



Encuesta sobre la situación de los negocios de las empresas japonesas en América Latina (Año Fiscal 2021) Resultados de la Encuesta

Japan External Trade Organization (JETRO)

Departamento de Estudios de Mercado Externo

Marzo 2022

Índice

I. Sobre el estudio

Objetivo y otros aspectos	3
Desglose de las empresas que respondieron por ramas industriales	4 a 5
Síntesis de los resultados	6 a 14

II. Principales resultados del estudio

1. Expectativas de resultados operativos para 2021	15 a 27
2. Expectativas de resultados operativos para 2022	28 a 34
3. Evolución de los negocios a futuro	35 a 64
4. Ventajas y riesgos del ambiente de inversión	65 a 78
5. Situación de la competencia, situación de aprovisionamiento	79 a 82
6. Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE	83 a 96
7. Políticas de derechos humanos en aspectos laborales, seguridad, higiene y otros	97 a 98
8. Abordaje a los problemas ambientales	99 a 105
9. Utilización y desafíos de las tecnologías digitales	106 a 115
10. Impacto del cambio en el ambiente comercial	116 a 121

Sobre el estudio: Objetivo y otros aspectos

1. Objetivo del estudio

- El objetivo del presente estudio es obtener una imagen de la situación que atraviesan los negocios de las empresas japonesas en América Latina y de los cambios que ha experimentado el entorno empresarial en cada país, con el fin de ofrecer información que resulte de utilidad a las empresas japonesas en el diseño de estrategias comerciales o en la formulación de propuestas tendentes a la mejora de dicho entorno empresarial.

2. Empresas objeto del estudio

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

3. Método y período de realización

- Basado en encuestas realizadas entre el 24 de agosto y el 24 de septiembre de 2021

4. Grado de respuestas

- Se envió la encuesta a 714 empresas, de las cuales 509 respondieron válidamente. Porcentaje de respuestas del 71,3%.

5. Desglose de las empresas encuestadas

	Número de empresas objeto del estudio	Número de empresas del estudio		Desglose por industrias				Desglose por tamaño						Porcentaje de respuestas (%)
		Número de respuestas (Empresas)	Proporción por país de ubicación (%)	Manufactureras (Empresas)	Proporción dentro del sector (%)	No manufactureras (Empresas)	Proporción dentro del sector (%)	Grandes empresas	Proporción por tamaño de empresa (%)	Pequeñas y medianas empresas (Empresas)	Proporción por tamaño de empresa (%)	No especificada (Empresas)	Proporción por tamaño de empresa (%)	
México	347	249	48.9	143	57.4	106	42.6	186	74.7	62	24.9	1	0.4	71.8
Venezuela	17	11	2.2	3	27.3	8	72.7	9	81.8	2	18.2	0	0.0	64.7
Colombia	27	20	3.9	9	45.0	11	55.0	18	90.0	2	10.0	0	0.0	74.1
Perú	35	33	6.5	10	30.3	23	69.7	26	78.8	7	21.2	0	0.0	94.3
Chile	62	42	8.3	10	23.8	32	76.2	34	81.0	8	19.0	0	0.0	67.7
Brasil	177	114	22.4	56	49.1	58	50.9	103	90.4	11	9.6	0	0.0	64.4
Argentina	49	40	7.9	18	45.0	22	55.0	37	92.5	3	7.5	0	0.0	81.6
América Latina	714	509	100.0	249	48.9	260	51.1	413	81.1	95	18.7	1	0.2	71.3

*Con excepción de los que «No» participaron en la encuesta

6. Advertencia

- El estudio, que comenzó a realizarse en 1999, llega este año a su 22.^a edición. A los porcentajes comprendidos en las tablas y gráficos se les aplica el redondeo, por lo que no siempre suman el 100%.
En vista de la situación actual en Venezuela, las preguntas se han limitado solo a una parte de las cuestiones.
- El “n” en las tablas y gráficos se basa en la totalidad de respuestas válidas.

Sobre el estudio: Desglose de las empresas que respondieron por ramas industriales ① (Para todo el conjunto de Latinoamérica)

Manufactureras (249 empresas)



Sobre el estudio: Desglose de las empresas que respondieron por ramas industriales ② (Para todo el conjunto de Latinoamérica)

No manufactureras (260 empresas)



Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

Síntesis general: 1

- Las expectativas de resultados operativos para 2021 en América Latina fueron de ganancia de acuerdo al 61.7% de los encuestados, y el 51,3% respondió que las expectativas mejoraron en comparación con el año anterior. El índice de difusión (ID, la diferencia entre la mejora y el empeoramiento) también mejoró notablemente en todos los países excepto en Venezuela. El valor ID fue especialmente alto en Brasil (52,3%), Colombia (44,4%), y Argentina (43,3%). La mayor proporción de empresas atribuyó la mejoría al «aumento de la facturación en el mercado local», y esta fue la respuesta más común entre las empresas de todos los países excepto en Venezuela. El rebote económico de los efectos de la COVID-19 del año anterior fue la causa más citada por las empresas en todos los países. Si bien es cierto que el porcentaje de empresas en toda América Latina que indicó un empeoramiento en las expectativas de resultados operativos se redujo significativamente desde la última encuesta (del 53,5%→ al 15,8%), el porcentaje de las empresas que atribuyeron el empeoramiento al «incremento en los costos de aprovisionamiento» fue mayor al 50%, superando por 35 puntos porcentuales (p.p.) a la encuesta anterior. Las industrias que citaron las mismas causas fueron muy diversas. Se citaron causas externas, como la escasez de contenedores, limitaciones de suministro, y el aumento de los costos de transporte. Sin embargo, en algunos países, la devaluación de la moneda local y la creciente inflación también se consideraron factores que afectan a varias industrias. Ahora bien, comparando las expectativas de resultados operativos para 2021 con los de 2019 vemos que las respuestas «Mejora» y «Sin Variación» conjuntamente suman entre 70 y 80% en varios países, lo cual indica que la actividad económica está volviendo a los niveles pre-pandemia.
- Las expectativas de resultados operativos para 2022 en América Latina son de Mejora respecto al año anterior de acuerdo al 53,1% de las respuestas, superando por poco al porcentaje de Mejora en las expectativas de resultados operativos para 2021 (comparado con el año anterior). El motivo indicado con mayor porcentaje en todos los países fue el «aumento de la facturación en el mercado local». El valor ID es particularmente alto en México (54,8%). La razón más citada para la mejora en las expectativas de resultados operativos en México también fue el «aumento de la facturación en el mercado local». La mayoría de estas empresas son manufactureras en la industria automotriz y que exportan la mayor parte de sus productos terminados a EE. UU., por lo cual se deduce que gran parte de las empresas que esperan un aumento de la facturación en el mercado local confían en un aumento de la demanda en EE. UU.

Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

Síntesis general: 2

- Respecto a la evolución de los negocios para los próximos dos años, en todos los países, excepto Venezuela, el porcentaje de la respuesta «Ampliación» aumentó desde la última encuesta y el porcentaje de la respuesta «Mantener la situación actual» se redujo en todos los países. Es probable que esto se deba a que las empresas todavía estaban evaluando la evolución de los negocios en medio de la pandemia, sin embargo, entrado en el 2021 finalmente lograron definir dicha evolución.
- También preguntamos sobre las posibles revisiones de estrategias de ventas y proveedores. En cuanto a las estrategias de ventas, 55,0% de los encuestados en América Latina respondieron que «Revisarían los productos en venta». Otras respuestas con porcentajes altos fueron: «Revisión de clientes» (49,6%), «Aumento de los precios de venta» (47,3%). El aumento de los costos logísticos debido a la pandemia de la COVID-19 estaría influyendo en el incremento de los precios. Respecto al aprovisionamiento, la mayoría de los encuestados en México respondieron que cambiarían sus proveedores de Japón, EE. UU. y China, a México o EE. UU. Varios encuestados en Brasil y Argentina también respondieron que cambiarían sus proveedores de Asia, incluido Japón, hacia el continente americano. El motivo más citado por las empresas encuestadas en América Latina para la «Revisión de proveedores» fue la «Optimización de los costos de producción».
- También se consultó sobre el uso y los desafíos en el uso de las tecnologías digitales, a lo cual el 36,8% de los encuestados en América Latina respondieron que «Ya se están utilizando». Entre ellos, en Brasil, donde la digitalización está más avanzada particularmente a raíz de la propagación de la COVID-19, cerca del 50% de los encuestados indicaron que «Ya se están utilizando». Por otra parte, en México, donde muchas de las empresas japonesas son manufactureras, el porcentaje de encuestados que respondieron «No se tiene planeado utilizarlas», «No se sabe en este momento» alcanzó un 45,5%, el más alto entre los 6 países.

Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

Síntesis de los principales países: México¹

[México]

- De las 249 empresas que respondieron, 22,5% (56 empresas) indicaron que «Se revisarán los proveedores». [Al extraer solamente a las empresas manufactureras](#), 29,4% (42 empresas) del total de 143 respuestas indicaron «Se revisarán los proveedores». Específicamente, [Cambiar proveedores de Japón, EE. UU. y China, a México o EE. UU.](#) fue la respuesta más obtenida. Por otra parte, solamente 2 empresas respondieron que cambiarían sus proveedores de México a otros países, una a EE. UU. y otra a China. También, 29 empresas respondieron «Se diversificarán los proveedores» [Página 50].
- En la pregunta sobre los sistemas de producción, 52 empresas respondieron que «Se revisarán los sistemas de producción». Y 39 de las empresas indicaron específicamente que «Se impulsarán nuevas inversiones / inversiones de capital». Por otra parte, 3 empresas respondieron que «Se transferirá la producción desde otros países hacia México», y hubo 1 empresa que respondió que «Se retirará la producción de México» [Página 55].
- [La tasa de aprovisionamiento local de materias primas y piezas](#) de cada empresa manufacturera ([Promedio de las respuestas de cada empresa](#)) es de [24,6%](#), menor que el 30,8% de la encuesta pasada. En cambio, el porcentaje de aprovisionamiento desde Japón es de 35,8%, mayor que el 31,7% de la encuesta pasada. Viendo el desglose del aprovisionamiento local, el porcentaje de aprovisionamiento procedente de empresas japonesas instaladas en el país es de 53,2%, mayor que el 46,0% de la encuesta pasada. Por otro lado, el porcentaje de aprovisionamiento procedente de empresas locales es de 37,4%, menor que el 41,5% de la encuesta pasada. La encuesta anterior sugería que mientras el porcentaje de aprovisionamiento local se incrementaba, el aprovisionamiento procedente de empresas locales también avanzó en la misma medida, sin embargo, [en 2021 ocurrió el fenómeno opuesto](#). La principal causa se debería a que, como parte del proceso de recuperación de los efectos de la pandemia, la demanda en países destino de las exportaciones como EE.UU. se incrementaba, pero el estado de suministro interno en México no logró reponerse al mismo ritmo, a raíz de los recortes en la producción, la lenta recuperación, entre otros. Esto habría llevado a incrementar temporalmente el aprovisionamiento desde Japón y desde otras empresas japonesas en el mercado local, o realizar múltiples compras (diversificación de los proveedores) [Páginas 81-82].

Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

Síntesis de los principales países: México 2

- En ventajas y riesgos del ambiente de inversión, el porcentaje que reconoció «Bajo costo de la mano de obra» como una ventaja fue menor que el de la encuesta pasada (52,7%→47,6%). Por otra parte, se incrementó el porcentaje de los que reconocieron los siguientes riesgos: «Subida brusca de los costos de mano de obra» (26,2%→32,3%), «Falta de mano de obra / Dificultades para la contratación (trabajadores generales, etc.)» (7,8%→10,1%). También, los que reconocieron «Sistema fiscal y trámites fiscales complicados» y «Sistema legislativo deficiente/falta de transparencia en su aplicación» como riesgos se incrementaron respecto a la encuesta pasada. Esto demostraría la preocupación por los cambios en las leyes realizadas por los gobiernos actuales, tales como las reformas legislativas en las industrias petroleras y eléctricas, y la prohibición de la subcontratación de personal [Páginas 65-66].
- Respecto a la tasa de utilización del tratado entre EE. UU., Canadá y México (T-MEC), 83 empresas respondieron que exportan a EE. UU. y Canadá, y de ellos el 67,5% (56 empresas) respondió que «Se está utilizando». Mientras que en la encuesta pasada, de las 78 empresas el 74,4% (58 empresas) respondieron que lo estaban utilizando. Por otra parte, el porcentaje que respondió que «Se está considerando usarlo» descendió (16,7%→7,2%), mientras que los que respondieron «No se está utilizando (No está planeado)» fueron 25,3% (21 empresas), mayor que el 9,0% (7 empresas) de la encuesta anterior. Dado que el T-MEC entró en vigor el 1 de julio de 2020, es probable que muchas empresas hayan respondido la encuesta anterior (septiembre de 2020) basándose en su antecesor, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA). Y a pesar de que persisten problemas por los grandes cambios en las reglas de origen, el T-MEC está efectivamente en vigor, y se observa que aquellas empresas que utilizaron el NAFTA continuarán utilizando el T-MEC. Por otra parte, muchas de las empresas que en la última encuesta respondieron que lo estaban considerando, finalmente desistieron de su uso [Página 83].
- De las respuestas válidas (241 empresas) respecto al impacto del T-MEC, el 65,2% dijo que «No hubo impacto, o no se tiene claro su impacto». También, la respuesta «Hubo impacto positivo» fue superior a la respuesta «Hubo impacto negativo» por 4,6 p.p. Al preguntar qué medidas tomarían a aquellas empresas que respondieron haber tenido impacto, 6 empresas respondieron que revisarían sus proveedores, y 3 que cambiarían sus sitios de producción. Los primeros dijeron que cambiarían de Japón, Asia, y EE. UU., hacia México. Los segundos, las 3 empresas coincidieron en que cambiarían de Japón a México [Página 116].

Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

Síntesis de los principales países: México 3

- Respecto al impacto de las [nuevas reglas de origen](#) del T-MEC, 36 empresas indicaron que era negativo, en tanto que 32 indicaron que era positivo. Adicionalmente, al preguntar por los detalles, 25 empresas indicaron que como consecuencia de las nuevas reglas de origen «No hubo más opción que cambiar de proveedores», y 30 empresas indicaron lo opuesto, que «Se incrementaron las solicitudes de pedidos y los clientes nuevos». Como resultado, [el impacto positivo fue superior al negativo](#). El impacto negativo de las nuevas reglas de origen «Requerimiento de un ratio de aprovisionamiento local de acero/aluminio del 70%» y «Cláusulas salariales» fue tan alto que en general terminó superando al impacto positivo. Sin embargo, gracias a que la implementación de las nuevas reglas de origen incentivaron el aprovisionamiento local, muchas empresas, especialmente las manufactureras de componentes y materia prima, se beneficiaron de un impacto positivo. Muchas de las respuestas valoraron que el T-MEC aseguraba medidas para evitar los riesgos de una subida en los aranceles por parte de EE. UU., mediante la exención del Artículo 232 de la Ley de Expansión Comercial de EE. UU., entre otras [[Páginas 117-119](#)].
- Con respecto al [impacto de las fricciones entre EE. UU. y China](#), de las 243 respuestas validas, el 68,7% respondió que «No hay impacto, o no se tiene claro su impacto», y el 30,5% respondió que «Sí hay impacto». Entre quienes respondieron que hay impacto, la respuesta «Hubo impacto negativo» superó a «Hubo impacto positivo» por 2,1 p.p., y al ser consultadas por el [impacto concreto](#) respondieron que [«Se incrementaron las solicitudes de pedidos»](#). En cuanto a ejemplos concretos de esos aumentos en las solicitudes de pedidos, mencionaron que «Clientes de Norteamérica han cambiado la adquisición de componentes y materiales de China a México», «Los clientes han trasladado sus centros de producción de China a Norteamérica (EE. UU. / México)», «La producción para la exportación hacia EE. UU. ha aumentado», «Nuevas empresas chinas han ingresado al mercado mexicano», entre otros. [[Páginas 120-121](#)].

Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

Síntesis de los principales países: Brasil 1

[Brasil]

- Respecto a las «Expectativas de resultados operativos para 2021», el porcentaje de empresas que respondieron «Ganancia» fue cercano al 70% (69,4%), siendo el porcentaje más alto de América Latina en su conjunto. Se incrementó en 17,7 p.p. con respecto a la encuesta pasada. El ID para las «Expectativas de resultados operativos para 2021» fue el más alto entre los países objeto de este estudio. Desde agosto de 2021, Brasil ha levantado las restricciones a la actividad económica, originalmente impuestas por la COVID-19, principalmente en ciudades como Sao Paulo, la ciudad más importante económicamente y donde se concentran un gran cantidad de empresas japonesas. Ello habría elevado las expectativas respecto a la actividad corporativa y al consumo. El hecho de que el 89,4% (59 empresas) de las empresas respondieran que sus expectativas de resultados operativos para 2021 «Mejorarán» y que la principal causa sería por el «aumento de la facturación en el mercado local», confirmaría una vez más que en Brasil, con su enorme mercado interno y la proliferación de los modelos de negocio basados en producción local para el consumo local, muchas empresas confían en la reactivación económica local y que ese optimismo impactaría en sus ventas [Páginas 15-16, 18].
- Hay que notar también que el porcentaje de empresas que indicaron una «Mejora» en las expectativas de resultados operativos para 2021 comparadas con el 2019, antes de la pandemia de la COVID-19, fue de 46,4% (51 empresas). Se podría decir que la actividad económica está en camino a recuperar los niveles pre-pandemia [Página 25].
- Un gran porcentaje de empresas señalaron que revisarán sus estrategias de ventas, concretamente: «Revisión de clientes» (60,0%, 24 empresas), y «Aumento de los precios de venta» (52,5%, 21 empresas). Habrían influido la escasa oferta de materias primas y componentes debido a la falta de contenedores generada por los efectos de la COVID-19, la creciente inflación, entre otros, además de la devaluación del real brasileño [Página 45].

Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

Síntesis de los principales países: Brasil 2

- Respecto al [aprovechamiento de los TLC/AAE, en el plano de la exportación](#), de las 23 empresas que exportan a los países del Mercosur, las que respondieron que «No se está utilizando (No está planeado)» los tratados del Mercosur (52,2%) superaron a quienes dijeron que «Sí se está utilizando» (47,8%). En cuanto a la [importación](#), de las 11 empresas que importan desde los países del Mercosur, 72,7% (8 empresas) indicaron que «Se está utilizando» [los tratados del Mercosur](#). Dado que 10 de las 11 empresas son manufactureras y tienen fábricas en territorio brasileño, estarían beneficiándose con los tratados del Mercosur, adquiriendo componentes y materias primas desde los países de dicha región. En cuanto a las exportaciones, también ha quedado claro que un determinado número de empresas cree que la necesidad y el costo/beneficio de utilizar los tratados son bajos. Aunque no hay tratados con Japón, también hubo nueve empresas que respondieron que si los hubiera «Los utilizaría», y así mismo, cinco empresas dijeron que si hubiera tratado con la UE «Los utilizaría» [Páginas 91-92].
- Respecto a las [«medidas para la descarbonización»](#), 41,4% (46 empresas) de un total de 111 empresas que emitieron respuestas válidas dijeron que «Ya están tomando medidas». De las empresas que respondieron que «Ya están tomando medidas» o que «Hay planes para tomar medidas», 64,5% (49 empresas) mencionaron específicamente «el ahorro de energía y el ahorro de recursos», y 46,1% (35 empresas) mencionaron «la adquisición de energía renovable y nuevas fuentes de energía». El motivo se debería a que más del 80% de la generación [de electricidad en Brasil procede de fuentes renovables](#) [Páginas 99, 103].
- Al ser consultadas sobre las «políticas de interés relacionadas al uso de tecnologías digitales», el 51,4% (54 empresas) señaló a «la información confidencial (información personal, etc.) sujeta a marcos legales y normativos», puesto que en septiembre de 2020 [se implementó la Ley de Protección de Datos Personales, que fue influenciada por el Reglamento General de la Protección de Datos \(RGPD\) de la UE](#), y esto habría despertado el interés de cierto número de empresas [Página 113].

Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

Síntesis de los principales países

[Argentina]

- Los controles de capital e importaciones se han intensificado en el Gobierno de Alberto Fernández, generando la devaluación del peso argentino y un marcado deterioro del entorno comercial. Sin embargo, a inicios de 2021 se empezaron a ver signos de reactivación económica a medida que los casos de la COVID-19 iban disminuyendo, y alentados por un «aumento de la facturación en el mercado local» (señalado por un 76,2%, 16 empresas), el porcentaje de empresas que indicaron una «Mejora» en las «expectativas de resultados operativos para 2021» comparado con el año anterior fue de 56,8% (21 empresas). Aunque el mayor porcentaje de respuestas que esperan mejoras, el 38,9% (7 empresas), mencionó un «Aumento del 10%», ello daría a entender que no se espera una mejora significativa [Páginas 16-18].
- Respecto a los riesgos en el entorno de inversión, la «inestabilidad cambiaria» (92,5%, 37 empresas) y las «condiciones políticas y económicas inestables» (87,5%, 35 empresas) fueron la mayoría, al igual que en la encuesta pasada. Respecto a los beneficios en el entorno de inversión, el porcentaje que respondió «tamaño del mercado/posibilidad de crecimiento» fue del 20,0%, una reducción de 8,9 p.p. del 28,9% de la encuesta pasada. Sin embargo, la totalidad de las 38 empresas que respondieron «mantendrán» el número de expatriados japoneses [Páginas 44, 77-78].

Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

Síntesis de los principales países

[Perú]

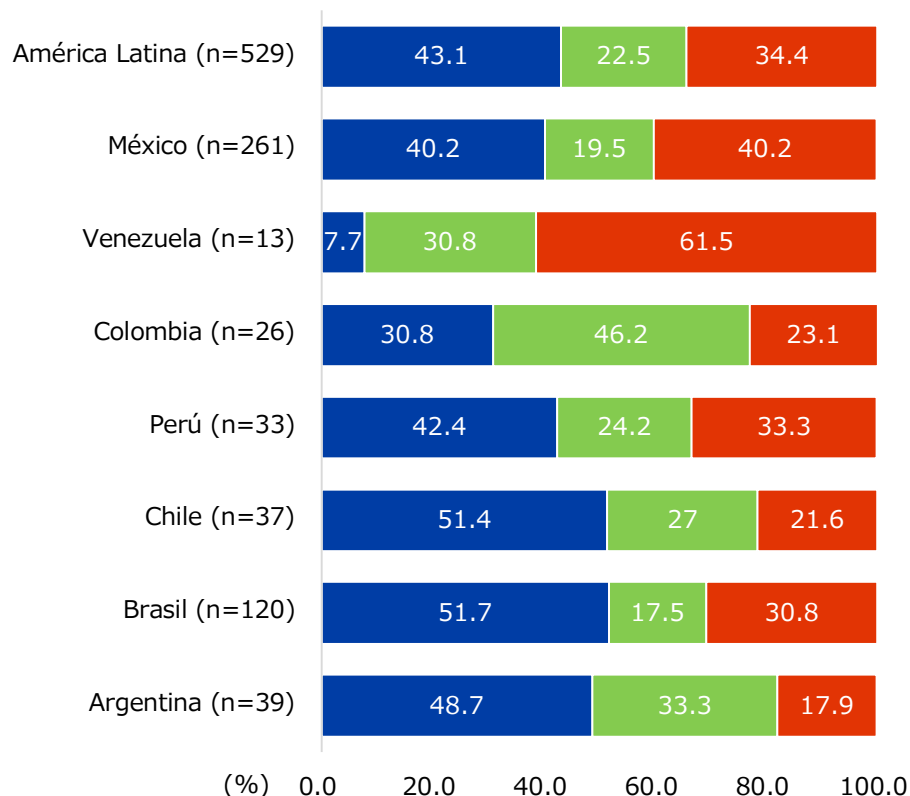
- En Perú, poco menos del 70% tenía expectativas de resultados operativos para 2021 de ganancia, y el valor ID de 34,7% tampoco es malo comparado con el promedio de América Latina [Páginas 15-16].
- Por otra parte, en cuanto a los riesgos en el entorno de inversión, el porcentaje de empresas que señaló «condiciones políticas y sociales inestables» fue superior al 90%, 30,3 p.p. superior al de la encuesta pasada. Además, por encima del 70% seleccionó «falta de transparencia en la gestión política del gobierno local». Todo ello con el telón de fondo de la agitación política de noviembre del 2020, cuando el presidente del país fue sustituido dos veces en tan solo una semana. También está el episodio de las elecciones presidenciales de abril de 2021, donde el candidato de la izquierda radical, Pedro Castillo, quedó en primera posición y se enfrentó a la candidata de derecha Keiko Fujimori en la segunda vuelta en junio de ese año. El candidato Castillo obtuvo el mayor número de votos por un escaso margen, pero las objeciones por el partido de Fujimori continuaron por casi un mes y medio, hasta que Castillo fuera reconocido como ganador oficialmente. Las declaraciones de Castillo, que proclamaba un aumento de impuestos y una expansión de la autoridad nacional sobre el sector minero, en donde hay participación de muchas empresas japonesas, habrían aumentado la preocupación entre dichas compañías. Debido a la inestabilidad política interna, el sol peruano se ha mantenido a la baja respecto al dólar, por lo cual disminuyeron las empresas que hasta el momento consideraban la estabilidad cambiaria como una ventaja [Páginas 71-72].

1-1 | Expectativas de resultados operativos para 2021

- En todos los países excepto Venezuela, las expectativas de ganancia aumentaron en dos dígitos y las expectativas de pérdida se redujeron en comparación con el año anterior.
- En Colombia en particular, las expectativas de ganancia han aumentado 41,4 p.p. en comparación con el año anterior, muy superior al promedio de América Latina en su conjunto.

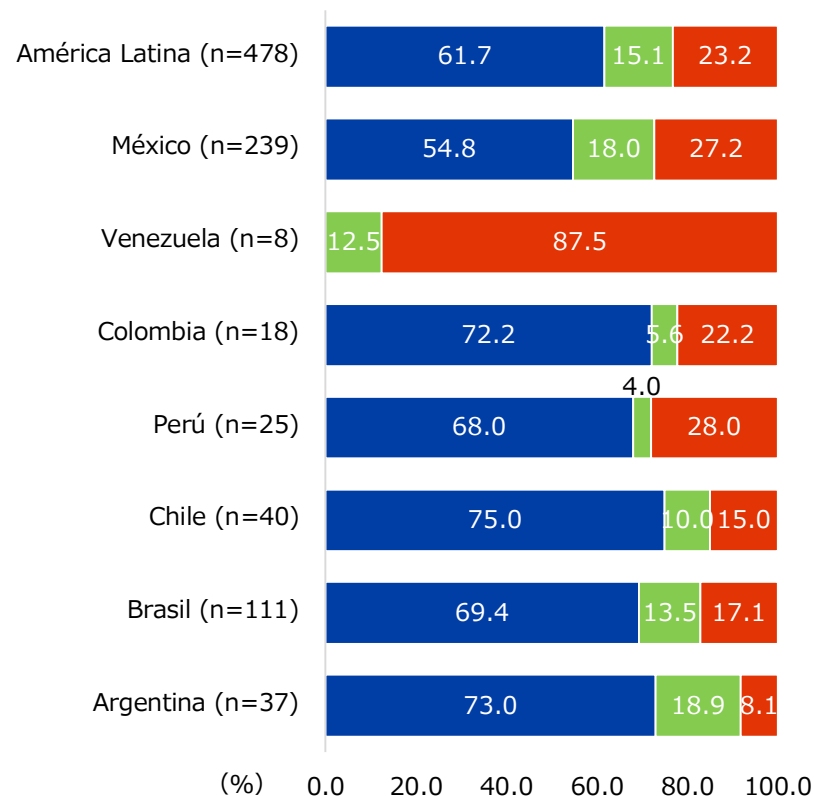
**Expectativas de resultados operativos para 2020
(Estudio del ejercicio fiscal 2020)**

■ Ganancia ■ Equilibrio ■ Pérdida



**Expectativas de resultados operativos para 2021
(Estudio del ejercicio fiscal 2021)**

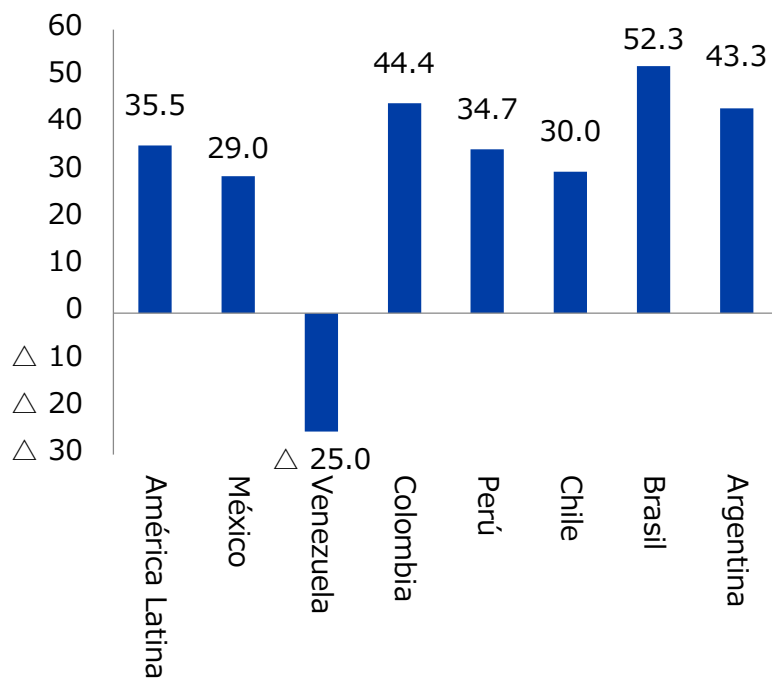
■ Ganancia ■ Equilibrio ■ Pérdida



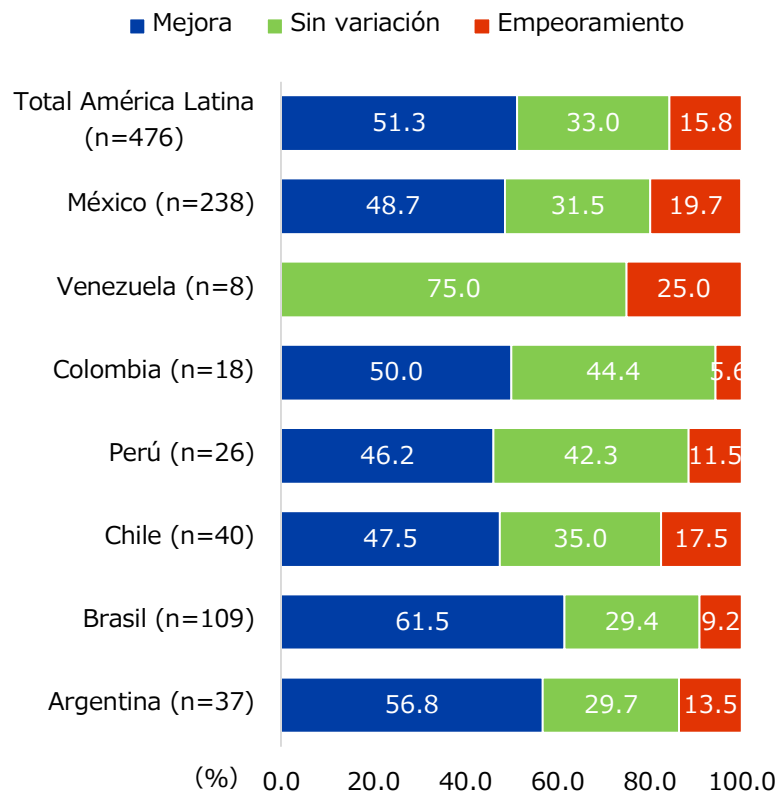
1-2 | Expectativas de resultados operativos para 2021 (comparación interanual)

- El ID en todos los países se incrementó significativamente comparado con los resultados de la encuesta anterior.
- El aumento de las mejoras en las expectativas de resultados operativos mostró un crecimiento de dos dígitos comparado con la encuesta anterior en todos los países excepto Venezuela. Además, el grado de empeoramiento se redujo en dos dígitos en todos los países incluido Venezuela. Puede observarse que la actividad corporativa se ha revitalizado en todos los países en comparación con el año pasado.

ID* por país (2021)



Expectativas de resultados operativos para 2021 en comparación con el año anterior

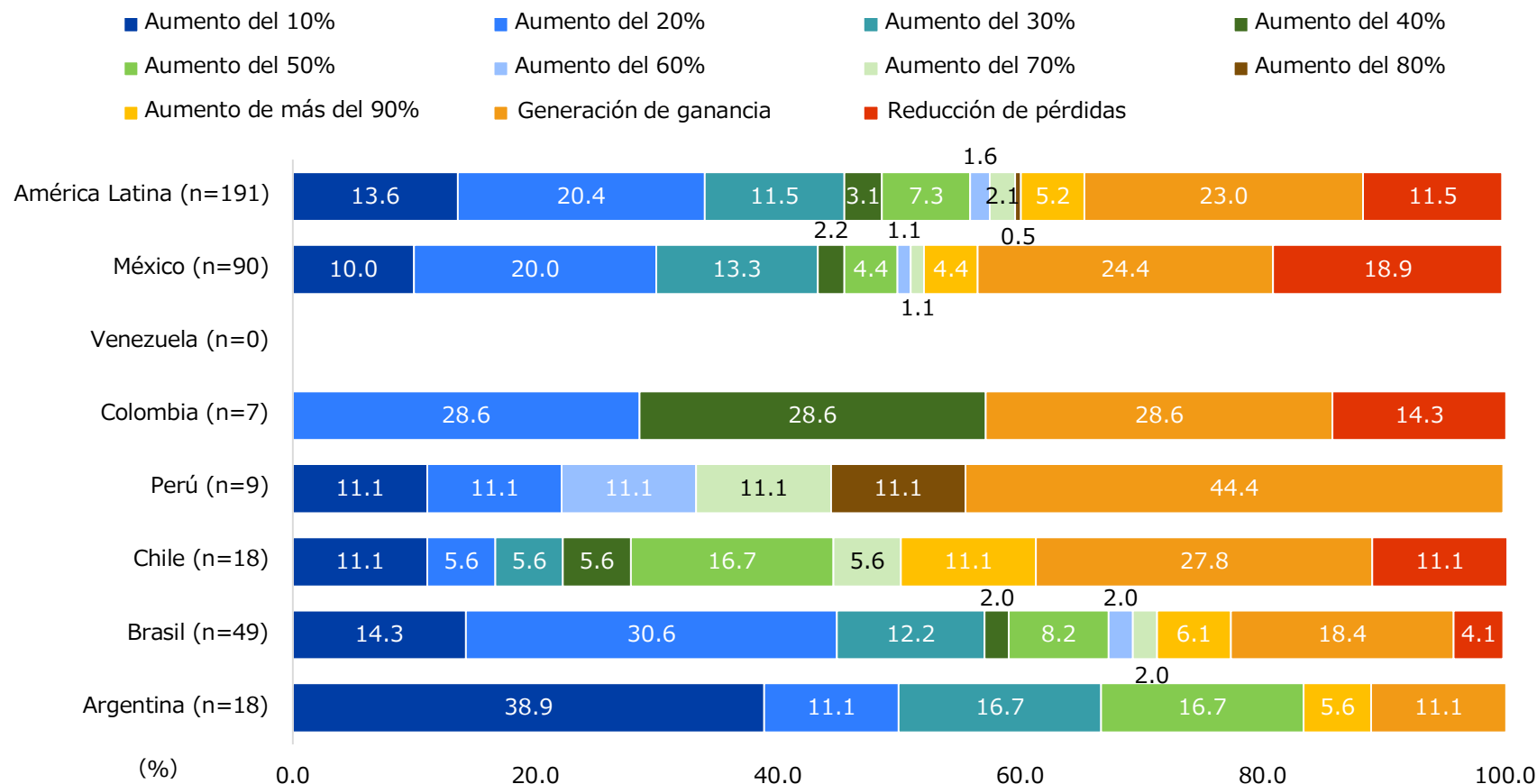


* Índice de difusión (ID): Valor que se obtiene restando de la proporción de empresas que prevén "mejora" para 2020 con respecto al año anterior a la proporción de empresas que prevén "empeoramiento".

1-3 | Aumento de las mejoras

- En América Latina en su conjunto, el porcentaje de empresas que señalaron el aumento de las mejoras por «Generación de ganancia» fue el más alto (23,0%), seguido de un aumento del 20% (20,4%) y un aumento del 10% (13,6%), por lo que se estima que las empresas que registraron una mejora significativa son pocas.

Aumento de la mejora (comparación interanual)



1-4 | Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021

- Al preguntar a las empresas que indicaron que las expectativas de resultados operativos para 2021 mostrarían una mejora respecto al año anterior el motivo de sus respuestas (véase página 16), el porcentaje de empresas que señalaron un «aumento de la facturación en el mercado local» fue el más alto, superando el 80% en América Latina en su conjunto. La causa fue atribuida a un «rebote económico desde la caída en las ventas por la COVID-19 del año anterior» por la mayoría de empresas en todos los países.
- En México, la cantidad de empresas que señalaron un «aumento de la facturación en el mercado local» fueron 94 (81,7%), y de ellas, 41 (43,6%) son manufactureras involucradas en el sector automotriz. Como la mayoría de los productos terminados en dicho sector son exportados a los EE. UU., se estima que un 40% del aumento de la facturación en el mercado local depende del aumento de la demanda en EE. UU.
- El porcentaje de los que señalaron una «reducción de otros gastos (costos de administración, energía, etc.)» como la razón de la Mejora, disminuyó en 17,7 p.p. respecto a la encuesta anterior en toda América Latina. También, el hecho de que la situación de los contagios de la COVID-19 se estabilizó y que aumentó la frecuencia de trabajo presencial, son otros de los factores de la Mejora.

