



Pesquisa: Panorama da Atuação das Empresas Japonesas no Exterior, Seção América Latina, Edição 2024

- Apesar da crescente preocupação com os riscos geopolíticos, permanecem as expectativas nos promissores mercados da região -

**Japan External Trade Organization - Jetro
Departamento de Pesquisas
Dezembro de 2024**



Sumário

<u>Visão Geral da Pesquisa</u>	<u>2</u>
<u>Destaques dos resultados</u>	<u>4</u>
<u>I. Estimativas do lucro operacional</u>	<u>5</u>
<u>II. Caminhos para o desenvolvimento dos negócios futuros</u>	<u>16</u>
<u>III. Mudanças no ambiente competitivo</u>	<u>21</u>
<u>IV. Ambiente de investimentos</u>	<u>27</u>
<u>V. Cadeia de suprimentos</u>	<u>39</u>
<u>VI. Utilização dos ALCs e APEs</u>	<u>45</u>

Visão Geral da Pesquisa: Objetivos

1. Objetivos da pesquisa

- Identificar as mudanças locais no ambiente dos negócios e as condições econômicas da atuação das empresas japonesas na América Latina, com o objetivo de fornecer informações que contribuam para o planejamento estratégico dos seus negócios internacionais, bem como sugerir recomendações que incentivem melhorias no ambiente dos negócios em cada país.

2. Objeto da pesquisa

- Empresas japonesas atuantes em sete países latino-americanos (participação direta ou indireta mínima de 10% de capital japonês)

3. Método e período da pesquisa

- Enquete aplicada de 20/08 a 27/09/2024.

4. Coleta das respostas

- Das 723 empresas que receberam a enquete, houve resposta de 377 empresas, representado uma taxa de resposta de 52,1%.

5. Descrição das empresas que compõem o objeto da pesquisa

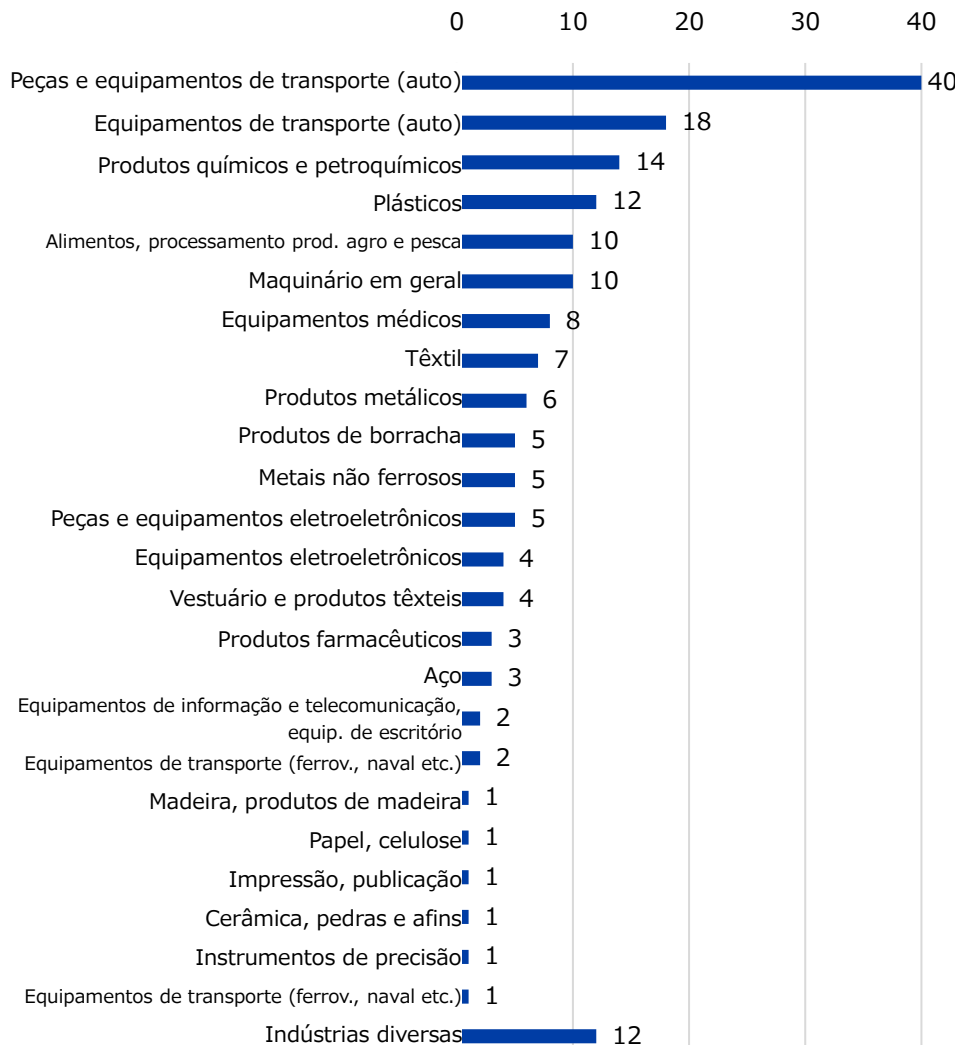
	N.º de empresas	N.º de empresas (totais)		Por atividade comercial				Por porte empresarial						Taxa de resposta (%)
		N.º de respostas	(%)	Indústria	(%)	Não industrial	(%)	Grandes empresas	(%)	Médias empresas	(%)	Porte desconhecido	(%)	
México	358	173	45,9	90	52,0	83	48,0	121	69,9	52	30,1	0	0,0	48,3
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
Peru	25	22	5,8	8	36,4	14	63,6	15	68,2	7	31,8	0	0,0	88,0
Colômbia	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
América Latina	723	377	100,0	176	46,7	201	53,3	277	73,5	100	26,5	0	0,0	52,1

6. Observações

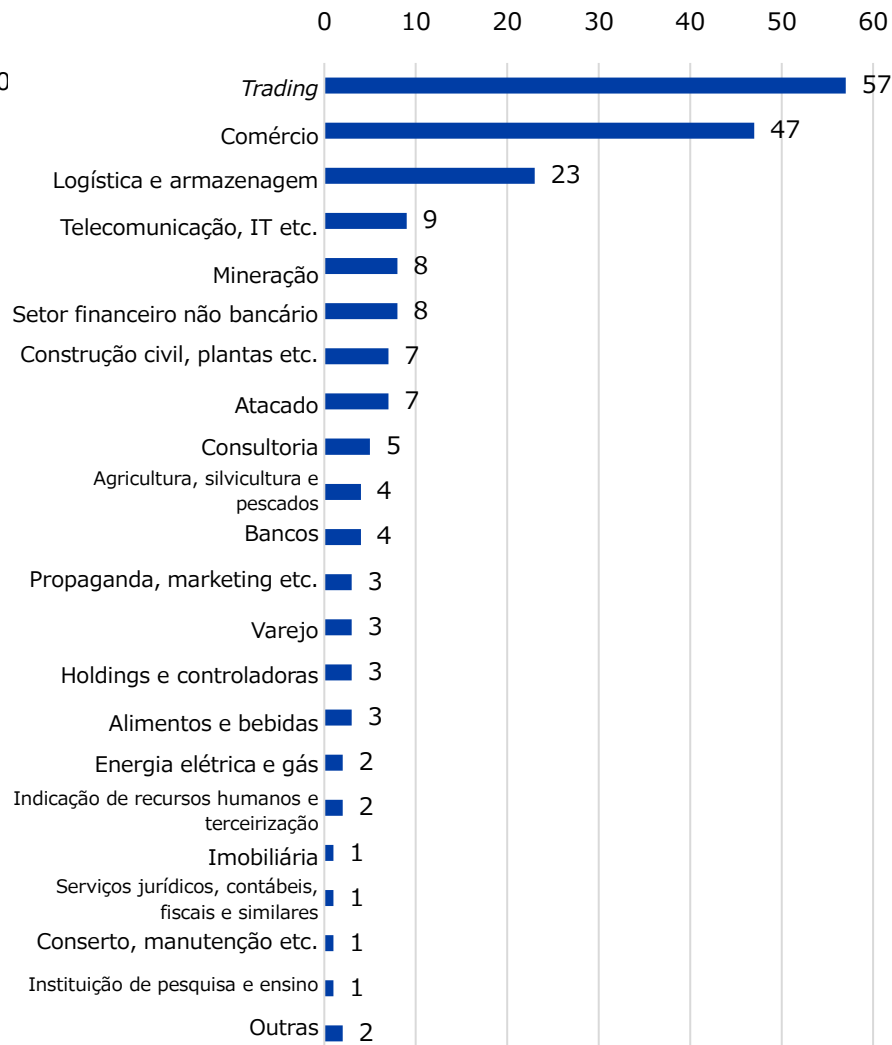
- Esta pesquisa é realizada anualmente desde 1999, sendo esta a sua 25ª edição. Os números apresentados nas tabelas e gráficos foram arredondados, portanto os totais não serão necessariamente 100%. Apenas partes das perguntas foram feitas para a Venezuela em função dos recentes eventos ocorridos no país.
- Todos os valores “n”, apresentados nos gráficos e tabelas, foram embasados nas respostas válidas.
- No Brasil, a prorrogação do prazo desta pesquisa do dia 24 para o dia 27/09/24 possibilitou o aumento das respostas de 3 empresas, fazendo com que surgissem diferenças em parte dos números e valores apresentados na “Pesquisa: Panorama da Atuação das Empresas Japonesas no Exterior, Seção Global”, publicada em novembro de 2024.

Visão Geral da Pesquisa: Descrição das atividades das empresas respondentes (América Latina - geral)

Indústria (176 empresas)



Não industrial (201 empresas)



Destaques dos resultados

- 1. A quantidade de empresas operando no azul atingiu os 70%; a vigorosa demanda dos mercados locais impulsiona a melhoria dos resultados**
 - No Brasil, o percentual de empresas operando no azul atingiu seu maior valor histórico, chegando a 77,9%.
 - Especialmente no Brasil e no México, o aumento da demanda nos mercados locais são bons ventos propulsores da melhoria nos resultados
 - A piora nos resultados na Argentina chama a atenção; ampla recuperação é esperada para 2025.
- 2. O desejo de expandir os negócios é grande; há um misto de preocupações e expectativas**
 - Mais de 50% das empresas planejam expandir os negócios, mas há diferença entre os países. Enquanto no Brasil existe aumento da demanda do mercado local, no México há a influência do *nearshoring* e na Argentina, as expectativas direcionadas ao governo atual.
 - Ao mesmo tempo, cerca de 40% optam por manter a condição atual, uma postura mais observadora, decorrente das preocupações políticas e à incerteza sobre as tendências da inflação.
- 3. Intensifica-se a concorrência acirrada dos custos; empresas chinesas emergem na disputa**
 - O número de empresas chinesas atuando na concorrência aumentou significativamente, aproximando-se da posição das empresas locais, europeias e americanas.
 - As estratégias concentram-se principalmente no fortalecimento das atividades comerciais e de publicidade, além da diversificação de produtos e serviços.
- 4. O tamanho dos mercados e o potencial de crescimento continuam atrativos, mas o cenário político e social é preocupante**
 - Ter mercados promissores no Sul Global é a maior vantagem para o investimento em todos os países.
 - Já o incerto cenário político e social também é a maior e mais comum desvantagem.
 - No México há grandes preocupações com o novo governo dos Estados Unidos e com rumos do USMCA*

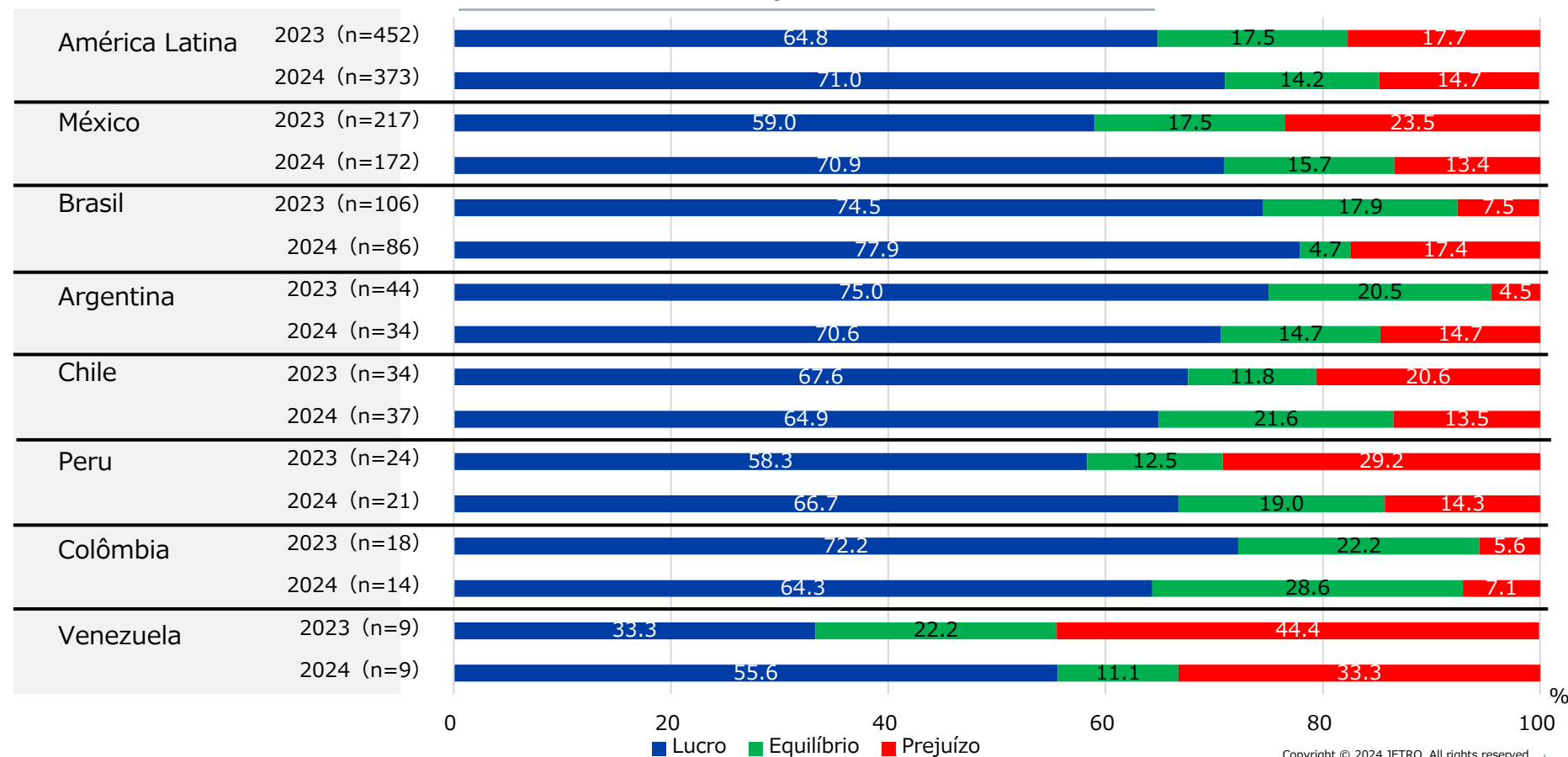
*Acordo Estados Unidos-México-Canadá

I . Estimativas do lucro operacional

1 | Evolução das estimativas do lucro operacional

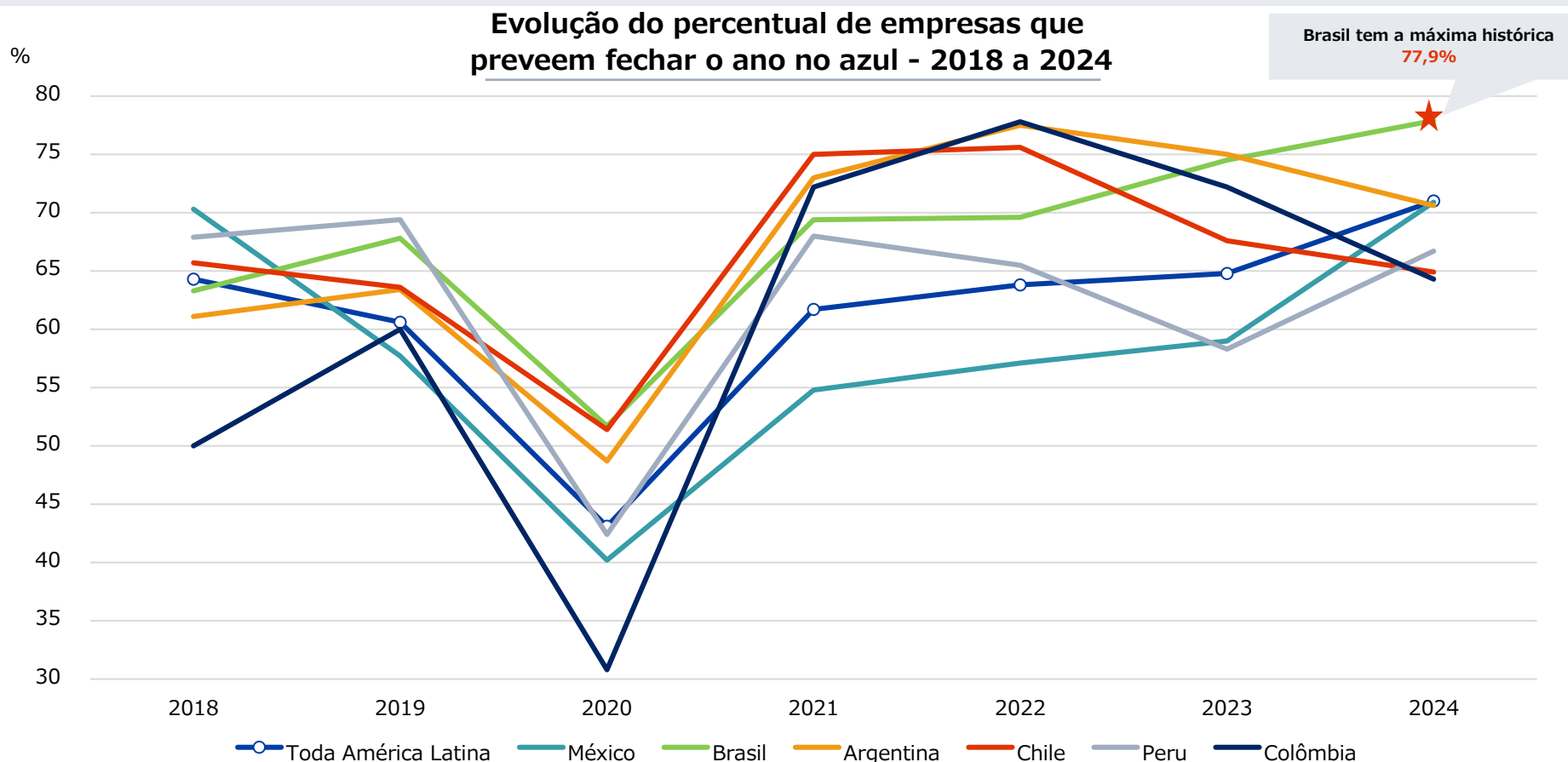
- Em 2024, o percentual de empresas com expectativas de auferirem lucros operacionais chegou a 71,0% em toda a América Latina. Na região, o primeiro lugar ficou com o Brasil, com 77,9%, seguido pelo México com 70,9% e a Argentina com 70,6%.
- O percentual de empresas com perspectiva de prejuízos caiu dois dígitos em comparação ao ano anterior no México e no Peru. Por outro lado, Brasil e Argentina apresentaram aumento de mais ou menos 10 pontos percentuais em comparação ao ano anterior.

