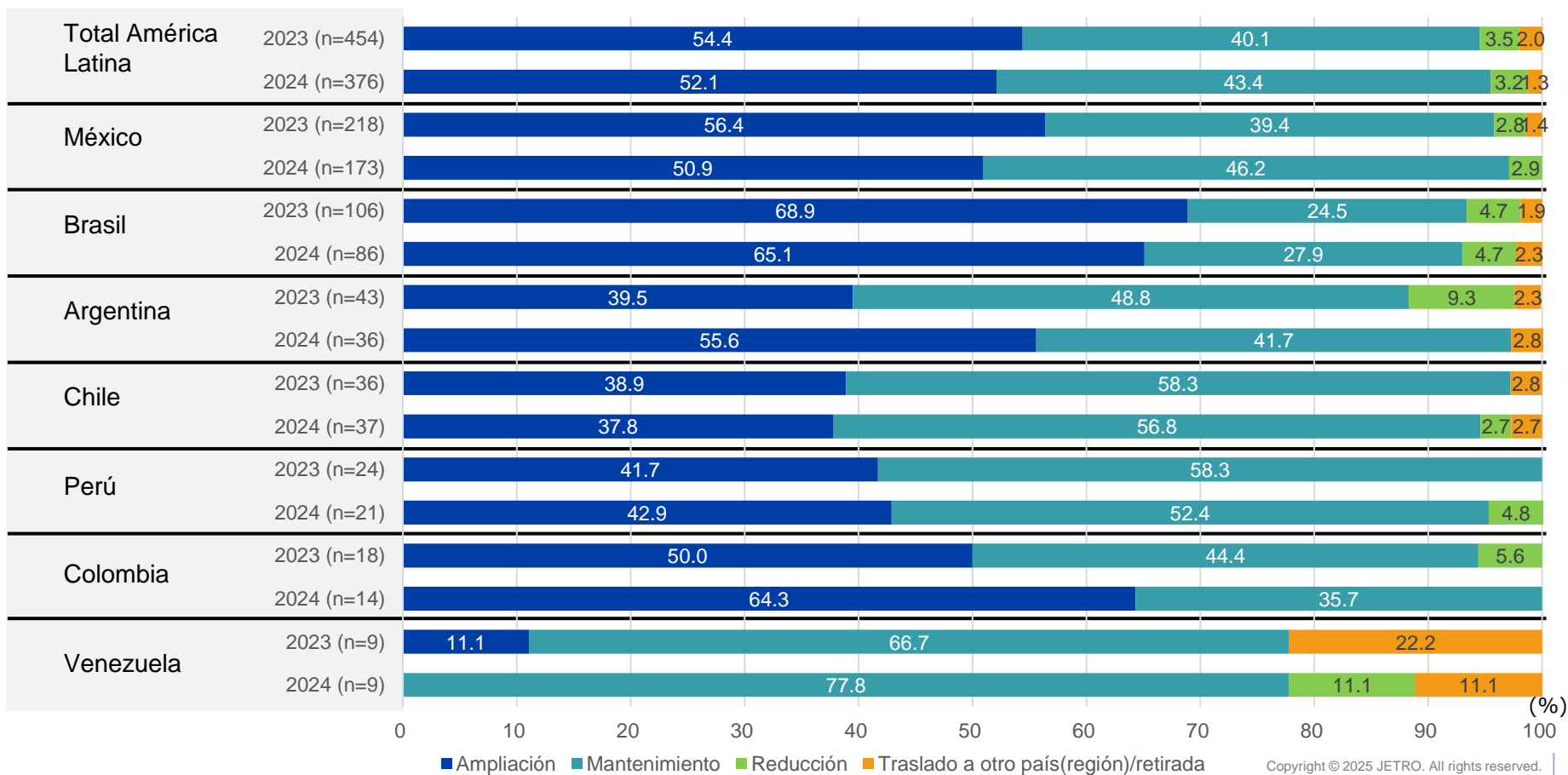


## **II. Rumbo de la evolución de los negocios a futuro**

# 1 Rumbo de la evolución de los negocios en los próximos 1-2 años

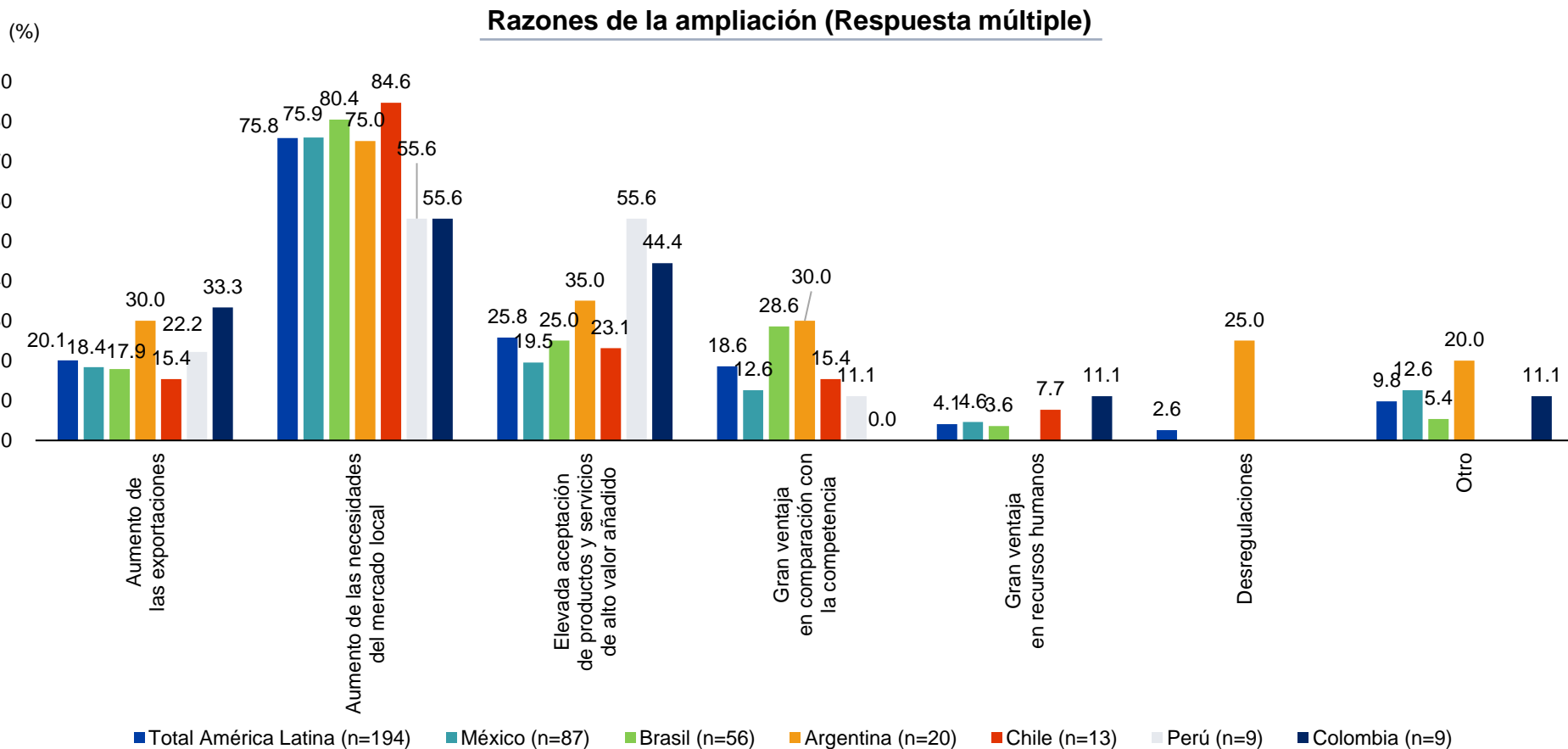
- En toda América Latina, el 52,1% de las empresas esperan «Ampliación» de su negocio y el 43,4% de ellas eligieron «Mantenimiento» en los próximos 1 a 2 años. Hubo disminución de 5,6 puntos en la diferencia de ambas respuestas en comparación con la encuesta del año anterior.
- En Argentina y Colombia, la tasa de «Ampliación» aumentó en dos dígitos en comparación con el año anterior. En Argentina, en particular, esto se considera un reflejo de una mejora a corto plazo en el entorno empresarial y las expectativas de nuevas políticas.

**Rumbo de la evolución de los negocios en los próximos 1-2 años (Encuesta del año fiscal 2023 y 2024)**



## 2 | Razones para la ampliación del negocio

- La razón principal de la ampliación es el «Aumento de las necesidades del mercado local» en toda la región. Chile (41,7 puntos más) y Argentina (22,1 puntos más) han experimentado un aumento significativo en las puntuaciones desde la encuesta del año anterior.
- El porcentaje de los encuestados que respondieron «Elevada aceptación de productos y servicios de alto valor añadido» fue del 55,6 % en Perú y del 44,4 % en Colombia. En Argentina, el porcentaje de encuestados que respondieron «Desregulaciones» alcanzó el 25,0%.



# 3 | Comentario sobre el rumbo de la evolución de los negocios

## Razones de la «Ampliación» y sus detalles

### Aumento de las necesidades del mercado local

- Aumento de la manufactura debido al nearshoring (México, maquinaria general)
- La promoción del aprovisionamiento local por parte de los clientes (México, metales no ferrosos)
- Ampliación del mercado de alimentos japoneses (Brasil, mayorista)
- Con las mejoras en los estándares médicos y el desarrollo económico, se espera una sólida demanda de atención médica (Brasil, equipo médico)
- Aumento de la demanda de digitalización (Brasil, comunicación/TI, etc.)
- Expectativas para un sistema de incentivos de inversión a gran escala (Argentina, equipos eléctricos y electrónicos)
- Aumento de las ventas de equipos de minería (Chile, minería)
- Demanda de motocicletas debido al crecimiento económico y la congestión del tráfico (Perú, maquinaria de transporte)

### Elevada aceptación de productos y servicios de alto valor

- Hay una afluencia de productos baratos fabricados en China, pero también hay una creciente demanda de productos de alto rendimiento y precio más elevado (México, maquinaria general)
- En el sector privado, cada vez hay más empresas que se diferencian de sus competidores ofreciendo servicios de alta calidad (Brasil, equipo médico)
- Las marcas japonesas gozan de un alto nivel de aceptación (Colombia, maquinaria de transporte)

### Aumento de las exportaciones

- Aumento del volumen de producción hacia el mercado de Estados Unidos (México, productos de plástico)
- Aumento de la demanda en los países vecinos de América Latina (Brasil, equipo médico)
- Se espera un aumento de los recursos naturales, los cereales, el marisco, etc. (Argentina, empresa de comercio internacional (trader))
- Aumento del concentrado de cobre para la exportación (Chile, transporte/almacenamiento)

### Otras

- Hay servicios y sistemas especiales disponibles para Estados Unidos y México (México, transporte/almacenamiento)
- Capacidad de desarrollo de nuevos productos (Brasil, alimentos/productos agrícolas y pesqueros procesados)
- Las importaciones se han vuelto más flexibles y ahora se pueden asegurar las existencias (Argentina, empresa de ventas)