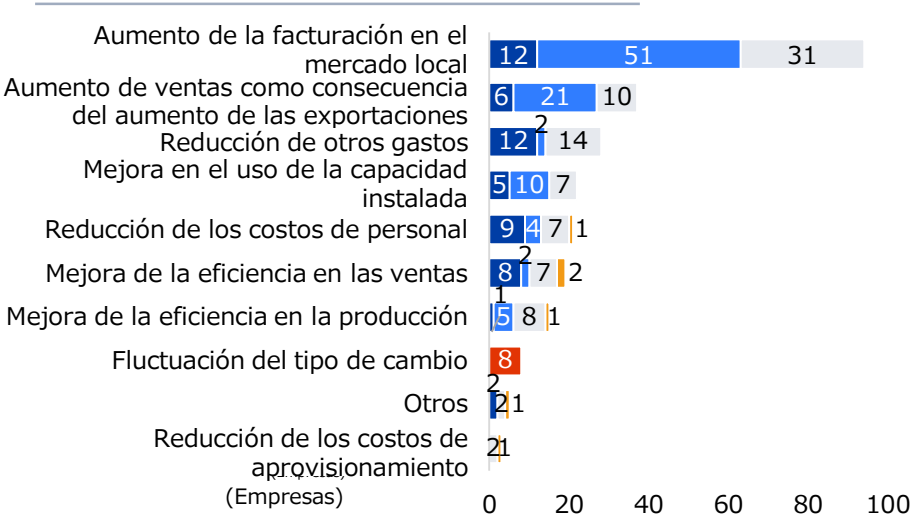
Motivos de la mejora en las expectativas de resultados operativos para 2021 (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

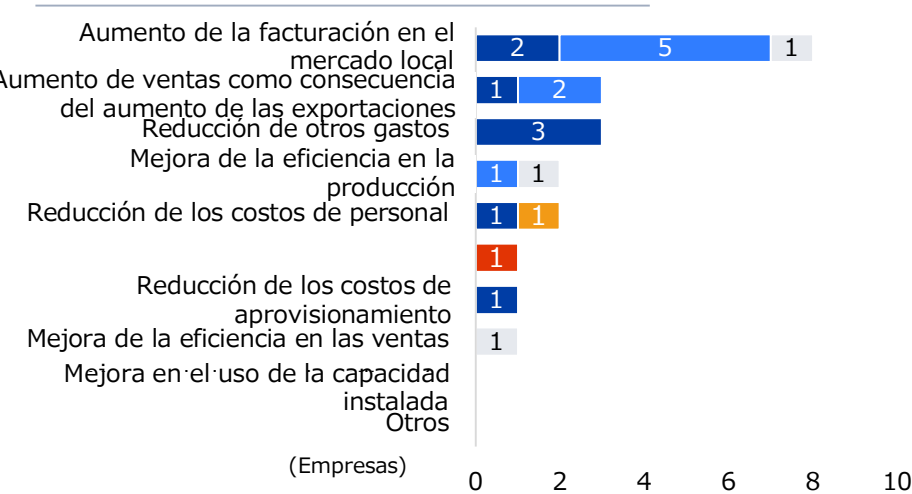
	Aumento de ventas como consecuencia del aumento de las exportaciones	Aumento de la facturación en el mercado local	Fluctuaciones del tipo de cambio	Reducción de los costos de aprovisionamiento	Reducción de los costos de personal	Reducción de otros gastos (costos administrativos, de energía, etc.)	Mejora de la eficiencia en la producción	Mejora de la eficiencia en las ventas	Mejora en el uso de la capacidad instalada	Otros
América Latina (n=242)	26.9	81.8	12.0	4.1	20.7	27.7	12.8	16.9	16.9	6.2
México (n=115)	28.7	81.7	7.0	2.6	18.3	23.5	13.0	13.0	19.1	4.3
Venezuela (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Colombia (n=9)	33.3	66.7	11.1	11.1	22.2	33.3	22.2	11.1	0.0	0.0
Perú (n=12)	33.3	91.7	0.0	0.0	16.7	41.7	8.3	16.7	16.7	0.0
Chile (n=19)	31.6	63.2	15.8	5.3	31.6	15.8	0.0	21.1	5.3	10.5
Brasil (n=66)	16.7	89.4	19.7	3.0	19.7	25.8	10.6	18.2	13.6	9.1
Argentina (n=21)	38.1	76.2	19.0	14.3	28.6	57.1	28.6	33.3	33.3	9.5

1-5 Motivos y otras causas de la «Mejora» en las expectativas de resultados operativos para 2021 (Por país ①)

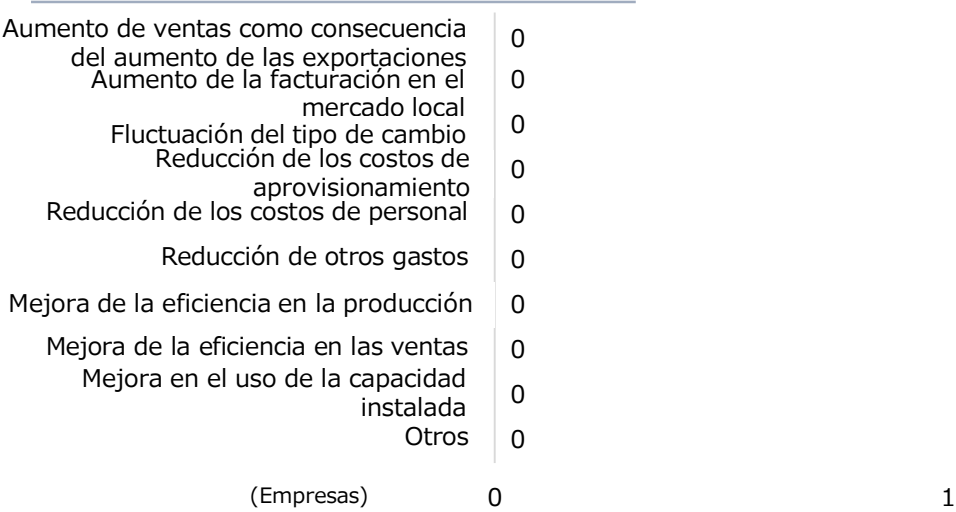
México (n=115)



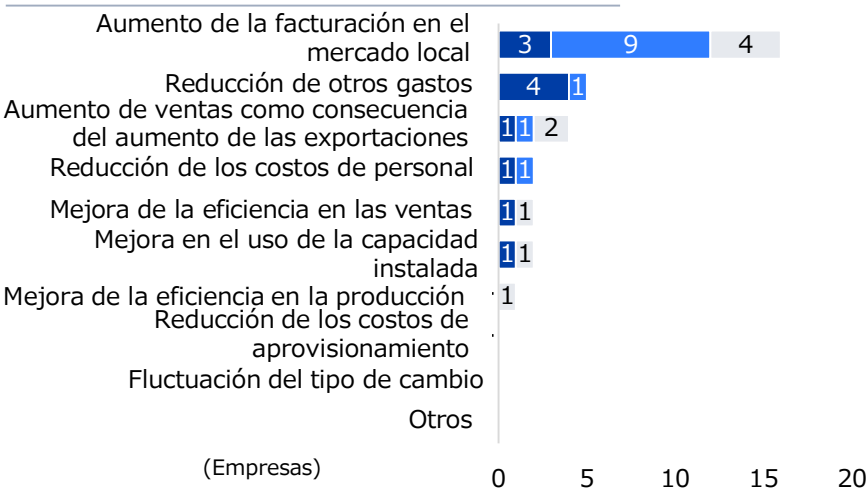
Colombia (n=9)



Venezuela (n=0)

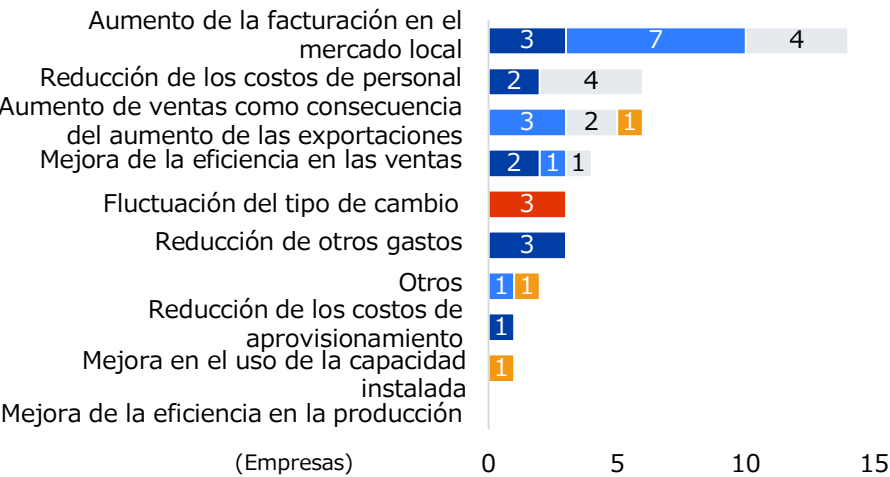


Perú (n=12)

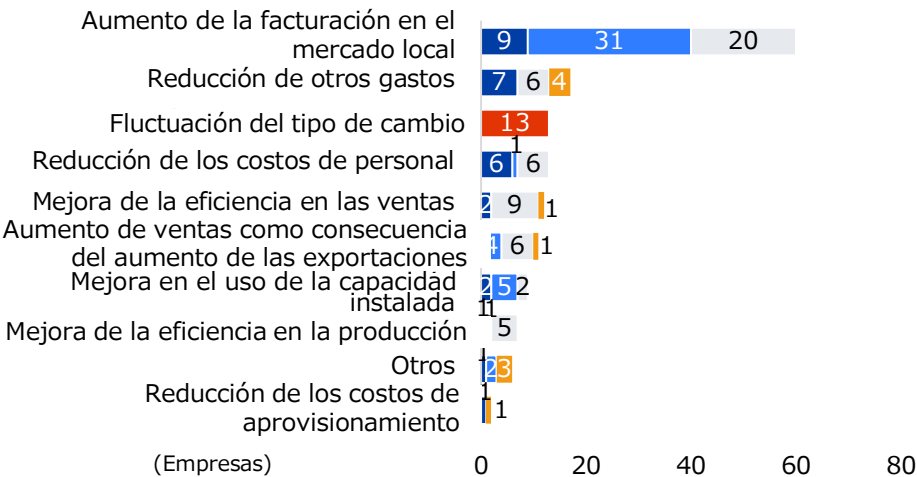


1-5 | Motivos y otras causas de la «Mejora» en las expectativas de resultados operativos para 2021 (Por país ②)

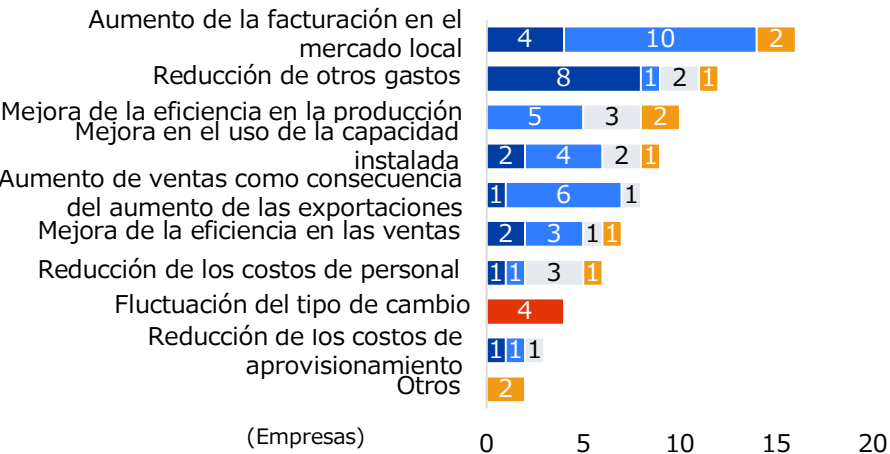
Chile (n=19)



Brasil (n=66)



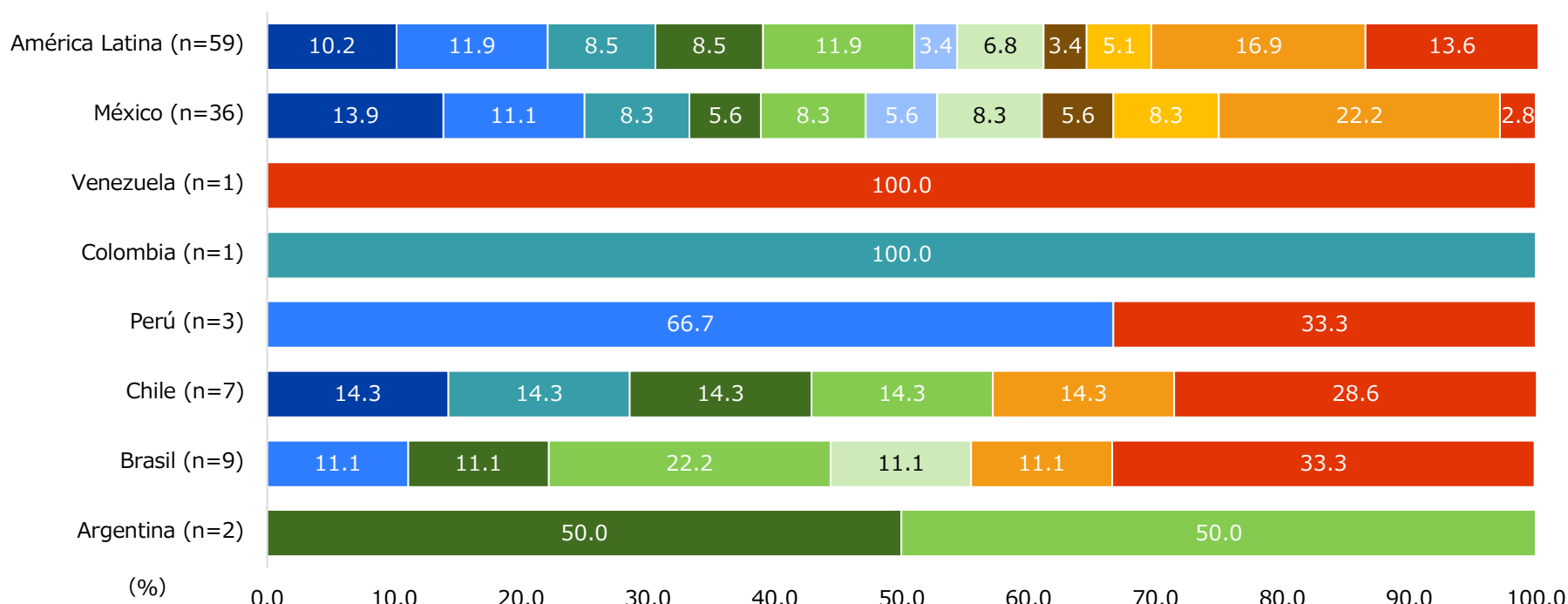
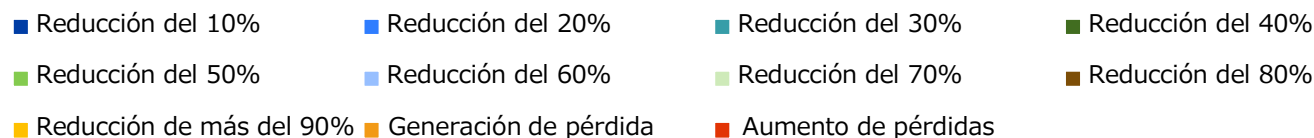
Argentina (n=21)



1-6 | Aumento del empeoramiento

- En América Latina en su conjunto, el porcentaje de empresas que señalaron el aumento del empeoramiento como un «Generación de pérdida» fue el más alto (16,9%), seguido de «aumento de pérdidas» (13,6%), por lo que las empresas que registraron grandes pérdidas también serían limitadas.

Aumento del Empeoramiento (comparación interanual)



1-7 | Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021

- En América Latina en su conjunto, el porcentaje de empresas que señalaron un **«aumento de los costos de aprovisionamiento»** como **motivo del empeoramiento de las expectativas de resultados operativos** fue superior al 50%, siendo el motivo más alto. También comparando con la encuesta pasada, el aumento fue de 35,5 p.p., superior a las otras causas. Los sectores que indicaron el mismo motivo son muy variados, y las causas serían por **las limitaciones de suministro, la escasez de contenedores, el aumento en los costos de transporte, la alta inflación, etc.**
- El porcentaje de empresas que seleccionaron «disminución de la facturación en el mercado local» fue menor que en la encuesta pasada para toda América Latina en su conjunto, aunque en Perú y Brasil ninguna empresa indicó dicha opción. Ahora bien, como factor de haber escogido «Disminución de la facturación en el mercado local», muchas empresas señalaron que fue debido a la «COVID-19».
- En México, 27 empresas (60,0%) seleccionaron «Disminución de la facturación en el mercado local». La mayoría manufactureras en la industria automotriz. Además, **«Subida brusca de los costos de mano de obra» fue seleccionada por 12 empresas (26,7%)**. 6 empresas son manufactureras en la industria automotriz, y otras 6 empresas son no manufactureras. A partir de septiembre del 2021 **se prohibió la subcontratación de personal, sin embargo, el impacto de la medida fue limitado**.

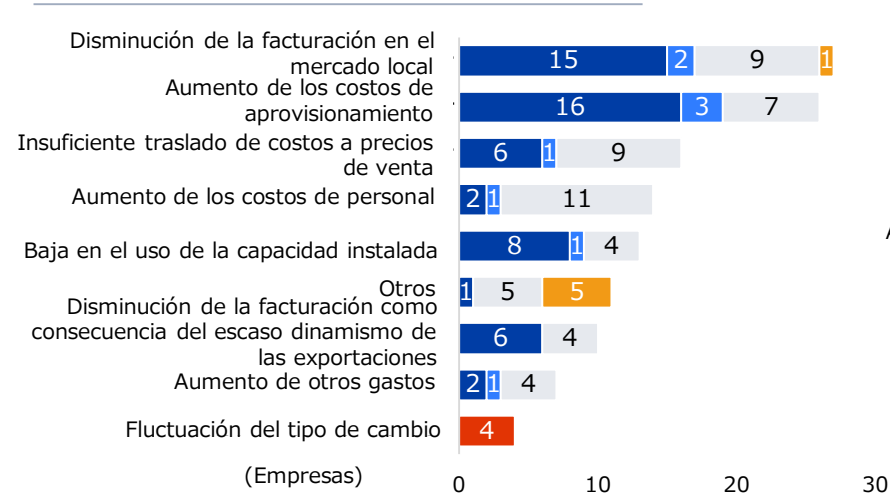
Motivos del Empeoramiento en las expectativas de resultados operativos para 2021 (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

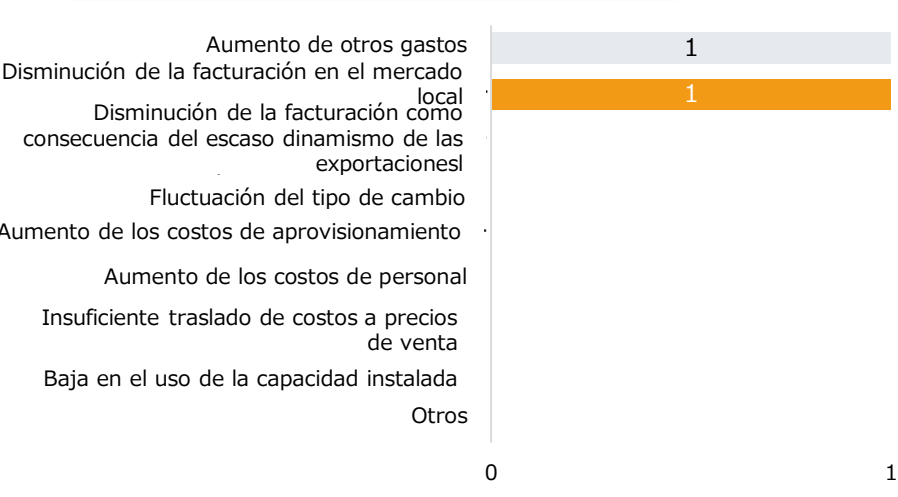
	Disminución de la facturación como consecuencia del escaso dinamismo de las exportaciones	Disminución de la facturación en el mercado local	Fluctuación del tipo de cambio	Aumento de los costos de aprovisionamiento	Aumento de los costos de personal	Aumento de otros gastos (costos administrativos, energía, combustible, etc.)	Insuficiente traslado de costos a precios de venta	Baja en el uso de la capacidad instalada	Otros
América Latina (n=73)	26.0	43.8	16.4	50.7	27.4	16.4	26.0	23.3	27.4
México (n=45)	20.0	60.0	8.9	55.6	26.7	13.3	31.1	24.4	24.4
Venezuela (n=2)	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
Colombia (n=1)	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Perú (n=3)	100.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	66.7	0.0
Chile (n=7)	57.1	14.3	42.9	28.6	42.9	28.6	28.6	28.6	28.6
Brasil (n=10)	10.0	0.0	30.0	60.0	30.0	20.0	10.0	10.0	50.0
Argentina (n=5)	40.0	40.0	20.0	40.0	20.0	0.0	40.0	20.0	40.0

1-8 Motivos y otras causas del «Empeoramiento» en las expectativas de resultados operativos para 2021 (Por país ①)

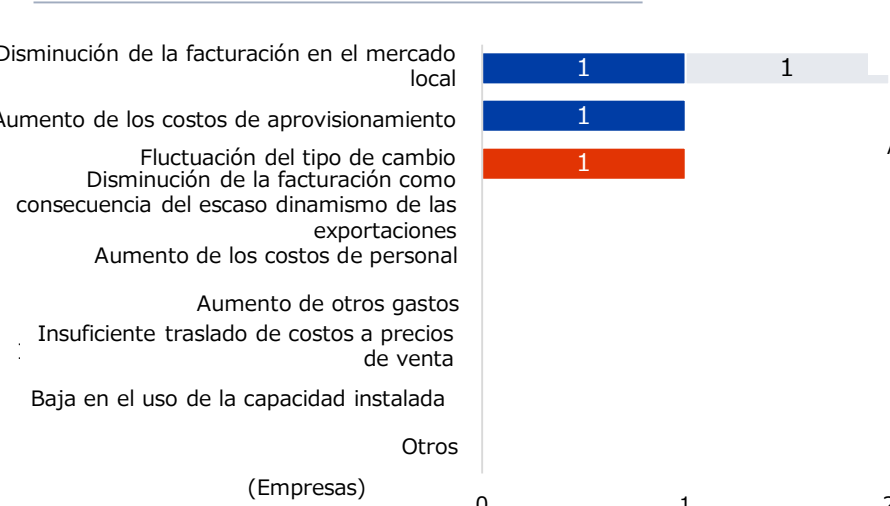
México (n=45)



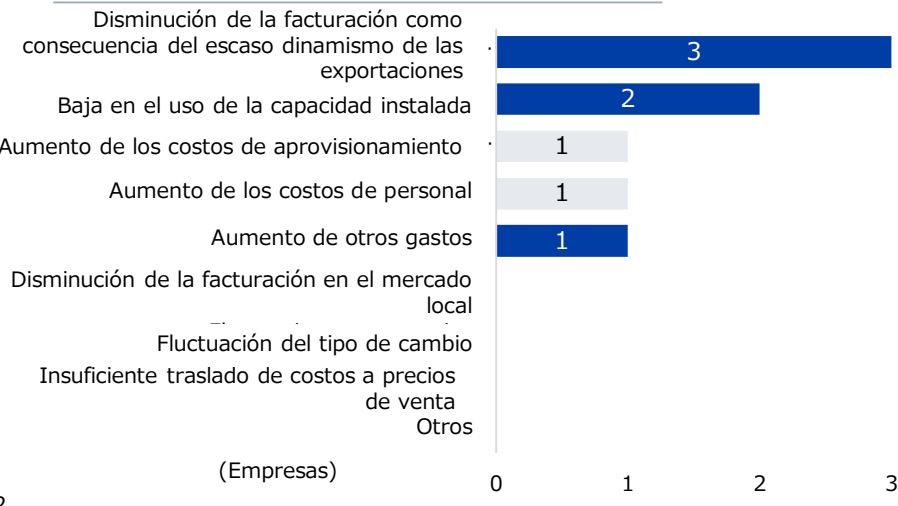
Venezuela (n=2)



Colombia (n=1)

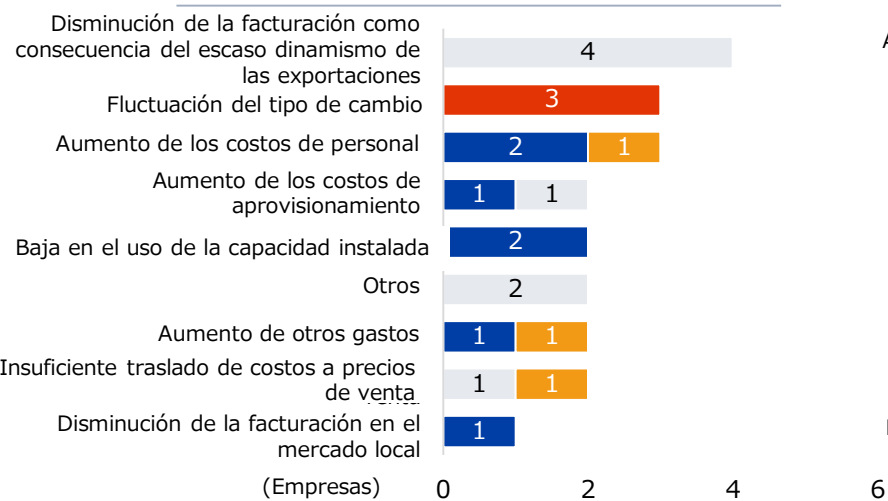


Perú (n=3)

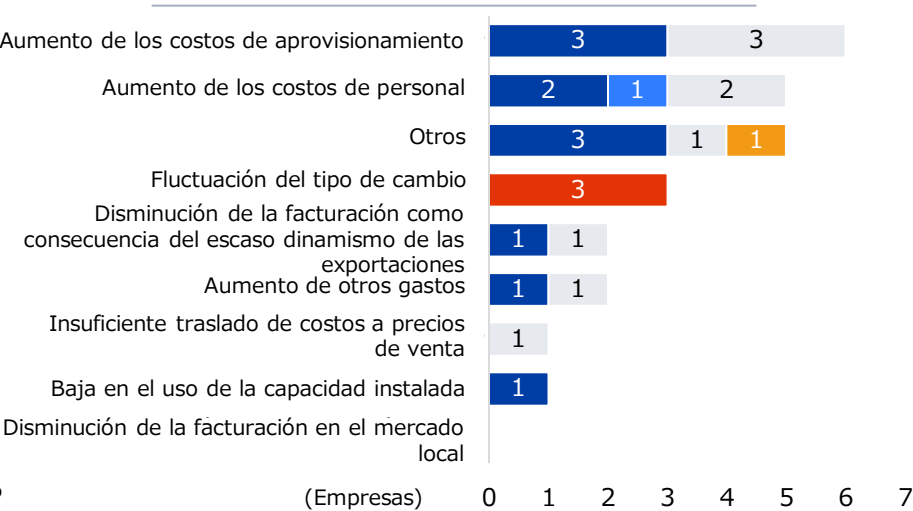


1-8 | Motivos y otras causas del « Empeoramiento» en las expectativas de resultados operativos para 2021 (Por país ②)

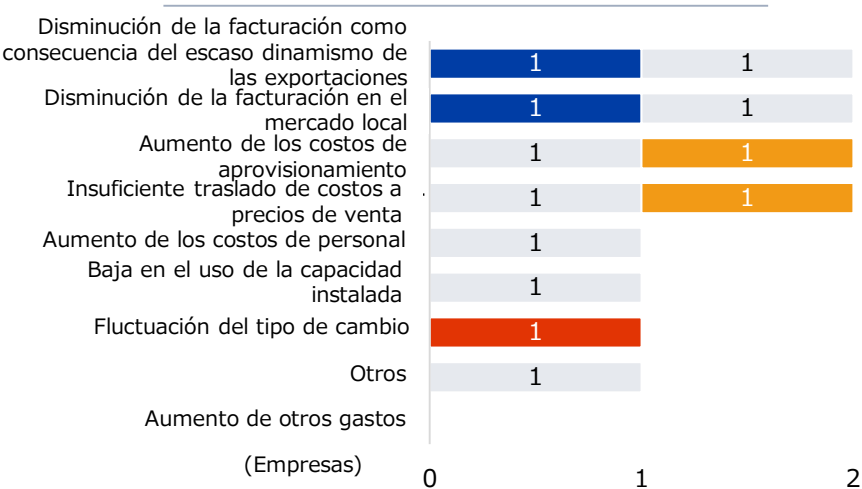
Chile (n=7)



Brasil (n=10)



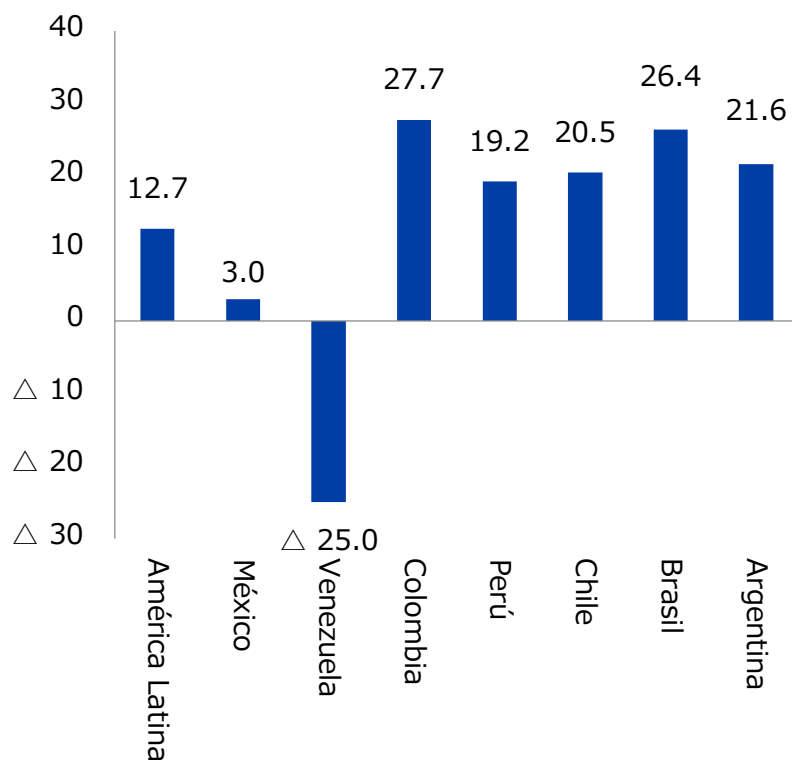
Argentina (n=5)



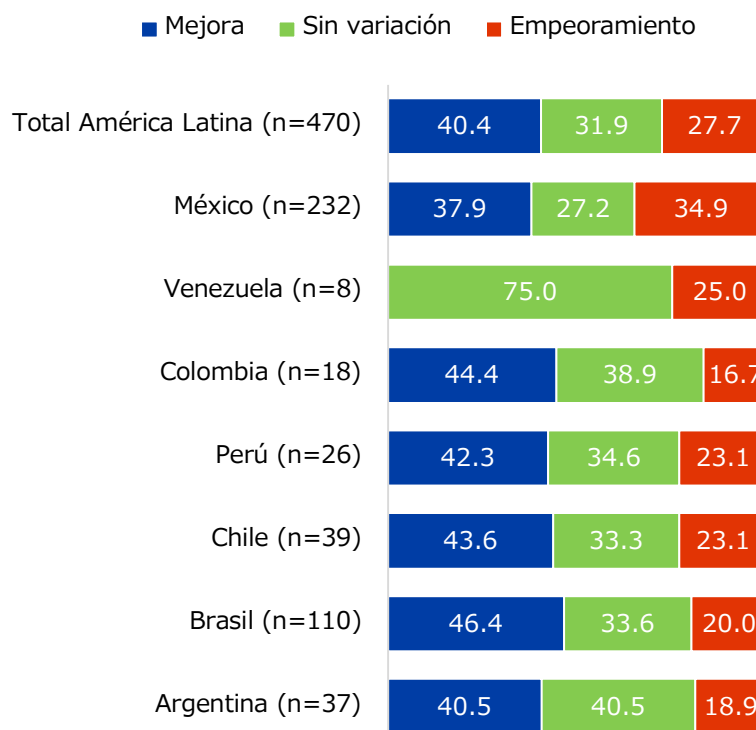
1-9 | Expectativas de resultados operativos para 2021 (Comparación con 2019)

- En todos los países, excepto Venezuela, se ha registrado un ID positivo para 2021 en comparación con el 2019, antes de la pandemia de la COVID-19.
- El total de las respuestas «Mejora» y «Sin variación» sobre las expectativas de resultados operativos en muchos países fue entre un 70 y un 80%, lo que sugiere que la actividad económica está recuperando los niveles pre-pandemia.

ID por país (2021)



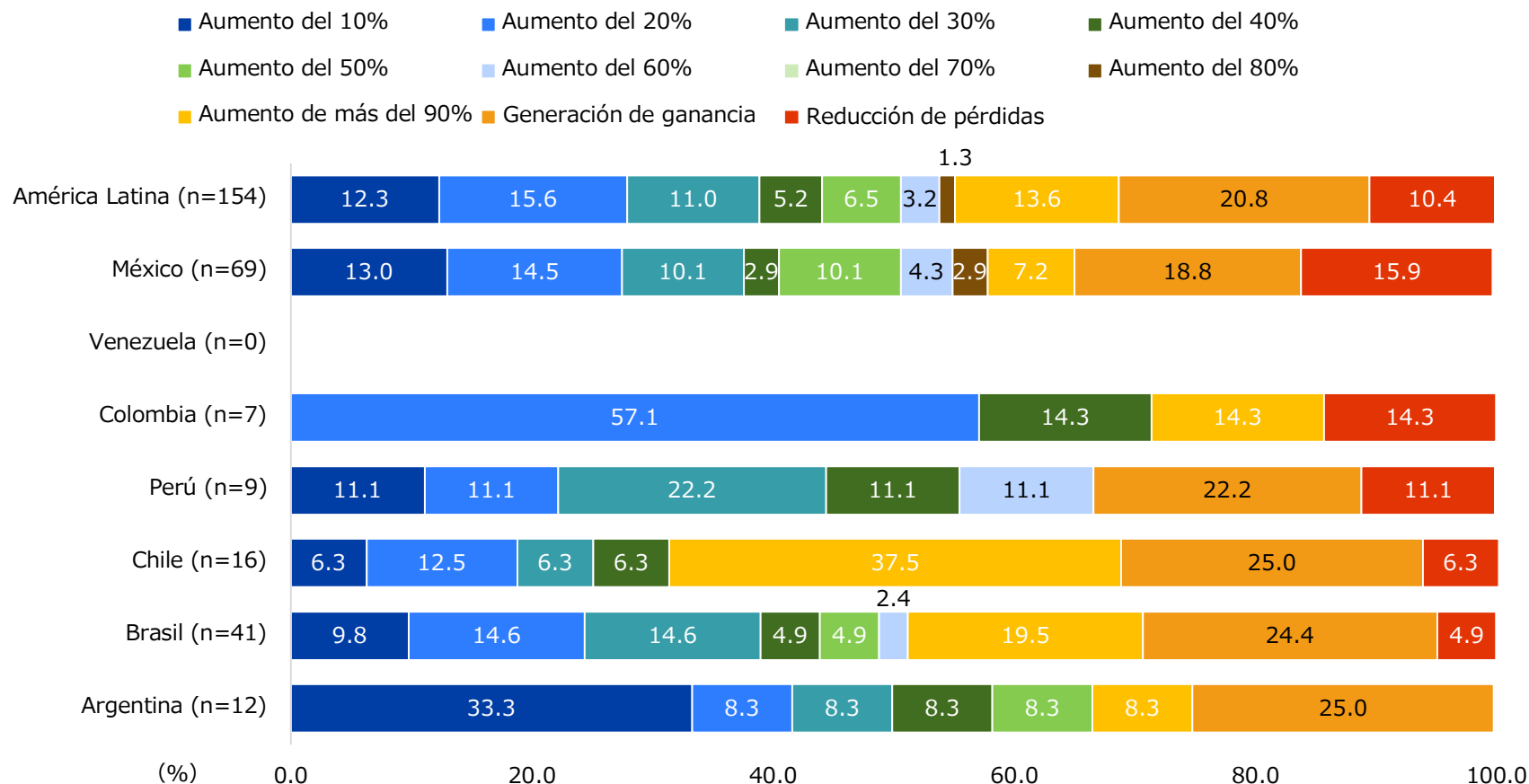
Expectativas de resultados operativos para 2021 en comparación con 2019 antes de la pandemia de la COVID-19



1-10 | Aumento de las mejoras (Comparación con 2019)

- En América Latina en su conjunto, el aumento de las mejoras comparado con el 2019 fue reconocido como de «Generación de ganancia» por el porcentaje más alto de encuestados (20,8%), seguido de un aumento del 20% (15,6%), manteniendo así la tendencia de aumento de las mejoras del año anterior.

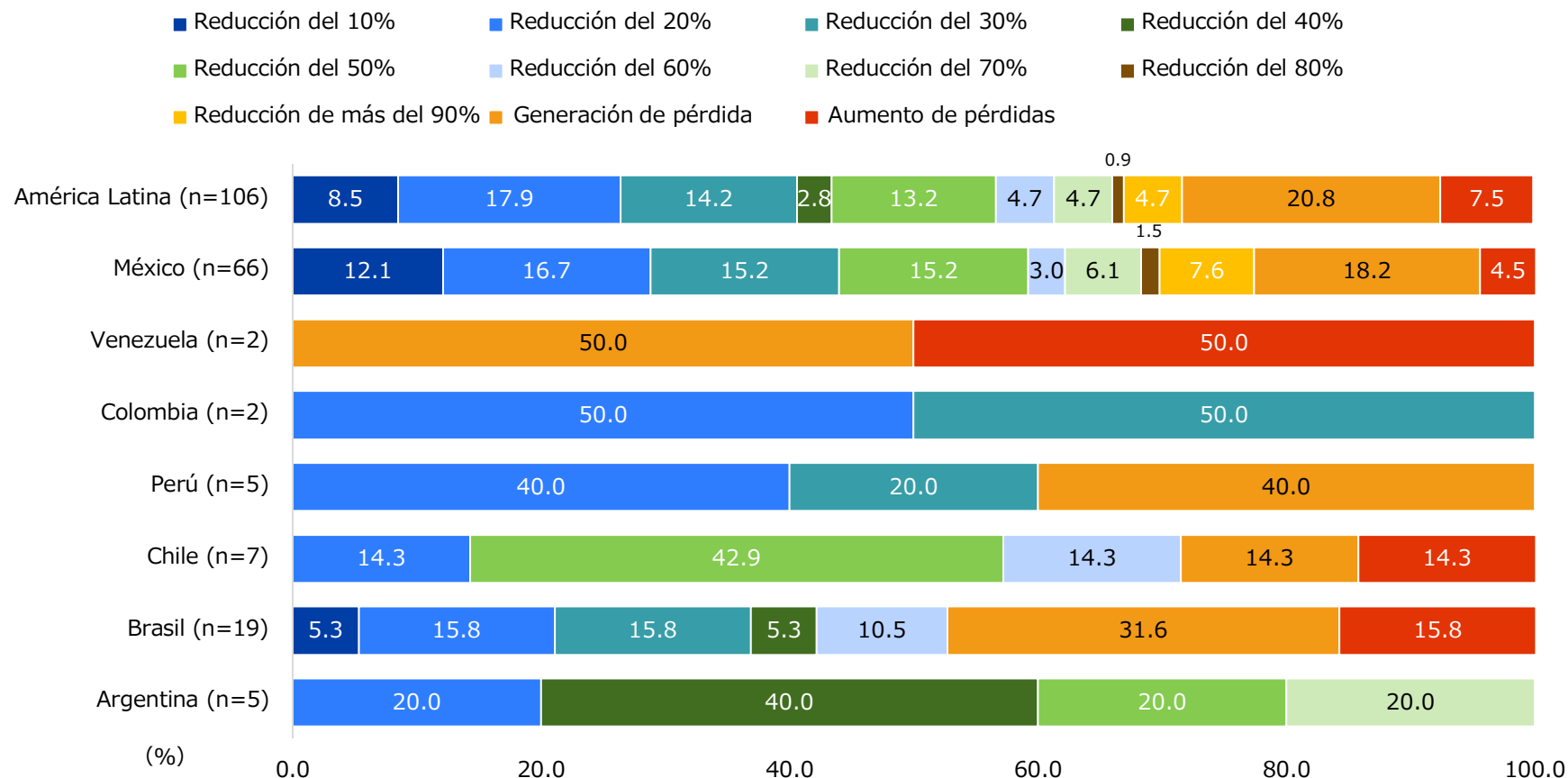
Aumento de las mejoras (Comparación con 2019)



1-11 | Aumento del empeoramiento (Comparación con 2019)

- En América Latina en su conjunto, el aumento del empeoramiento comparado con el 2019 fue reconocido como de «Generación de pérdida» por el porcentaje más alto de encuestados (20,8%), seguido de una «reducción del 20%» (17,9%), y una «reducción del 30%» (14,2%), lo cual indica una tendencia a incrementarse el empeoramiento comparado con el año anterior.

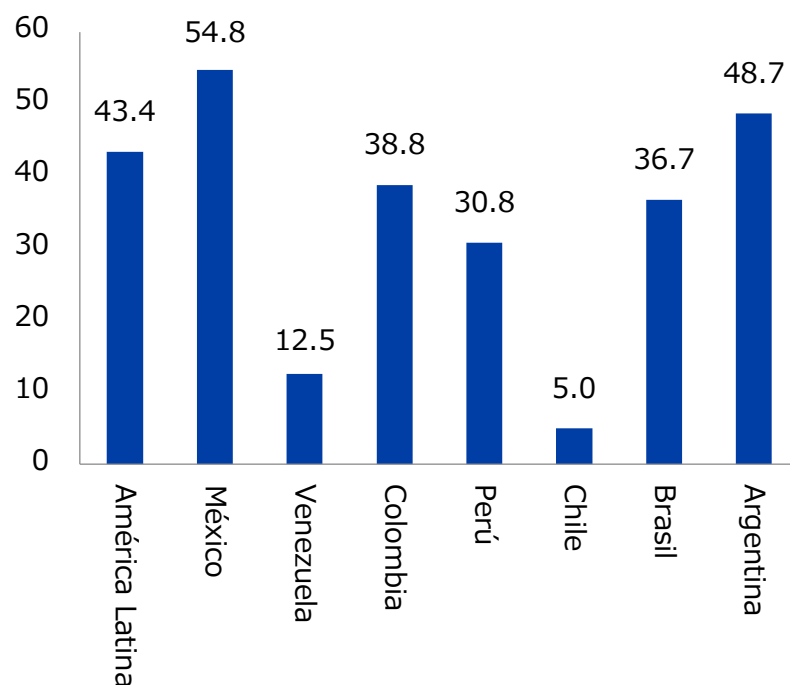
Aumento del Empeoramiento (Comparación con 2019)



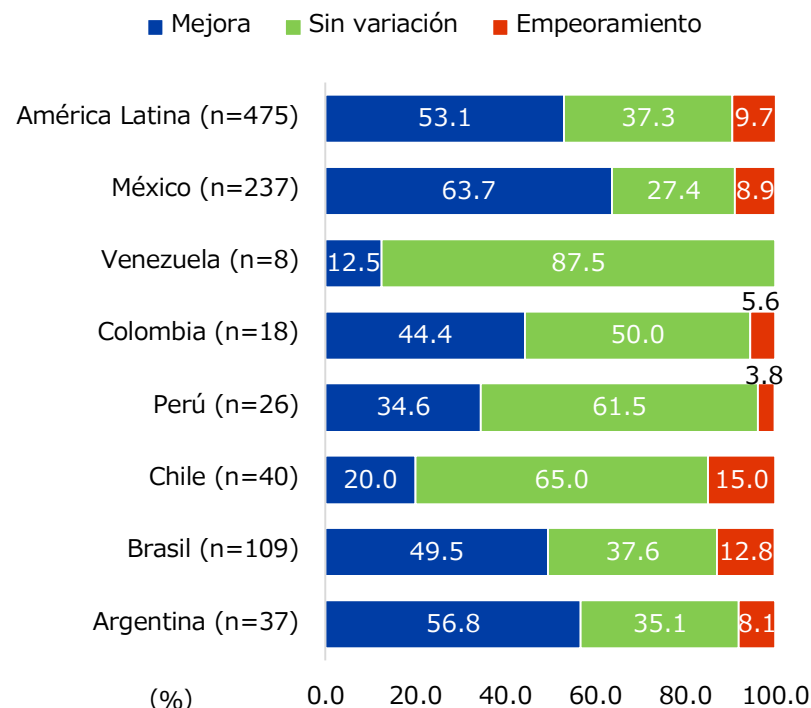
2-1 | Expectativas de resultados operativos para 2022 (Comparación interanual)

- El ID es positivo en todos los países. En México en particular, más del 60% tiene expectativas de resultados operativos de «Mejora», y su ID es de 54,8%, el más alto entre los 7 países de América Latina.
- Chile tuvo el ID más bajo comparado con los otros países. Si bien pocos respondieron «Mejora», fueron muchos los que respondieron «Sin variación».