Estimativas do lucro operacional de 2023 e 2024



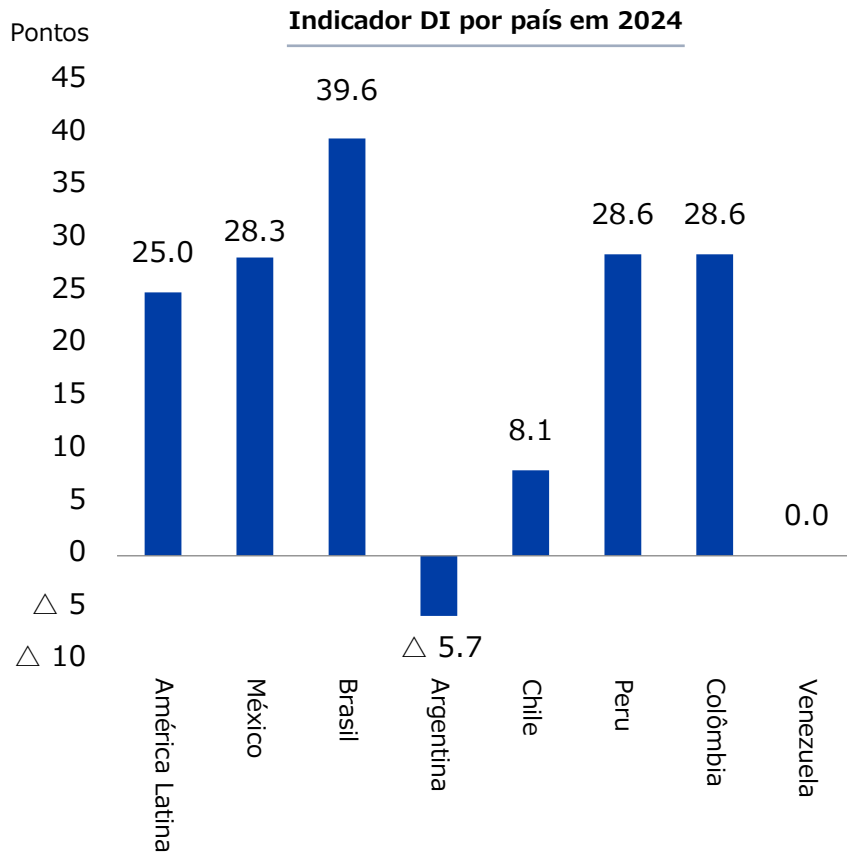
2 | Evolução do percentual de empresas com perspectiva de fechar o ano no azul

- Em toda a América Latina, a última vez que a quantidade de empresas com perspectiva de fechar o ano no azul superou os 70% foi há 14 anos, quando chegou a 72,9% em 2010. Destaque para o Brasil, que atingiu seu maior valor histórico*, com 77,9%.
 - No México, cujo percentual foi inferior a 60% desde 2019, por 5 anos consecutivos, o valor aumentou para 70,9% em 2024. Já a Argentina registra, desde 2021, valores superiores a 70% por 4 anos seguidos.
- *Série iniciada em 2008.

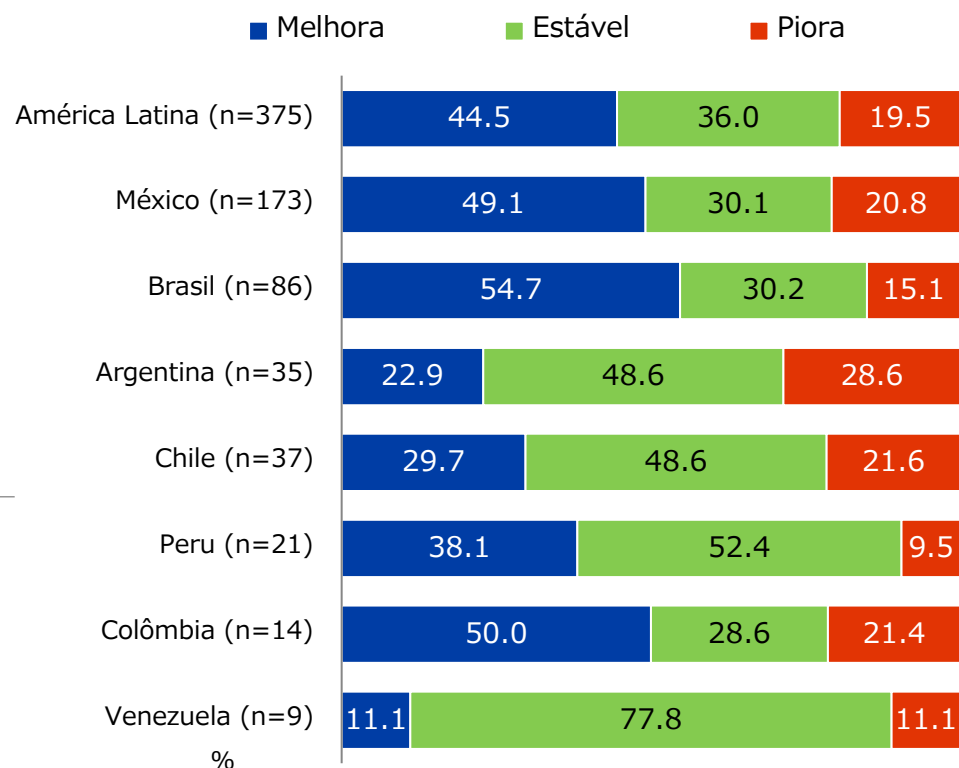


3 | Estimativas do lucro operacional em comparação ao ano anterior - 2024

- O indicador DI* de 2024 para toda a América Latina ficou em 25,0 pontos. Todos os países da região apresentaram valores positivos, exceto a Argentina, com 5,7 pontos negativos, e a Venezuela que registrou 0,0 ponto.
- O Brasil apresentou o valor máximo da região, com 39,6 pontos. Em seguida vêm Peru e Colômbia, ambos com 28,6 pontos, México com 28,3 e Chile com 8,1 pontos.



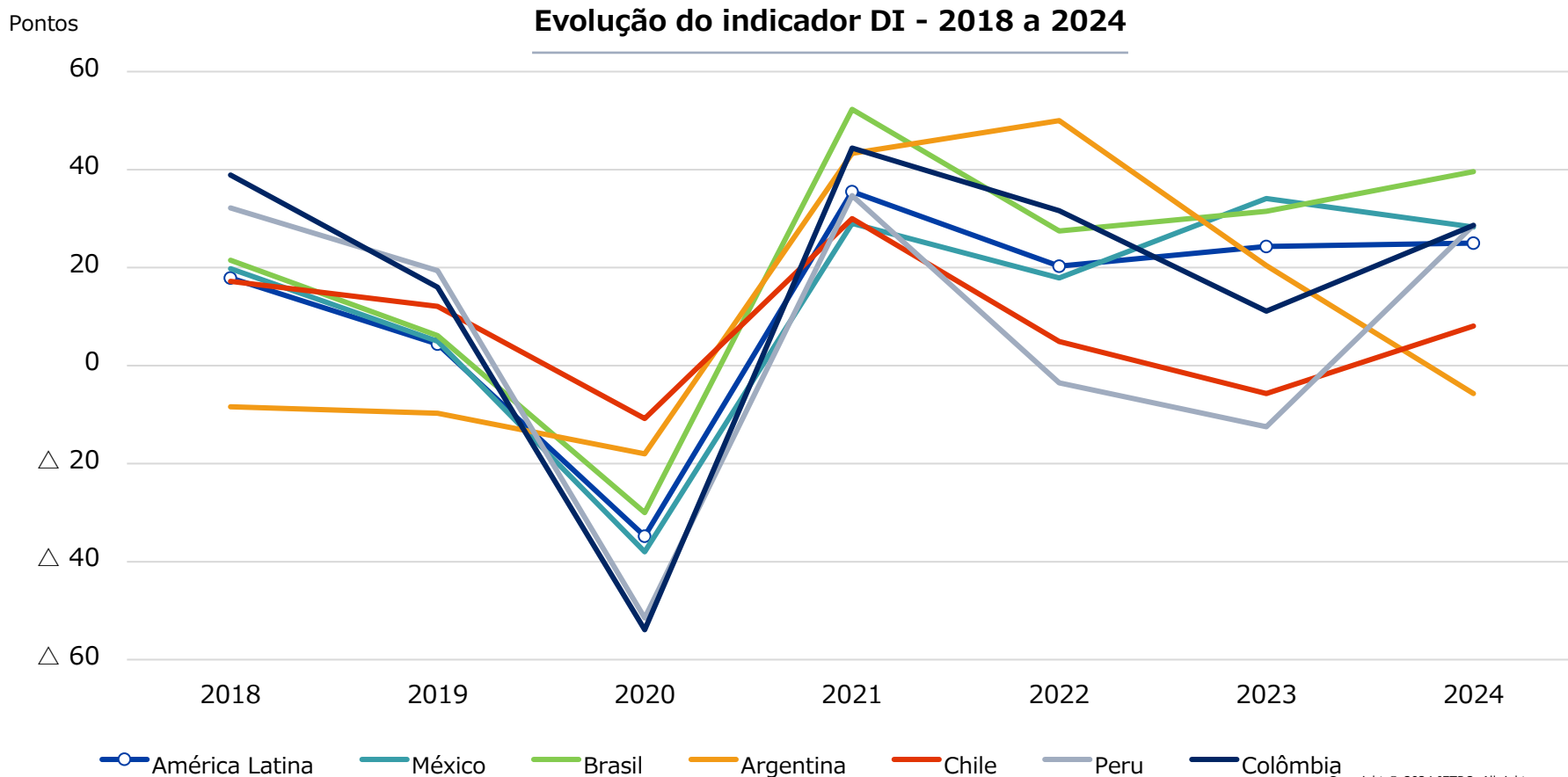
Estimativas do lucro operacional de 2024 comparadas ao ano anterior



*Nesta pesquisa, o valor do indicador DI corresponde à diferença entre o percentual de empresas que responderam que preveem "Melhora" e o percentual de empresas que responderam que preveem "Piora" do lucro operacional em comparação com o ano anterior.

4 | Evolução do indicador DI

- O indicador DI de 2024 para toda a América Latina aumentou em 0,7 pontos em comparação ao ano anterior. Na análise por país, houve aumento no Brasil, Chile, Peru e Colômbia. Já México e Argentina apresentaram redução.
- O Peru, que havia obtido 12,5 pontos negativos no ano anterior, teve um aumento do indicador DI que chegou a 28,6 pontos. No caminho oposto, a Argentina, que alcançou 20,4 pontos, desta vez apresentou 5,7 pontos negativos.



5 | Motivos da melhora nas estimativas do lucro operacional 2024

- O percentual de empresas que mencionaram o “Aumento da demanda dos mercados locais” ultrapassou os 60% em toda a América Latina. Na análise por país, da qual a Venezuela ficou de fora, os maiores percentuais foram do Brasil com 74,5%, México com 66,7% e Peru com 50,0%.
- O número de respostas foi pequeno, contudo o percentual que citou a “variação cambial” na Colômbia foi alto, atingindo 57,1%. Isso sugere o efeito positivo da alta da moeda local no primeiro semestre.

Motivos da melhora nas estimativas do lucro operacional (múltiplas respostas permitidas)

(unidade:%)

	América Latina (n=166)	México (n=84)	Brasil (n=47)	Argentina (n=8)	Chile (n=11)	Peru (n=8)	Colômbia (n=7)	Venezuela (n=1)
Fortalecimento da estrutura de exportação (Expansão dos produtos, serviços, pessoal etc.)	5,4	8,3	0,0	12,5	0,0	0,0	14,3	0,0
Aumento da demanda no mercado destino da exportação	15,1	21,4	4,3	0,0	27,3	25,0	0,0	0,0
Fortalecimento da estrutura de vendas nos mercados locais (Expansão dos produtos, serviços, pessoal etc.)	32,5	22,6	44,7	37,5	36,4	37,5	57,1	0,0
Aumento da demanda no mercado local	61,4	66,7	74,5	25,0	9,1	50,0	42,9	100,0
Variação cambial	20,5	23,8	14,9	0,0	27,3	0,0	57,1	0,0
Redução dos custos com matéria-prima e aquisição de peças	12,0	10,7	10,6	12,5	9,1	25,0	28,6	0,0
Redução das despesas com pessoal	12,0	7,1	14,9	25,0	18,2	25,0	14,3	0,0
Redução de outras despesas (administrativas etc.)	17,5	15,5	19,1	25,0	18,2	25,0	14,3	0,0
Melhorias na eficiência de produção, eficiência de vendas, disponibilidade operacional etc.	23,5	25,0	19,1	12,5	27,3	37,5	28,6	0,0
Alteração nos preços de venda	20,5	20,2	23,4	25,0	0,0	37,5	14,3	0,0
Outros	7,2	6,0	4,3	25,0	18,2	12,5	0,0	0,0

6 | Motivos da piora nas estimativas do lucro operacional 2024

- A quantidade de respostas “Redução da demanda nos mercados locais” foi a maior já registrada, um aumento de 8,1 pontos em comparação à pesquisa do ano anterior, chegando a 42,5% em toda a América Latina. Por outro lado, a “variação cambial”, que marcou o topo com 44,1% na pesquisa anterior, teve redução de 12,6 pontos.
- O percentual de respostas que refletem o ambiente local de investimentos, tais como a “intensificação da concorrência com outras empresas” e “aumento das despesas com pessoal”, somadas ao “aumento dos custos com matéria-prima e aquisição de peças”, como também a “variação cambial” (que está relacionada à importação e exportação), ultrapassou os 30% na América Latina como um todo.

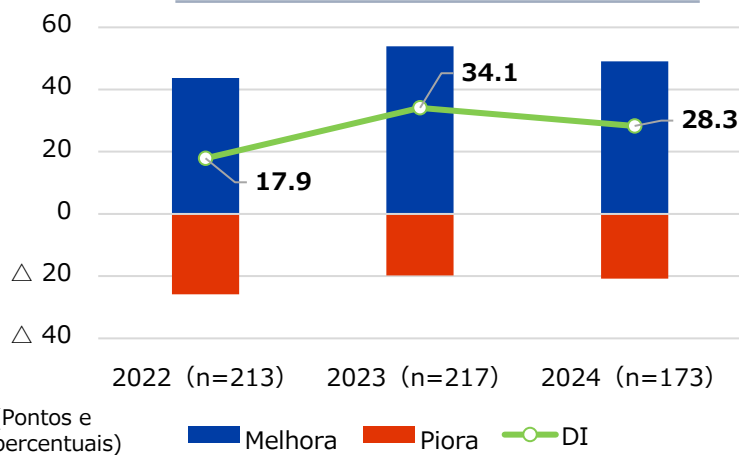
Motivos da piora nas estimativas do lucro operacional (múltiplas respostas permitidas) (unidade:%)

	América Latina (n=73)	México (n=36)	Brasil (n=13)	Argentina (n=10)	Chile (n=8)	Peru (n=2)	Colômbia (n=3)	Venezuela (n=1)
Redução da estrutura de exportação (Redução dos produtos, serviços, pessoal etc.)	1,4	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	0,0
Redução da demanda no mercado destino da exportação	16,4	16,7	7,7	10,0	37,5	0,0	33,3	0,0
Redução da estrutura de vendas nos mercados locais (Redução dos produtos, serviços, pessoal etc.)	9,6	2,8	15,4	20,0	12,5	0,0	33,3	0,0
Redução da demanda nos mercados locais	42,5	25,0	53,8	70,0	37,5	100,0	100,0	0,0
Intensificação da concorrência	31,5	33,3	15,4	40,0	12,5	50,0	100,0	0,0
Variação cambial	31,5	27,8	30,8	50,0	25,0	0,0	66,7	0,0
Aumento dos custos com matéria-prima e aquisição de peças	32,9	33,3	61,5	20,0	12,5	0,0	33,3	0,0
Aumento das despesas com pessoal	37,0	50,0	30,8	10,0	37,5	0,0	33,3	0,0
Aumento de outras despesas (administrativas etc.)	23,3	27,8	15,4	20,0	25,0	0,0	33,3	0,0
Diminuição na eficiência de produção, eficiência de vendas, disponibilidade operacional etc.	8,2	5,6	15,4	0,0	12,5	0,0	0,0	100,0
Alteração nos preços de venda	16,4	5,6	23,1	40,0	12,5	50,0	33,3	0,0
Outros	19,2	25,0	7,7	10,0	37,5	0,0	0,0	0,0

7 | Estimativas do lucro operacional no Brasil e no México - 2024

- No México, mesmo com os impactos negativos da inflação e do aumento salarial, muitos comentários destacam a recuperação do mercado automotivo e o cenário favorável à exportação para os Estados Unidos. O câmbio, com a tendência de queda do peso, dependendo do tipo de atividade, teve efeito para os dois lados.
- A confiança empresarial no Brasil apresenta melhoria estável nos últimos 3 anos. Apesar do aumento na demanda interna, grande parte também destacou o “aumento dos custos com matéria-prima e aquisição de peças” como fator de piora, podendo ser identificados ainda os impactos da desvalorização do real nas importações.

Evolução do indicador DI México - 2022 a 2024



Motivos da melhora nas estimativas do lucro operacional 2024 (múltiplas respostas permitidas, apenas itens principais)

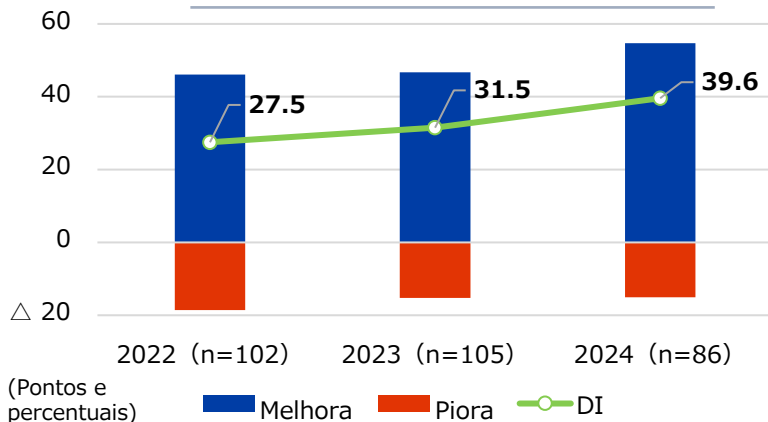
México (n=84)

1. Aumento da demanda no mercado local 66,7%;
2. Melhorias na eficiência de produção, eficiência de vendas, disponibilidade operacional etc. 25,0%;
3. Variação cambial 23,8%;
4. Fortalecimento da estrutura de vendas nos mercados locais 22,6%;
5. Aumento da demanda no mercado destino da exportação 21,4%.

Brasil (n=47)

1. Aumento da demanda no mercado local 74,5%;
2. Fortalecimento da estrutura de vendas nos mercados locais 44,7%;
3. Alteração nos preços de venda 23,4%;
4. Melhorias na eficiência de produção, eficiência de vendas, disponibilidade operacional etc. 19,1%;
4. Redução de outras despesas (administrativas etc.) 19,1%.

Evolução do indicador DI Brasil - 2022 a 2024



Motivos da piora nas estimativas do lucro operacional 2024 (múltiplas respostas permitidas, apenas itens principais)

México (n=36)

1. Aumento das despesas com pessoal 50,0%;
2. Intensificação da concorrência com outras empresas 33,3%;
2. Aumento dos custos com matéria-prima e aquisição de peças 33,3%;
4. Variação cambial 27,8%;
4. Aumento de outras despesas (administrativas etc.) 27,8%.