## Razones del «Mantenimiento»

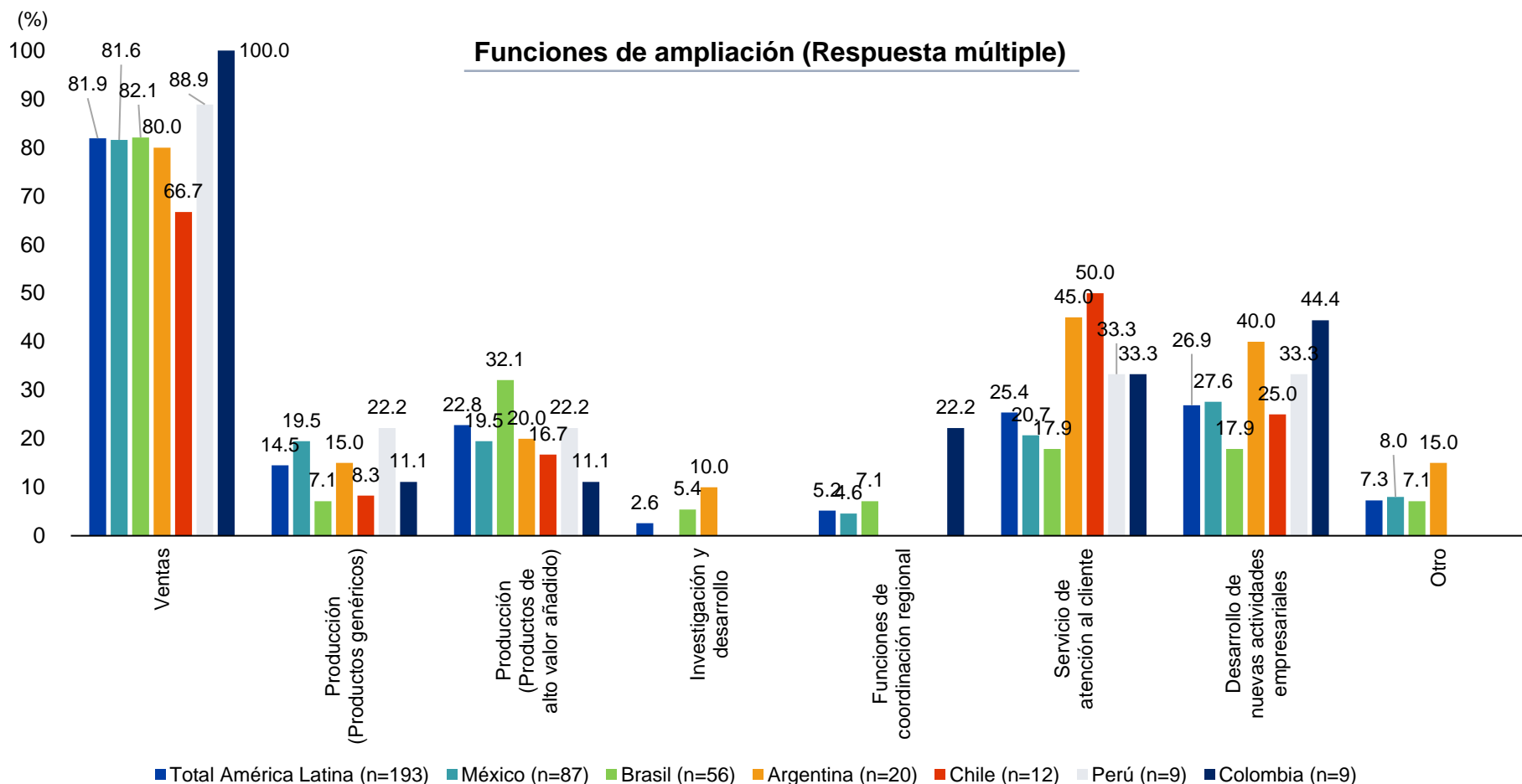
- Incertidumbre sobre las políticas tras las elecciones presidenciales de Estados Unidos (México, piezas para maquinaria de transporte)
- Es difícil conseguir mano de obra, y estamos haciendo todo lo posible para mantener el nivel actual de producción (México, productos químicos/del petróleo)
- La capacidad de los puertos locales está llegando a su límite (México, transporte/almacenamiento)
- La inversión se está retrasando debido a las perspectivas inciertas de la difusión de los vehículos eléctricos en los mercados locales (México, piezas para maquinaria de transporte)
- Con los tipos de interés aún altos y la inflación continuada, no ha habido ninguna mejora en las tendencias de consumo (Brasil, alimentos/productos agrícolas y pesqueros procesados)
- Los presupuestos limitados de los principales clientes, instituciones públicas (Argentina, comunicación/TI, etc.)
- Desde el inicio del nuevo gobierno y las desregulaciones a las importaciones, la competencia se ha vuelto extremadamente feroz (Argentina, empresa de ventas)
- A pesar de la promoción gubernamental de proyectos de inversión a gran escala, el entorno que rodea a las pequeñas y medianas empresas sigue siendo extremadamente severo (Argentina, otras manufactureras)
- Se espera que el mercado crezca solo de forma limitada, por lo que no hay perspectivas de ampliar el área de negocio (Chile, equipo médico)
- No ampliaremos nuestro negocio, sino que trabajaremos para mejorar la rentabilidad (Chile, no bancario)
- Deterioro económico debido a la inestabilidad política (Perú, minorista)
- El gobierno actual tiende a centrarse en asuntos internos, por lo que la ampliación empresarial debe considerarse cuidadosamente (Colombia, empresa de comercio internacional (trader)).
- Las tendencias a corto plazo son impredecibles (Venezuela, productos químicos/del petróleo)

## Razones para la «Reducción» o la «Reubicación o traslado a otro país/retirada»

- El costo de fabricación no compensa (México, empresa de comercio internacional (trader))
- No es un área central de la estrategia comercial del grupo (Brasil, minería)
- No se espera que las ventas aumenten (Brasil, equipos eléctricos y electrónicos)
- Reducción de la rentabilidad (Chile, maquinaria de transporte)
- Como parte de la optimización de la adquisición de recursos para todo el grupo (Perú, metales no ferrosos)

# 4 | Funciones específicas que se ampliarán

- En cuanto a las funciones específicas que se están ampliando, el porcentaje para «Ventas» fue el más alto tanto para toda América Latina como para cada país. En Colombia, la tasa de respuesta para «Ventas» alcanzó el 100,0%.
- La «Producción (Productos de alto valor añadido)» de Brasil aumentó 14,0 puntos en comparación con la encuesta del año anterior, alcanzando el 32,1%, y ocupó el primer lugar en la región. En toda América Latina, la tasa de respuesta para «Desarrollo de nuevas actividades empresariales» y «Servicio de atención al cliente» fue de alrededor del 25%.

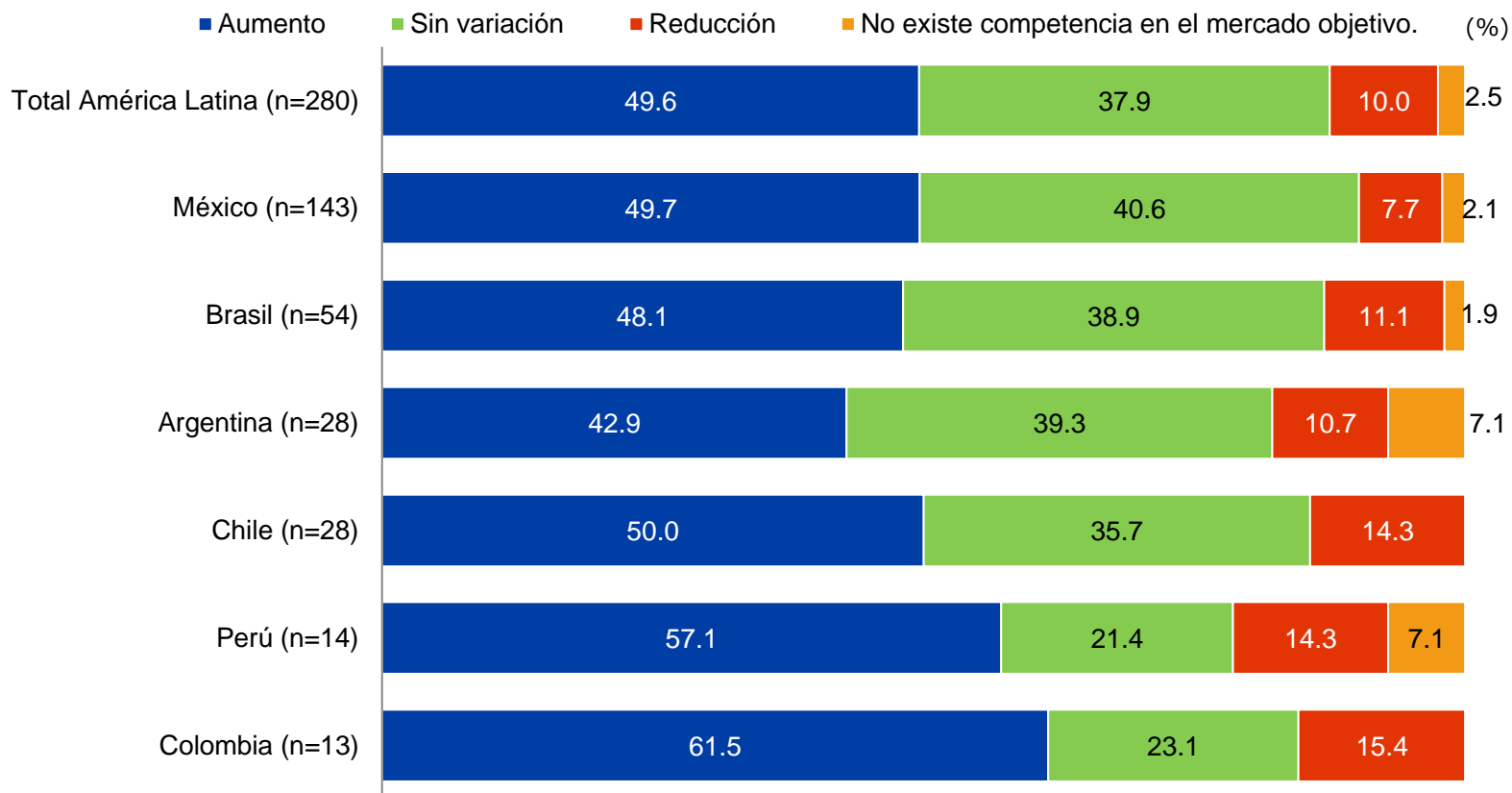


# III. Cambios en el entorno competitivo

# 1 Cambios en la cuota de mercado de los principales productos y servicios

- En comparación con el 2019 (antes de la pandemia de covid-19), aproximadamente el 50% de las empresas de toda América Latina notificaron un aumento de la cuota de mercado de sus principales productos y servicios. Si a esta cifra se le añade el porcentaje de «Sin variación», se aproxima al 90%, y muchas empresas están recuperando o ampliando su cuota de mercado y volviendo a los niveles anteriores a la pandemia.

## Cuota de mercado de los principales productos y servicios (respecto al 2019)

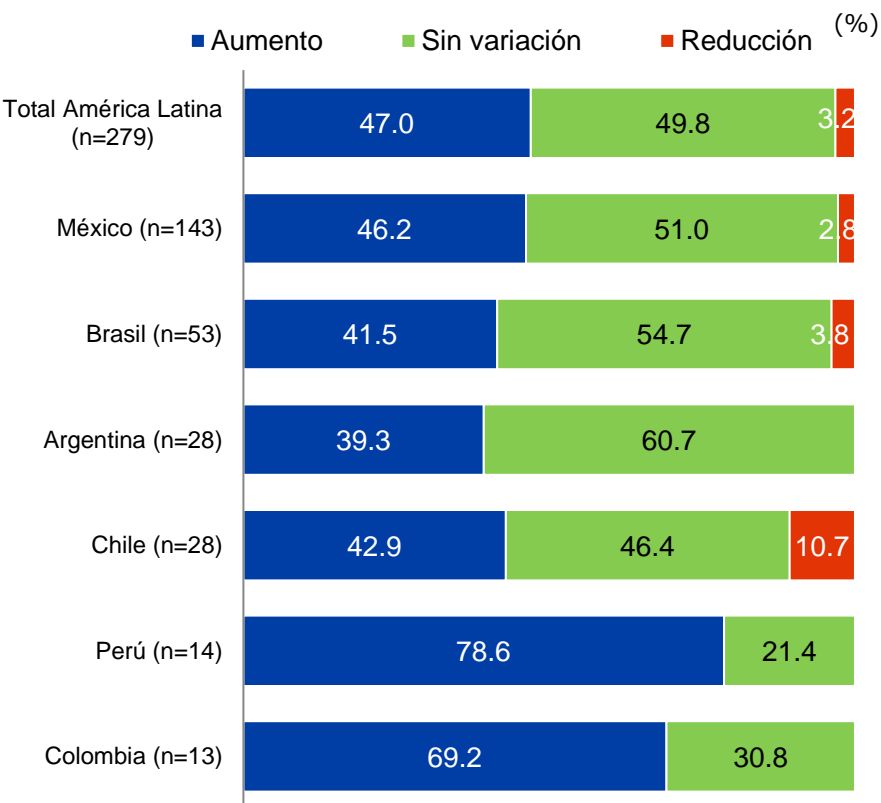


# 2 | Cambios en el número de competidores, ubicación de sus sedes

- En comparación con el 2019 (antes de la pandemia de covid-19), aproximadamente el 50% de las empresas de toda América Latina notificaron un aumento de competidores.
- Las sedes de los competidores se encuentran con mayor frecuencia en China en todos los países. En particular, el 100,0% de las empresas en Colombia respondieron que eran empresas chinas.

**Cambio en el número de competidores (respecto al 2019)**

**Ubicaciones de las sedes de competidores con mayor presencia (Respuesta múltiple)**



(Unidad: %)

	Empresas locales	Empresas japonesas	Empresas chinas	Empresas europeas	Empresas americanas	Otro
Total América Latina (n=128)	30.5	25.0	<b>60.9</b>	13.3	21.1	21.9
México (n=64)	32.8	40.6	<b>53.1</b>	14.1	25.0	17.2
Brasil (n=22)	36.4	22.7	<b>59.1</b>	9.1	9.1	27.3
Argentina (n=11)	18.2	0.0	<b>81.8</b>	18.2	45.5	45.5
Chile (n=12)	33.3	8.3	<b>41.7</b>	25.0	25.0	16.6
Perú (n=10)	40.0	0.0	<b>80.0</b>	10.0	10.0	20.0
Colombia (n=9)	0.0	0.0	<b>100.0</b>	0.0	0.0	22.2

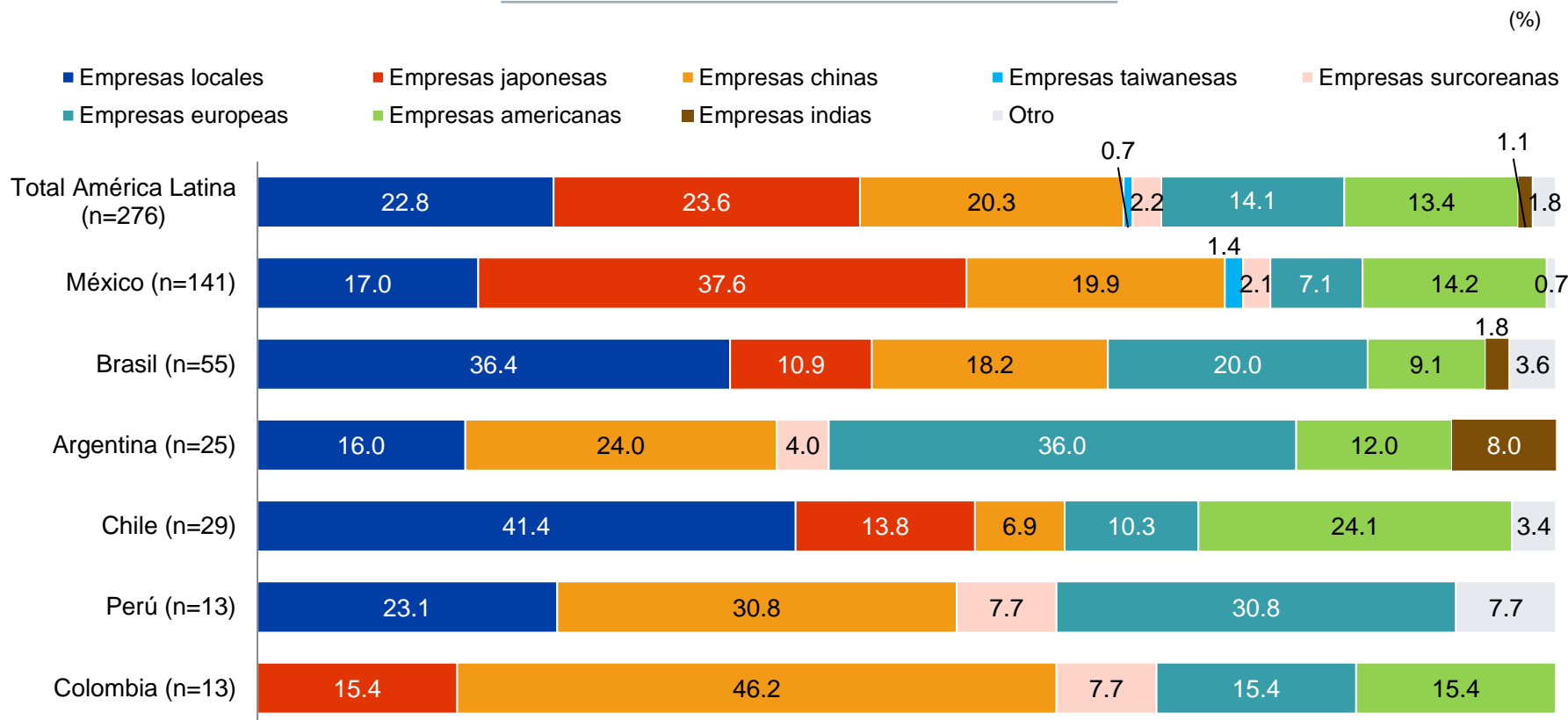
(Nota) La categoría «Otros» incluye empresas taiwanesas, surcoreanas e indias.