ID por país (2022)



**Expectativas de resultados operativos para 2022
en comparación con los resultados de 2021**



2-2 | Motivos por los que las expectativas de resultados operativos para 2022 son de «Mejora»

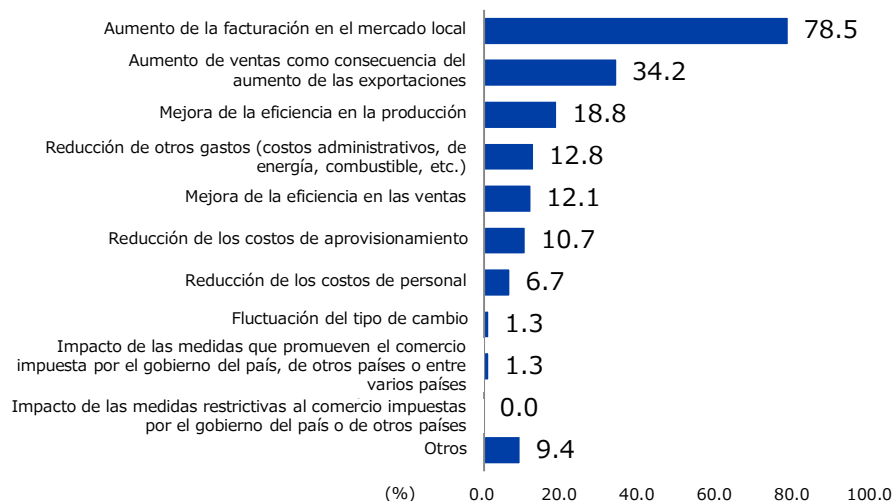
- En todos los países, la mayoría de las empresas señalaron un «aumento de la facturación en el mercado local» como el motivo de la mejora.
- En América Latina en su conjunto, el porcentaje que seleccionó «reducción de otros gastos (costos administrativos, de energía, etc.)» fue inferior en 14,5 p.p. al porcentaje que la seleccionó como el motivo de la mejora de las expectativas de resultados operativos en el 2021. El resultado sugiere que se espera una mayor revitalización de la actividad corporativa en el 2022 y por consiguiente un incremento en los gastos administrativos.
- En México, las empresas que señalaron un «aumento de la facturación en el mercado local» fueron 117 (78,5%), y de ellas, 67 (57,3%) son manufactureras involucradas en el sector automotriz. Como la mayoría de los productos terminados en dicho sector son exportados a los EE. UU., se estima que aproximadamente un 60% del aumento de la facturación en el mercado local depende del aumento de la demanda en EE. UU.
- En Brasil también, 45 empresas, equivalentes al 83,3%, respondieron un «aumento de la facturación en el mercado local». Las empresas manufactureras son 23, las no manufactureras son 22, y las industrias son muy variadas: equipos de transporte, equipos eléctricos/electrónicos, medicamentos, productos alimenticios, finanzas, etc.

Motivos de la mejora en las expectativas de resultados operativos para 2022 (Múltiples respuestas permitidas) (Unidad: %)

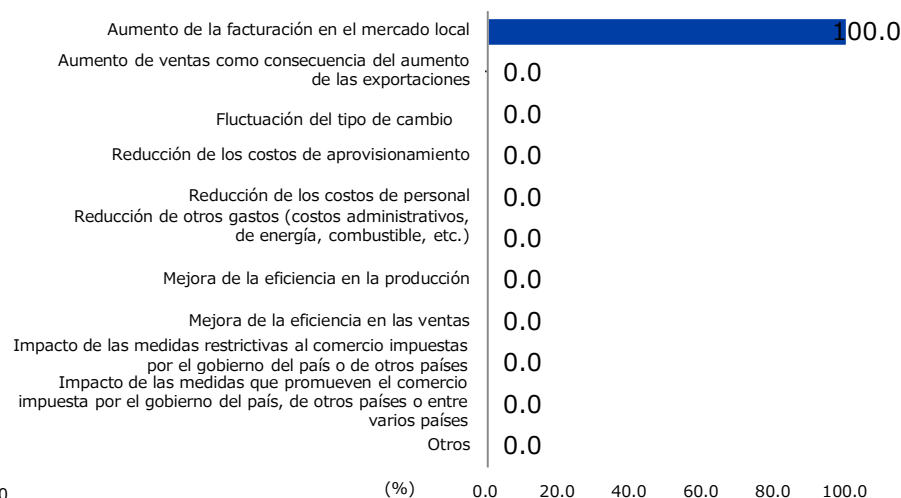
	Aumento de ventas como consecuencia del aumento de las exportaciones	Aumento de la facturación en el mercado local	Fluctuación del tipo de cambio	Reducción de los costos de aprovisionamiento	Reducción de los costos de personal	Reducción de otros gastos (costos administrativos, de energía, combustible, etc.)	Mejora de la eficiencia en la producción	Mejora de la eficiencia en las ventas	Impacto de las medidas restrictivas al comercio impuestas por el gobierno del país o de otros países	Impacto de las medidas que promueven el comercio impuesto por el gobierno del país, de otros países o entre varios países, tales como eliminación de aranceles, entrada en vigor de los TLC/AEE, etc.	Otros
América Latina (n=250)	32.0	80.0	3.2	10.8	9.6	13.2	17.2	17.2	0.8	0.8	6.8
México (n=149)	34.2	78.5	1.3	10.7	6.7	12.8	18.8	12.1	0.0	1.3	9.4
Venezuela (n=1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Colombia (n=8)	37.5	87.5	12.5	0.0	12.5	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0
Perú (n=9)	44.4	77.8	0.0	11.1	0.0	11.1	22.2	44.4	0.0	0.0	0.0
Chile (n=8)	50.0	62.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
Brasil (n=54)	22.2	83.3	7.4	11.1	20.4	18.5	14.8	29.6	1.9	0.0	3.7
Argentina (n=21)	28.6	85.7	4.8	19.0	9.5	9.5	23.8	9.5	4.8	0.0	4.8

2-2 | Motivos de la «Mejora» en las expectativas de resultados operativos para 2022 (Por país ①)

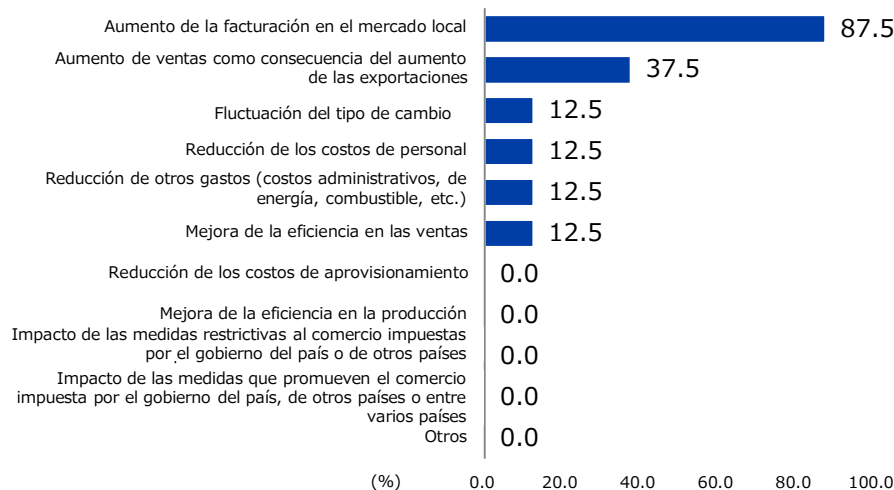
México (n=149)



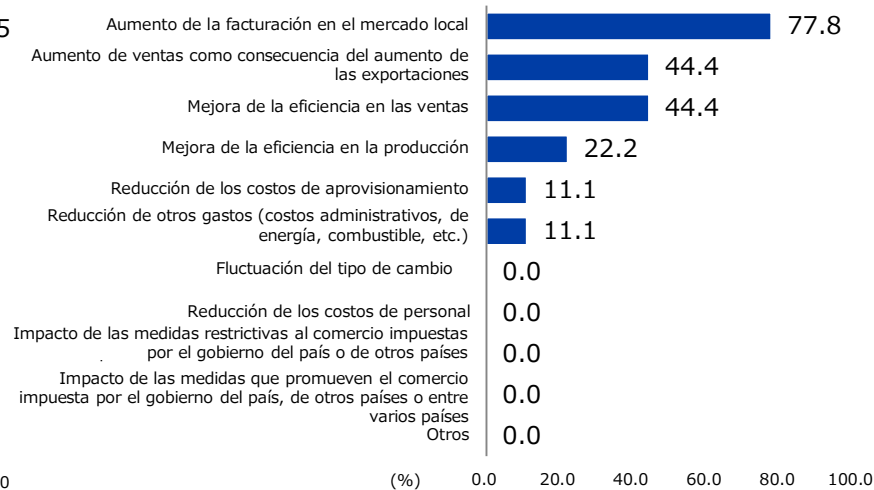
Venezuela (n=1)



Colombia (n=8)

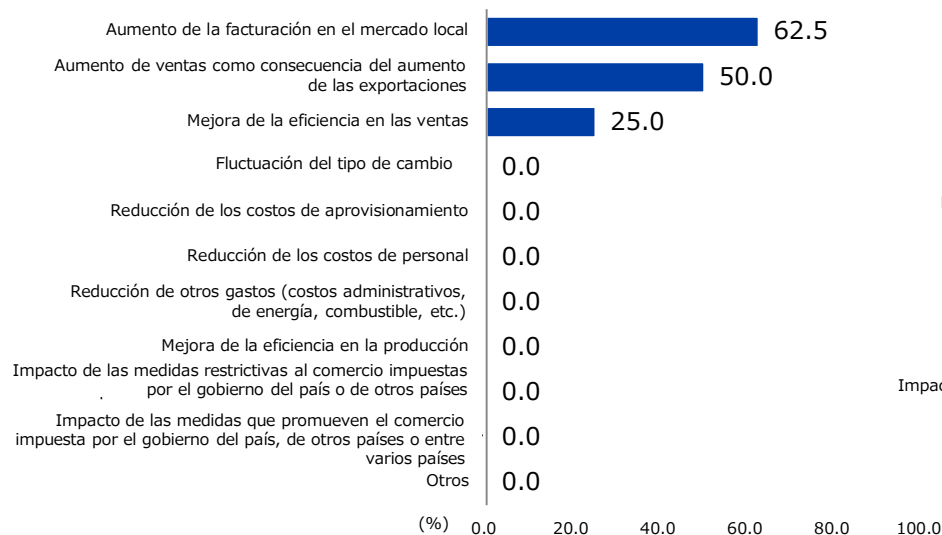


Perú (n=9)

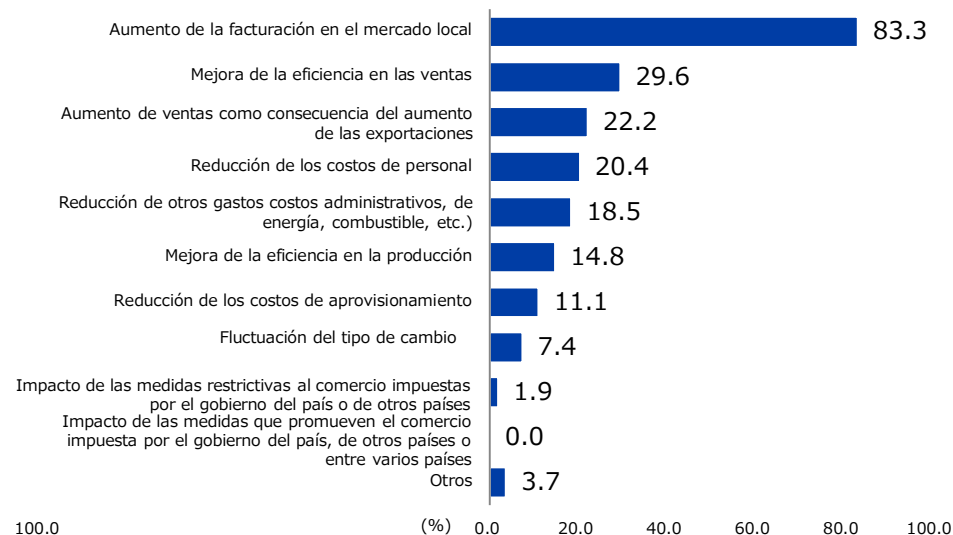


2-2 | Motivos de la «Mejora» en las expectativas de resultados operativos para 2022 (Por país ②)

Chile (n=8)



Brasil (n=54)



Argentina (n=21)



2-3 | Motivos por los que las expectativas de resultados operativos para 2022 son de «Empeoramiento»

- En Brasil, el porcentaje de empresas que señaló a la «fluctuación del tipo de cambio» como la causa del empeoramiento fue el más alto (50,0%, siete empresas). Se observa la dificultad para establecer estrategias de negocios debido a la continua depreciación del real brasileño, junto al impacto de la pandemia de COVID-19.
- En México, la mayor cantidad de respuestas fue la «disminución de la facturación en el mercado local», con 11 empresas (52,4%). De las cuales 4 son manufactureras y 7 son no manufactureras. La siguiente respuesta más votada fue «Aumento de los costos de aprovisionamiento», con 6 empresas (28,6%). Entre los comentarios de las empresas que escogieron las otras respuestas (6 empresas, 28,6%) se destacan: «Reducción de las importaciones debido al estímulo de las empresas japonesas en aprovisionarse localmente», y «las importaciones provenientes desde las empresas del grupo ubicadas en países con bajas tasas de impuestos a las sociedades ya no son deducibles a efectos fiscales».

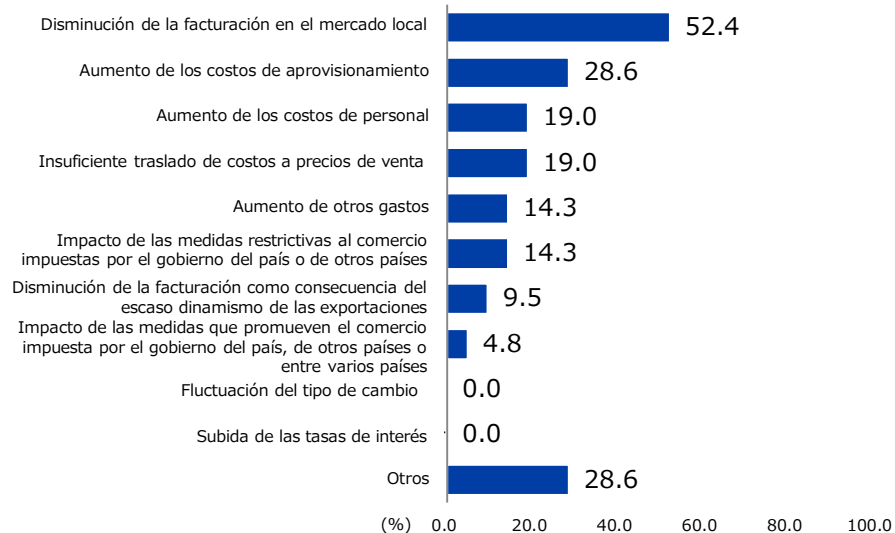
Motivos del Empeoramiento en las expectativas de resultados operativos para 2022 (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

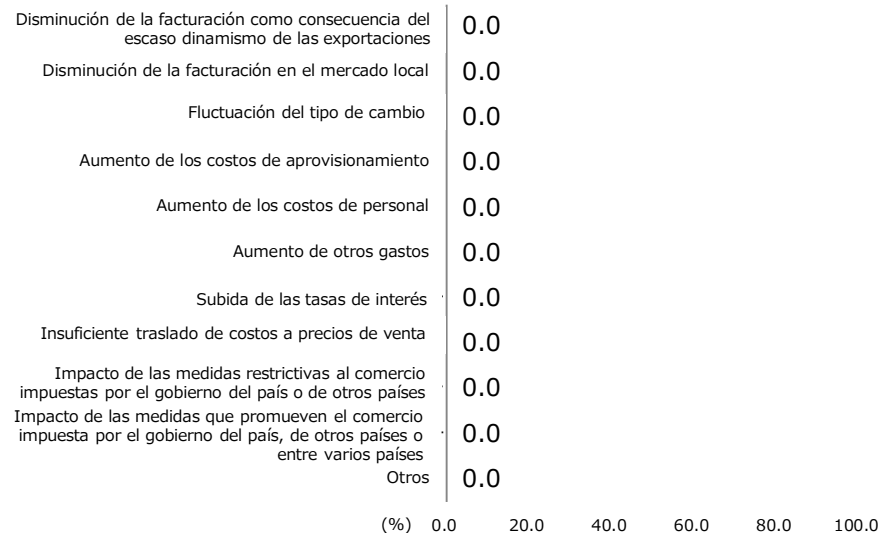
	Disminución de la facturación como consecuencia del escaso dinamismo de las exportaciones	Disminución de la facturación en el mercado local	Fluctuación del tipo de cambio	Aumento de los costos de aprovisionamiento	Aumento de los costos de personal	Aumento de otros gastos (costos de administración, etc.)	Subida de las tasas de interés	Insuficiente traslado de costos a precios de venta	Impacto de las medidas restrictivas al comercio impuestas por el gobierno del país o de otros países	Impacto de las medidas que promueven el comercio impuesto por el gobierno del país, de otros países o entre varios países, tales como eliminación de aranceles, entrada en vigor de los TLC/AAE, etc.	Otros
América Latina (n=46)	8.7	45.7	21.7	37.0	26.1	15.2	4.3	13.0	8.7	2.2	37.0
México (n=21)	9.5	52.4	0.0	28.6	19.0	14.3	0.0	19.0	14.3	4.8	28.6
Venezuela (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Colombia (n=1)	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Perú (n=1)	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Chile (n=6)	16.7	50.0	16.7	33.3	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	50.0
Brasil (n=14)	7.1	35.7	50.0	42.9	42.9	28.6	14.3	7.1	0.0	0.0	50.0
Argentina (n=3)	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3

2-3 | Motivos del «Empeoramiento» en las expectativas de resultados operativos para 2022 (Por país 1)

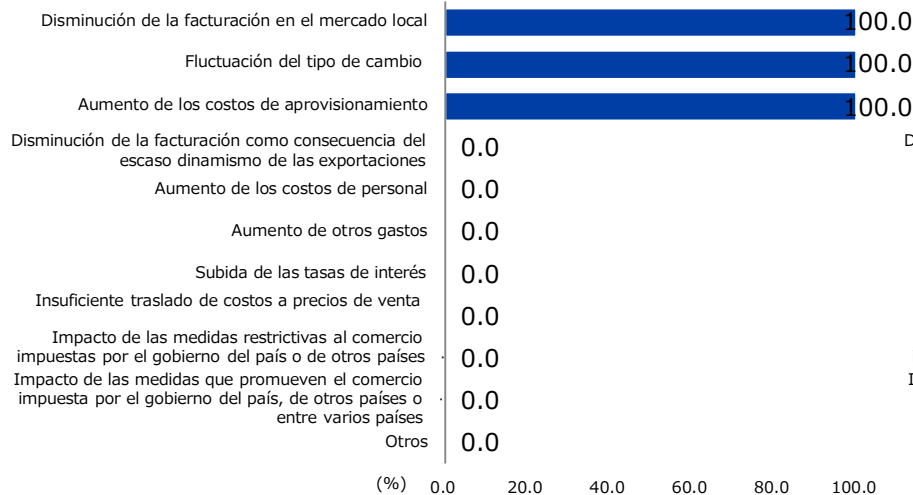
México (n=21)



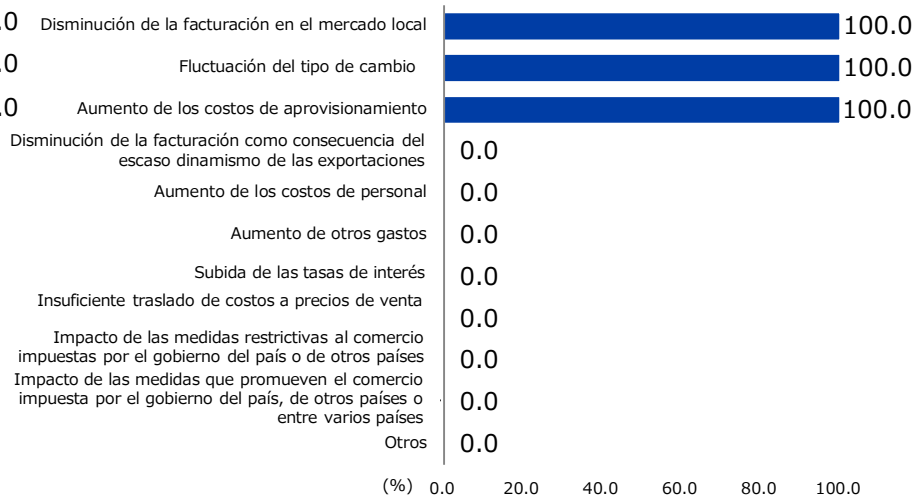
Venezuela (n=0)



Colombia (n=1)

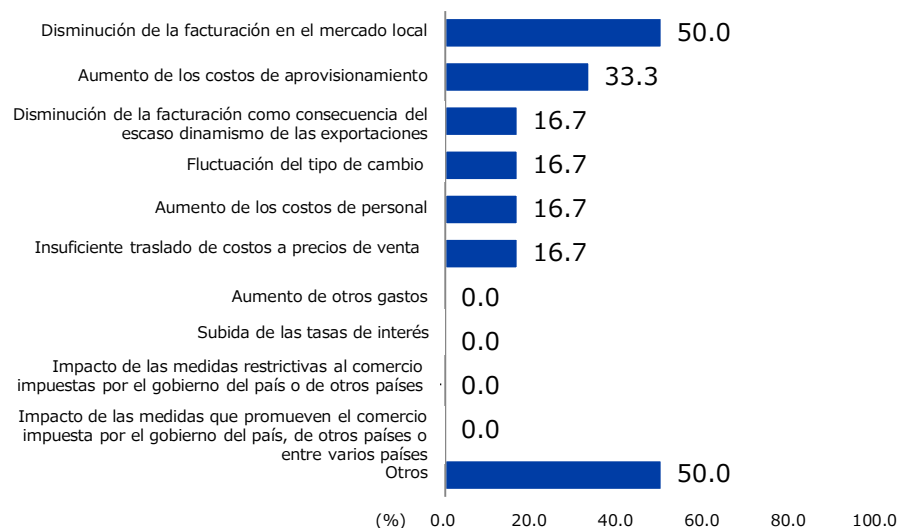


Perú (n=1)



2-3 | Motivos del «Empeoramiento» en las expectativas de resultados operativos para 2022 (Por país 2)

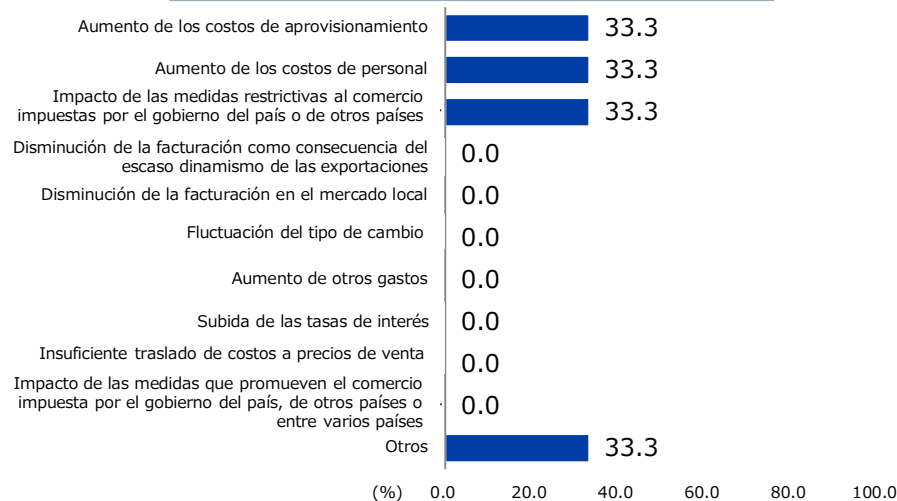
Chile (n=6)



Brasil (n=14)



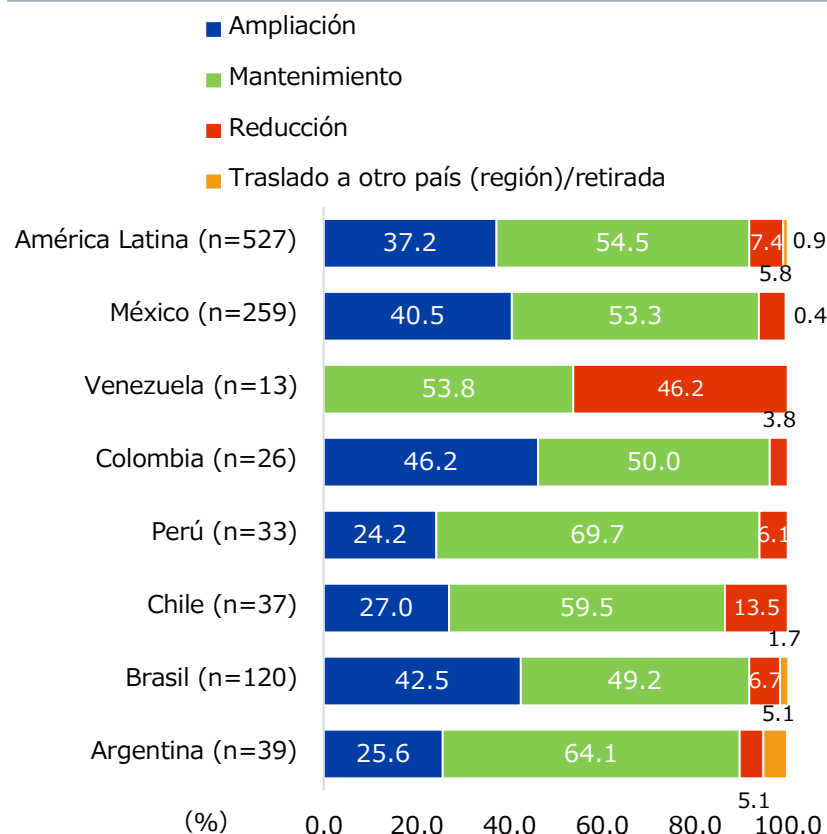
Argentina (n=3)



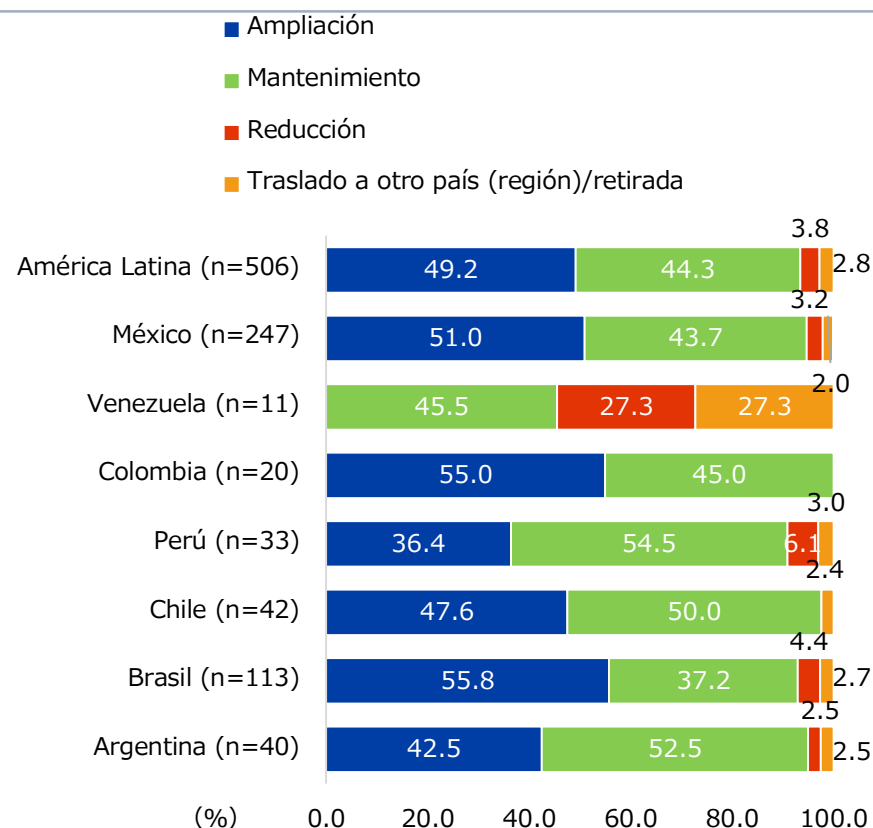
3-1 | Evolución de los negocios para los próximos dos años

- En todos los países excepto Venezuela, el porcentaje que respondió «Ampliación» se incrementó desde la encuesta anterior.
- El porcentaje de «Mantenimiento» se redujo en todos los países. Es probable que esto se deba a que las empresas todavía estaban evaluando la evolución de los negocios después de la pandemia, y ya entrado en el 2021 finalmente lograron definir dicha evolución.

Estudio del 2020



Estudio del 2021



3-2 | Motivos de la Ampliación

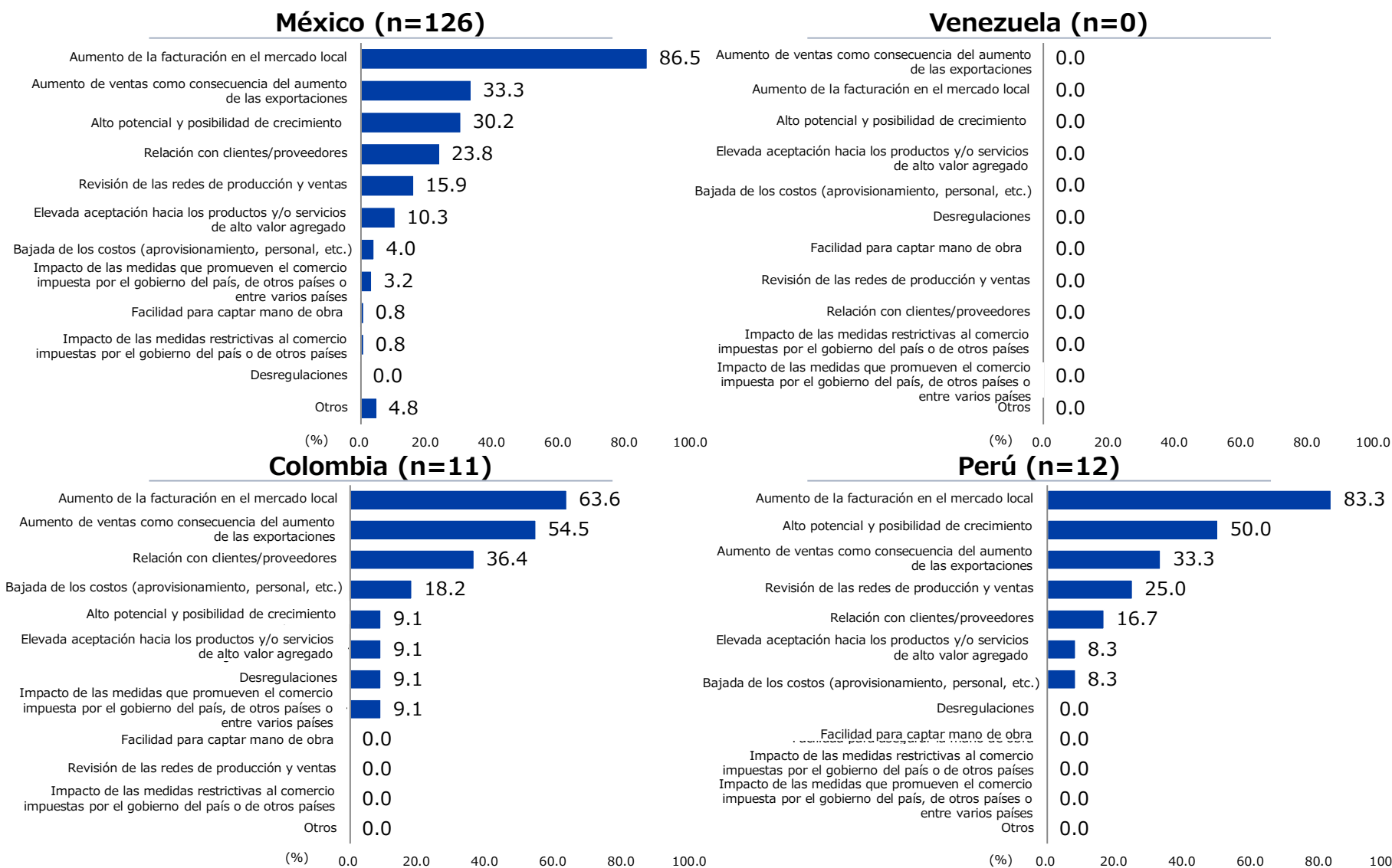
- En todos los países donde se seleccionó «Ampliación», el motivo más citado fue «aumento de la facturación en el mercado local». Especialmente en Brasil, 95,2% de las empresas seleccionaron ese mismo motivo. El mercado brasileño, caracterizado por su gran tamaño y su modelo de negocios de producción local para el consumo local, sigue siendo muy valorado por las empresas japonesas.
- En México, 109 empresas (86,5%) seleccionaron ese mismo motivo. De ellas, 52 son manufactureras en la industria automotriz, otras seis son manufactureras en otras industrias, y 51 son no manufactureras. Poco menos de la mitad de las empresas que mencionaron el mismo motivo dependen de un aumento de la demanda en los EE. UU., y el resto, poco más de la mitad, dependen de un aumento de la demanda en México.
- En Argentina, el porcentaje de los que seleccionaron «elevada aceptación hacia los productos y/o servicios de alto valor agregado» (29,4%) se incrementó en 19,4 p.p. comparado con la encuesta pasada. A pesar de la devaluación del peso argentino y la pérdida del poder adquisitivo por la inflación, hay cierto número de empresas que planean ampliar sus operaciones por la alta demanda de productos de alto valor agregado.

Motivos para la Ampliación (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

	Aumento de ventas como consecuencia del aumento de las exportaciones	Aumento de la facturación en el mercado local	Alto potencial y posibilidad de crecimiento	Elevada aceptación hacia los productos y/o servicios de alto valor agregado	Bajada de los costos (aprovisionamiento, personal, etc.)	Desregulaciones	Facilidad para captar mano de obra	Revisión de las redes de producción y ventas	Relación con clientes/proveedores	Impacto de las medidas restrictivas al comercio impuestas por el gobierno del país o de otros países	Impacto de las medidas que promueven el comercio impuesto por el gobierno del país, de otros países o entre varios países, tales como eliminación de aranceles, entrada en vigor de los TLC/AEE, etc.	Otros
América Latina (n=248)	32.3	85.1	33.5	16.1	6.5	1.2	0.4	16.9	22.6	1.2	2.0	4.4
México (n=126)	33.3	86.5	30.2	10.3	4.0	0.0	0.8	15.9	23.8	0.8	3.2	4.8
Venezuela (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Colombia (n=11)	54.5	63.6	9.1	9.1	18.2	9.1	0.0	0.0	36.4	0.0	9.1	0.0
Perú (n=12)	33.3	83.3	50.0	8.3	8.3	0.0	0.0	25.0	16.7	0.0	0.0	0.0
Chile (n=19)	31.6	57.9	36.8	15.8	5.3	0.0	0.0	10.5	5.3	0.0	0.0	5.3
Brasil (n=63)	25.4	95.2	41.3	27.0	6.3	3.2	0.0	22.2	23.8	0.0	0.0	1.6
Argentina (n=17)	35.3	82.4	29.4	29.4	17.6	0.0	0.0	17.6	23.5	11.8	0.0	17.6

3-2 | Motivos para la Ampliación (Por país ①)

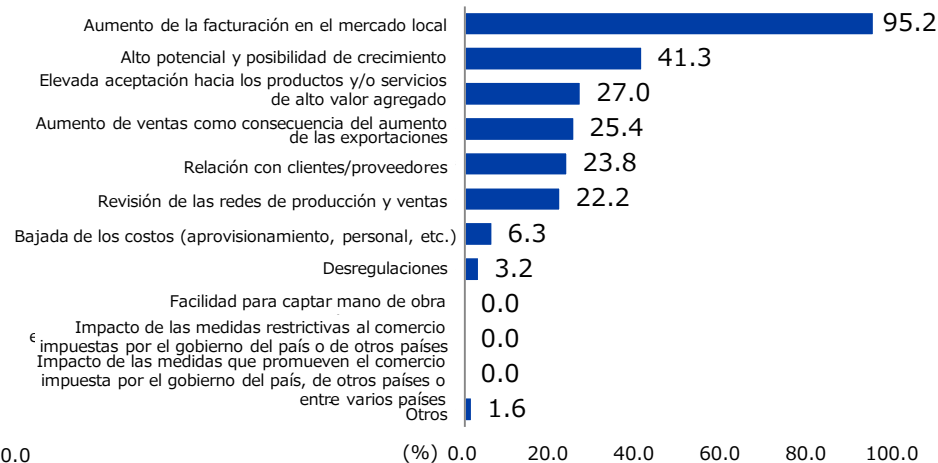


3-2 | Motivos para la Ampliación (Por país ②)

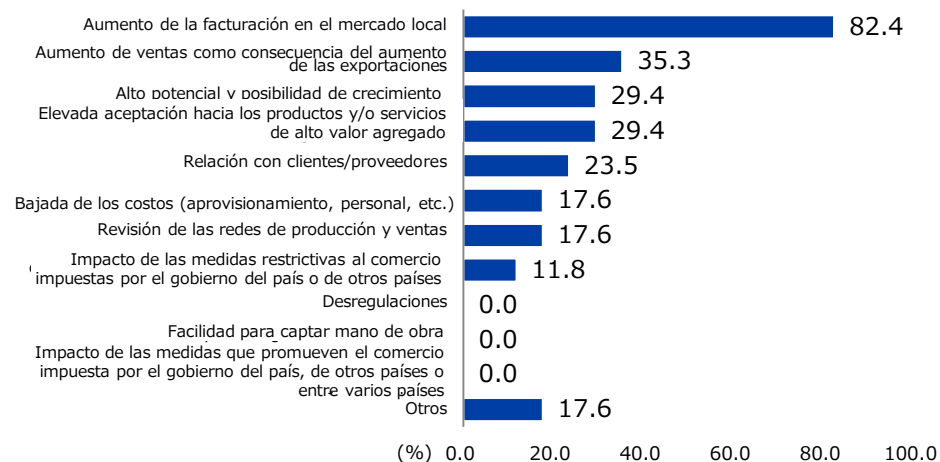
Chile (n=19)



Brasil (n=63)



Argentina (n=17)



3-3 | Funciones concretas para la ampliación

- En América Latina en su conjunto, el porcentaje de los que eligieron «funciones de venta» fue el mayor después de la encuesta anterior, con 70%. Especialmente en Brasil, el porcentaje aumentó en 23,4 p.p. desde la última encuesta. Y el motivo de la Ampliación más citado fue «aumento de la facturación en el mercado local», con más del 95%.
- En México, aproximadamente el 60% respondió «funciones de venta». De ellas, el 56% son no manufactureras y el 44% son manufactureras. Al extraer solo a las 125 empresas que respondieron «Ampliación», 71 son manufactureras. De ellas, 34 respondieron que ampliarían sus funciones de producción (genéricos/universal), 32 sus funciones de venta, y 30 sus funciones de producción (alto valor agregado). Hay que notar también, que 6 de las empresas no manufactureras respondieron que incrementarán sus funciones de «Producción (Productos de alto valor agregado)». Al parecer estarían considerando incluir la producción de alguna forma indirecta.
- Las compañías que planean ampliar su producción de componentes genéricos/universales, han aumentado desde la última encuesta en todos los países salvo México y Venezuela. En particular, en Argentina ninguna empresa había elegido esa respuesta en la encuesta anterior, sin embargo, en esta edición 6 empresas la eligieron.

