



Pesquisa:

Panorama da Atuação das Empresas Japonesas no Exterior, Seção América Latina, Edição 2025

— Os negócios continuam sólidos com o crescimento da demanda local. Mesmo com as tarifas impostas pelo governo Trump, a região mantêm-se atrativa como mercado e sede de produção —

Japan External Trade Organization - JETRO

**Departamento de Pesquisas
dezembro de 2025**

A photograph of a border wall in a desert landscape. The wall is made of corrugated metal and topped with barbed wire. The background shows a dry, hilly terrain with sparse vegetation.

**Muro construído na fronteira
México - Estados Unidos**

Sumário

| | |
|--|----|
| Visão geral da pesquisa | 2 |
| Destaques dos resultados | 4 |
| I. Estimativas do lucro operacional | 5 |
| II. Planos para o desenvolvimento dos negócios futuros | 13 |
| III. Os impactos das tarifas adicionais dos Estados Unidos | 23 |
| IV. Ambiente de investimentos | 34 |
| V. Mudanças no ambiente competitivo | 45 |
| VI. Cadeia de suprimentos | 51 |
| VII. Utilização de ALC e APC | 57 |
| VIII. Iniciativas em respeito aos direitos humanos | 62 |

Visão geral da pesquisa

1. Objetivos da pesquisa

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

2. Objeto da pesquisa

- Empresas japonesas que atuam em sete países latino-americanos (Empresas que tenham participação japonesa direta ou indireta mínima de 10% do capital)

3. Metodologia e período da pesquisa

- Enquete aplicada de 20/08 a 26/09/2025

4. Coleta das respostas

- Das 745 empresas que receberam a enquete, houve resposta de 420 empresas. A taxa de resposta foi de 56,4%.

5. Descrição das empresas que compõem o objeto da pesquisa

| | N.º de empresas | N.º de empresas (totais) | | Atividade comercial | | | | Porte das empresas | | | | | Taxa de resposta (%) | |
|----------------|-----------------|--------------------------|------------|---------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------------|------------------------|----------------------------|------------------------|-------------------------|----------------------|------------------------|
| | | N.º de respostas | % por país | Indústria | % por tipo de negócio | Não industrial (empresas) | % por tipo de negócio | Grandes empresas (empresas) | % por porte da empresa | Médias empresas (empresas) | % por porte da empresa | Desconhecido (empresas) | | % por porte da empresa |
| México | 371 | 186 | 44,3 | 102 | 54,8 | 84 | 45,2 | 102 | 54,8 | 48 | 25,8 | 36 | 19,4 | 50,1 |
| Brasil | 205 | 99 | 23,6 | 47 | 47,5 | 52 | 52,5 | 74 | 74,7 | 14 | 14,1 | 11 | 11,1 | 48,3 |
| Argentina | 59 | 51 | 12,1 | 24 | 47,1 | 27 | 52,9 | 44 | 86,3 | 5 | 9,8 | 2 | 3,9 | 86,4 |
| Chile | 53 | 43 | 10,2 | 15 | 34,9 | 28 | 65,1 | 28 | 65,1 | 7 | 16,3 | 8 | 18,6 | 81,1 |
| Peru | 26 | 20 | 4,8 | 6 | 30,0 | 14 | 70,0 | 14 | 70,0 | 2 | 10,0 | 4 | 20,0 | 76,9 |
| Colômbia | 22 | 15 | 3,6 | 5 | 33,3 | 10 | 66,7 | 13 | 86,7 | 0 | 0,0 | 2 | 13,3 | 68,2 |
| Venezuela | 9 | 6 | 1,4 | 2 | 33,3 | 4 | 66,7 | 6 | 100,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 66,7 |
| América Latina | 745 | 420 | 100,0 | 201 | 47,9 | 219 | 52,1 | 281 | 66,9 | 76 | 18,1 | 63 | 15,0 | 56,4 |

6. Observações

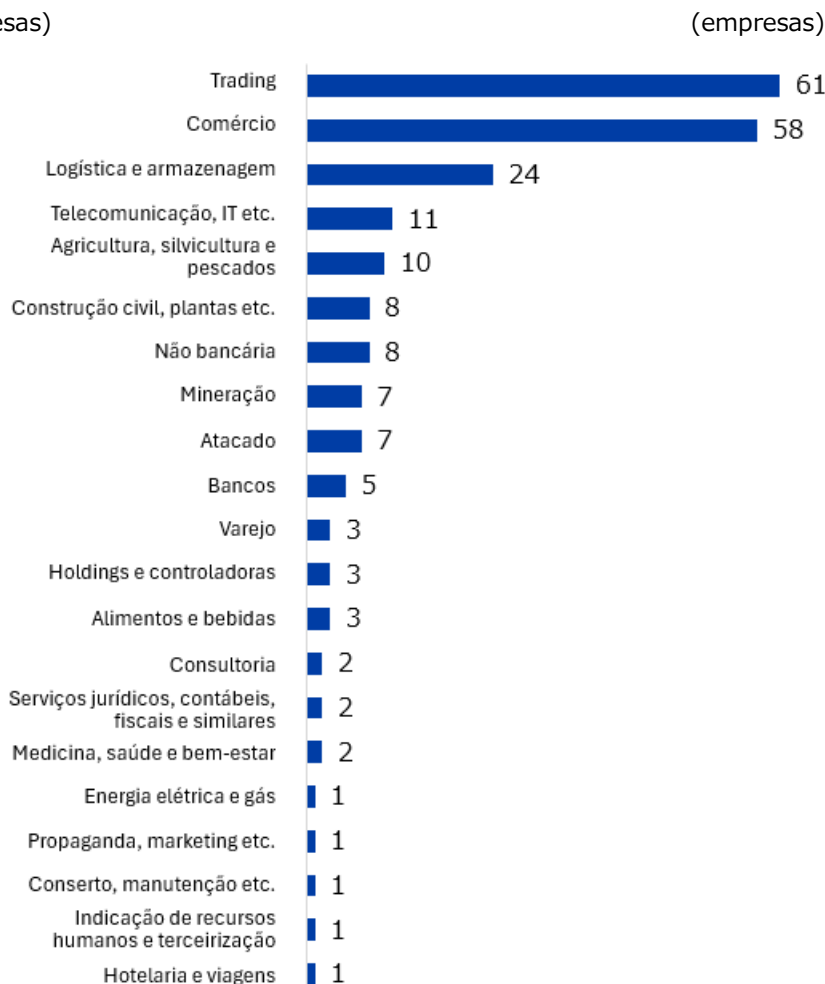
- Esta pesquisa é realizada anualmente desde 1999, sendo esta a sua 26ª edição. Os números apresentados nas tabelas e gráficos foram arredondados, portanto os totais não serão necessariamente 100%. Em função dos recentes eventos do país, apenas parte das perguntas foi destinada à Venezuela.
- Todos os valores "n", apresentados nos gráficos e tabelas, foram baseados nas respostas válidas.
- No Brasil, a prorrogação do prazo da pesquisa de 2024 do dia 24/09 para o dia 27/09 possibilitou o aumento de 3 empresas respondentes, fazendo com que surgissem diferenças em parte dos números e valores correspondentes a esse ano apresentados na "Pesquisa: Atuação das Empresas Japonesas no Exterior, Seção Global", publicada em novembro de 2025.

Descrição das atividades das empresas respondentes (em toda a América Latina)

Indústria (201 empresas)



Não industrial (219 empresas)



Destaques dos resultados da pesquisa

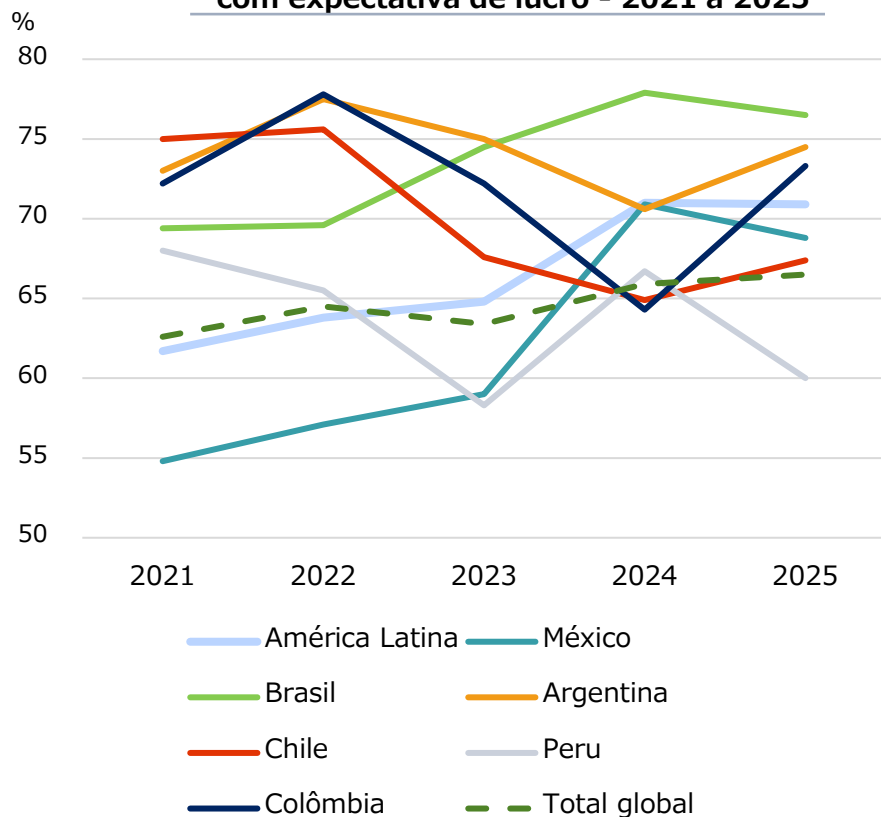
- 1. Apesar do ambiente instável, o lucro operacional e o desejo por expansão permanecem em alta, com destaque para o Brasil**
 - O percentual de empresas atuantes na América Latina com expectativa de terminar o ano no azul atingiu os 70%. No âmbito mundial, considerando apenas os principais países, o Brasil fica em segundo lugar na proporção de empresas que projetam uma ampliação dos negócios. Na Argentina, mais de 60% das empresas projetam ampliar os negócios devido à flexibilização das regras e ao crescimento econômico.
 - Embora os impactos negativos das tarifas adicionais dos Estados Unidos tenham afetado particularmente as empresas que exportam para o mercado estadunidense, a forte demanda interna da América Latina serve de apoio.
- 2. México, Brasil e Argentina mantêm seus atrativos como base de produção**
 - Dentre as empresas que responderam que pretendem “mudar o local da produção”, houve aumento significativo no México, Brasil e Argentina em comparação ao ano passado.
 - No México, há empresas que contemplam uma transferência parcial da produção para o território mexicano em função das políticas dos EUA. No Brasil, há um aumento na produção impulsionado pela demanda interna. Já a Argentina apresenta recuperação da produção local devido à flexibilização das regras.
- 3. A ascensão das empresas chinesas figura como a principal causa do acirramento da concorrência**
 - Entre os concorrentes cuja ascensão é percebida nos últimos anos, as empresas chinesas lideram em todos os países. O principal motivo é a “competitividade nos custos”.
 - Por outro lado, a principal estratégia das empresas japonesas é a “diversificação de produtos e serviços” e o “fortalecimento das atividades comerciais e publicidade”. Há um número considerável de empresas que buscam diferenciais que não sejam o preço.
- 4. Segue inalterada a prevalência do México como base de produção. O uso do USMCA ganha relevância.**
 - 48,9% das empresas que atuam no México responderam que as medidas tarifárias dos EUA impactam negativamente seu lucro operacional.
 - Visando aproveitar o USMCA, as empresas avançam para a ampliação das compras locais, porém mantêm-se em alerta quanto à revisão conjunta do acordo, prevista para 2026.
 - O México continua sendo bem avaliado como base de produção voltada para os Estados Unidos. Os desafios são a piora na segurança pública e os recorrentes problemas nos procedimentos burocráticos.

I . Estimativas do lucro operacional

1 | Evolução das estimativas do lucro operacional

- Em 2025, o percentual de empresas com expectativa de auferir lucros operacionais chegou a 70,9% na América Latina como um todo. Com exceção do Peru, todos os países superaram a média mundial. **O Brasil atingiu o percentual máximo da região com 76,5%, ocupando a 4ª posição dentre os 18 principais países e regiões do mundo.**
- Em comparação ao ano anterior, a Colômbia aumentou em 9,0 pontos o percentual de empresas com expectativa de lucro. Já o Brasil reduziu em 8,2 pontos as empresas com expectativa de prejuízo. Na Argentina, houve aumento de 3,9 pontos na proporção de empresas com previsão de lucro e redução de 6,9 pontos nas empresas com previsão de prejuízo, evidenciando assim um desempenho favorável.

Evolução do percentual de empresas com expectativa de lucro - 2021 a 2025



Estimativas do lucro operacional de 2024 e 2025

| Região/País | Ano (n) | Lucro (%) | Equilíbrio (%) | Prejuízo (%) |
|----------------|--------------|-----------|----------------|--------------|
| América Latina | 2024 (n=373) | 71.0 | 14.2 | 14.7 |
| | 2025 (n=419) | 70.9 | 14.6 | 14.6 |
| México | 2024 (n=172) | 70.9 | 15.7 | 13.4 |
| | 2025 (n=186) | 68.8 | 13.4 | 17.7 |
| Brasil | 2024 (n=86) | 77.9 | 4.7 | 17.4 |
| | 2025 (n=98) | 76.5 | 14.3 | 9.2 |
| Argentina | 2024 (n=34) | 70.6 | 14.7 | 14.7 |
| | 2025 (n=51) | 74.5 | 17.6 | 7.8 |
| Chile | 2024 (n=37) | 64.9 | 21.6 | 13.5 |
| | 2025 (n=43) | 67.4 | 11.6 | 20.9 |
| Peru | 2024 (n=21) | 66.7 | 19.0 | 14.3 |
| | 2025 (n=20) | 60.0 | 25.0 | 15.0 |
| Colômbia | 2024 (n=14) | 64.3 | 28.6 | 7.1 |
| | 2025 (n=15) | 73.3 | 20.0 | 6.7 |
| Venezuela | 2024 (n=9) | 55.6 | 11.1 | 33.3 |
| | 2025 (n=6) | 66.7 | | 33.3 |

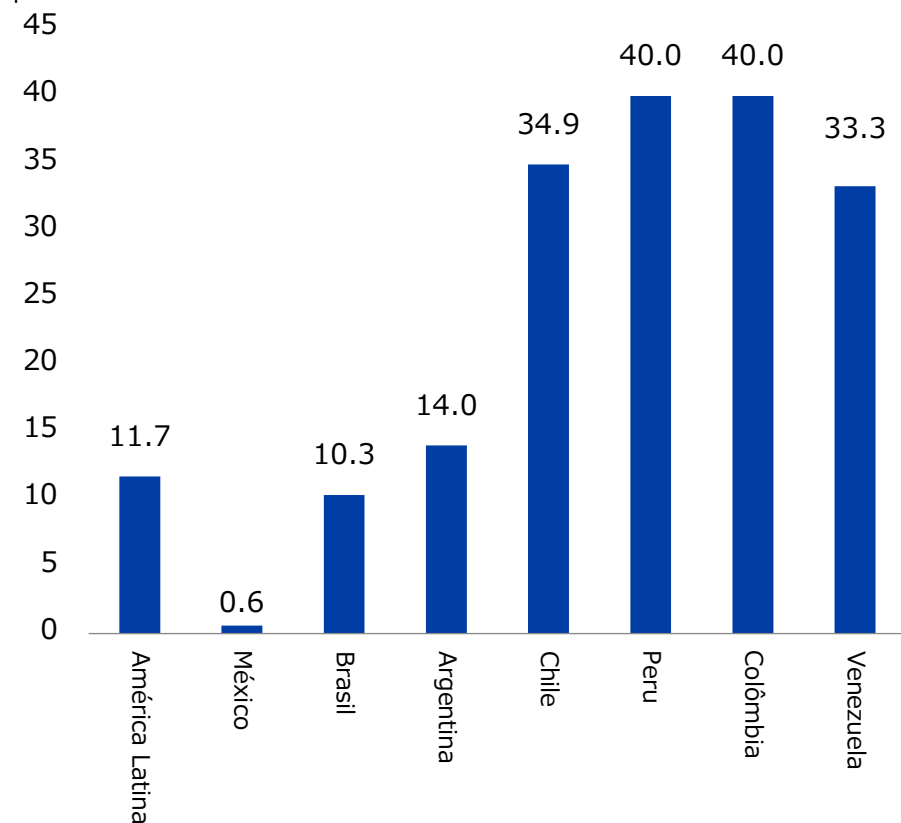
Nota: Os principais países e regiões referem-se a China, Hong Kong, Coreia do Sul, Singapura, Tailândia, Indonésia, Vietnã, Índia, Austrália, Estados Unidos, México, Brasil, Reino Unido, França, Alemanha, Países Baixos, Emirados Árabes Unidos (EAU) e África do Sul.

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

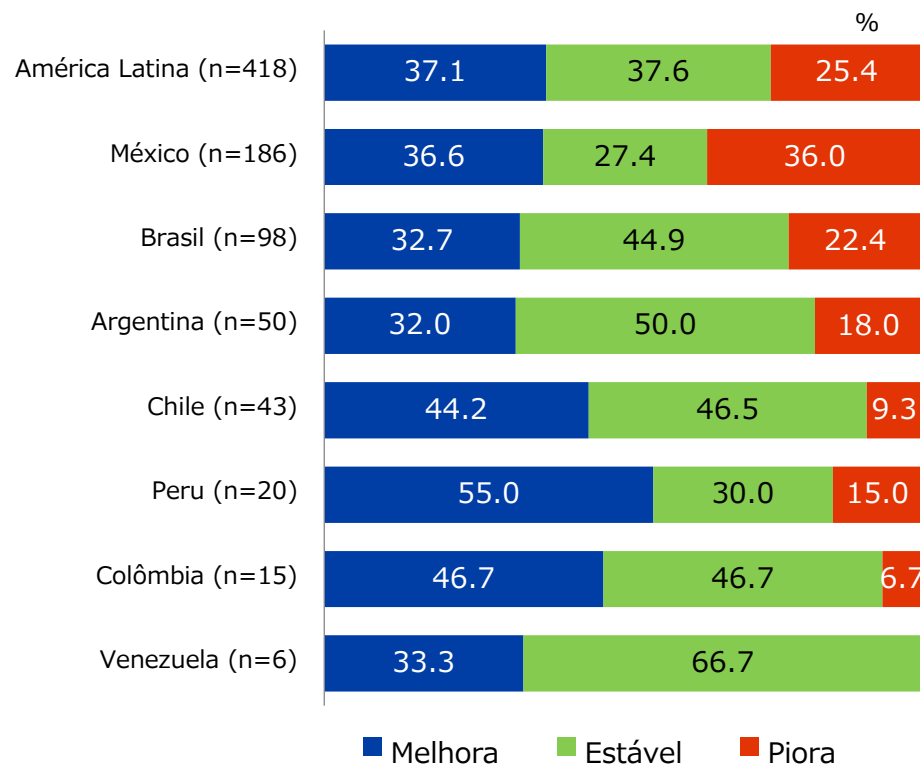
- O indicador **DI*** da América Latina como um todo ficou em 11,7 pontos. Peru e Colômbia, ambos com 40,0 pontos, tiveram os valores mais altos. **Na região, todos os países apresentaram valores positivos.**
- **No México, a resposta "piora" aumentou 15,2 pontos em comparação ao ano anterior**, pressionando o indicador DI para baixo. No Brasil houve uma redução de 22,0 pontos na proporção de respostas "melhora", por sua vez refletida num aumento de 14,7 pontos na resposta "estável".

Pontos percentuais

Indicador DI por país (2025)



Estimativas do lucro operacional de 2025 comparadas ao ano anterior

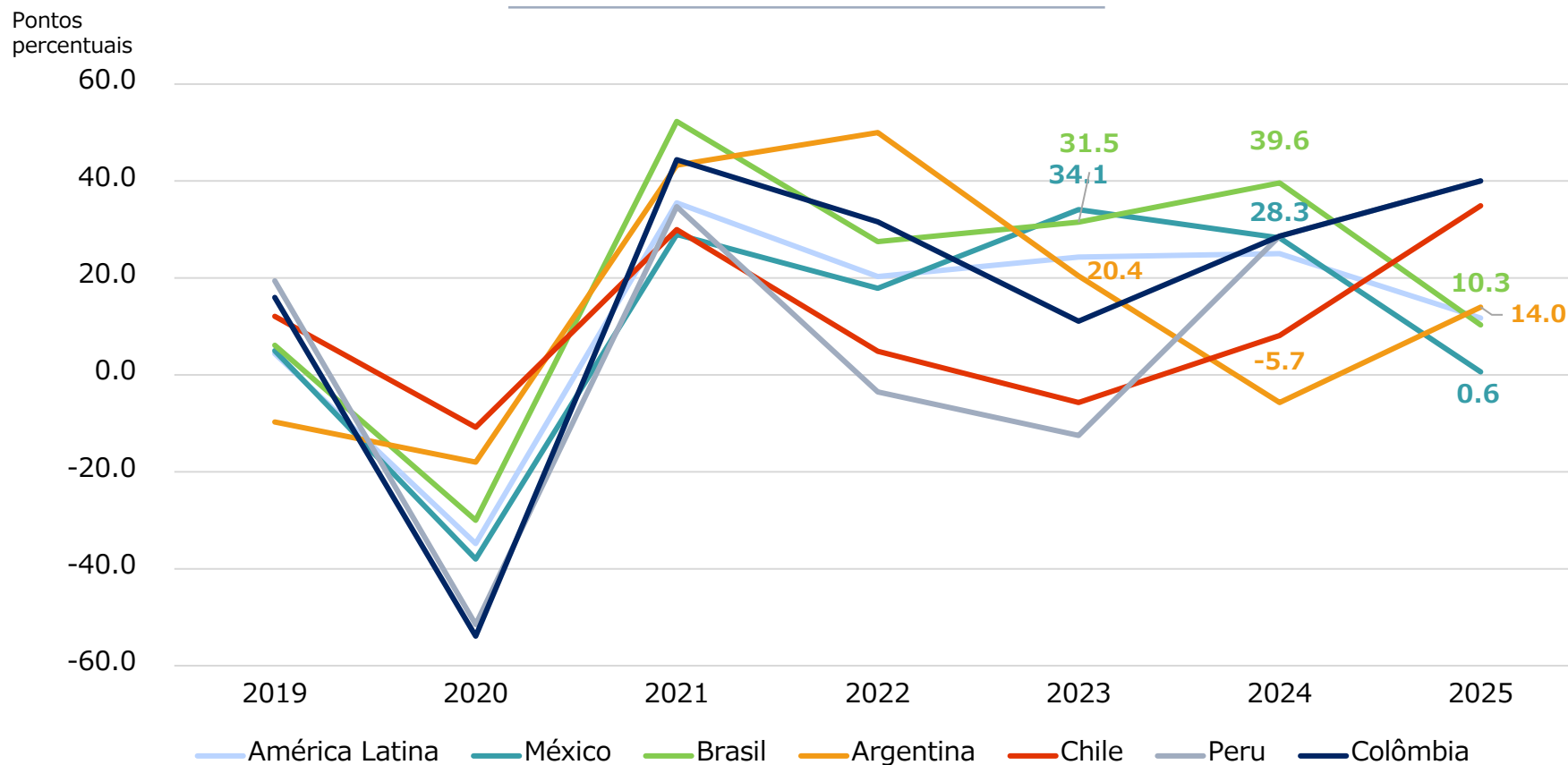


*Nesta pesquisa, o valor do indicador DI corresponde à diferença entre o percentual de empresas que responderam "Melhora" e o percentual de empresas que responderam "Piora" na comparação com as estimativas do resultado operacional do ano anterior.

3 | Evolução do indicador DI

- O indicador DI para a América Latina como um todo caiu 13,3 pontos em comparação com o ano anterior. Especialmente no México, que sofreu fortemente com os impactos da política tarifária dos Estados Unidos, a redução chegou a 27,7 pontos. O Brasil também teve redução de 29,3 pontos. Nos dois casos, foi o menor índice registrado desde 2021.
- A **Argentina** apresentava queda sucessiva desde 2022, porém **observou-se recuperação**, já que iniciativas do governo Milei, como a política macroeconômica e a flexibilização das regras, impulsionaram **o aumento em 19,7 pontos em comparação ao ano anterior**.