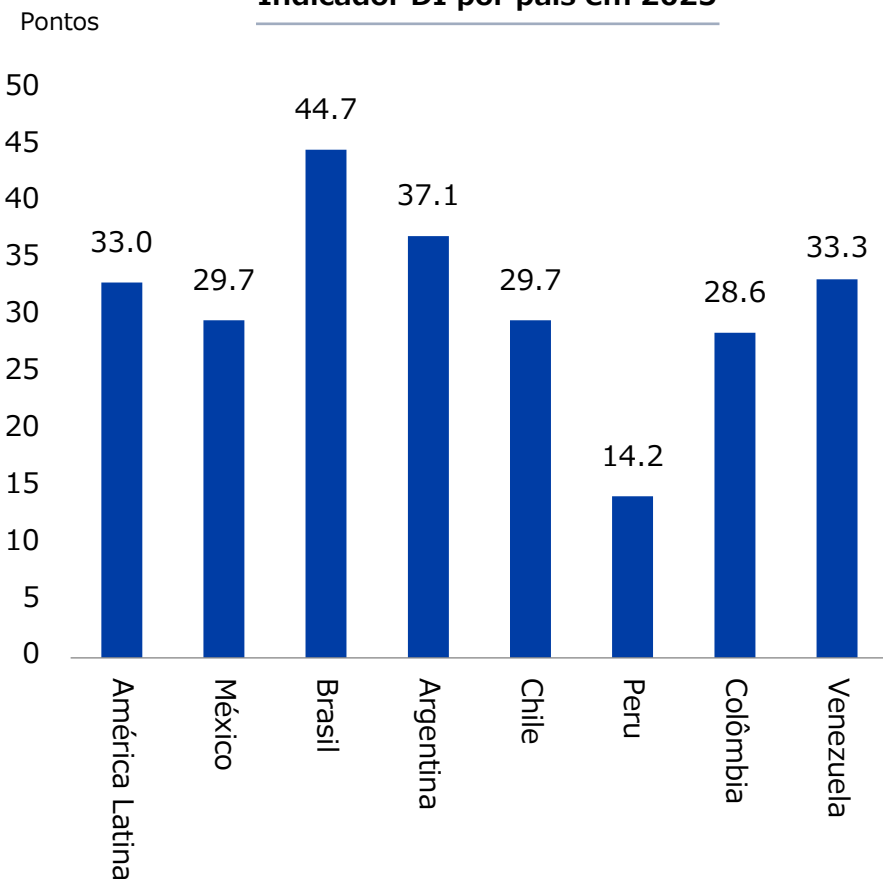
Brasil (n=13)

1. Aumento dos custos com matéria-prima e aquisição de peças 61,5%;
2. Redução da demanda nos mercados locais 53,8%;
3. Variação cambial 30,8%;
3. Aumento das despesas com pessoal 30,8%;
5. Alteração nos preços de venda 23,1%.

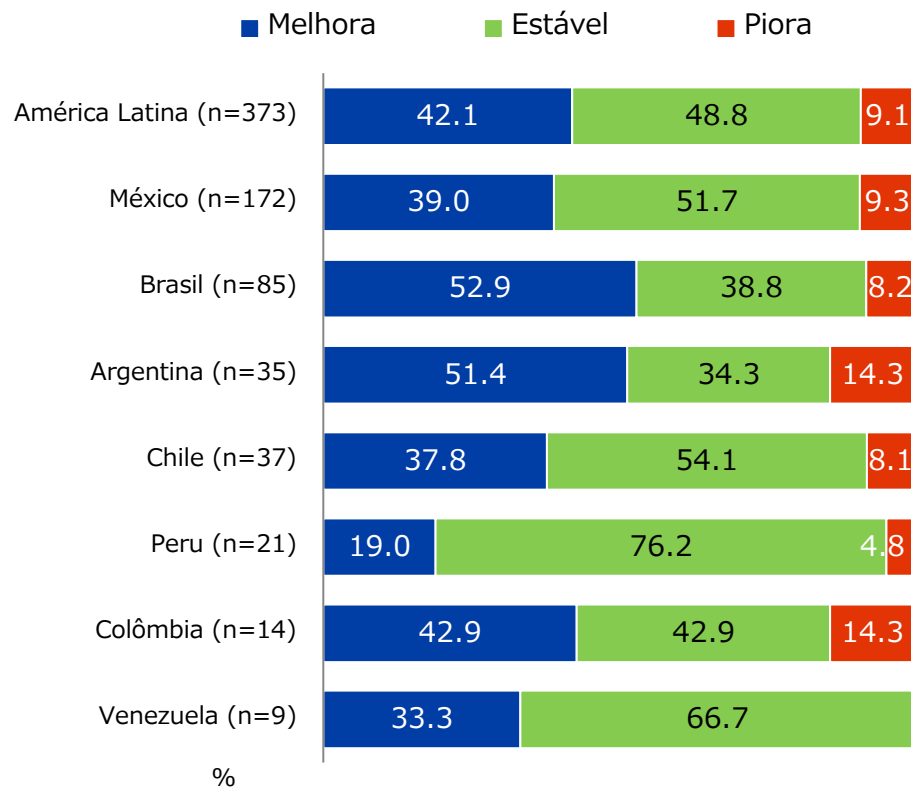
8 | Estimativas do lucro operacional em comparação ao ano anterior - 2025

- O indicador DI de 2025 para toda a América Latina ficou em 33,0 pontos. Com exceção do Peru com 14,2 pontos, todos os países da região foram positivos, apresentando mais de 20 pontos.
- Na análise por país, o primeiro lugar ficou com o Brasil e seus 44,7 pontos. Em seguida a Argentina com 37,1 pontos. Já a Venezuela, México, Chile e Colômbia ficaram na casa dos 30 pontos positivos.

Indicador DI por país em 2025



Estimativas do lucro operacional de 2025 comparadas a 2024



9 | Motivos da melhora nas estimativas do lucro operacional 2025

- Na América Latina, a opção “aumento da demanda dos mercados locais” ultrapassou os 50%, configurando o maior percentual de respostas. Na análise por país, essa resposta também atingiu os maiores percentuais na Argentina, México e Brasil.
- Muitos países tiveram baixo percentual de respostas para “fortalecimento da estrutura de exportação” e “aumento da demanda no mercado destino da exportação”, quando comparadas ao “fortalecimento da estrutura de vendas nos mercados locais”. Isso indica que foram as tendências do mercado local que mais contribuíram para a melhora das expectativas das empresas japonesas.

Motivos da melhora nas estimativas do lucro operacional de 2025 (múltiplas respostas permitidas) (unidade:%)

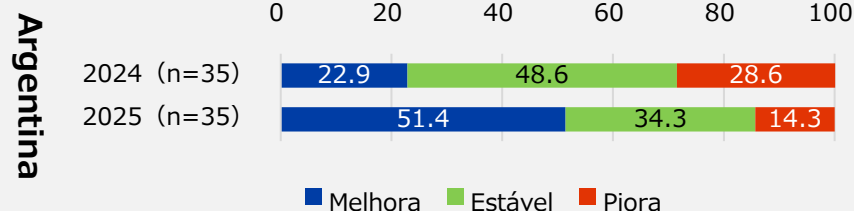
	América Latina (n=156)	México (n=66)	Brasil (n=45)	Argentina (n=18)	Chile (n=14)	Peru (n=4)	Colômbia (n=6)	Venezuela (n=3)
Fortalecimento da estrutura de exportação (Expansão dos produtos, serviços, pessoal etc.)	11,5	7,6	13,3	16,7	14,3	0,0	33,3	0,0
Aumento da demanda no mercado destino da exportação	16,7	19,7	8,9	22,2	21,4	25,0	16,7	0,0
Fortalecimento da estrutura de vendas nos mercados locais (Expansão dos produtos, serviços, pessoal etc.)	42,3	34,8	46,7	44,4	42,9	50,0	66,7	66,7
Aumento da demanda no mercado local	51,9	56,1	48,9	66,7	28,6	75,0	50,0	0,0
Variação cambial	9,0	7,6	4,4	27,8	14,3	0,0	0,0	0,0
Redução dos custos com matéria-prima e aquisição de peças	12,8	16,7	15,6	0,0	7,1	25,0	0,0	0,0
Redução das despesas com pessoal	10,3	12,1	8,9	5,6	21,4	0,0	0,0	0,0
Redução de outras despesas (administrativas etc.)	14,1	12,1	17,8	5,6	35,7	0,0	0,0	0,0
Melhorias na eficiência de produção, eficiência de vendas, disponibilidade operacional etc.	28,8	30,3	24,4	22,2	42,9	50,0	16,7	33,3
Outros	12,2	10,6	13,3	22,2	14,3	0,0	0,0	0,0

10 | Comparativo das estimativas do lucro operacional 2024 e 2025

- Houve aumento do indicador DI de 2024 para 2025 em três países: Argentina, Brasil e México. A Argentina teve um aumento significativo de 42,8 pontos.
- Os principais fatores para a melhoria do lucro operacional da Argentina em 2025 são o aumento da demanda no mercado local e o fortalecimento da estrutura de vendas. Há também expectativas positivas em relação a ações da administração de Javier Milei para liberar as restrições às importações e criar um sistema de incentivos ao investimento.

Comparativo das estimativas do lucro operacional de 2024 e 2025 em relação ao ano anterior

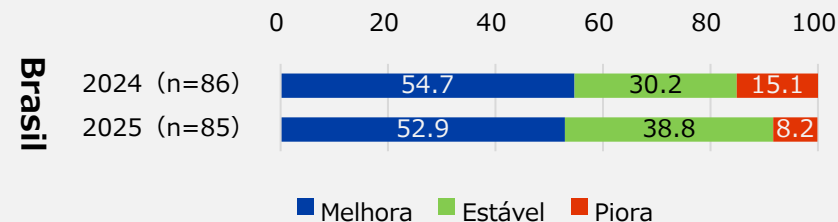
%



2024 → 2025
Aumento do DI
em 42,8 pontos

- Aumento da demanda no mercado local 66,7%
- Fortalecimento da estrutura de vendas nos mercados locais 44,4%
- Variação cambial 27,8%

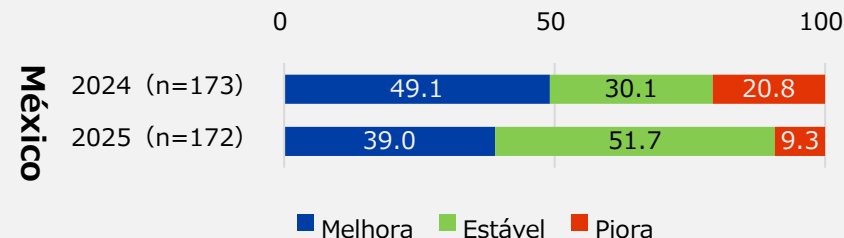
%



2024 → 2025
Aumento do DI
em 5,1 pontos

- Aumento da demanda no mercado local 48,9%
- Fortalecimento da estrutura de vendas nos mercados locais 46,7%
- Melhorias na eficiência de produção, eficiência de vendas, disponibilidade operacional etc. 24,4%

%



2024 → 2025
Aumento do DI
em 1,4 pontos

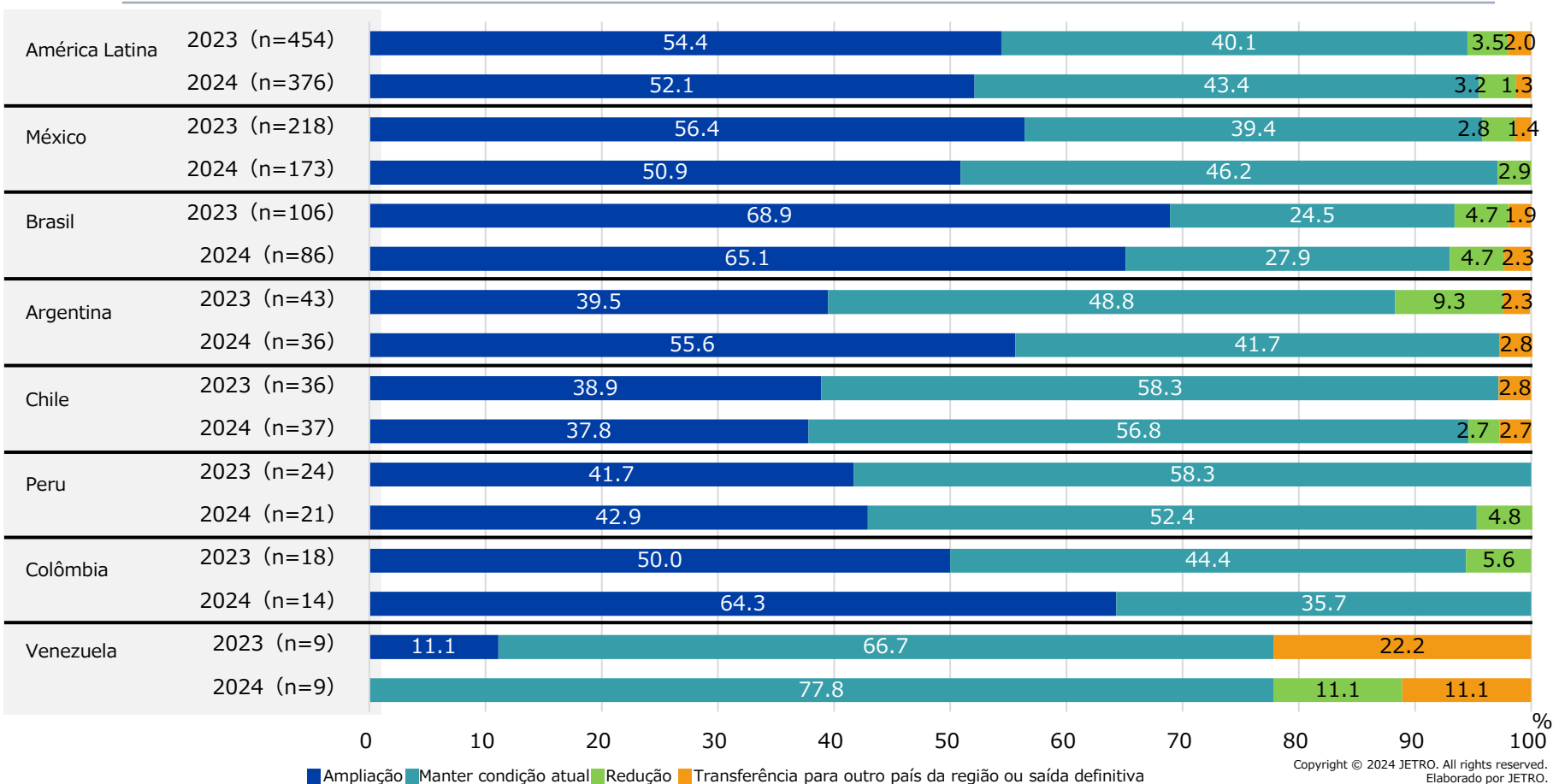
- Aumento da demanda no mercado local 56,1%
- Fortalecimento da estrutura de vendas nos mercados locais 34,8%
- Melhorias na eficiência de produção, eficiência de vendas, disponibilidade operacional etc. 30,3%

II. Planos para o desenvolvimento dos negócios no futuro

1 | Planos para o desenvolvimento dos negócios nos próximos 1 a 2 anos

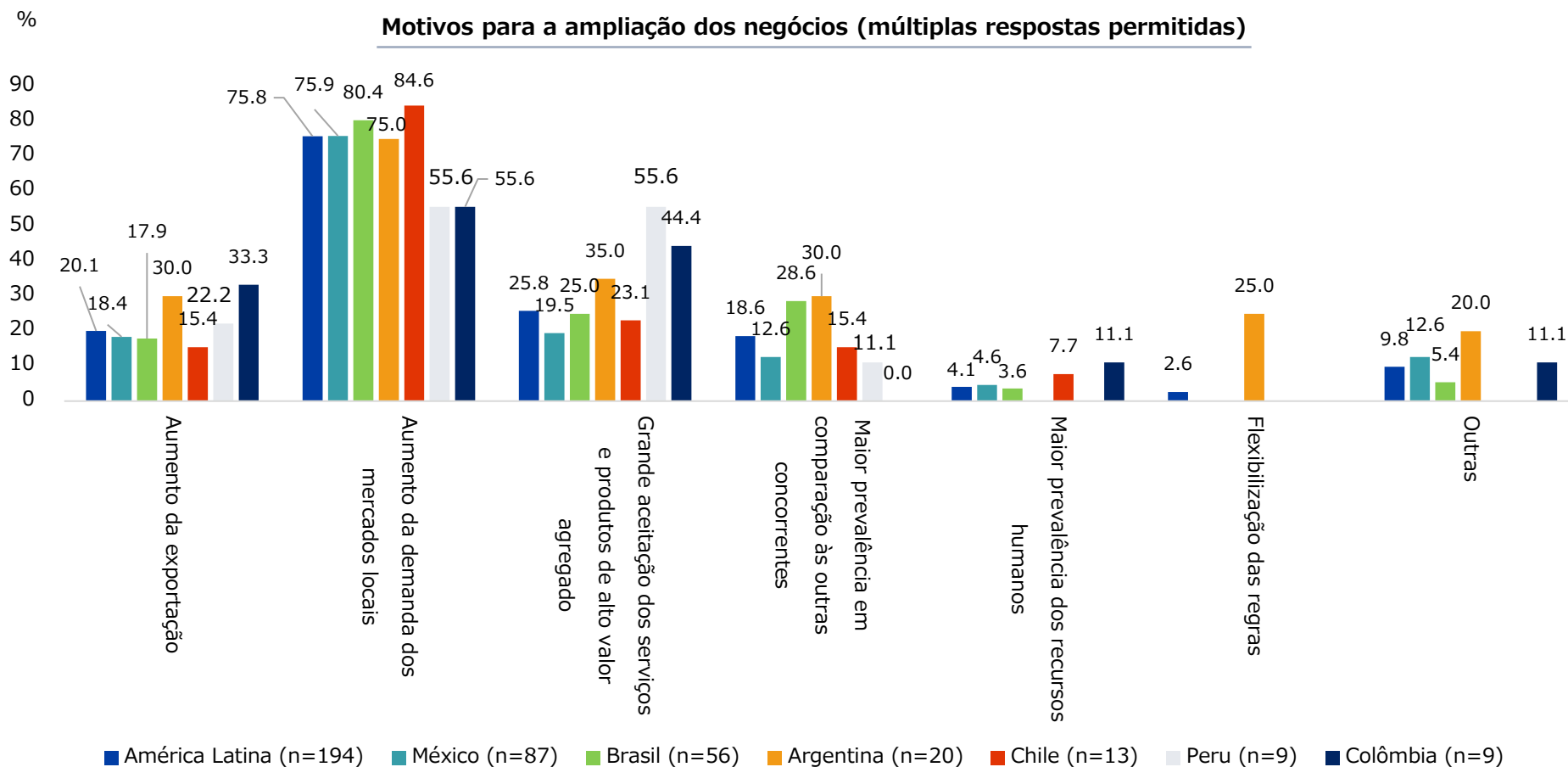
- A quantidade de empresas que preveem a ampliação dos negócios nos próximos 1 a 2 anos ficou em 52,1% na América Latina. A proporção dos que afirmaram que pretendem “manter a condição atual” foi de 43,4%, um encolhimento de 5,6 pontos em relação à pesquisa do ano anterior.
- Ainda na comparação com o ano anterior, o percentual de “ampliação” na Argentina e na Colômbia teve um aumento de dois dígitos em pontos percentuais. Especificamente na Argentina, entende-se que isso seja o reflexo das melhorias em curto prazo no ambiente dos negócios e as expectativas no novo governo.

Planos para o desenvolvimento dos negócios nos próximos 1 a 2 anos (pesquisa dos anos fiscais de 2023 e 2024)



2 | Motivos para a ampliação dos negócios

- Como motivo para “ampliação”, a resposta mais comum em toda a região foi o “aumento na demanda do mercado local”. Chile (com aumento de 41,7 pontos) e Argentina (com aumento de 22,1 pontos) apresentaram acréscimo significativo em comparação à pesquisa do ano anterior.
- A resposta “grande aceitação dos serviços e produtos de alto valor agregado” ficou em 55,6% no Peru e 44,4% na Colômbia. Na Argentina, a resposta “flexibilização das regras” atingiu os 25,0%.