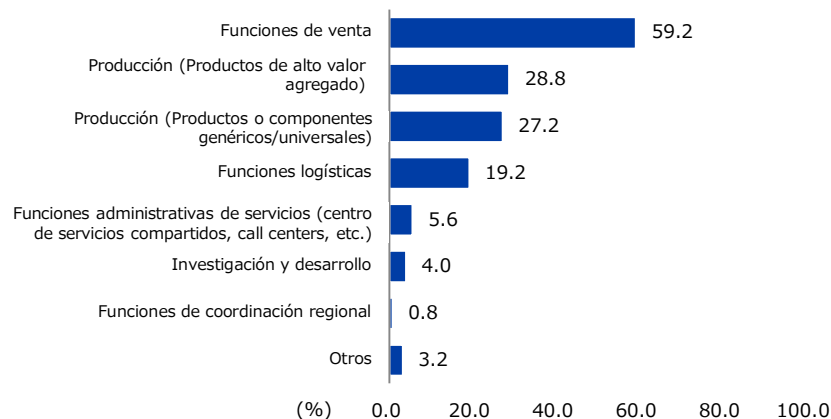
Funciones que se ampliarán (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

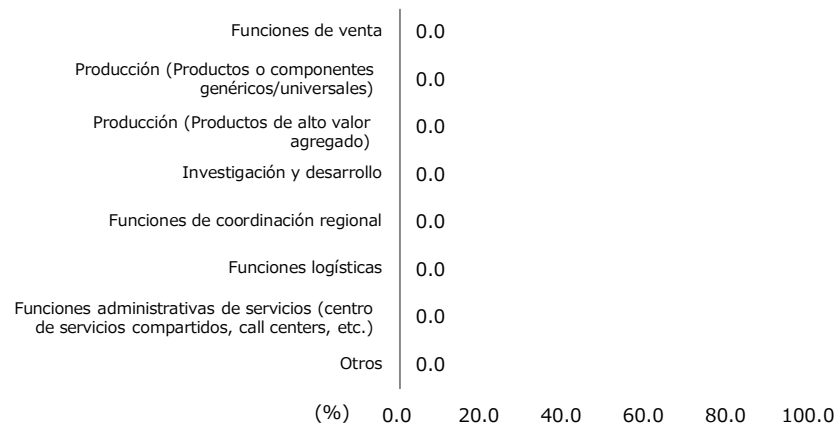
	Funciones de venta	Producción (Productos o componentes genéricos/universales)	Producción (Productos de alto valor agregado)	Investigación y desarrollo	Funciones de coordinación regional	Funciones logísticas	Funciones administrativas de servicios (centro de servicios compartidos, call centers, etc.)	Otros
América Latina (n=243)	70.0	23.5	24.7	5.8	3.7	16.5	7.0	3.7
México (n=125)	59.2	27.2	28.8	4.0	0.8	19.2	5.6	3.2
Venezuela (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Colombia (n=11)	63.6	18.2	27.3	18.2	0.0	27.3	0.0	9.1
Perú (n=12)	91.7	8.3	16.7	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0
Chile (n=19)	63.2	10.5	15.8	0.0	0.0	10.5	10.5	10.5
Brasil (n=59)	88.1	20.3	20.3	11.9	10.2	15.3	10.2	3.4
Argentina (n=17)	82.4	35.3	23.5	0.0	11.8	5.9	11.8	0.0

3-3 | Funciones concretas para la ampliación (Por país ①)

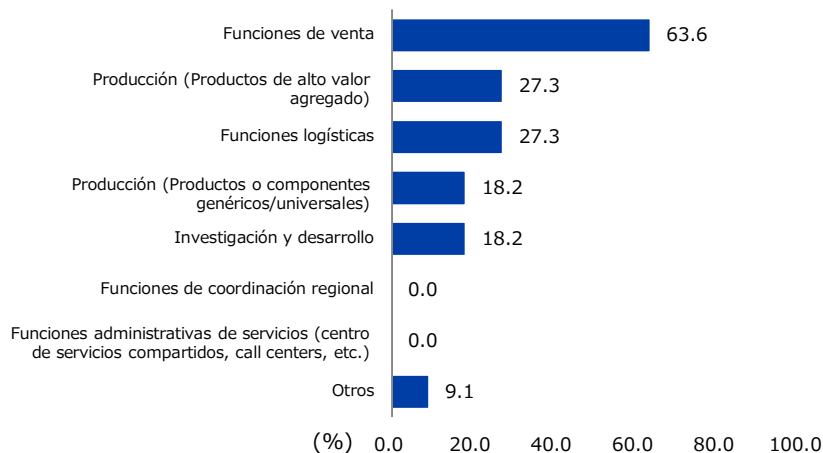
México (n=125)



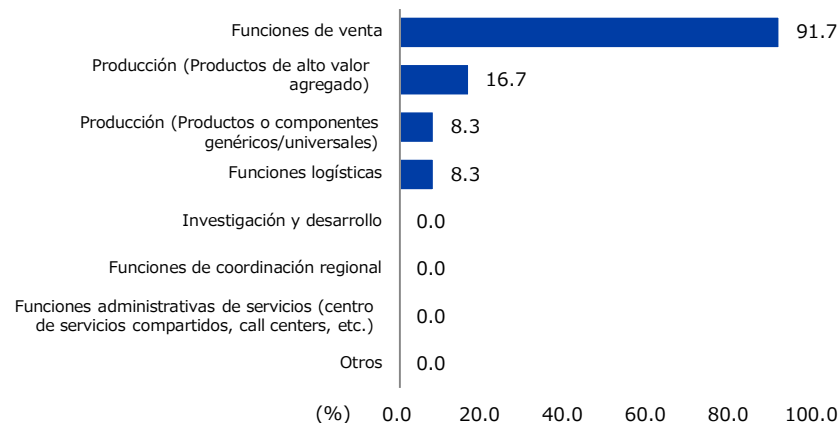
Venezuela (n=0)



Colombia (n=11)

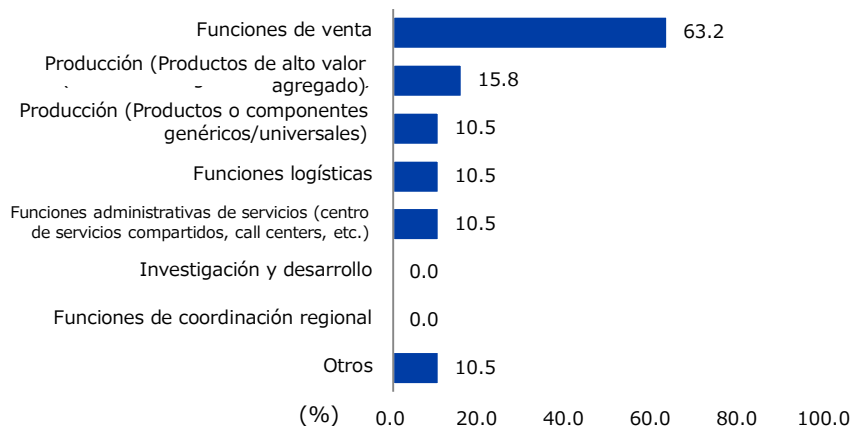


Perú (n=12)

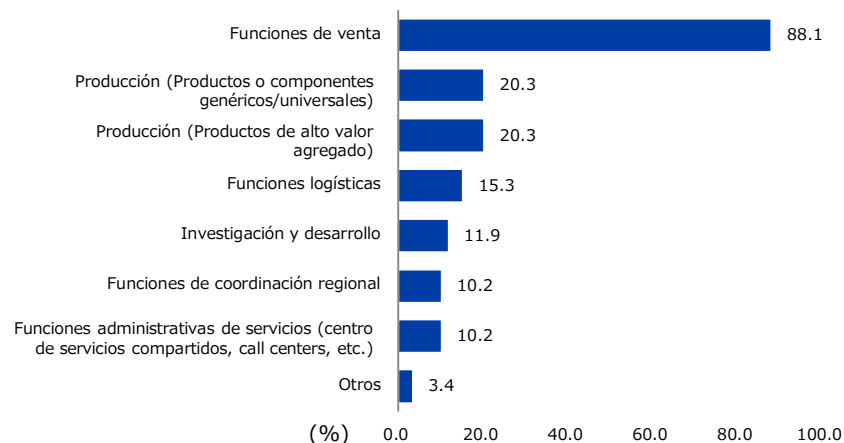


3-3 | Funciones concretas para la ampliación (Por país ②)

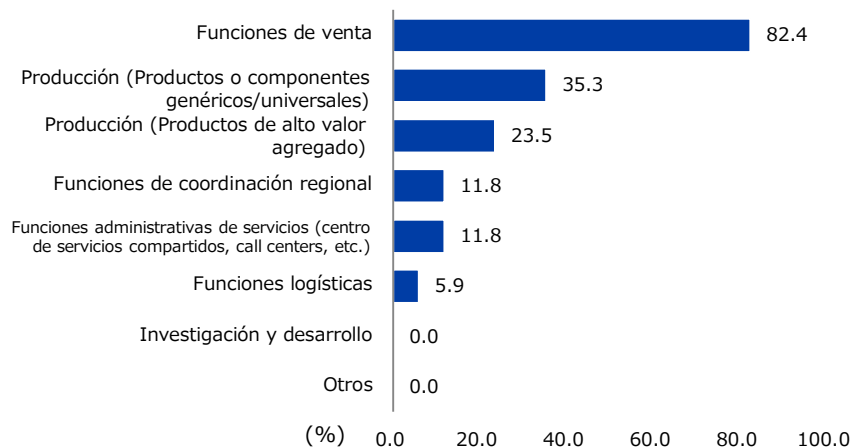
Chile (n=19)



Brasil (n=59)



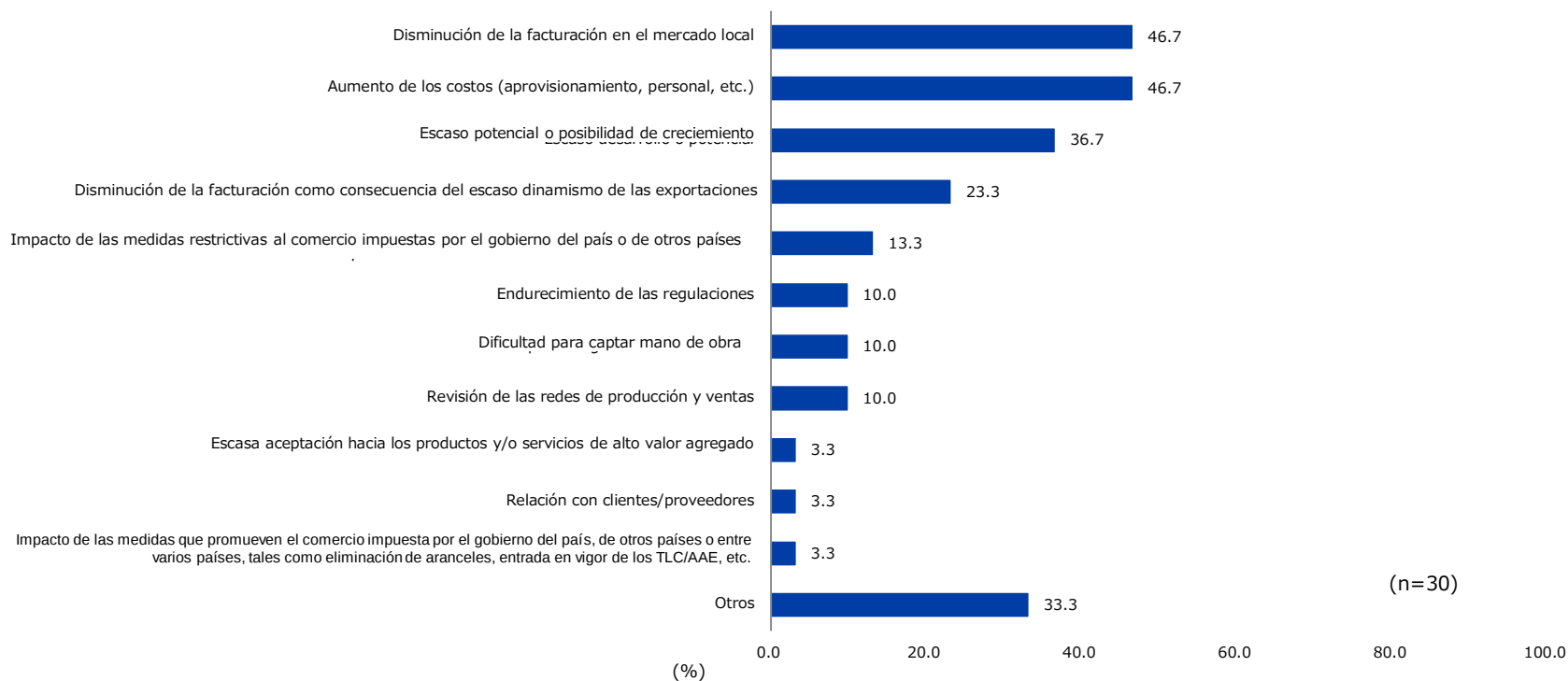
Argentina (n=17)



3-4 | Motivos de reducción, traslado / retirada

- El número de empresas que consideran una reducción, traslado o retirada se han reducido a 14 desde la última encuesta en América Latina en su conjunto. Sin embargo, el porcentaje que señaló «aumento de los costos» como motivo se incrementó en 26,2 p.p.
- El porcentaje que seleccionó «disminución de la facturación en el mercado local» se redujo en 16,9 p.p.

Motivos de reducción, traslado a otro país (región)/retirada (Conjunto América Latina - Múltiples respuestas permitidas)

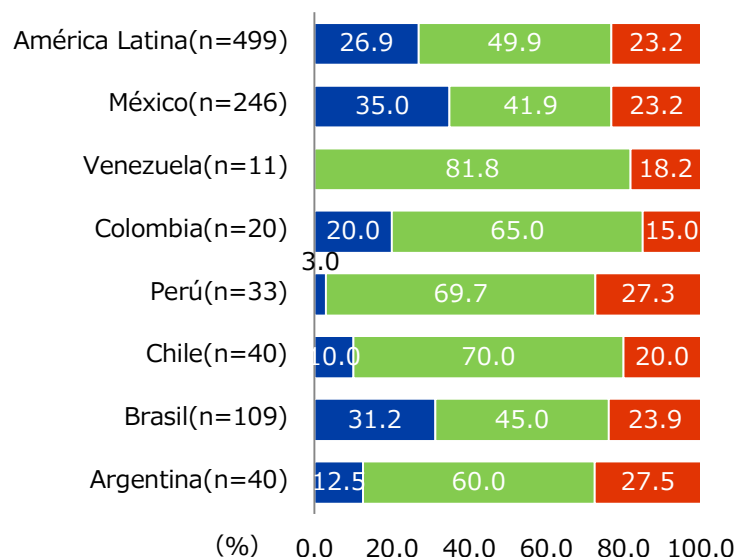


3-5 | Variación del número de empleados locales

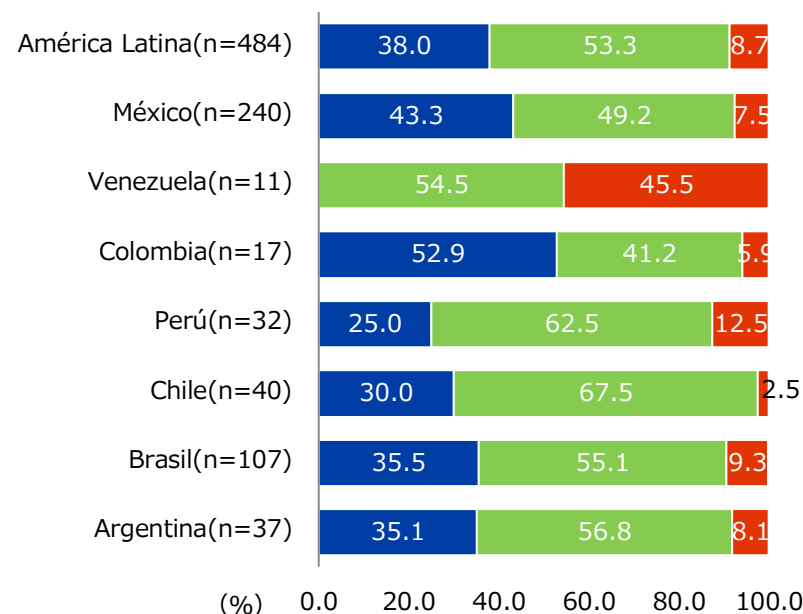
- En México, ha aumentado el porcentaje de los que prevén incrementar su plantilla, y ha disminuido el porcentaje de los que planean reducirlo en comparación con el año pasado. Así, la tendencia es que aumentará el número de empleados locales.
- El porcentaje más alto de los que respondieron que aumentarán la plantilla fue de 52,9%, en Colombia.

■ Aumento ■ Sin cambios ■ Reducción

Último año

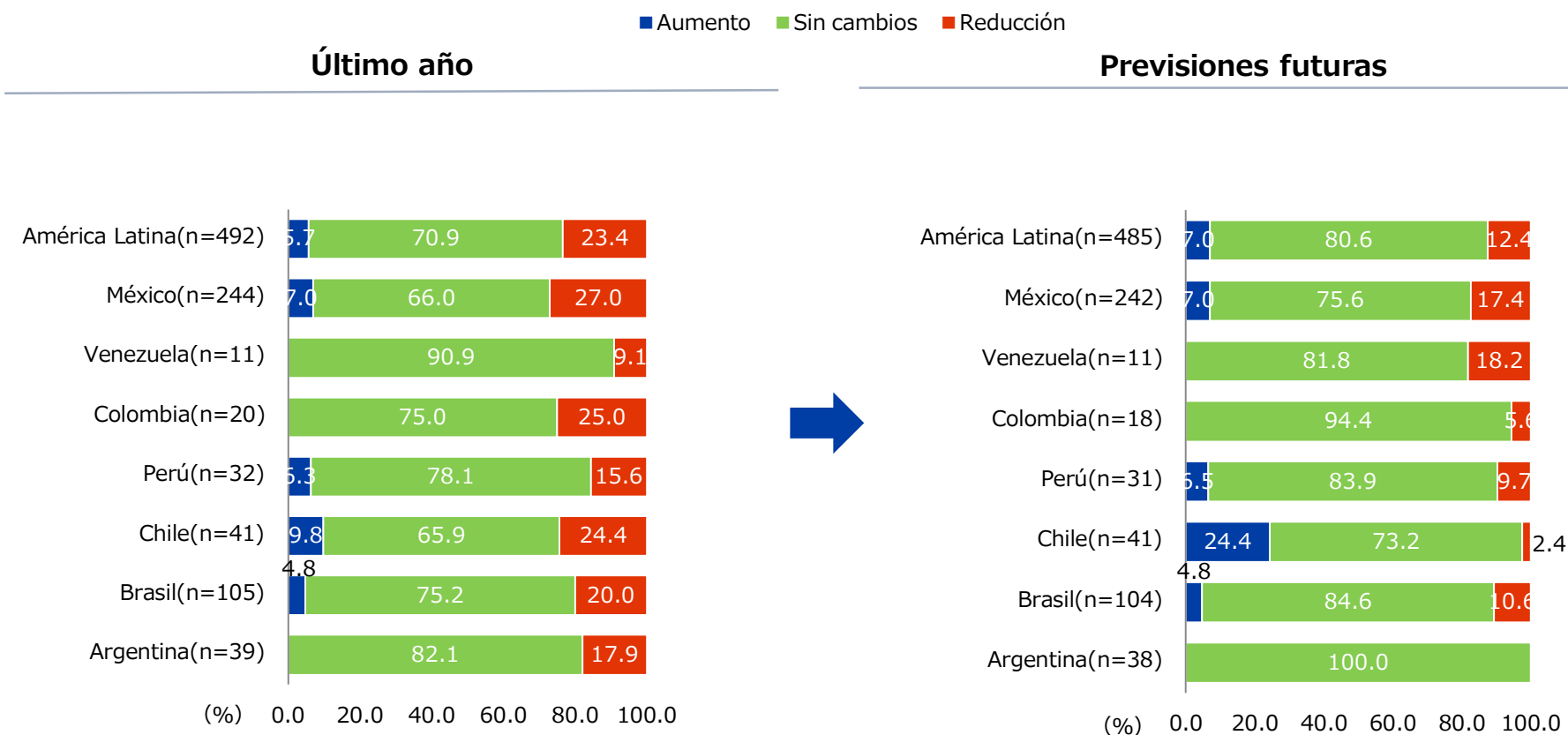


Previsiones futuras



3-6 | Variación del número de expatriados japoneses

- En Chile, 24,4% de las empresas respondieron que disminuyeron el número de expatriados japoneses en el último año. Por otra parte, los que respondieron que los disminuirán en el futuro se redujeron a 2,4%, y en cambio, 24,4% dijeron que los aumentarán.
- En Venezuela, a pesar de la incertidumbre en los asuntos internos y la economía en declive, 9 de las 11 empresas encuestadas dijeron que se mantendrán «Sin cambios» en el número de expatriados japoneses.



3-7 | Revisión de las estrategias de ventas

- Respecto a la revisión de las estrategias de ventas, más de la mitad de las empresas encuestadas de América Latina en su conjunto, el **55,0%, dijeron que harían una «Revisión de los productos en venta»**. Les siguieron respuestas con altos porcentajes como «Revisión de clientes» (49,6%), y «Aumento de los precios de venta» (47,3%). El **aumento de los costos logísticos debido a la pandemia de la COVID-19 estaría influyendo en el incremento de los precios**.
- En Brasil, muchos respondieron: «revisión de clientes» y «Aumento de los precios de venta». Habrían influido la escasa oferta de materias primas y componentes debido a la falta de contenedores por los efectos de la COVID-19, la creciente inflación, además de la caída del real brasileño. **También se destaca que muchas empresas han respondido «Impulsar la digitalización a través del marketing digital, el uso de IA, etc.»**. Brasil mostró un gran avance de la digitalización en el país durante la pandemia de la COVID-19, y esa tendencia se está manteniendo.

Detalles de la revisión (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

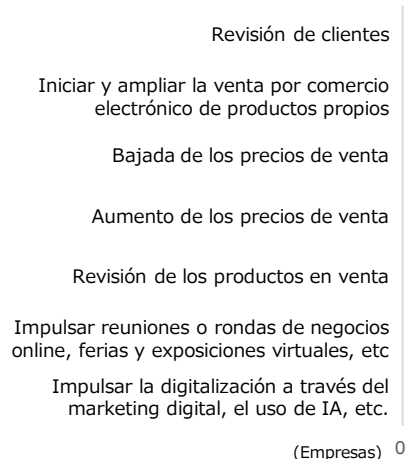
	Revisión de clientes	Iniciar y ampliar la venta por comercio electrónico de productos propios	Bajada de los precios de venta	Aumento de los precios de venta	Revisión de los productos en venta	Impulsar reuniones o rondas de negocios online, ferias y exposiciones virtuales, etc.	Impulsar la digitalización a través del marketing digital, el uso de IA, etc.
América Latina (n=131)	49.6	26.7	11.5	47.3	55.0	33.6	35.1
México (n=64)	45.3	20.3	9.4	40.6	54.7	23.4	28.1
Venezuela (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Colombia (n=2)	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	50.0	50.0
Perú (n=7)	42.9	28.6	28.6	42.9	71.4	42.9	14.3
Chile (n=9)	33.3	44.4	11.1	55.6	66.7	11.1	22.2
Brasil (n=40)	60.0	27.5	7.5	52.5	47.5	42.5	47.5
Argentina (n=9)	66.7	55.6	33.3	55.6	55.6	77.8	55.6

3-8 | Revisión de las estrategias de ventas: Fecha de inicio de las revisiones (Por país ①)

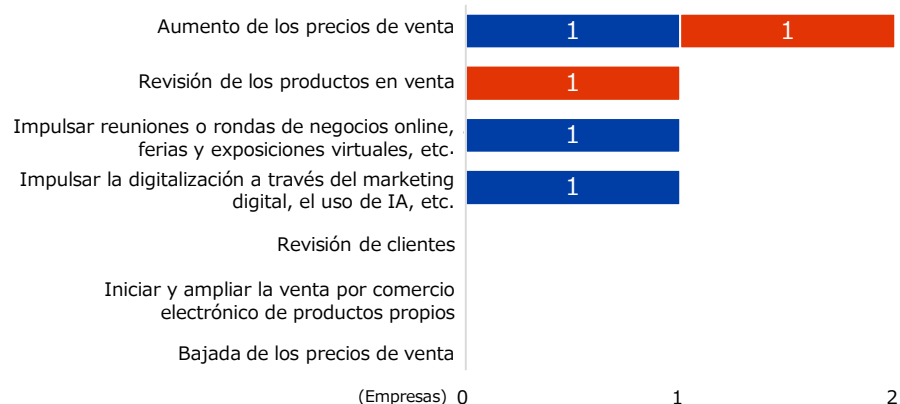
México (n=64)



Venezuela (n=0)



Colombia (n=2)



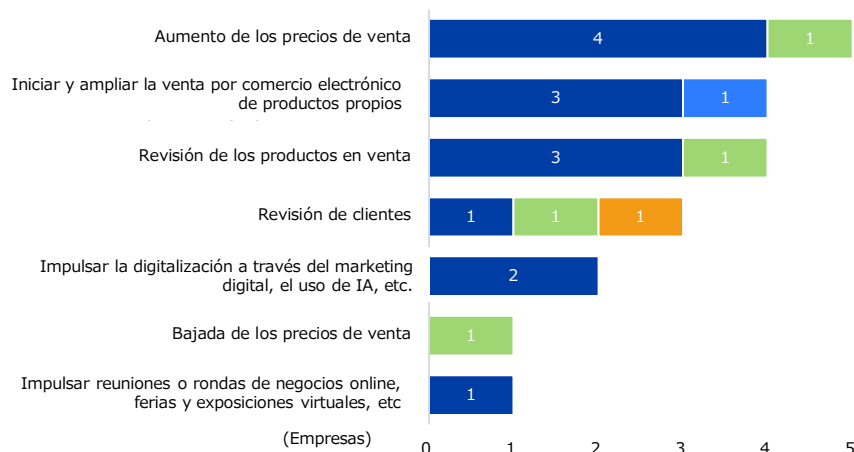
Perú (n=7)



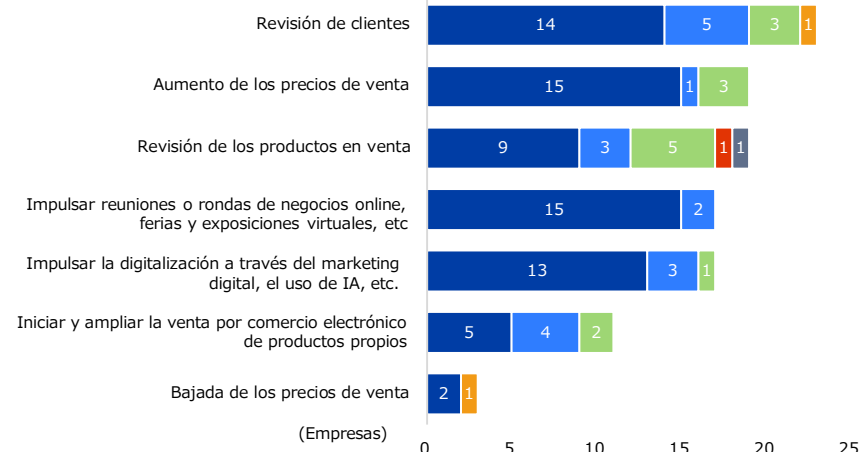
■ Iniciado ■ Durante 2021 ■ En la primera mitad del 2022 ■ En la segunda mitad del 2022 ■ A partir del 2023 ■ No se sabe

3-8 | Revisión de las estrategias de ventas: Fecha de inicio de las revisiones (Por país ②)

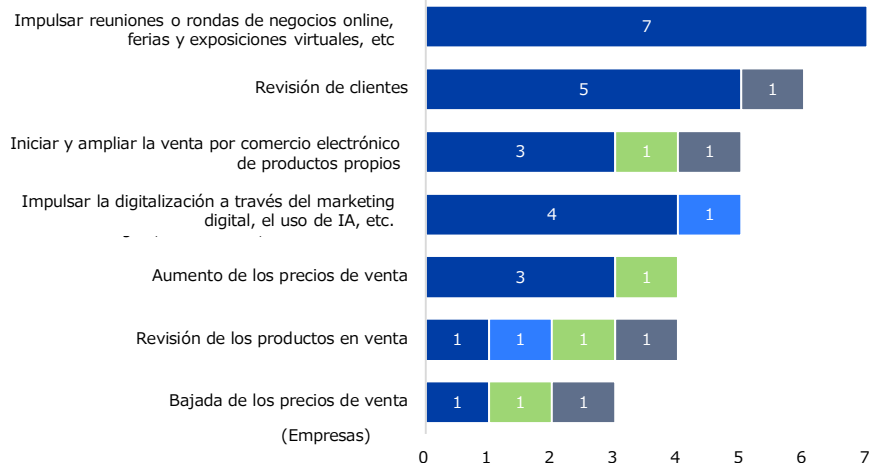
Chile (n=9)



Brasil (n=40)



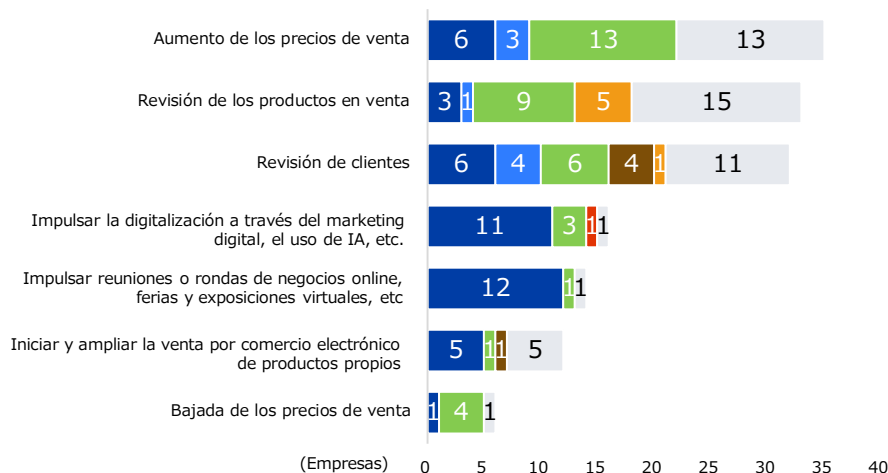
Argentina (n=9)



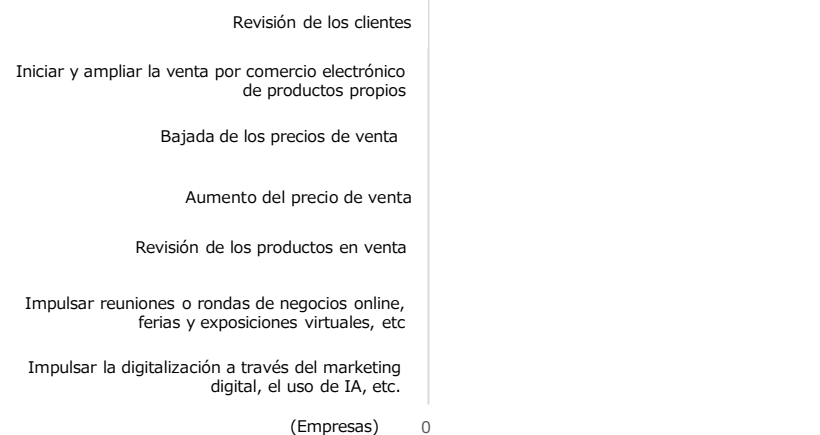
■ Iniciado ■ Durante 2021 ■ En la primera mitad del 2022 ■ En la segunda mitad del 2022 ■ A partir del 2023 ■ No se sabe

3-9 | Revisión de las estrategias de ventas: Motivos de las revisiones (Por país ①)

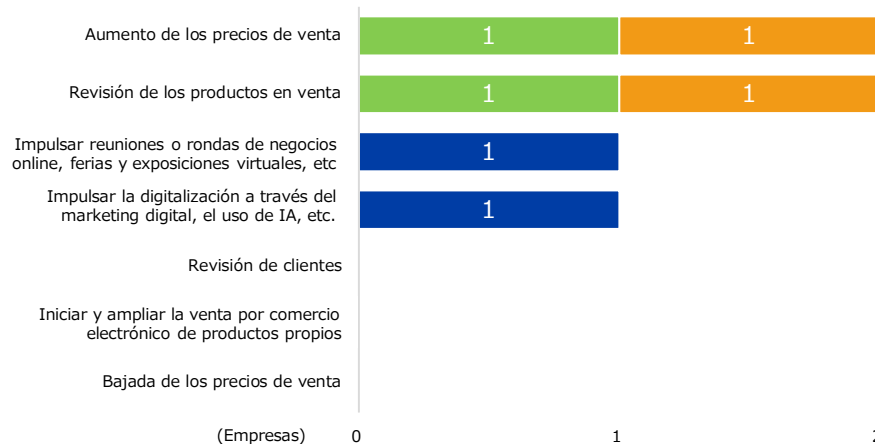
México (n=64)



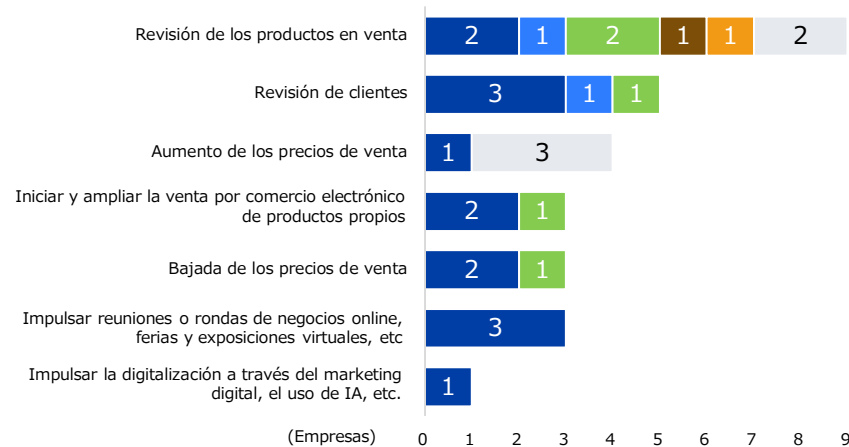
Venezuela (n=0)



Colombia (n=2)



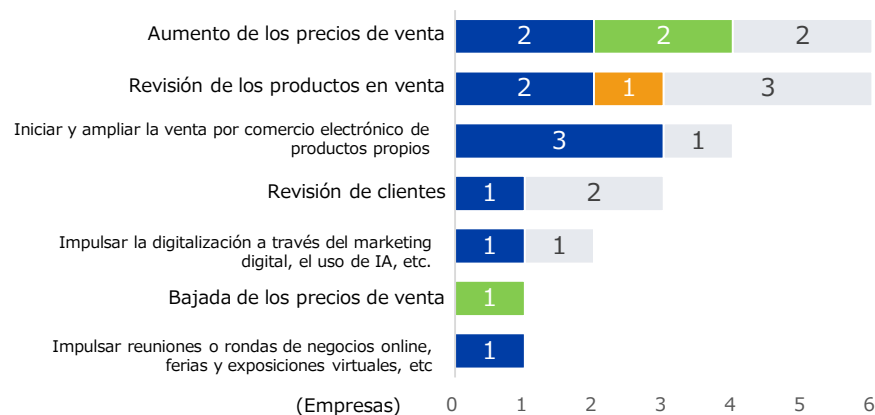
Perú (n=7)



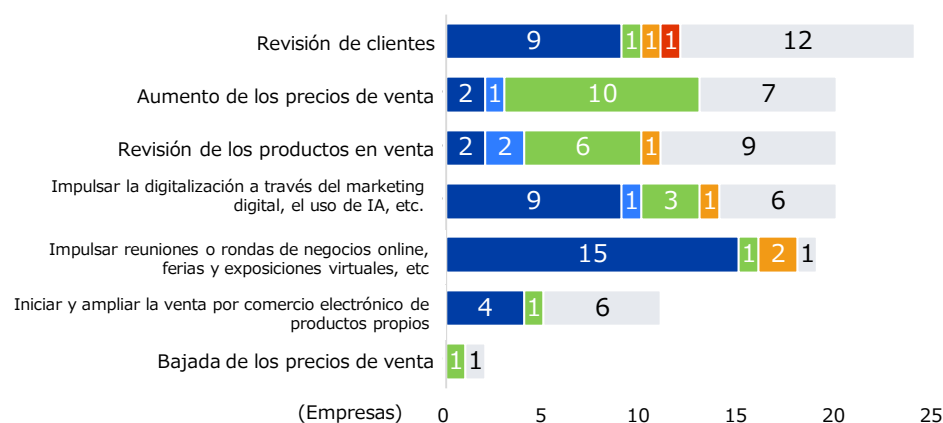
■ Por causa de la COVID-19 ■ Cambios en el entorno comercial ■ Optimizar los costos de producción ■ Uso de acuerdos comerciales, como los TLCs, etc.
■ Endurecimiento de las regulaciones ambientales ■ Problemas relacionados con los derechos humanos ■ Otros (* Múltiples respuestas permitidas)

3-9 | Revisión de las estrategias de ventas: Motivos de las revisiones (Por país ②)

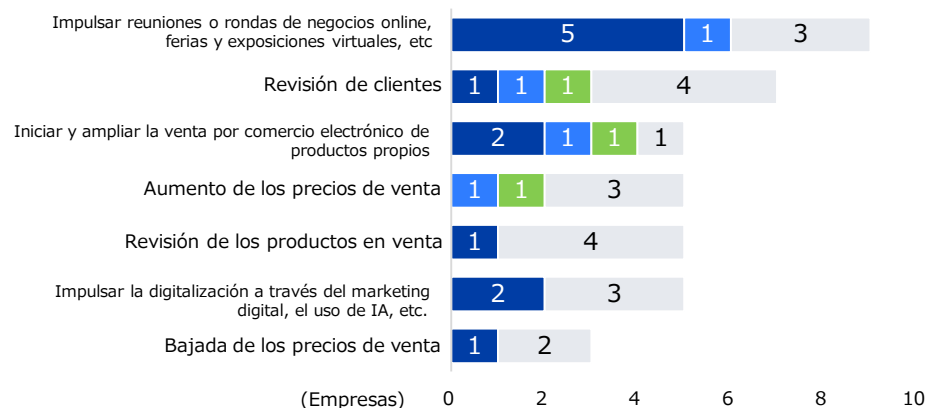
Chile (n=9)



Brasil (n=40)



Argentina (n=9)



■ Por causa de la COVID-19 ■ Cambios en el entorno comercial ■ Optimizar los costos de producción ■ Uso de acuerdos comerciales, como los TLCs, etc.
 ■ Endurecimiento de las regulaciones ambientales ■ Problemas relacionados con los derechos humanos ■ Otros (* Múltiples respuestas permitidas)

3-10 | Revisión del aprovisionamiento

- 98 empresas en América Latina respondieron que «revisarán su aprovisionamiento», y de las cuales 84,7% (83 empresas) especificó que harán una «Revisión de proveedores».
- De las 249 empresas que respondieron en México, 60 empresas (24,1% del total) dijeron que revisarán su aprovisionamiento. De ellas, 56 (22,5% del total) especificaron que harán «Revisión de proveedores». Los países proveedores más señalados para ser revisados fueron, en orden de mayor a menor: Japón (18 empresas), EE. UU. (11 empresas), China (9 empresas). Luego de la revisión, los países de proveedores más elegidos fueron México (seleccionado por 16 empresas) y EE. UU. (seleccionado por 10 empresas). Por otra parte, fueron 2 compañías las que dijeron que revisarían su aprovisionamiento proveniente de México, de las cuales 1 especificó que cambiaría hacia EE. UU., y la otra hacia China. 29 empresas respondieron que consideran «Diversificar el aprovisionamiento».
- En Brasil, 16 empresas (14,0% del total) respondieron que harán «Revisión de proveedores», y 14 empresas (12,3% del total) respondieron que quieren «Implementar la diversificación del aprovisionamiento ». En ambos casos, el mayor motivo fue para «Optimizar los costos de producción».