### 3 | El mayor competidor en mercados locales

- En Perú y Colombia, el mayor porcentaje de empresas respondió que sus mayores competidores son empresas chinas. Muchas de ellas son fabricantes de automóviles y están preocupados por la creciente cuota de mercado de las empresas chinas, especialmente en el campo de los vehículos eléctricos.
- En otros países, las empresas locales, occidentales y japonesas tienden a dominar el mercado. Como se mencionó en la página anterior, aunque el número de empresas chinas está aumentando, todavía hay bastantes casos que no son mayores competidores.

**El mayor competidor en el mercado objetivo**



## 4 | Razones para considerarlo el mayor competidor

- Cuando se les preguntó por qué los consideraban sus mayores competidores, alrededor del 70% de los encuestados en toda América Latina eligió la «Competitividad de costos». Entre las empresas que eligieron la dicha respuesta, el mayor número de ellas (alrededor del 30%) respondió que su mayor competidor era una empresa china, lo que sugiere que las empresas chinas están lanzando una ofensiva de precios.
- A continuación, el «reconocimiento de la marca/empresa» también fue muy común, representando alrededor del 60% de las respuestas en Colombia. De las empresas que eligieron la misma respuesta, los principales competidores eran principalmente empresas europeas y estadounidenses o empresas japonesas, y solo una empresa eligió empresas chinas.

### Razones para considerarlo el mayor competidor (Respuesta múltiple)

(Unidad: %)

	Total América Latina (n=276)	México (n=141)	Brasil (n=55)	Argentina (n=25)	Chile (n=29)	Perú (n=13)	Colombia (n=13)
Competitividad de costos	68.5	66.0	72.7	64.0	58.6	100.0	76.9
Capacidades técnicas de productos y servicios	26.4	27.0	25.5	20.0	31.0	23.1	30.8
Capacidad para desarrollar productos y servicios que satisfagan las necesidades del mercado	19.9	17.0	21.8	28.0	13.8	30.8	30.8
Reconocimiento de marca y nombre	37.7	34.0	36.4	48.0	44.8	23.1	61.5
Alta capacidad de ventas	25.0	24.8	18.2	24.0	37.9	23.1	30.8
Red de ventas	29.0	31.2	32.7	16.0	27.6	23.1	23.1
Rapidez de entrega y suministro	11.2	13.5	3.6	20.0	10.3	7.7	7.7
Rapidez en la toma de decisiones	26.1	22.7	30.9	28.0	24.1	23.1	46.2
Colaboración y asociación con empresas locales	21.0	24.8	14.5	24.0	17.2	15.4	15.4
Competitividad en la adquisición de recursos humanos	13.4	12.1	12.7	8.0	17.2	23.1	23.1

(Nota) Solo se muestran las respuestas principales.

## 5 | Medidas para competir en mercados locales

- De estos, se prestó especial atención al «Fortalecimiento de las ventas y las relaciones públicas» en toda América Latina, que representó el 45,4%. Entre el 40 y el 50% de las empresas de todos los países seleccionaron la dicha respuesta.
- La siguiente respuesta más común fue «Diversificación de productos y servicios (38,2%)». Por países, los porcentajes fueron altos en el siguiente orden: Colombia (69,2%), Perú (53,8%) y Brasil (52,6%).

### Medidas en las que se está centrando en particular para competir en el mercado objetivo (Respuesta múltiple)

(Unidad: %)

	Total América Latina (n=280)	México (n=143)	Brasil (n=57)	Argentina (n=26)	Chile (n=28)	Perú (n=13)	Colombia (n=13)
Reducción de precio	16.8	17.5	8.8	34.6	14.3	23.1	7.7
Diversificación de productos y servicios	<b>38.2</b>	30.1	<b>52.6</b>	38.5	28.6	<b>53.8</b>	<b>69.2</b>
Delimitación de productos y servicios	13.9	11.2	12.3	15.4	28.6	15.4	15.4
Desarrollo de productos y servicios	29.6	25.2	40.4	34.6	32.1	30.8	15.4
Expansión de los canales de venta	29.3	21.7	38.6	30.8	28.6	61.5	38.5
Revisión y reestructuración de la red de ventas	22.9	20.3	26.3	15.4	25.0	30.8	38.5
Fortalecimiento de las ventas y las relaciones públicas	<b>45.4</b>	<b>47.6</b>	<b>43.9</b>	<b>38.5</b>	<b>39.3</b>	<b>53.8</b>	<b>46.2</b>
Reducción de costos	37.9	36.4	47.4	34.6	39.3	38.5	15.4
Mejora de valores añadidos, como los criterios ESG	12.9	7.0	21.1	19.2	14.3	23.1	15.4
Colaboración y cooperación con empresas locales	25.0	23.8	26.3	30.8	28.6	23.1	15.4

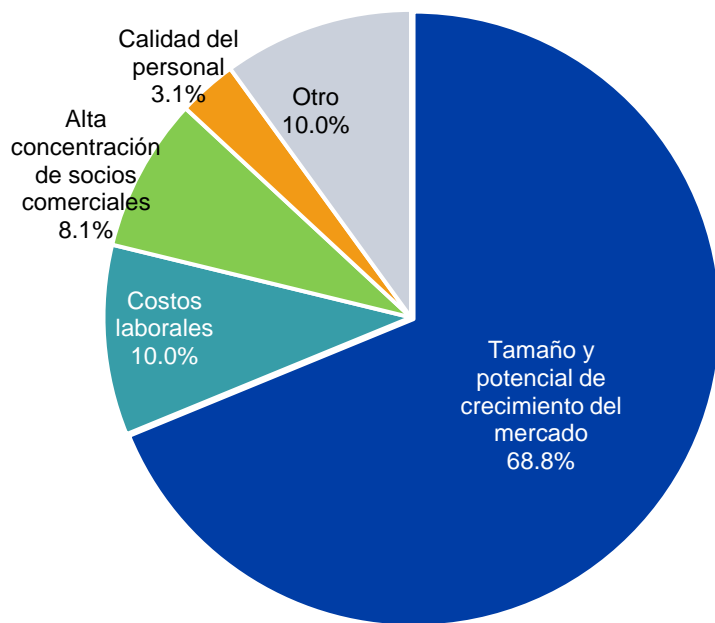
(Nota) Solo se muestran las respuestas principales.

## IV. Entorno de inversión

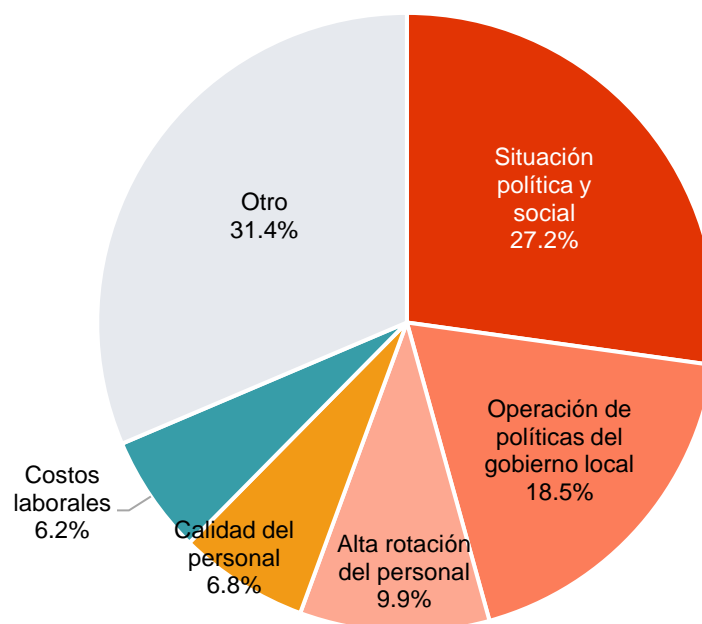
# 1 | Ventajas y desventajas en términos del entorno de inversión (México)

- El 10,0% de las empresas considera que los bajos «Costos laborales» son una ventaja, mientras que el 6,2% los considera una desventaja. Aunque todavía se encuentra en un nivel bajo en comparación con otros países, existe preocupación por el aumento continuo del salario mínimo.
- El total para las dos categorías de «Situación política y social» y «Operación de políticas del gobierno local» fue del 45,7%. Se cree que muchas empresas están preocupadas por el gobierno local.

Ventajas en términos del entorno de inversión (n=160)



Desventajas en términos del entorno de inversión (n=162)



## 2 | Comentarios sobre el entorno de inversión en México

### «Preocupación» para el futuro

- Existe la preocupación de que el fortalecimiento de las políticas de protección laboral reduzca el atractivo del país como destino de inversión (piezas para maquinaria de transporte)
- Dificultad para conseguir recursos humanos por inversiones concentradas (piezas para maquinaria de transporte)
- Como la mayoría de los materiales tienen que importarse, es difícil obtener una ventaja competitiva (piezas para maquinaria de transporte)
- La lentitud de los trámites de administración pública, la falta de respuesta del gobierno a los cambios normativos, etc. (piezas para maquinaria de transporte)
- La oficina de impuestos se niega a cooperar sin ninguna razón válida e impone sanciones retroactivas (piezas para maquinaria de transporte)
- La preocupación por el aumento del salario mínimo y la reducción de la jornada laboral están reduciendo las ventajas del aprovisionamiento local (piezas para maquinaria de transporte)
- Preocupación por el deterioro de la seguridad pública (piezas para maquinaria de transporte)
- Los niveles salariales están aumentando debido a la escasez de recursos humanos (piezas para maquinaria de transporte)
- La calidad de las infraestructuras, como la electricidad y el agua, es deficiente (metales no ferrosos)
- Preocupación por la falta de políticas para frenar el aumento de los costos laborales (productos de plástico)
- Preocupación por el aumento de la recolección de impuestos sobre las empresas (empresa de comercio internacional (trader))
- Los procedimientos de devolución del IVA son complicados y a veces llegan a litigios (transporte/almacenamiento)
- Preocupación por el aumento del número de empresas china (textiles)
- Preocupación sobre el impacto de la reforma judicial en los negocios (maquinaria de transporte)

### Los comentarios relacionados con acontecimientos en Estados Unidos, como las elecciones presidenciales y el T-MEC, representaron alrededor del 40% (43/114) del total.