Evolução do indicador DI - 2019 a 2025



4 | Motivos da melhora nas estimativas do lucro operacional para 2025

- **Em todos os países, a opção “aumento da demanda nos mercados locais” apresentou maior percentual**, sendo 57,6% na América Latina como um todo. Na análise por país (desconsiderando a Venezuela), as maiores proporções foram do Brasil, com 66,7%, e do Peru com 63,6%.
- Na Argentina, a proporção de 31,3% que citou a “variação cambial” como motivo é alta. Observa-se que houve a influência da contenção da inflação e da redução da margem da variação cambial.

Motivos da melhora nas estimativas do lucro operacional para 2025 (múltiplas respostas permitidas)

(Unidade: %)

| | América Latina (n=151) | México (n=67) | Brasil (n=30) | Argentina (n=16) | Chile (n=18) | Peru (n=11) | Colômbia (n=7) | Venezuela (n=2) |
|--|---------------------------|------------------|------------------|---------------------|-----------------|----------------|-------------------|--------------------|
| Aumento da demanda no mercado de destino das exportações | 22,5 | 26,9 | 10,0 | 25,0 | 27,8 | 27,3 | 14,3 | 0,0 |
| Aumento da demanda nos mercados locais | 57,6 | 55,2 | 66,7 | 56,3 | 44,4 | 63,6 | 57,1 | 100,0 |
| Aumento da participação no mercado devido a menor pressão competitiva com outras empresas (entre outros fatores) | 9,9 | 16,4 | 3,3 | 12,5 | 0,0 | 0,0 | 14,3 | 0,0 |
| Fortalecimento da estrutura de exportação (Expansão dos produtos, serviços, pessoal etc.) | 2,6 | 1,5 | 0,0 | 6,3 | 0,0 | 9,1 | 14,3 | 0,0 |
| Fortalecimento da estrutura de vendas nos mercados locais (Expansão dos produtos, serviços, pessoal etc.) | 27,8 | 19,4 | 40,0 | 25,0 | 33,3 | 36,4 | 28,6 | 50,0 |
| Alteração nos preços de venda | 23,2 | 23,9 | 26,7 | 18,8 | 22,2 | 18,2 | 14,3 | 50,0 |
| Redução dos custos com matéria-prima e aquisição de peças | 11,3 | 11,9 | 13,3 | 6,3 | 16,7 | 9,1 | 0,0 | 0,0 |
| Melhorias na eficiência de produção, eficiência de vendas, disponibilidade operacional etc. | 27,2 | 32,8 | 23,3 | 31,3 | 16,7 | 9,1 | 42,9 | 0,0 |
| Redução das despesas com pessoal | 12,6 | 13,4 | 20,0 | 12,5 | 5,6 | 0,0 | 14,3 | 0,0 |
| Redução de outras despesas (administrativas etc.) | 13,2 | 14,9 | 16,7 | 12,5 | 11,1 | 0,0 | 14,3 | 0,0 |
| Variação cambial | 13,2 | 14,9 | 10,0 | 31,3 | 11,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Outros | 10,6 | 10,4 | 6,7 | 25,0 | 5,6 | 9,1 | 14,3 | 0,0 |

5 | Motivos da piora nas estimativas do lucro operacional para 2025

- **Na América Latina como um todo, a proporção de respostas “aumento das despesas com pessoal” foi a maior registrada**, um aumento de 6,4 pontos em comparação à pesquisa do ano anterior. Houve uma grande alta especialmente na Argentina, com aumento de 45,6 pontos, e também Brasil, com aumento de 14,7 pontos em relação à pesquisa anterior.
- A resposta mais frequente no ano anterior, que foi “redução da demanda nos mercados locais”, manteve-se em alta. No México, ela chegou a 49,4%, o que configurou um aumento de 24,3 pontos em relação à última pesquisa.

Motivos da piora nas estimativas do lucro operacional para 2025 (múltiplas respostas permitidas)

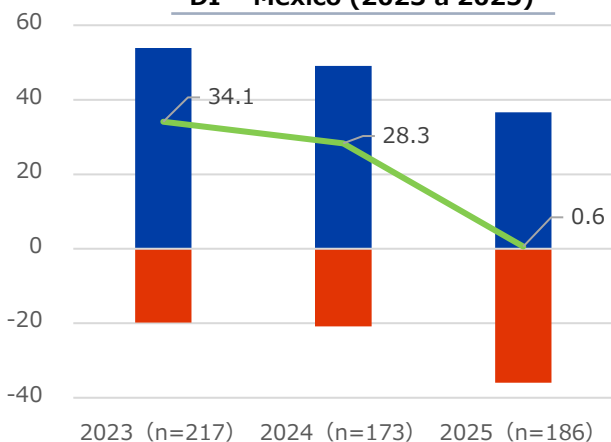
(Unidade: %)

| | América Latina (n=106) | México (n=67) | Brasil (n=22) | Argentina (n=9) | Chile (n=4) | Peru (n=3) | Colômbia (n=1) |
|--|---------------------------|------------------|------------------|--------------------|----------------|---------------|-------------------|
| Redução da demanda no mercado destino das exportações | 22,6 | 25,4 | 18,2 | 11,1 | 25,0 | 33,3 | 0,0 |
| Redução da demanda nos mercados locais | 42,5 | 49,3 | 27,3 | 66,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Redução da participação no mercado devido a maior pressão competitiva com outras empresas (entre outros fatores) | 31,1 | 22,4 | 50,0 | 44,4 | 50,0 | 33,3 | 0,0 |
| Redução da estrutura de exportação (Redução dos produtos, serviços, pessoal etc.) | 1,9 | 3,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Redução da estrutura de vendas nos mercados locais (Redução dos produtos, serviços, pessoal etc.) | 1,9 | 3,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Alteração nos preços de venda | 16,0 | 13,4 | 9,1 | 33,3 | 25,0 | 66,7 | 0,0 |
| Aumento dos custos com matéria-prima e aquisição de peças | 34,9 | 28,4 | 54,5 | 33,3 | 75,0 | 0,0 | 0,0 |
| Diminuição na eficiência de produção, eficiência de vendas, disponibilidade operacional etc. | 3,8 | 3,0 | 4,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| Aumento das despesas com pessoal | 43,4 | 41,8 | 45,5 | 55,6 | 50,0 | 33,3 | 0,0 |
| Aumento de outras despesas (administrativas etc.) | 17,0 | 11,9 | 18,2 | 33,3 | 0,0 | 66,7 | 100,0 |
| Variação cambial | 21,7 | 23,9 | 22,7 | 22,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Outros | 15,1 | 14,9 | 18,2 | 11,1 | 25,0 | 0,0 | 0,0 |

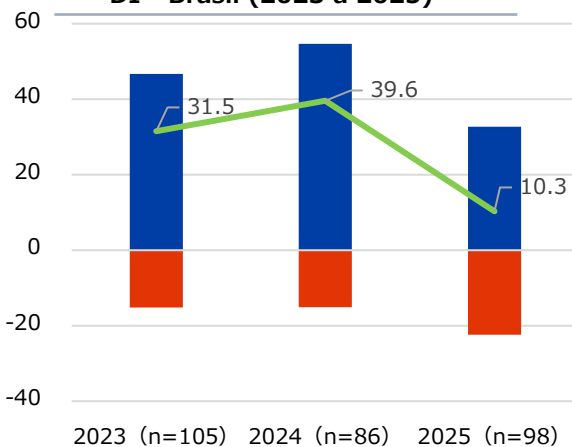
6 | Estimativas do lucro operacional no México, Brasil e Argentina

- **No México, o resfriamento da demanda, que tem como pano de fundo as tarifas adicionais dos Estados Unidos, e o aumento dos custos, como a elevação das despesas com pessoal, provocaram piora acentuada no indicador DI. No Brasil, aumentou a proporção de empresas prevendo piora nas estimativas de lucro operacional em decorrência do aumento dos custos com aquisição e da intensificação da concorrência com outras empresas.**
- Por outro lado, **a dinamização dos negócios estimulada pelo aumento da demanda na Argentina** provocou o aumento no número de empresas que projetam melhora.

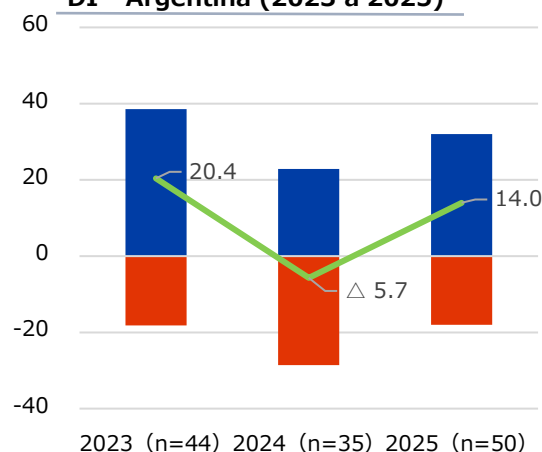
Evolução do indicador DI – México (2023 a 2025)



Evolução do indicador DI - Brasil (2023 a 2025)



Evolução do indicador DI - Argentina (2023 a 2025)



(% e pontos percentuais)

(% e pontos percentuais)

(% e pontos percentuais)

Motivos da piora nas estimativas do lucro operacional 2025 em comparação ao ano anterior

| | México (n=67) | (%) |
|---|---|------|
| 1 | Redução da demanda nos mercados locais | 49,3 |
| 2 | Aumento das despesas com pessoal | 41,8 |
| 3 | Aquisição de matéria-prima e de peças, aumento dos custos | 28,4 |
| 4 | Redução da demanda no mercado destino das exportações | 25,4 |
| 5 | Variação cambial | 23,9 |

| | Brasil (n=22) | (%) |
|---|--|------|
| 1 | Aquisição de matéria-prima e de peças, aumento dos custos | 54,5 |
| 2 | Redução da participação no mercado devido a maior pressão competitiva com outras empresas (entre outros fatores) | 50,0 |
| 3 | Aumento das despesas com pessoal | 45,5 |
| 4 | Redução da demanda nos mercados locais | 27,3 |
| 5 | Variação cambial | 22,7 |

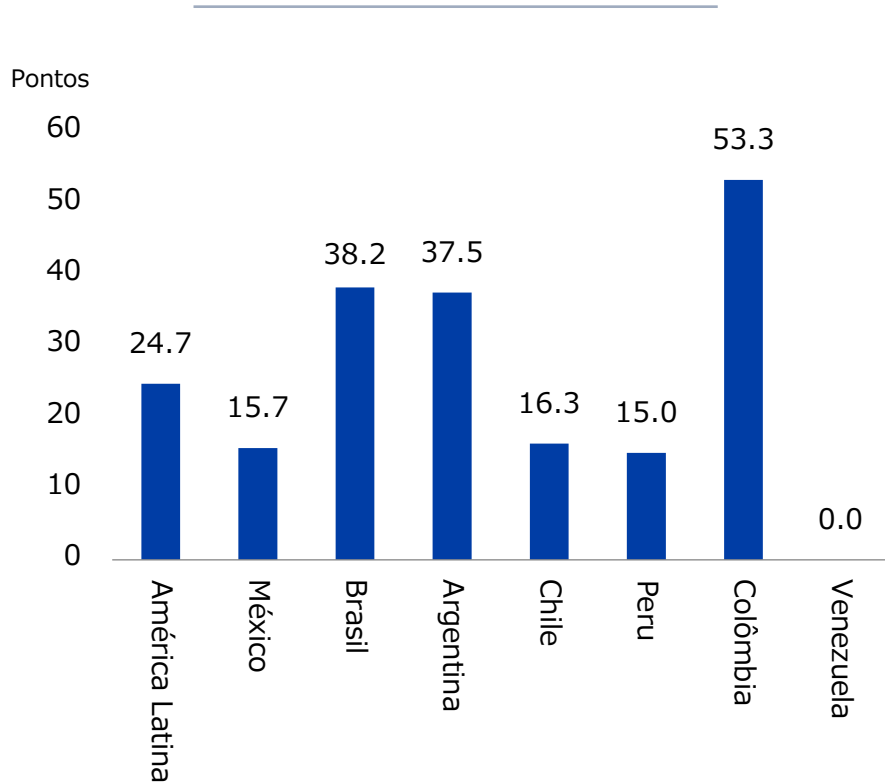
Motivos da melhora nas estimativas do lucro operacional 2025

| | Argentina (n=16) | (%) |
|---|---|------|
| 1 | Aumento da demanda nos mercados locais | 56,3 |
| 2 | Variação cambial | 31,3 |
| 2 | Melhorias na eficiência de produção, eficiência de vendas, disponibilidade operacional etc. | 31,3 |
| 4 | Aumento da demanda no mercado destino das exportações | 25,0 |
| 4 | Fortalecimento da estrutura de vendas nos mercados locais | 25,0 |

7 | Estimativas do lucro operacional em comparação ao ano anterior para 2026

- O **indicador DI** de 2026 para a América Latina como um todo ficou em 24,7 pontos. O mais alto foi a **Colômbia com 53,3 pontos, seguido de Brasil e Argentina, que ultrapassaram os 35 pontos**. Isso sugere que há expectativas de políticas favoráveis aos negócios. **No México, em comparação a 2025, houve redução no percentual de empresas que preveem “piora” no lucro operacional de 2026.**
- Já no Chile e no Peru, que tiveram bom desempenho em 2025, diminuíram as empresas que estimam “melhora” e aumentou a quantidade de empresas que preveem um desempenho “estável”.

Indicador DI por país para 2026



Comparativo das estimativas do lucro operacional para 2025 e 2026 em relação ao ano anterior

| País | Ano | n | Melhora (%) | Estável (%) | Piora (%) |
|----------------|------|-----|-------------|-------------|-----------|
| América Latina | 2025 | 418 | 37.1 | 37.6 | 25.4 |
| | 2026 | 413 | 38.3 | 48.2 | 13.6 |
| México | 2025 | 186 | 36.6 | 27.4 | 36.0 |
| | 2026 | 185 | 33.5 | 48.6 | 17.8 |
| Brasil | 2025 | 98 | 32.7 | 44.9 | 22.4 |
| | 2026 | 97 | 49.5 | 39.2 | 11.3 |
| Argentina | 2025 | 50 | 32.0 | 50.0 | 18.0 |
| | 2026 | 48 | 45.8 | 45.8 | 8.3 |
| Chile | 2025 | 43 | 44.2 | 46.5 | 9.3 |
| | 2026 | 43 | 25.6 | 65.1 | 9.3 |
| Peru | 2025 | 20 | 55.0 | 30.0 | 15.0 |
| | 2026 | 20 | 25.0 | 65.0 | 10.0 |
| Colômbia | 2025 | 15 | 46.7 | 46.7 | 6.7 |
| | 2026 | 15 | 60.0 | 33.3 | 6.7 |
| Venezuela | 2025 | 6 | 33.3 | 66.7 | 0.0 |
| | 2026 | 5 | 20.0 | 60.0 | 20.0 |

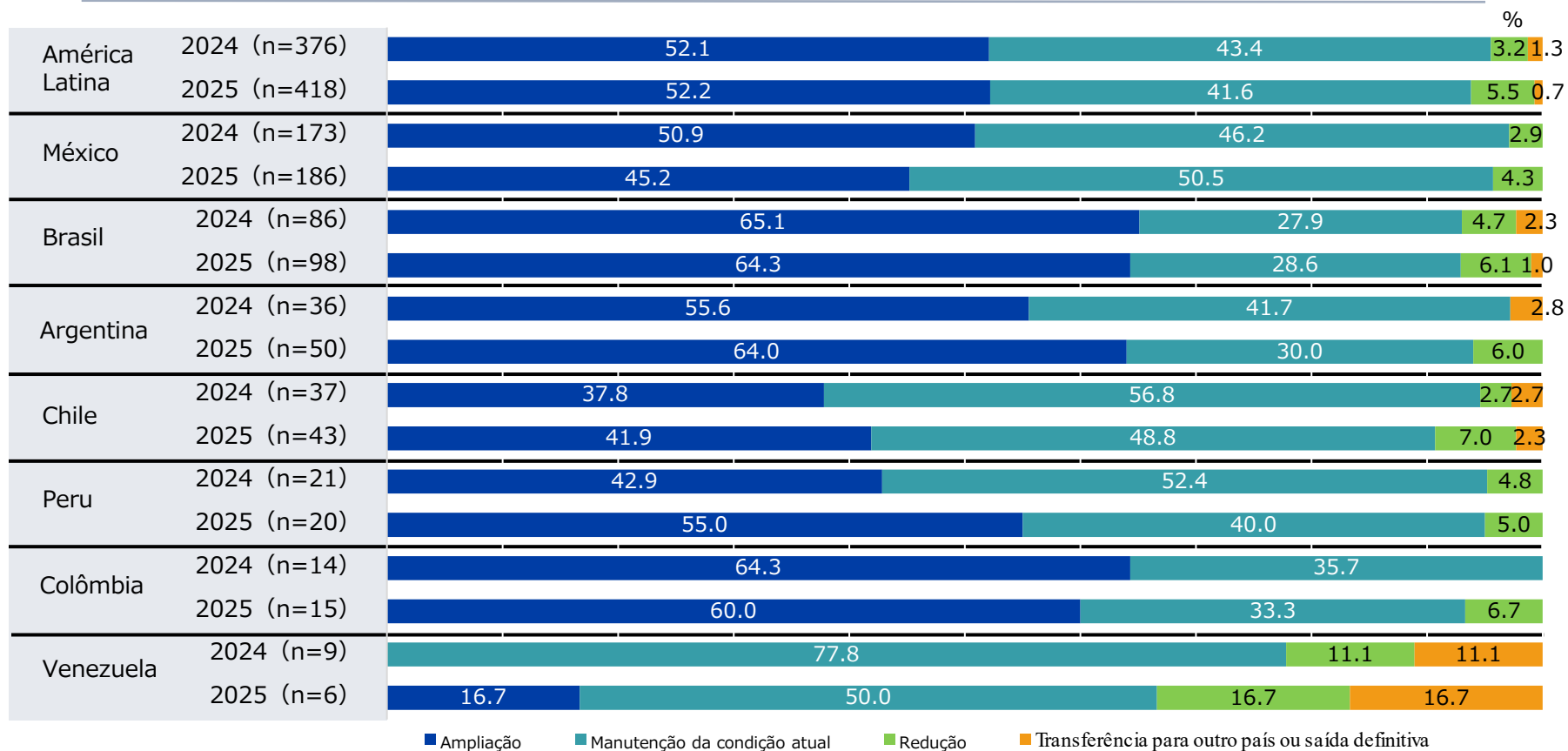
■ Melhora ■ Estável ■ Piora

II. Planos para o desenvolvimento dos negócios futuros

1 | Planos para o desenvolvimento dos negócios futuros em 1 a 2 anos

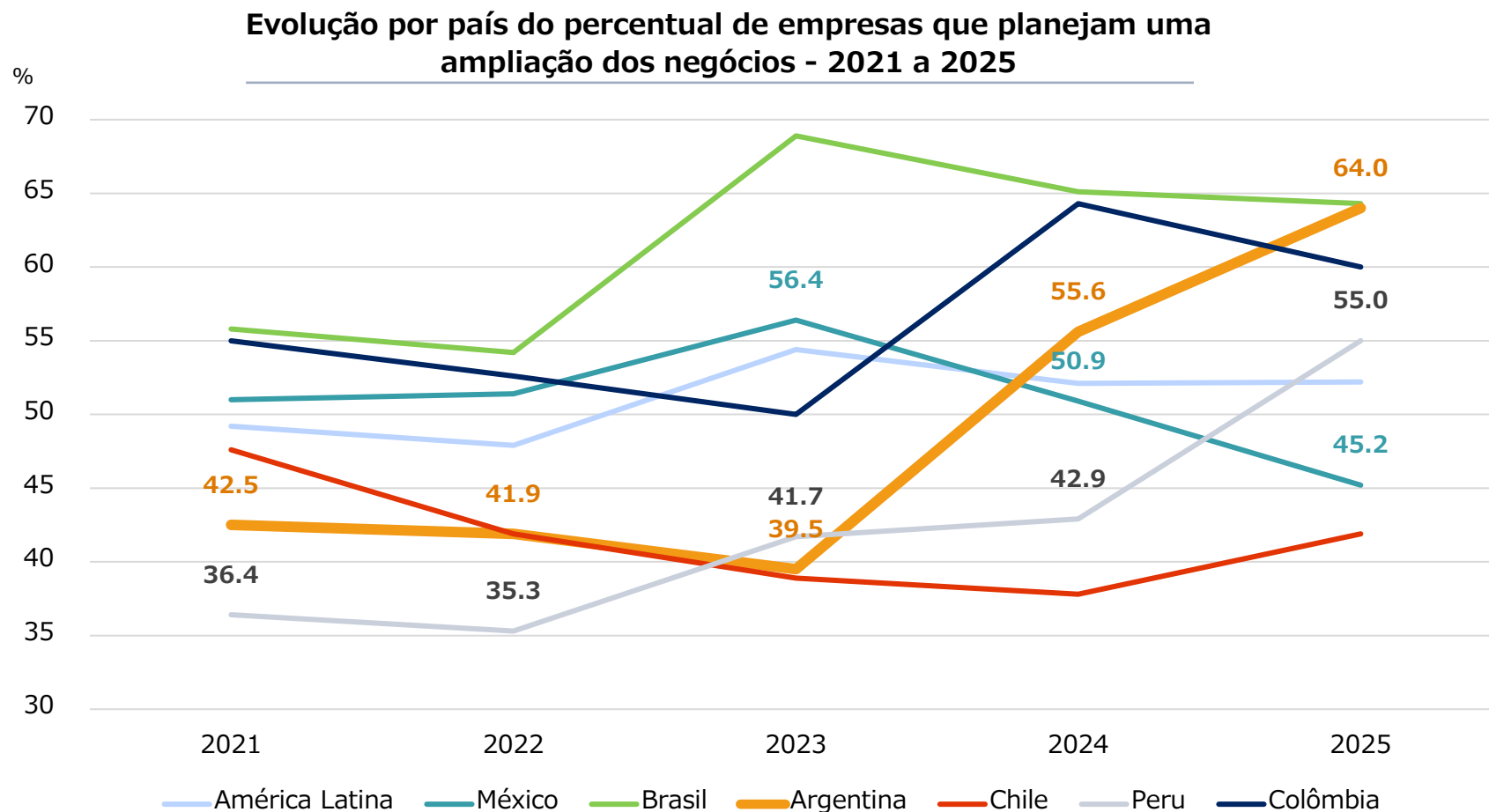
- Em toda a América Latina, não se observam grandes alterações nos caminhos para o desenvolvimento dos negócios futuros em 1 a 2 anos. **Mesmo no México, que exporta muito para os Estados Unidos, a proporção de empresas que pretendem ampliar os negócios foi de 45,2%, não tendo sido registrada nenhuma resposta cogitando “transferência para outro país ou saída definitiva”.**
- No recorte por país, o **Brasil** registra o **maior percentual** de intenção de ampliação dos negócios, com 64,3%, ocupando a segunda posição entre os principais 18 países e regiões, **atrás apenas da Índia**. Na Argentina, a proporção de empresas planejando ampliação dos negócios aumentou 8,4 pontos em comparação ao ano passado, o que indica uma consideração geral nessa direção.