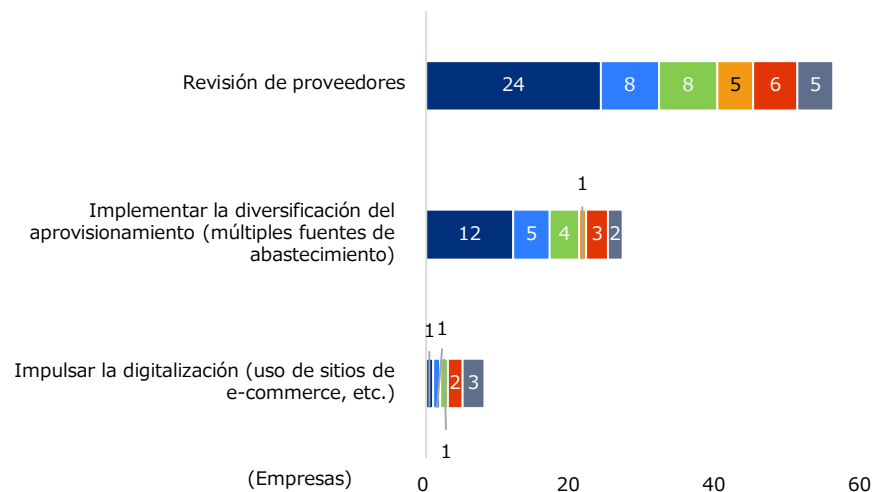
Detalles de la revisión (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

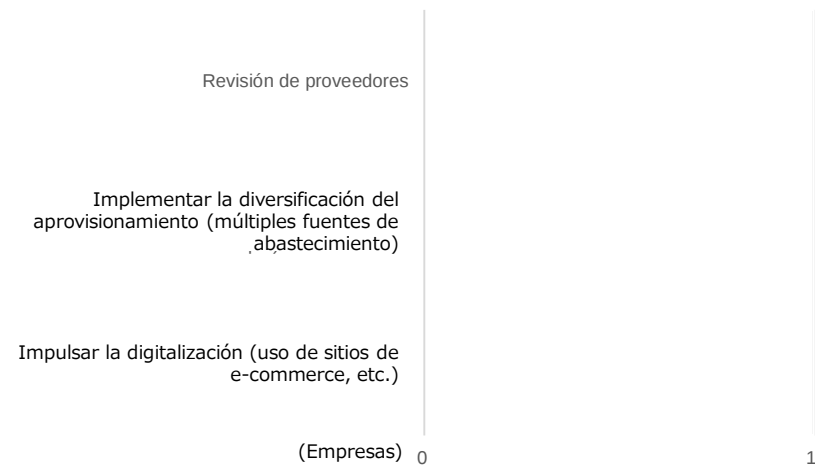
	Revisión de proveedores	Implementar la diversificación del aprovisionamiento (múltiples fuentes de abastecimiento) (para prevenir situaciones imprevistas)	Impulsar la digitalización (uso de sitios de e-commerce, etc.)
América Latina (n=98)	84.7	51.0	18.4
México (n=60)	93.3	48.3	15.0
Venezuela (n=0)	0.0	0.0	0.0
Colombia (n=4)	75.0	50.0	0.0
Perú (n=1)	100.0	0.0	0.0
Chile (n=1)	0.0	100.0	0.0
Brasil (n=23)	69.6	60.9	30.4
Argentina (n=9)	77.8	44.4	22.2

3-11 | Revisión del aprovisionamiento: Fecha de inicio de las revisiones (Por país ①)

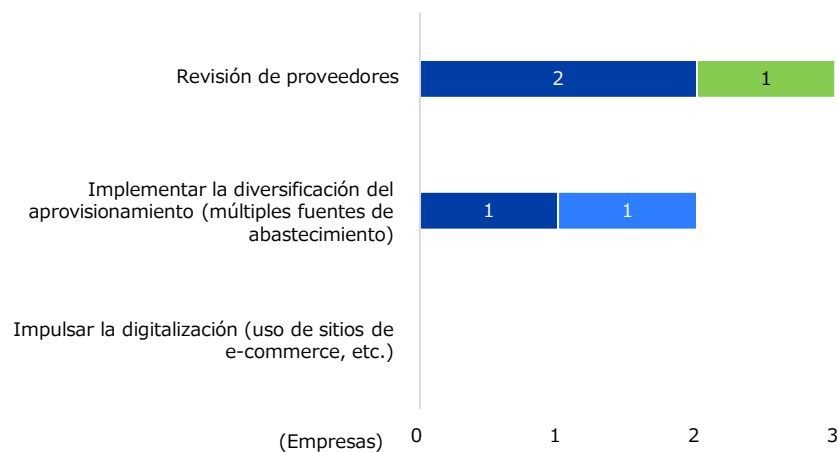
México (n=60)



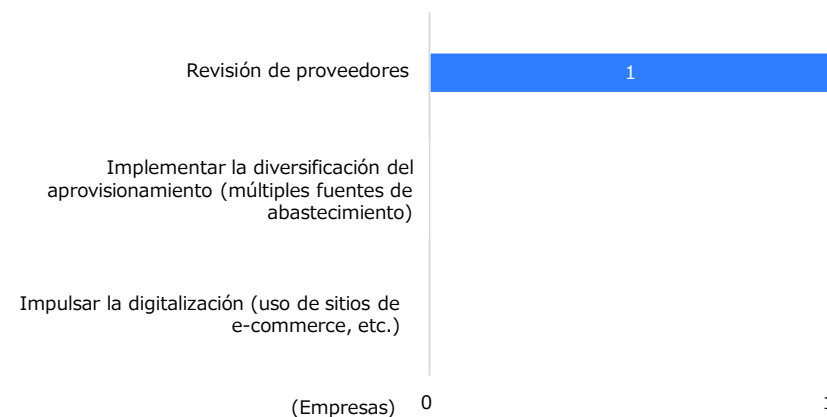
Venezuela (n=0)



Colombia (n=4)

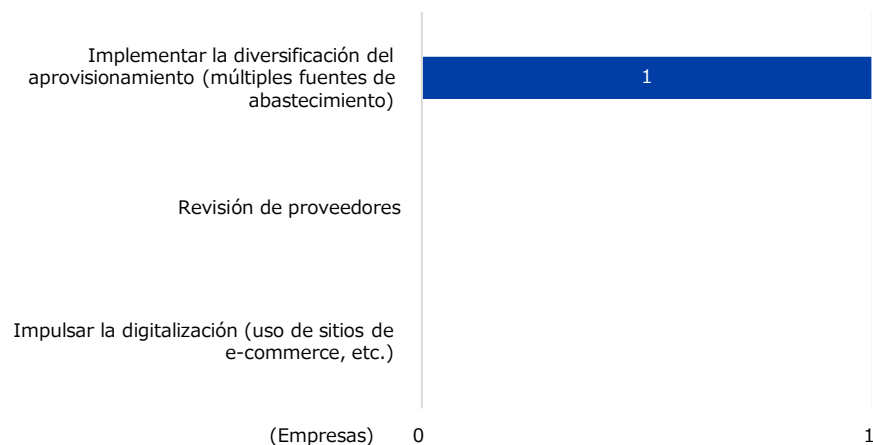


Perú (n=1)

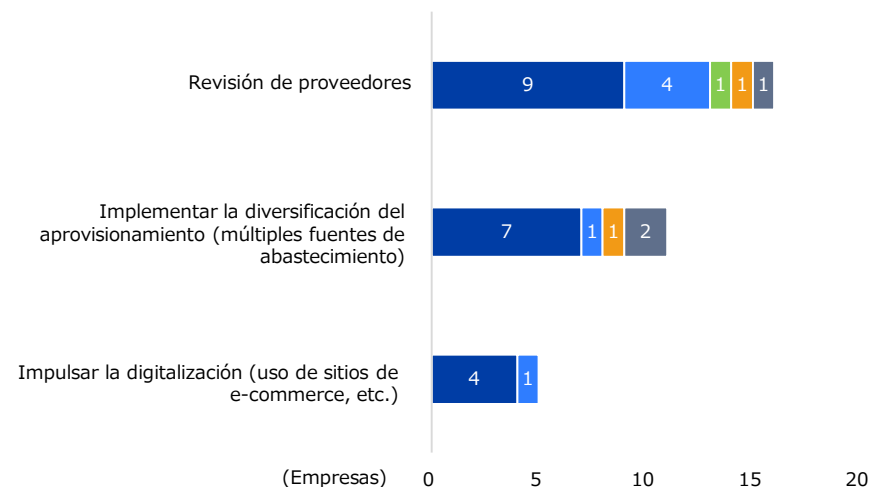


3-11 | Revisión del aprovisionamiento: Fecha de inicio de las revisiones (Por país ②)

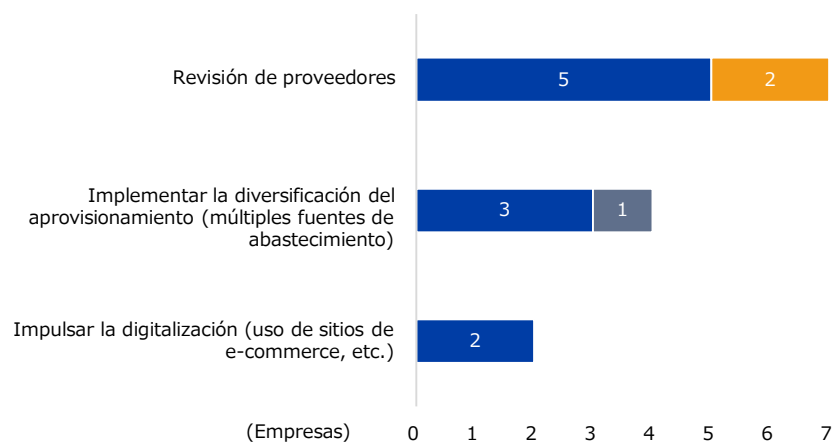
Chile (n=1)



Brasil (n=23)



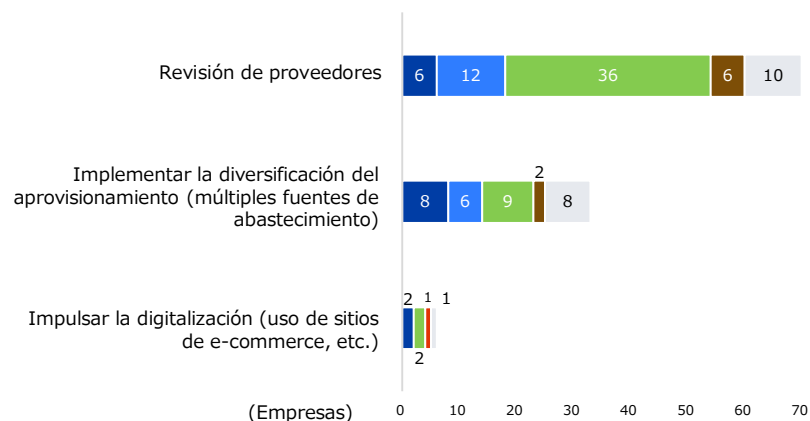
Argentina (n=9)



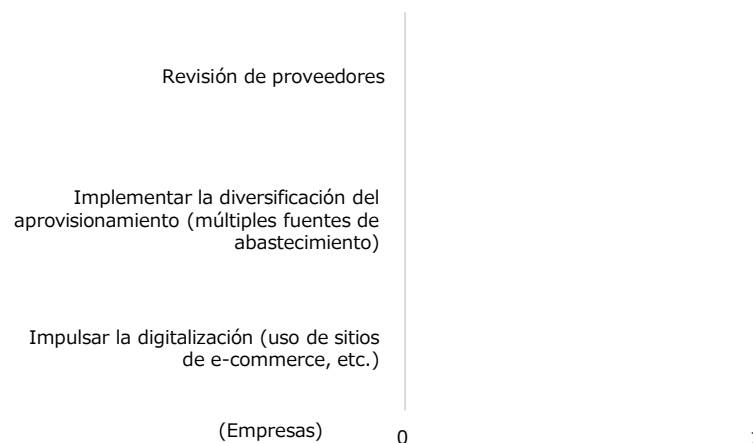
■ Iniciado ■ Durante 2021 ■ En la primera mitad del 2022 ■ En la segunda mitad del 2022 ■ A partir del 2023 ■ No se sabe

3-12 | Revisión del aprovisionamiento: Motivos de las revisiones (Por país ①)

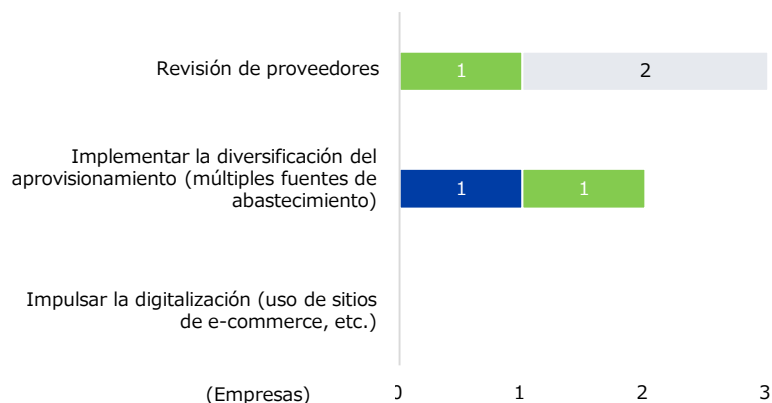
México (n=60)



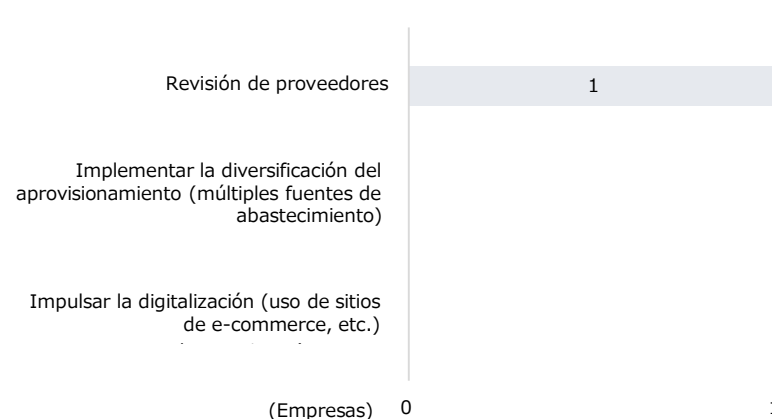
Venezuela (n=0)



Colombia (n=4)



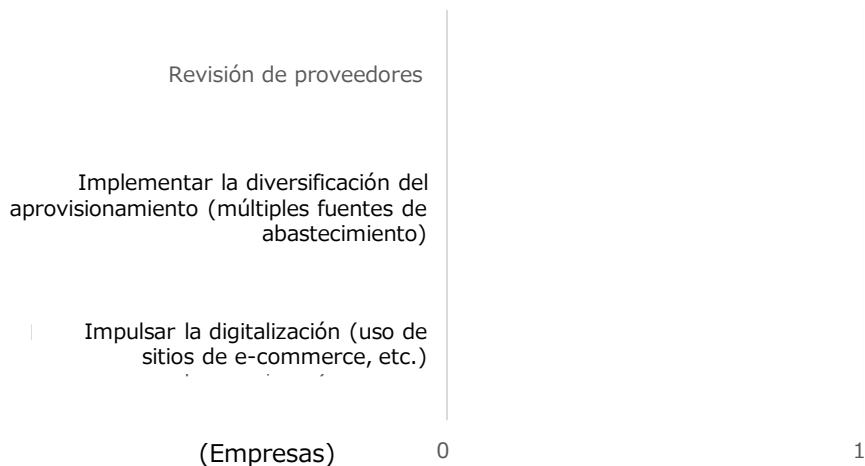
Perú (n=1)



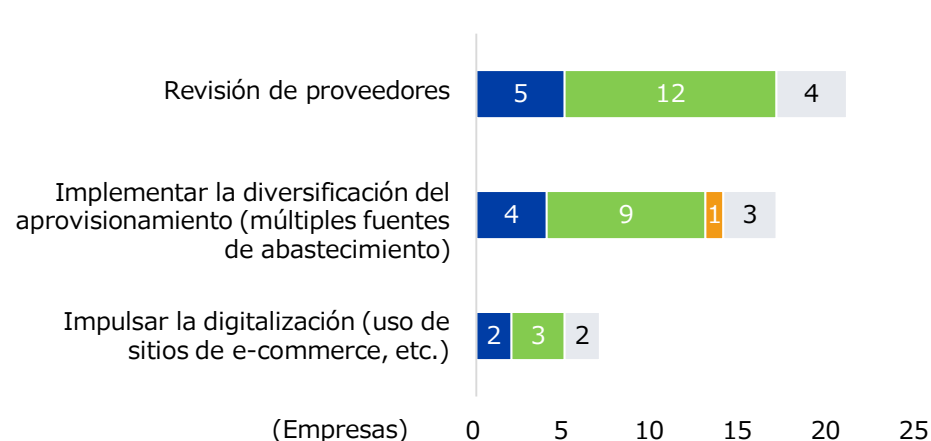
■ Por causa de la COVID-19
 ■ Cambios en el entorno comercial
 ■ Optimizar los costos de producción
 ■ Uso de acuerdos comerciales, como los TLCs, etc.
 ■ Endurecimiento de las regulaciones ambientales
 ■ Problemas relacionados con los derechos humanos
 ■ Otros (* Múltiples respuestas permitidas)

3-12 | Revisión del aprovisionamiento: Motivos de las revisiones (Por país ②)

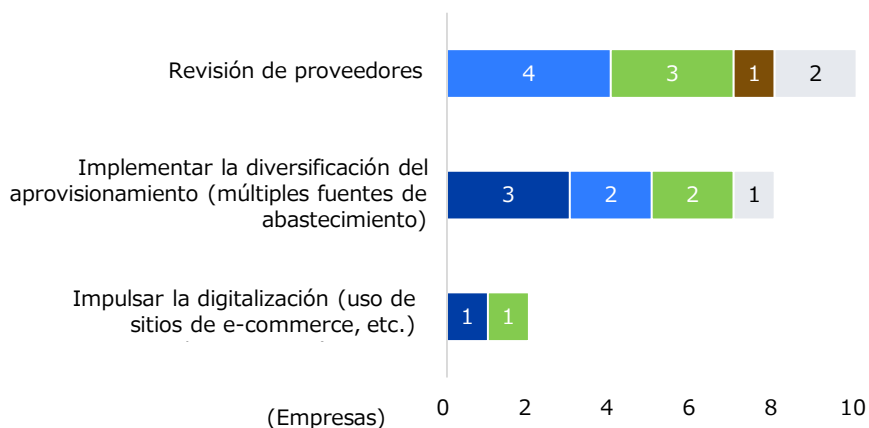
Chile (n=1)



Brasil (n=23)



Argentina (n=9)



■ Por causa de la COVID-19
 ■ Cambios en el entorno comercial
 ■ Optimizar los costos de producción
 ■ Uso de acuerdos comerciales, como los TLCs, etc.
 ■ Endurecimiento de las regulaciones ambientales
 ■ Problemas relacionados con los derechos humanos
 ■ Otros (* Múltiples respuestas permitidas)

3-13 | Revisión de la producción

- Las compañías que respondieron que revisarían su producción fueron 82 (16,1% del total) en toda América Latina, un incremento de 12,3 p.p. desde la última encuesta. De entre ellas, «Intensificación de nuevas inversiones / inversiones de capital» fue la más señalada con el 72,0% (59 empresas).
- En México, de las 57 respuestas obtenidas, 52 son manufactureras y 5 no manufactureras. Al enfocarnos en las 52 empresas manufactureras, **39 de ellas (75,0%) respondieron su intención de «Intensificar nuevas inversiones / inversiones de capital»**. En cuanto al motivo, 16 empresas señalaron para «Optimizar los costos de producción», y 15 señalaron para «Responder a los nuevos modelos y las nuevas órdenes/pedidos». Por otra parte, 14 empresas (26,9%) respondieron que harán una «Revisión del lugar de producción». De ellas, 4 empresas señalaron que reverán a México como lugar de producción, sin embargo, **solo 1 empresa respondió que se retiraría**. Las restantes 3 efectuarán revisiones dentro de México. Luego de las revisiones, 3 empresas seleccionaron a México como nuevo lugar de producción, transfiriéndolos desde Japón y EE.UU. El resto, revisarán lugares de producción fuera de México. Además, 4 de 5 empresas no manufactureras respondieron que «Harán nuevas inversiones».
- En Brasil, el mayor porcentaje de respuesta fue la de **«Intensificar nuevas inversiones / inversiones de capital»**. El motivo señalado fue la tendencia de intentar ampliar los negocios mediante la introducción de nuevos modelos, además de «Optimizar los costos de producción».

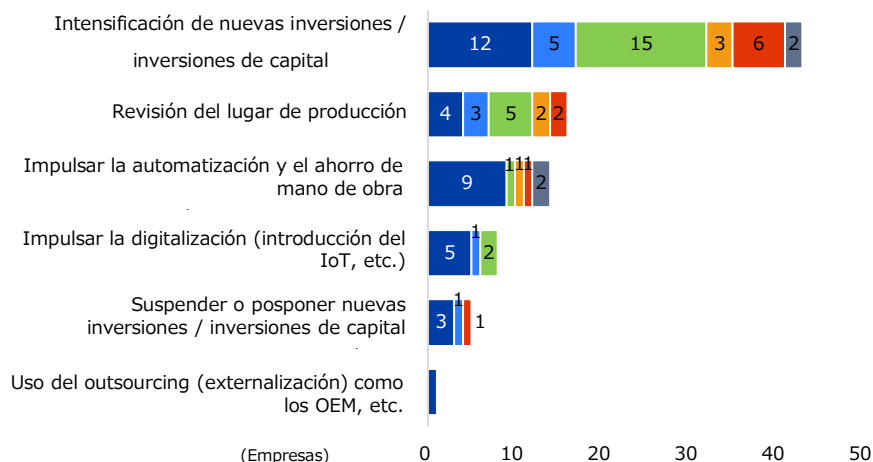
Detalles de la revisión (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

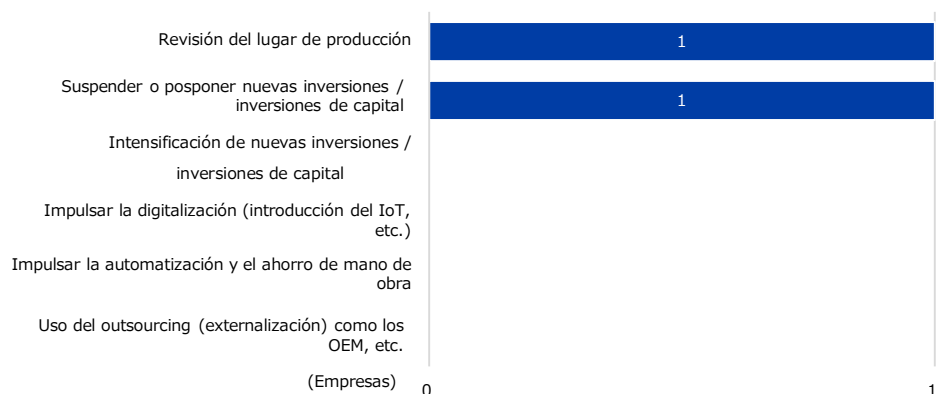
	Revisión del lugar de producción	Suspender o posponer nuevas inversiones / inversiones de capital	Intensificación de nuevas inversiones / inversiones de capital	Impulsar la digitalización (introducción del IoT, etc.)	Impulsar la automatización y el ahorro de mano de obra	Uso del outsourcing (externalización) como los OEM, etc.
América Latina (n=82)	23.2	13.4	72.0	18.3	26.8	2.4
México (n=57)	28.1	8.8	75.4	14.0	28.1	3.5
Venezuela (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Colombia (n=3)	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
Perú (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Chile (n=5)	0.0	0.0	100.0	40.0	20.0	0.0
Brasil (n=13)	15.4	38.5	53.8	15.4	30.8	0.0
Argentina (n=4)	0.0	0.0	75.0	75.0	25.0	0.0

3-14 | Revisión de la producción: Fecha de inicio de las revisiones (Por país ①)

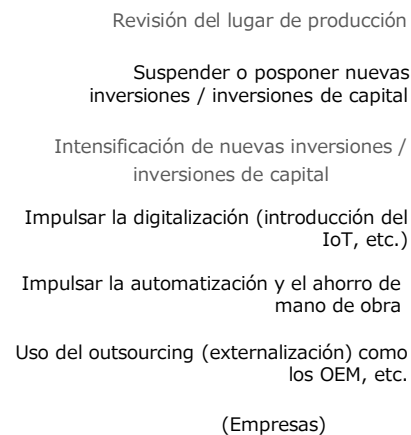
México (n=57)



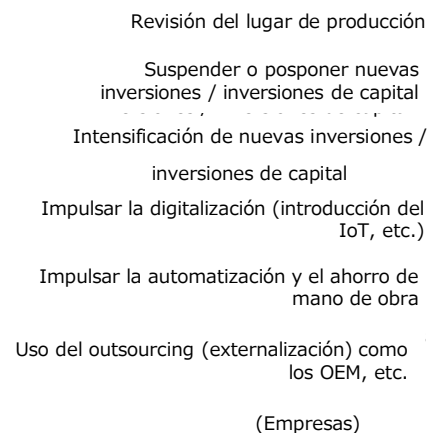
Colombia (n=3)



Venezuela (n=0)

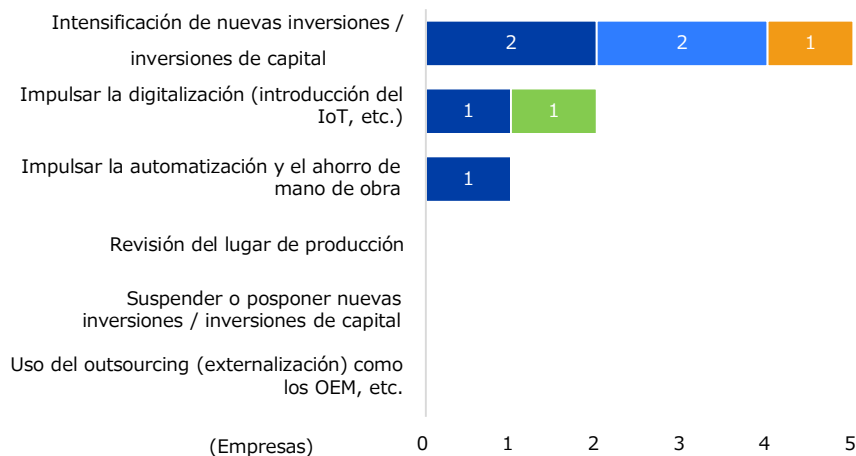


Perú (n=0)

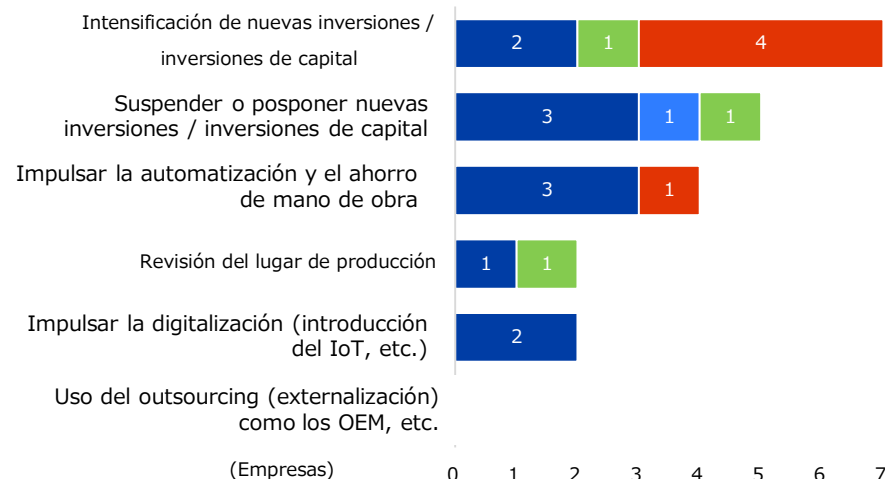


3-14 | Revisión de la producción: Fecha de inicio de las revisiones (Por país ②)

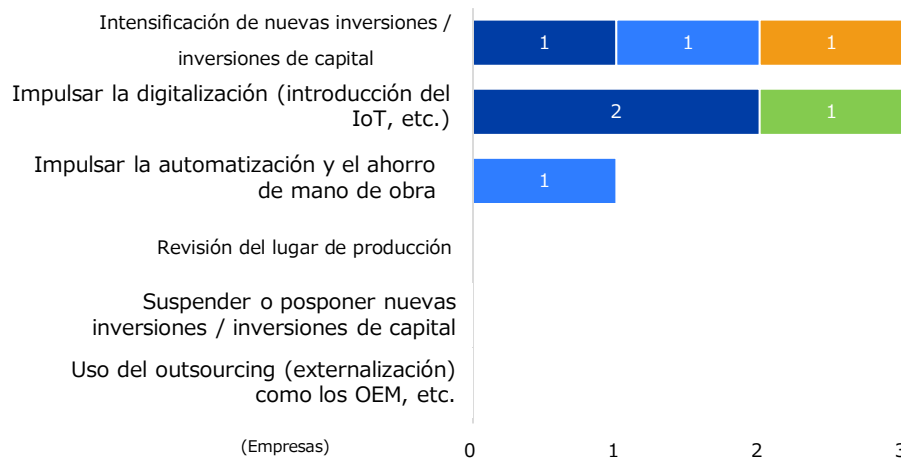
Chile (n=5)



Brasil (n=13)



Argentina (n=4)

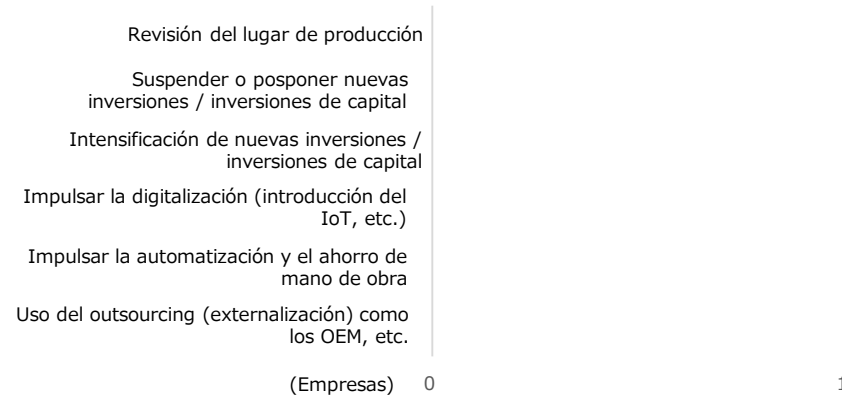


3-15 | Revisión de la producción: Motivos de las revisiones (Por país ①)

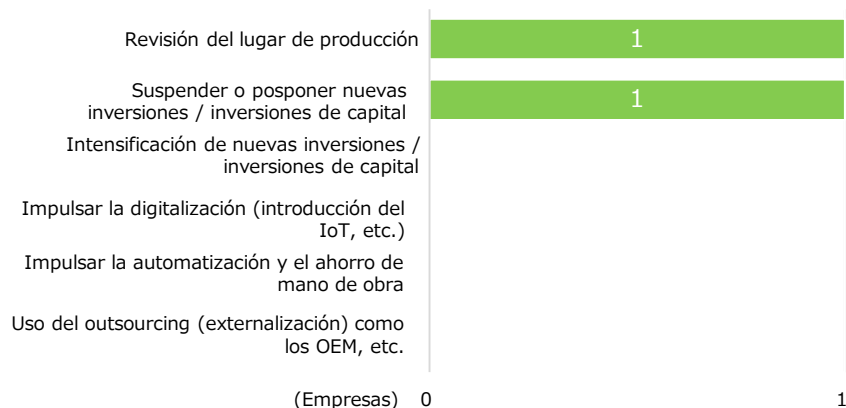
México (n=57)



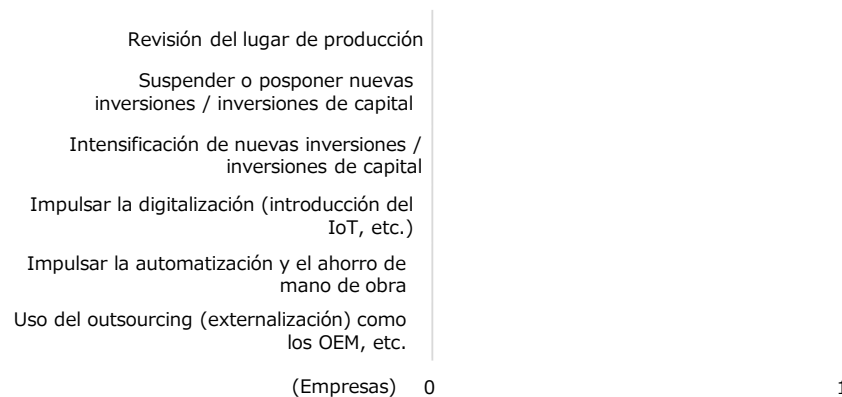
Venezuela (n=0)



Colombia (n=3)



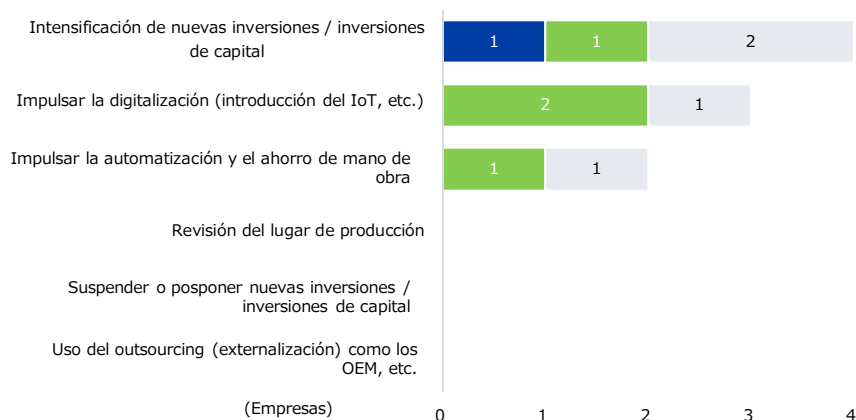
Perú (n=0)



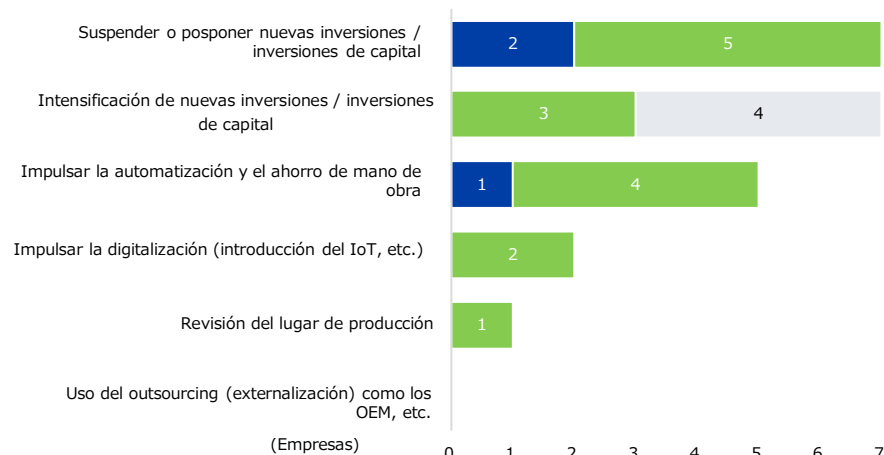
■ Por causa de la COVID-19 ■ Cambios en el entorno comercial ■ Optimizar los costos de producción ■ Uso de acuerdos comerciales, como los TLCs, etc. ■ Endurecimiento de las regulaciones ambientales ■ Problemas relacionados con los derechos humanos ■ Otros (* Múltiples respuestas permitidas)

3-15 | Revisión de la producción: Motivos de las revisiones (Por país ②)

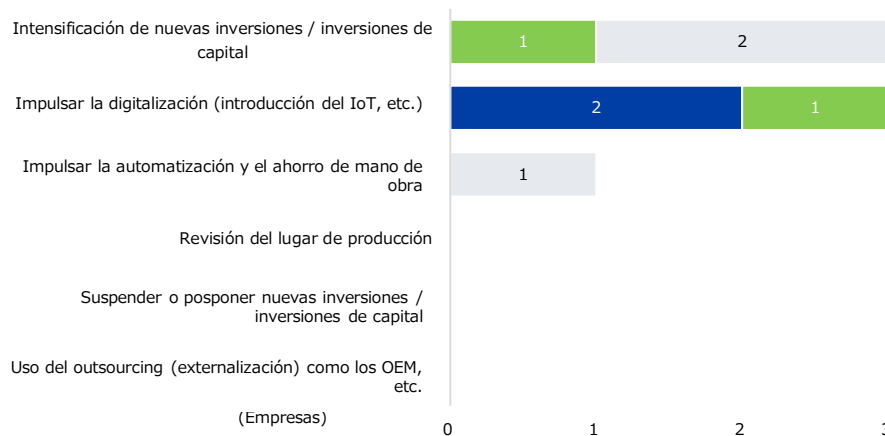
Chile (n=5)



Brasil (n=13)



Argentina (n=4)



3-16 | Revisión del sistema de gestión administrativa y gerencial

- En toda América Latina, 124 empresas respondieron que harán «Revisión el sistema de gestión administrativa y estructura gerencial». La mayor cantidad de respuestas para dicho fin fue la «Ampliación del teletrabajo y el home office» con 75,8% (94 empresas) y la causa más citada fue la pandemia de la COVID-19 con el 96,4%.
- En México, 45 empresas (67,2%) respondieron que harán «Ampliación del teletrabajo y el home office», sin embargo, del total de las empresas que respondieron a la encuesta en ese país (249 empresas), ese porcentaje llega apenas al 18,1%. De las 45 empresas, 24 son manufactureras y 21 son no manufactureras. El resultado indica que solamente el 16,8% (143 empresas) de todas las empresas manufactureras y el 19,8% (106 empresas) de todas las empresas no manufactureras han extendido el uso del teletrabajo.
- En Brasil, 29 empresas (82,9%) respondieron que harán «Ampliación del teletrabajo y el home office». Sobre el total de las empresas que respondieron la encuesta (114 empresas) 25,4% seleccionó esta misma opción. De las 29 empresas, 15 son manufactureras y 14 son no manufactureras. Al ver que 26,8% del total de 56 empresas manufactureras, y 24,1% del total de 58 empresas no manufactureras seleccionaron la misma respuesta, podemos concluir que el teletrabajo está más difundido en Brasil que en México.