- Preocupación por el impacto negativo en el negocio de los controles más estrictos de Estados Unidos sobre los materiales chinos (empresa de comercio internacional (trader))
- El resultado de las elecciones presidenciales de Estados Unidos tuvo un impacto negativo en el negocio (productos metálicos)
- Si no se mantiene el T-MEC, México perderá su atractivo (otras manufactureras)
- Preocupación por las relaciones de México en el futuro con Estados Unidos y China (maquinaria de transporte)
- La revisión programada del T-MEC en el 2026 (maquinaria de transporte)
- Preocupación por un enfriamiento del entorno de inversión debido al resultado de las elecciones presidenciales de Estados Unidos (transporte/almacenamiento)
- Preocupación por verse influenciado por los deseos del presidente de Estados Unidos (productos de plástico)
- Preocupación por las tendencias en la política de Estados Unidos hacia México tras las elecciones presidenciales de Estados Unidos (transporte/almacenamiento)
- Preocupación por la disminución de la competitividad debido a la revisión del T-MEC (Productos de plástico)
- Nueva política comercial del gobierno de Estados Unidos (piezas de equipos eléctricos y electrónicos)
- Cambios en el mercado tras las elecciones presidenciales de Estados Unidos en noviembre (empresa de ventas)
- Preocupación sobre el impacto de las elecciones presidenciales de Estados Unidos en la economía mexicana, los tipos de cambio y los costos de importación (Gastronomía)
- Preocupación por el futuro de la industria automovilística de México, que probablemente se verá afectada por las políticas de la nueva administración estadounidense (empresa de comercio internacional (trader))
- Incertidumbre sobre el futuro en caso de una presidencia de Donald Trump (Transporte/almacenamiento)
- Es necesario prestar atención a las futuras tendencias del T-MEC (empresa de comercio internacional (trader))
- Para bien o para mal, todo depende del nuevo gobierno de Estados Unidos (empresa de comercio internacional (trader))
- Preocupación por las relaciones con Estados Unidos debido al cambio de gobierno (piezas para maquinaria de transporte)

### «Expectativas» para el futuro

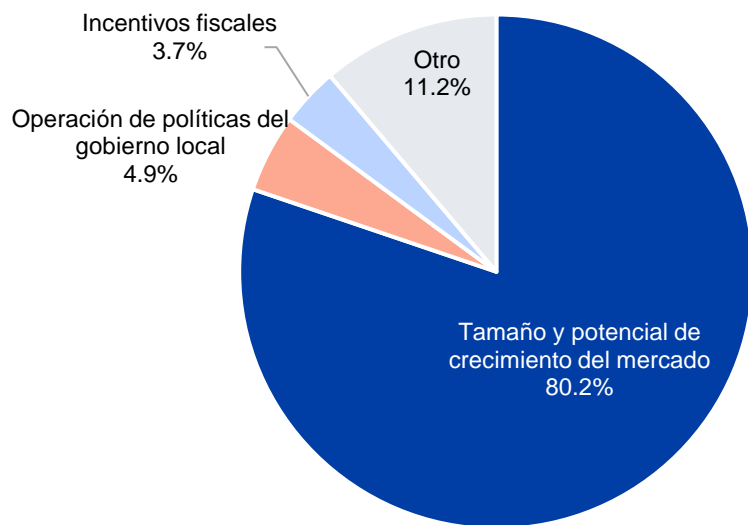
- Se espera la relajación de las regulaciones ambientales después del cambio de gobierno (piezas para maquinaria de transporte)
- Se espera que la reforma energética progrese y que el entorno de inversión mejore debido al cambio de gobierno (empresa de comercio internacional (trader))
- Expectativas de desregulación en el campo de las energías renovables (cerámica/tierra y piedra)
- Expectativas para el entorno de inversión del mercado estadounidense debido al impacto del nearshoring (empresa de comercio internacional (trader))
- Se espera que la demanda de nearshoring y su atractivo como base de producción continúe en el futuro (empresa de comercio internacional (trader))
- Expectativas de crecimiento potencial del país (maquinaria de transporte)
- Recuperación del mercado del automóvil (Piezas para maquinaria de transporte)
- Expectativas de mayor crecimiento en el mercado norteamericano (productos de plástico)
- Expectativas de presencia como base de producción para el suministro a Estados Unidos (transporte/almacenamiento)
- Expectativas de un aumento de la demanda de compras locales debido a la nueva entrada de fabricantes de automóviles chinos (otras manufactureras)

(Nota) Al seleccionar comentarios, algunas de las expresiones se han cambiado.

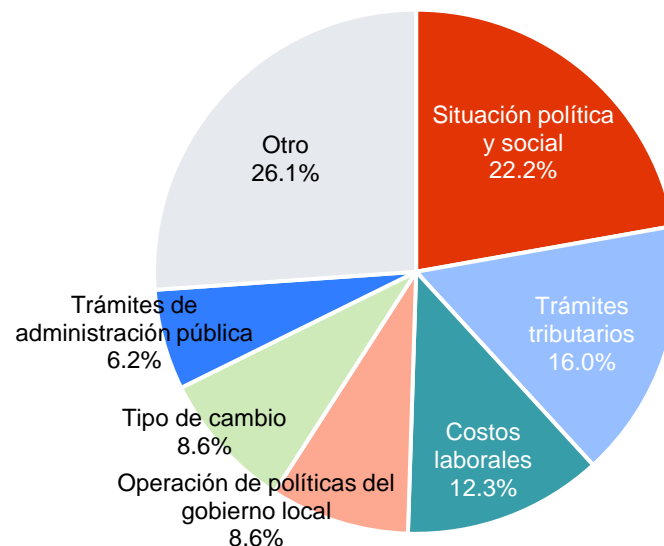
### 3 | Ventajas y desventajas en términos del entorno de inversión (Brasil)

- El 80% de los encuestados eligió «Tamaño y potencial de crecimiento del mercado» como ventajas. Es el más grande de los 7 países de América Latina.
- Entre desventajas, muchas empresas citan la complejidad de los procedimientos, como los «Trámites tributarios» y los «Trámites de administración pública», en comparación con otros países. A pesar de la reforma fiscal en curso, hubo muchas peticiones para simplificar los procedimientos.

#### Ventajas en términos del entorno de inversión (n=81)



#### Desventajas en términos del entorno de inversión (n=81)



#### «Expectativas» y «preocupación» para el futuro en términos del entorno de inversión

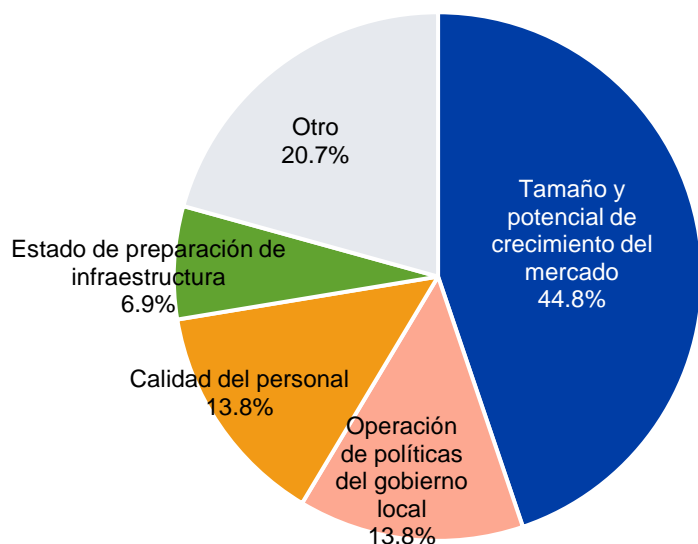
- Expectativas de crecimiento de la población y la expansión del mercado que lo acompaña (instituciones educativas y de investigación)
- Expectativas de reducción de la tasa impositiva y simplificación del sistema a través de la reforma fiscal (equipo médico)
- Dado que algunas cosas tienen que importarse, se espera que se firme un TLC con otros países, incluido Japón (alimentos/productos agrícolas y pesqueros procesados)
- Preocupación por el aumento del precio de los productos importados debido a la debilidad del real brasileño (ropa/productos textiles)
- Cambios en los participantes debido a la rápida electrificación de la industria automotriz (piezas para maquinaria de transporte)
- Preocupación por rápidas fluctuaciones de los tipos de cambio tienen un impacto significativo en los planes de inversión locales (alimentos/productos agrícolas y pesqueros procesados)

(Nota) Al seleccionar comentarios, algunas de las expresiones se han cambiado.

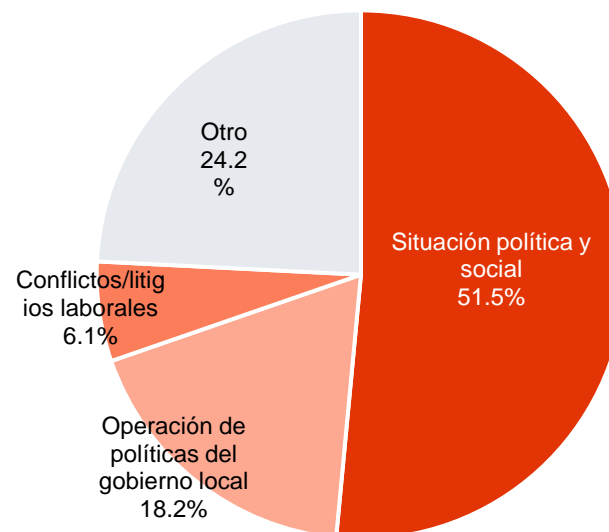
## 4 | Ventajas y desventajas en términos del entorno de inversión (Argentina)

- El 13,8% de las empresas considera que la «Operación de políticas del gobierno local» es una ventaja, la proporción más alta de los 7 países latinoamericanos. Se cree que las numerosas políticas de la administración de Javier Milei en pro de las empresas también están siendo evaluadas en cierta medida por las empresas japonesas.
- Por otro lado, el 70% de las empresas citaron como desventajas la «Situación política y social» y la «Operación de políticas del gobierno local». Como indican los comentarios para el futuro, también hay empresas que están preocupadas por el cambio de política por cada gobierno.

Ventajas en términos del entorno de inversión (n=29)



Desventajas en términos del entorno de inversión (n=33)



### «Expectativas» y «preocupación» para el futuro en términos del entorno de inversión

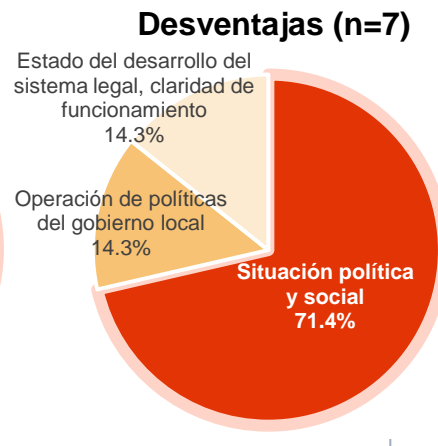
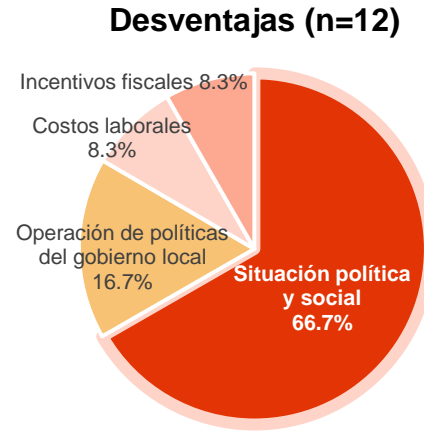
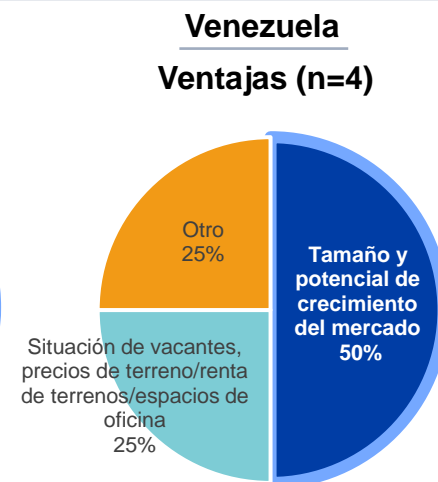
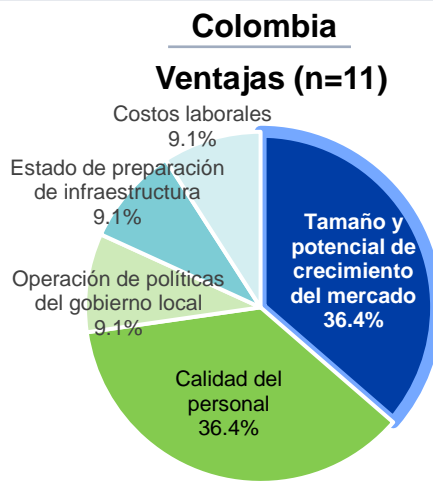
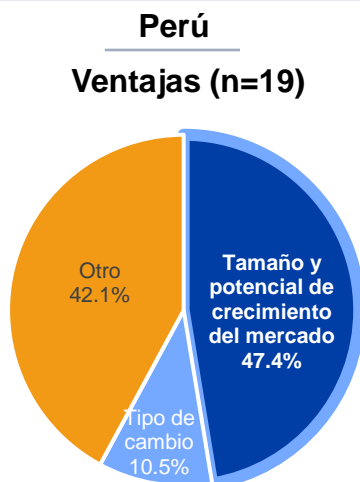
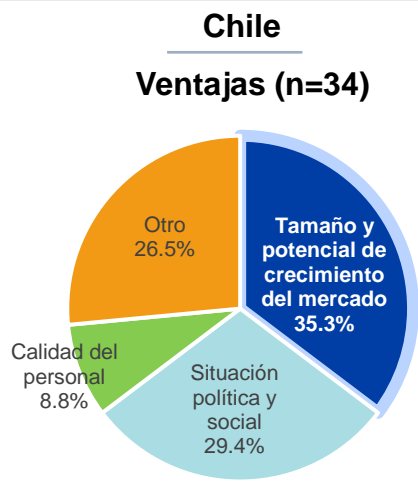
- Debido al cambio de gobierno, las políticas a menudo cambian 180 grados, lo que dificulta la elaboración de estrategias comerciales a medio y largo plazo (ropa/productos textiles).
- Reducción del mercado debido al deterioro de la seguridad pública, la inflación persistente y el aumento de las tasas de pobreza (empresa de ventas)
- Preocupación por la tendencia de los tipos de cambio (equipo médico)
- Expectativas de que la actual administración restablezca la solidez de los sistemas políticos y económicos, levante las restricciones a las compras y remesas de divisas y emita políticas de inversión preferenciales (Maquinaria de transporte)
- Riesgo de devaluación de la moneda, principalmente debido a la competencia con empresas que venden productos y servicios a bajo precio, como las empresas chinas e indias

(Nota) Al seleccionar comentarios, algunas de las expresiones se han cambiado.