3 | Comentários sobre os planos para o desenvolvimento dos negócios futuros

Motivos para a ampliação com exemplos concretos

Aumento da demanda dos mercados locais

- A indústria vem crescendo por causa do *nearshoring*. (México, maquinário em geral)
- Os clientes passaram a favorecer fornecedores locais. (México, metais não ferrosos)
- Crescimento do mercado de alimentos japoneses. (Brasil, vendas)
- Prevemos uma demanda consistente na área médica por causa da elevação nos padrões de saúde e do desenvolvimento econômico. (Brasil, equipamentos médicos)
- Crescimento das demandas por digitalização. (Brasil, TI, telecomunicações etc.)
- Expectativas no regime de incentivo a grandes investidores. (Argentina, eletroeletrônicos)
- Aumento nas vendas de equipamentos de mineração. (Chile, mineração)
- Demanda por motos impulsionada pelo crescimento econômico e trânsito congestionado. (Peru, equipamentos de transporte)

Grande aceitação dos serviços e produtos de alto valor agregado

- Observa-se a entrada de produtos baratos, provenientes principalmente da China, mas também ocorre o aumento da demanda por produtos relativamente mais caros e de alto desempenho. (México, maquinário em geral)
- Há mais casos em que a empresa se destaca das concorrentes por causa da prestação de serviços de alta qualidade para o setor privado. (Brasil, equipamentos médicos)
- Alta aceitação de marcas japonesas. (Colômbia, equipamentos de transporte)

Aumento da exportação

- Aumento na fabricação de produtos para exportação voltados para os Estados Unidos. (México, plásticos)
- Aumento da demanda nos países vizinhos. (Brasil, equipamentos médicos)
- Estimativa de aumento nos recursos naturais, grãos, pescados etc. (Argentina, *trading*)
- Crescimento do concentrado de cobre para exportação. (Chile, logística e armazenagem)

Outros

- Consolidação de serviços e estruturas específicas para as relações Estados Unidos e México. (México, logística e armazenagem)
- Capacidade de desenvolvimento de novos produtos. (Brasil, alimentos, processamento de produtos agrícolas e pescados)
- Agora as importações podem ser feitas livremente, permitindo garantir o estoque. (Argentina, comércio)

Motivos para a manutenção da condição atual

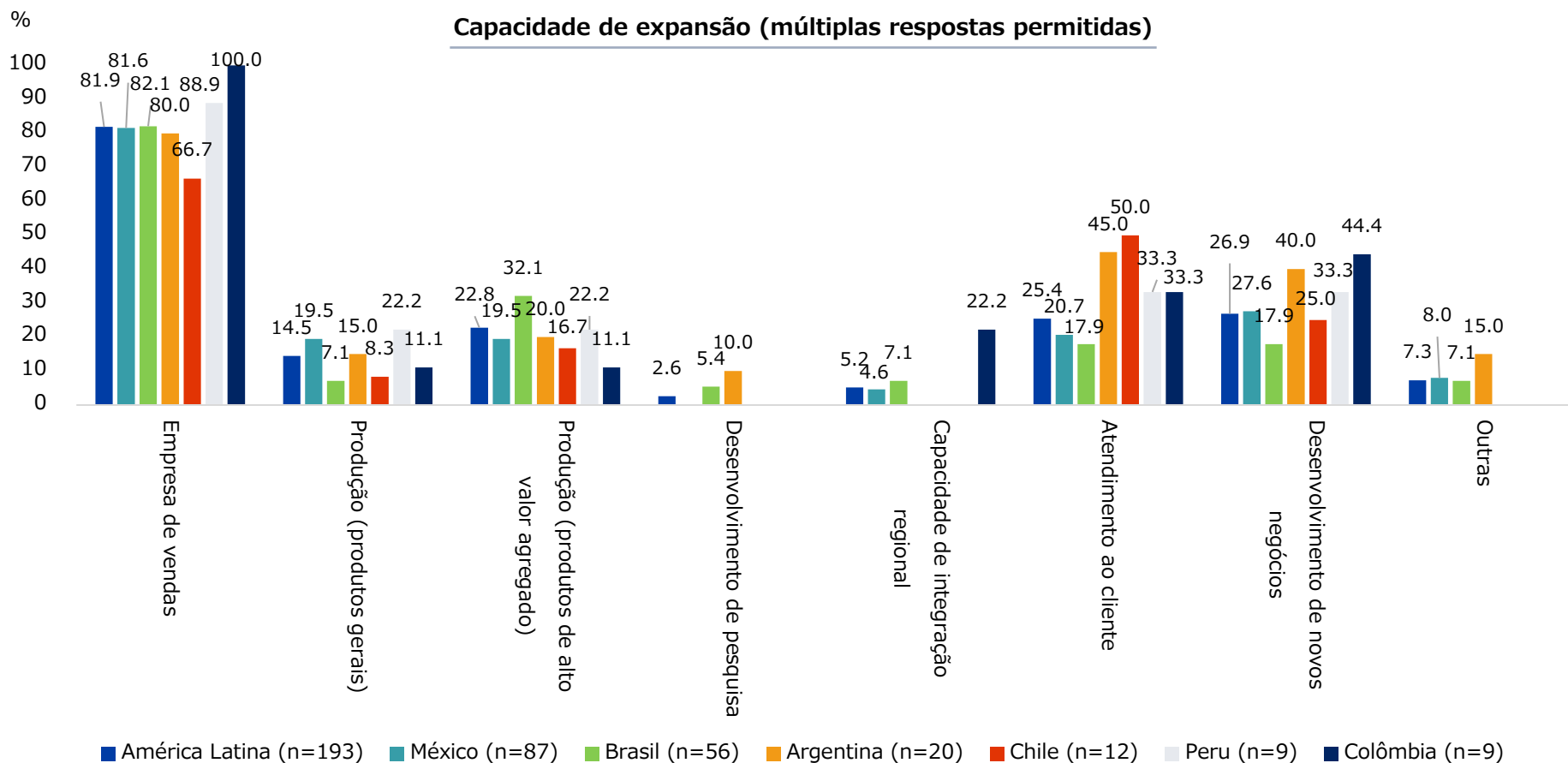
- Imprevisibilidade das políticas dos Estados Unidos após a eleição presidencial. (México, peças e equipamentos de transporte)
- Dificuldade na garantia da força de trabalho necessária. A manutenção do volume da produção atual está no limite. (México, produtos químicos e petrolíferos)
- A capacidade portuária local atingiu seu limite. (México, logística e armazenagem)
- Falta de investimento devido à imprevisibilidade das tendências da eletromobilidade. (México, peças e equipamentos de transporte)
- Taxas de juros e inflação persistentemente elevadas fazem com que os clientes não aumentem o consumo. (Brasil, alimentos, processamento de produtos agrícolas e pescados)
- Limitações orçamentárias de órgãos públicos, que são os principais clientes. (Argentina, TI, telecomunicações etc.)
- O início do novo governo e a flexibilização das regras de importação tornaram a concorrência no mercado extremamente acirrada. (Argentina, comércio)
- Apesar de o governo promover projetos de investimentos de grande vulto, o ambiente é bastante hostil para as pequenas e médias empresas. (Argentina, indústrias diversas)
- A margem de crescimento do mercado é pequena, não havendo perspectiva de expansão no segmento. (Chile, equipamentos médicos)
- Queremos melhorar a lucratividade sem expandir os negócios. (Chile, setor financeiro não bancário)
- Preocupações com a deterioração da economia devido à instabilidade política. (Peru, varejo)
- O atual governo tende a valorizar a política interna, e a expansão dos negócios requer análise cautelosa. (Colômbia, *trading*)
- Não há previsão de mudanças de curto prazo. (Venezuela, produtos químicos e petroquímicos)

Motivos da redução, transferência para outro país ou saída definitiva

- O custo de fabricação não é vantajoso. (México, *trading*)
- Já não fazemos mais parte das áreas estratégicas definidas pelo nosso grupo empresarial. (Brasil, mineração)
- Não há previsão de crescimento nas vendas. (Brasil, eletroeletrônicos)
- Queda na lucratividade. (Chile, equipamentos de transporte)
- Nosso grupo empresarial está promovendo uma otimização na aquisição dos recursos. (Peru, metais não ferrosos)

4 | Funções específicas que devem ser expandidas

- Com relação às funções específicas que devem ser expandidas, tanto na análise por país como da América Latina em geral, “vendas” foi a resposta que ficou em primeiro lugar. Na Colômbia, a resposta “vendas” foi de 100,0%.
- A resposta “Produção (produtos de alto valor agregado)” no Brasil subiu 14,0 pontos em comparação à pesquisa do ano anterior, ficando no topo, com 32,1% na análise por país. O percentual das respostas “desenvolvimento de novos negócios” e “atendimento ao cliente” foi cerca de 25% em toda a América Latina.

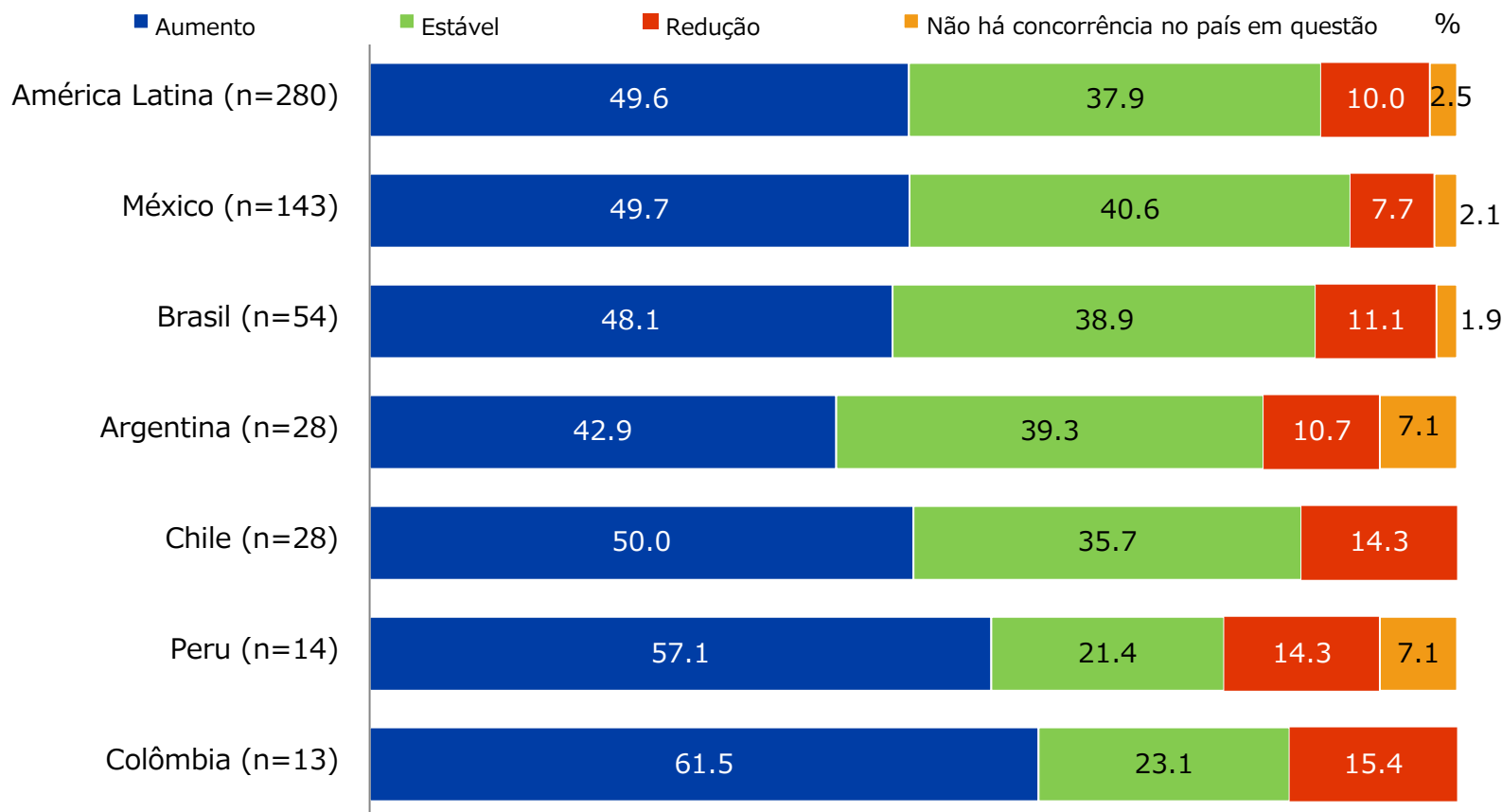


III. Mudanças no ambiente competitivo

1 | Mudanças na participação de mercado dos principais produtos e serviços

- Em comparação com o ano de 2019 (antes da pandemia), cerca de 50% das empresas na América Latina responderam que a participação de mercado dos principais produtos e serviços cresceu. Somando as empresas que responderam que a situação continua “estável”, o percentual chega a quase 90%, o que demonstra a recuperação de patamares anteriores à pandemia e o aumento na participação de mercado de muitas empresas.

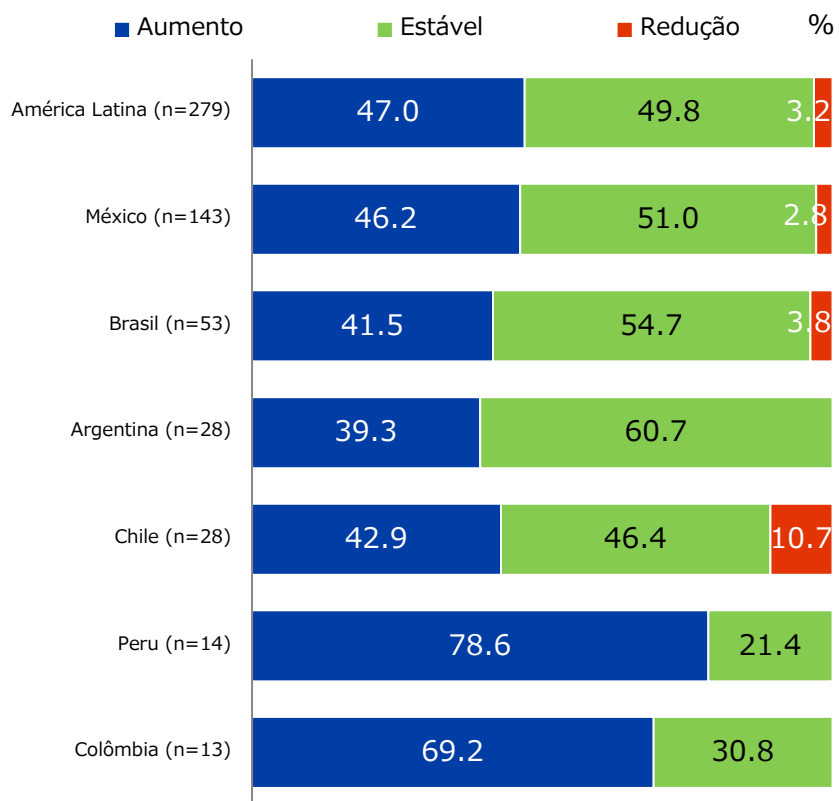
Mudanças na participação de mercados dos principais produtos e serviços (comparação com 2019)



2 | Mudanças no número de concorrentes e localização da sede dos concorrentes

- Em comparação com o ano de 2019 (antes da pandemia), cerca de 50% das empresas em toda a América Latina responderam que houve aumento da concorrência.
- Em todos os países, a maioria das respostas identificou a China como sede dos concorrentes. Especialmente na Colômbia, as empresas chinesas compuseram 100% das respostas.

Mudanças no número de concorrentes



Localização da sede dos concorrentes (múltiplas respostas permitidas)

(unidade: %)

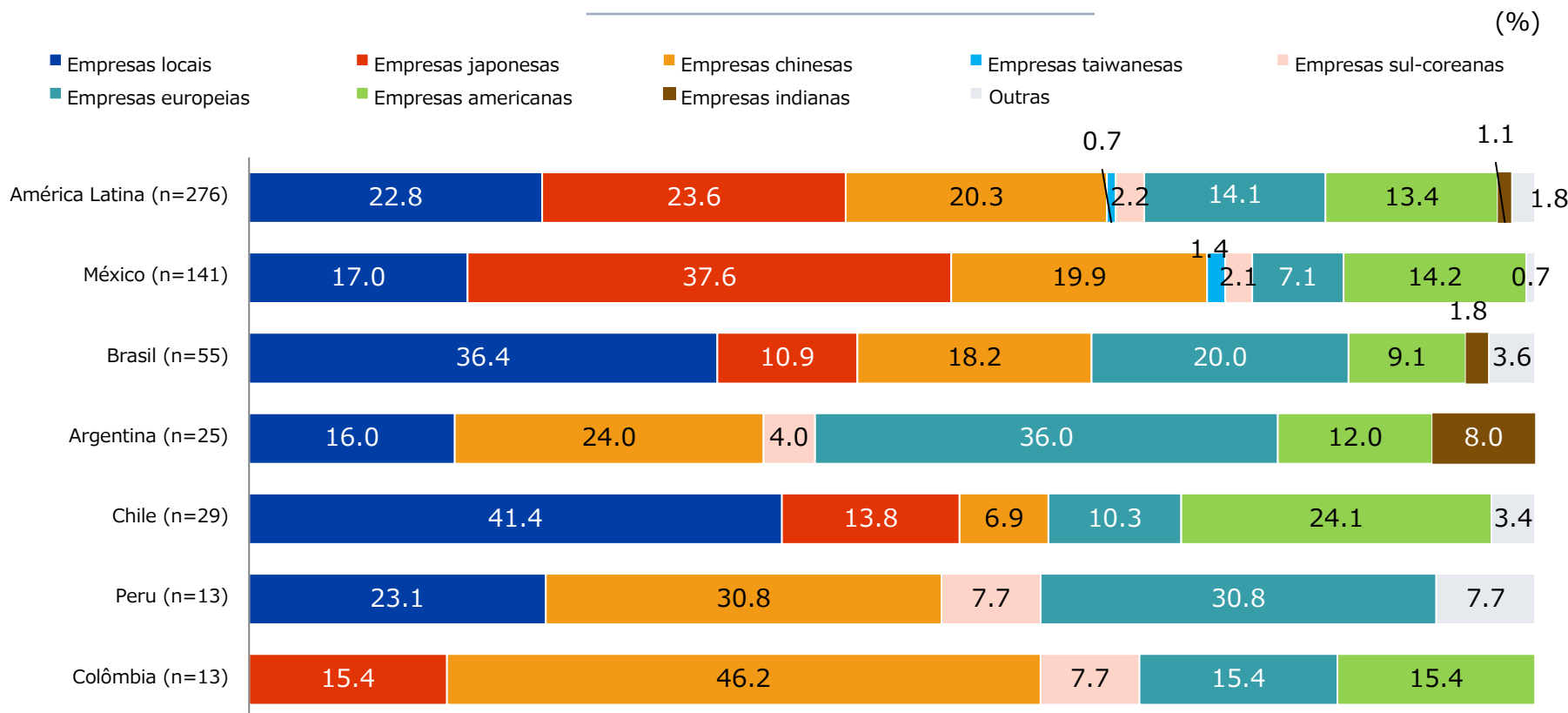
	Empresas locais	Empresas japonesas	Empresas chinesas	Empresas europeias	Empresas americanas	Outras*
América Latina (n=128)	30,5	25,0	60,9	13,3	21,1	21,9
México (n=64)	32,8	40,6	53,1	14,1	25,0	17,2
Brasil (n=22)	36,4	22,7	59,1	9,1	9,1	27,3
Argentina (n=11)	18,2	0,0	81,8	18,2	45,5	45,5
Chile (n=12)	33,3	8,3	41,7	25,0	25,0	16,6
Peru (n=10)	40,0	0,0	80,0	10,0	10,0	20,0
Colômbia (n=9)	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	22,2

* "Outras" inclui empresas taiwanesas, sul-coreanas e indianas.