Caminhos para o desenvolvimento dos negócios futuros em 1 a 2 anos (pesquisa dos anos fiscais de 2024 e 2025)



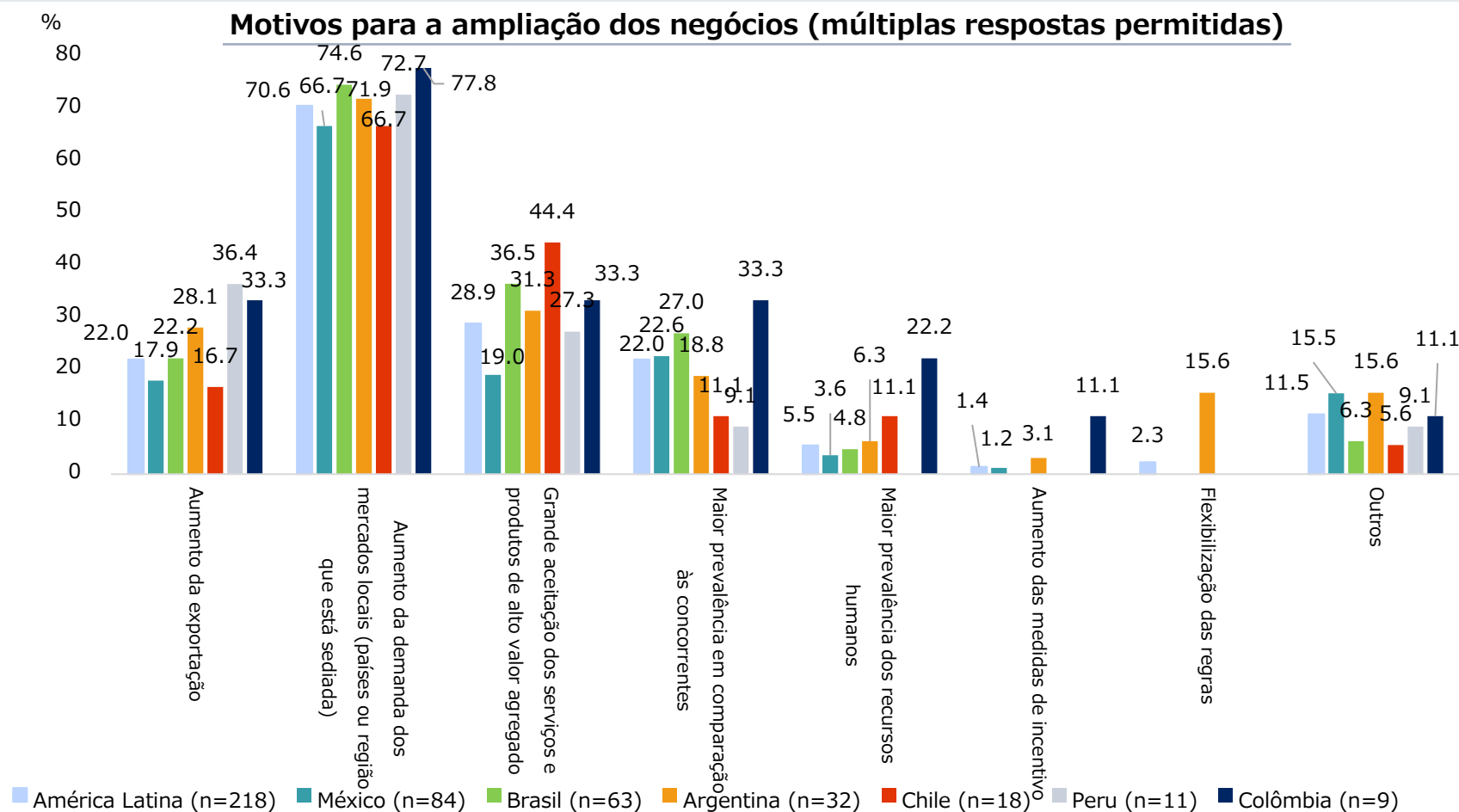
2 | Planos para o desenvolvimento dos negócios futuros em 1 a 2 anos (comparação ano a ano)

- Ao observar a evolução por país do percentual de empresas que planejam uma **ampliação dos negócios**, considerando as pesquisas dos últimos 5 anos, **a Argentina teve crescimento de mais de 20 pontos nos últimos 2 anos**. Em meio à recuperação de sua economia interna, o Peru também registra contínua tendência de alta.
- Em direção oposta, **no México**, onde os investimentos cresceram impulsionados pelo *nearshoring* com os EUA, **o ciclo de novos investimentos se esgotou e, desde 2023, o percentual de empresas que planejam “ampliação” vem diminuindo**.



3 | Motivos para a ampliação dos negócios

- Como motivo para “ampliação”, **a resposta mais frequente na região foi o “aumento na demanda dos mercados locais”**, com um percentual de 70,6% na América Latina como um todo. A “grande aceitação dos serviços e produtos de alto valor agregado” foi maior no Chile, atingindo os 44,4%.
- **Na Argentina, “flexibilização das regras” foi a escolha de 15,6%**, revelando os bons ventos trazidos pelas mudanças nas regras de importação, estabelecidas pelo governo Milei no final de 2023.



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

Motivos para a ampliação dos negócios e medidas concretas em consideração

Aumento da demanda dos mercados locais

- Os clientes **augmentaram as compras locais**, gerando o crescimento da demanda. (México, produtos metálicos)
- Crescimento da demanda local por produtos químicos importados. (México, *trading*)
- **O crescimento do mercado provoca aumento na produção dos clientes.** (Brasil, peças para equipamentos de transporte)
- Expansão do mercado brasileiro de defensivos agrícolas e crescimento das vendas de novos produtos. (Brasil, produtos químicos e petroquímicos)
- **A matriz intensificou sua atenção no país para possíveis investimentos.** (Argentina, *trading*)
- Aumento da demanda no Paraguai e no Uruguai. (Argentina, comércio)
- Expectativa de **recuperação do mercado automobilístico.** (Chile, *trading*)
- É prevista uma demanda estável por manutenção, uma vez que se trata de um país que utiliza o mesmo veículo por longo prazo. (Colômbia, peças para equipamentos de transporte)

Aumento da exportação

- Transferir para o México a fabricação de produtos voltados para exportação aos Estados Unidos. (México, plásticos)
- **Transferir da Ásia para o México as linhas de produção e ampliar a exportação para os EUA.** (México, comércio)
- Ampliar a fábrica e **augmentar o volume de exportação para a América Latina.** (Brasil, equipamentos médicos)
- **Transferir do Brasil as linhas de produção** e exportar mais para a América do Sul. (Argentina, equipamentos de transporte)

Grande aceitação dos serviços e produtos de alto valor agregado

- Alta credibilidade de produtos e serviços fornecidos por empresas japonesas. (Chile, comércio)
- A percepção quanto à **qualidade e ao serviço pós-vendas** é alta em comparação ao Sudeste Asiático. (Brasil, maquinário em geral)

Outros

- Início pleno da operação do Regime de Incentivo para Grandes Investimentos – RIGI. (Argentina, *trading*)
- Melhoria na transparência das exportações. (Argentina, telecomunicação, IT etc.)
- Expansão das plataformas de *e-commerce* no setor de cosméticos. (Brasil, cosméticos e produtos derivados do petróleo)

Motivos para a manutenção da condição atual

- Não há como prever os **impactos da revisão do Acordo Estados Unidos-México-Canadá (USMCA) na produção de veículos automotivos.** (México, peças para equipamentos de transporte)
- Por ser um negócio influenciado pelas fábricas automotivas, **não se pode esperar ampliação dos negócios enquanto durarem as tarifas adicionais dos Estados Unidos.** (México, cerâmica, pedras e afins)
- Originalmente havia um plano de investimentos, mas a grande incerteza provocada pelo governo Trump tornou o recuo inevitável. (México, processamento de produtos agrícolas, alimentos e pescados)
- **Devido à troca de governo em função das eleições presidenciais de 2026,** existe a possibilidade de que o crescimento não seja o quanto foi estimado. (Brasil, comércio)
- Diante da instabilidade da economia mundial e as eleições presidenciais se aproximando, não se pode esperar que o mercado cresça tanto assim. (Brasil, comércio)
- No atual governo, que prioriza a política interna, é necessário ser muito cauteloso ao analisar os investimentos. (Colômbia, *trading*)
- Considerando o cenário atual, não há estimativas de melhoria no mercado de produtos têxteis. (Argentina, vestuário e produtos têxteis)
- **Há restrições impostas às remessas internacionais** ligadas aos empréstimos intergrupo, o que limita os investimentos em estrutura. (Argentina, plásticos)
- Flutuações econômicas, decorrentes de fenômenos como o El Niño e similares, fazem perdurar a instabilidade na agricultura e piscicultura. (Peru, *trading*)

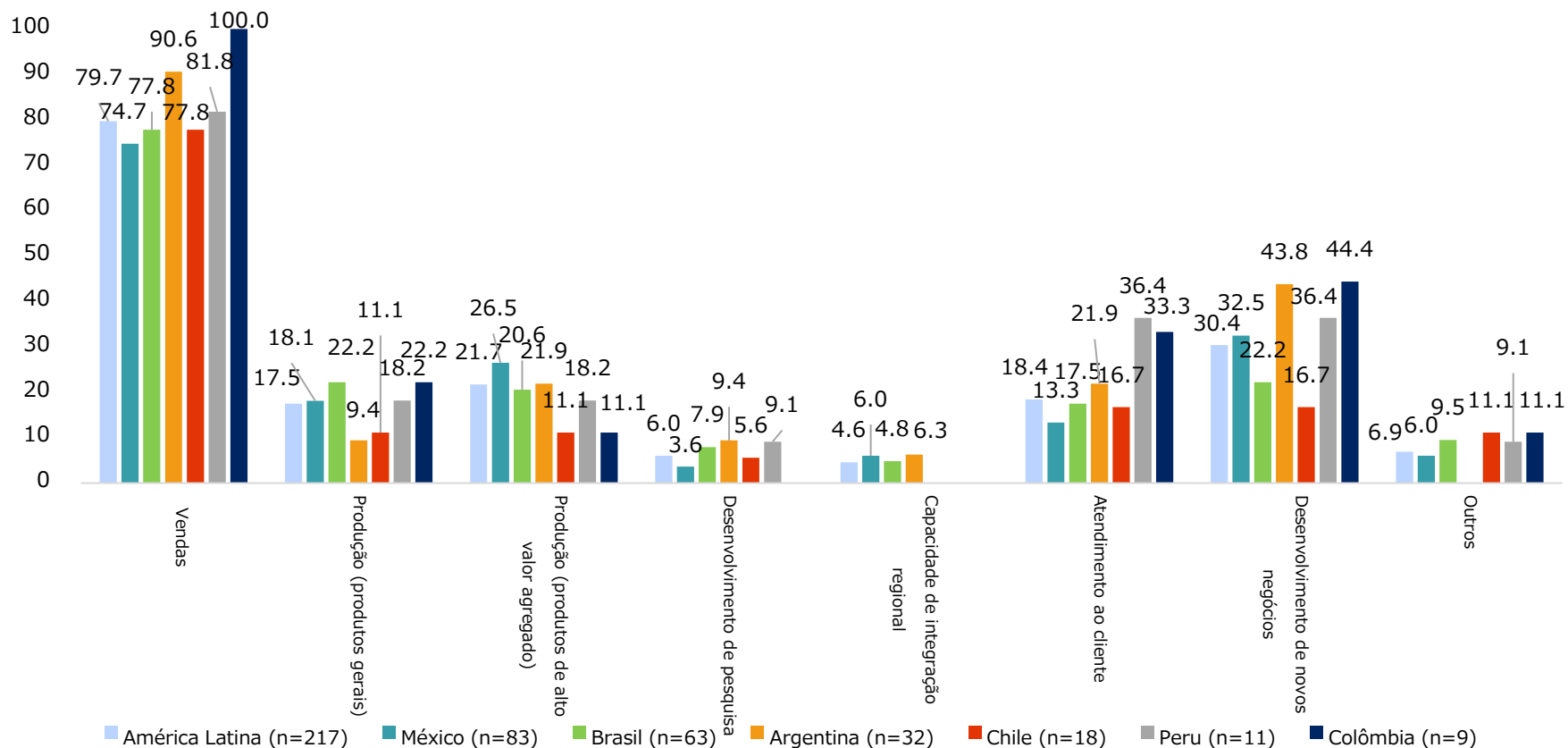
Motivos da redução, transferência para outro país ou saída definitiva

- Com os impactos do governo Trump (imposição de tarifas adicionais etc.) a expectativa é de retração na demanda dos clientes. (México, *trading*)
- Retração da demanda, **aumento das despesas com pessoal.** (México, peças e equipamentos eletroeletrônicos)
- Desaceleração da economia brasileira e falta de previsibilidade das eleições presidenciais de 2026. (Brasil, maquinário em geral)
- Instabilidade alfandegária. Dificuldade em fazer planejamentos para o futuro. (Venezuela, equipamentos de transporte)

5 | Funções específicas que podem ser ampliadas

- Entre as funções específicas que as empresas pensam em ampliar, **“vendas” foi a resposta mais frequente**, tanto no total da América Latina como nos dados por país. Na Colômbia, a resposta “vendas” atingiu os 100%, sendo também alta na Argentina que registrou 90,6%.
- **A resposta “produção (produtos de alto valor agregado)” subiu 7,0 pontos no México em comparação à pesquisa anterior**, encabeçando a lista com 26,5%. Isso sugere que há planos de aumentar o valor agregado produzido no México para aproveitar o USMCA.

Funções específicas que podem ser ampliadas % (múltiplas respostas permitidas)

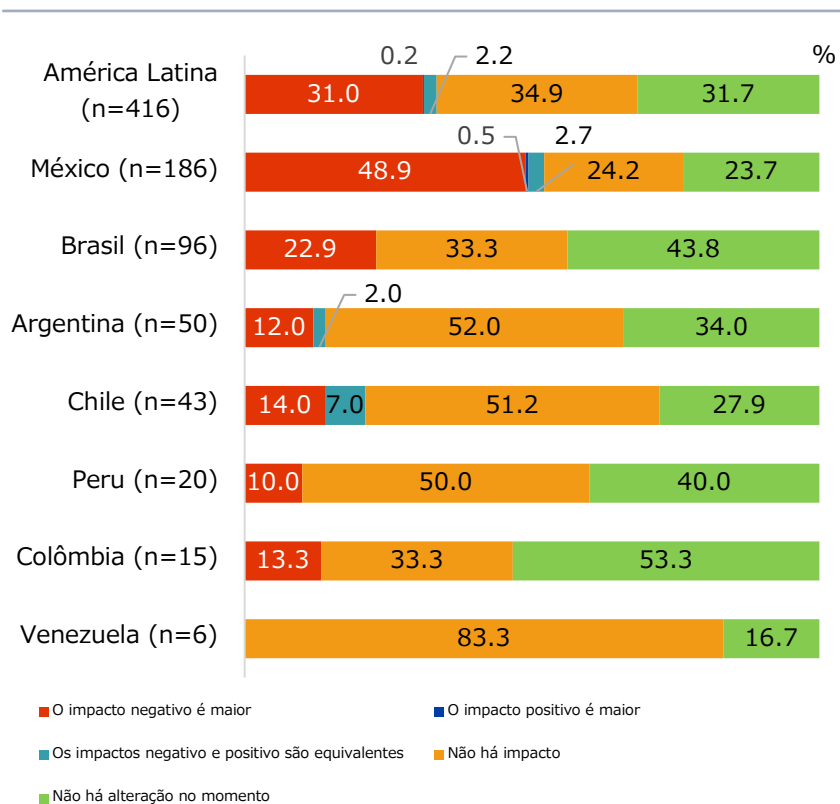


III. Os impactos das tarifas adicionais dos Estados Unidos

1 Os impactos das tarifas adicionais dos Estados Unidos no lucro operacional de 2025

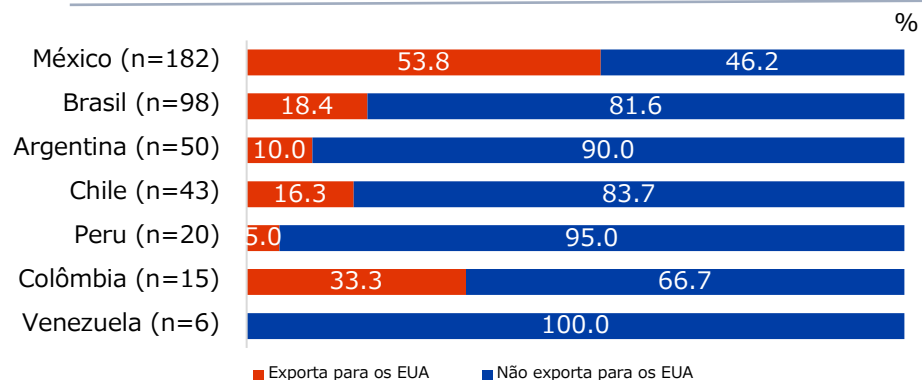
- No que tange ao lucro operacional estimado para 2025, o percentual das empresas que respondeu que **os impactos negativos do aumento das tarifas serão maiores do que os impactos positivos** foi particularmente alto no México (48,9%), onde há muitas empresas que **exportam para os EUA**.
- Por outro lado, o Brasil, que exporta menos para os EUA, registrou percentual de 22,9%. Além disso, em outros países da América do Sul, aos quais foram impostas taxas adicionais relativamente baixas, as empresas japonesas também estimam que os impactos sobre o lucro operacional devem ser pequenos.

Impactos das tarifas nas estimativas do lucro operacional de 2025 (por país)

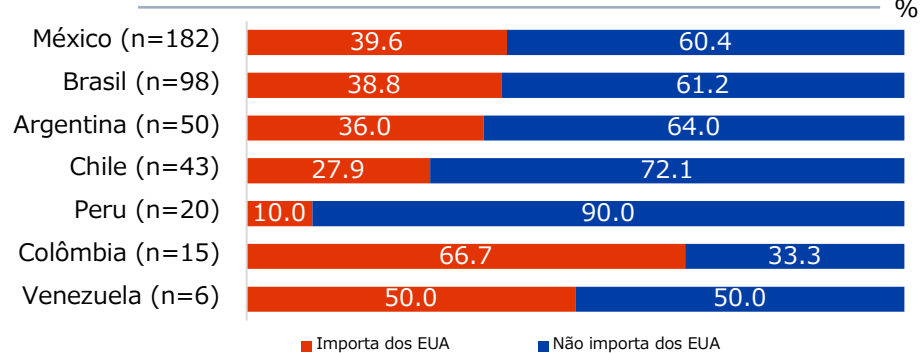


Nota 1: A modalidade de negócio (exportação ou importação) admite mais de uma resposta.
 Nota 2: "Indiretamente" significa "Negócios via parceiro comercial em 3º país."

Realiza exportação (direta/indireta) para os EUA? (por país)



Realiza importação (direta/indireta) dos EUA? (por país)



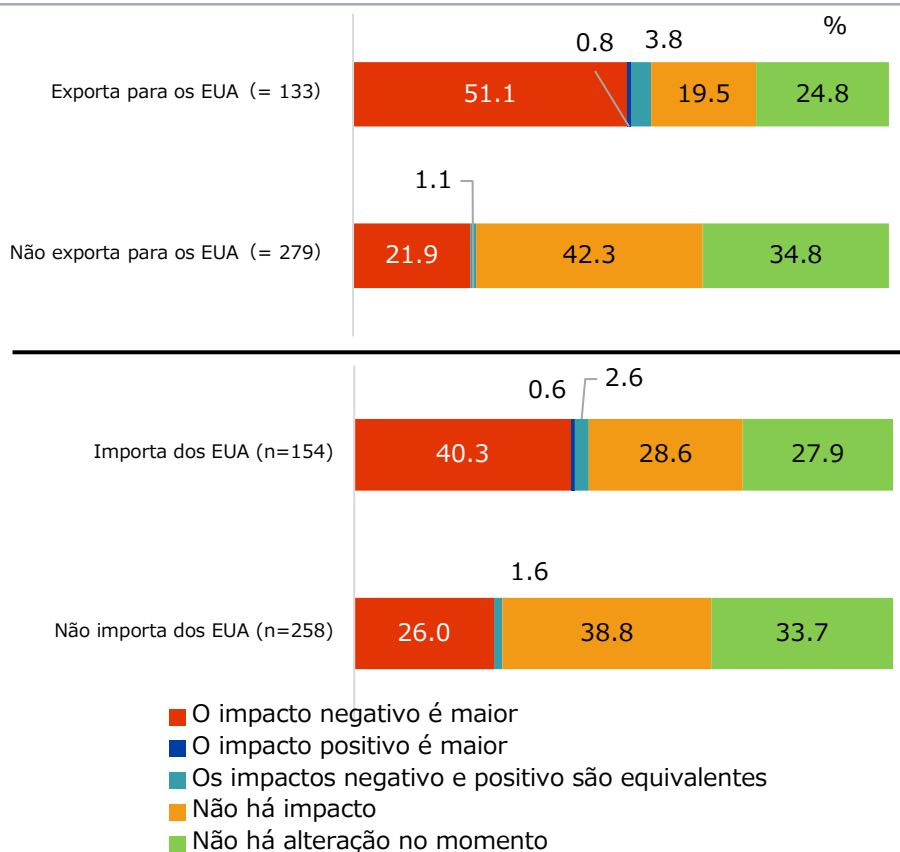
Nota 1: "Exporta para os EUA" inclui as empresas que responderam que exportam direta ou indiretamente. As demais são classificadas como "Não exporta para os EUA"

Nota 2: "Importa dos EUA" inclui as empresas que responderam que importam direta ou indiretamente. As demais são classificadas como "Não importa dos EUA."

2 | Impactos por modalidade de negócios com os Estados Unidos

- **O impacto negativo do aumento das tarifas foi sentido mais pelas empresas que mantêm negócios de importação e exportação com os Estados Unidos.** No México, mesmo entre as empresas que não negociam com os EUA, chegou a 32,4% o percentual das que apontaram impactos negativos.
- No Brasil, quase metade das empresas que exportam para os Estados Unidos responderam que há impacto negativo. Nos demais países da América Latina, observaram-se impactos especialmente em empresas que importam dos EUA

Impactos das tarifas nas estimativas do lucro operacional de 2025 (Por modalidade de negócios com os EUA)



Impactos das tarifas nas estimativas do lucro operacional de 2025: Percentual de respostas "impacto negativo" (Por modalidade de negócios com os EUA)

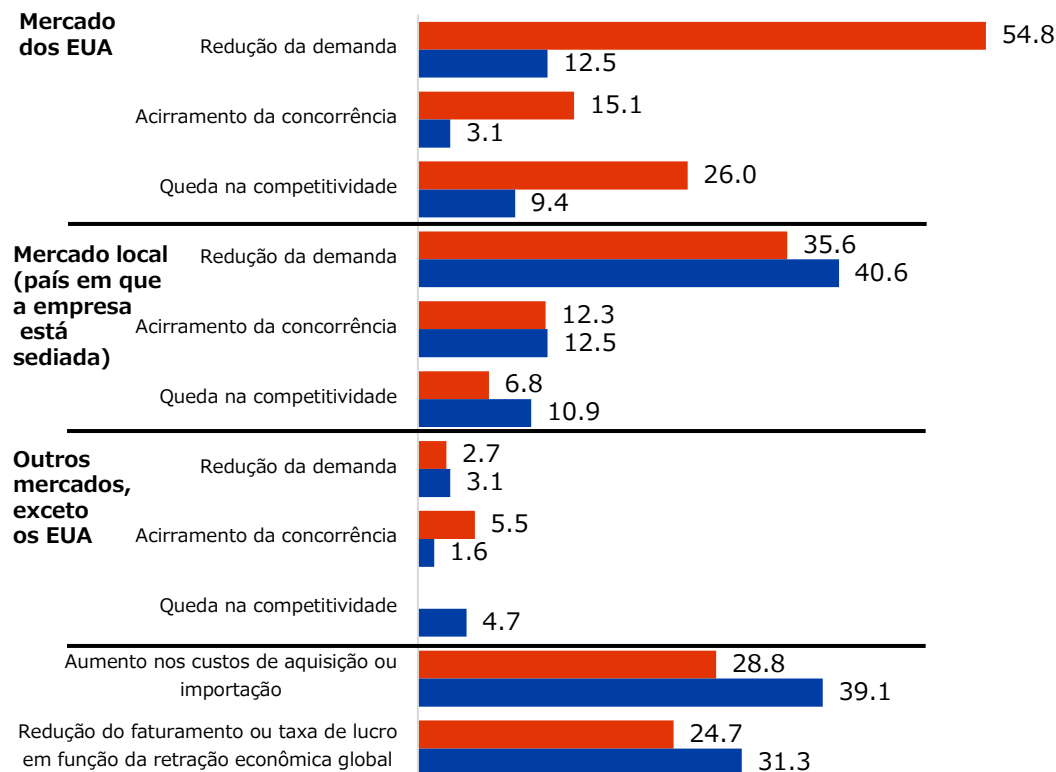
| | Exporta para os EUA | | Importa dos EUA | | Não negocia com os EUA | |
|------------------|---------------------|----------------------|-----------------|----------------------|------------------------|----------------------|
| | N.º empresas | Impacto negativo (%) | N.º empresas | Impacto negativo (%) | N.º empresas | Impacto negativo (%) |
| México | 98 | 58,2 | 72 | 51,4 | 37 | 32,4 |
| Brasil | 17 | 47,1 | 37 | 37,8 | 46 | 10,9 |
| Argentina | 5 | 20,0 | 18 | 22,2 | 24 | 4,2 |
| Chile | 7 | 14,3 | 12 | 33,3 | 23 | 4,3 |
| Peru | 1 | 0,0 | 2 | 50,0 | 17 | 5,9 |
| Colômbia | 5 | 20,0 | 10 | 20,0 | 3 | 0,0 |

Nota: Há empresas que se enquadram tanto em importação como em exportação.