# 5 | Ventajas y desventajas en términos del entorno de inversión (otros 4 países)

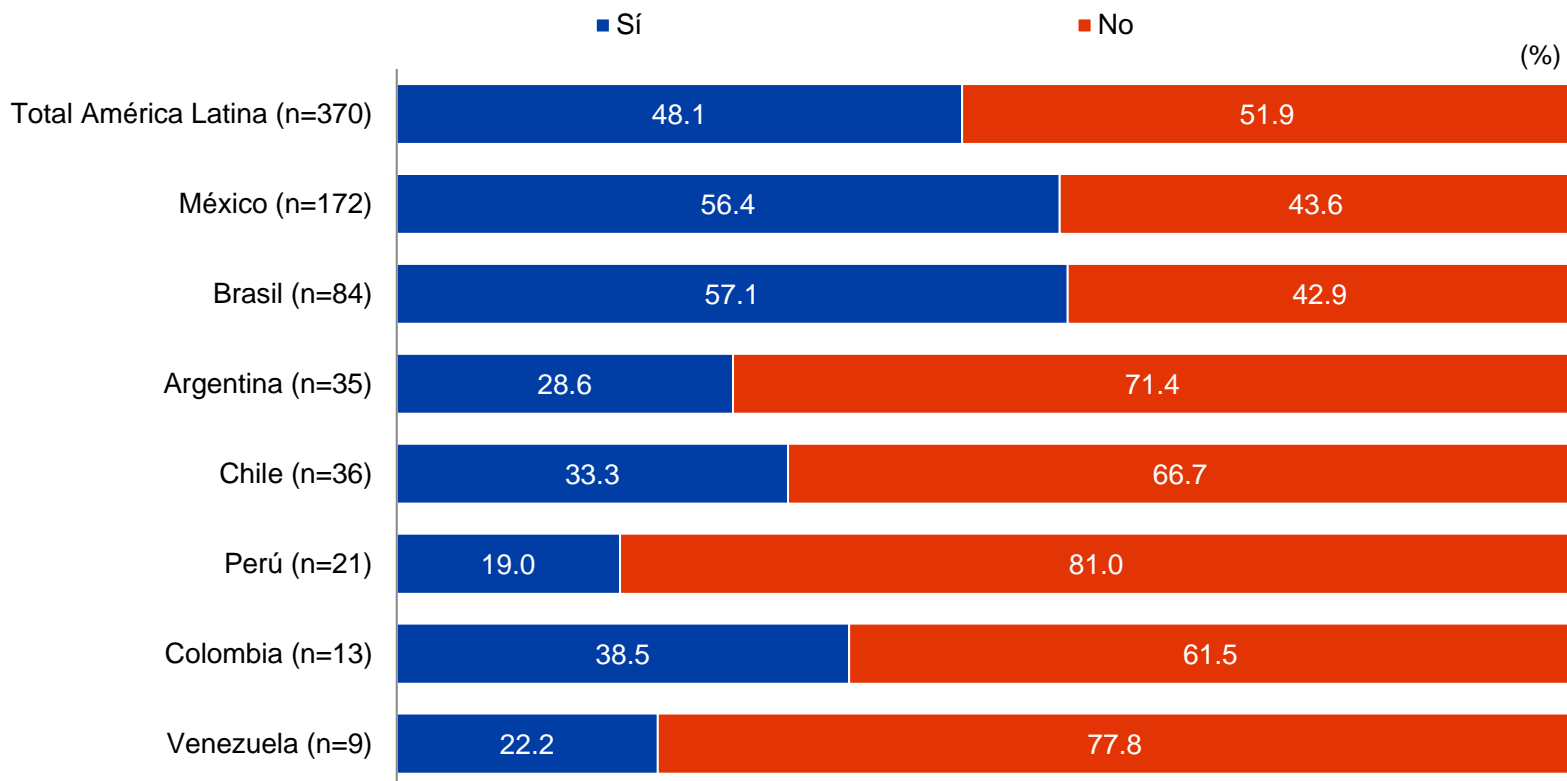
- La mayoría de las empresas ve las ventajas del «Tamaño y potencial de crecimiento del mercado» en Chile, Perú, Colombia y Venezuela. En Colombia, la «Calidad del personal» también es muy valorada.
- En cuanto a las desventajas, la «Situación política y social» es la peor de todos los países. La tasa de respuesta fue particularmente alta en los 3 países, excepto Chile.



## 6 | Retos de escasez de personal

- Alrededor del 50% de las empresas de toda América Latina se enfrentan a los retos de escasez de personal.
- El porcentaje de empresas que se enfrentan a los retos de escasez de personal es mayor en México y Brasil que en otros países. En particular, 24 de las 30 empresas de las empresas manufactureras de «Piezas para maquinaria de transporte (automóviles, etc.)» en México respondieron que se enfrentaban a una escasez de personal.

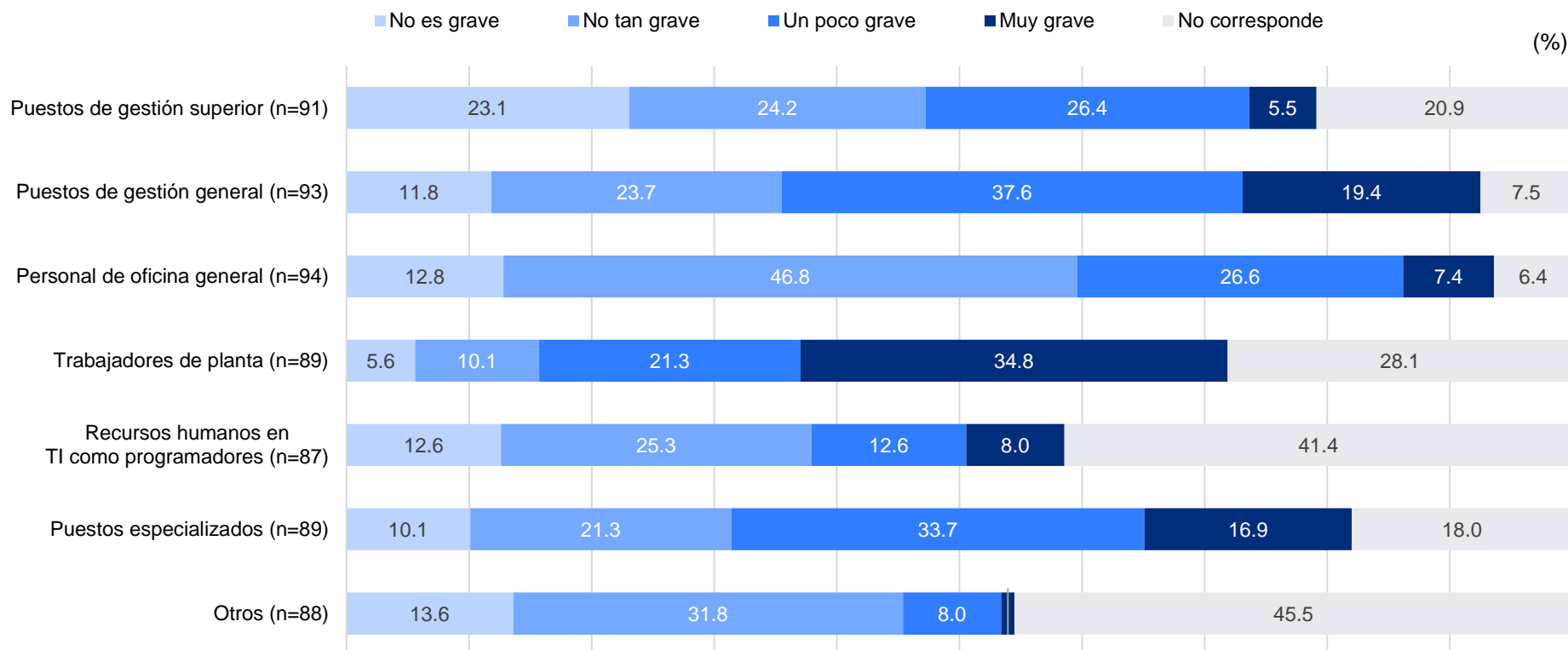
### ¿Se enfrenta a retos de escasez de personal?



## 7 | Grado de escasez de personal por sector (México)

- En cuanto a la gravedad de la escasez de personal en México por ocupación, la proporción de encuestados que respondieron que la escasez de «Trabajadores de planta» era «muy grave» fue alta, representando el 34,8%, continuando con la encuesta anterior.
- Por otro lado, para el «Personal de oficina general», el porcentaje combinado de «No es grave» y «No tan grave» es alrededor del 60%, por lo que se puede decir que este es un tipo de trabajo para el que es relativamente fácil conseguir personal.

**Grado de escasez de personal por sector (México)**

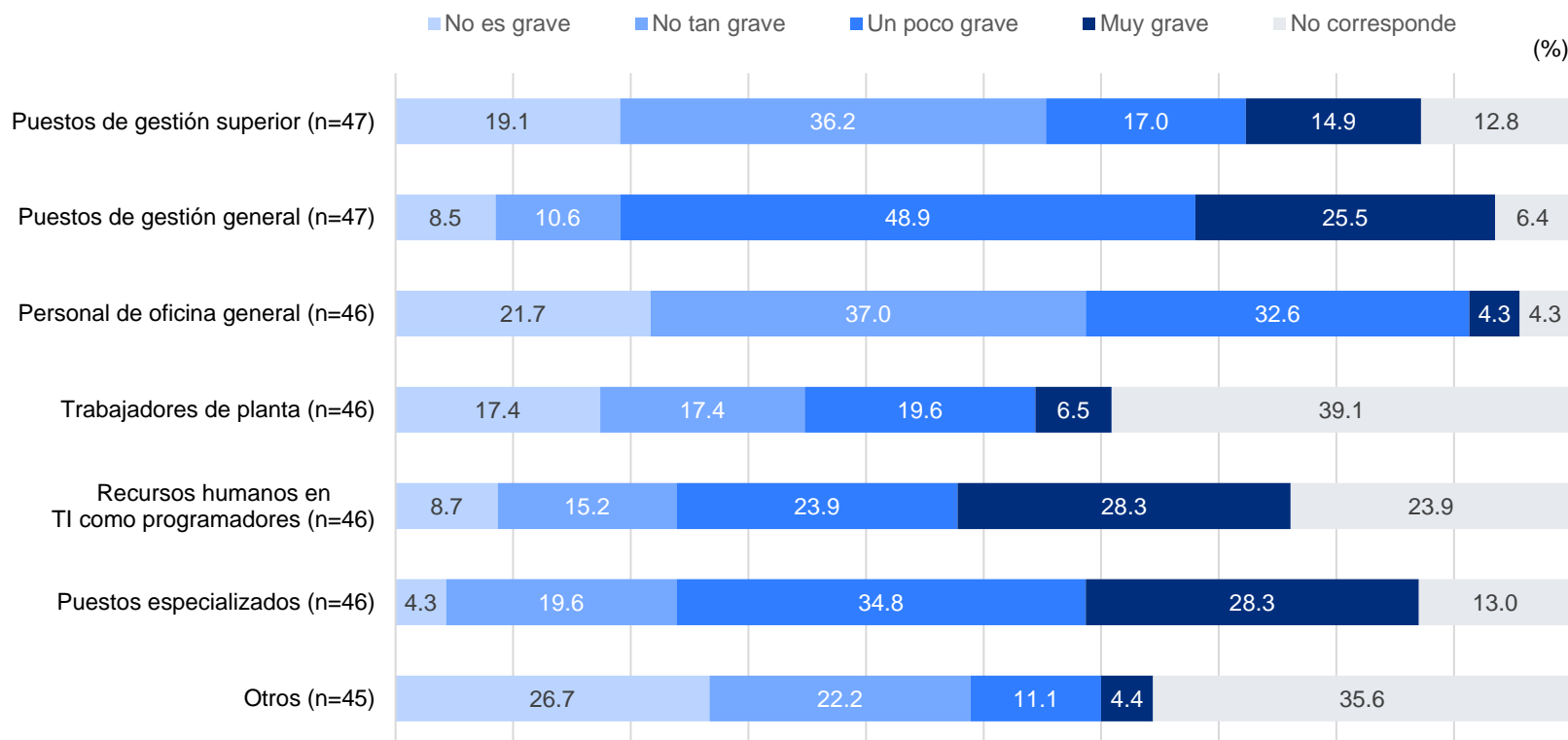


(Nota) La tabla solo se refleja las respuestas de empresas que han respondido que "Se enfrentan a los retos de escasez de personal". La respuesta "No corresponde" significa sin contratación (o sin planes de contratación). En cuanto a la cuestión de Trabajadores de planta, solo las empresas manufactureras han respondido.

## 8 | Grado de escasez de personal por sector (Brasil)

- En Brasil, la escasez de personal en las categorías de «Puestos de gestión general», «Puestos especializados» y «Recursos humanos en TI como programadores» sigue siendo un problema grave, como lo fue en la encuesta anterior. En particular, el porcentaje total de encuestados que respondieron «Un poco grave» o «Muy grave» para «Puestos de gestión general» fue superior al 70%.
- Por otro lado, se puede decir que la gravedad en los «Puestos de gestión superior» y el «Personal de oficina general» es relativamente leve.

### Grado de escasez de personal por sector (Brasil)



(Nota) La tabla solo se refleja las respuestas de empresas que han respondido que "Se enfrentan a los retos de escasez de personal". La respuesta "No corresponde" significa sin contratación (o sin planes de contratación). En cuanto a la cuestión de Trabajadores de planta, solo las empresas manufactureras han respondido.

# 9 | Medidas específicas para la contratación y retención de personal / Casos de éxito

- Cada empresa está tomando diversas medidas para asegurar y retener los recursos humanos, y en particular, en México y Brasil, donde la escasez de personal es especialmente grave, se han observado una amplia gama de medidas.
- No solamente iniciativas costosas como la mejora de los salarios y las prestaciones de los empleados, sino también había un cierto número de empresas que estaban tomando medidas para evitar desajustes en la contratación y eran conscientes de la necesidad de mejorar la comunicación.

## Ejemplos de iniciativas principales (descripción libre)

### Mejora de los salarios y las prestaciones sociales

- Distribución de beneficios (varias empresas en México, Brasil, Argentina y Perú)
- Acelerar la promoción de empleados excelentes (México, piezas para maquinaria de transporte)
- Suministro de vehículos de empresa (varias empresas en México, Brasil y Argentina)
- Pago de bonificaciones en función del rendimiento (Brasil, equipo médico)
- Revisión salarial cada 2 meses en función de la tasa de inflación (varias empresas en Argentina)

### Mejora de los sistemas de desarrollo de recursos humanos

- Implementación de la formación que implica viajes de negocios al extranjero, incluido Japón (varias empresas en México, Brasil, Chile y Perú)
- Formación para puestos de gestión (varias empresas en México, Brasil, Chile y Colombia)
- Diseñar programas de incorporación para ayudar a los nuevos empleados a adaptarse rápidamente al equipo (Colombia, Comunicación/TI, etc.)