3 | País de origem do maior concorrente

- No Peru e na Colômbia, a maioria das empresas respondeu que seu maior concorrente é uma empresa chinesa. Como muitas dessas empresas são fabricantes de automóveis, pode-se entender que estão em alerta para o crescimento da participação de empresas chinesas, principalmente no mercado de veículos elétricos.
- Já nos demais países, predominam empresas locais, europeias e japonesas. A despeito do aumento da concorrência das empresas chinesas mencionado no item anterior, em muitos casos essas não figuram como o maior concorrente.

O maior concorrente no mercado destino



4 | Motivos para considerar uma outra empresa como o maior concorrente

- Sobre o motivo para considerar uma outra empresa como o maior concorrente, quase 70% das empresas na América Latina escolheram a resposta “competitividade nos custos”. Dentre as empresas que selecionaram essa resposta, a maioria (cerca de 30%) respondeu que os maiores concorrentes são empresas chinesas, levando à conclusão de que as empresas chinesas adotam estratégias ofensivas de preço.
- Em segundo lugar ficou a “popularidade da marca” do concorrente, representando cerca de 60% na Colômbia. Em todos os países, muitas empresas que selecionaram essa opção têm como seus maiores concorrentes empresas europeias e japonesas, sendo que apenas uma apontou as chinesas.

Motivos para considerar uma outra empresa como o maior concorrente (múltiplas respostas permitidas)

(unidade:%)

	América Latina (n=276)	México (n=141)	Brasil (n=55)	Argentina (n=25)	Chile (n=29)	Peru (n=13)	Colômbia (n=13)
Competitividade nos custos	68,5	66,0	72,7	64,0	58,6	100,0	76,9
Capacidade técnica dos produtos e serviços	26,4	27,0	25,5	20,0	31,0	23,1	30,8
Capacidade de desenvolvimento dos produtos e serviços adequados às necessidades do mercado	19,9	17,0	21,8	28,0	13,8	30,8	30,8
Popularidade da marca	37,7	34,0	36,4	48,0	44,8	23,1	61,5
Alto desempenho comercial	25,0	24,8	18,2	24,0	37,9	23,1	30,8
Rede de vendas	29,0	31,2	32,7	16,0	27,6	23,1	23,1
Velocidade de entrega	11,2	13,5	3,6	20,0	10,3	7,7	7,7
Agilidade na tomada de decisões	26,1	22,7	30,9	28,0	24,1	23,1	46,2
Parceria a articulação com empresas locais	21,0	24,8	14,5	24,0	17,2	15,4	15,4
Competitividade na aquisição de talentos	13,4	12,1	12,7	8,0	17,2	23,1	23,1

* Demonstrem-se apenas os itens principais

5 | Estratégias competitivas

- Em toda a América Latina, a estratégia que tem recebido especial empenho é o “fortalecimento das atividades comerciais e de publicidade”, maioria que representou 45,4%. Em todos os países, entre 40 e 50 por cento das empresas selecionaram essa opção.
- A segunda resposta mais frequente foi a “diversificação de produtos e serviços”, com 38,2%. Na análise por país, os percentuais mais altos foram na Colômbia com 69,2%, Peru 53,8% e Brasil com 52,6%.

**Estratégias competitivas que têm recebido especial empenho
(múltiplas respostas permitidas)**

(Unidade: %)

	América Latina (n=280)	México (n=143)	Brasil (n=57)	Argentina (n=26)	Chile (n=28)	Peru (n=13)	Colômbia (n=13)
Redução dos preços	16,8	17,5	8,8	34,6	14,3	23,1	7,7
Diversificação de produtos e serviços	38,2	30,1	52,6	38,5	28,6	53,8	69,2
Limitação de produtos e serviços	13,9	11,2	12,3	15,4	28,6	15,4	15,4
Capacidade de desenvolvimento de produtos e serviços	29,6	25,2	40,4	34,6	32,1	30,8	15,4
Ampliação dos canais de vendas	29,3	21,7	38,6	30,8	28,6	61,5	38,5
Revisão ou reestruturação da rede de vendas	22,9	20,3	26,3	15,4	25,0	30,8	38,5
Fortalecimento das atividades comerciais e de publicidade	45,4	47,6	43,9	38,5	39,3	53,8	46,2
Redução de custos	37,9	36,4	47,4	34,6	39,3	38,5	15,4
Aumento do valor agregado com ESG etc.	12,9	7,0	21,1	19,2	14,3	23,1	15,4
Cooperação e articulação com empresas locais	25,0	23,8	26,3	30,8	28,6	23,1	15,4

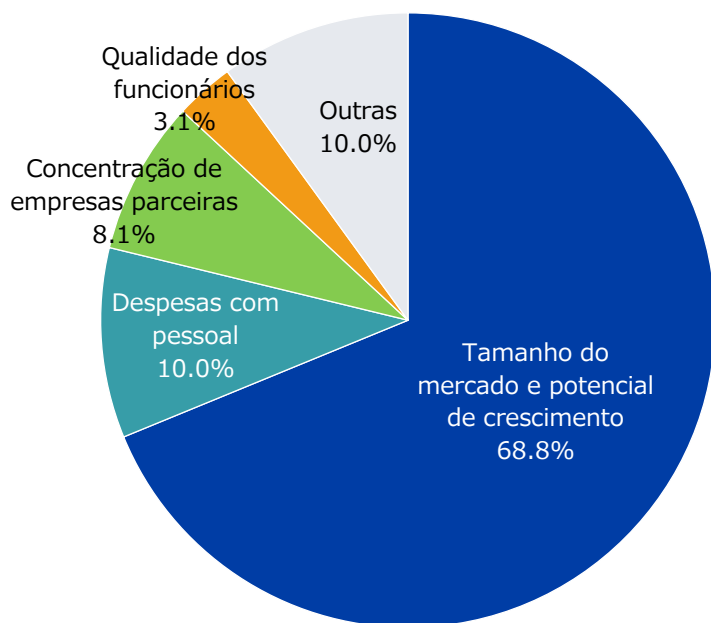
* Demonstram-se apenas os itens principais

IV. Ambiente de investimentos

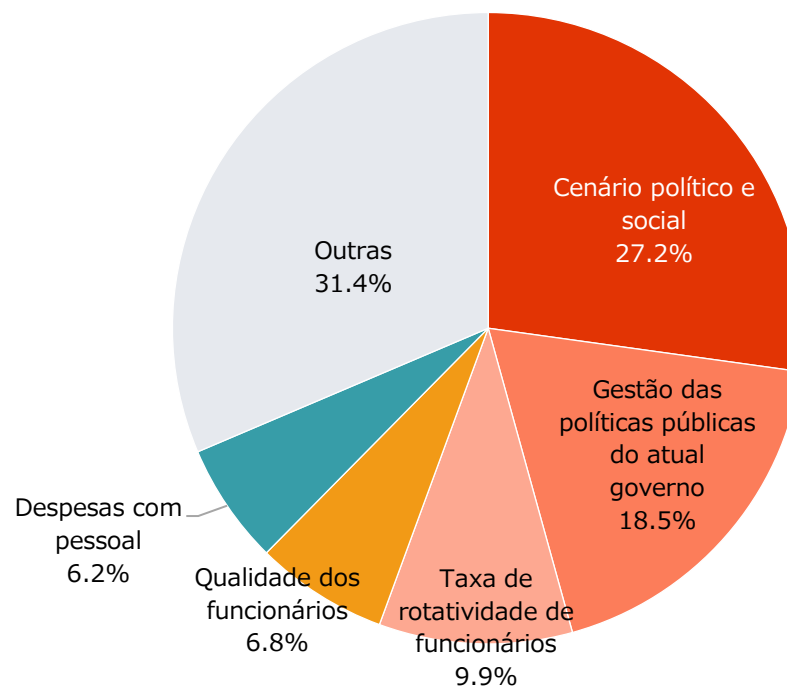
1 | Vantagens e desvantagens do ambiente de investimentos - México

- Enquanto 10% das empresas avaliaram como positiva a “despesa com pessoal” por ela ser baixa, 6,2% viram nisso uma desvantagem. Isso porque embora a despesa com pessoal seja mais baixa do que em outros países, o constante aumento no salário mínimo gera uma série de preocupações.
- Como desvantagens, o “cenário político e social” e a “gestão das políticas públicas do atual governo” somaram 45,7%. Pode-se supor que muitas empresas estão inseguras com o novo governo.

Vantagens do ambiente de investimentos (n=160)



Desvantagens do ambiente de investimentos (n=162)



2 | Comentários sobre o ambiente de investimentos do México

Preocupações com o futuro

- Preocupações com o declínio da atratividade de investimentos devido à adoção de políticas mais favoráveis aos trabalhadores. (peças e equipamentos de transporte)
- Dificuldade para garantir os recursos humanos devido à concentração de investimentos. (peças e equipamentos de transporte)
- Dificuldade em aumentar a competitividade já que quase todos os insumos dependem da importação. (peças e equipamentos de transporte)
- Morosidade nos procedimentos administrativos, mudança das regras e fatores similares causam resposta insuficiente do poder público. (peças e equipamentos de transporte)
- O atendimento do Serviço de Administração Tributária é ruim; aplicam-se sanções retroativas sem que haja justificativa legítima. (peças e equipamentos de transporte)
- As vantagens de usar fornecedores locais diminuem por causa das preocupações com o aumento do salário mínimo e a redução da jornada de trabalho. (peças e equipamentos de transporte)
- Preocupações com a deterioração da segurança pública. (peças e equipamentos de transporte)
- Aumento dos salários pressionados pela oferta e procura de recursos humanos. (peças e equipamentos de transporte)
- Infraestruturas, tais como energia elétrica e abastecimento de água de má qualidade. (metais não ferrosos)
- Preocupações com a ausência de políticas para conter o aumento dos custos trabalhistas. (plásticos)
- Preocupação com o aumento da carga tributária sobre as empresas. (*trading*)
- Complexidade, atrasos e processos judiciais relacionados aos procedimentos de reembolso do IVA. (logística e armazenagem)
- Preocupação com o aumento de empresas chinesas. (têxtil)
- Preocupação com os impactos da reforma do poder judiciário nos negócios. (equipamentos de transporte)

Cerca de 40% dos comentários (43/114) mencionaram preocupações com eventos relacionados aos Estados Unidos, como as eleições presidenciais, o USMCA etc.

- Preocupações com os impactos negativos aos negócios devido ao endurecimento nas restrições dos Estados Unidos sobre a matéria-prima chinesa. (*trading*)
- Efeitos negativos nos negócios provocado pelos resultados das eleições presidenciais dos Estados Unidos (produtos metálicos)
- Se o USMCA não for mantido, o México perderá os atrativos. (Indústrias diversas)
- Preocupações com o futuro das relações com a China e com os Estados Unidos. (equipamentos de transporte)
- Revisão do USMCA prevista para 2026. (equipamentos de transporte)
- Preocupações com o arrefecimento do ambiente de investimentos causado pelos resultados das eleições presidenciais dos Estados Unidos. (logística e armazenagem)
- Preocupações em ficar à mercê dos desígnios do presidente americano. (plásticos)
- Preocupações com as tendências políticas nas relações com o México após as eleições presidenciais americanas. (logística e armazenagem)
- Enfraquecimento da posição do México com uma eventual revisão do USMCA. (plásticos)
- Políticas comerciais do novo governo dos Estados Unidos. (peças e equipamentos eletroeletrônicos)
- Mudanças no mercado depois das eleições presidenciais dos Estados Unidos. (comércio)
- Preocupações com os impactos das eleições presidenciais americanas na economia mexicana, no câmbio e nos custos de importação. (alimentos e bebidas)
- Preocupações com o futuro da indústria automotiva mexicana, que tem grandes possibilidades de ser influenciada pelas políticas do novo governo americano. (*trading*)
- Incertezas caso Trump seja eleito. (logística e armazenagem)
- É necessário ter atenção aos próximos rumos do USMCA. (*trading*)
- Para o bem ou para o mal, tudo depende do novo governo dos Estados Unidos. (*trading*)
- Inseguranças sobre as relações com os Estados Unidos após a troca do governo. (peças e equipamentos de transporte)

Expectativas para o futuro

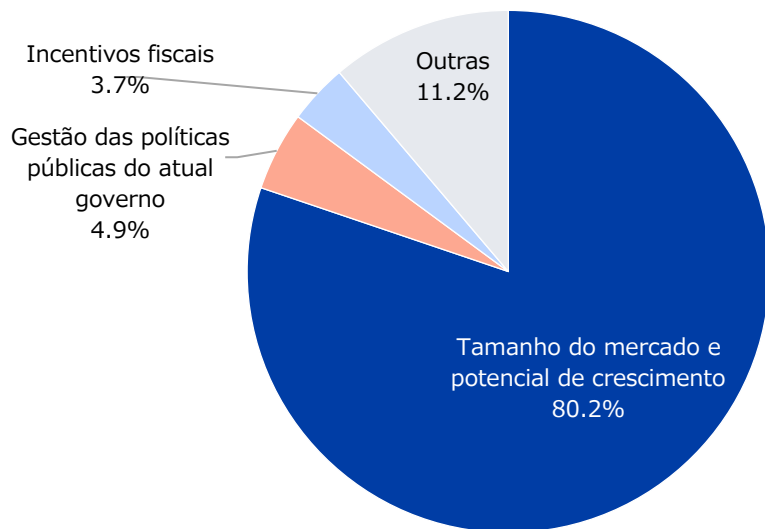
- Há expectativa de flexibilização das regras relacionadas ao meio ambiente após a troca de governo. (peças e equipamentos de transporte)
- Com a troca de governo, há expectativas de melhora no ambiente de investimentos e de avanços na reforma energética. (*trading*)
- Espera-se a flexibilização das regras relacionadas à energia renovável. (Cerâmica, pedras e afins)
- Por causa dos efeitos do *nearshoring*, há expectativas no ambiente de investimentos voltado para os Estados Unidos. (*trading*)
- Expectativas na continuidade dos atrativos do México como sede de produção e demanda do *nearshoring*. (*trading*)
- Expectativa de crescimento do país como um todo. (equipamentos de transporte)
- Recuperação do mercado automotivo. (peças e equipamentos de transporte)
- Expectativa de crescimento ainda maior do mercado norte-americano. (plásticos)
- Expectativa de que o México mantenha sua presença como sede da produção para suprimentos voltados aos Estados Unidos. (logística e armazenagem)
- A medida em que novas montadoras chinesas entram no mercado, espera-se o aumento da demanda por fornecedores locais. (indústrias diversas)

*No excerto dos comentários, algumas expressões foram adaptadas.

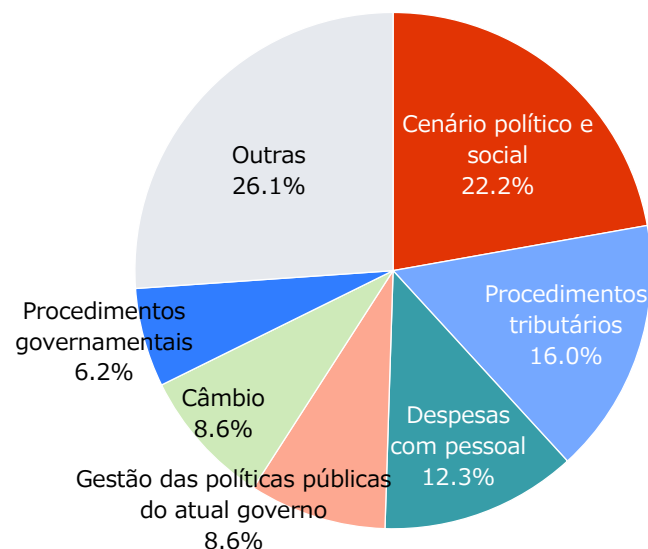
3 | Vantagens e desvantagens do ambiente de investimentos - Brasil

- 80% das empresas apontaram a opção “tamanho do mercado e potencial de crescimento” como vantagem. É a maior taxa em toda a América Latina.
- Já as desvantagens são diversas, porém uma característica marcante, em comparação aos demais países, é a grande quantidade de opiniões que indicaram a complexidade dos “procedimentos tributários” e “procedimentos governamentais”. Apesar da reforma tributária em andamento, muitos comentários recebidos revelam o desejo de que tais procedimentos sejam simplificados.

Vantagens do ambiente de investimentos (n=81)



Desvantagens do ambiente de investimentos (n=81)



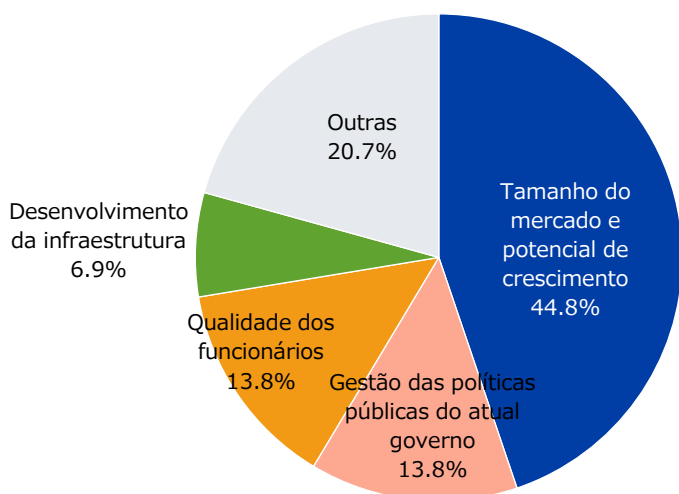
Expectativas e preocupações para o futuro do ambiente de investimentos

- Expectativa de aumento populacional e consequente crescimento do mercado. (instituição de pesquisa e educacional)
- Expectativa de que a reforma tributária reduza a carga e simplifique o regime. (equipamentos médicos)
- Como alguns de nossos produtos dependem necessariamente de importação, esperamos que acordos de live comércio sejam celebrados com vários países, inclusive com o Japão. (alimentos, processamento de produtos agrícolas e pescados)
- Preocupações com o aumento dos preços dos produtos importados que a desvalorização do real provoca. (vestuário e produtos têxteis)
- Mudança dos *players* devido ao crescimento acelerado dos veículos elétricos na indústria automotiva. (peças equipamentos de transporte)
- Preocupações relacionadas aos grandes impactos que a brusca variação cambial provoca nos planos de investimento local. (Alimentos e processamento de produtos agrícolas e pescados)

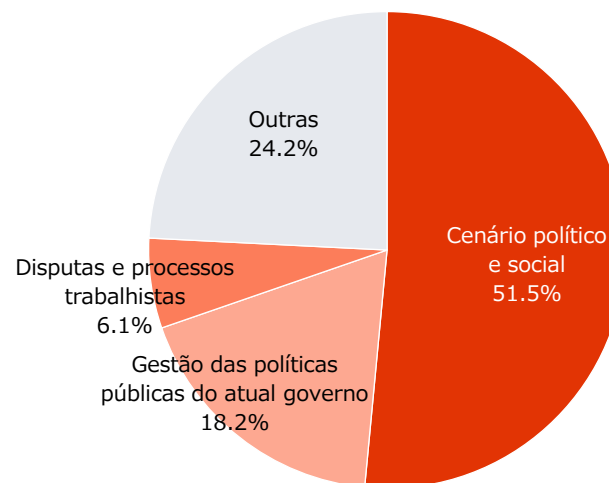
4 | Vantagens e desvantagens do ambiente de investimentos -Argentina

- O percentual de empresas que consideram a “gestão das políticas públicas do atual governo” como vantagem foi de 13,8%, o maior entre os sete países da América Latina. Isso sugere que as diversas políticas favoráveis aos negócios lançadas pelo governo Milei têm sido de certa forma bem avaliadas pelas empresas japonesas.
- Por outro lado, somadas as empresas que selecionaram o “cenário político e social” e a “gestão das políticas públicas do atual governo” como desvantagem, o percentual chega a 70%. Tal como descrito nos comentários em relação ao futuro, também existem empresas que se preocupam com as mudanças nas políticas públicas a cada troca de governo.