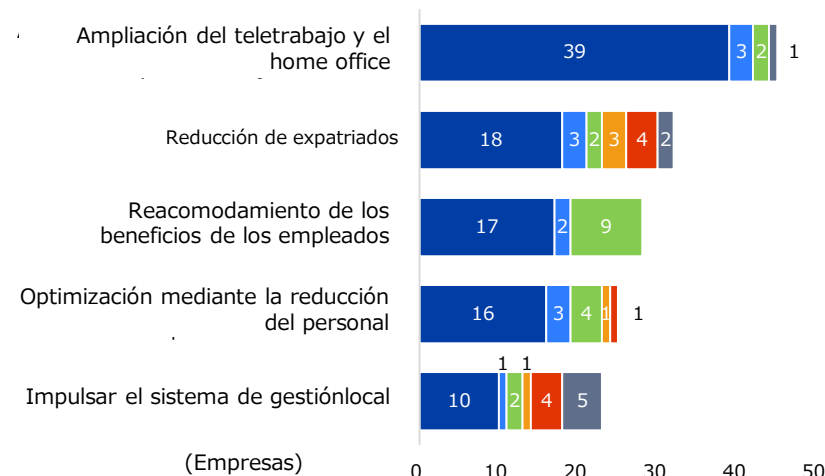
Detalles de la revisión (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

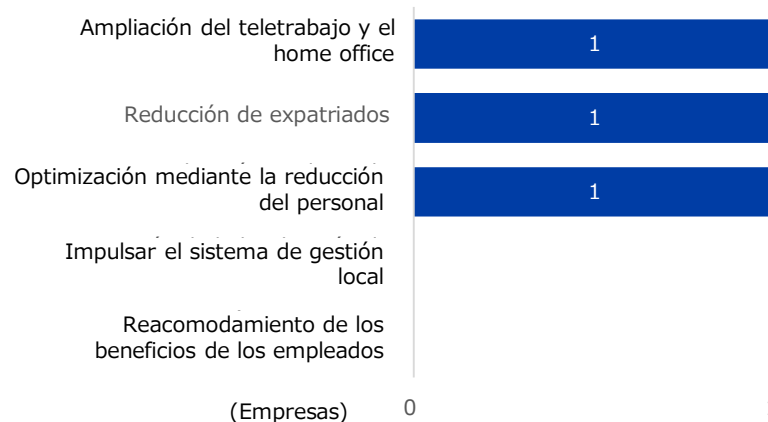
	Ampliación del teletrabajo y el home office	Impulsar el sistema de gestión local	Optimización mediante la reducción del personal	Reducción de expatriados	Reacomodamiento de los beneficios de los empleados
América Latina (n=124)	75.8	37.1	41.9	41.1	40.3
México (n=67)	67.2	35.8	49.3	40.3	44.8
Venezuela (n=1)	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0
Colombia (n=2)	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0
Perú (n=6)	83.3	16.7	33.3	50.0	0.0
Chile (n=7)	85.7	71.4	0.0	14.3	42.9
Brasil (n=35)	82.9	40.0	40.0	42.9	42.9
Argentina (n=6)	100.0	33.3	33.3	50.0	33.3

3-17 | Revisión del sistema de gestión administrativa y gerencial: Fecha de inicio de las revisiones (Por país ①)

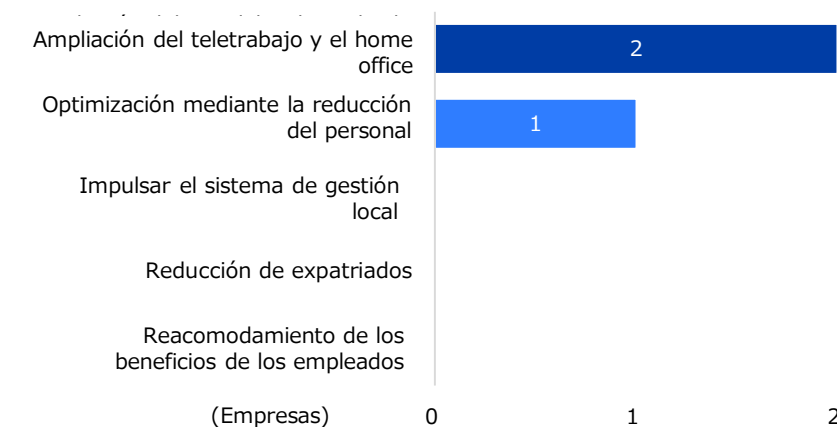
México (n=67)



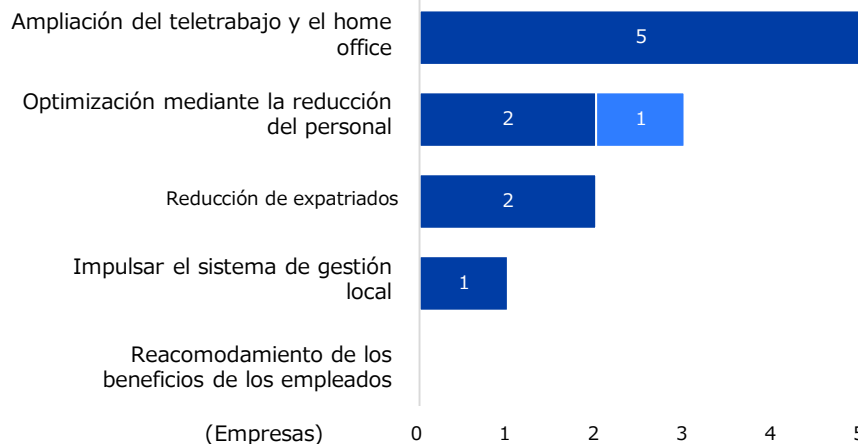
Venezuela (n=1)



Colombia (n=2)

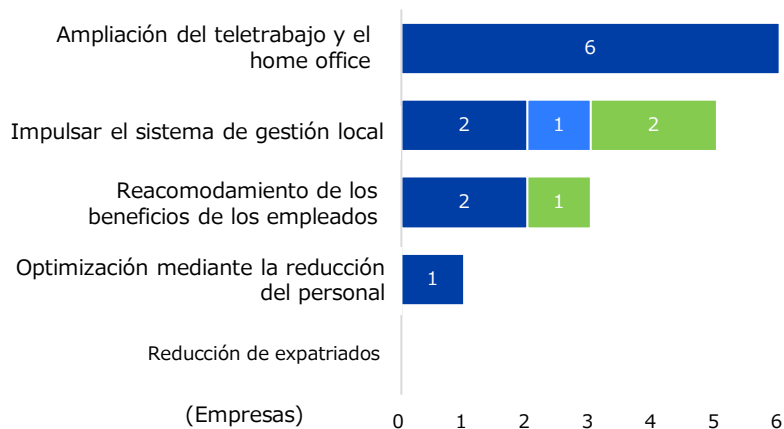


Perú (n=6)

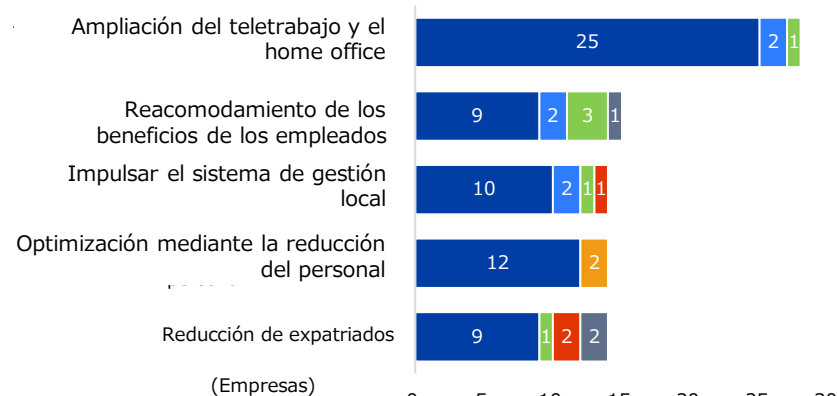


3-17 | Revisión del sistema de gestión administrativa y gerencial: Fecha de inicio de las revisiones (Por país ②)

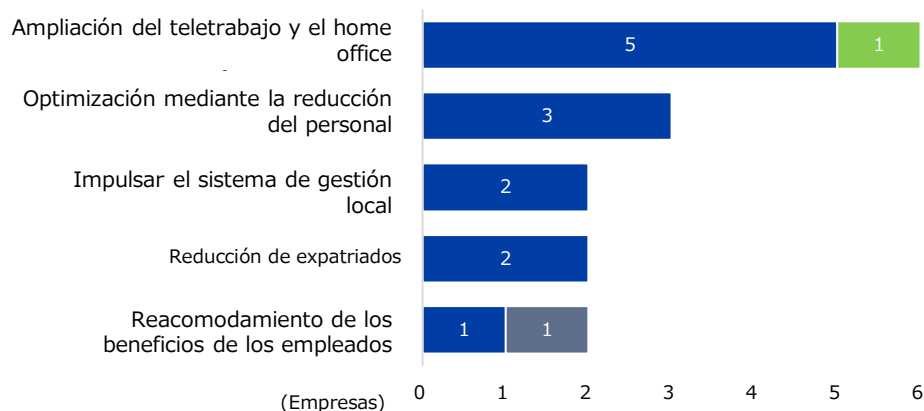
Chile (n=7)



Brasil (n=35)



Argentina (n=6)

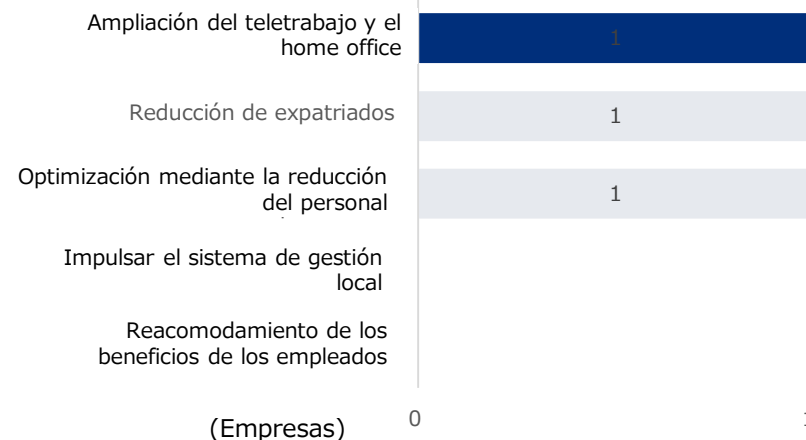
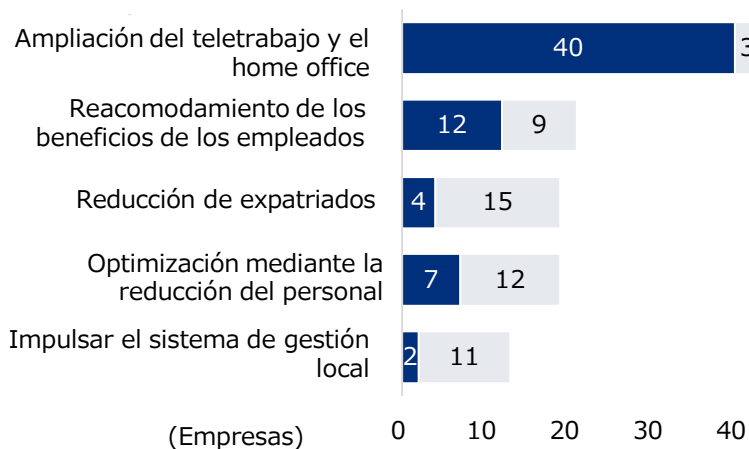


■ Iniciado ■ Durante 2021 ■ En la primera mitad del 2022 ■ En la segunda mitad del 2022 ■ A partir del 2023 ■ No se sabe

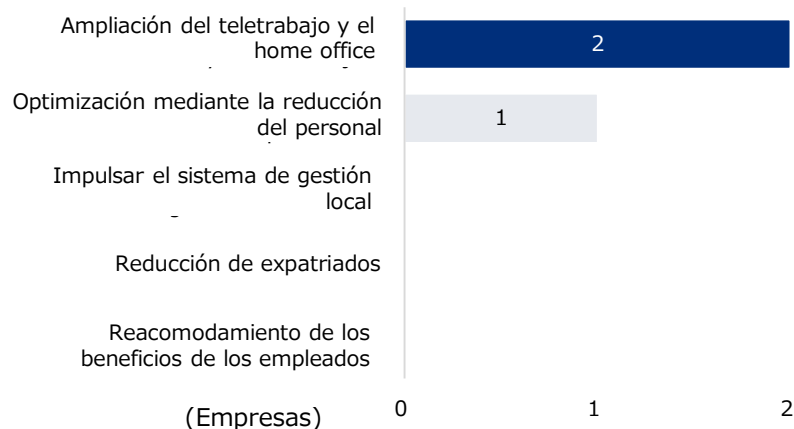
3-18 | Revisión del sistema de gestión administrativa y gerencial: Motivos de las revisiones (Por país ①)

Venezuela (n=1)

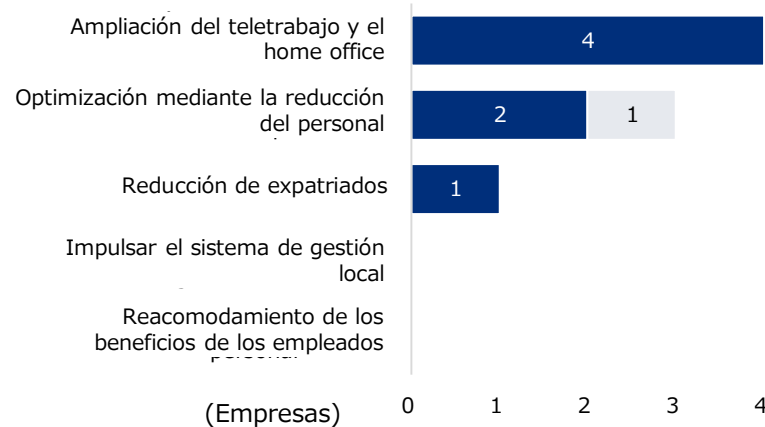
México (n=67)



Colombia (n=2)

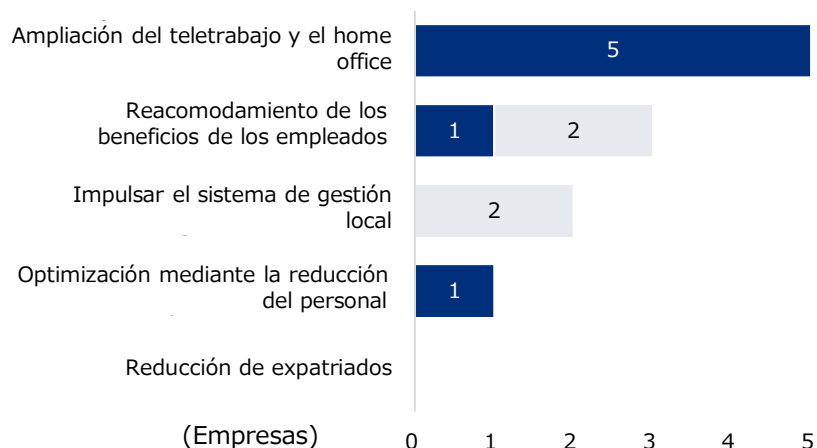


Perú (n=6)

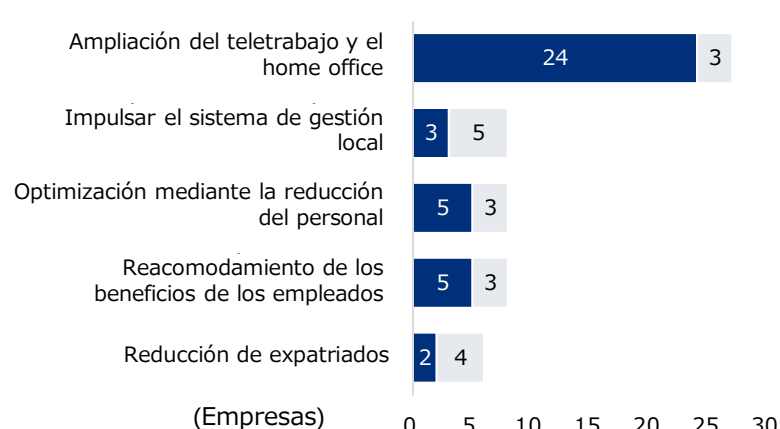


3-18 | Revisión del sistema de gestión administrativa y gerencial: Motivos de las revisiones (Por país ②)

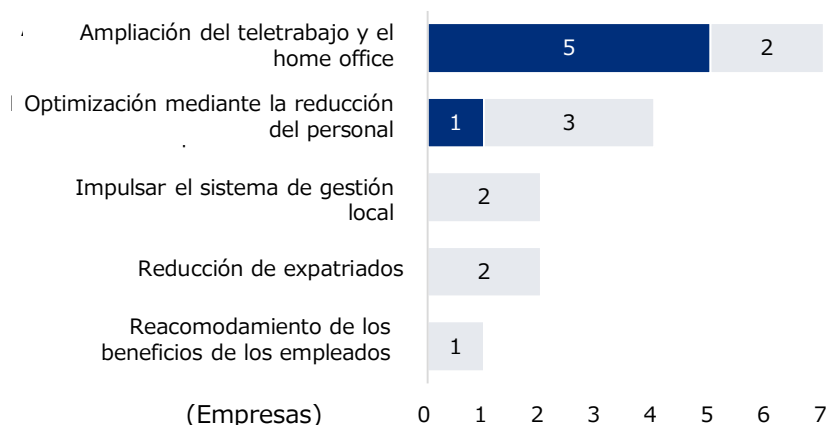
Chile (n=7)



Brasil (n=35)



Argentina (n=6)



4-1 | Ventajas del ambiente de inversión (México)

- «Tamaño del mercado/posibilidad de crecimiento» y «**Bajo costo de la mano de obra**» ocuparon los primeros lugares, sin embargo, **su porcentaje disminuyó comparado con la última encuesta**. Además, la «Situación política y social estable» también disminuyó. Por otra parte, «Alta concentración de socios comerciales (clientes)» aumentó.

Estudio del 2020 (n=256, Múltiples respuestas permitidas)



Estudio del 2021 (n=248, Múltiples respuestas permitidas)



4-2 | Riesgos del ambiente de inversión (México)

- Las respuestas **«Aumento de los costos de personal», y «Escasa mano de obra, dificultad para la contratación de personal (personal general)» se incrementaron** comparado con la encuesta anterior. Habría inquietud por la prohibición en la subcontratación de personal. Además, el «Sistema fiscal y trámites fiscales complicados», «Sistema legislativo deficiente/falta de transparencia en su aplicación», y «Falta de transparencia en la gestión política del gobierno local» también se incrementaron. Mientras que «Dificultad y complejidad para la obtención de visados y permisos de trabajo» se redujo ampliamente.

Estudio del 2020 (n=256, Múltiples respuestas permitidas)



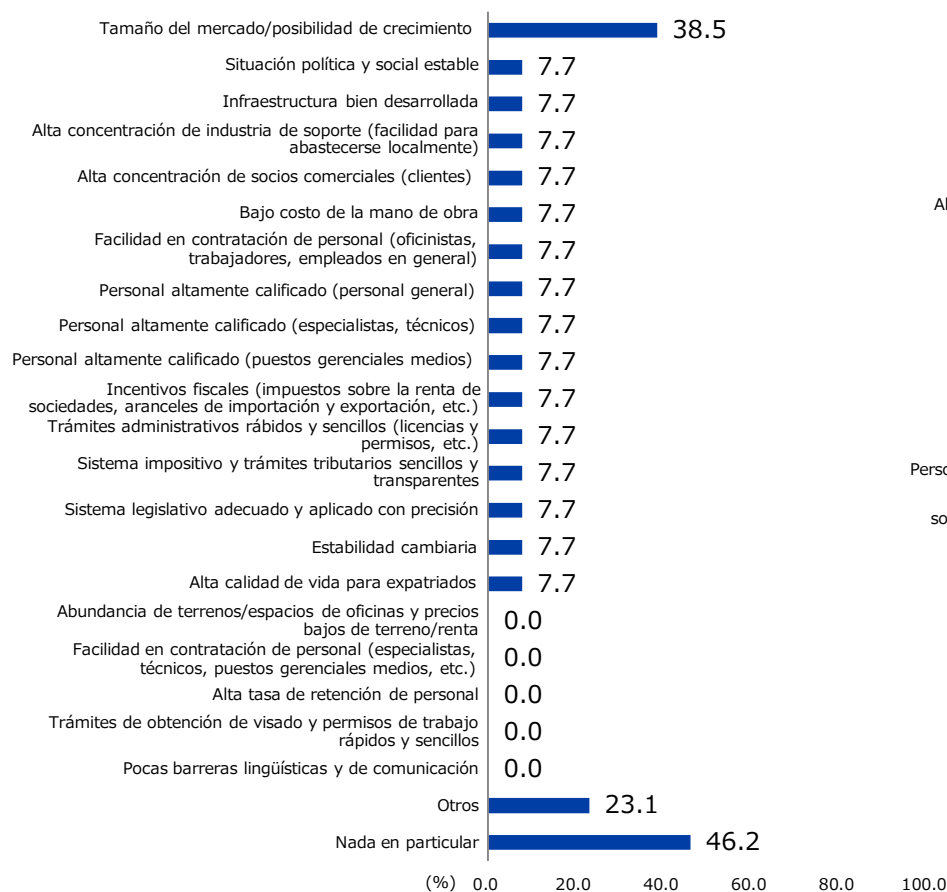
Estudio del 2021 (n=248, Múltiples respuestas permitidas)



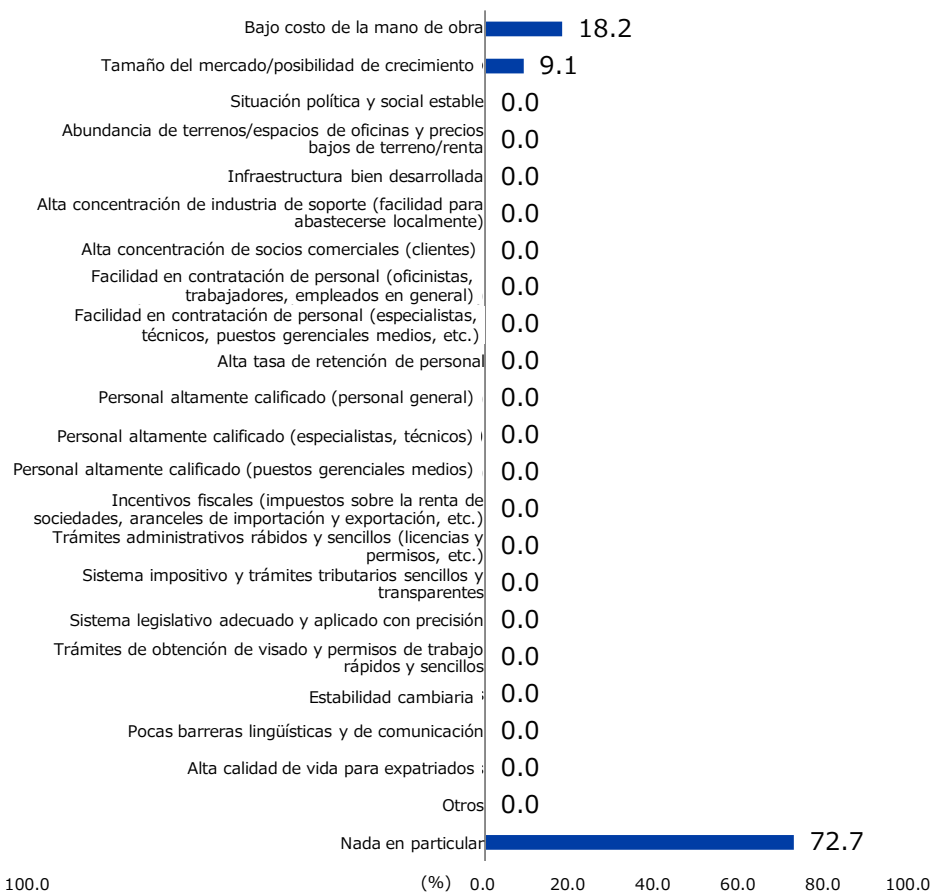
4-3 | Ventajas del ambiente de inversión (Venezuela)

- Las empresas señalaron «Tamaño del mercado/posibilidad de crecimiento» como ventaja disminuyeron en 20,3 p.p. comparado con la encuesta anterior. A pesar de ser un país de relevancia con enormes recursos naturales, las sanciones impuestas por EE. UU., la caída en la producción de petróleo crudo, etc. han hecho que su mercado pierda atractivo.

Estudio del 2020 (n=13, Múltiples respuestas permitidas)



Estudio del 2021 (n=11, Múltiples respuestas permitidas)



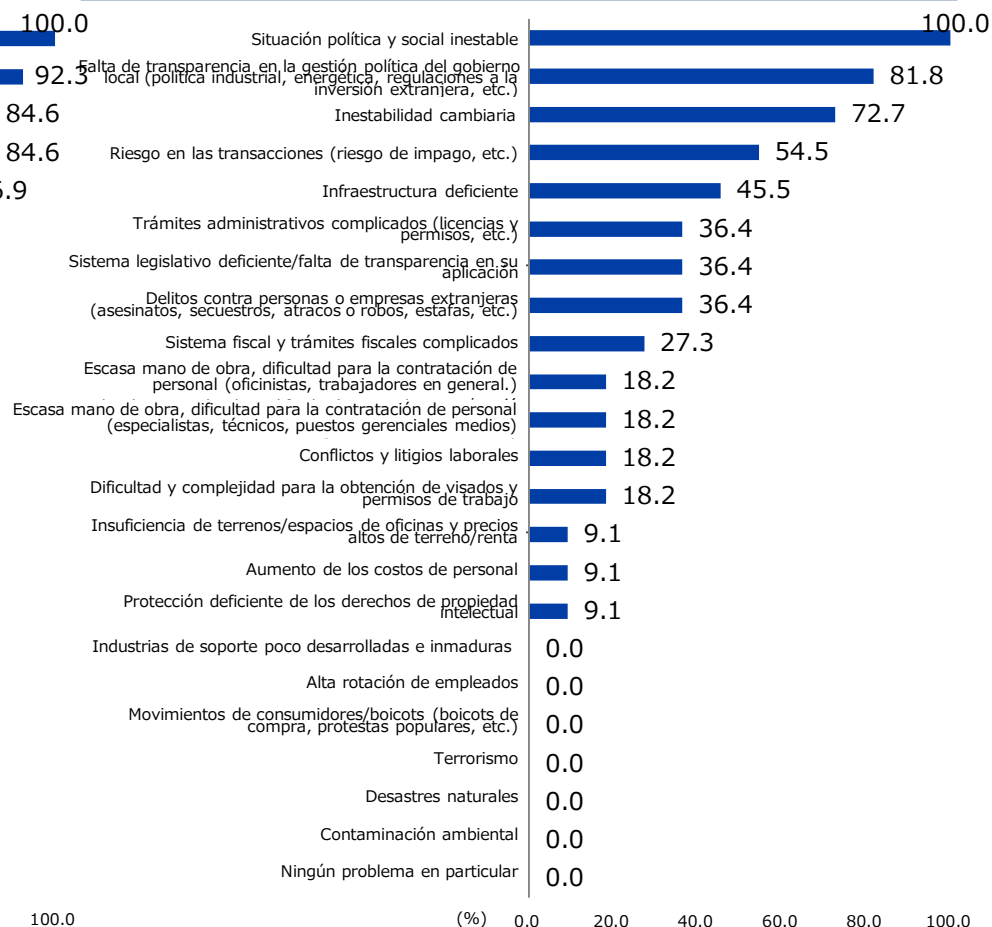
4-4 | Riesgos del ambiente de inversión (Venezuela)

- Al igual que en la encuesta anterior, todas las empresas que respondieron señalaron la inestabilidad de los asuntos domésticos como un riesgo. En un entorno en el que no hay señales de mejora de la situación actual, la continua devaluación de la moneda local, el bolívar, también es identificada como un riesgo por el 72,7% de las empresas.

Estudio del 2020 (n=13, Múltiples respuestas permitidas)



Estudio del 2021 (n=11, Múltiples respuestas permitidas)



4-5 | Ventajas del ambiente de inversión (Colombia)

- «Tamaño del mercado/posibilidad de crecimiento» continua ocupando el primer lugar, sin embargo, ha perdido 10,4 p.p. desde la encuesta pasada.
- Los bajos costos de la mano de obra** son reconocidos por el 40% como una ventaja, y comparado con otros países de América Latina, también es un porcentaje alto, solo por detrás de México.

Estudio del 2020 (n=26, Múltiples respuestas permitidas)



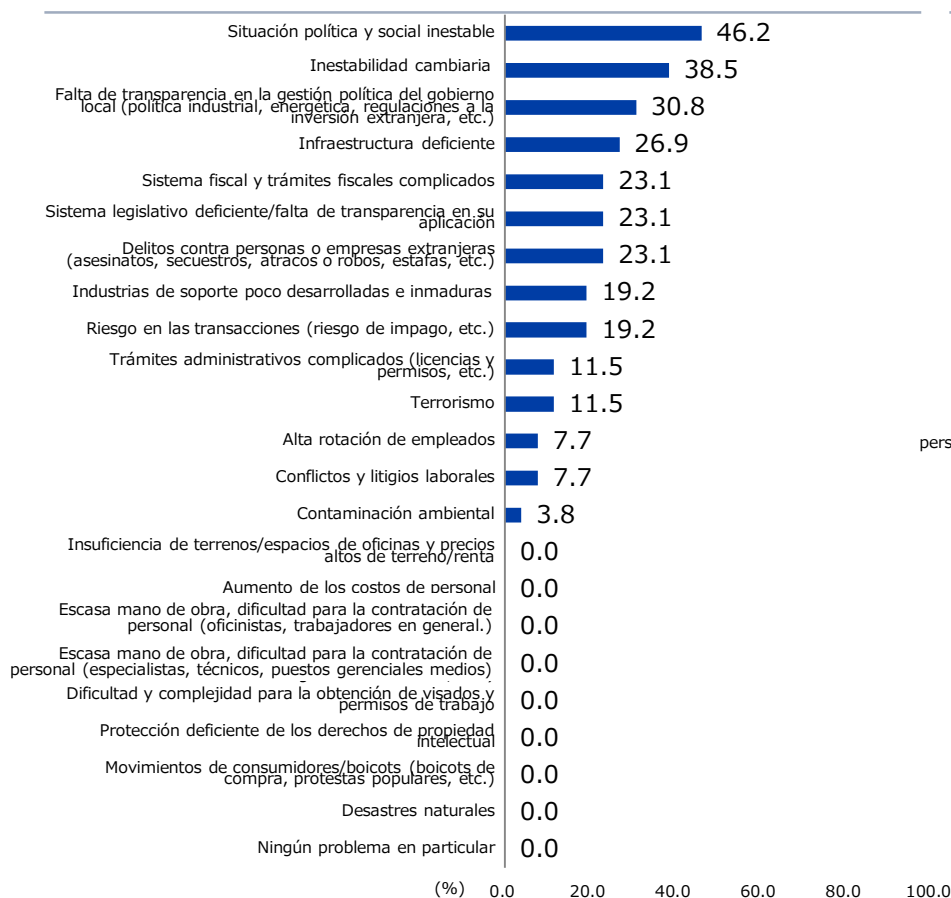
Estudio del 2021 (n=20, Múltiples respuestas permitidas)



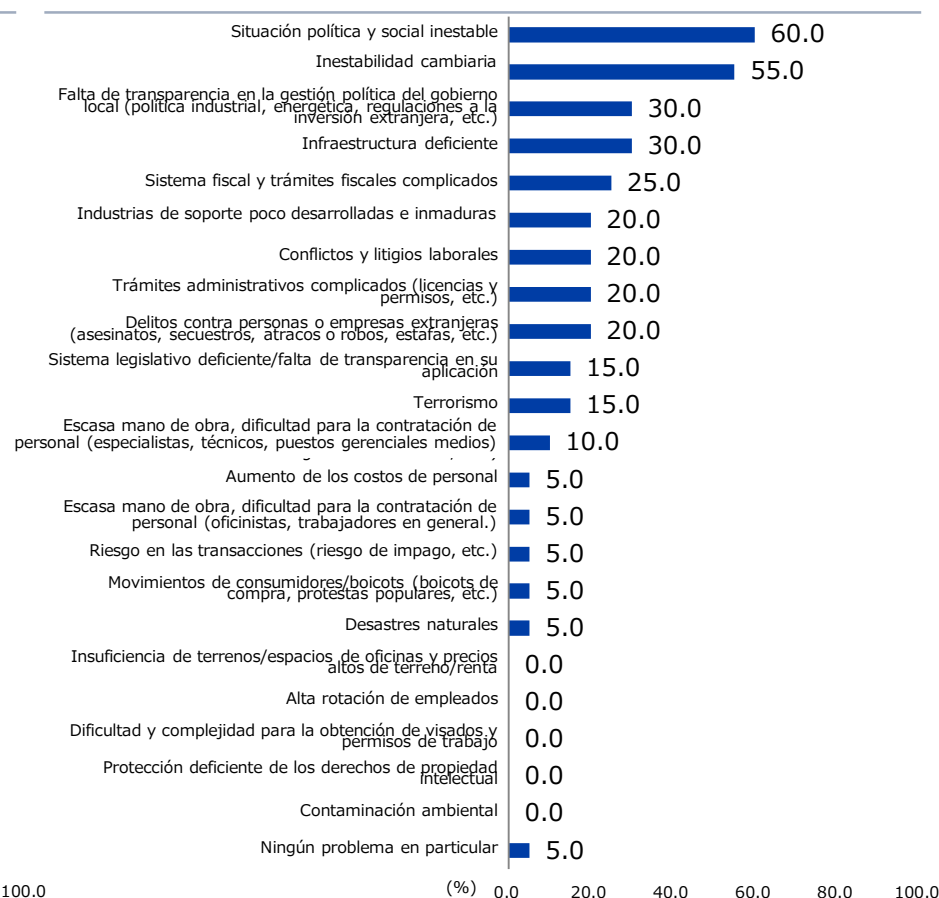
4-6 | Riesgos del ambiente de inversión (Colombia)

- El porcentaje de empresas que respondieron como riesgo la «**Situación política y social inestable**» alcanza el **60%**, con un incremento de 13,8 p.p. comparado con la encuesta anterior. Esto se debería a las continuas protestas a escala nacional que se generaron desde a fines de abril hasta mediados de junio de 2021, y al hecho de que el candidato de izquierda para las elecciones presidenciales de 2022 lleva la delantera.
- El porcentaje que respondió «Inestabilidad cambiaria» también se incrementó en 16,5 p.p. desde la encuesta pasada. El peso colombiano continúa devaluándose frente al dólar desde inicios del 2021.

Estudio del 2020 (n=26, Múltiples respuestas permitidas)



Estudio del 2021 (n=20, Múltiples respuestas permitidas)



4-7 | Ventajas del ambiente de inversión (Perú)

- El porcentaje que identifica «estabilidad cambiaria» como una ventaja disminuyó 30,3 p.p. desde la encuesta anterior.

Hasta el año pasado, la estabilidad cambiaria venía siendo bien valorada por las compañías japonesas. Sin embargo, la conmoción desatada por los resultados de las elecciones presidenciales, y por la falta de transparencia en la nueva administración, la moneda local, el sol peruano, continúa devaluándose.

Estudio del 2020 (n=33, Múltiples respuestas permitidas)



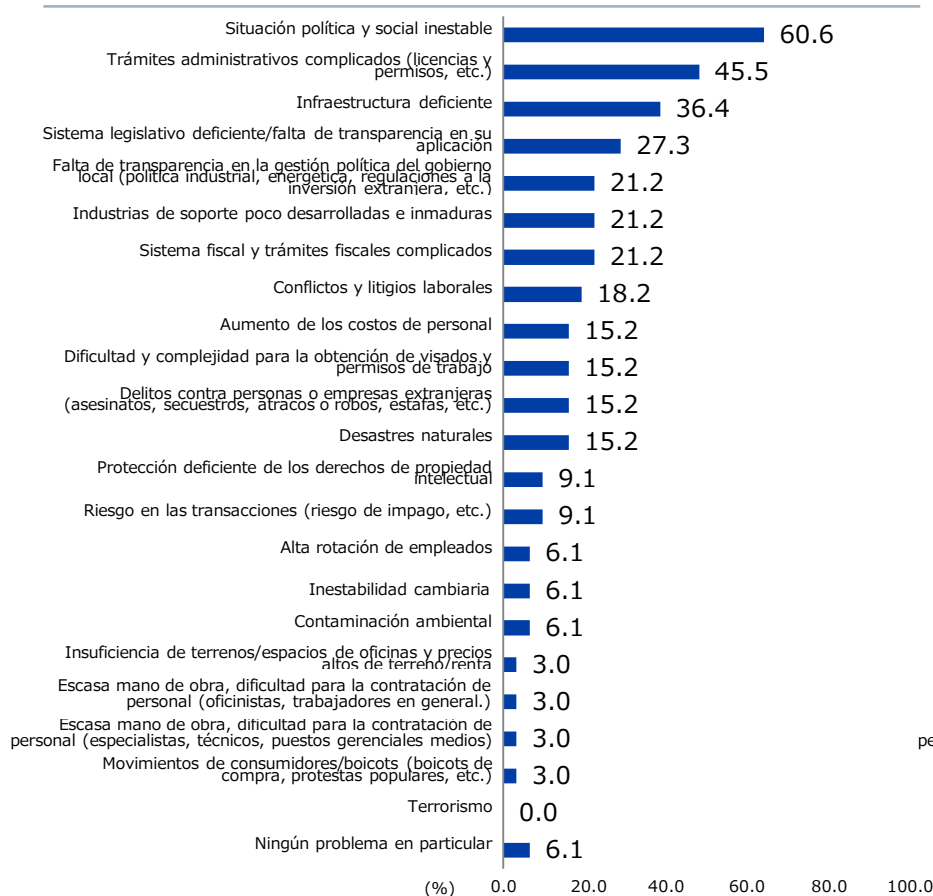
Estudio del 2021 (n=33, Múltiples respuestas permitidas)



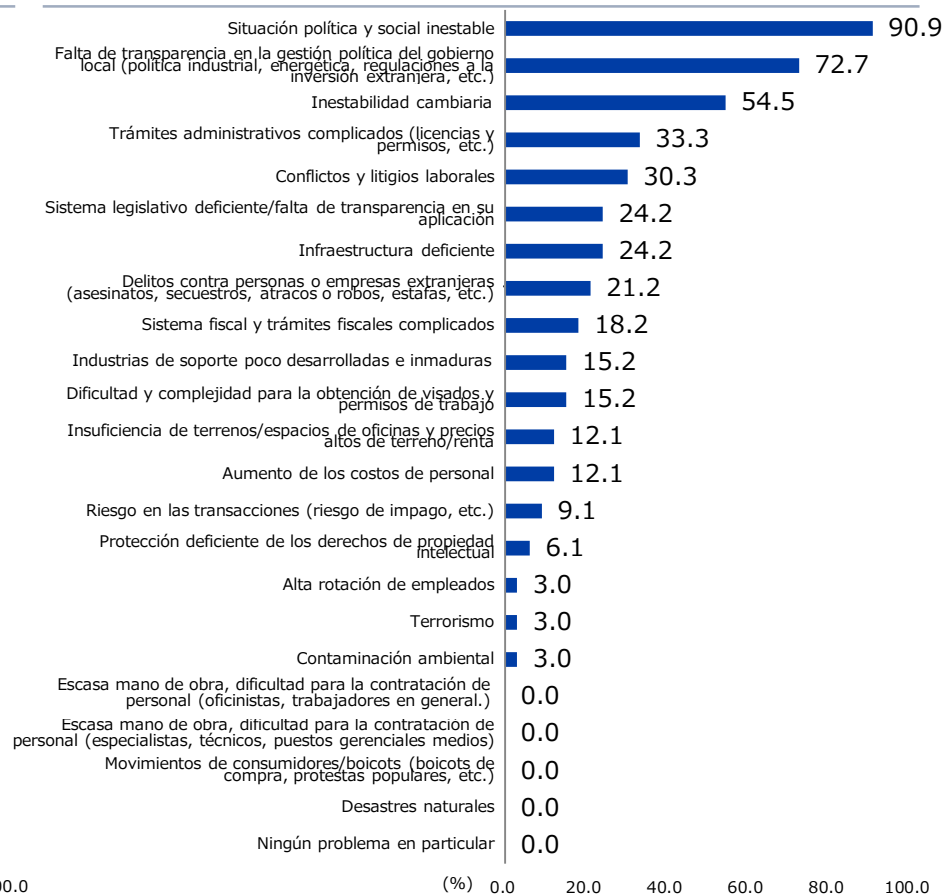
4-8 | Riesgos del ambiente de inversión (Perú)

- En julio de 2021, el gobierno de extrema izquierda asumió el poder, lo que habría elevado **a más del 90% el porcentaje que señala el riesgo de «Situación política y social inestable»**, con un incremento de 30,3 p.p. desde la encuesta anterior.
- También, **las empresas indicaron la «Falta de transparencia en la gestión política del gobierno local», que se incrementó en 51,5 p.p. desde la encuesta anterior**. La nueva administración ha venido anunciando aumento de impuestos y una expansión de la autoridad nacional sobre el sector minero, en donde muchas empresas japonesas participan, por lo que la incertidumbre entre las empresas japonesas habría aumentado.

Estudio del 2020 (n=33, Múltiples respuestas permitidas)



Estudio del 2021 (n=33, Múltiples respuestas permitidas)



4-9 | Ventajas del ambiente de inversión (Chile)

- Las empresas que seleccionaron «**Situación política y social estable**» fueron alrededor del **30%**, disminuyendo desde la encuesta anterior. Hasta antes de las protestas en contra del gobierno del 2019, entre el 70 y el 80% de las empresas reconocían la situación político social de Chile como una ventaja, sin embargo, a partir de la encuesta del 2019, ese porcentaje se ha venido reduciendo **año tras año**.

Estudio del 2020 (n=37, Múltiples respuestas permitidas)



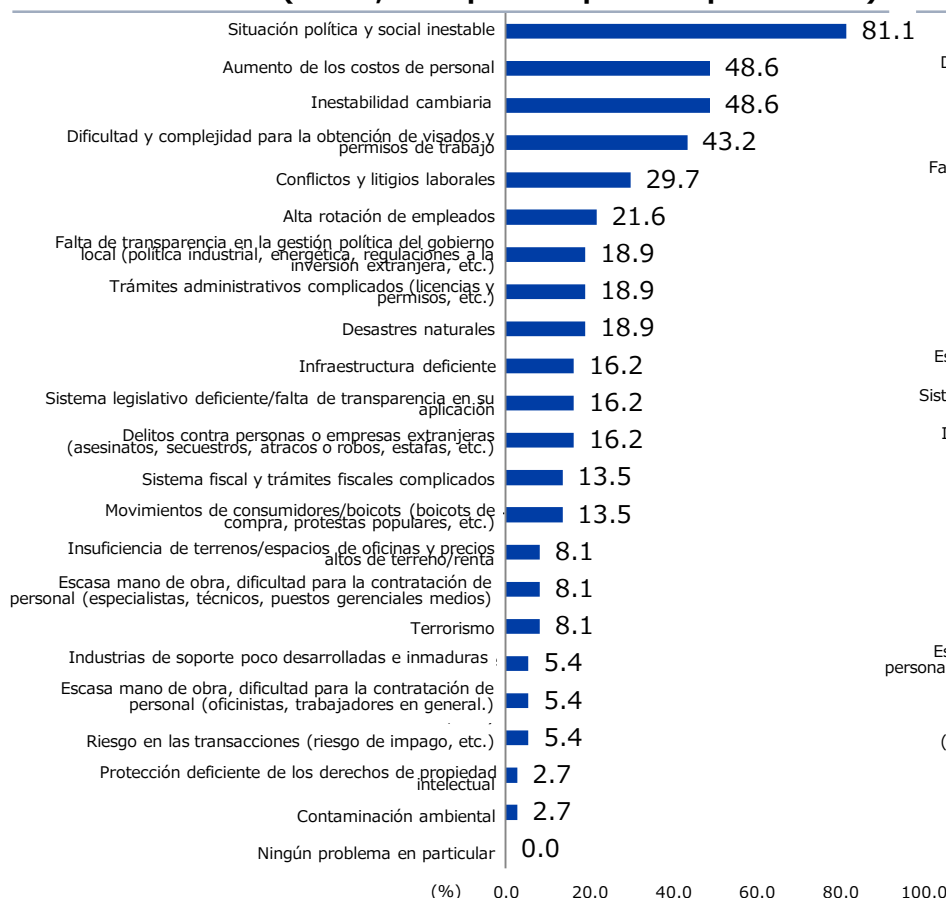
Estudio del 2021 (n=41, Múltiples respuestas permitidas)



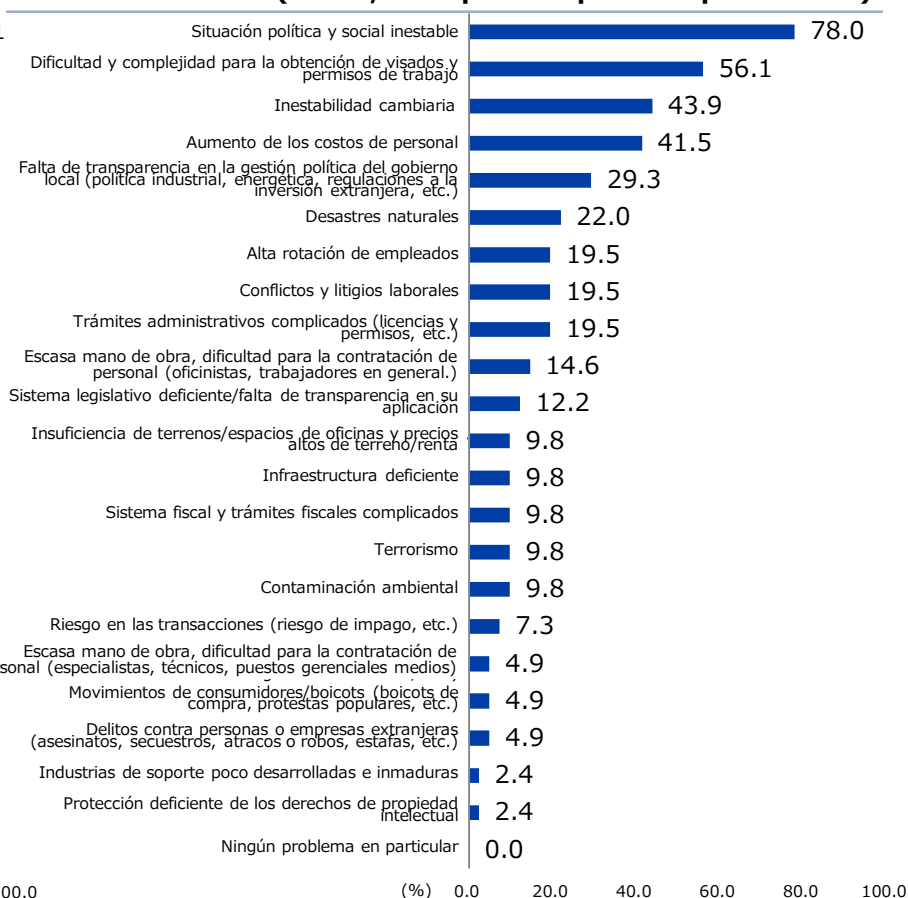
4-10 Riesgos del ambiente de inversión (Chile)

- El porcentaje que señala el riesgo de «**Situación política y social inestable**» continúa creciendo desde la encuesta anterior, alcanzando aproximadamente el **80%**. Las protestas en contra del gobierno, y la incertidumbre sobre los resultados de la elección presidencial también habrían influido.
- Las empresas que seleccionaron «**Dificultad y complejidad para la obtención de visados y permisos de trabajo**» **aumentaron en 12,9 p.p.** desde la encuesta anterior. Al haberse endurecido las medidas fronterizas por la pandemia de la COVID-19, los trámites para la obtención de visados para nuevos expatriados sufrieron un notable retraso. Y con el aumento de la inmigración, las renovaciones de visados para expatriados también se vieron afectadas.