### Revisión del sistema de personal

- Pago de incentivos por presentación de candidatos laborales (varias empresas en México)
- Aclaración de los criterios de evaluación y promoción (varias empresas en México, Brasil y Chile)
- Contratación de refugiados (México, piezas para maquinaria de transporte)
- Aprovechar al máximo las prácticas (varias empresas en México y Brasil)
- Aclaración de las descripciones del trabajo (varias empresas en México, Chile y Perú)

### Prácticas de contratación creativas

- Los requisitos de contratación se establecen estrictamente en la entrevista de contratación. Al hacer que personas relevantes de la empresa participen en la entrevista, se transmite con precisión la situación actual de la empresa y se evitan discrepancias en la información (México, empresa de comercio internacional (trader))
- El riesgo de desajustes tras la contratación puede reducirse incluyendo una evaluación de las habilidades prácticas en el proceso de contratación e identificando las habilidades técnicas con antelación (Brasil, no bancario)
- Contratación mediante contactos personales (varias empresas en Brasil y Perú)

### Mejora de la comunicación

- Encuentros individuales (varias empresas en México y Brasil)
- Cenas regulares entre gerentes y trabajadores (Argentina, piezas para maquinaria de transporte)
- Alinear las perspectivas individuales y de la empresa a través de evaluaciones de desempeño y comentarios semestrales (Chile, minería)

### Otras

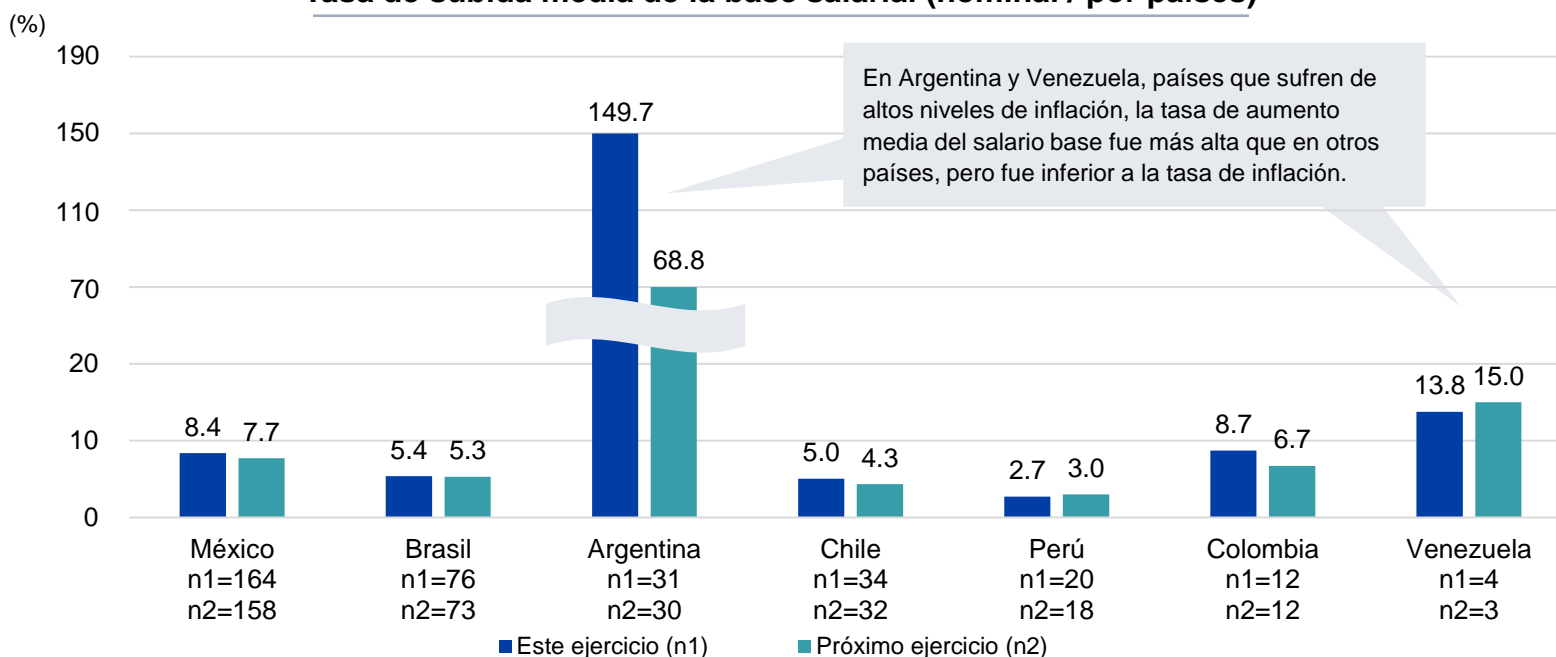
- Llevar a cabo revisiones médicas al mismo nivel que en Japón (Colombia, equipo médico)
- El departamento de recursos humanos responde rápidamente a los comentarios de los empleados (México, otras manufactureras)

(Nota) Al seleccionar comentarios, algunas de las expresiones se han cambiado.

# 10 | Tasa de subida media de la base salarial

- Aunque Argentina ha estado experimentando una alta inflación, se espera que esta se controle en el futuro, y también se espera una disminución significativa en la tasa de aumento del salario base para el próximo año fiscal.
- Con la excepción de Argentina y Venezuela, el único país que superó la previsión para el próximo periodo (6,4%) en la encuesta anterior fue México, con una tasa de aumento del salario base del 8,4%.

**Tasa de subida media de la base salarial (nominal / por países)**



**Referencia: Tasa de inflación de los diferentes países (en octubre del 2024)**

(Unidad: %)

México	Brasil	Argentina	Chile	Perú	Colombia	Venezuela
4.7	4.3	229.8	3.9	2.5	6.7	59.6

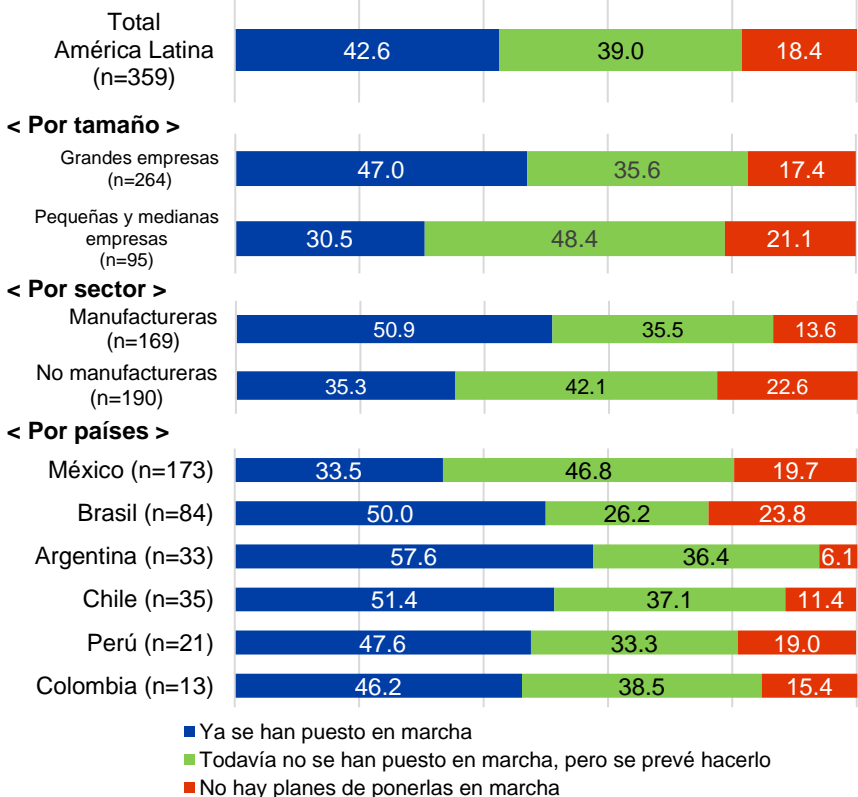
# 11 | Avance para la descarbonización

- El porcentaje de toda América Latina que «Ya se han puesto en marcha» hacia la descarbonización ha disminuido en comparación con la encuesta anterior (48,4%). Al observar las cifras por país, todos los países, excepto Chile, han disminuido en comparación con la encuesta anterior.
- Aunque hay ejemplos de medidas en diversos sectores, la falta de incentivos y de voluntad gubernamental puede ser problemática en ocasiones.

## Avance para la descarbonización

(%)

0 20 40 60 80 100



## Detalles específicos de las medidas

- Instalación de paneles solares para generar una parte de la electricidad que utiliza la empresa (México, piezas para maquinaria de transporte)
- Restricciones en la suscripción de seguros para industrias que tienen un impacto negativo en el medio ambiente (México, no bancario)
- Aprovisionamiento de materias primas sostenibles (Brasil, alimentos/productos agrícolas y pesqueros procesados)
- Análisis del uso de biogás (Brasil, alimentos/productos agrícolas y pesqueros procesados)
- Revisión de los materiales de embalaje (Argentina, empresa de ventas)
- Uso de electricidad 100% libre de carbono en las minas (Chile, empresa de comercio internacional (trader))
- Esfuerzos para cumplir con la Ley de Reciclaje de Neumáticos de Desecho (Perú, productos de caucho)
- Actividades de plantación de árboles por consideraciones medioambientales y aumento de las ventas de vehículos HEV (Colombia, empresa de ventas)

## Dificultades para abordar los problemas

- La reluctancia del gobierno a tomar medidas sobre la descarbonización (México, piezas para maquinaria de transporte)
- Regulación de la generación privada de energía (México, gastronomía)
- Las materias primas que contribuyen a la descarbonización no pueden adquirirse en el país (Brasil, textiles)
- No hay directrices específicas nacionales (Argentina, empresa de comercio internacional (trader))
- Obtener los permisos necesarios requiere tiempo y los incentivos del gobierno son limitados (Chile, empresa de comercio internacional (trader))
- Casi no hay apoyo gubernamental (Perú, empresa de ventas)
- Si se incluye por ejemplo algún certificado ambiental como requisito para participar en licitaciones en el futuro, es necesario darle prioridad (Colombia, comunicación/TI, etc.)

(Nota) Al seleccionar comentarios, algunas de las expresiones se han cambiado.

## V. Cadena de suministros



# 1 | Desglose de suministradores

- La proporción de materias primas y piezas compradas en el país de ubicación es de aproximadamente el 30% en toda América Latina. En México, esta proporción es del 34,4% y las compras a «empresas japonesas» son del 18,0% superando a las compras a «empresas locales» del 15,5%.
- El porcentaje de compras del MERCOSUR es del 24,8% en Argentina, pero en Brasil solo 5,8%. Por otro lado, Brasil importa una mayor proporción de bienes de Japón y Estados Unidos que Argentina.

## Desglose de suministradores de materias primas y piezas (manufactureras)

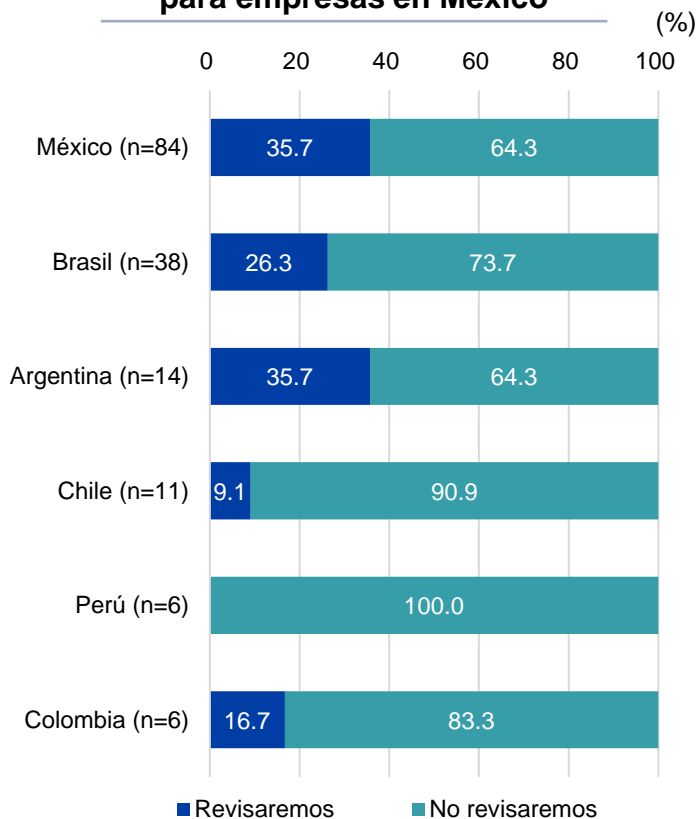
(Unidad: %)

	Total América Latina (n=131)	México (n=74)	Brasil (n=33)	Argentina (n=11)	Chile (n=6)	Perú (n=4)	Colombia (n=3)
País de ubicación (Empresas japonesas)	12.9	<b>18.0</b>	6.6	12.3	0.0	2.5	0.0
País de ubicación (Empresas locales)	19.8	15.5	<b>20.0</b>	15.7	50.0	66.8	12.0
País de ubicación (Otras empresas de capital extranjero)	1.2	0.9	2.4	0.0	1.7	0.0	0.0
<b>Total de países de ubicación</b>	<b>33.9</b>	<b>34.4</b>	<b>29.0</b>	<b>28.0</b>	<b>51.7</b>	<b>69.3</b>	<b>12.0</b>
Estados Unidos	11.8	13.8	10.4	2.0	14.2	0.0	26.7
México	0.5	0.0	1.8	0.9	0.0	0.0	0.0
MERCOSUR	3.7	0.2	5.8	<b>24.8</b>	1.7	0.0	0.0
Japón	30.8	<b>34.4</b>	<b>30.4</b>	19.8	0.8	30.0	50.7
China	7.0	6.4	7.4	8.6	18.3	0.0	0.0
ASEAN	5.0	3.7	7.3	5.9	11.7	0.0	4.0
EU	2.8	1.8	4.4	4.7	1.7	0.0	6.7
Otro	4.4	5.2	3.6	5.2	0.0	0.8	0.0

## 2 | Revisión de suministradores

- En México, Argentina y Brasil, alrededor del 20 al 30 % de las manufactureras tiene previsto revisar su adquisición de materias primas y piezas en el futuro.
- Actualmente la mayoría de los suministradores de las empresas mexicanas son de Japón y China. Sin embargo, después del cambio, además de las empresas mexicanas locales y las empresas japonesas, también habrá muchos suministradores de Estados Unidos y «Países de América Latina excepto México y MERCOSUR».