Vantagens do ambiente de investimentos (n=29)



Desvantagens do ambiente de investimentos (n=33)



Expectativas e preocupações para o futuro do ambiente de investimentos

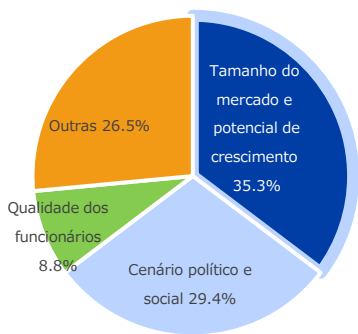
- Em muitos casos, a troca de governo acaba provocando mudanças de 180 graus nas políticas públicas, enfrentam-se dificuldades para construir estratégias de negócios a médio e longo prazos. (Vestuário e produtos têxteis)
- Deterioração da segurança pública, inflação contínua, aumento dos índices de pobreza provocam a retração do mercado. (comércio)
- Preocupações com a variação da taxa de câmbio. (Equipamentos médicos)
- Expectativas de que o atual governo lance políticas que favoreçam o investimento, eliminem as restrições às compras e remessas de valores em moeda estrangeira, promovam a saúde econômica e política. (Equipamentos de transporte)
- Riscos de desvalorização da moeda, principalmente em relação à concorrência com empresas chinesas e indianas que vendem produtos e serviços a preços baixos. (Produtos farmacêuticos)

5 | Vantagens e desvantagens do ambiente de investimentos - Demais países

- A maioria das empresas destacou o “tamanho do mercado e potencial crescimento” como vantagem no Chile, Peru, Colômbia e Venezuela. Na Colômbia, a “qualidade dos funcionários” foi especialmente bem avaliada.
- Como desvantagem, o “cenário político e social” tem o pior resultado nos quatro países. Com exceção do Chile, o percentual dessa resposta é alto.

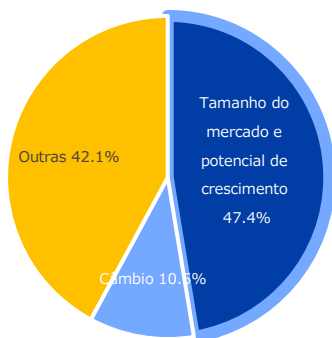
Chile

Vantagens (n=34)



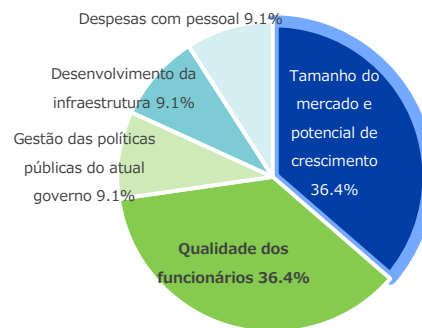
Peru

Vantagens (n=19)



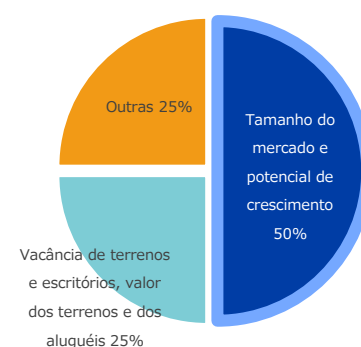
Colômbia

Vantagens (n=11)

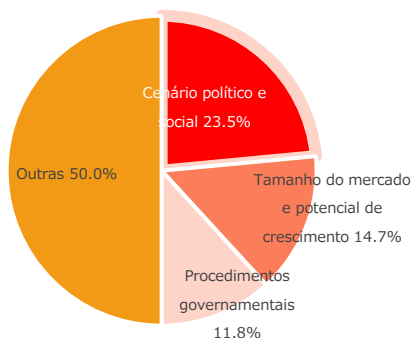


Venezuela

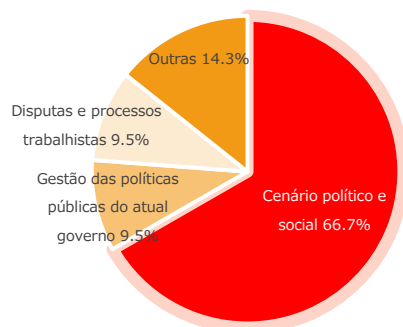
Vantagens (n=4)



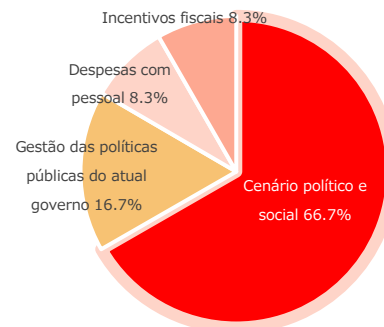
Desvantagens (n=34)



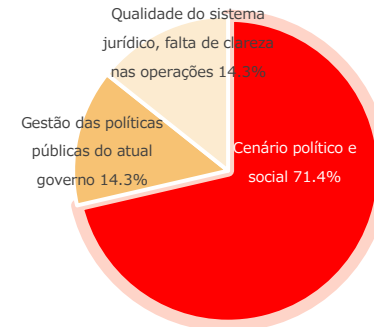
Desvantagens (n=12)



Desvantagens (n=12)



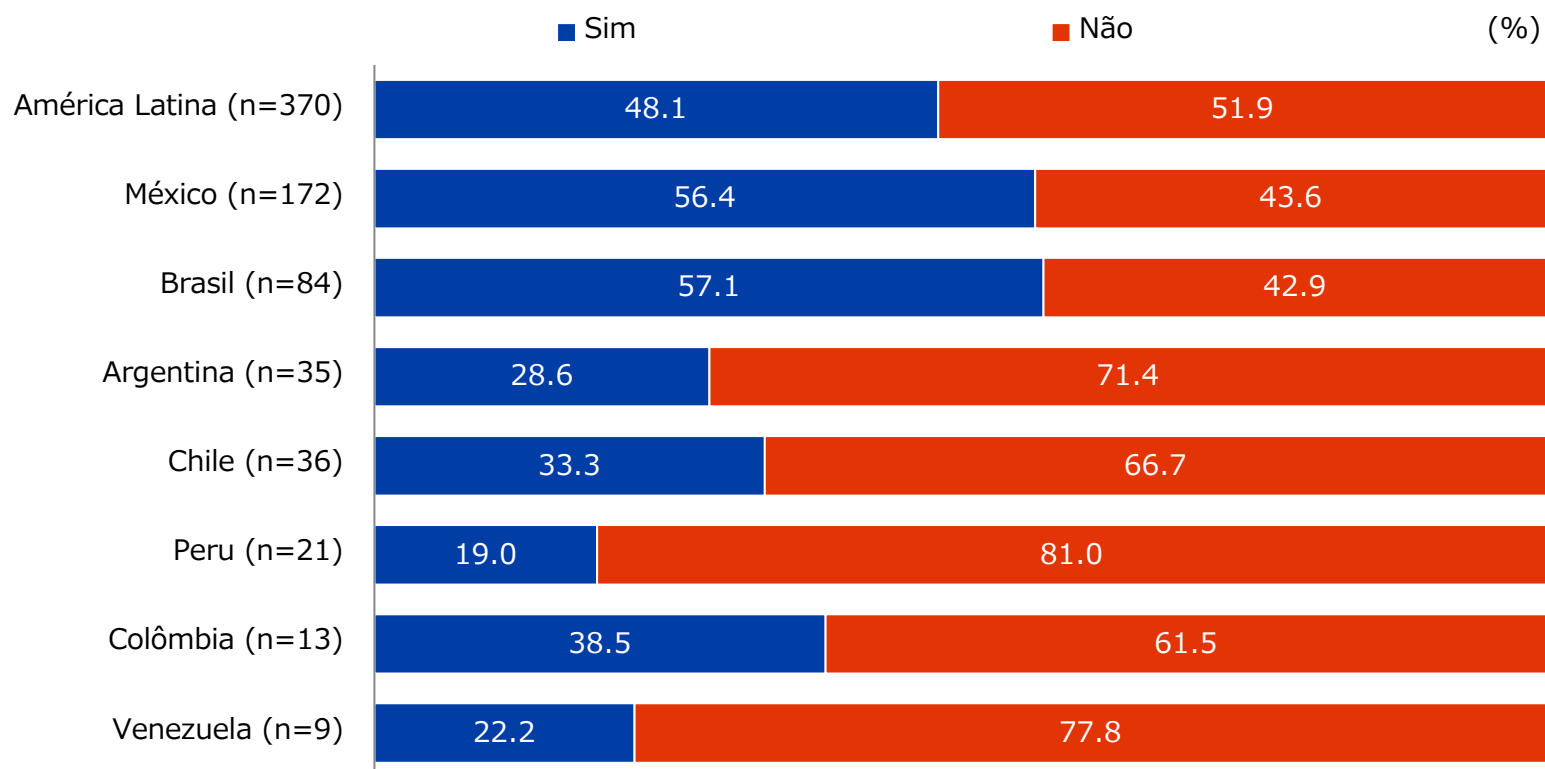
Desvantagens (n=7)



6 | O problema da escassez de recursos humanos

- Na América Latina, quase 50% das empresas enfrentam o problema da escassez de recursos humanos.
- Em comparação com os demais países, a quantidade de empresas que passam por essa dificuldade é maior no Brasil e no México. Especialmente no México, onde 30 empresas do ramo de peças e equipamentos de transporte (automóveis) foram consultadas e 24 delas indicaram a “escassez de recursos humanos”, a proporção é consideravelmente alta.

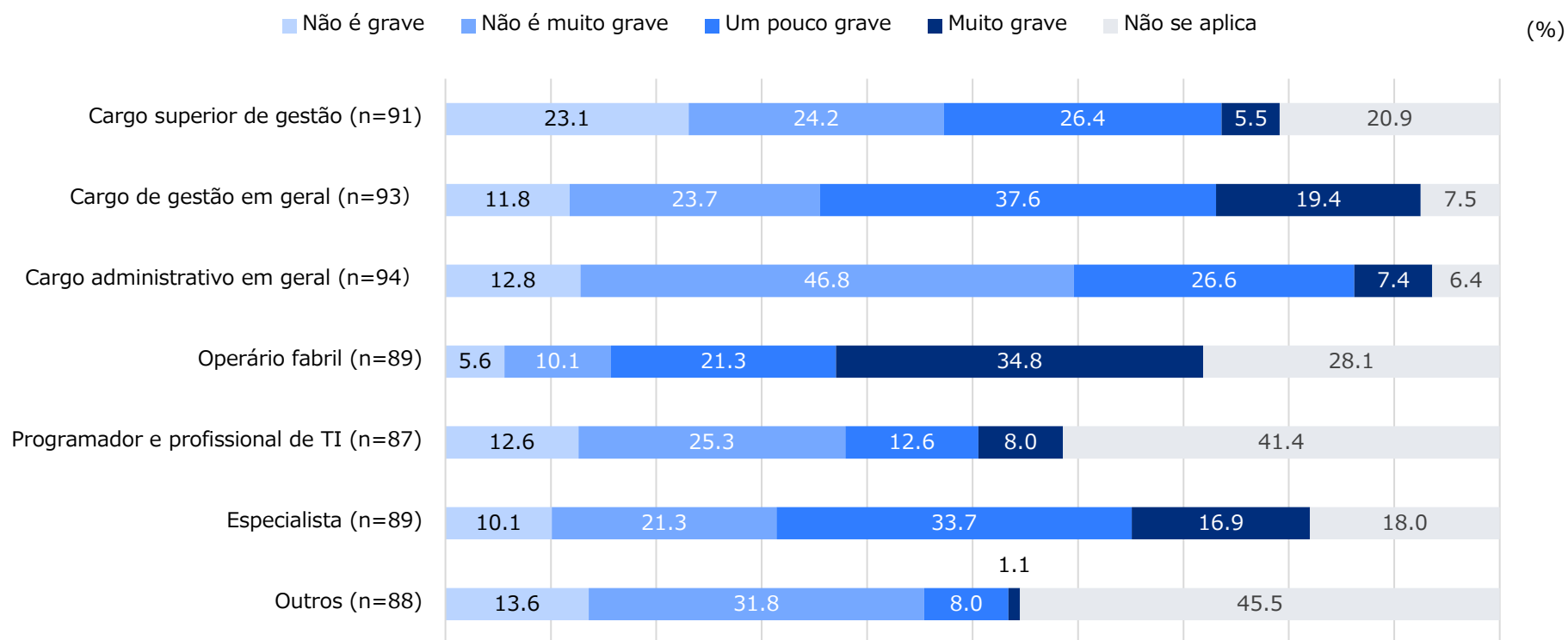
Sua empresa tem problemas com a escassez de recursos humanos?



7 | Severidade da escassez de recursos humanos por ocupação - México

- Ao observar o grau de severidade da escassez de recursos humanos por tipo de cargo, assim como na pesquisa do ano anterior, a quantidade de respostas para a opção “muito grave” foi alta na ocupação “operário fabril”, atingindo os 34,8%
- Por outro lado, para o cargo “administrativo em geral”, as opções “não é grave” e “não é muito grave” somadas chegaram a quase 60% das respostas, sugerindo que se trata de uma ocupação relativamente fácil de ser preenchida.

Severidade da escassez de recursos humanos por ocupação - México



*Apenas empresas que responderam sim para “Tem problemas com a escassez de recursos humanos?”. A opção “Não se aplica” totaliza as ocupações que a empresa não contrata ou não tem previsão de contratar. O item “operário fabril” enfocou as respostas do segmento indústria.

8 | Severidade da escassez de recursos humanos por ocupação - Brasil

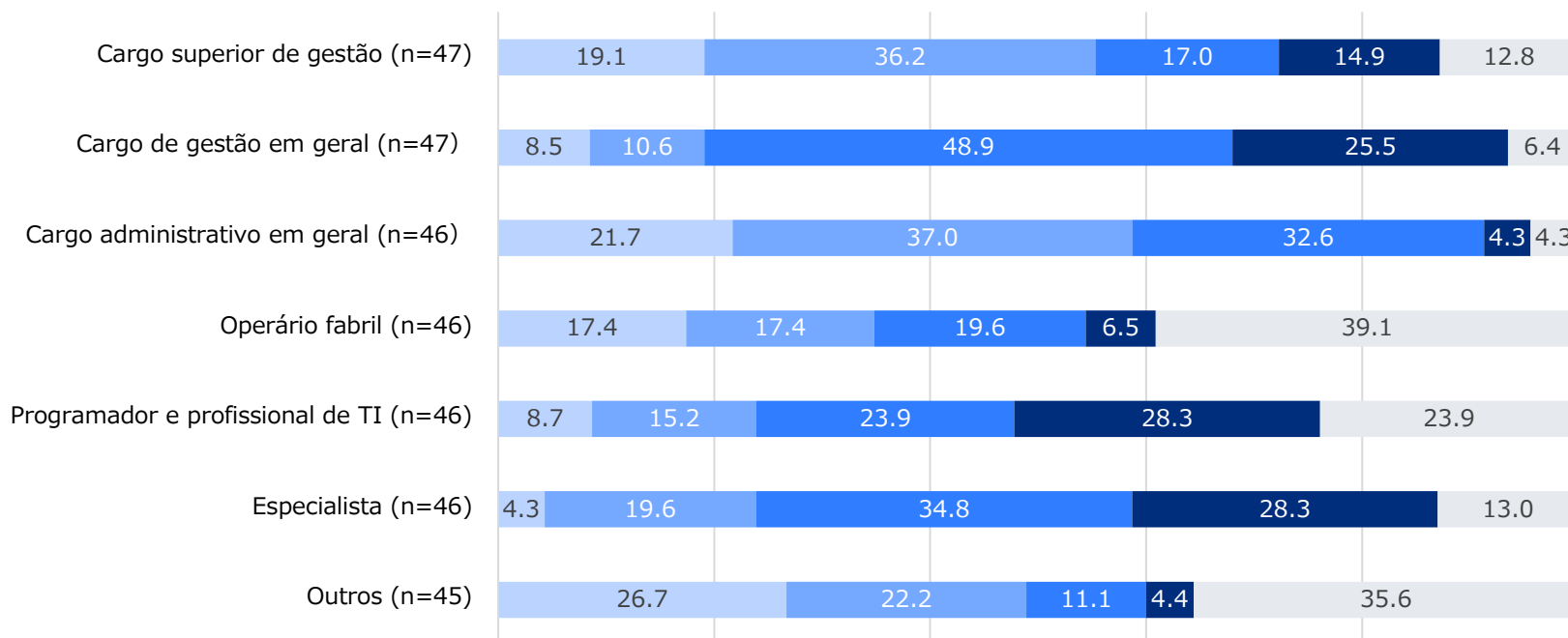
- Assim como na pesquisa do ano anterior, o grau de severidade da escassez de pessoal para os cargos “gestão em geral”, “especialista” e “programador e profissional de TI” permanece alto. Especialmente para o cargo “gestão em geral”, a soma das opções “um pouco grave” e “muito grave” ultrapassou os 70%.
- Em contrapartida, para os cargos “superior de gestão” e “administrativo em geral” pode-se afirmar que o grau de severidade é relativamente leve.

Severidade da escassez de recursos humanos por ocupação - Brasil

(%)

(%)

■ Não é grave ■ Não é muito grave ■ Um pouco grave ■ Muito grave ■ Não se aplica



*Apenas empresas que responderam “sim” para “Tem problemas com a escassez de recursos humanos?”. A opção “Não se aplica” totaliza as ocupações que a empresa não contrata ou não tem previsão de contratar. O item “operário fabril” enfocou as respostas do segmento indústria.

9 | Iniciativas práticas e casos de sucesso para a contratação e retenção dos recursos humanos

- As empresas têm tomado diversas iniciativas a fim de garantir e reter os recursos humanos, porém no México e no Brasil, onde a falta de pessoal é grave, um leque especialmente grande de iniciativas pode ser observado.
- Além de medidas onerosas, como o aumento de salários e benefícios, um certo número de empresas afirmou tomar alguns cuidados especiais na hora da contratação, a fim de evitar incompatibilidades e melhorar a comunicação.

Exemplos das principais iniciativas (resposta livre)

Aumento de salários e benefícios

- Distribuição de lucros. (Diversas empresas no México, Brasil, Argentina e Peru)
- Antecipa as promoções dos profissionais competentes. (México, peças e equipamentos de transporte)
- Fornecimento de carro da empresa. (Diversas empresas no México, Brasil e Argentina)
- Bonificação por resultados. (Brasil, equipamentos médicos)
- Reajuste salarial conforme a inflação a cada 2 meses. (Argentina, diversas)

Cuidados na hora da contratação

- Condições rigorosas de contratação definidas nas entrevistas de seleção. Agentes da própria empresa participam das entrevistas, explicam corretamente as condições internas da empresa, evitando incompatibilidades. (México, *trading*)
- Introdução de avaliação prática como parte do processo seletivo para identificar com antecedência as habilidades técnicas e reduzir o risco de incompatibilidade após a contratação. (Brasil, setor financeiro não bancário)
- Aproveitamento das conexões pessoais nas contratações. (Diversas empresas, Brasil e Peru)

Otimização do programa de capacitação de pessoal

- Realização de treinamentos no exterior, inclusive no Japão. (Diversas empresas no México, Brasil, Chile e Peru)
- Realização de treinamentos para gestores. (Diversas empresas no México, Brasil, Chile e Colômbia)
- Criação de programa *onboarding* para agilizar a integração dos recém-contratados ao grupo. (Colômbia, telecomunicação, IT etc.)