3 | Motivos do impacto negativo provocado pelas tarifas adicionais dos EUA

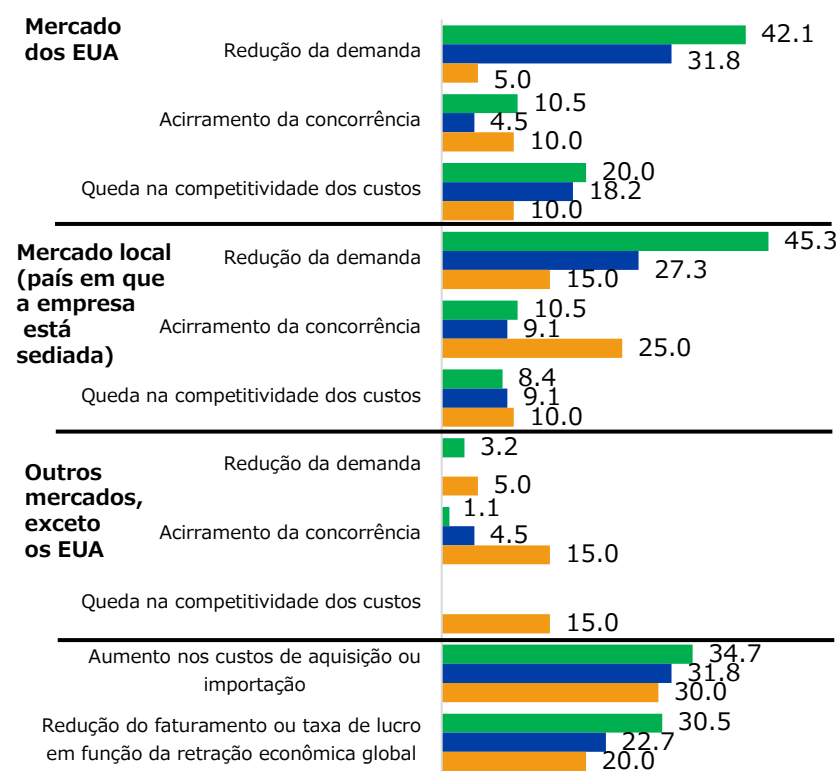
- Sobre o motivo de terem respondido que as medidas tarifárias têm impacto negativo, 54,8% das **empresas que exportam para os EUA** citaram a **“retração da demanda no mercado dos EUA”**. Por outro lado, entre as **empresas que não exportam para os EUA** muitas revelaram preocupações com a **“retração da demanda nos mercados locais”** ou **“aumento nos custos de aquisição ou importação”**.
- No recorte por país, as empresas no México citaram principalmente a redução da demanda nos mercados locais e nos EUA.

Motivo de ter respondido que há “impacto negativo” (por modalidade de negócio) %



■ Exporta para os EUA (= 73) ■ Não exporta para os EUA (= 64)

Motivo de ter respondido que há “impacto negativo” (México, Brasil e outros países) %



■ México (n=95) ■ Brasil (n=22) ■ Outros (n=20)

4 | Itens nos quais o impacto das tarifas sobre o lucro operacional é considerado maior

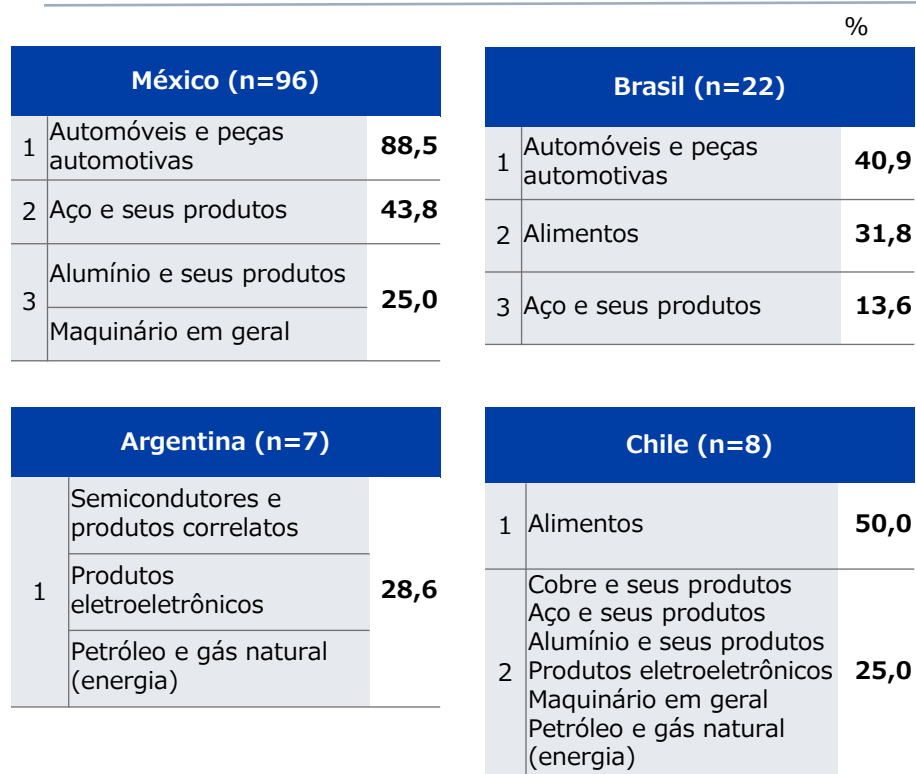
- Sobre os itens nos quais o impacto das tarifas sobre o lucro operacional é considerado maior, **71,5% das empresas responderam “Automóveis e peças automotivas”**. No México, há também um impacto significativo sobre o aço e o alumínio, que são sujeitos às tarifas adicionais com base na Seção 232 da Lei de Expansão Comercial de 1962, mesmo se tratando de produtos originários no âmbito do USMCA.
- Já no Brasil e no Chile, o item “alimentos” ficou no topo da lista, refletindo os negócios que as empresas sediadas nesses países mantêm com os Estados Unidos.

Itens nos quais o impacto das tarifas sobre o lucro operacional é considerado maior



■ América Latina (n=137)

Itens nos quais o impacto das tarifas sobre o lucro operacional é maior (Por país, apenas o item de maior impacto)



Nota: Foi possível escolher até 3 itens. O percentual corresponde ao número de empresas que selecionaram o respectivo item dividido pelo total de empresas respondentes.

5 | Enfrentamento das tarifas adicionais dos Estados Unidos

- Como maneira de enfrentar as medidas tarifárias dos EUA, **prevaleceu na América Latina como um todo a resposta “redução de custos na própria empresa”**. No México, destacaram-se as respostas relacionadas à intensificação da produção e das vendas para o mercado local, principalmente das empresas que exportam para os Estados Unidos.
- No Brasil e na Argentina, houve considerável número de empresas que escolheram “aumentar a produção nos mercados locais”, particularmente na indústria automobilística. Por outro lado, na **América Latina como um todo praticamente não houve a resposta “transferência da produção para os EUA”**.

Enfrentamento das tarifas adicionais dos Estados Unidos (múltiplas respostas permitidas)

(Unidade:%)

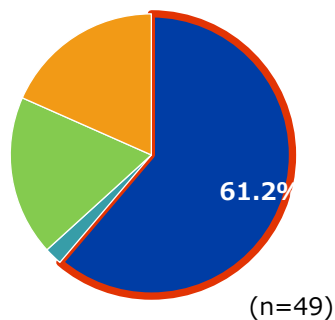
| | Redução dos custos na própria empresa | Aumento das vendas nos mercados locais | Negociação de preços com os fornecedores | Diversificação dos fornecedores | Repasse dos custos decorrentes do aumento das tarifas para o preço final | Alteração de matéria-prima e de peças | Aumento da produção nos mercados locais | Expansão para mercados fora dos Estados Unidos | Diversificação do local de produção | Redução da produção nos mercados locais | Redução das vendas nos mercados locais | Transferência da produção para os EUA |
|------------------------|---------------------------------------|--|--|---------------------------------|--|---------------------------------------|---|--|-------------------------------------|---|--|---------------------------------------|
| América Latina (n=403) | 46,7 | 33,5 | 31,3 | 29,0 | 21,6 | 16,6 | 15,9 | 12,2 | 10,2 | 2,5 | 2,5 | 2,0 |
| México (n=178) | 56,7 | 42,7 | 36,0 | 32,0 | 30,9 | 24,2 | 19,7 | 11,2 | 9,6 | 4,5 | 1,7 | 3,4 |
| Brasil (n=92) | 42,4 | 27,2 | 30,4 | 34,8 | 17,4 | 17,4 | 18,5 | 13,0 | 4,3 | 0,0 | 2,2 | 0,0 |
| Argentina (n=50) | 34,0 | 34,0 | 22,0 | 22,0 | 16,0 | 16,0 | 18,0 | 16,0 | 16,0 | 2,0 | 2,0 | 4,0 |
| Chile (n=42) | 40,5 | 16,7 | 26,2 | 19,0 | 11,9 | 0,0 | 4,8 | 11,9 | 14,3 | 2,4 | 7,1 | 0,0 |
| Peru (n=20) | 30,0 | 10,0 | 35,0 | 25,0 | 5,0 | 0,0 | 5,0 | 5,0 | 10,0 | 0,0 | 5,0 | 0,0 |
| Colômbia (n=15) | 40,0 | 40,0 | 33,3 | 26,7 | 6,7 | 0,0 | 0,0 | 20,0 | 26,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |

Nota: Registraram-se as respostas “Outros” e “Nada em específico”, porém não foram incluídas na tabela.

6 | Impactos sobre o México (resposta livre)

- Uma vez que o México abriga muitas empresas que exportam para os Estados Unidos, **muitas também foram as preocupações com a retração da demanda nos EUA**. Especialmente no segmento da indústria automotiva, que conta com a atuação de várias empresas japonesas, 61,2% do total entenderam que “há impacto negativo”.
- As empresas tentam usar o USMCA e reconfigurar as rotas de aquisição de insumos para amenizar os impactos das tarifas, porém, a revisão do USMCA que ocorrerá em julho de 2026 **gera insegurança e não permite prever o ambiente de negócios**.

Impactos das tarifas adicionais nas empresas do setor automotivo do México



- O impacto negativo é maior
- Os impactos negativo e positivo são equivalentes
- Não há impacto
- Não há alteração no momento

Nota: Dentre as empresas que atuam no México, “n” se refere a “equipamentos de transporte (carros e motos)” ou a “peças para equipamentos de transporte (carros e motos)”.

Impactos concretos causados pelas tarifas adicionais dos EUA nos negócios. (Resposta livre, expectativas e preocupações futuras)

Preocupações com a retração do mercado nos EUA

- Preocupações com a **redução das demandas dos clientes nos EUA**. (Peças para equipamentos de transporte)
- As montadoras (OEM) podem **diminuir a quantidade de pedidos caso transiram a produção para os EUA ou passem a usar fornecedores de lá**. (Peças para equipamentos de transporte)
- Os cliente podem mudar suas diretrizes e **causar uma redução do faturamento previsto**. (Plásticos)

Preocupações com a revisão do USMCA

- Existe a preocupação de que, **com o endurecimento das regras de origem**, nossos próprios produtos não possam se beneficiar do USMCA. (Plásticos).
- Desordem na cadeia de fornecedores caso haja **restrições ao uso de peças fabricadas na China**. (Trading)
- Importamos grande volume de produtos de pessoas jurídicas americanas, e a revisão das tarifas pode acarretar um **aumento dos custos de aquisição**, o que é preocupante. (Comércio)
- No momento, é muito difícil fazer previsões concretas**; na prática, resta apenas acompanhar o desenrolar das negociações comerciais entre México e Estados Unidos e a revisão do USMCA. (Equipamentos de transporte)
- Deve-se eliminar as incertezas do ambiente de negócios. Esperamos uma solução célere. (Peças para equipamentos de transporte)

Importância do USMCA

- Como beneficiários do USMCA, no **momento não sentimos o impacto das tarifas**. (Outras do segmento industrial)
- Destacar a estabilidade dos preços em conformidade com o USMCA** e buscar fechar contratos. (Peças para equipamentos de transporte)

Impactos das mudanças nas rotas de aquisição

- Estamos debatendo sobre a **necessidade de adquirir, na região norte americana, a matéria prima** que hoje é importada do Japão. (Peças para equipamentos de transporte)
- Temos muitos produtos japoneses que são importados por intermédio de pessoa jurídica americana, **mas vamos mudar para a importação direta do Japão**. (Comércio)
- Temos vontade de avançar nas aquisições locais, mas são poucos os fabricantes que conseguem garantir a qualidade, e, quando existem, eles não têm mais disponibilidade (Trading)

7 | Impactos sobre os países da América do Sul (resposta livre)

- Na América do Sul, observa-se **um movimento de mudança** na aquisição de insumos, **de um modelo de aquisição via Estados Unidos para rotas que passam por outras regiões ou para a importação direta.**
- Mesmo entre as empresas que não realizam importação ou exportação direta com os Estados Unidos, foram numerosas as preocupações com possíveis impactos indiretos, tais como a instabilidade do preço dos recursos minerais, a degradação do desempenho dos parceiros comerciais, ou o declínio da economia como um todo. Além disso, a **entrada de produtos chineses** foi uma preocupação manifestada por parte dos segmentos que atuam no Brasil.

Impactos concretos causados pelas tarifas adicionais dos EUA nos negócios. (Resposta livre, expectativas e preocupações futuras)

Colômbia e Venezuela

- Retração da demanda devidos às restrições das maiores empresas americanas locais. (Venezuela, Equipamentos de transporte)
- Por causa do arrefecimento das exportações para os EUA, existe também um movimento para fortalecer a exportação para a Colômbia e países vizinhos. (Colômbia, Trading)
- Grupos empresariais e clientes estão sofrendo o impacto. A influência indireta, que resulta em aumento dos preços e queda no volume de negociações, é preocupante. (Colômbia, Trading)

Peru

- Preocupação com o declínio do mercado por causa do aumento das tarifas. (Atacadista)
- Com a queda da demanda por zinco e cobre e a redução da intensidade de operação das fundições, diminui também a demanda por concentrado de minério (Mineração).
- Entrada no mercado peruano de produtos fabricados em outros países. (Atacadista)

Chile

- Pode-se pensar em impactos positivos para os produtos agrícolas exportados do Chile para os EUA, quando a taxa tarifária é maior para os países concorrentes. (Comércio)
- Adoção de medidas para contornar as tarifas, incluindo trânsito por entrepostos aduaneiros nos EUA e o estudo de rotas logísticas alternativas fora dos EUA. (Comércio)
- Caso haja novo ajuste entre oferta e demanda por recursos minerais, aumenta o risco de variação nos preços. (Metais não ferrosos)

Brasil

- Embora haja exportação e importação direta com os EUA, o **volume de operações é muito pequeno em relação aos negócios como um todo**, por isso impacto é leve. (Equipamentos de transporte)
- Não há impacto direto para nossa empresa, **mas parte dos clientes que mantêm negócios de exportação para os EUA estão sofrendo os impactos, o que nos afeta indiretamente.** (Maquinário em geral)
- Há um declínio na economia brasileira em geral**, e a preocupação está na redução da demanda doméstica em decorrência disso. (Comércio)
- Queda no preço de venda por causa da entrada de **produtos chineses mais baratos.** (Químicos e petroquímicos)
- Produtos chineses baratos que são vendidos nos Estados Unidos podem ficar difíceis de vender por causa das altas tarifas, e a preocupação é que o estoque excedente acabe entrando no mercado brasileiro. (Químicos e petroquímicos)

Argentina

- Transferir o estoque que está nos Estados Unidos para a zona franca do Panamá. (Comércio)
- Deixar de adquirir insumos via EUA para **começar a importar diretamente da Ásia.** (Impressão, publicação)
- Em decorrência do aumento dos preços de compra dos produtos norte-americanos, estamos analisando a compra direta do país de origem. (Telecomunicação, IT etc.)
- Diversificar as regiões dos mercados de destino** para diminuir a dependência dos Estados Unidos, (Peças para equipamentos de transporte)

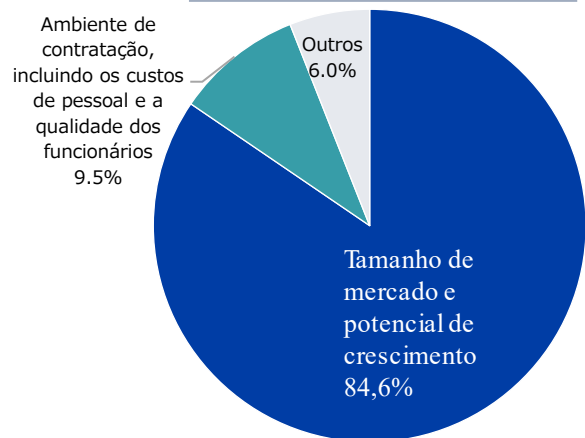
Nota: Com o objetivo de elucidar a intenção da resposta, foram feitas alterações sutis, de modo a não perder o sentido do texto original das respostas discursivas.

IV Ambiente de investimentos

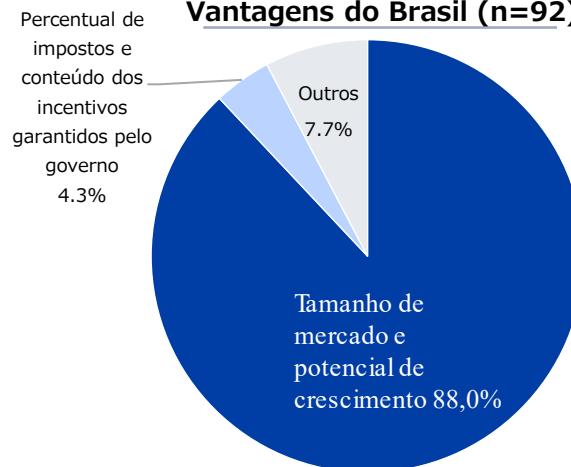
1 | Vantagens e desvantagens do ambiente de investimentos - México e Brasil

- Dentro do bloco econômico da América do Norte, o **México** se destaca pelo **baixo custo com pessoal**, porém várias empresas criticam a morosidade na atuação das autoridades locais, principalmente nos aspectos tributários. **A deterioração da segurança pública também gera grandes preocupações sobre a integridade dos expatriados.**
- **Dentre os países incluídos nesta pesquisa, o Brasil foi o que mais citou o "tamanho do mercado e potencial de crescimento", atingindo 88,0%.** Muitas empresas apontam a complexidade do sistema tributário como desvantagem.

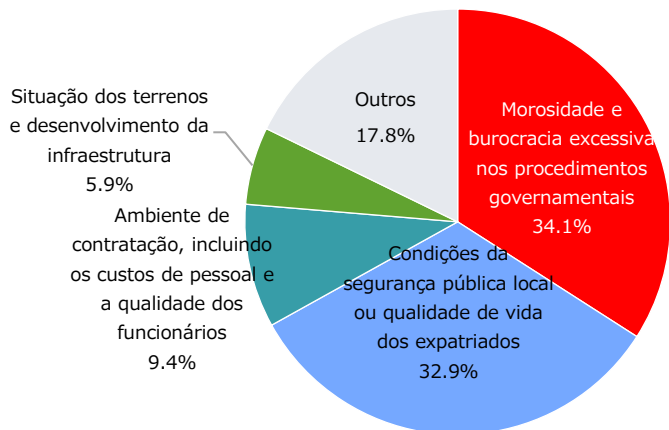
Vantagens do México (n=169)



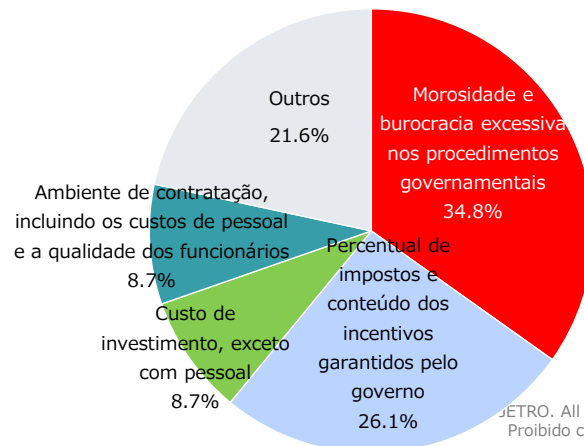
Vantagens do Brasil (n=92)



Desvantagens do México (n=170)



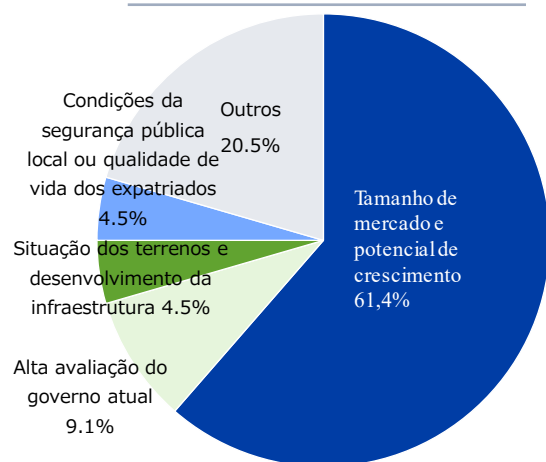
Desvantagens do Brasil (n=92)



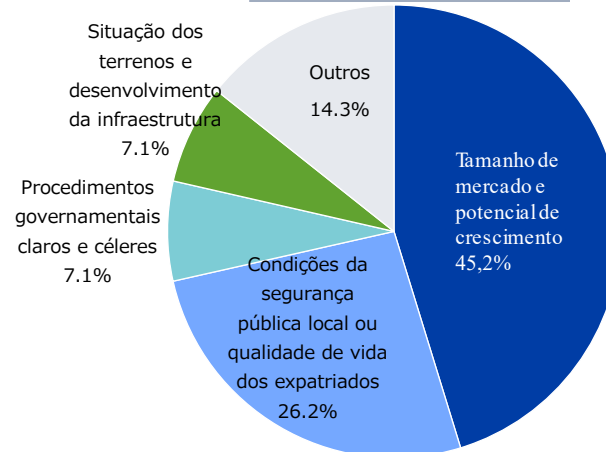
2 | Vantagens e desvantagens do ambiente de investimentos -Argentina e Chile

- **Apenas a Argentina apontou como uma das principais vantagens a “alta avaliação do governo atual”.** Mas ao mesmo tempo em que o governo atual, que avança em reformas, é bem avaliado, por outro, algumas empresas apontam que a recorrência nas mudanças das regras é uma desvantagem.
- Na América Latina, **o Chile** é o país com a maior proporção de empresas que consideram as **“Condições da segurança pública local ou qualidade de vida dos expatriados” como uma vantagem.** E o Chile é o único país na América Latina onde a complexidade na obtenção de vistos é mencionada como uma das principais desvantagens.