**Revisión de los suministradores para empresas en México**



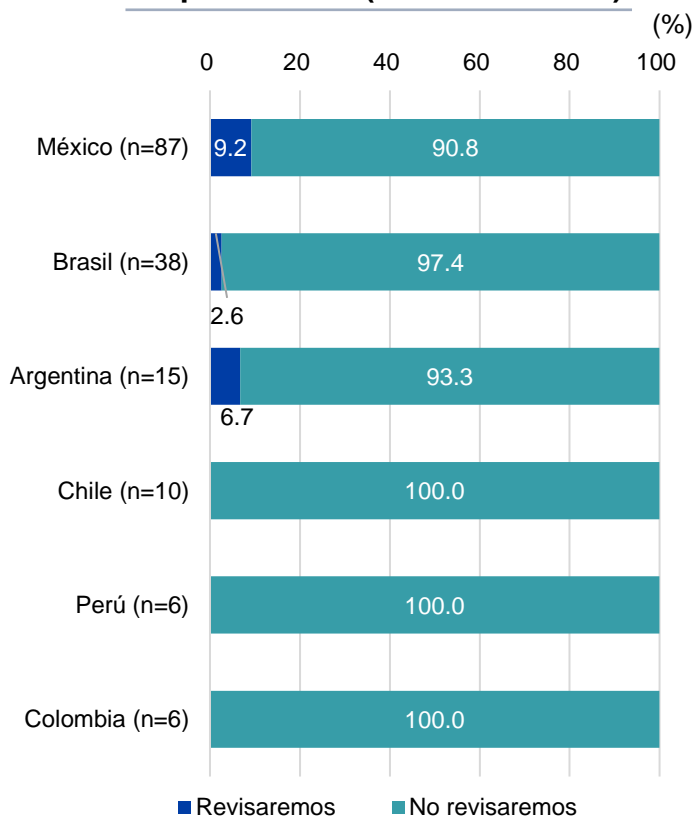
**Revisión de los suministradores para empresas en México** (casos)

		Suministradores después del cambio										
		México (Empresas japonesas)	México (Empresas locales)	México (Otras empresas de capital extranjero)	Japón	Estados Unidos	China	Corea del Sur	Taiwán	ASEAN	Países de América Latina excepto México y MERCOSUR	Total
Suministradores antes del cambio	México (Empresas japonesas)							1	1			2
	México (Empresas locales)			2	1		1					4
	México (Otras empresas de capital extranjero)				1							1
	Japón	3	4			3	1				3	14
	Estados Unidos	1	1								1	3
	China	1	3		1	1				1	2	9
	Corea del Sur				1	1						2
	ASEAN		1									1
	EU						1					1
	Total	5	9	2	4	5	3	1	1	1	6	37

### 3 | Revisión del lugar de producción

- En cuanto a los planes de revisión del lugar de producción, México tuvo el mayor porcentaje de «Revisaremos», con un 9,2%, lo que supone una disminución de 4,3 puntos en comparación con la encuesta anterior (13,5%).
- Muchos de estos cambios implicaron la reubicación de lugar de producción de otros países y regiones a México. Por otro lado, aunque son pocas, hubo respuestas de traslado de México a Japón y Europa.

Previsión de la revisión futura del lugar de producción (Manufactureras)



Revisión del lugar de producción para empresas en México (Nota)

(casos)

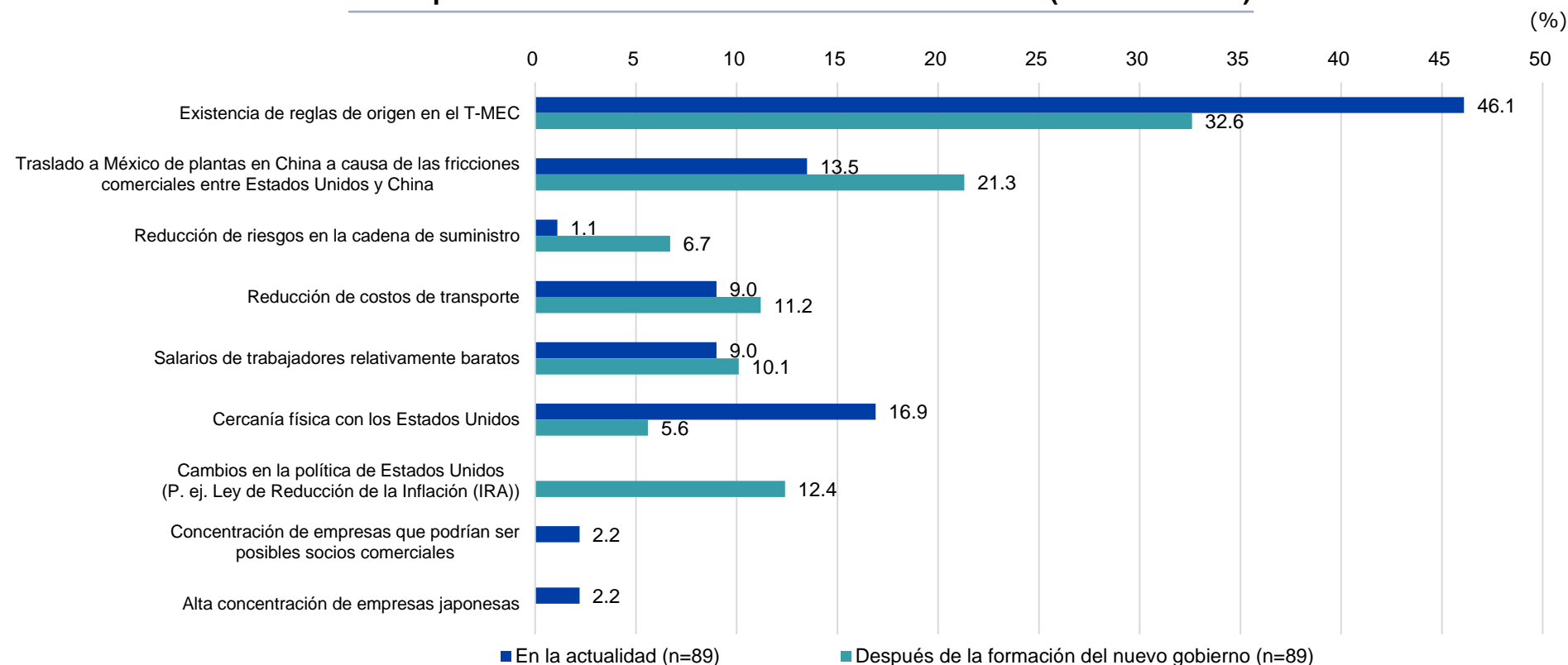
		Lugar de producción después del cambio				
		México	Japón	Centroamérica y el Caribe	Europa	Total
Lugar de producción antes del cambio	México	5	2	1	1	9
	Estados Unidos	2		1		3
	ASEAN	2				2
	Otros países asiáticos / Oceanía	1				1
	Total	5	2	1	1	9

(Nota) Aunque hubo respuestas que no incluían a México ni en el «Lugar de producción antes del cambio» ni en el «Lugar de producción después del cambio», estas también se muestran.

## 4 | La importancia de México como centro de fabricación

- Incluso ahora, e incluso después de que se forme el nuevo gobierno (Nota), la «Existencia de reglas de origen en el T-MEC» es el factor más importante en la importancia de México como lugar de producción, pero la tasa de respuesta difiere en unos 10 puntos.
- Hacia “Después de la formación del nuevo gobierno, las respuestas de «Cambios en la política de Estados Unidos» y «Reducción de riesgos en la cadena de suministro» aumentaron, mientras que las de «Cercanía física con los Estados Unidos» disminuyeron.

### La importancia de México como centro de fabricación (manufacturera)



(Nota) La encuesta se realizó entre el 20 de agosto y el 27 de septiembre del 2024. El término «nuevo gobierno» se refiere al gobierno de Claudia Sheinbaum, que asumió el cargo el 1 de octubre del 2024.

## 5 | Desglose de ventas

- Con la excepción de Colombia, el desglose de ventas por país muestra que «países de ubicación» representa alrededor del 50 al 70%. La mayoría de estas empresas son locales, pero el porcentaje de empresas japonesas es mayor solo en México.
- Además, en México la proporción de los «Estados Unidos» es relativamente alta por su cercanía. También en Brasil y Argentina la del «MERCOSUR» es alta por sus pertenencias.

### Desglose de ventas

(Unidad: %)

	Total América Latina (n=253)	México (n=135)	Brasil (n=54)	Argentina (n=22)	Chile (n=21)	Perú (n=12)	Colombia (n=9)
País de ubicación (Empresas japonesas)	33.1	<b>49.0</b>	16.0	28.2	5.7	9.6	5.0
País de ubicación (Empresas locales)	29.8	18.2	<b>41.8</b>	<b>44.8</b>	<b>46.0</b>	<b>53.8</b>	25.6
País de ubicación (Otras empresas de capital extranjero)	6.4	8.3	5.4	0.0	6.2	6.3	0.2
<b>Total de países de ubicación</b>	<b>69.3</b>	<b>75.5</b>	<b>63.2</b>	<b>73.0</b>	<b>57.9</b>	<b>69.7</b>	30.8
Estados Unidos	8.7	14.9	2.4	0.2	1.7	0.4	2.3
México	0.7	0.0	1.0	2.7	2.6	0.8	0.0
MERCOSUR	6.8	1.4	20.5	18.0	0.4	0.4	1.3
Países de América Latina excepto México y fuera de MERCOSUR	3.9	2.2	0.9	5.1	7.1	0.4	40.0
Japón	6.4	3.2	7.2	0.9	21.2	22.9	6.1
China	1.0	0.4	2.6	0.0	1.7	0.4	1.1
Corea del Sur / Hong Kong / Taiwán	0.4	0.1	0.1	0.0	0.5	2.5	5.0
EU	1.3	0.8	1.8	0.0	5.5	1.3	0.6
Otro	1.6	1.5	0.2	0.0	1.5	1.3	12.8

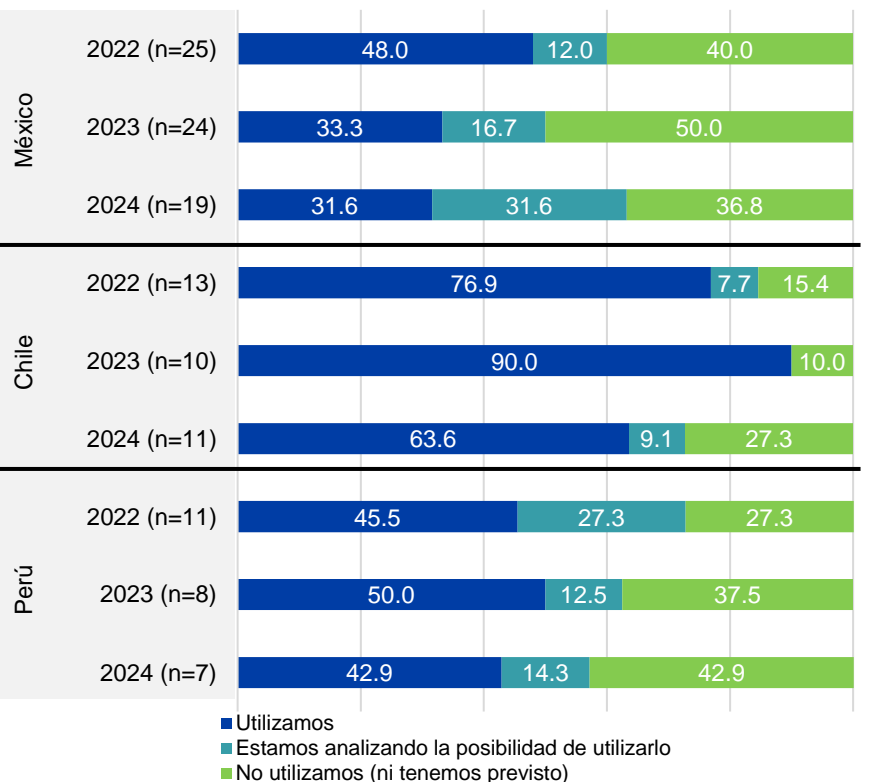
## **VI. Situación de aplicación de los TLC y AAE**

# 1 | Situación de aplicación de los TLC y AAE en Japón

- En cuanto a la aplicación de los TLC en las exportaciones a Japón, Chile tiene la tasa de uso más alta, que se ha mantenido en torno al 60 a 90 % en los últimos 3 años.
- Cuando se importa de Japón, la tasa de uso es de alrededor del 60% en el 2024, lo cual es común a los 3 países de México, Chile y Perú.