Melhoria da comunicação

- Realização de reuniões individuais *one on one* (1:1). (Diversas empresas, México e Brasil)
- Periodicamente, gestores e funcionários fazem refeições juntos. (Argentina, peças e equipamentos de transporte)
- Alinhamento dos entendimentos individuais e da empresa através de avaliações das atividades e *feedbacks* semestrais. (Chile, mineração)

Revisão do regime de pessoal

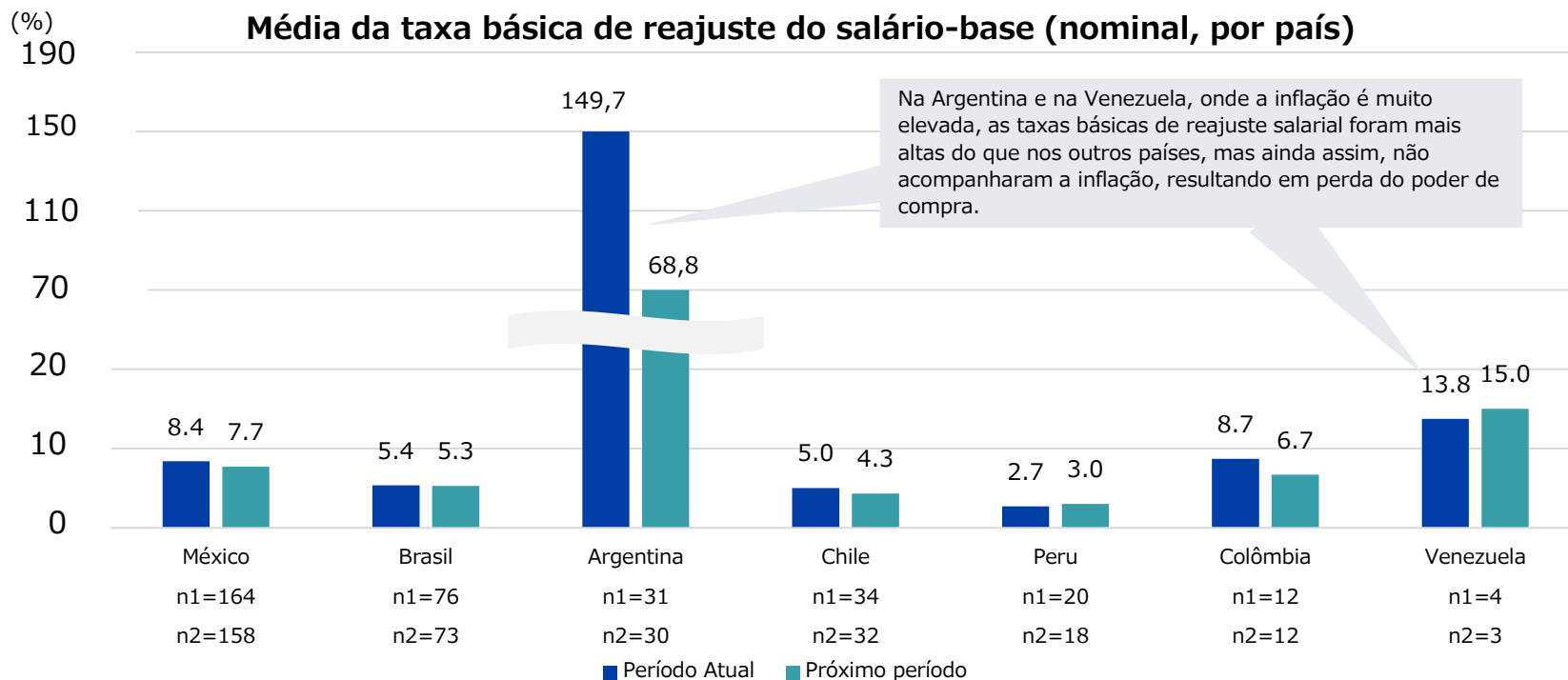
- Pagamento de incentivos por indicação de recursos humanos. (Diversas empresas, México)
- Esclarecimento dos critérios de avaliação e de promoção. (Diversas empresas, México, Brasil e Chile)
- Contratação de refugiados. (México, peças e equipamentos de transporte)
- Aproveitamento eficiente de programas de estágio. (Diversas empresas, México e Brasil)
- Esclarecimento da descrição do trabalho. (Diversas empresas, México, Chile, Peru)

Outras

- Realização de exames de saúde equivalentes aos do Japão. (Colômbia, equipamentos médicos)
- Recebimento das opiniões dos funcionários por escrito e resposta célere do departamento de recursos humanos. (México, indústrias diversas)

10 | Média da taxa básica de reajuste do salário-base

- Na Argentina, há a previsão de que a recente alta da inflação começará a desacelerar, e por isso espera-se que a taxa básica de reajuste deva cair no próximo período.
- Com exceção de Argentina e Venezuela, apenas o México demonstrou aumento em relação à taxa prevista na pesquisa anterior. Na pesquisa de 2023, a taxa prevista para o próximo período era de 6,4%. Em 2024, a taxa de reajuste no período atual foi de 8,4%.



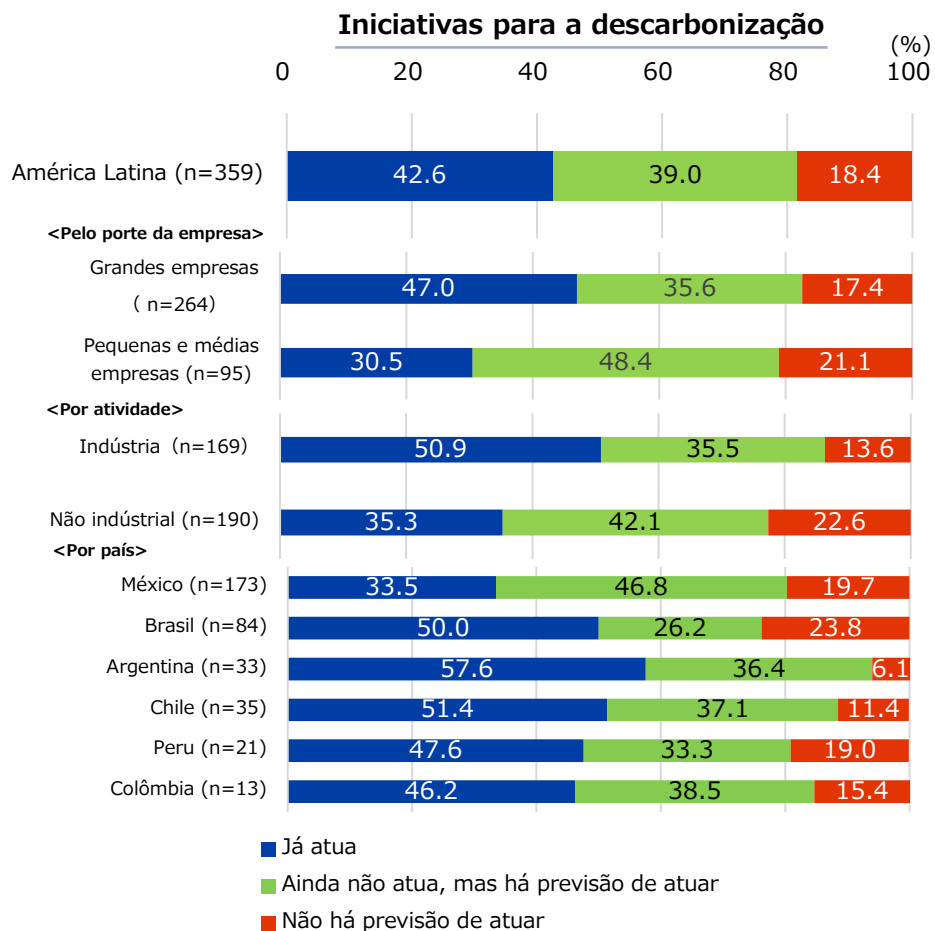
Referência: taxa de inflação por país (em 10/2024)

(Unidade:%)

México	Brasil	Argentina	Chile	Peru	Colômbia	Venezuela
4,7	4,3	229,8	3,9	2,5	6,7	59,6

11 | Iniciativas para a descarbonização

- Nas iniciativas para a descarbonização, a América Latina registrou redução do percentual de respostas “já atua” em relação à pesquisa anterior (que havia sido de 48,4%). Mesmo na análise por país, houve redução em todos os países, exceto no Chile.
- Se por um lado existem diferentes exemplos de iniciativas por segmento, por outro foi possível observar casos que destacam problemas com a falta de incentivos e passividade do governo.



Iniciativas concretas

- Instalação de painéis solares para gerar parte da energia consumida pela própria empresa. (México, peças e equipamentos de transporte)
- Restrições na subscrição de seguros para atividades que causam impactos negativos ao meio ambiente. (México, setor financeiro não bancário)
- Aquisição de matéria-prima sustentável. (Brasil, alimentos, processamento de produtos agrícolas e pescados)
- Estuda a utilização de gás biometano. (Brasil, alimentos, processamento de produtos agrícolas e pescados)
- Reavaliação do material das embalagens. (Argentina, comércio)
- Adoção de energia 100% livre de carbono nas minas. (Chile, *trading*)
- Iniciativas em conformidade com a Lei de Reciclagem de Pneus. (Peru, produtos de borracha)
- Em respeito ao meio ambiente, atua no reflorestamento e no aumento das vendas de veículos híbridos. (Colômbia, comércio)

Regras e regimes locais difíceis de atender: desafios na implementação das iniciativas

- Passividade das ações governamentais para a descarbonização. (México, peças e equipamentos de transporte)
- Regulamentação da geração privada de energia elétrica. (México, alimentos e bebidas)
- Não é possível adquirir matéria-prima que contribua com a descarbonização. (Brasil, têxtil)
- O país não dispõe de diretrizes concretas. (Argentina, *trading*)
- Demora na obtenção de licenças, os incentivos governamentais são poucos. (Chile, *trading*)
- Parco apoio do governo. (Peru, comércio)
- A realidade atual não é essa, mas futuramente, quando for incluída como condição para participação em licitações, será necessário tratar o assunto como prioritário. (Colômbia, Telecomunicação, IT etc.)

*No excerto dos comentários, algumas expressões foram adaptadas.

V. Cadeia de suprimentos

1 | Caracterização dos fornecedores

- O percentual de empresas japonesas que adquirem matéria-prima e peças com fornecedores que operam nos próprios países onde essas empresas japonesas estão localizadas é de aproximadamente 30% para toda a América Latina. O México registra um percentual de 34,4%, dentre os quais 18,0% compram de outras “empresas japonesas” operando no país, um percentual maior que os 15,5% que compram de “empresas locais”.
- Já no caso da importação, 24,8% das empresas japonesas na Argentina importam matéria-prima e peças de países do “Mercosul”. Esse percentual no Brasil é de apenas 5,8%. Por outro lado, o percentual no Brasil é maior do que na Argentina no caso da importação de matéria-prima e peças vindas do Japão e dos Estados Unidos.

Caracterização dos fornecedores de matéria-prima e peças (indústria)

(Unidade:%)

	Toda América Latina (n=131)	México (n=74)	Brasil (n=33)	Argentina (n=11)	Chile (n=6)	Peru (n=4)	Colômbia (n=3)
País onde a empresa se localiza (Outras empresas japonesas)	12,9	18,0	6,6	12,3	0,0	2,5	0,0
País onde a empresa se localiza (Empresas locais)	19,8	15,5	20,0	15,7	50,0	66,8	12,0
País onde a empresa se localiza (Outras empresas de capital estrangeiro)	1,2	0,9	2,4	0,0	1,7	0,0	0,0
País onde a empresa se localiza (Total)	33,9	34,4	29,0	28,0	51,7	69,3	12,0
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
Mercosul	3,7	0,2	5,8	24,8	1,7	0,0	0,0
Japão	30,8	34,4	30,4	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
União Europeia	2,8	1,8	4,4	4,7	1,7	0,0	6,7
Outros	4,4	5,2	3,6	5,2	0,0	0,8	0,0

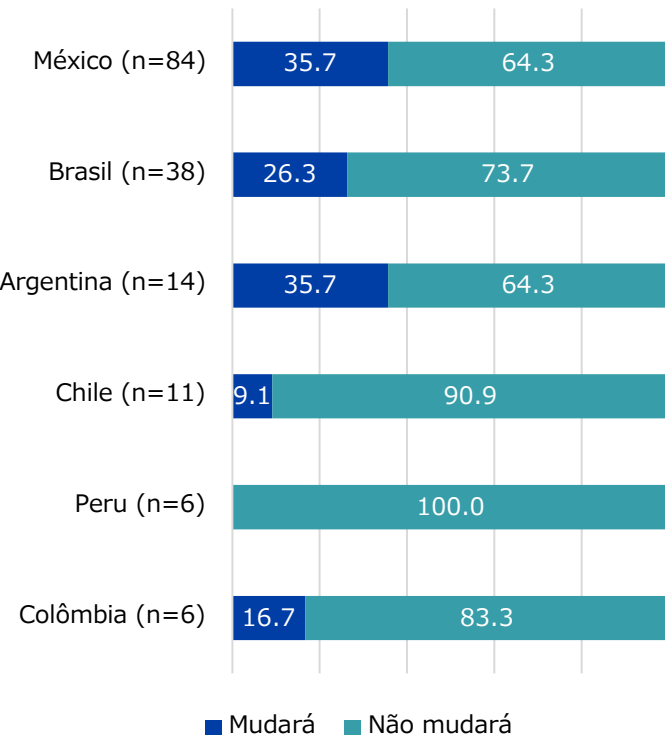
2 | Mudança de fornecedores

- No México, Argentina e Brasil, entre 20 e 30% da indústria pretendem futuramente mudar de fornecedores de matéria-prima e peças.
- No caso do México, a maioria das empresas japonesas que pretendem mudar de fornecedor importam matéria-prima e peças do Japão e da China. Com a mudança, muitas dessas empresas devem passar a comprar de “empresas locais” e de “outras empresas japonesas” no México. Há também empresas que planejam começar a utilizar fornecedores nos “Estados Unidos” e “outros países latino-americanos, exceto México e Mercosul”.

Previsão de reavaliar os fornecedores (indústria)

(%)

0 20 40 60 80 100



Mudança dos fornecedores das empresas localizadas no México

(No. de casos)

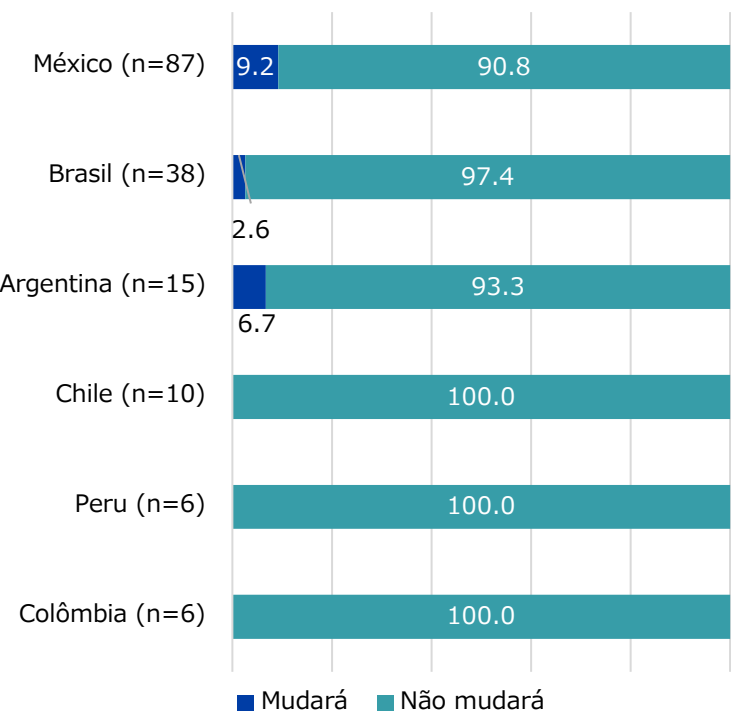
Origem dos fornecedores antes da mudança	Origem dos fornecedores após a mudança										Total
	(Outras empresas japonesas) México	(Empresas locais) México	(Outras empresas de capital estrangeiro) México	Japão	Estados Unidos	China	Coréia do Sul	Taiwan	ASEAN	Outros países latino-americanos, exceto México e Mercosul	
México (Outras empresas japonesas)								1	1		2
México (Empresas locais)			2	1		1					4
México (Outras empresas de capital estrangeiro)				1							1
Japão	3	4			3	1				3	14
Estados Unidos	1	1								1	3
China	1	3		1	1				1	2	9
Coréia do Sul				1	1						2
ASEAN		1									1
União Europeia						1					1
Total	5	9	2	4	5	3	1	1	1	6	37

3 | Mudança do local de produção

- Sobre a previsão de mudança do local de produção, o maior percentual de empresas que disseram estar planejando essa mudança se deu no México, com 9,2%. Na pesquisa anterior, o México teve um percentual de 13,5%, o que representa uma redução de 4,3 pontos percentuais.
- A maioria dessas empresas pretende transferir o local de produção de outros países ou regiões para o próprio México. Ao mesmo tempo, há também algumas poucas empresas que pretendem transferir o local de produção do México para o Japão e para a Europa.

Previsão de reavaliar o local de produção (indústria) (%)

0 20 40 60 80 100



Mudança do local de produção das empresas localizadas no México*

(No. De casos)

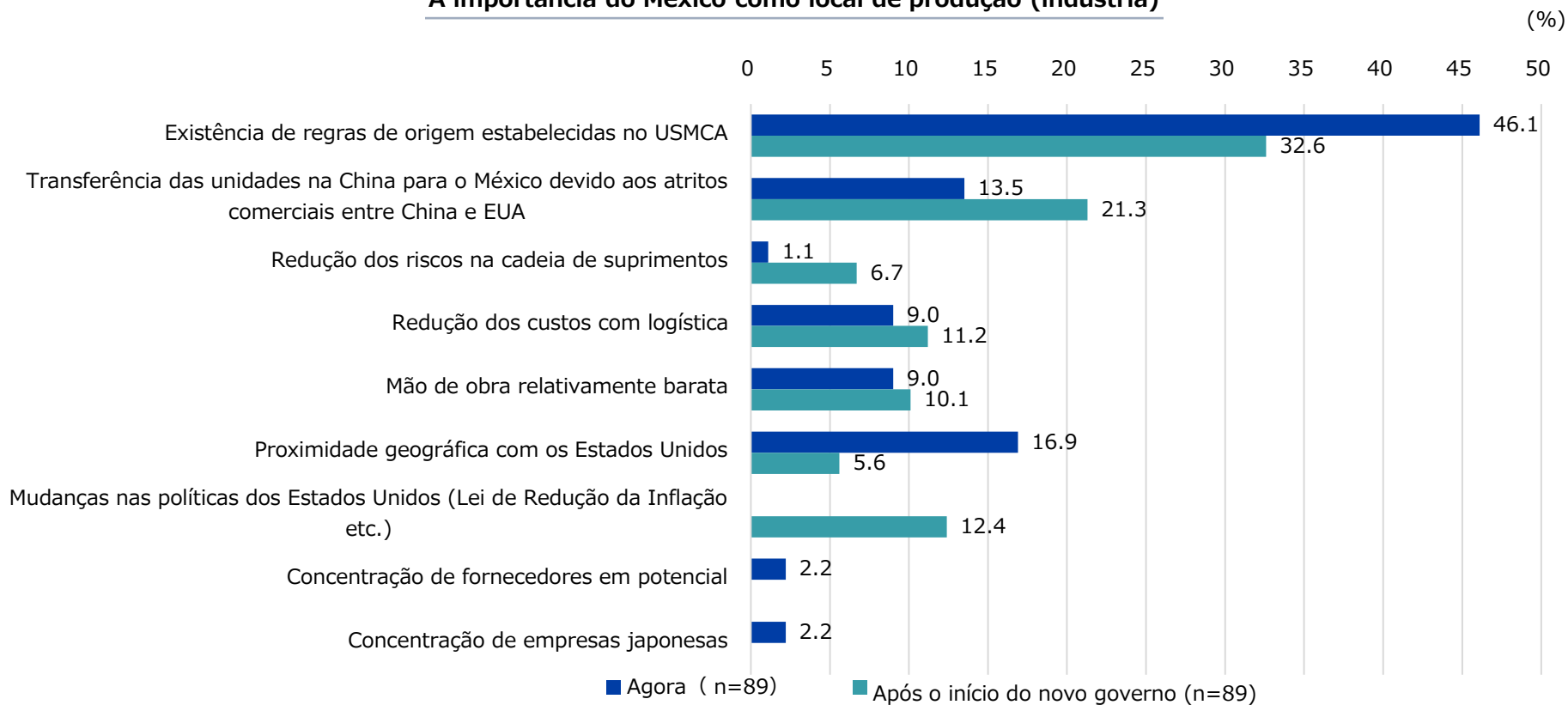
		Local de produção após a mudança				
		México	Japão	América Latina e Caribe	Europa	Total
Local de produção antes da mudança	México	5	2	1	1	9
	Estados Unidos	2		1		3
	ASEAN	2				2
	Outros locais da Ásia e Oceania	1				1
	Total	5	2	1	1	9

*Foram identificadas respostas que não incluíam o México nem no "local de produção antes da mudança", nem no "local de produção após a mudança". A tabela reflete esse aspecto.