Estudio del 2020 (n=37, Múltiples respuestas permitidas)



Estudio del 2021 (n=41, Múltiples respuestas permitidas)



4-11 | Ventajas del ambiente de inversión (Brasil)

- El «**Tamaño del mercado/posibilidad de crecimiento**» continua siendo la ventaja más determinante, habiendo crecido 4,2 p.p. desde la encuesta anterior. Le sigue «Alta concentración de socios comerciales (clientes)», y «Personal altamente calificado (especialistas, técnicos)», sin grandes cambios en las posiciones desde la encuesta anterior.

Estudio del 2020 (n=116, Múltiples respuestas permitidas)



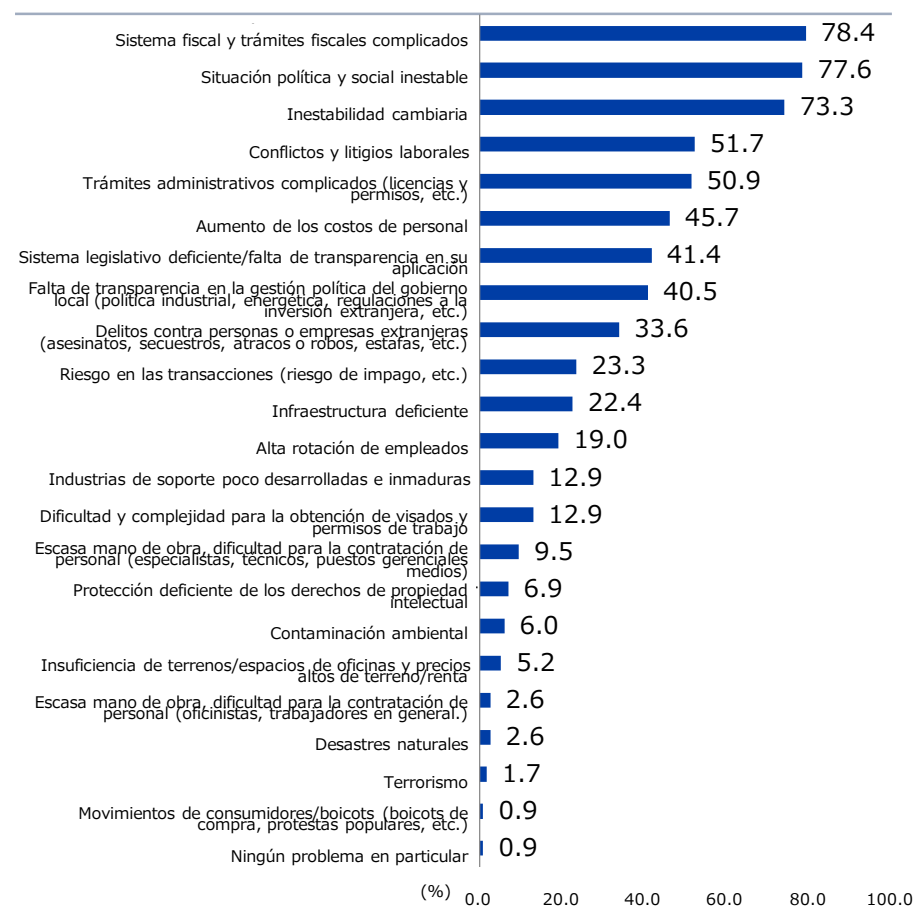
Estudio del 2021 (n=112, Múltiples respuestas permitidas)



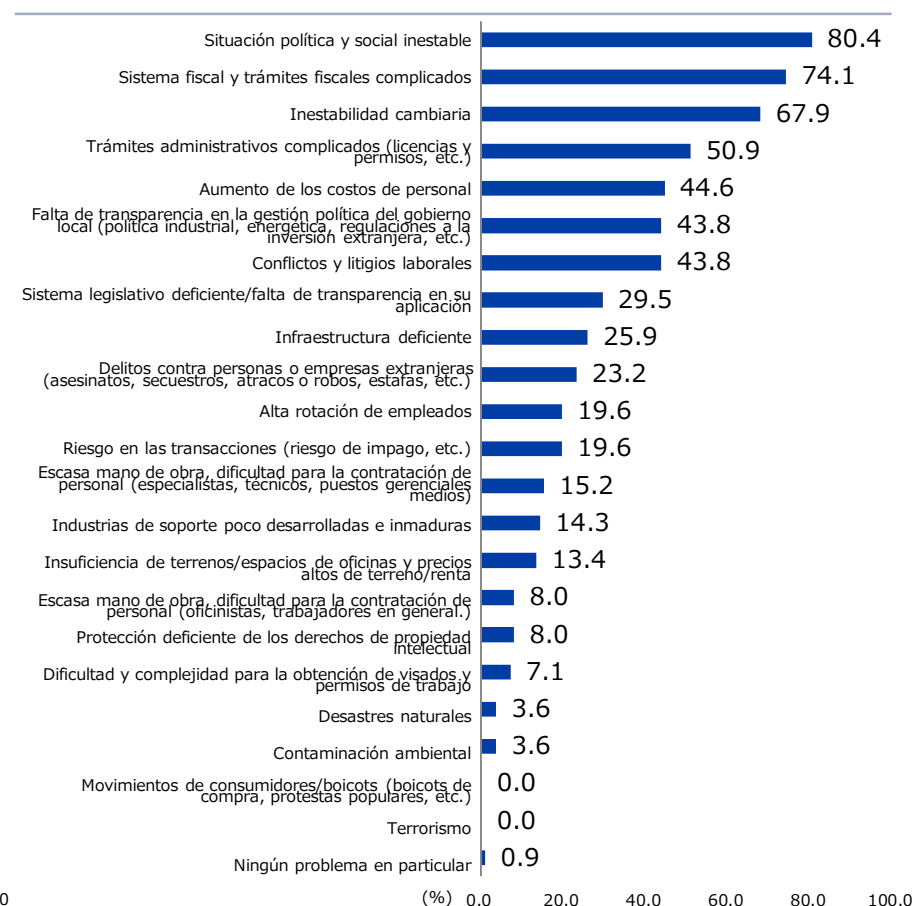
4-12 Riesgos del ambiente de inversión (Brasil)

- El porcentaje de respuestas «Situación política y social inestable» ha aumentado. Es probable que esto se refleje por la dificultad que ha tenido la gestión del gobierno, debido a la pandemia de la Covid-19. Mientras que las próximas elecciones presidenciales en octubre de 2022 también son una causa del aumento de la incertidumbre.
- Y al igual que en la encuesta anterior, muchas compañías continúan señalando el riesgo de la «Inestabilidad cambiaria».

Estudio del 2020 (n=116, Múltiples respuestas permitidas)



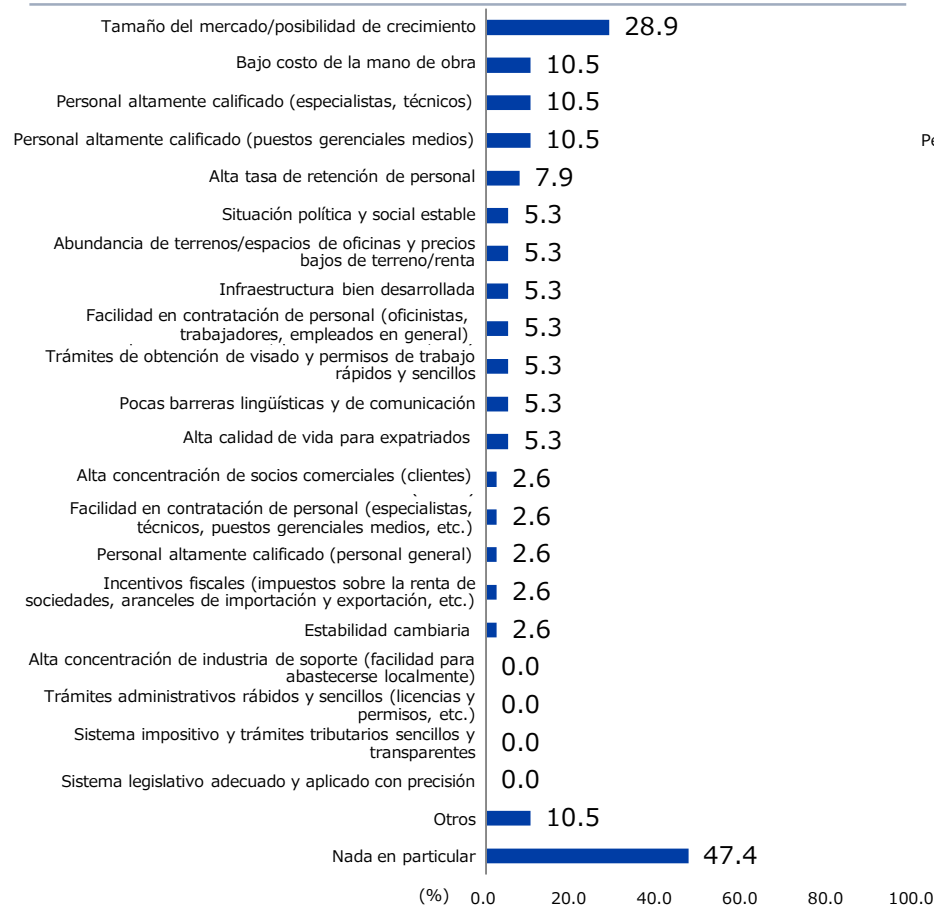
Estudio del 2021 (n=112, Múltiples respuestas permitidas)



4-13| Ventajas del ambiente de inversión (Argentina)

- El porcentaje de respuestas de «Tamaño del mercado/posibilidad de crecimiento» fue el más alto, sin embargo, se redujo en 8,9 p.p. desde la encuesta pasada. «Nada en particular» obtuvo un 40,0%.

Estudio del 2020 (n=38, Múltiples respuestas permitidas)



Estudio del 2021 (n=40, Múltiples respuestas permitidas)



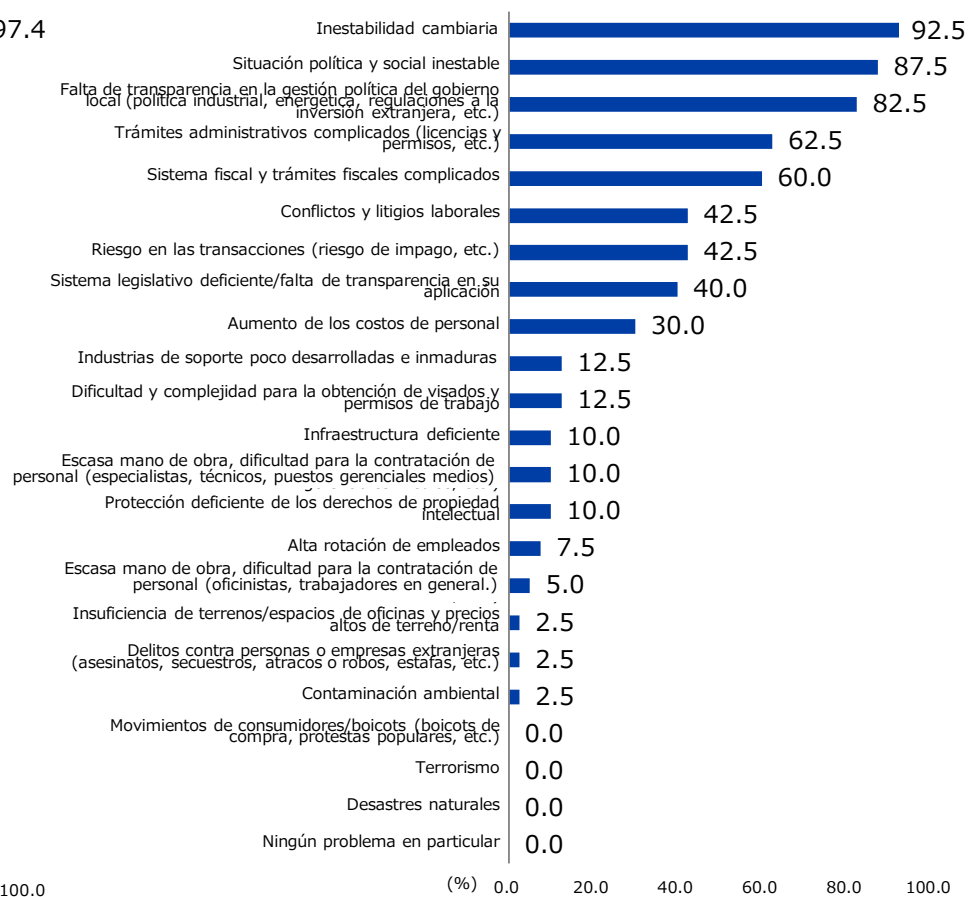
4-14 Riesgos del ambiente de inversión (Argentina)

- Mientras que pocas empresas señalaron beneficios, el porcentaje de los riesgos señalados como «Inestabilidad cambiaria» y «Situación política y social inestable» siguen siendo muy altos. Se cree que esto se debe a la caída del peso argentino, la aguda brecha entre el tipo de cambio oficial y el no oficial, entre otras causas, motivadas por factores como la inestabilidad de las políticas internas.

Estudio del 2020 (n=38, Múltiples respuestas permitidas)



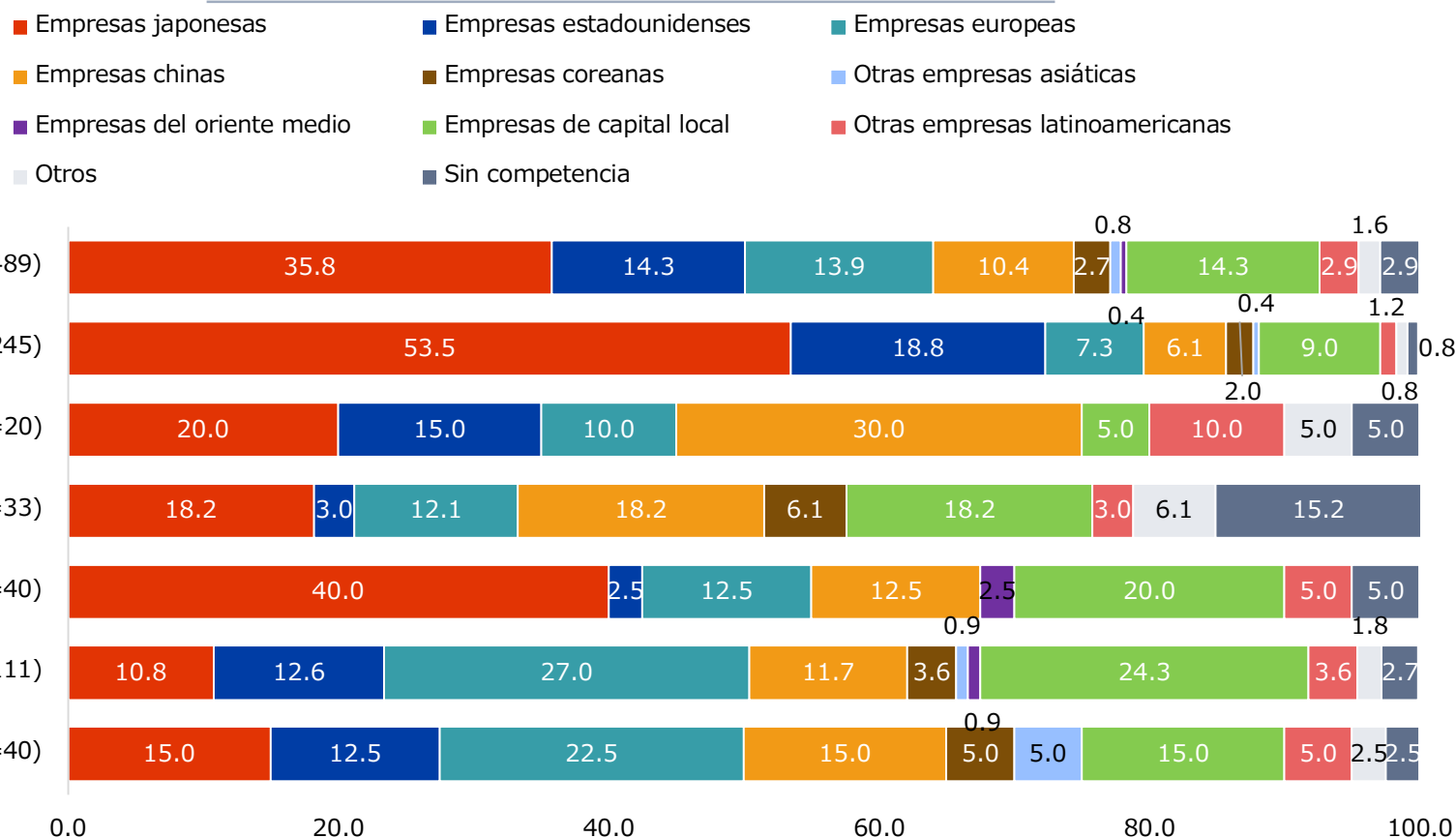
Estudio del 2021 (n=40, Múltiples respuestas permitidas)



5-1 | Competidores en la misma rama industrial

- No hay grandes cambios estructurales en los competidores desde la encuesta pasada.
- México alberga a muchas empresas japonesas y tiene una gran industria automotriz, por lo que el porcentaje de respuestas que señalaron «Empresas japonesas» como competidores fue muy alto. Y por la misma razón, cabe destacar que la opción «Empresas chinas» alcanzó un porcentaje menor en comparación con los otros países de América Latina.

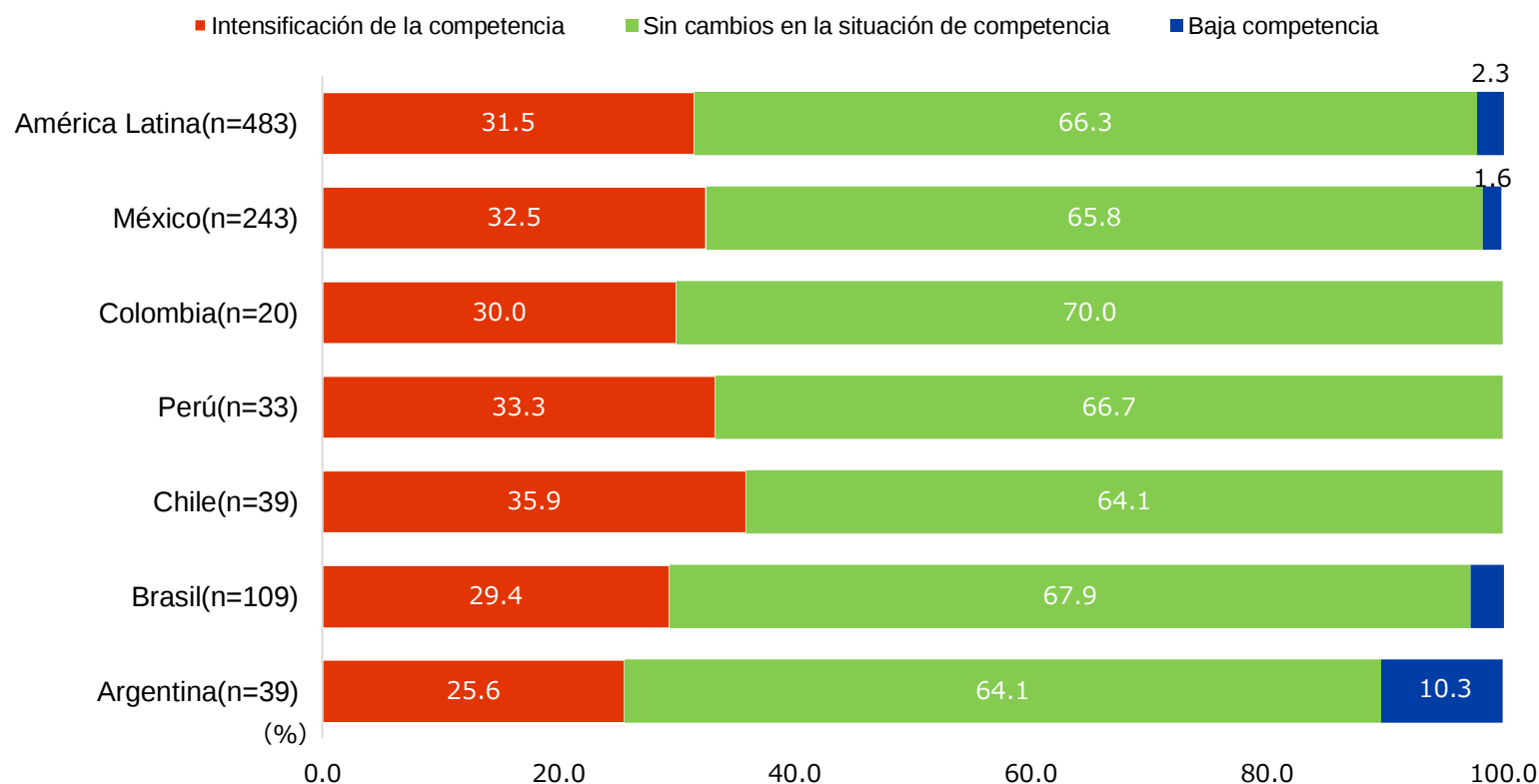
Empresas en la misma rama industrial con el mayor número de competidores



5-2 | Cambios en la situación de competencia

- El porcentaje de empresas que respondieron «Sin cambios en la situación de competencia» (66,3%) en América Latina en su conjunto se incrementó en 3,8 p.p. en comparación con la encuesta anterior. En México y Brasil, donde operan una gran cantidad de empresas japonesas, el porcentaje de «Sin cambios en la situación de competencia» se elevó.

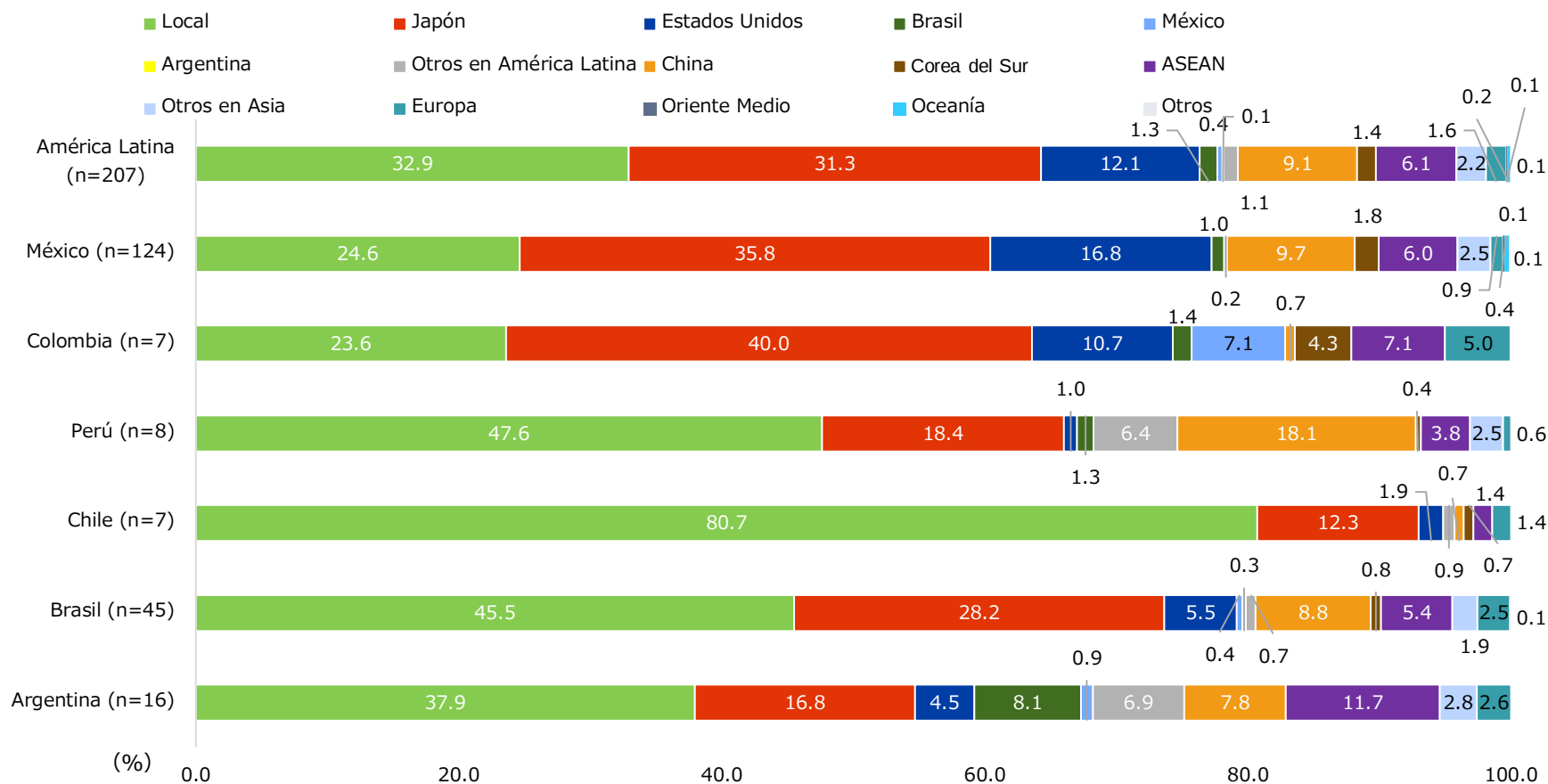
Cambios en la situación de competencia en el último año



5-3 | Situación de aprovisionamiento de materias primas y piezas: Desglose por lugar de aprovisionamiento

- En México y Brasil, donde se han establecido muchas empresas manufactureras extranjeras, la tasa de aprovisionamiento local ha disminuido comparado con la encuesta pasada, y el porcentaje de aprovisionamiento desde Japón ha aumentado. La tasa de aprovisionamiento local de México en la encuesta de 2020 fue de 30,8%, sin embargo, ha retrocedido a los niveles de 2019 (24,5%).
- En Chile, la tasa de aprovisionamiento local aumentó en comparación con la encuesta pasada, mientras el aprovisionamiento desde Japón y EE. UU. disminuyó.

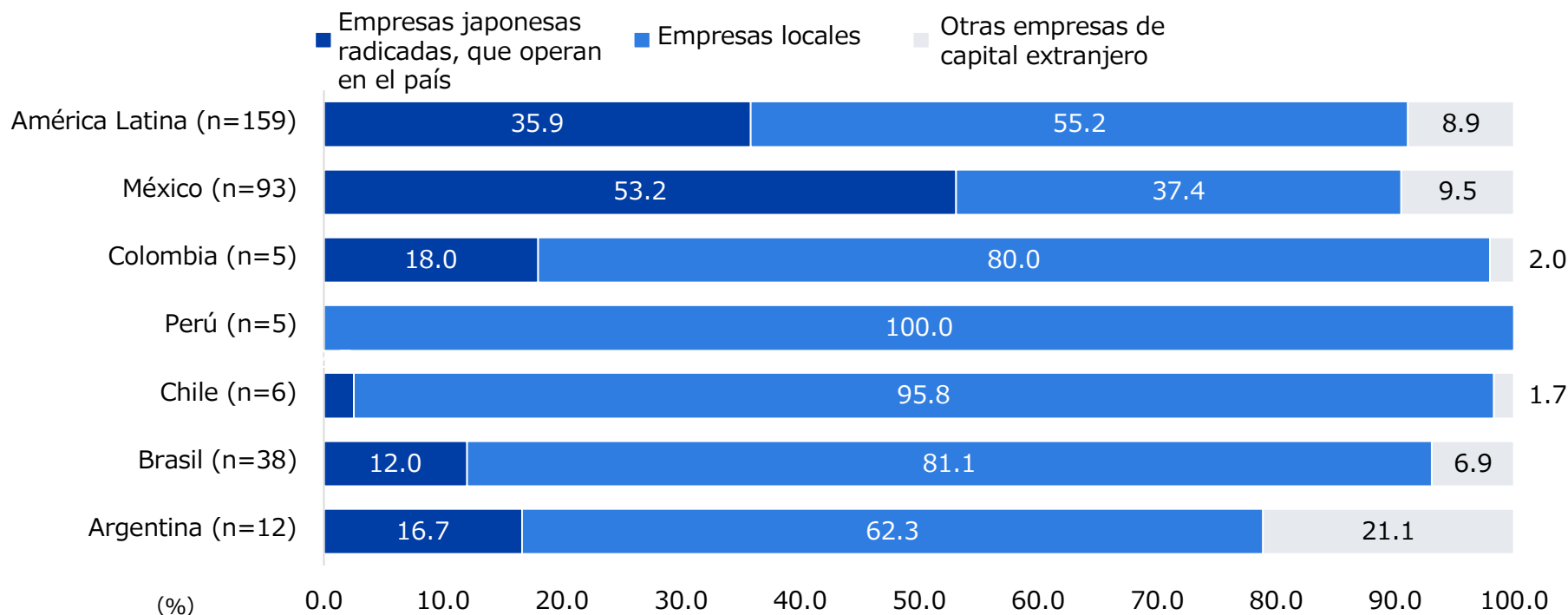
Desglose por lugar de aprovisionamiento de piezas y materias primas (207 manufactureras)



5-4 | Situación de aprovisionamiento de materias primas y piezas: Desglose y porcentaje de aprovisionamiento desde otras empresas japonesas establecidas en la zona, empresas locales u otras extranjeras

- En México, en comparación con la encuesta pasada, el porcentaje de aprovisionamiento proveniente desde «empresas japonesas establecidas en el país» se incrementó en 7,2 p.p. Desde «Empresas locales» se redujo en 4,1 p.p., y desde «Otras empresas de capital extranjero» se redujo en 3,0 p.p.
- En Brasil también aumentó el aprovisionamiento proveniente de «empresas japonesas con presencia local», mientras que desde «Otras empresas de capital extranjero» se redujo aproximadamente a la mitad.

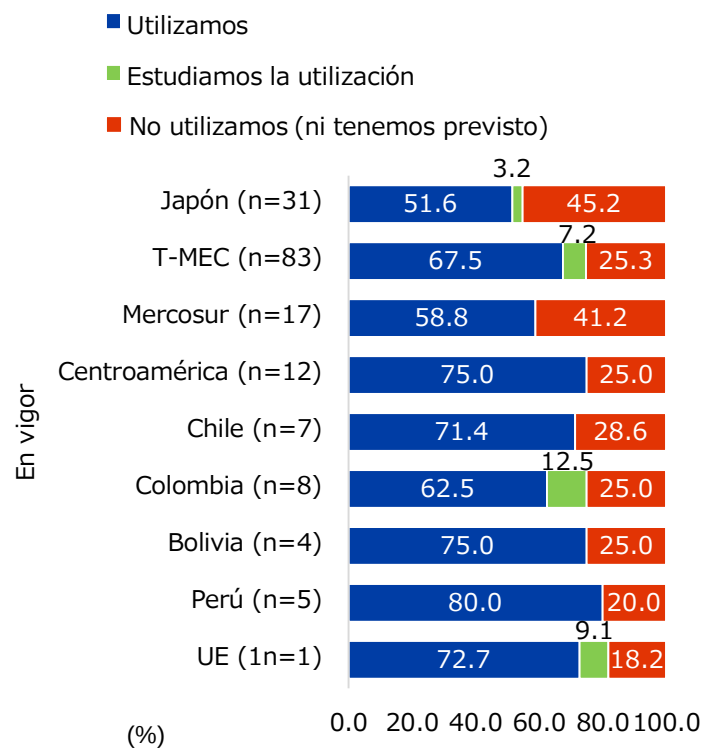
Desglose por lugar de aprovisionamiento de piezas y materias primas [Locales] (159 manufactureras)



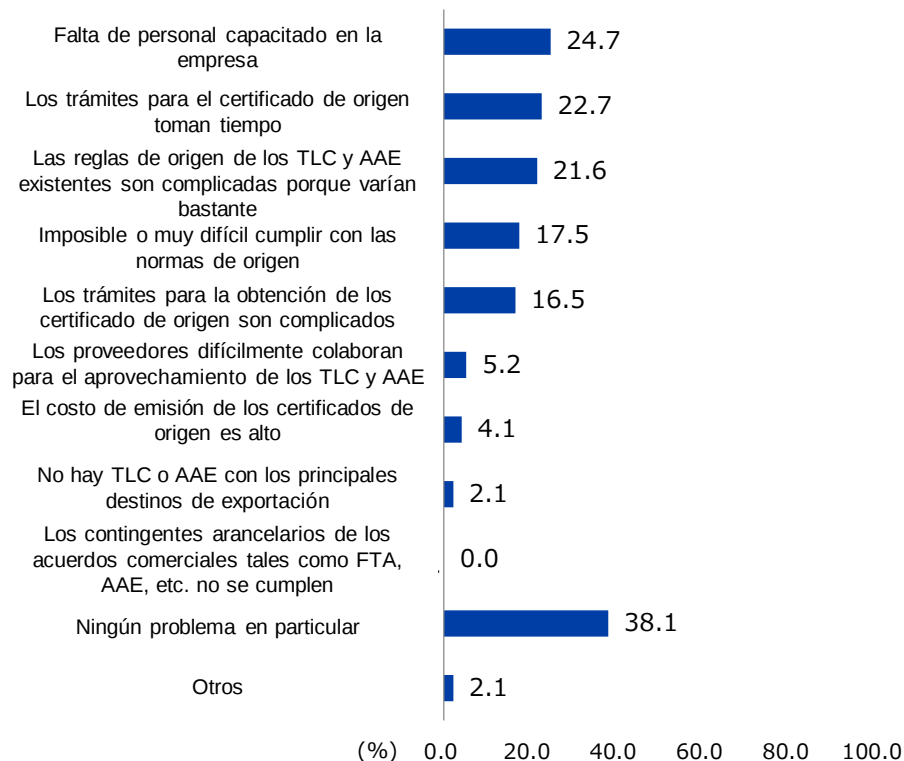
6-1 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: México (Exportaciones)

- De las 83 empresas que dijeron estar exportando a EE. UU. o Canadá, el 67,5% (**56 empresas**) respondieron **«Utilizamos el T-MEC»**. De las 78 empresas que respondieron de la misma forma en la encuesta pasada, el 74,4% (**58 empresas**) respondieron que lo estaban utilizando. Adicionalmente, el porcentaje que respondió que «Estudiamos la utilización» descendió (16,7%→7,2%), y los que respondieron «No utilizamos (ni tenemos previsto)» fueron 25,3% (21 empresas), mayor que el 9,0% (7 empresas) de la encuesta anterior.
- Respecto a los problemas encontrados por las 83 empresas que exportan a EE. UU. y Canadá, **28 empresas (33,7%) respondieron «Ningún problema en particular»**, **21 empresas (25,3%) respondieron «Reglas de origen complicadas»**, **21 empresas (mismo porcentaje) respondieron «Falta de personal capacitado»**, y 14 empresas (16,9%) que es «Imposible o difícil cumplir con las normas de origen».

Exportaciones de México



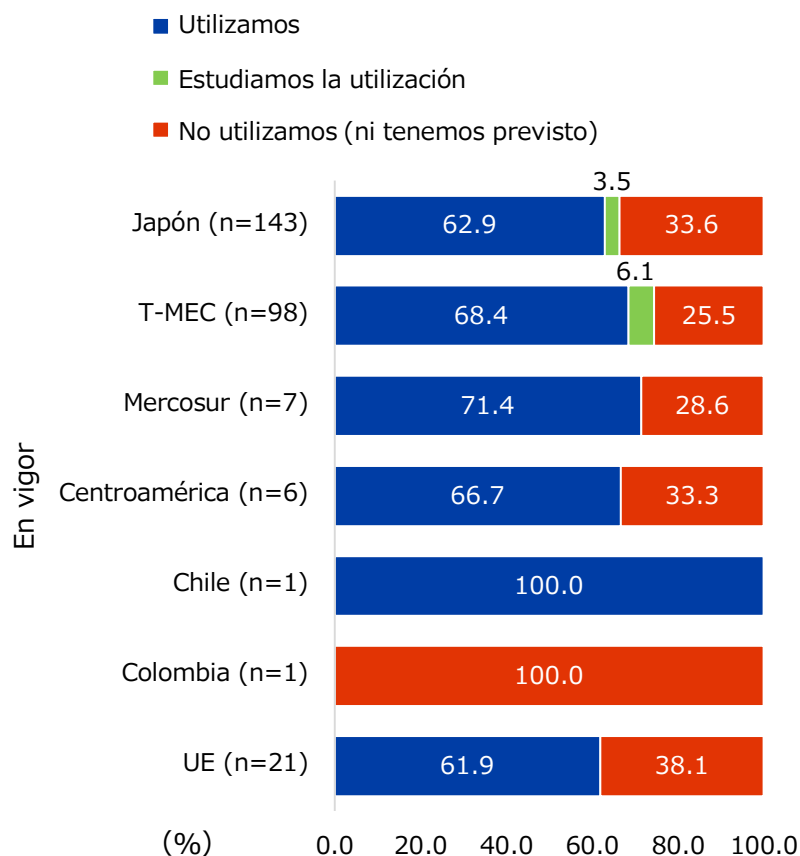
Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la exportación (n=97, Múltiples respuestas permitidas)



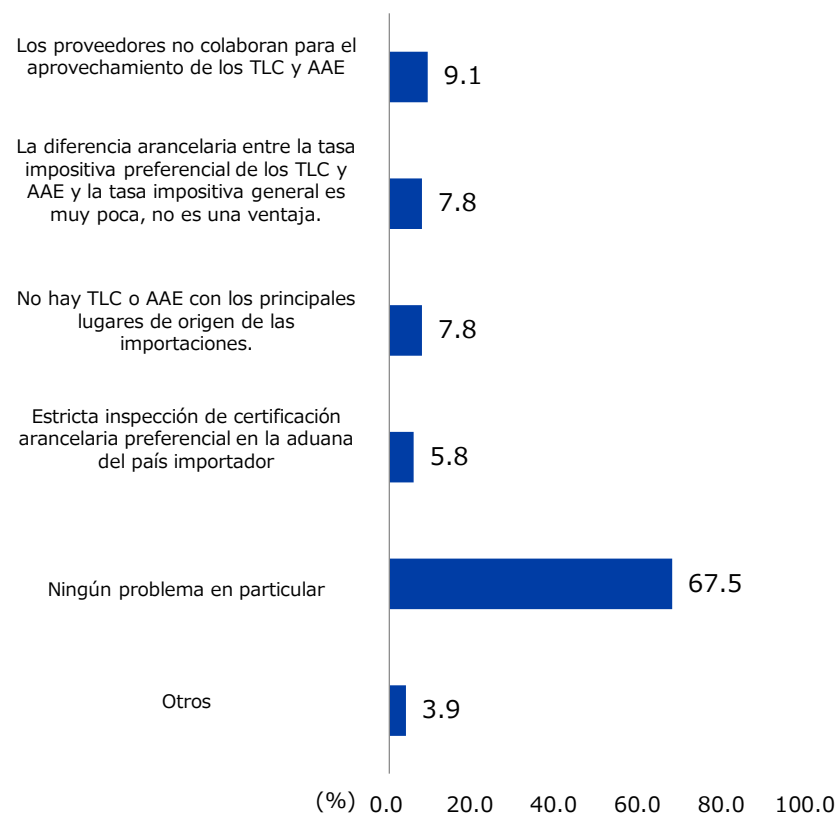
6-2 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: México (Importaciones)

- El porcentaje que respondió que estaba utilizando el [AAE México-Japón](#) fue prácticamente el mismo que en la encuesta anterior. Por otra parte, [el porcentaje de los que respondieron «Estudiamos la utilización» disminuyó, y los que respondieron «No utilizamos \(ni tenemos previsto\)» aumentaron en 8.3 p.p.](#) El porcentaje de los que están utilizando el T-MEC se redujo en 4,9 p.p. comparado con la encuesta anterior, aunque el 70% aproximadamente indicó que no tenía problemas en utilizarlo: «Ningún problema en particular».