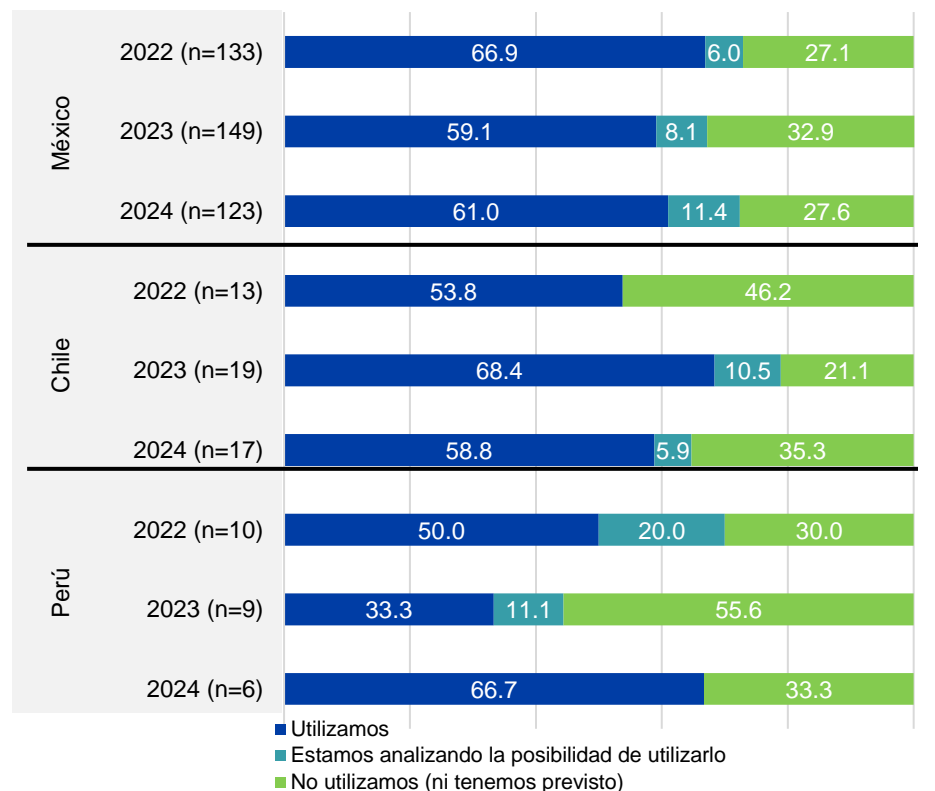
**Situación de aplicación de los TLC  
(exportaciones hacia Japón)** (%)

0 20 40 60 80 100



**Situación de aplicación de los TLC  
(importaciones desde Japón)** (%)

0 20 40 60 80 100



## 2 | Situación de aplicación de los TLC y AAE (México)

- Tanto para las importaciones como para las exportaciones, el porcentaje de encuestados que respondieron «Utilizamos» para los acuerdos del T-MEC y de la UE es elevado. En particular, en cuanto al T-MEC, la respuesta de «Utilizamos» para exportar e importar ha mantenido más del 70% consecutivamente durante estos últimos 3 años.
- En comparación con la encuesta anterior, el porcentaje de empresas que respondieron «Utilizamos» sobre el T-MEC aumentó en 7,0 puntos para las exportaciones desde México y 10,6 puntos para las importaciones hacia México.

(Unidad: %)

	Exportaciones desde México				Importaciones hacia México			
	N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	No utilizamos (ni tenemos previsto)	N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	No utilizamos (ni tenemos previsto)
USMCA	n=49	<b>77.6</b>	8.2	14.3	n=55	<b>81.8</b>	5.5	12.7
MERCOSUR	n=11	45.5	18.2	36.4	n=1	0.0	0.0	100.0
Centroamérica	n=9	<b>55.6</b>	33.3	11.1	n=1	0.0	0.0	100.0
Chile	n=5	40.0	60.0	0.0	Sin respuesta			
Colombia	n=9	44.4	33.3	22.2	n=3	<b>66.7</b>	0.0	33.3
Perú	n=6	<b>50.0</b>	33.3	16.7	n=1	0.0	0.0	100.0
EU	n=7	<b>71.4</b>	0.0	28.6	n=7	<b>85.7</b>	0.0	14.3

(Nota) Solo se muestran los acuerdos vigentes.



### 3 | Situación de aplicación de los TLC y AAE (Brasil)

- El porcentaje de empresas que respondieron «Utilizamos» sobre los tratados para las exportaciones de Brasil a los 3 países miembros del MERCOSUR fue aproximadamente el 50%, sin cambios significativos desde la encuesta anterior.
- Con respecto a los acuerdos que aún no han entrado en vigor, hubo comentarios de empresas en Brasil que expresaron su preocupación por el fortalecimiento de la competitividad de las empresas europeas debido a la entrada en vigor del TLC UE-Mercosur, y también comentarios que expresaban esperanzas por la entrada en vigor del AAE Japón-Mercosur.

(Unidad: %)

		Exportaciones desde Brasil				Importaciones hacia Brasil			
		N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	No utilizamos (ni tenemos previsto)	N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	No utilizamos (ni tenemos previsto)
Vigentes	Argentina	n=19	52.6	0.0	47.4	n=3	0.0	0.0	100.0
	Uruguay	n=8	50.0	0.0	50.0	n=2	0.0	0.0	100.0
	Paraguay	n=9	55.6	0.0	44.4	n=3	33.3	33.3	33.3
No vigentes	EU	n=4		25.0	75.0	n=9		33.3	66.7
	EFTA	n=1		0.0	100.0	n=2		0.0	100.0
	Corea del Sur	n=1		0.0	100.0	n=9		11.1	88.9
	Singapur	n=1		0.0	100.0	n=4		25.0	75.0
	Canadá	n=2		0.0	100.0	n=2		0.0	100.0
	Japón	n=8		12.5	87.5	n=31		22.6	77.4

## 4 | Situación de aplicación de los TLC y AAE (Argentina)

- Dentro del MERCOSUR, el porcentaje de empresas que respondieron «Utilizamos» el acuerdo para el comercio exterior con Brasil es alto. Y en cuanto al número de respuestas, «Importaciones de Brasil a Argentina» es mayor que «Exportaciones de Argentina a Brasil».
- De los acuerdos que aún no han entrado en vigor, el AAE entre Japón y Argentina sobre «importaciones a Argentina» está atrayendo la atención, ya que el 37,5% de los encuestados afirma que actualmente está considerando la posibilidad de utilizar el acuerdo.

(Unidad: %)

		Exportaciones desde Argentina				Importaciones hacia Argentina			
		N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	No utilizamos (ni tenemos previsto)	N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	No utilizamos (ni tenemos previsto)
Vigentes	Brasil	n=4	75.0	0.0	25.0	n=14	<b>85.7</b>	0.0	14.3
	Uruguay	n=5	60.0	20.0	20.0	n=3	33.3	0.0	66.7
	Paraguay	n=5	60.0	0.0	40.0	n=3	33.3	0.0	66.7
No vigentes	EU	n=1	Sin respuesta	0.0	100.0	n=7	Sin respuesta	14.3	<b>85.7</b>
	Japón	n=1		0.0	100.0	n=16		37.5	<b>62.5</b>
	Corea del Sur					n=1		0.0	100.0
	Singapur					n=2		50.0	50.0

## 5 | Situación de aplicación del CPTPP (México)

- Actualmente, el porcentaje de empresas que utilizan el CPTPP para importar de Japón a México es 43,8%, de Vietnam a México 21,8% y de Malasia a México 9,8%. Estas cifras representan aumentos de 9,1 puntos, 10,0 puntos y 6,8 puntos respectivamente en comparación con la encuesta del año anterior.
- En la sección sobre «Exportaciones desde México», la mayoría de los encuestados respondió «No se prevé la aplicación». Hubo algunas respuestas que indicaban «Utilizamos» en relación con Japón.

(Unidad: %)

	Exportaciones desde México					Importaciones hacia México						
	N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	Se analiza su aplicación en conjunto con acuerdos existentes	No se prevé la aplicación	N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	Se analiza su aplicación en conjunto con acuerdos existentes	No se prevé la aplicación		
Perú	n=38	0.0	2.6	0.0	97.4	n=45	0.0	0.0	2.2	97.8		
Chile	n=38	0.0	2.6	2.6	94.7	n=45	0.0	0.0	2.2	97.8		
Canadá	n=39	0.0	0.0	0.0	100.0	n=46	2.2	0.0	6.5	91.3		
Australia	n=37	0.0	0.0		100.0	n=45	2.2	0.0		97.8		
Nueva Zelanda	n=37	0.0	0.0		100.0	n=45	2.2	0.0		97.8		
Malasia	n=37	0.0	0.0		100.0	n=51	9.8	11.8		78.4		
Vietnam	n=37	0.0	0.0		100.0	n=55	21.8	7.3		70.9		
Brunéi	n=37	0.0	0.0		100.0	n=45	2.2	0.0		97.8		
Singapur	n=36	0.0	0.0		100.0	n=46	4.3	0.0		95.7		
Japón	n=43	2.3	4.7		4.7	88.4	n=105	43.8		17.1	10.5	28.6

## 6 | Situación de aplicación del CPTPP (Chile)

- El porcentaje de uso del CPTPP en las «exportaciones desde Chile» fue 33,3% para Japón y 11,1% para México. Para Perú, Canadá y Vietnam, hubo un cierto nivel de respuesta de «Se analiza su aplicación en conjunto con acuerdos existentes».
- En el caso de las «importaciones a Chile», el porcentaje de uso para Japón fue 23,5%. Además, el porcentaje de encuestados que respondieron «Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo» para México y Perú fue 10,0%, pero para todos los demás países, la única respuesta fue «No se prevé la aplicación».

(Unidad: %)

	Exportaciones desde Chile					Importaciones hacia Chile				
	N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	Se analiza su aplicación en conjunto con acuerdos existentes	No se prevé la aplicación	N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	Se analiza su aplicación en conjunto con acuerdos existentes	No se prevé la aplicación
México	n=9	11.1	11.1	22.2	55.6	n=10	0.0	10.0	0.0	90.0
Perú	n=6	0.0	16.7	16.7	66.7	n=10	0.0	10.0	0.0	90.0
Canadá	n=6	0.0	0.0	16.7	83.3	n=9	0.0	0.0	0.0	100.0
Australia	n=5	0.0	0.0	0.0	100.0	n=9	0.0	0.0	0.0	100.0
Nueva Zelanda	n=5	0.0	0.0	0.0	100.0	n=9	0.0	0.0	0.0	100.0
Malasia	n=5	0.0	0.0	0.0	100.0	n=9	0.0	0.0	0.0	100.0
Vietnam	n=6	0.0	0.0	16.7	83.3	n=9	0.0	0.0	0.0	100.0
Brunéi	n=5	0.0	0.0	0.0	100.0	n=9	0.0	0.0	0.0	100.0
Singapur	n=5	0.0	0.0	0.0	100.0	n=9	0.0	0.0	0.0	100.0
Japón	n=12	33.3	8.3	8.3	50.0	n=17	23.5	0.0	17.6	58.8

## 7 | Situación de aplicación del CPTPP (Perú)

- El porcentaje de uso del CPTPP en las «exportaciones desde Perú» fue 42,9% para Japón y 25,0% para México. Además, el porcentaje de encuestados que respondieron «Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo» para Canadá fue 25,0%, pero para todos los demás países, la única respuesta fue «No se prevé la aplicación».
- En el caso de las «importaciones a Perú», el porcentaje de uso para Japón fue 33,3%, y el porcentaje de «Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo» para Vietnam fue 33,3%. Para todos los demás países, la única respuesta fue «No se prevé la aplicación».

(Unidad: %)

	Exportaciones desde Perú					Importaciones hacia Perú				
	N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	Se analiza su aplicación en conjunto con acuerdos existentes	No se prevé la aplicación	N.º de respuestas	Utilizamos	Estamos analizando la posibilidad de utilizarlo	Se analiza su aplicación en conjunto con acuerdos existentes	No se prevé la aplicación
México	n=4	25.0	0.0	0.0	75.0	n=3	0.0	0.0	0.0	100.0
Chile	n=3	0.0	0.0	0.0	100.0	n=2	0.0	0.0	0.0	100.0
Canadá	n=4	0.0	25.0	0.0	75.0	n=2	0.0	0.0	0.0	100.0
Australia	n=3	0.0	0.0	0.0	100.0	n=2	0.0	0.0	0.0	100.0
Nueva Zelanda	n=3	0.0	0.0	\	100.0	n=2	0.0	0.0	\	100.0
Malasia	n=3	0.0	0.0		100.0	n=2	0.0	0.0		100.0
Vietnam	n=3	0.0	0.0		100.0	n=3	0.0	33.3		66.7
Brunéi	n=3	0.0	0.0		100.0	n=2	0.0	0.0		100.0
Singapur	n=3	0.0	0.0	0.0	100.0	n=2	0.0	0.0	0.0	100.0
Japón	n=7	42.9	0.0	0.0	57.1	n=6	33.3	0.0	0.0	66.7

## Información de contacto respecto a este reporte

**Japan External Trade Organization (JETRO)**

**Departamento de Estudios de Mercado -  
División Américas**



**03-3582-4690**



**ORB-latin@jetro.go.jp**



**〒107-6006**

**ARK Mori Bldg., 6º piso, 1-12-32 Akasaka,  
Minato-ku, Tokio**

### ■ Cláusula de exención de responsabilidad

Rogamos que, a la hora de utilizar la información ofrecida en este reporte, el usuario se rija siempre por sus propios criterios y bajo su responsabilidad. JETRO ha tratado de ofrecer en todo momento la información más exacta posible. Sin embargo, en lo que respecta a los contenidos de este reporte, ni JETRO ni quienes lo han redactado podrán ser responsabilizados por los posibles perjuicios que puedan derivarse para sus usuarios, para lo cual pedimos la comprensión de todos ustedes.

**Prohibida su reproducción sin permiso**