4 | A importância do México como local de produção

- O principal fator que eleva a importância do México como local de produção, tanto agora, como tendo em vista o período após o início do novo governo*, é a “existência de regras de origem estabelecidas no USMCA”, resposta que ficou no topo das opções. Porém, houve uma variação de cerca de 10 pontos entre as respostas para cada época.
- Além disso, com relação ao período posterior ao início do novo governo, não apenas houve um aumento no percentual das respostas “Mudanças nas políticas dos Estados Unidos” e “Redução dos riscos na cadeia de suprimentos”, como também houve redução na opção “Proximidade geográfica com os Estados Unidos”.

A importância do México como local de produção (indústria)



*O levantamento foi realizado entre os dias 20/08 e 27/09/2024. O novo governo aqui mencionado refere-se à administração de Claudia Sheinbaum, que teve início em 1º/10/2024.

5 | Caracterização dos compradores

- Com exceção do caso da Colômbia, a maioria das empresas japonesas na América Latina (entre 50 e 70%) vendem seus produtos para compradores que operam nos próprios países onde essas empresas japonesas se localizam. O mais comum é que esses compradores sejam “empresas locais”. Apenas no México o percentual que vende para outras empresas japonesas é alto.
- No México, é relativamente alto o percentual de empresas japonesas que vendem para o vizinho “Estados Unidos”. No Brasil e na Argentina, é alto o percentual de vendas para o “Mercosul”, do qual são membros.

Caracterização dos compradores

(Unidade:%)

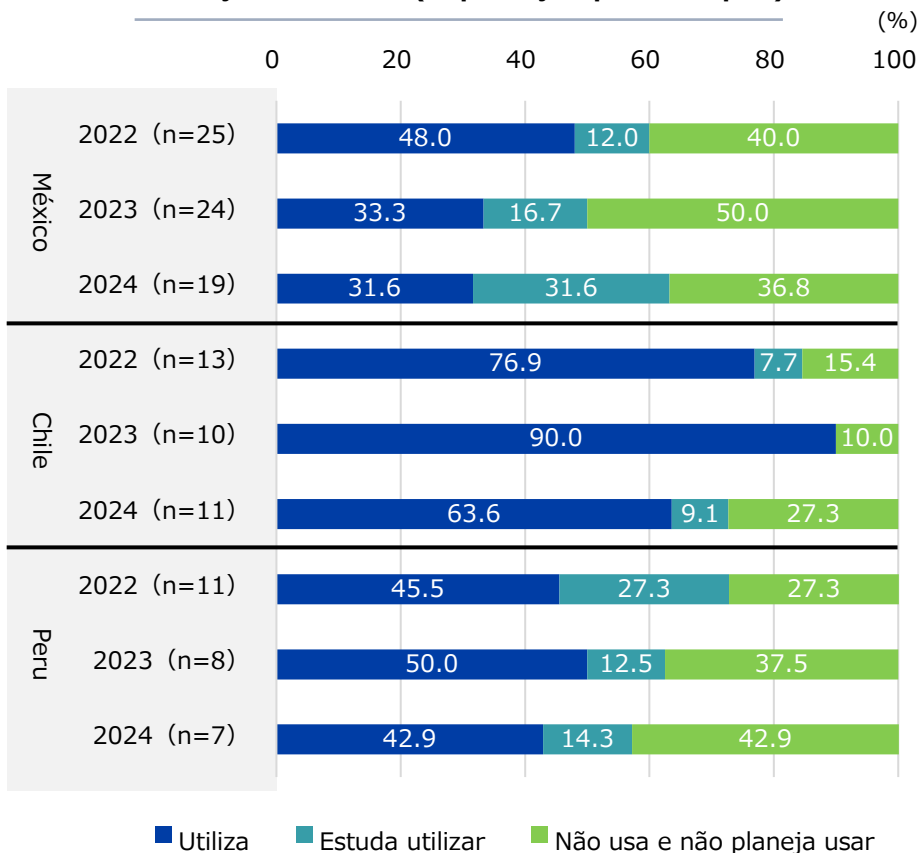
	América Latina (n=253)	México (n=135)	Brasil (n=54)	Argentina (n=22)	Chile (n=21)	Peru (n=12)	Colômbia (n=9)
País onde a empresa se localiza (Outras empresas japonesas)	33,1	49,0	16,0	28,2	5,7	9,6	5,0
País onde a empresa se localiza (Empresas locais)	29,8	18,2	41,8	44,8	46,0	53,8	25,6
País onde a empresa se localiza (Outras empresas de capital estrangeiro)	6,4	8,3	5,4	0,0	6,2	6,3	0,2
País onde a empresa se localiza (Total)	69,3	75,5	63,2	73,0	57,9	69,7	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
Mercosul	6,8	1,4	20,5	18,0	0,4	0,4	1,3
Outros países latino-americanos, exceto México e Mercosul	3,9	2,2	0,9	5,1	7,1	0,4	40,0
Japão	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
Coréia do Sul, Hong Kong, Taiwan	0,4	0,1	0,1	0,0	0,5	2,5	5,0
União Europeia	1,3	0,8	1,8	0,0	5,5	1,3	0,6
Outras	1,6	1,5	0,2	0,0	1,5	1,3	12,8

VI. Utilização dos Acordos de Livre Comércio - ALCs e Acordos de Parceria Econômica - APEs

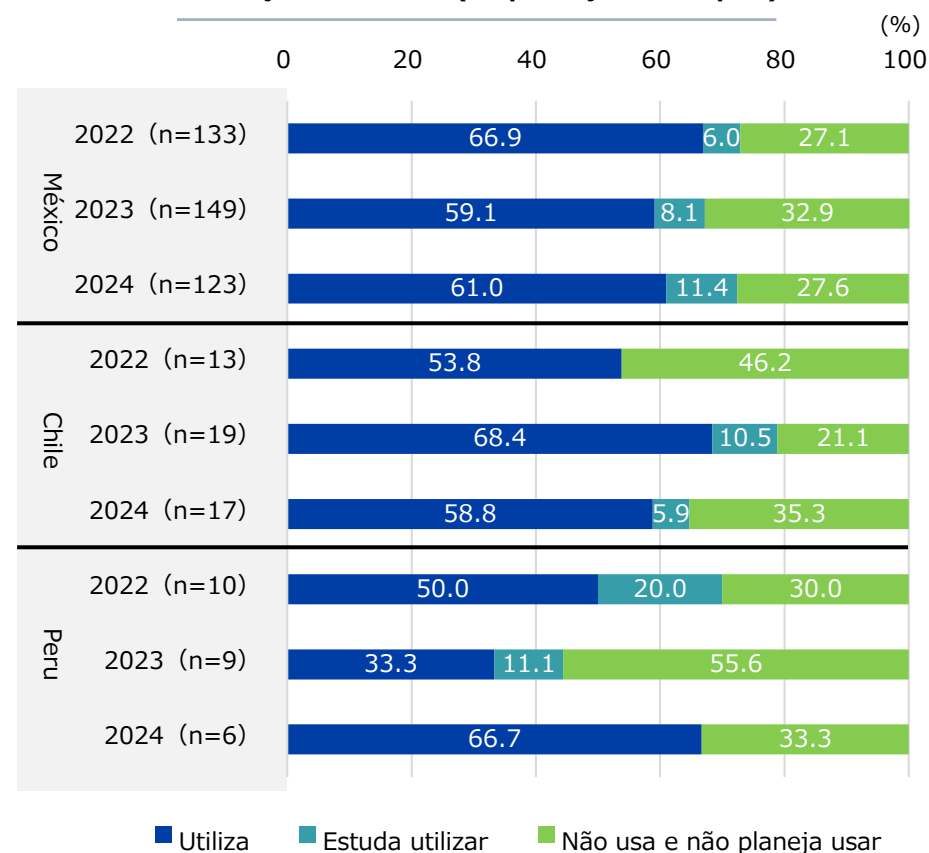
1 | Utilização de ALCs com o Japão

- Sobre o aproveitamento dos ALCs na exportação para o Japão, o Chile apresentou a maior taxa, com um percentual de empresas que variou entre 60 e 90% nos últimos 3 anos.
- Já na importação do Japão, o percentual de aproveitamento em 2024 ficou em cerca de 60%, valor comum ao México, Chile e Peru.

Utilização dos ALCs (Exportação para o Japão)



Utilização dos ALCs (Importação do Japão)



2 | Utilização dos Acordos de Livre Comércio - ALCs e Acordos de Parceria Econômica - APes no México

- Foi alto o percentual de empresas que utilizam o USMCA e o acordo com a União Europeia tanto para a exportação como para importação. Destaca-se o USMCA, que desde a pesquisa retrasada é usado por mais de 70% das empresas, tanto para importação como exportação, o que demonstra uma alta utilização por 3 anos consecutivos.
- Em relação à pesquisa anterior, houve aumento de 7,0 pontos percentuais na utilização do USMCA para exportação e de 10,6 pontos para importação.

(Unidade:%)

	Exportação do México				Importação para o México			
	Quantidade de respostas	Utiliza	Estuda utilizar	Não usa e não planeja usar	Quantidade de respostas	Utiliza	Estuda utilizar	Não usa e não planeja usar
USMCA	n=49	77,6	8,2	14,3	n=55	81,8	5,5	12,7
Mercosul	n=11	45,5	18,2	36,4	n=1	0,0	0,0	100,0
América Central	n=9	55,6	33,3	11,1	n=1	0,0	0,0	100,0
Chile	n=5	40,0	60,0	0,0	Sem resposta			
Colômbia	n=9	44,4	33,3	22,2	n=3	66,7	0,0	33,3
Peru	n=6	50,0	33,3	16,7	n=1	0,0	0,0	100,0
União Europeia	n=7	71,4	0,0	28,6	n=7	85,7	0,0	14,3

*Apenas os acordos vigentes foram listados

3 | Utilização dos ALCs e APes no Brasil

- Empresas que responderam utilizar os acordos na exportação do Brasil para os três países membros do Mercosul totalizaram um percentual em torno de 50%, fato que não evidenciou grande variação com a pesquisa anterior.
- Sobre os acordos ainda não vigentes, foram recebidos comentários sobre as preocupações com a intensificação da competitividade com empresas europeias, caso o Acordo de Livre Comércio da União Europeia com o Mercosul entre em vigor, bem como foram recebidas manifestações de expectativas sobre um Acordo de Parceria Comercial entre Japão e Mercosul.

(Unidade:%)

		Exportação do Brasil				Importação para o Brasil			
		Quantidade de respostas	Utiliza	Estuda utilizar	Não usa e não planeja usar	Quantidade de respostas	Utiliza	Estuda utilizar	Não usa e não planeja usar
Vigente	Argentina	n=19	52,6	0,0	47,4	n=3	0,0	0,0	100,0
	Uruguai	n=8	50,0	0,0	50,0	n=2	0,0	0,0	100,0
	Paraguai	n=9	55,6	0,0	44,4	n=3	33,3	33,3	33,3
Não-vigente	União Europeia	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
	Coréia do Sul	n=1		0,0	100,0	n=9		11,1	88,9
	Singapura	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
	Japão	n=8		12,5	87,5	n=31		22,6	77,4

4 | Utilização dos ALCs e APCs na Argentina

- Dentre os países do Mercosul, a utilização de acordos é mais frequente no comércio com o Brasil. No que tange à quantidade de empresas respondentes, mais empresas responderam sobre a utilização de acordos na “importação para a Argentina” do que na “exportação da Argentina”.
- Com relação aos acordos que ainda não estão vigentes, 37,5% responderam que estudam utilizar um eventual acordo de parceria econômica com o Japão nos casos de “importação para a Argentina”, o que revela haver interesse nesse tipo de acordo.

(Unidade:%)

		Exportação da Argentina				Importação para a Argentina			
		Quantidade de respostas	Utiliza	Estuda utilizar	Não usa e não planeja usar	Quantidade de respostas	Utiliza	Estuda utilizar	Não usa e não planeja usar
Vigente	Brasil	n=4	75,0	0,0	25,0	n=14	85,7	0,0	14,3
	Uruguai	n=5	60,0	20,0	20,0	n=3	33,3	0,0	66,7
	Paraguai	n=5	60,0	0,0	40,0	n=3	33,3	0,0	66,7
Não-vigente	União Europeia	n=1	Sem resposta	0,0	100,0	n=7	Sem resposta	14,3	85,7
	Japão	n=1		0,0	100,0	n=16		37,5	62,5
	Coréia do Sul					n=1		0,0	100,0
	Singapura					n=2		50,0	50,0

5 | Utilização do Acordo Abrangente e Progressivo para Parceria Transpacífica (CPTPP) no México

- Nos casos de “importação para o México”, o percentual de empresas japonesas que já estão utilizando o CPTPP foi de 43,8% para produtos importados do Japão, 21,8% do Vietnã e 9,8% da Malásia. Em comparação à pesquisa anterior, houve um aumento de 9,1 pontos, 10,0 pontos e 6,8 pontos percentuais, respectivamente.
- Já na “exportação do México”, as respostas ficaram concentradas em “não há previsão de uso”. Nas exportações para o Japão foi possível observar algumas respostas “em uso”, mas em quantidade muito reduzida.

(Unidade:%)

	Exportação do México					Importação para o México						
	Quantidade de respostas	Em uso	Estuda utilizar	Estuda aplicação combinada com outro acordo existente	Não há previsão de uso	Quantidade de respostas	Em uso	Estuda utilizar	Estuda aplicação combinada com outro acordo existente	Não há previsão de uso		
Peru	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		
Austrália	n=37	0,0	0,0		100,0	n=45	2,2	0,0		97,8		
Nova Zelândia	n=37	0,0	0,0		100,0	n=45	2,2	0,0		97,8		
Malásia	n=37	0,0	0,0		100,0	n=51	9,8	11,8		78,4		
Vietnã	n=37	0,0	0,0		100,0	n=55	21,8	7,3		70,9		
Brunei	n=37	0,0	0,0		100,0	n=45	2,2	0,0		97,8		
Singapura	n=36	0,0	0,0		100,0	n=46	4,3	0,0		95,7		
Japão	n=43	2,3	4,7		4,7	88,4	n=105	43,8		17,1	10,5	28,6

6 | Utilização do Acordo Abrangente e Progressivo para Parceria Transpacífica (CPTPP) no Chile

- O percentual de utilização do CPTPP na “exportação do Chile” foi de 33,3% nas exportações para o Japão e de 11,1% para o México. Um certo número de empresas também respondeu que “estuda aplicação combinada com outro acordo existente” nas exportações para o Peru, Canadá e Vietnã.
- No caso de “importação para o Chile”, o percentual de utilização nas importações do Japão foi de 23,5%. Além disso, o percentual de empresas que estudam utilizar o CPTPP nas importações do México e do Peru foi de 10%. Para importações dos demais países a resposta foi apenas que “não há previsão de uso”.

(Unidade:%)

	Exportação do Chile					Importação para o Chile				
	Quantidade de respostas	Em uso	Estuda utilizar	Estuda aplicação combinada com acordo existente	Não há previsão de uso	Quantidade de respostas	Em uso	Estuda utilizar	Estuda aplicação combinada com acordo existente	Não há previsão de uso
México	n=9	11,1	11,1	22,2	55,6	n=10	0,0	10,0	0,0	90,0
Peru	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
Austrália	n=5	0,0	0,0	0,0	100,0	n=9	0,0	0,0	0,0	100,0
Nova Zelândia	n=5	0,0	0,0	0,0	100,0	n=9	0,0	0,0	0,0	100,0
Malásia	n=5	0,0	0,0	0,0	100,0	n=9	0,0	0,0	0,0	100,0
Vietnã	n=6	0,0	0,0	16,7	83,3	n=9	0,0	0,0	0,0	100,0
Brunei	n=5	0,0	0,0	0,0	100,0	n=9	0,0	0,0	0,0	100,0
Singapura	n=5	0,0	0,0	0,0	100,0	n=9	0,0	0,0	0,0	100,0
Japão	n=12	33,3	8,3	8,3	50,0	n=17	23,5	0,0	17,6	58,8

7 | Utilização do Acordo Abrangente e Progressivo para Parceria Transpacífica (CPTPP) no Peru

- No caso de “exportação do Peru”, o percentual de utilização do CPTPP foi de 42,9% nas exportações para o Japão e de 25,0% nas exportações para o México. Nas exportações para o Canadá, dez por cento das respostas foram “estuda utilizar”. Para os demais países, as respostas foram apenas “não há previsão de uso”.
- Na “importação para o Peru”, o percentual de utilização chegou a 33,3% em importações do Japão. Nas importações do Vietnã, 33,3% das empresas responderam que estudam utilizar. Para os demais países, foram obtidas apenas respostas “não há previsão de uso”.

(Unidade:%)

	Exportação do Peru					Importação para o Peru				
	Quantidade de respostas	Em uso	Estuda utilizar	Estuda aplicação combinada com outro acordo existente	Não há previsão de uso	Quantidade de respostas	Em uso	Estuda utilizar	Estuda aplicação combinada com outro acordo existente	Não há previsão de uso
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
Austrália	n=3	0,0	0,0	0,0	100,0	n=2	0,0	0,0	0,0	100,0
Nova Zelândia	n=3	0,0	0,0	\	100,0	n=2	0,0	0,0	\	100,0
Malásia	n=3	0,0	0,0		100,0	n=2	0,0	0,0		100,0
Vietnã	n=3	0,0	0,0		100,0	n=3	0,0	33,3		66,7
Brunei	n=3	0,0	0,0		100,0	n=2	0,0	0,0		100,0
Singapura	n=3	0,0	0,0		0,0	100,0	n=2	0,0		0,0
Japão	n=7	42,9	0,0	0,0	57,1	n=6	33,3	0,0	0,0	66,7

Para mais informações sobre este relatório:

Japan External Trade Organization - Jetro

Departamento de Pesquisas, Seção das Américas



03-3582-4690



ORB-latin@jetro.go.jp



**Código Postal 107-6006
Ark Mori Building, 6th floor
Akasaka 1-12-32, Minato-ku, Tokyo, Japan**

■ Isenção de responsabilidade

As informações fornecidas por esta pesquisa devem ser utilizadas sob a responsabilidade e discernimento dos usuários. A Jetro se empenha em fornecer informações precisas, porém não se responsabiliza por eventuais desvantagens, prejuízos ou similares que os usuários venham a arcar em decorrência do conteúdo disponibilizado neste relatório.

Proibido reproduzir sem autorização.