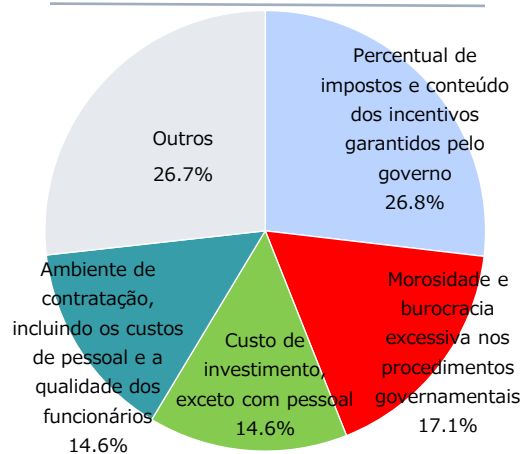
Vantagens da Argentina (n=44)



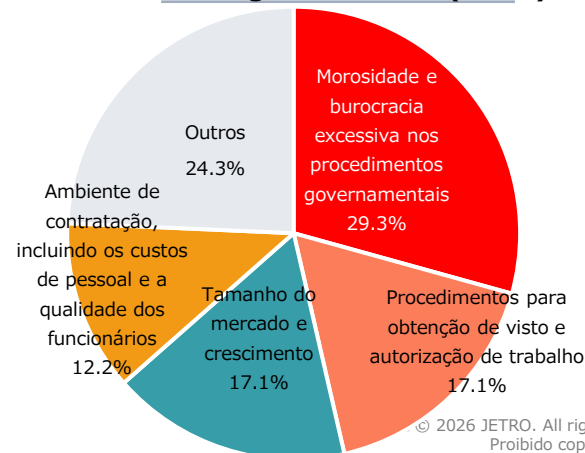
Chile Vantagens (n=42)



Desvantagens da Argentina (n=41)



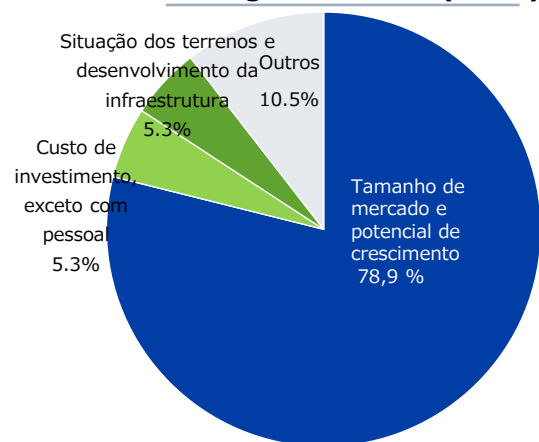
Desvantagens do Chile (n=41)



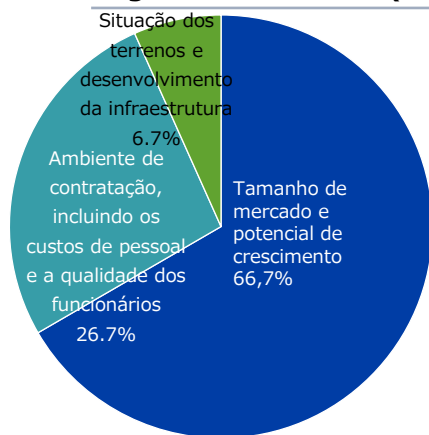
3 | Vantagens e desvantagens do ambiente de investimentos – Peru, Colômbia e Venezuela

- Na América Latina, a Colômbia teve a maior proporção de respostas que apontam como vantagem o **“ambiente de contratação, incluindo os custos de pessoal e a qualidade dos funcionários”**, tendo havido comentários reconhecendo especialmente a dedicação e diligência dos funcionários.
- Como desvantagem no Peru foi apontada a morosidade nos processos de licenciamento.

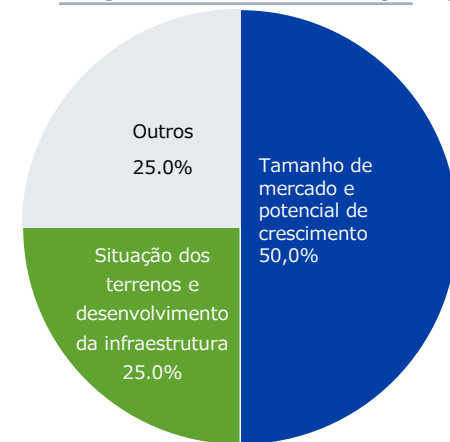
Vantagens do Peru (n=19)



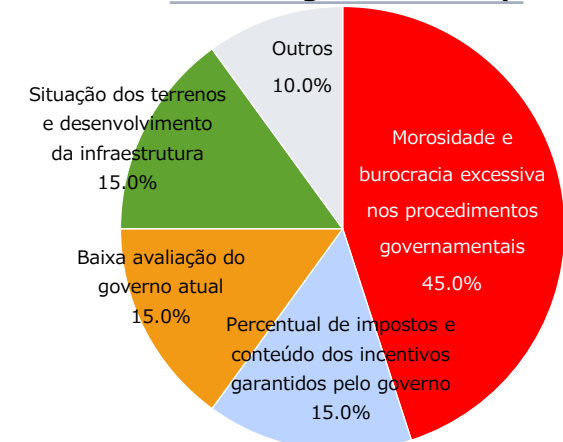
Vantagens da Colômbia (n=15)



Vantagens da Venezuela (n=4)



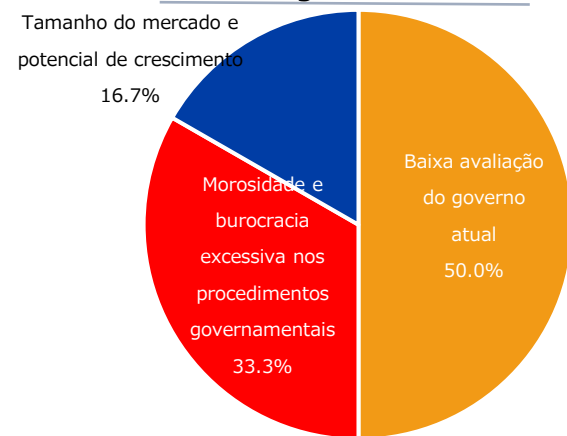
Desvantagens do Peru (n=20)



Desvantagens da Colômbia (n=15)



Desvantagens da Venezuela (n=6)



4 | Incertezas e expectativas para o futuro

Expectativas para o futuro

México

- Manutenção do USMCA. (várias empresas)
- Vantagem geográfica de ser próximo aos Estados Unidos. (várias empresas)
- O México tem a pobreza e desigualdade, mas a impressão é que a faixa da classe média está aumentando. Ainda, podem-se esperar por novas demandas, porque o envelhecimento da sociedade já começou. (Serviços jurídicos, contábeis, fiscais e similares)
- Fomento à indústria nacional anunciado pelo Plano México. (Comércio)
- Desenvolvimento das políticas de energia. (várias empresas)
- É mais *pro-business* que o governo anterior, demonstrando determinado respeito ao tratar com as empresas japonesas. (Equipamentos de transporte)

Brasil

- Reforma tributária para simplificar o sistema fiscal e redução das alíquotas. (várias empresas)
- Crescimento do mercado (várias empresas)
- Fortalecimento da competitividade dos produtos japoneses através da celebração de um Acordo de Parceria (APE) com o Japão. (*Trading*)
- Estabilidade e melhoria do ambiente de negócios no câmbio, juros para aquisições e outros. (Produtos químicos e petroquímicos)

Argentina

- Que o governo atual mantenha a tendência de liberalização econômica. (Várias empresas)
- Revisão da legislação trabalhista de forma que seja mais vantajosa para o empregador. (Telecomunicação, IT etc.)

Chile

- Pode-se esperar um futuro crescimento econômico por causa da sua riqueza em recursos minerais, tais como o cobre, lítio, terras raras e outros. (Comércio)
- A grande expectativa é que seja facilitada a obtenção de licenciamento ambiental. (Metais não ferrosos)

Peru

- Mais iniciativas do governo atual para flexibilizar as regras e promover os investimentos. (*Trading*)

Colômbia

- Nas eleições presidenciais de 2026, espera-se a alternância para um governo mais liberal que torne as políticas e finanças mais previsíveis. (*Trading*)
- Com as estratégias de digitalização orientadas pelo governo, esperam-se algum aumento de oportunidades de negócios. (Telecomunicação, IT etc.)

Venezuela

- Uma mudança de governo levaria à suspensão das sanções econômicas dos EUA, o que permitiria a estabilização da economia e um mercado mais dinâmico. (várias empresas)

Incertezas para o futuro

México

- Deterioração da segurança pública. (várias empresas)
- As despesas com pessoal estão aumentando em ritmo acelerado. (várias empresas)
- Grande dependência econômica dos Estados Unidos. (várias empresas)
- A inflação aumenta todos os anos, e o repasse nos preços não é suficiente para acompanhar o aumento salarial. (*Trading*)

Brasil

- Se nas próximas eleições presidenciais for eleito um governo de esquerda pelo segundo mandato consecutivo, o receio será o aumento das despesas com pessoal. (*Trading*)
- Além da instabilidade na inflação, variação dos juros e câmbio, a falta de transparência na reforma tributária e nas alterações das regras é um fator preocupante para a gestão da empresa. (Não bancária)
- Processos trabalhistas recorrentes. (Vestuário e produtos têxteis)

Argentina

- O risco de degradação do ambiente de investimentos, que foi melhorado pelo governo atual, caso ocorra a troca de governo no futuro. (várias empresas)
- Declínio do mercado e piora na economia provocados pela desvalorização da moeda. (várias empresas)

Chile

- Deterioração da segurança pública. (várias empresas)
- Demora muito tempo para obter o visto, renová-lo e emitir a identidade dos expatriados. (várias empresas)

Peru

- Instabilidade política e deterioração da segurança pública. (várias empresas)
- Aumento da mineração ilegal. (Metais não ferrosos)

Colômbia

- A ausência de um Acordo de Parceria Econômica - APE entre o Japão e a Colômbia resulta em desvantagens. (Várias empresas)

Venezuela

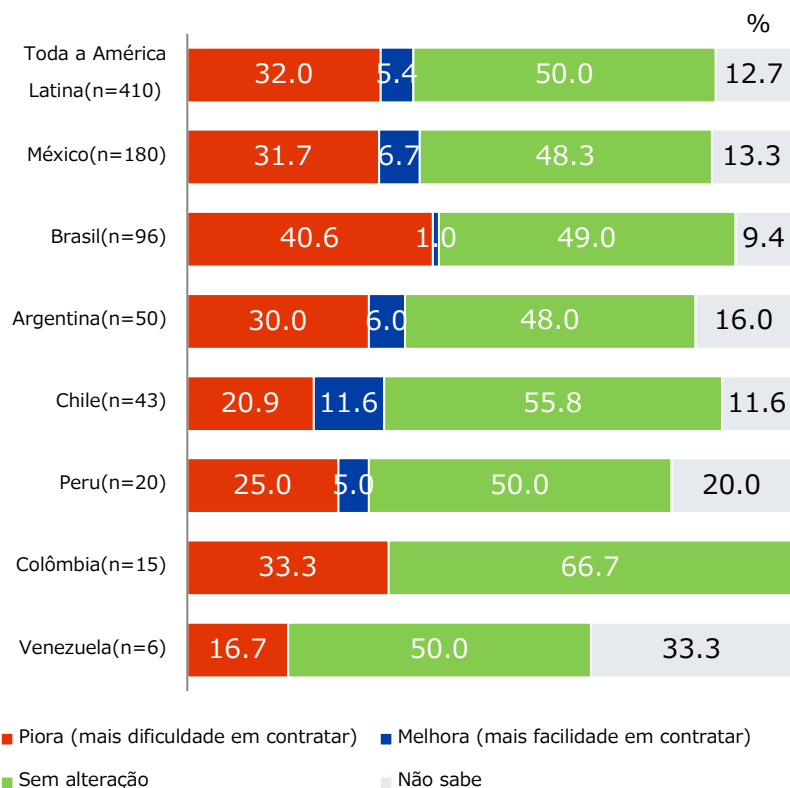
- O governo não muda as diretrizes, e os Estados Unidos não atenuam as sanções. Se continuar assim, teme-se pela estagnação da economia. (Comércio)

Nota: Com o objetivo de elucidar a intenção da resposta, foram feitas alterações sutis, de modo a não perder o sentido do texto original das respostas discursivas.

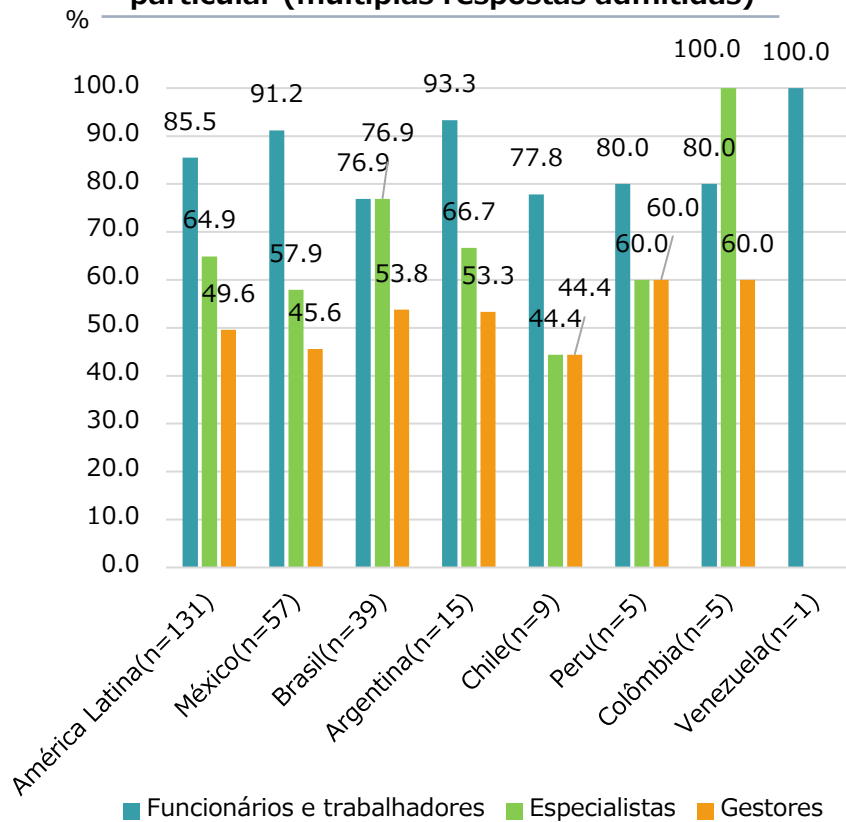
5 | Disponibilidade e retenção dos recursos humanos

- Nos últimos dois anos, a **deterioração da disponibilidade e retenção de recursos humanos no mercado de trabalho tem sido particularmente notória no Brasil**, que foi o único país com mais de 40% dos entrevistados relatando "piora".
- Em termos de tipo de ocupação, a **contratação de "funcionários e trabalhadores" é a que mais apresenta piora** em todos os países, exceto na Colômbia.

Disponibilidade e retenção dos recursos humanos locais nos últimos 2 anos

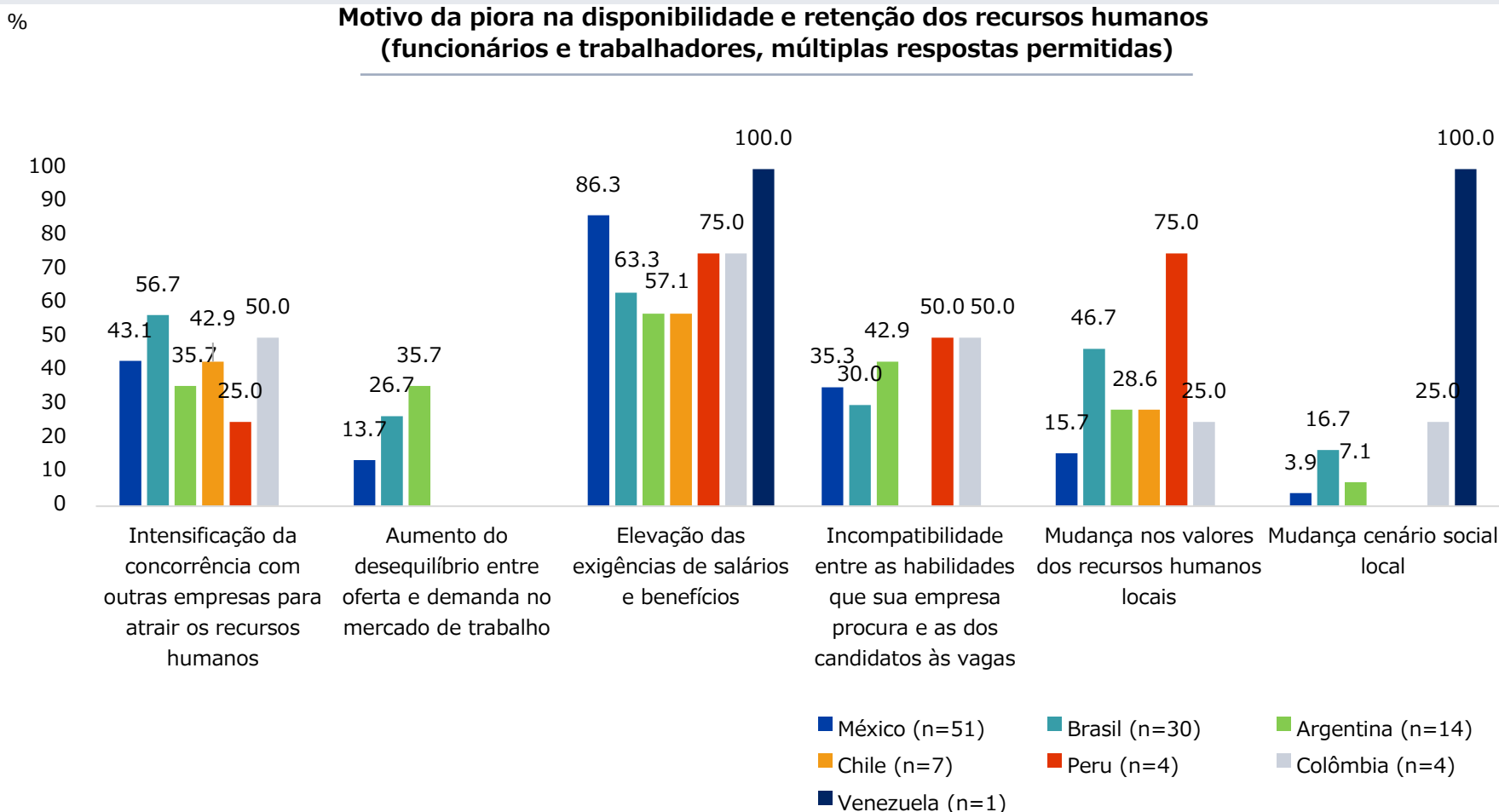


Profissões cujas condições sofreram piora em particular (múltiplas respostas admitidas)



6 | Motivos da piora na disponibilidade e retenção de recursos humanos

- Na categoria "funcionários e trabalhadores", cuja oferta e procura estão especialmente apertadas, a razão mais comum apontada para o agravamento da situação em quase todos os países é o "aumento das exigências salariais e de outros benefícios". A quantidade dos que optaram por "intensificação da concorrência com outras empresas para atrair os recursos humanos" no geral também foi alta, permitindo supor que **existe uma conjuntura de aumento das exigências por remuneração e benefícios decorrente da intensificação da concorrência com outras empresas.**



7 | Empresas com as quais a competição relacionada à atração de recursos humanos está se tornando especialmente mais acirrada

- Na disputa para atrair recursos humanos, com exceção do México e da Venezuela, a maioria respondeu que a **concorrência com empresas locais está mais intensa**. Na América Latina em geral, as empresas chinesas ocupam o segundo lugar.
- No México e no Brasil, países onde há forte presença de empresas japonesas, cerca de 30% responderam que outras empresas japonesas são suas principais concorrentes, **mas em outros países, nos quais o número de empresas japonesas é relativamente pequeno, a quantidade de entrevistados que afirmou serem as empresas chinesas suas maiores rivais superou o número dos que competem com outras japonesas**.

Empresas com os quais a competição relacionada à atração de recursos humanos está se tornando especialmente mais acirrada (múltiplas respostas admitidas)

(Unidade:%)

| | Empresas locais | Empresas japonesas | Empresas chinesas | Empresas taiwanesas | Empresas dos EUA | Empresas europeias | Empresas sul-coreanas | Empresas indianas | Outros | Não há intensificação da concorrência com outras empresas |
|-------------------------------|-----------------|--------------------|-------------------|---------------------|------------------|--------------------|-----------------------|-------------------|--------|---|
| América Latina (n=399) | 37,3 | 23,3 | 24,8 | 1,0 | 17,0 | 16,8 | 6,5 | 1,0 | 1,3 | 30,8 |
| México (n=176) | 31,3 | 33,0 | 31,3 | 1,7 | 18,2 | 15,9 | 9,7 | 0,6 | 0,0 | 32,4 |
| Brasil (n=90) | 46,7 | 27,8 | 21,1 | 1,1 | 17,8 | 22,2 | 6,7 | 2,2 | 1,1 | 17,8 |
| Argentina (n=50) | 46,0 | 10,0 | 14,0 | 0,0 | 20,0 | 18,0 | 0,0 | 2,0 | 4,0 | 30,0 |
| Chile (n=43) | 37,2 | 7,0 | 18,6 | 0,0 | 14,0 | 14,0 | 2,3 | 0,0 | 2,3 | 44,2 |
| Peru (n=19) | 36,8 | 5,3 | 26,3 | 0,0 | 5,3 | 10,5 | 5,3 | 0,0 | 5,3 | 31,6 |
| Colômbia (n=15) | 33,3 | 6,7 | 20,0 | 0,0 | 20,0 | 13,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 40,0 |
| Venezuela (n=6) | 16,7 | 0,0 | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 16,7 | 0,0 | 0,0 | 66,7 |

8 | Iniciativas para a contratação e estabilidade dos recursos humanos

- Em toda a América Latina, a maioria das empresas adota estratégias de **“Benefícios sociais e promoção de ambiente de trabalho confortável”** para garantir a contratação e estabilidade dos recursos humanos. Em termos concretos, muitas comentaram que oferecem contratação com regime flexível, teletrabalho, subsídio alimentar e outros incentivos.
- Várias empresas também implementaram a “Melhoria nos benefícios salariais”. **No entanto, sobretudo no México e no Brasil, muitas empresas enfrentam um forte aumento das despesas com pessoal**, e a decisão de reajustar os salários para manter os recursos humanos é muito difícil.

Iniciativas para a contratação e estabilidade dos recursos humanos (múltiplas resposta permitidas)



Nota: Com o objetivo de elucidar a intenção da resposta, foram feitas alterações sutis, de modo a não perder o sentido do texto original das respostas discursivas.

Iniciativas para a contratação e estabilidade dos recursos humanos

Estratégias na hora da contratação

- Contratação por meio de **escolas profissionalizantes**. (várias empresas)
- Uso de **redes sociais**, tais como Facebook, LinkedIn, TIKTOK. (várias empresas)
- Contratação de recém formados do Japão. (México, comércio)
- Contrato com empresa do mesmo segmento que encerrou as atividades para contato com funcionários que têm habilidades e experiência na área de produção. (México, peças para equipamentos de transporte)
- Aumentar a abrangência geográfica das contratações. (Brasil, Equipamentos eletroeletrônicos)
- Acolher **estagiários** e efetivá-los posteriormente. (México, trading)

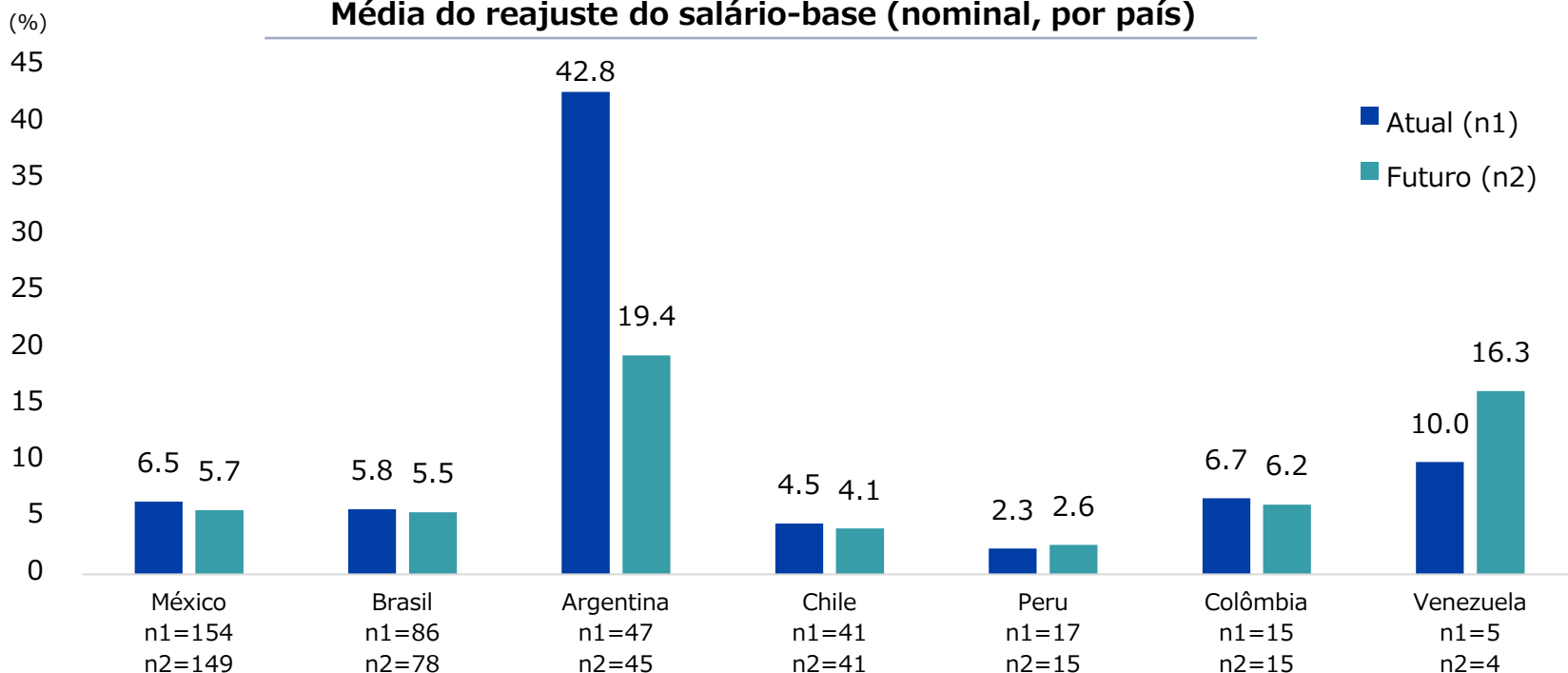
Estratégias para a estabilidade

- Obter certificação GPTW, Melhores Empresas Para Trabalhar. (Brasil, trading)
- Educação à distância em disciplinas das áreas de estratégia, marketing, estatística etc., ofertando **oportunidades de ingressar em programas de MBA**. (Brasil, maquinário em geral)
- Aumentar os incentivos** para os funcionários com melhor avaliação. (várias empresas)
- A empresa oferece apoio para a obtenção de título acadêmico em programas de pós-graduação profissional, quando voltado ao aprimoramento da especialização ligada às atribuições do funcionário (área contábil e jurídica). (México, comércio)
- Introdução de sistemas de carga de trabalho flexível ou de teletrabalho. (várias empresas)
- Fornecer um kit de material escolar para funcionários com filhos em idade escolar. (México, peças para equipamentos de transporte)
- Financiamento para aquisição de casa própria a juros baixos. (Chile, fibras)
- Em vez de contratar cargos de gestão de fora, a empresa **treina e capacita internamente os candidatos a gestores**, melhorando assim o desempenho geral. (México, produtos metálicos)
- Realizar eventos** como excursões de funcionários e dia da família. (várias empresas)
- Instaurar regime de **transferência para outros departamentos por solicitação individual**. (México, peças para equipamentos de transporte)

9 | Média do reajuste do salário-base

- A **Argentina**, que por muito tempo teve uma alta inflação, viu a introdução de políticas de controle inflacionário pelo governo atual, o que **reduziu significativamente o índice de reajuste salarial das empresas japonesas**. O índice, que em 2024 foi de 149,7%, sofreu forte queda.
- Em comparação a 2024, **apenas o Brasil teve aumento no índice de reajuste salarial**. Isso se deve provavelmente ao crescimento da inflação de 0,9 pontos percentuais em relação ao ano anterior, indicando uma tendência inflacionária mais forte, quando comparado a outros países.

Média do reajuste do salário-base (nominal, por país)



Referência: taxa de inflação por país (em 10/2025)

(Unidade:%)

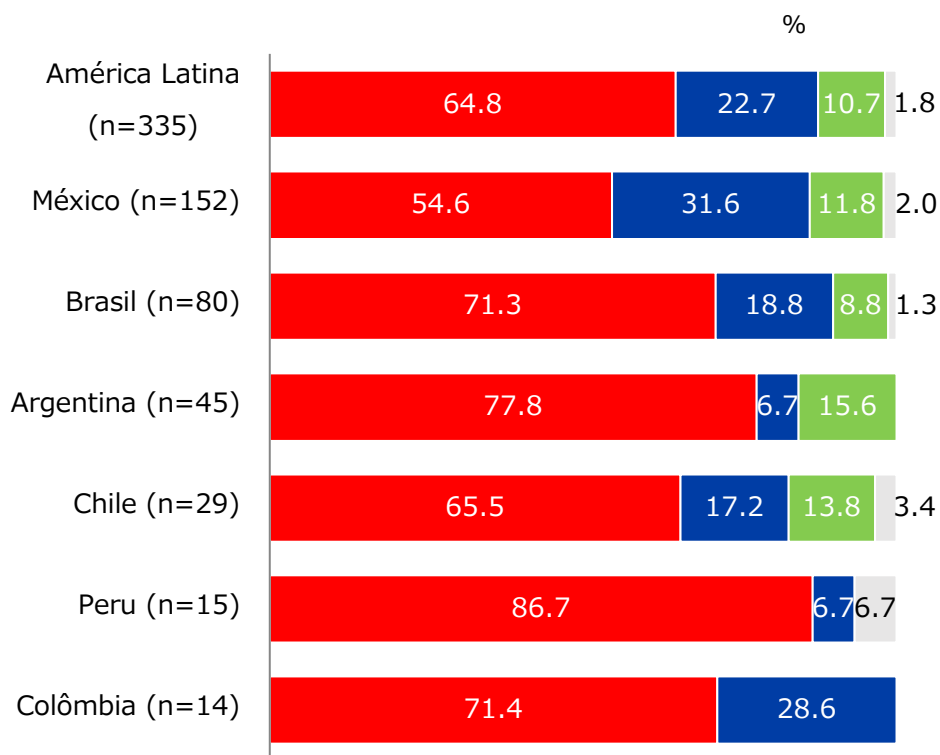
| México | Brasil | Argentina | Chile | Peru | Colômbia | Venezuela |
|--------|--------|-----------|-------|------|----------|-----------|
| 3,9 | 5,2 | 41,3 | 4,3 | 1,7 | 4,9 | 269,9 |

V. Mudanças no ambiente competitivo

1 | Situação da concorrência no país em que a empresa está sediada

- No geral, as empresas que sentem a intensificação da concorrência chega aos 60%. **A principal causa apontada é o crescimento as empresas chinesas.**
- **Com a contínua abertura do mercado argentino**, algumas das empresas que já produziam no país afirmaram que agora **enfrentam a concorrência com produtos importados**, disputa essa cada vez mais intensa.

Acirramento da concorrência em comparação ao ano anterior



■ Sim ■ Não ■ Não sabe ■ Não existe concorrência no mercado destino

Principais fatores do acirramento da concorrência (resposta livre)

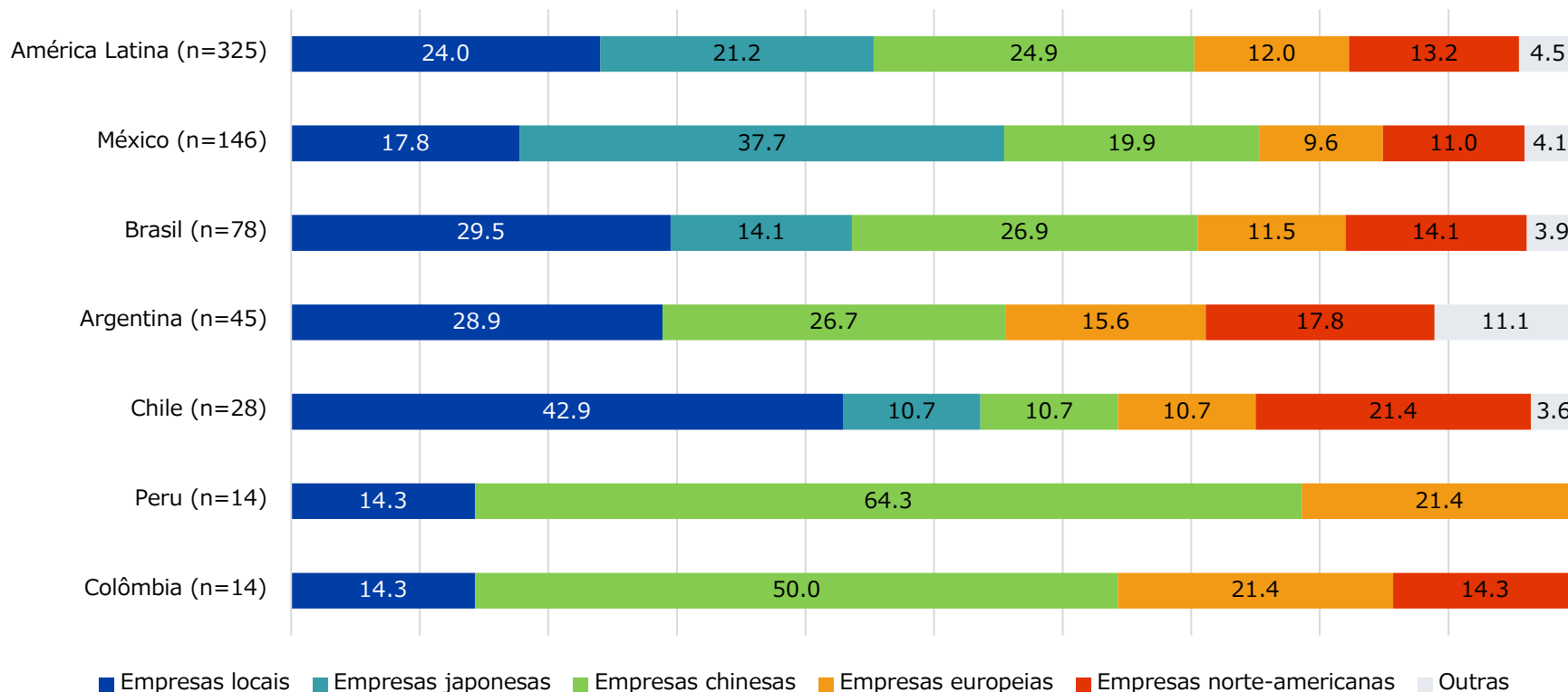
- Ascensão das **empresas chinesas**. (várias empresas)
- Há uma grande penetração de empresas chinesas que foram excluídas do comércio com os Estados Unidos e agora estão se instalando no país. (México, peças para equipamentos de transporte)
- Reagindo à piora na economia interna da China, **as empresas chinesas aumentam a exportação para o Brasil**. Por esse motivo, os estoques das empresas na China aumentaram bruscamente, intensificando as vendas a **preços baixos**. (Brasil, maquinário em geral)
- Nossa rota logística passa pelos Estados Unidos, e somos afetados pelas políticas tarifárias (dos EUA), mas muitos de nossos concorrentes importam produtos sem passar pelos Estados Unidos, gerando disparidades nos custos de compra e dificultando a competitividade nos preços. (Chile, comércio)
- **Abertura da economia e do mercado**. (Argentina, várias empresas)
- A flexibilização das regras resulta na facilitação da importação, favorecendo a comparação dos preços dos produtos com os da nossa empresa, o que intensifica a concorrência. (Argentina, peças para equipamentos de transporte)
- Aumento de redes comerciais com **marcas próprias**. (México, comércio)
- **Junto com o aumento do custo de vida e das despesas com pessoal**, há pressão por preços mais competitivos, apesar do grande esforço que já é necessário apenas para manter a qualidade e os prazos de entrega. (México, peças para equipamentos de transporte)
- Aumento de produtos copiados e falsificados. (Brasil, comércio)
- Devido ao fraco desempenho das montadoras japonesas, a competição de preços se intensificou, tendendo a priorizar o lado dos custos. (México, peças para equipamentos de transporte)

Nota: Com o objetivo de elucidar a intenção da resposta, foram feitas alterações sutis, de modo a não perder o sentido do texto original das respostas discursivas.

2 | O maior concorrente no mercado onde a empresa está sediada

- Na América Latina como um todo, os maiores concorrentes foram as "empresas chinesas", "empresas locais" e "empresas japonesas"; cada resposta representou mais de 20%, sendo que as **"empresas chinesas" se destacaram por uma pequena margem**, com aumento de 4,6 pontos percentuais em relação ao ano anterior.
- Dobrou o número de empresas que responderam "empresas chinesas" no Peru.** Em uma ampla gama de setores, as empresas chinesas são vistas como as maiores concorrentes em comparação ao ano anterior.

O maior concorrente no mercado onde a empresa está sediada %

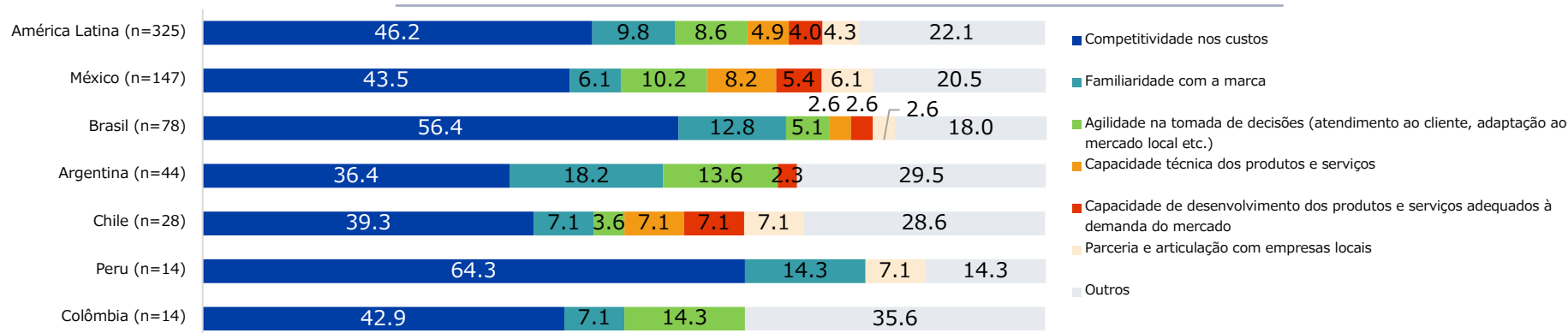


3 | Motivos para classificar uma empresa como maior concorrente

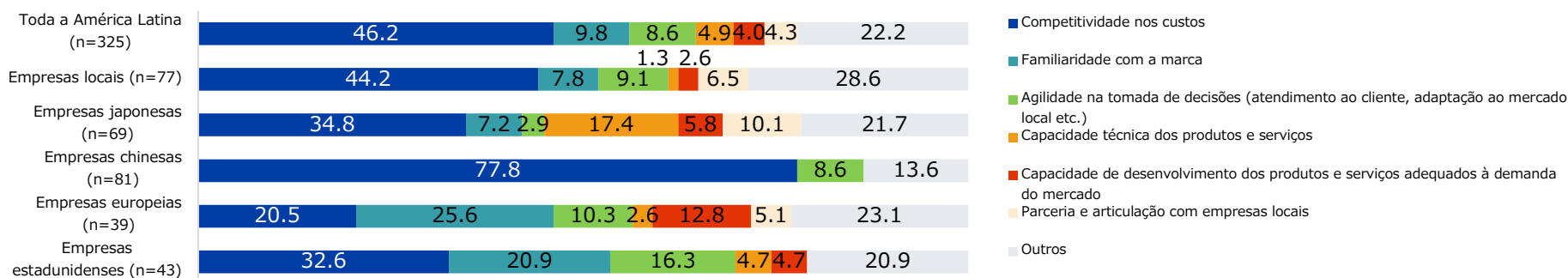
- O motivo mais comum para classificar uma empresa como maior concorrente foi a **“competitividade nos custos”**. Esse foi o motivo escolhido por 70% das empresas que apontaram as “empresas chinesas como maiores concorrentes. Muitos comentários **expressaram as dificuldades com a ofensiva de preços das empresas chinesas**.
- “Familiaridade com a marca” foi o motivo que ficou em segundo lugar, mas a maioria das empresas que escolheram esse motivo indicaram empresas europeias, americanas, locais e japonesas como suas principais concorrentes.

Motivos para classificar uma empresa como maior concorrente (por país)

%



Motivos para classificar uma empresa como maior concorrente (América Latina, por país/região de origem do concorrente)

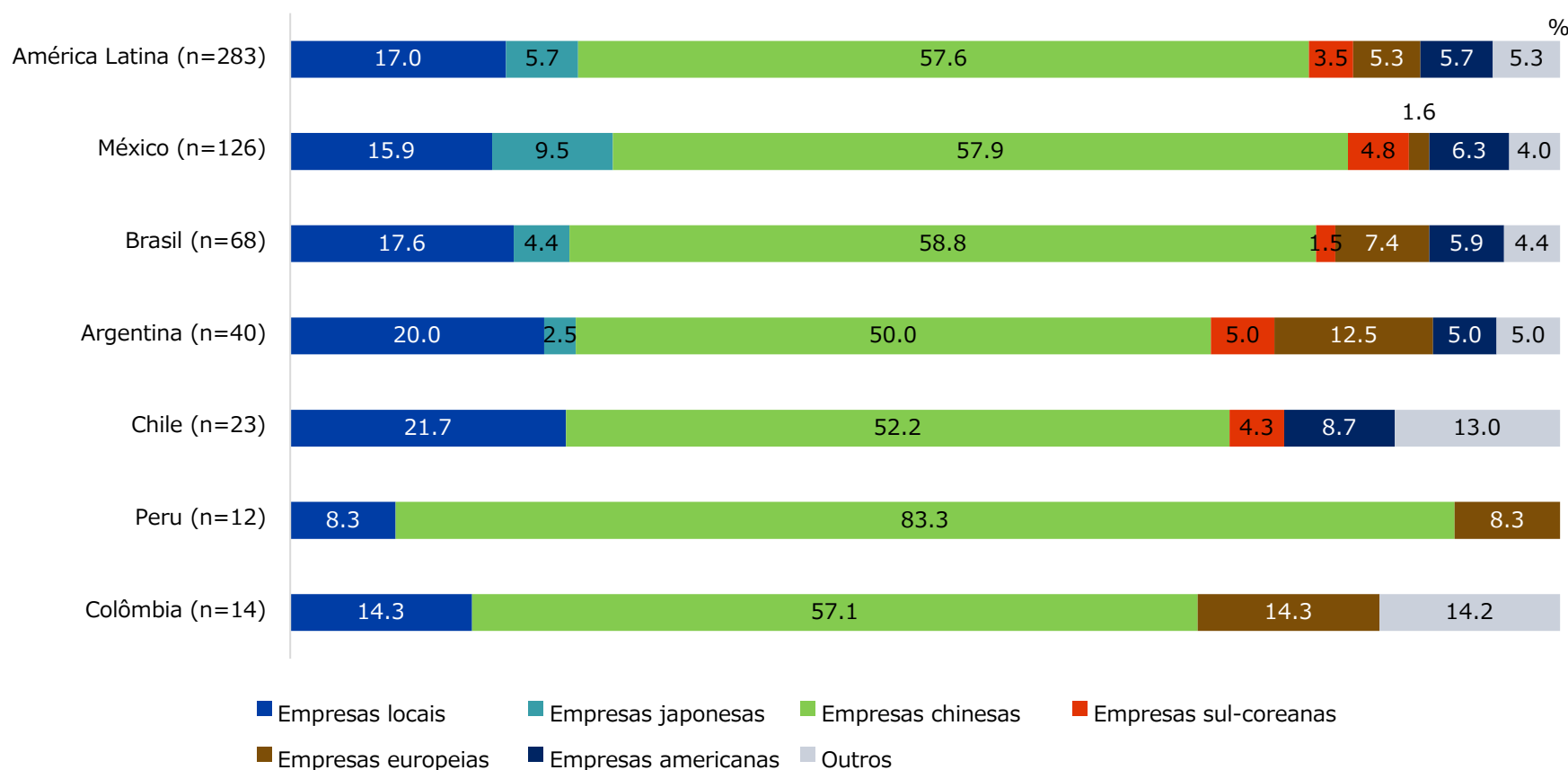


Nota: O gráfico por país de origem do concorrente apresenta apenas os cinco países mais citados.

4 | Concorrentes que aumentaram em número ou estiveram em destaque nos últimos anos

- Entre os concorrentes cuja ascensão nos últimos anos foi mais evidente, **as empresas chinesas lideram em todos os países.**
- No Peru**, mais de 60% das respondentes apontaram as empresas chinesas como suas maiores concorrentes, e mais de 80% também disseram que notaram esse crescimento, portanto, pode-se prever que **a competição com as empresas chinesas se tornará cada vez mais forte.**

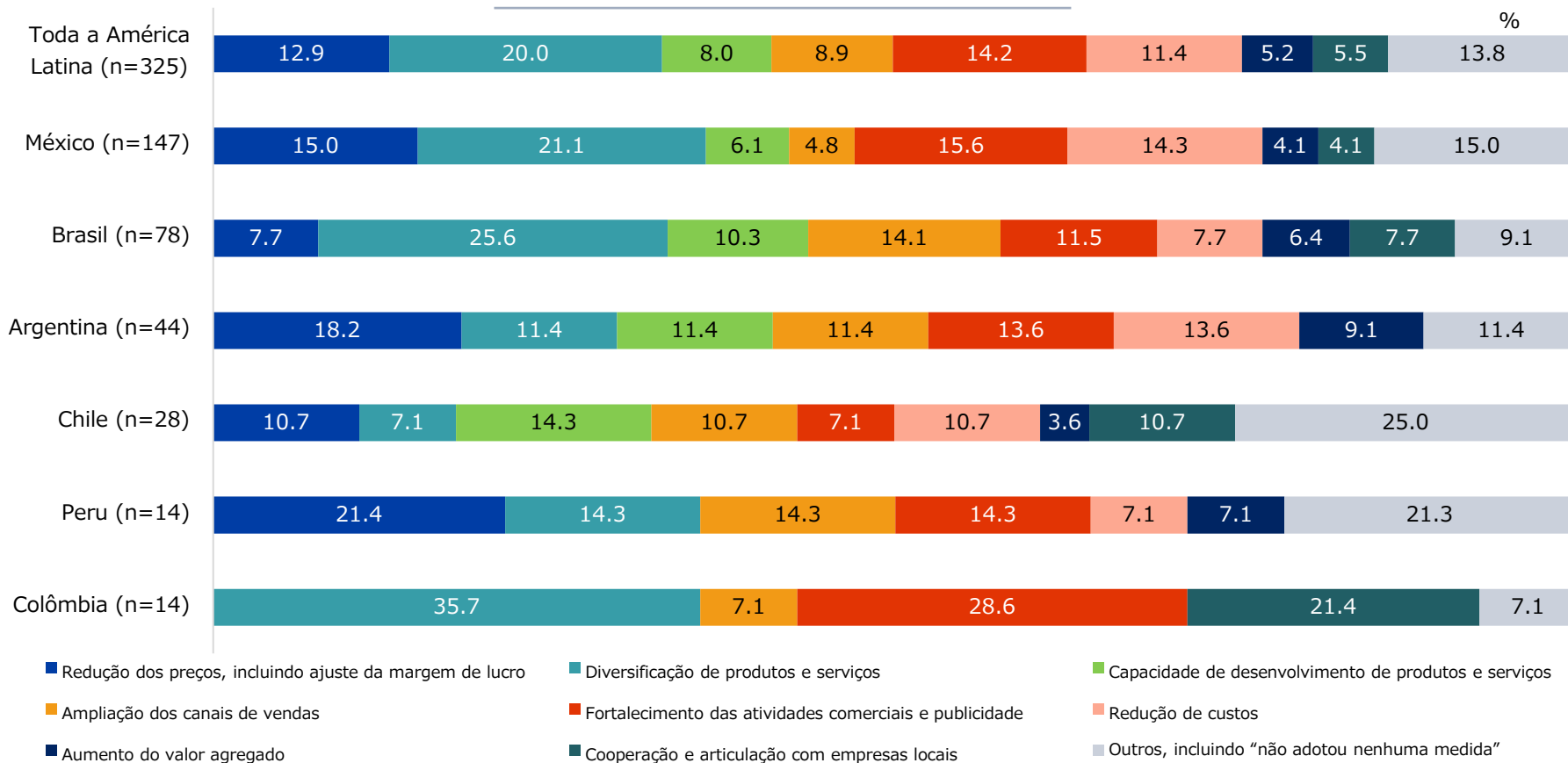
Concorrentes que aumentaram em número ou estiveram em destaque nos últimos anos



5 | Principais ações para lidar com a concorrência

- Na América Latina como um todo, as ações para lidar com a concorrência ficaram concentradas em **“diversificação de produtos e serviços”**. Em seguida, veio o “fortalecimento das atividades comerciais e publicidade.
- Embora o motivo mais citado para considerar uma empresa como maior concorrente tenha sido a “competitividade dos custos”, apenas cerca de 10% das respondentes citaram “redução dos preços” como ação para lidar com a concorrência, e somente cerca de 10% escolheram “redução dos custos”. O número de **empresas que buscam apresentar diferenciais além do preço** é relativamente alto.

Principais ações para lidar com a concorrência



VI. Cadeia de suprimentos

1 | Discriminação dos fornecedores

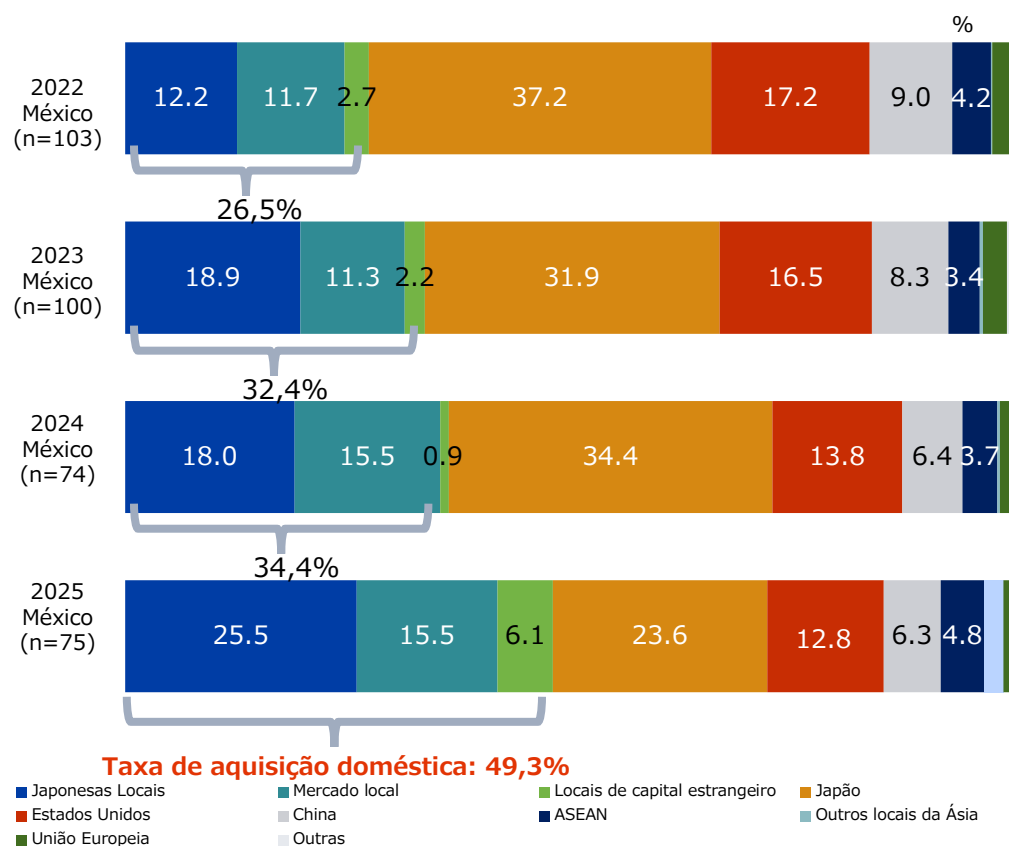
- O percentual de aquisição de peças e matéria-prima no país em que a empresa está sediada foi de 49,3% **no México**. O aumento da necessidade de utilizar o USMCA provocou um **aumento de 14,9 pontos no percentual de aquisição local**, enquanto **o percentual de aquisição do Japão caiu 10,8 pontos**.
- No Brasil e na Argentina, os percentuais de aquisição “no país em que está sediada (empresas locais)” permanecem os mais altos. **No Brasil, o aumento de 24,5 pontos percentuais em relação ao ano anterior na aquisição de empresas locais** destaca que a aquisição doméstica tem avançado.

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

(Unidade:%)

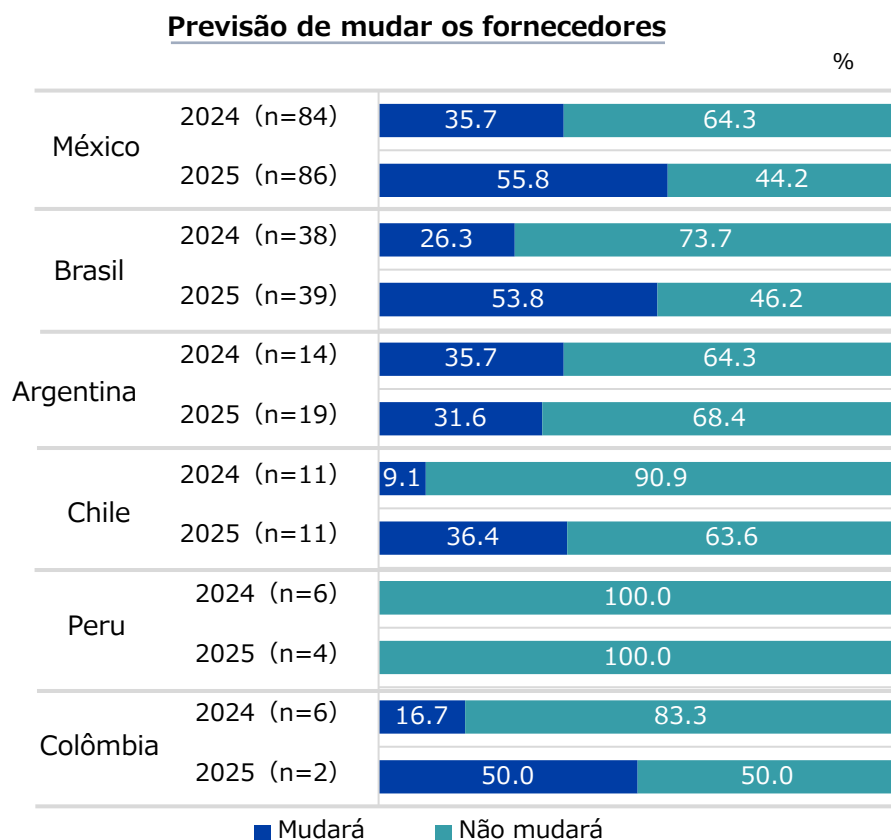
| | México (n=75) | Brasil (n=33) | Argentina (n=15) |
|---|---------------|---------------|------------------|
| País em que está sediada (Empresas japonesas) | 25,5 | 8,1 | 8,0 |
| País em que está sediada (Empresas locais) | 15,5 | 44,5 | 27,1 |
| País em que está sediada (Outras empresas de capital estrangeiro) | 6,1 | 2,8 | 9,3 |
| Total para o país em que está sediada | 49,3 | 55,3 | 44,4 |
| Estados Unidos | 12,8 | 3,0 | 2,3 |
| México | – | 2,8 | 1,1 |
| Mercosul | 0,0 | 1,2 | 15,5 |
| Japão | 23,6 | 21,7 | 6,1 |
| China | 6,3 | 4,6 | 11,1 |
| ASEAN | 4,8 | 8,4 | 7,0 |
| União Europeia | 1,8 | 1,7 | 9,3 |
| Outros | 3,5 | 1,3 | 3,3 |

Evolução dos fornecedores de peças e matéria-prima no México (indústria)



2 | Mudança dos fornecedores

- **No México e no Brasil, mais de 50%** das empresas planejam mudar seus fornecedores de peças e matéria-prima. Em ambos os países, a resposta “mudará” aumentou em mais de 20 pontos percentuais, sendo 20,1 para o México e 27,5 para o Brasil.
- No **México**, algumas empresas **estão considerando mudar as aquisições do Japão e da Ásia para a América do Norte**, visando usufruir as vantagens do USMCA e evitar os riscos tarifários. **No Brasil, muitas empresas estão considerando mudar para fornecedores locais para evitar os efeitos da desvalorização da moeda local e reduzir custos.**



Exemplos da reavaliação dos fornecedores de peças e matéria-prima (resposta livre)

[México]

- Ampliar as aquisições locais considerando as políticas norte-americanas.
- Migrar a aquisição de materiais da China para outros países.
- Transferir a aquisição de materiais de países da Asean para o mercado local.
- Transferir a compra de produtos do Japão para a região do USMCA.
- Transferir a aquisição de produtos de Taiwan para o mercado local.
- Aumentar a porcentagem de aquisições locais para satisfazer as regras de origem do USMCA.

[Brasil]

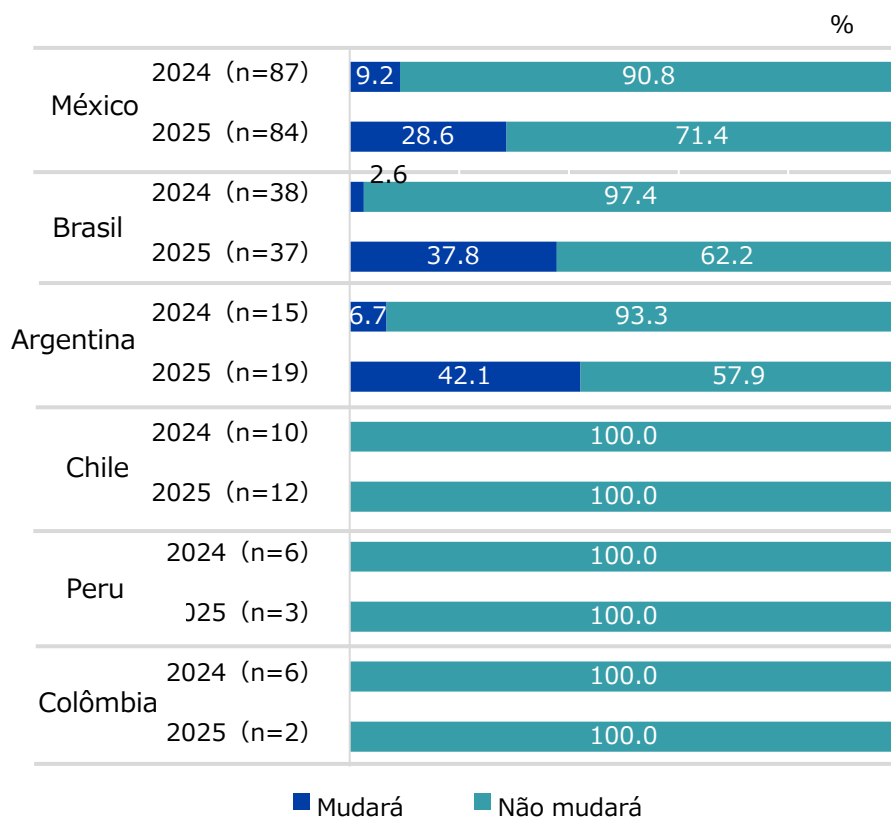
- Para evitar a desvalorização da moeda, migrar as aquisições para o mercado local
- Transferir a aquisição de produtos dos países da Ásia para a Índia.
- Transferir a aquisição de produtos processados da Asean para o mercado local.
- Embora esteja trabalhando para aumentar as compras locais, é extremamente difícil encontrar fornecedores que atendam ao nível de qualidade exigido.
- Aumento de fornecedores locais que utilizam peças chinesas.
- Estuda mudar, tendo em vista os riscos geopolíticos.

Nota: Com o objetivo de elucidar a intenção da resposta, foram feitas alterações sutis, de modo a não perder o sentido do texto original das respostas discursivas.

3 | Mudança do local de produção

- Sobre a previsão de mudar o local da produção, houve grande aumento na proporção de respostas “mudará”. O México teve aumento de 19,4 pontos em comparação ao ano anterior, o Brasil teve aumento de 35,2 pontos e a Argentina, um aumento de 35,4 pontos.
- Antevendo as estratégias políticas norte-americana, **no México se analisa a migração de parte da produção da Ásia para o México.** No Brasil, ocorre o aumento da produção para atender ao crescimento da demanda interna. **Na Argentina, há empresas que comentam que a flexibilização das regras promovidas pelo governo Milei facilitou a produção local.**

Previsão de mudar o local de produção



Exemplos de mudança do local da produção (resposta livre)

[México]

- Estuda otimizar o local da produção, considerando as políticas norte-americanas.
- Avalia ampliar as linhas de produção locais.
- Considera transferir o local da produção por causa do aumento nos custos da produção e despesas de pessoal.
- Migrar a etapa final do processo de produção para os Estados Unidos.
- Estuda otimizar o local da produção, considerando os movimentos da China.
- Migrar parte das linhas de produção dos países da Asean.
- Migrar parte das linhas de produção do Japão.

[Brasil]

- Ampliar as linhas de produção e implementar novas instalações.
- Mudar a produção dentro do país.

[Argentina]

- Nacionalizar parte do processo produtivo.
- Migrar para a produção local, investindo nas estruturas de produção das fábricas.

Nota: Com o objetivo de elucidar a intenção da resposta, foram feitas alterações sutis, de modo a não perder o sentido do texto original das respostas discursivas.

4 | Discriminação dos compradores

- Em todos os países, entre 60% e 80% das empresas responderam que seus compradores operam no “país em que a empresa está sediada”. **No Brasil e no México**, que contam com grande presença de empresas japonesas, esta escolha **ultrapassou os 80%**. Dentre as respostas “no país em que está sediada”, a maioria foi de “empresas locais”, contudo o México manteve a alta proporção de “empresas japonesas”.
- Mesmo com as tarifas adicionais impostas ao México, o percentual de empresas com vendas destinadas aos EUA foi relativamente alto, observando-se apenas uma ligeira queda em comparação aos 14,9% do ano anterior.

Discriminação dos compradores

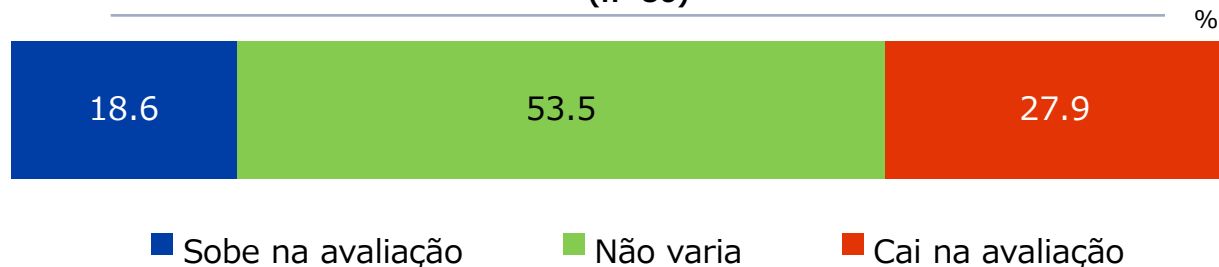
(Unidade:%)

| | América Latina (n=283) | México (n=132) | Brasil (n=70) | Argentina (n=37) | Chile (n=22) | Peru (n=10) | Colômbia (n=12) |
|--|---------------------------|-------------------|------------------|---------------------|-----------------|----------------|--------------------|
| País em que está sediada (Empresas japonesas) | 32,2 | 46,2 | 25,7 | 20,5 | 13,1 | 0,3 | 13,8 |
| País em que está sediada (empresas locais) | 38,8 | 24,8 | 50,7 | 55,9 | 44,0 | 76,4 | 30,3 |
| País em que está sediada (Outras empresas de capital estrangeiro) | 9,3 | 9,7 | 10,0 | 7,4 | 6,6 | 6,2 | 14,9 |
| Total para o país em que está sediada | 80,3 | 80,7 | 86,4 | 83,8 | 63,7 | 82,9 | 59,0 |
| Estados Unidos | 7,7 | 14,1 | 1,7 | 1,6 | 3,4 | 0,0 | 5,4 |
| México | 0,7 | 0,0 | 0,5 | 1,9 | 2,7 | 2,5 | 0,4 |
| Mercosul | 2,3 | 1,2 | 1,7 | 7,7 | 3,2 | 0,5 | 1,4 |
| Outros países latino-americanos, exceto México e Mercosul | 3,3 | 1,8 | 1,1 | 3,1 | 5,8 | 4,5 | 27,8 |
| Japão | 3,6 | 1,5 | 4,8 | 1,3 | 12,5 | 9,6 | 4,4 |
| China | 0,6 | 0,1 | 2,0 | 0,0 | 0,9 | 0,0 | 0,0 |
| Coréia do Sul | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,0 | 0,5 | 0,0 | 0,4 |
| União Europeia | 1,0 | 0,2 | 1,3 | 0,2 | 6,6 | 0,0 | 1,3 |
| Outros | 0,5 | 0,4 | 0,6 | 0,4 | 0,7 | 0,0 | 0,0 |

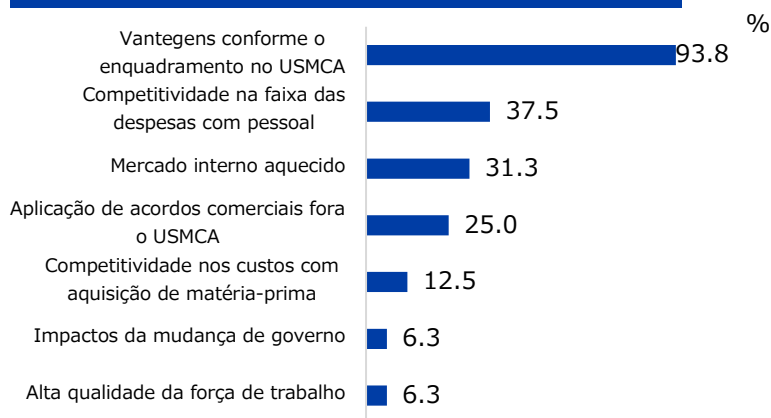
5 | Avaliação do México como base produtiva

- Sobre a “Avaliação do México como base produtiva em comparação com o ano passado”, a resposta “cai na avaliação” foi a escolha de 27,9% dos entrevistados, superando os 18,6% que responderam “sobe na avaliação”. Por outro lado, mais da metade das respostas foi **“não houve nenhuma mudança em especial”, o que indica que o México continua sendo importante como base de *nearshoring* para os Estados Unidos.**
- Como causa da alta na avaliação**, o percentual de respostas **“vantagens de utilizar o USMCA” foi elevado, chegando a 93,8%.** Como causas da queda na avaliação, destacam-se respostas como: “desvantagens decorrentes da política tarifária norte-americana”, “despesas de pessoal elevadas” etc.

Avaliação do México como base produtiva em comparação ao ano anterior
(n=86)



Fatores da alta na avaliação (n=16)



Fatores da queda da avaliação (n=24)

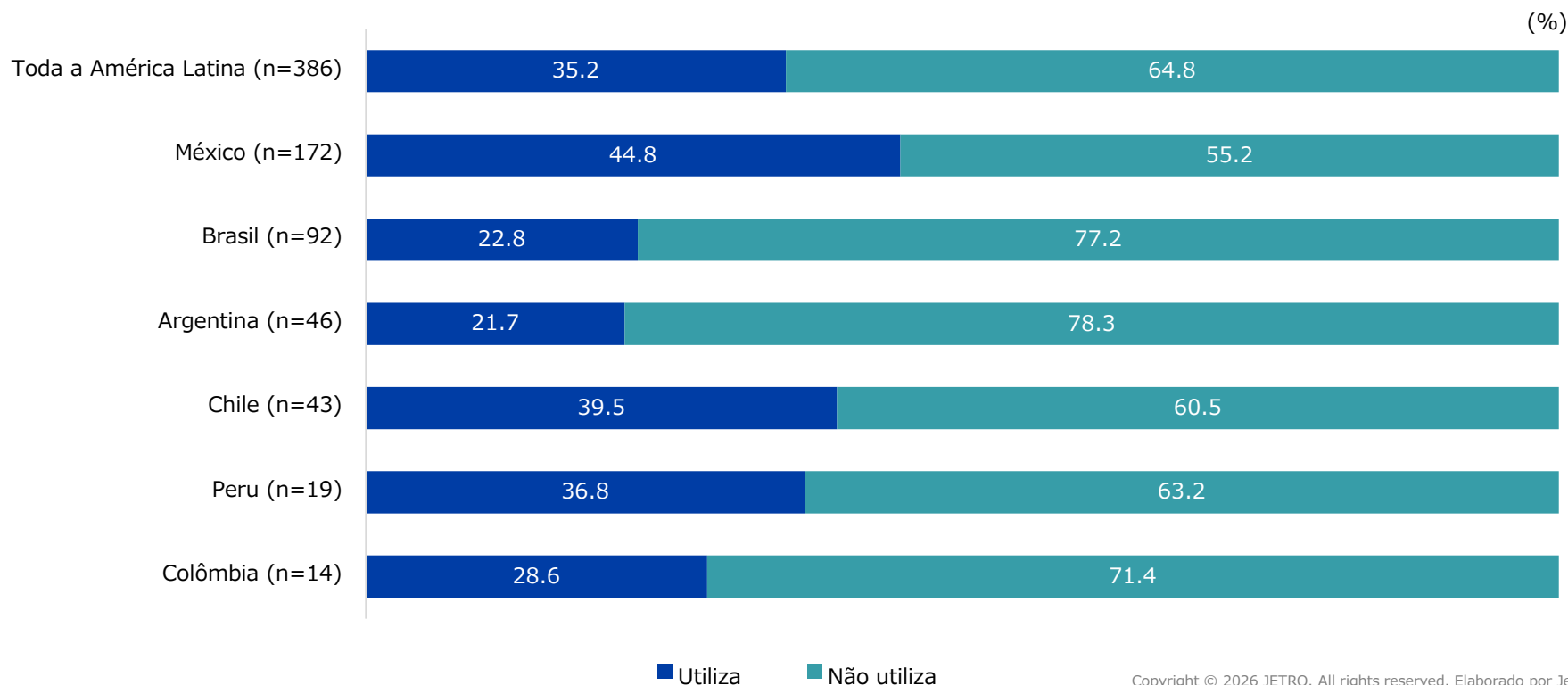


VII. Panorama da utilização dos APE e ALC

1 | Panorama da utilização dos APE e ALC

- **O México apresenta a maior taxa de utilização (44,8%) de acordos**, tais como Acordos de Parceria Econômica (APE) ou Acordos de Livre Comércio (ALC) com o Japão, Acordos de Complementação Econômica - ACE e outros acordos similares. Muitas empresas estão utilizando o USMCA com os Estados Unidos (o maior parceiro comercial do México), o CPTPP com o Japão e a ASEAN (importante para a cadeia de suprimentos de autopeças) e o APE Japão-México.
- A segunda maior taxa de utilização ficou como o Chile, com percentual de 39,5%. O Chile foi o primeiro país latino americano com o qual o Japão celebrou um APE, e estima-se que muitas empresas estão utilizando esse acordo, entre outros.

Panorama da utilização de APE, ALC, ACE e similares (Inclui APE com o Japão)



2 | Panorama do uso de acordos celebrados pelo país em que a empresa está sediada

- Dos acordos multilaterais que o México celebrou, muitas empresas **japonesas que ali operam utilizam o USMCA e o CPTPP**. O USMCA é muito utilizado em importações e exportações para os EUA, enquanto o CPTPP é mais utilizado para o comércio com o Japão. **Ainda com o Japão, certo número de empresas continua utilizando o Acordo de Parceria Econômica, EPA Japão-México**
- Determinada quantidade de empresas que atuam no Brasil e na Argentina utilizam o Acordo do Mercosul.

Panorama do uso de acordos multilaterais ou bilaterais celebrados pelo país em que a empresa está sediada

USMCA (Empresas sediadas no México)

| N.º empresas que utilizam | Modalidade de uso | País com o qual utiliza |
|---------------------------|-------------------|-------------------------|
| 49 | Exportação: 36 | Estados Unidos 31 |
| | | Canadá 5 |
| | Importação: 22 | Estados Unidos 20 |
| | | Canadá 1 |

CPTPP

| País em que está sediada | N.º empresas que utilizam | País com o qual utiliza | Modalidade de uso |
|--------------------------|---------------------------|--------------------------------------|-------------------|
| México | 25 | Japão: 17 Vietnã: 3 Malásia: 2 | Exportação: 2 |
| | | | Importação: 21 |
| Chile | 4 | Japão: 2 Peru: 1 | Exportação: 2 |
| | | | Importação: 0 |

Nota: Nenhuma empresa respondeu "Utiliza" no Peru, portanto suprimiu-se.

Mercosul

| País em que está sediada | N.º empresas que utilizam | Modalidade de uso |
|--------------------------|---------------------------|-------------------|
| Brasil | 15 | Exportação: 7 |
| | | Importação: 4 |
| Argentina | 9 | Exportação: 2 |
| | | Importação: 5 |

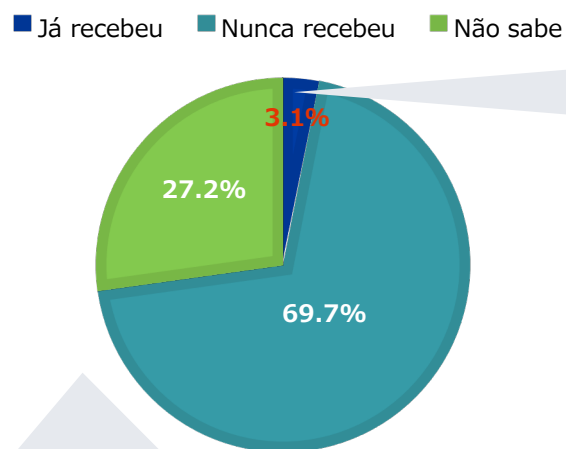
Acordo bilateral com o Japão

| Acordo utilizado | N.º empresas que utilizam | Modalidade de uso |
|------------------|---------------------------|-------------------|
| APE Japão-México | 34 | Exportação: 0 |
| | | Importação: 32 |
| APE Japão-Chile | 9 | Exportação: 1 |
| | | Importação: 4 |
| APE Japão-Peru | 4 | Exportação: 2 |

3 | Verificação de origem no uso dos APE e ALC

- Em relação ao uso de APE e ALC celebrados pelo país em que estão sediadas, o percentual de empresas que afirmaram **ter passado por verificação de origem** pelo órgão encarregado foi de **apenas 3,1%** em toda a América Latina, **um valor extremamente baixo**.
- Quanto ao grau de dificuldade percebida para utilizar esses acordos, muitas respostas disseram que ela é alta para o USMCA, CTPP e o APE Japão- México. **Não apenas o alto rigor nos requisitos impostos pelas regras de origem para os automóveis e peças automotivas, mas também a morosidade das autoridades fiscais e alfandegárias do México são vistos como obstáculo para a utilização dos acordos.**

Já passou, por parte do órgão encarregado, por verificação de origem no âmbito do uso de APE e ALC? (em toda a América Latina)



[Acordos em que se deu a verificação de origem]

[México]

- USMCA
- ALC com o Japão

[Argentina e Brasil]

- ACE

[Chile]

- ALC com o Japão

Percentual de empresas que respondeu "recebi a verificação de origem"

- Sediadas no México: 2,9%
- Sediadas no Brasil: 3,3%
- Sediadas na Argentina: 2,2%
- Sediadas no Chile: 4,7%
- Sediadas no Peru: 0%
- Sediada na Colômbia: 7,1%

Acordos dos quais se percebe maior dificuldade no uso

[México]

- USMCA
(Requisitos rigorosos para as regras de origem, incerteza quanto à revisão que se aproxima e falta de conhecimento sobre o próprio acordo)
- CTPP
(Atendimento do Serviço de Administração Tributária do México - SAT)
- APE Japão-México
(Falta de conhecimento da alfândega mexicana sobre a correlação dos códigos SH)

4 | Acordo para o qual deseja a entrada em vigor em curto prazo

- Dos APEs e ALCs que ainda não entraram em vigor, o que apresentou maior desejo de que entre em vigor no curto prazo foi o **APE Japão-Mercosul**. Nesse cenário, a grande preocupação apontada foi uma futura **desvantagem competitiva em relação às empresas europeias**, tendo em vista o ALC Mercosul-União Europeia, cuja negociação foi concluída em 2024.

Acordo para o qual deseja entrada em vigor em curto prazo

| País em que está sediada | Acordo | Resposta livre |
|--------------------------|--------------------|---|
| Argentina | | Para a expansão do comércio entre Japão e América Latina. |
| Brasil | APE Japão-Mercosul | Para a diversificação de aquisições e vendas. |
| | | Preocupação com a alta carga tributária do Brasil e uma futura desvantagem competitiva devido ao ALC União Europeia – Mercosul. |
| | | Desvantagem competitiva em relação aos produtos europeus. |
| | | Deseja celebração célere devido ao alto percentual de importações do Japão. |
| | | Desvantagem competitiva em relação aos concorrentes quando entrar em vigor o ALC UE-Mercosul. |
| | | São aplicadas tarifas elevadas de 10% a 14% sobre produtos importados do Japão. |
| | | Dinamização do comércio Japão – Brasil. |
| México | ACE55 | Ampliação dos itens enquadrados no Acordo Automotivo Brasil – México. |

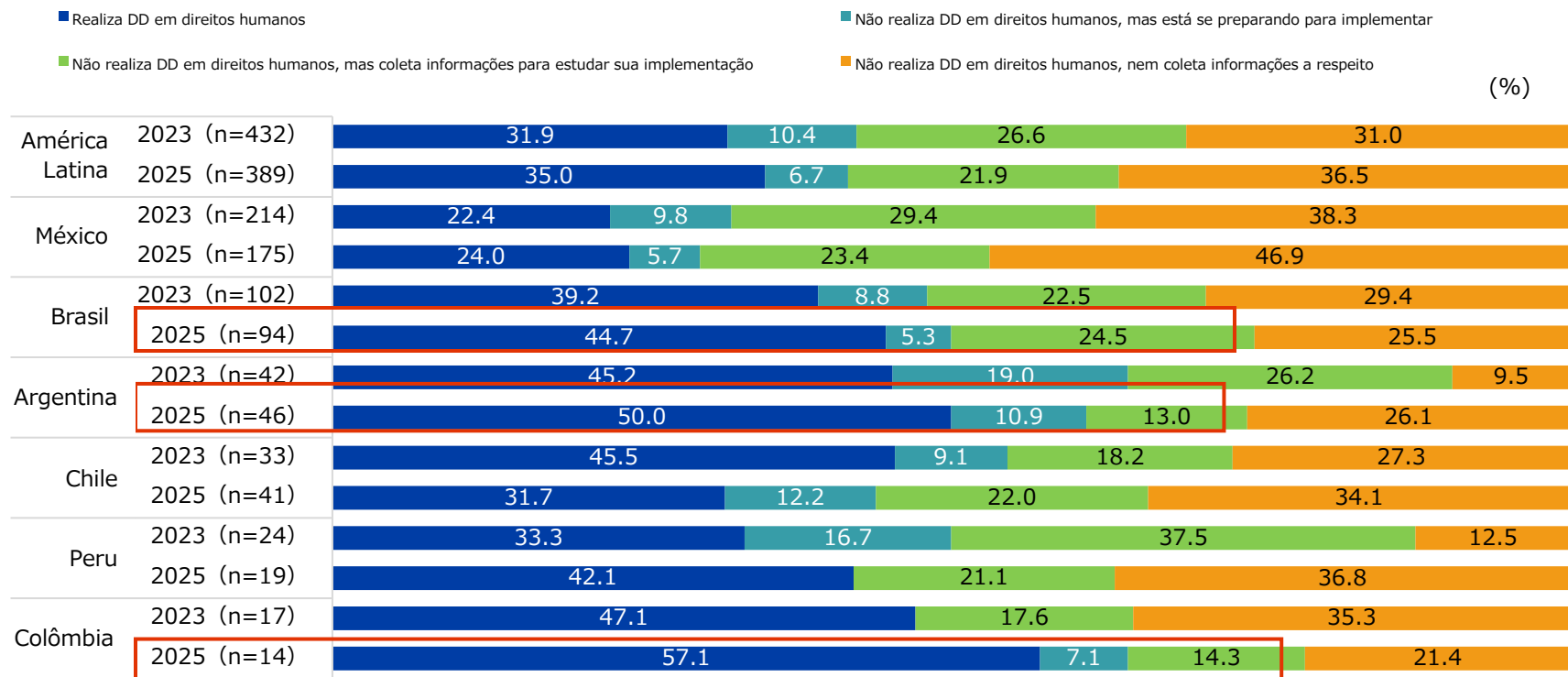
Nota: Com o objetivo de elucidar a intenção da resposta, foram feitas alterações sutis, de modo a não perder o sentido do texto original das respostas discursivas.

VIII. Iniciativas envolvendo o respeito aos direitos humanos

1 | Percentual de implementação de *due diligence* em direitos humanos (DD)

- O percentual de implementação de *due diligence* DD em direitos humanos foi de 35% na América Latina como um todo. **Um aumento de 3,1 pontos em comparação aos 31,9% registrados em 2023. O valor é alto, superando em 4,2 pontos percentuais a média mundial de 30,8%.**
- No Brasil, Argentina e Colômbia, o percentual ultrapassa os 70% quando somadas as empresas que realizam DD em direitos humanos, as que estão se preparando para implementar, e as que estudam sua implementação”.

Percentual de implementação DD em direitos humanos por país

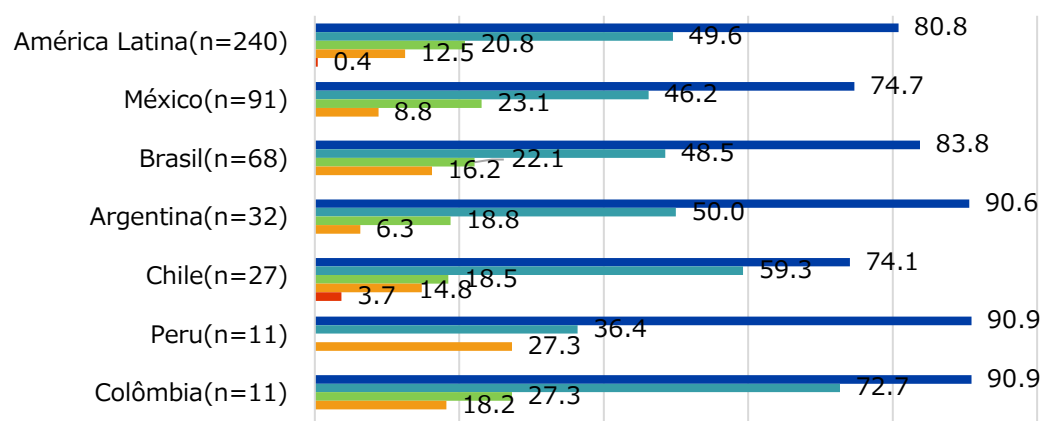


Nota: No ano fiscal de 2024, a pesquisa incluiu apenas algumas regiões (Europa, Oriente Médio e África), por isso os números da América Latina são comparados a 2023.

2 | Motivos para implementar o DD em direitos humanos, analisar o conteúdo e coletar informações

- Em toda a América Latina, **cerca de 80% responderam que o motivo de implementar o DD em direitos humanos advém das diretrizes da matriz**, seguido de estratégia de sustentabilidade com quase cinquenta por cento.
- Por setor, **o de equipamentos de transporte (automóveis etc.) foi o que mais citou as diretrizes da matriz, enquanto o segmento de logística e armazenagem se concentrou na implementação de estratégias de sustentabilidade. O maior percentual de respostas “exigência dos parceiros comerciais” ficou com os setores de química e derivados de petróleo e peças para equipamentos de transporte.**

Motivos para realizar DD em direitos humanos, analisar o conteúdo e coletar informações <por país>



- Orientação ou diretriz da matriz ou do grupo
- Implementação da estratégia de sustentabilidade, responsabilidade social corporativa
- Exigência ou auditoria dos clientes ou parceiros comerciais
- Respeito à legislação
- Outros

Notas: 1 - As informações são das empresas que responderam “Realiza DD em direitos humanos”, “Prepara-se para realizar” ou “Coleta informações para analisar a implementação”.

2 - Admite múltiplas respostas.

Motivos para realizar DD em direitos humanos, analisar o conteúdo e coletar informações <por atividade>

| Atividade | Orientação ou diretriz da matriz ou do grupo | Exigência ou auditoria dos clientes ou parceiros comerciais | Implementação da estratégia de sustentabilidade, responsabilidade social corporativa | Respeito à legislação |
|--|--|---|--|-----------------------|
| Equipamentos de transporte (Automóveis etc.) (n=12) | 91,7 | 0,0 | 58,3 | 8,3 |
| Logística e armazenagem (n=13) | 84,6 | 23,1 | 69,2 | 7,7 |
| Química e derivados de petróleo (n=12) | 83,3 | 41,7 | 41,7 | 8,3 |
| Peças para equipamentos de transporte (Automóveis etc.) (n=35) | 82,9 | 34,3 | 48,6 | 20,0 |

Nota: Recorte dos setores com n=10 ou mais, incluindo o valor máximo por item.

3 | Abrangência da implementação de DD em recursos humanos na cadeia de suprimentos e similares

- Na América Latina, quando questionadas sobre a abrangência em que **"realizam DD em direitos humanos", tanto no Chile como no Brasil, a porcentagem de respondentes que indicaram "parceiros comerciais diretos (fornecedores Tier 1)" ou "parceiros comerciais indiretos (fornecedores Tier 2 ou mais)" foi maior do que a média da região.**
- No Brasil, ao analisar os setores que responderam implementar apenas até os "parceiros comerciais diretos (fornecedores Tier 1)", observou-se uma ampla gama de respostas, incluindo empresas comerciais, produtos químicos e petroquímicos, equipamentos de transporte (automóveis etc.), peças para equipamentos de transporte (automóveis etc.) e alimentos, processamento de produtos agrícolas e pescados.

Na cadeia de suprimentos e similares, qual é a abrangência da implementação de DD em recursos humanos

(Unidade:%)

| Região/País | Própria empresa ou Grupo | Parceiros comerciais diretos (Fornecedores tier 1) | Parceiros comerciais indiretos (Fornecedores tier 2) | Logística de abastecimento e logística de expedição | Outros |
|------------------------|--------------------------|--|--|---|--------|
| América Latina (n=129) | 92,2 | 45,7 | 16,3 | 14,7 | 3,1 |
| México (n=40) | 95,0 | 40,0 | 15,0 | 12,5 | 5,0 |
| Brasil (n=39) | 92,3 | 59,0 | 17,9 | 12,8 | 0,0 |
| Argentina (n=22) | 81,8 | 36,4 | 13,6 | 9,1 | 4,5 |
| Chile (n=13) | 100,0 | 46,2 | 23,1 | 38,5 | 0,0 |
| Peru (n=7) | 85,7 | 42,9 | 14,3 | 14,3 | 14,3 |
| Colômbia (n=8) | 100,0 | 37,5 | 12,5 | 12,5 | 0,0 |

%

| | | | | | | |
|------------|---|------|------|------|------|-----|
| Referência | Média mundial (=1720) | 90,8 | 39,8 | 12,3 | 11,5 | 2,5 |
| | Países emergentes ou em desenvolvimento (n=593) | 90,6 | 39,1 | 12,3 | 9,1 | 2,9 |
| | Países desenvolvidos (n=501) | 90,0 | 37,3 | 10,4 | 9,4 | 2,0 |

Nota : 1- Foram consideradas as empresas que responderam "realiza DD em direitos humanos". 2- Admite múltiplas respostas. 3- Países emergentes ou em desenvolvimento (8 países): África do Sul, México, Brasil, Vietnã, Emirados Árabes Unidos, Tailândia, Índia e Indonésia; países desenvolvidos (8 países): Coreia do Sul, França, Austrália, Alemanha, Países Baixos, Singapura, Estados Unidos e Reino Unido. 4-Não estão incluídas a China e Hong Kong, pois não fizeram parte dessas perguntas.

Quanto aos 16 principais países elencados na nota 3 e nota 5, os considerados como Advanced Economies pelo FMI foram classificados como países desenvolvidos, e os demais foram considerados países emergentes ou em desenvolvimento.

5- O percentual de implementação de DD em direitos humanos ficou em 24,8% (N=2460) para os 8 países emergentes ou em desenvolvimento, enquanto nos 8 países desenvolvidos chegou a 32,6% (n=1635).

4 | Desafios na implementação de DD em direitos humanos e desafios nos direitos humanos que são preocupantes na cadeia produtiva

- Ao analisar os comentários sobre os desafios e preocupações que as empresas enfrentam na **implementação do DD em direitos humanos, observa-se que a compreensão e a disseminação de DD dentro da empresa levam tempo; há dúvidas também sobre a forma de verificar a situação real dos parceiros comerciais**, entre outros fatores.
- Ao observar os motivos de não implementar o DD em direitos humanos identificou-se certa quantidade de empresas afirmando não se enquadrar nas suas atividades.

Exemplos de comentários sobre a implementação do DD em direitos humanos por parte das empresas japonesas sediadas na América Latina

A maior dificuldade na implementação do DD em direitos humanos (desafios)

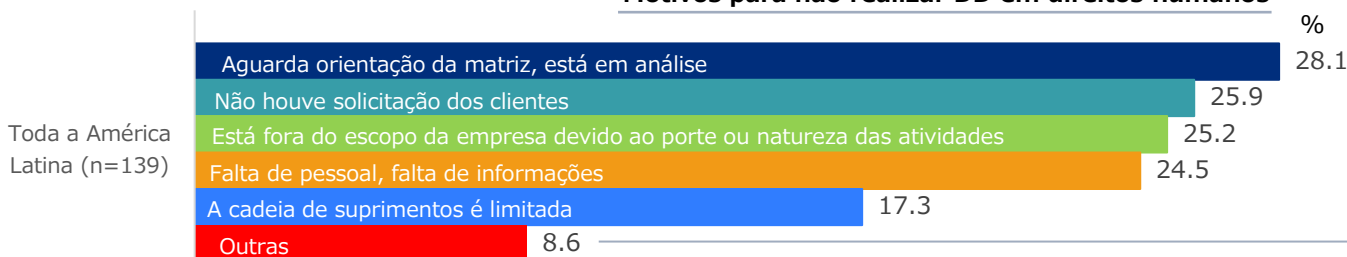
- O fornecedor concordar em incluir cláusulas relacionadas aos direitos humanos nos contratos. (Alimentos, processamento de produtos agrícolas e pescados)
- Identificar e comprovar casos em que as normas de direitos humanos não estão sendo respeitadas. (Alimentos, processamento de produtos agrícolas e pescados)
- Identificar os riscos de violação dos direitos humanos associados às atividades comerciais, elaborar estratégias de resposta e verificar sua eficácia. (Empresas comerciais)
- Frequência das capacitações e ações de conscientização; uma vez ao ano não gera resultados. (Têxtil)
- A divulgação de informações a atores externos exige muita cautela, tornando-se uma grande dificuldade. (Agricultura, silvicultura e pesca)
- Desconhecimento dos procedimentos práticos, como quais tarefas podem ser terceirizadas. (Equipamentos de transporte, automóveis etc.)
- Muitas operações spot e dificuldade em investigar as empresas de logística, que estão além do controle da nossa empresa. (Empresas comerciais)

Questões que são preocupantes na cadeia produtiva para a implementação do DD em direitos humanos

- Trabalho infantil e trabalho forçado, etc. (vários setores)
- No pior dos casos, as transações podem ser suspensas e, como consequência, pode haver paralização nos negócios da empresa. (Empresas de vendas)
- Discriminação racial. (Dispositivos médicos)
- Dificuldade em verificar a situação real dos parceiros comerciais. (Produtos Químicos e petroquímicos)
- Saúde e segurança no trabalho. (Logística e Armazenagem)
- Preocupações com as longas jornadas de trabalho e ambientes insalubres e inseguros de alguns parceiros comerciais e em operações relacionadas à logística. (Plásticos)

Notas: 1 - Refere-se às empresas que responderam "Realiza DD em direitos humanos", "Prepara-se para realizar" ou "Coleta informações para analisar a implementação".
2 - Com o objetivo de elucidar a intenção da resposta, foram feitas alterações sutis, de modo a não perder o sentido do texto original das respostas discursivas.

Motivos para não realizar DD em direitos humanos



Resposta livre

- Já ouvi falar, mas não sinto necessidade especial em tratar esse tema.
- Nunca avaliei.
- Empresa fundada há pouco tempo, no momento faltam recursos humanos.
- Temos poucas pessoas e se pensarmos em ampliar, isso será um desafio.

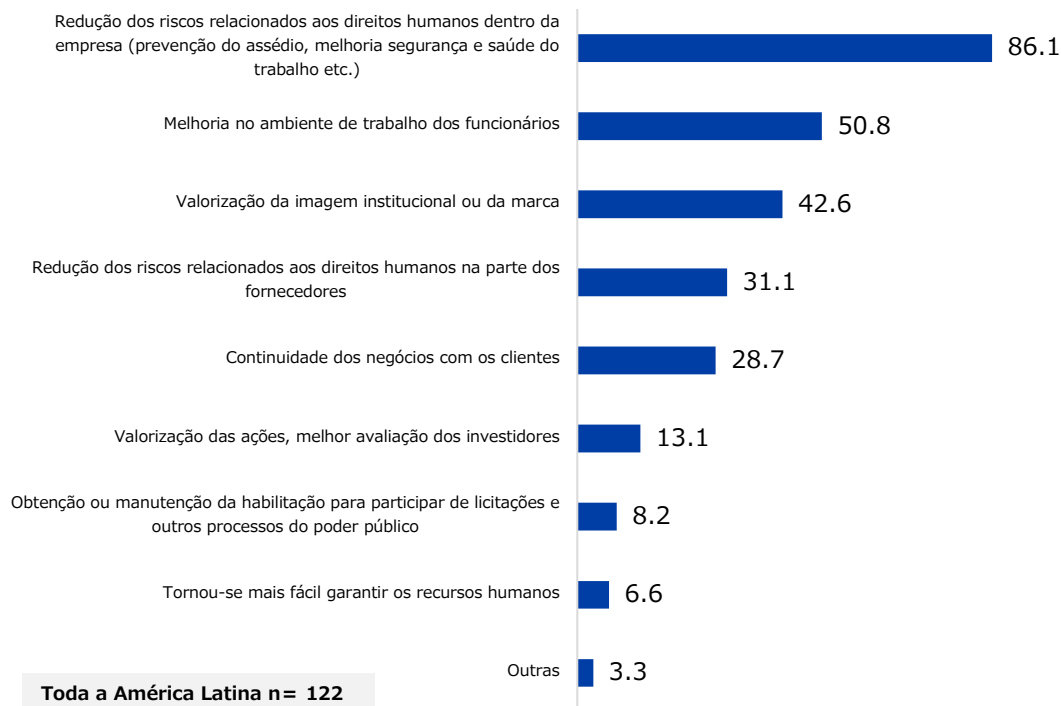
Notas: 1 - Refere-se às empresas que responderam "Não realiza DD em direitos humanos, nem coleta informações a respeito".

2 - Admite múltiplas respostas.

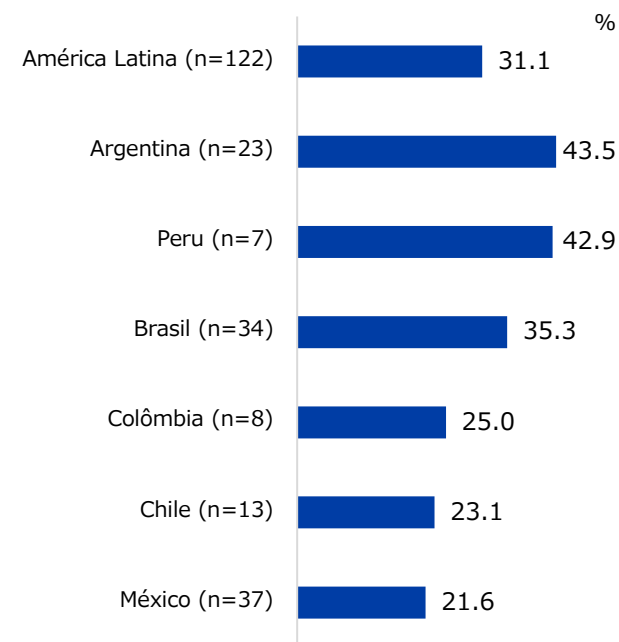
5 | Efeitos práticos da iniciativa de implementar DD em direitos humanos

- Cerca de 90% citaram a "**redução dos riscos de violação dos direitos humanos dentro da empresa**", enquanto a maioria apontou a "**melhoria do ambiente de trabalho para os funcionários**". Pode-se dizer que muitas empresas destacam os efeitos da implementação do DD em direitos humanos como fatores que levam a melhorias em seu próprio ambiente de trabalho e ao aumento do engajamento dos funcionários.
- Na América Latina, a porcentagem **de 31,1% de empresas que citaram "redução dos riscos relacionados aos direitos humanos na parte dos fornecedores" foi 5,4 pontos percentuais superior à média mundial de 25,7%**. Tendo Argentina, Peru e Brasil na liderança, a América Latina também se destaca quando comparada por região.

Efeitos práticos da iniciativa de implementar DD em direitos humanos



Percentual que respondeu "redução dos riscos relacionados aos direitos humanos na parte dos fornecedores" (por país)



Notas: 1 - Refere-se às empresas que responderam "Realiza DD em direitos humanos", "Prepara-se para realizar" ou "Coleta informações para analisar a implementação".
2 - Admite múltiplas respostas.

Para mais informações sobre este relatório

Japan External Trade Organization - Jetro

Departamento de Pesquisas, Gerência das
Américas, Seção da América Latina



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 pesquisas devem ser utilizadas sob a responsabilidade e discernimento dos venham a utilizá-las. 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.