Importaciones a México



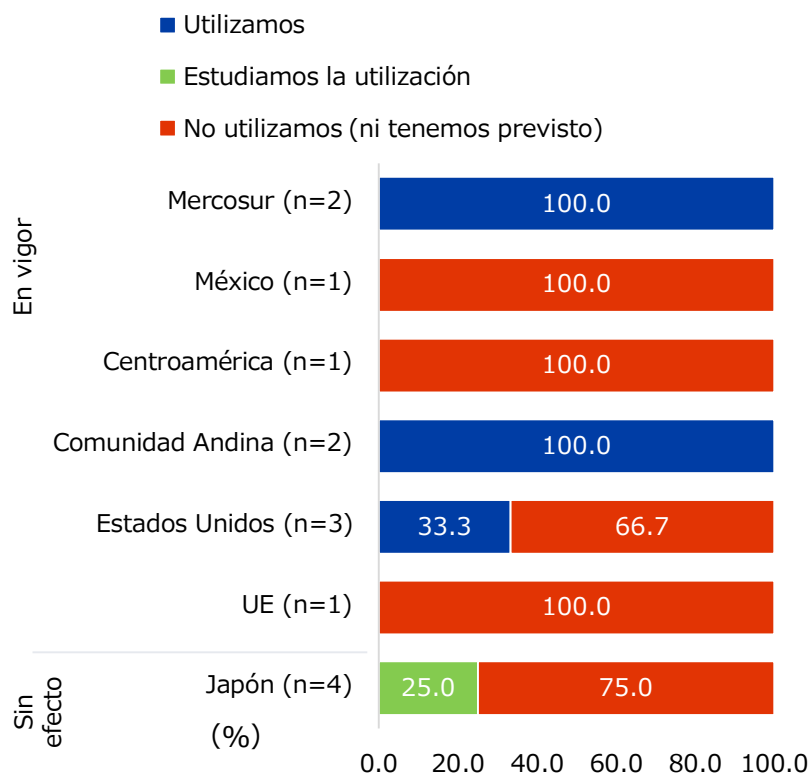
Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la importación (n=154, Múltiples respuestas permitidas)



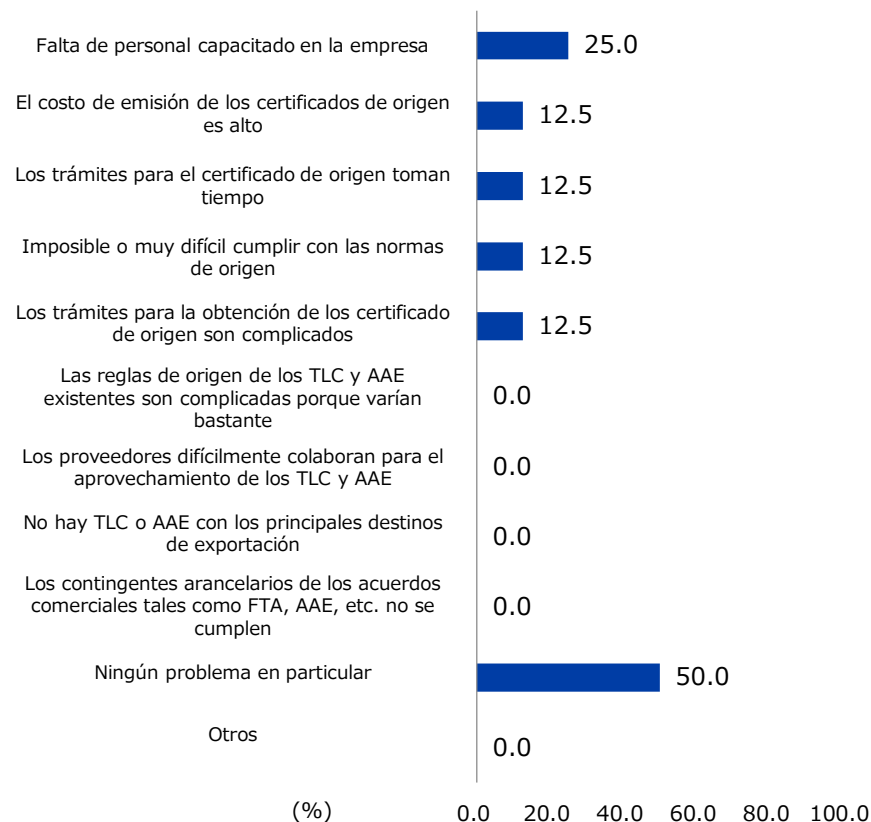
6-3 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: Colombia (Exportación)

- Al ser consultados en la encuesta anterior sobre los problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la exportación, poco menos del 80% respondió «Ningún problema en particular», sin embargo, en esta edición se han señalado varios problemas.

Exportaciones de Colombia



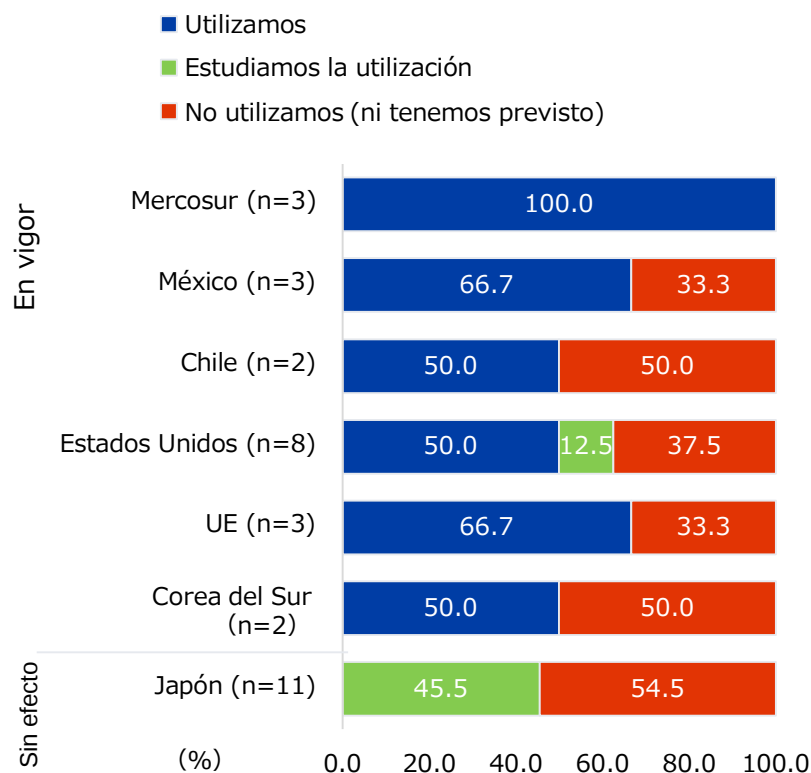
Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la exportación (n=8, Múltiples respuestas permitidas)



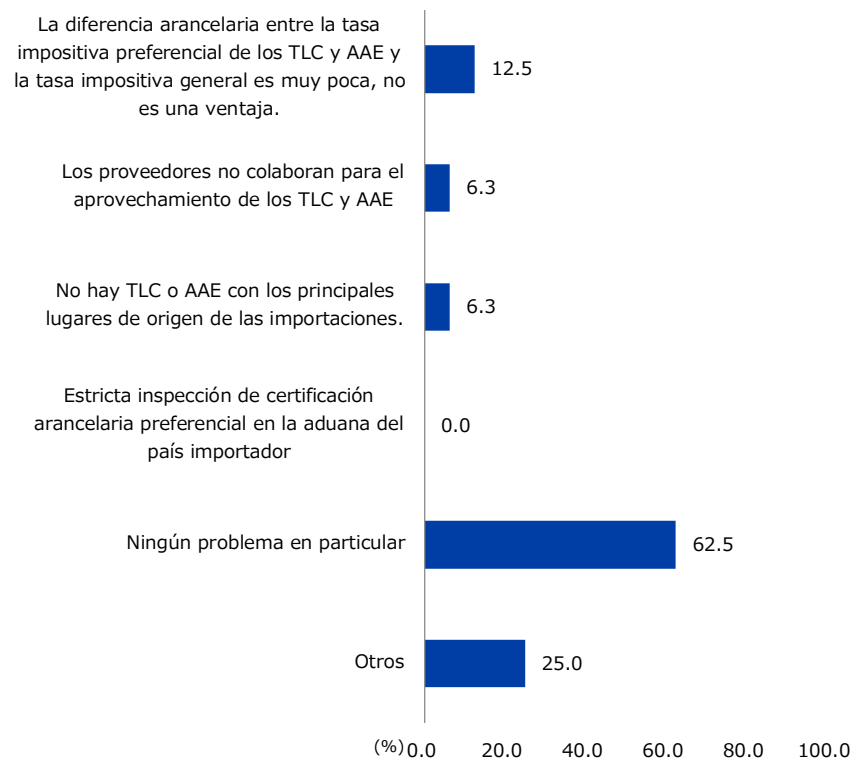
6-4 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: Colombia (Importación)

- Al igual que en la encuesta anterior, si entrara en vigor el AAE con Japón, aproximadamente la mitad dijo que considerarían usarlo.
- Las empresas que importan desde el Mercosur, todas utilizan el TLC.

Importaciones a Colombia



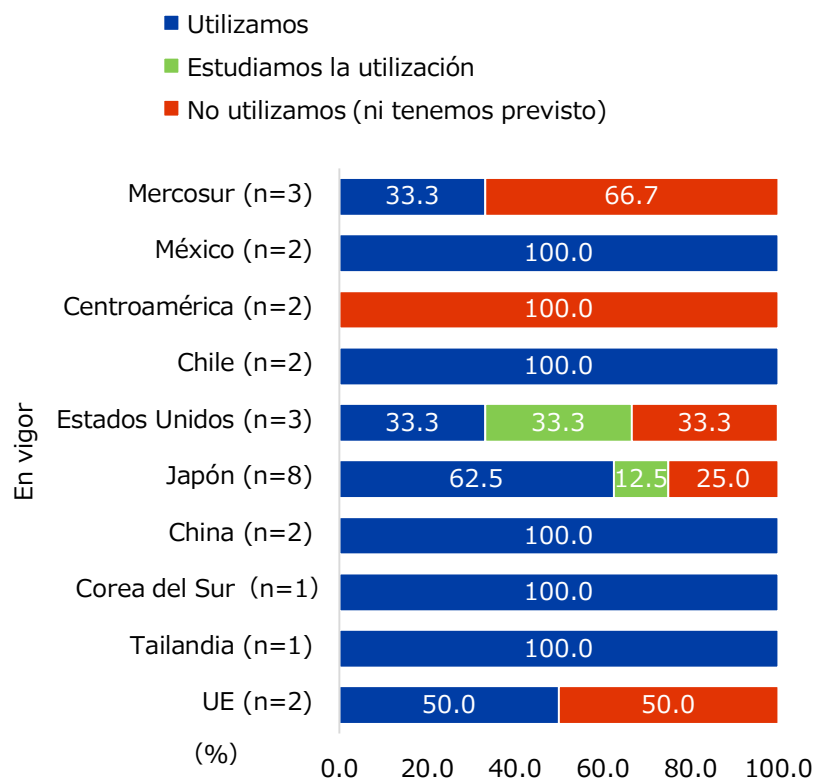
Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la importación (n=16, Múltiples respuestas permitidas)



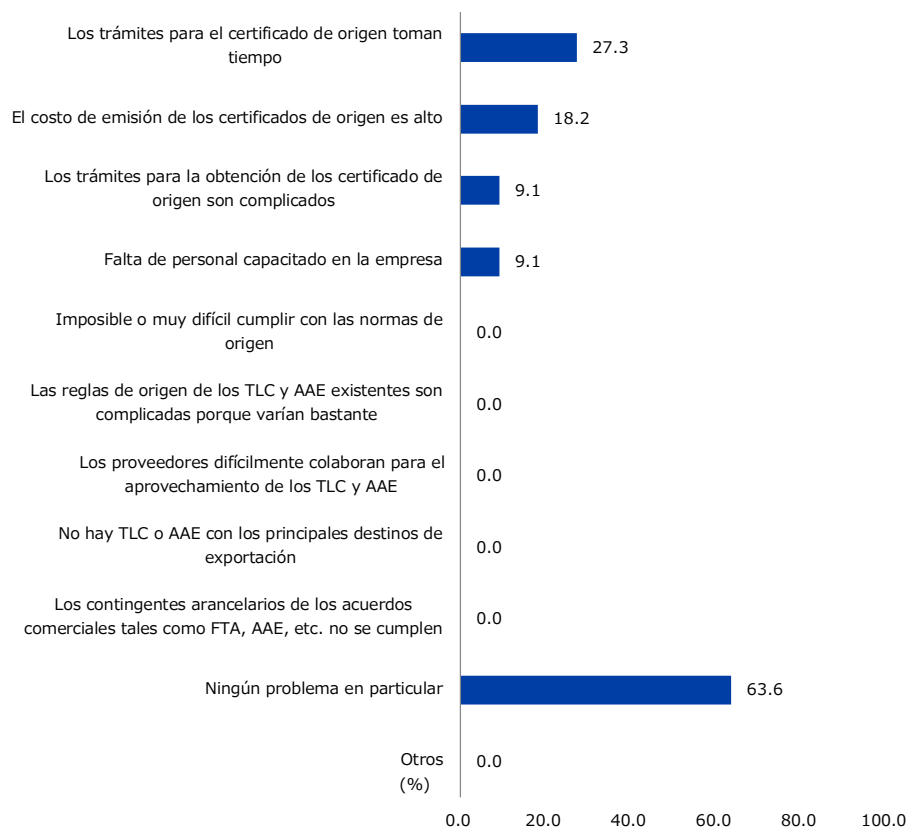
6-5 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: Perú (Exportaciones)

- Las exportaciones de las empresas japonesas son principalmente productos primarios, por lo que el uso de los TLC/AAE en las exportaciones es bajo comparado con las importaciones.
- Las empresas que señalaron como problema que «Los trámites para el certificado de origen toman tiempo» aumentaron en comparación con la encuesta anterior.

Exportaciones de Perú



Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la exportación (n=11, Múltiples respuestas permitidas)

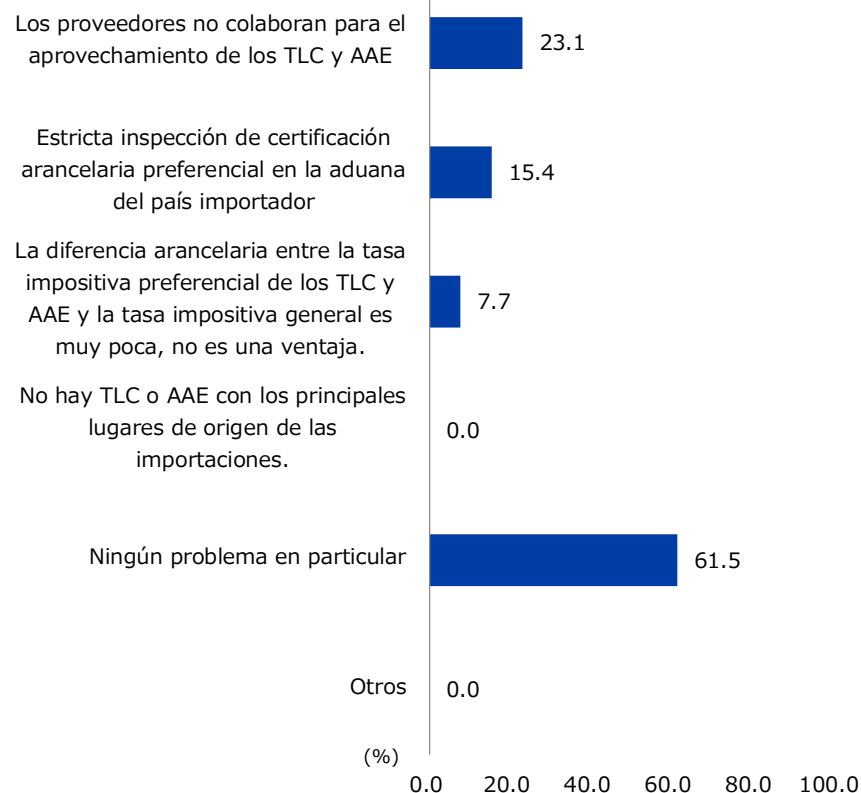
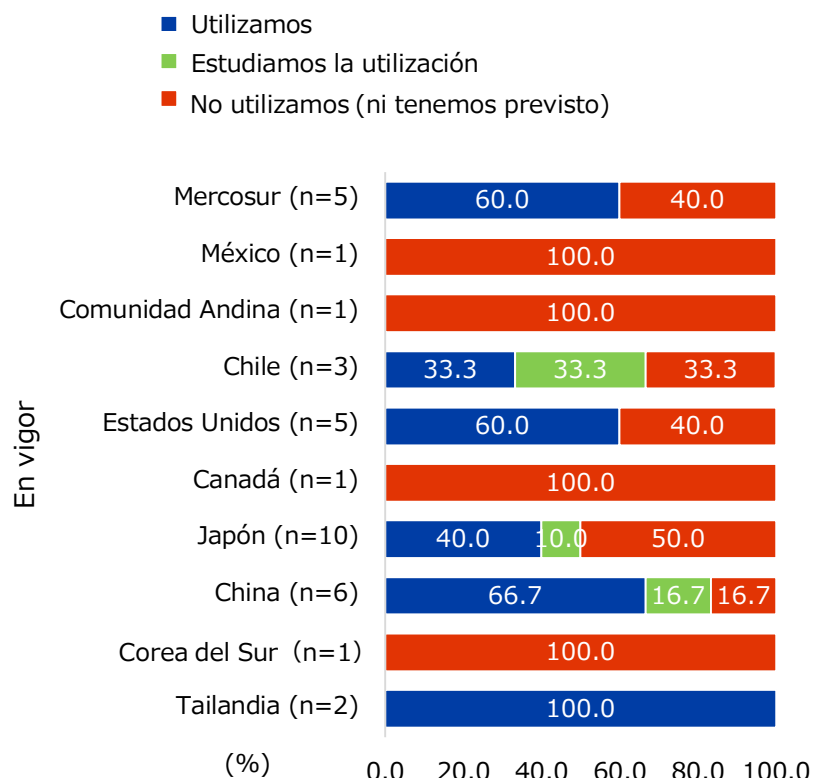


6-6 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: Perú (Importaciones)

- Respecto a los problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la importación, más del 60% respondió «Ningún problema en particular», sin embargo, los que respondieron «Los proveedores no colaboran para el aprovechamiento de los TLC y AAE» aumentaron en comparación con la encuesta pasada.

Importaciones a Perú

Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la importación (n=13, Múltiples respuestas permitidas)

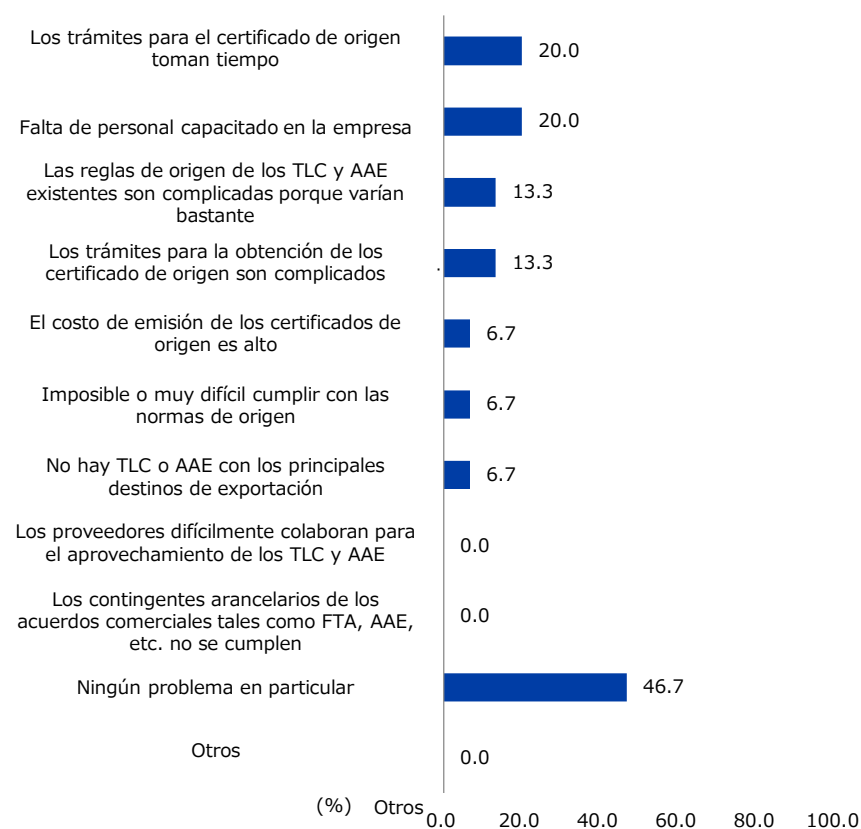
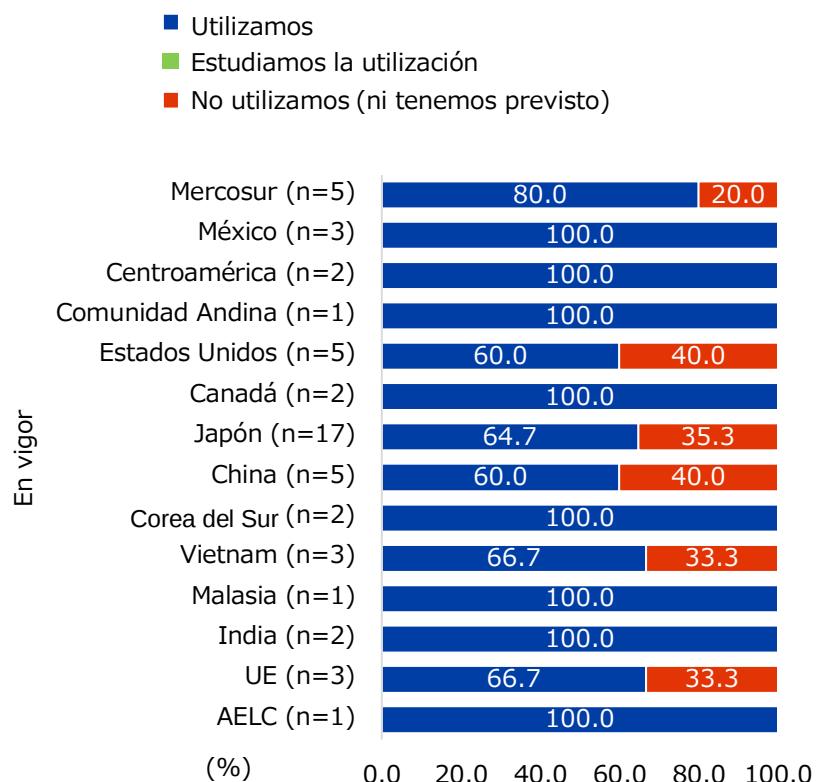


6-7 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: Chile (Exportaciones)

- Respecto a los problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la exportación, el porcentaje que respondió «Ningún problema en particular» fue casi el mismo que en la encuesta anterior, sin embargo, también se vieron empresas que señalaron el costo de emisión de los certificados de origen y la dificultad de cumplir con las reglas de origen.

Exportaciones de Chile

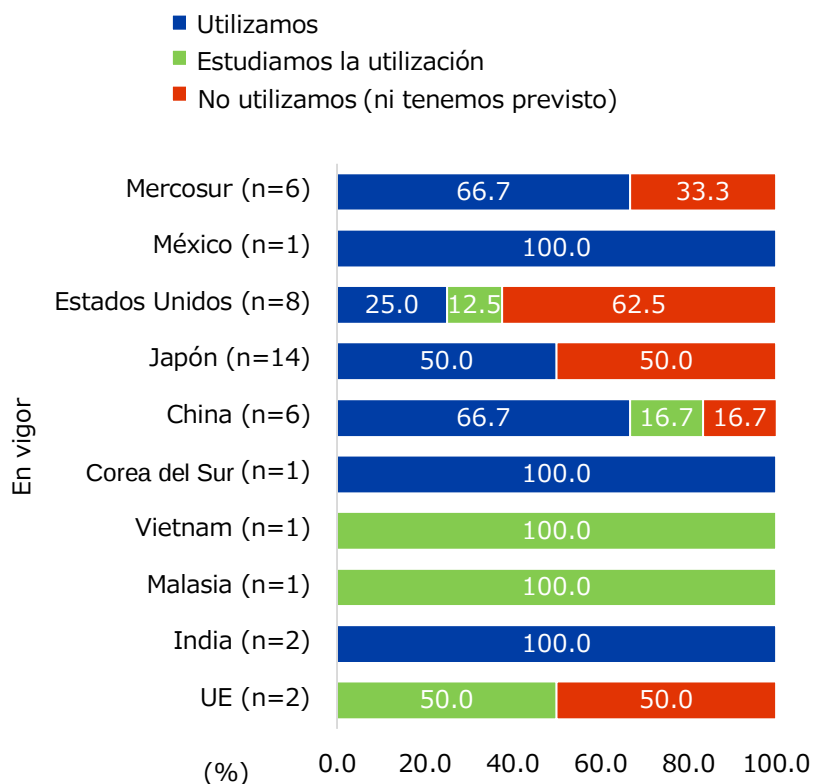
Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la exportación (n=15, Múltiples respuestas permitidas)



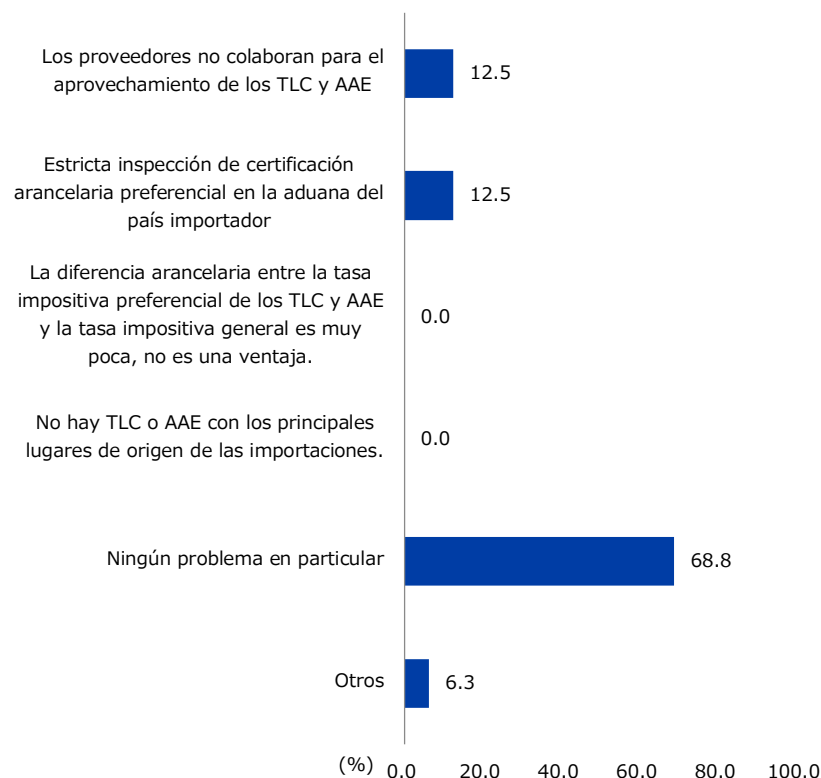
6-8 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: Chile (Importaciones)

- En comparación con la encuesta anterior, las compañías que dijeron que utilizan TLCs cuando importan desde EE. UU. y del Mercosur entre otras, disminuyeron.

Importaciones a Chile



Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la importación (n=16, Múltiples respuestas permitidas)

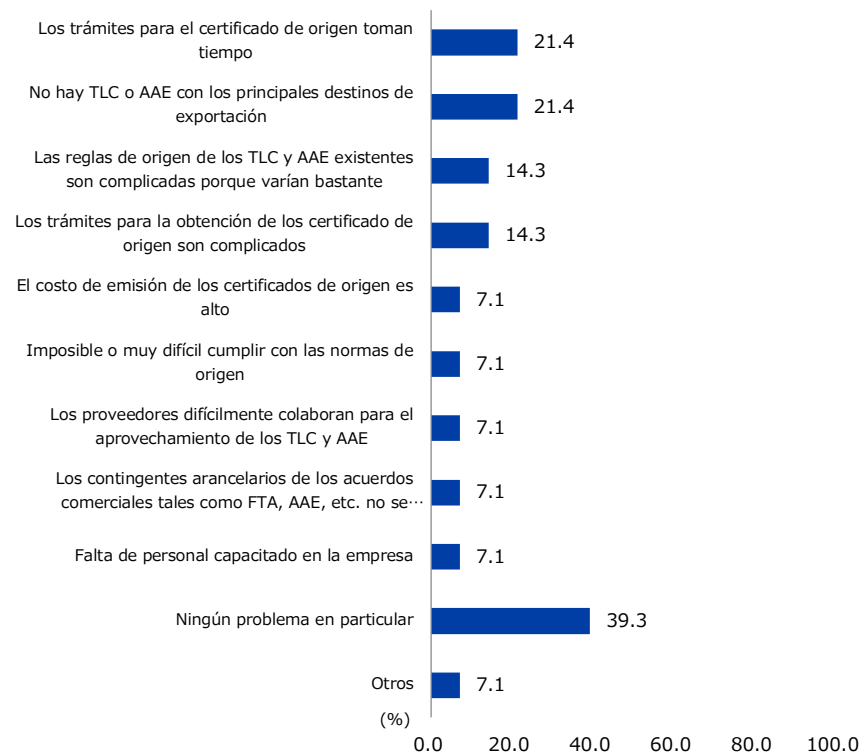
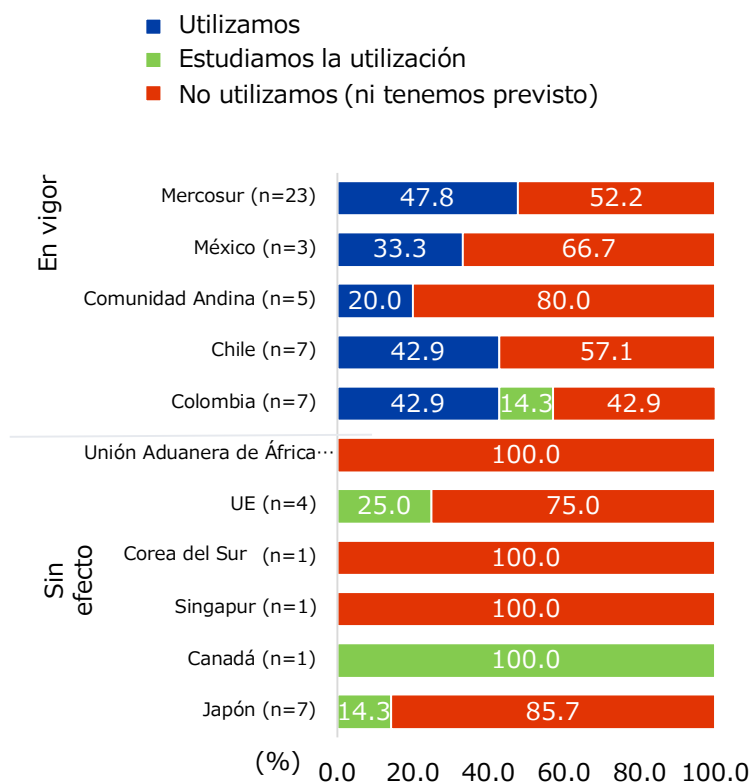


6-9 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: Brasil (Exportaciones)

- De las 23 empresas que exportan a los países del Mercosur, el 52,2% (12 empresas) respondió «No utilizamos» los acuerdos del Mercosur». Las empresas que no están utilizando los tratados, señalaron los siguientes problemas: «Falta de personal capacitado en la empresa» y «Falta de información».

Exportaciones de Brasil

Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la exportación (n=28, Múltiples respuestas permitidas)

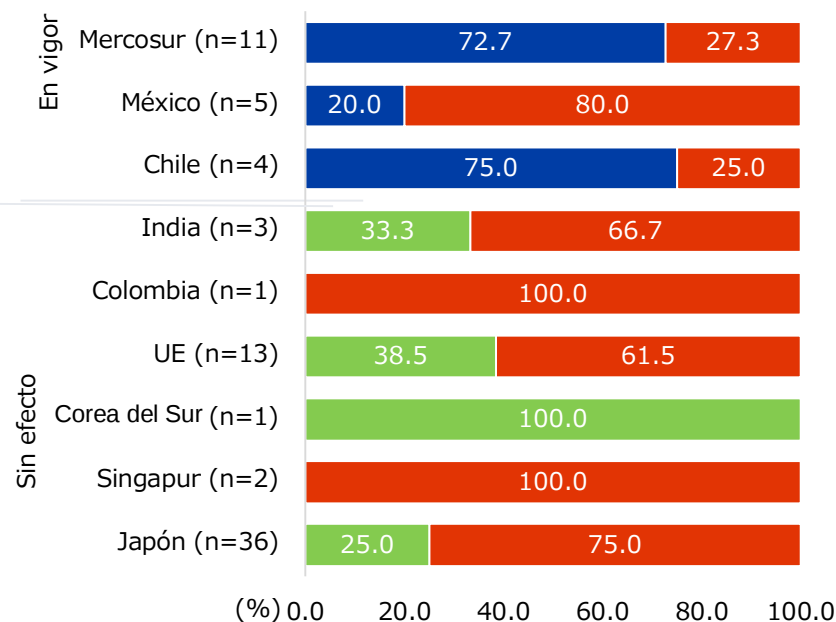


6-10 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: Brasil (Importaciones)

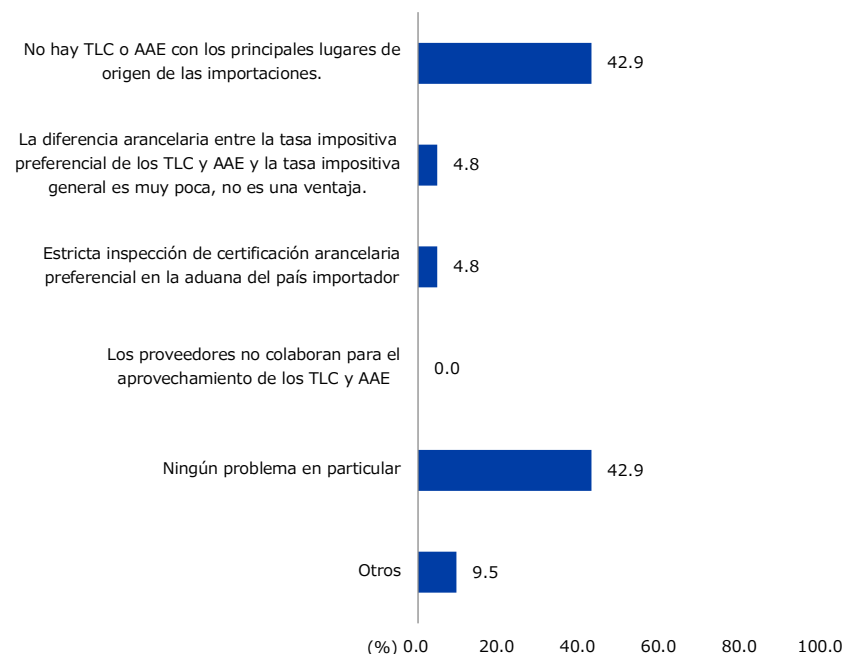
- De las 11 empresas que importan de los países del Mercosur, el 72,7% (8 empresas) respondió que están utilizando los acuerdos del Mercosur.
- Igual que en la encuesta pasada, las empresas que respondieron «No hay TLC o AAE con los principales lugares de origen de las importaciones» fueron 18; las que respondieron que si hubieran tratados con Japón «Los utilizaría» fueron 9; y las que respondieron que si hubieran tratados con la UE los utilizaría fueron 5. En conclusión, hay mucha expectativa por tratados que puedan entrar en vigor.

Importaciones a Brasil

- Utilizamos
- Estudiamos la utilización
- No utilizamos (ni tenemos previsto)



Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la importación (n=42, Múltiples respuestas permitidas)

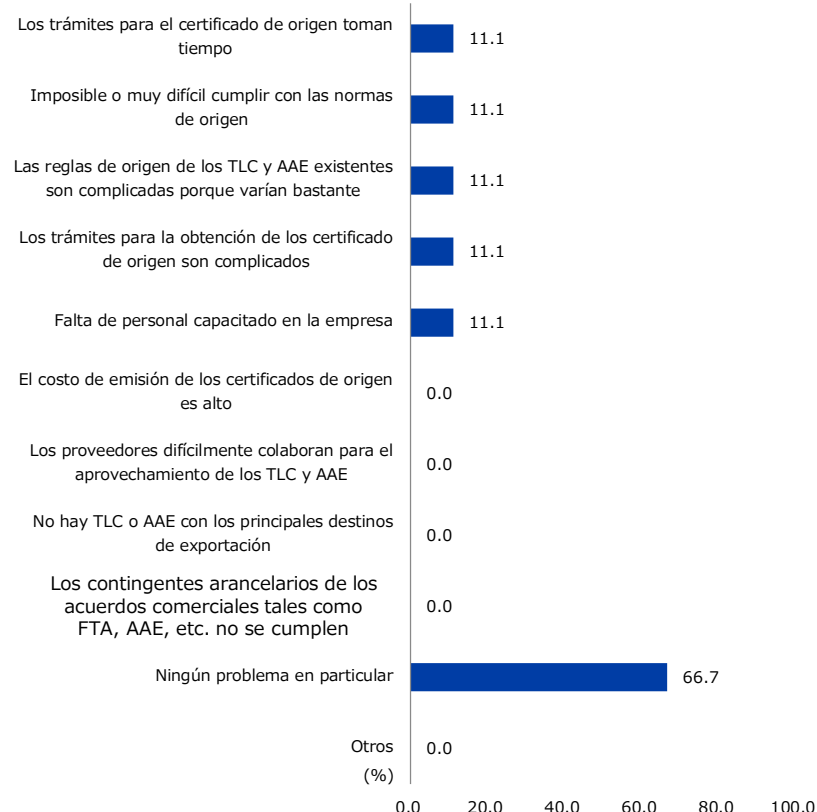
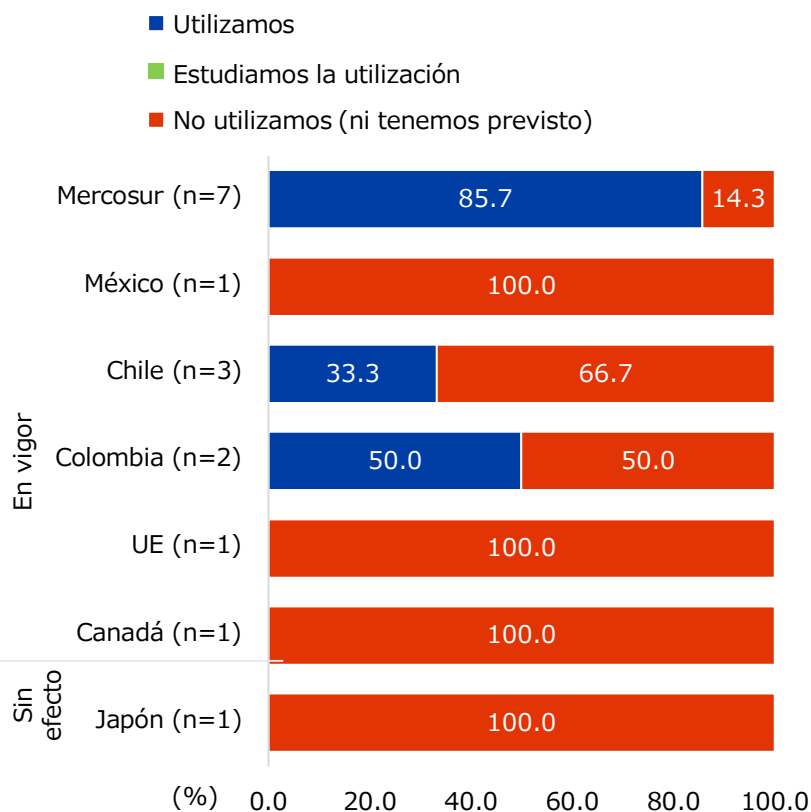


6-11 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: Argentina (Exportación)

- El 85,7% de empresas que exportan a los países del Mercosur están usando los acuerdos del Mercosur. Se observa que muchas empresas están utilizando el acuerdo automotriz entre Brasil y Argentina (ACE No.14).

Exportaciones de Argentina

Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la exportación (n=9, Múltiples respuestas permitidas)

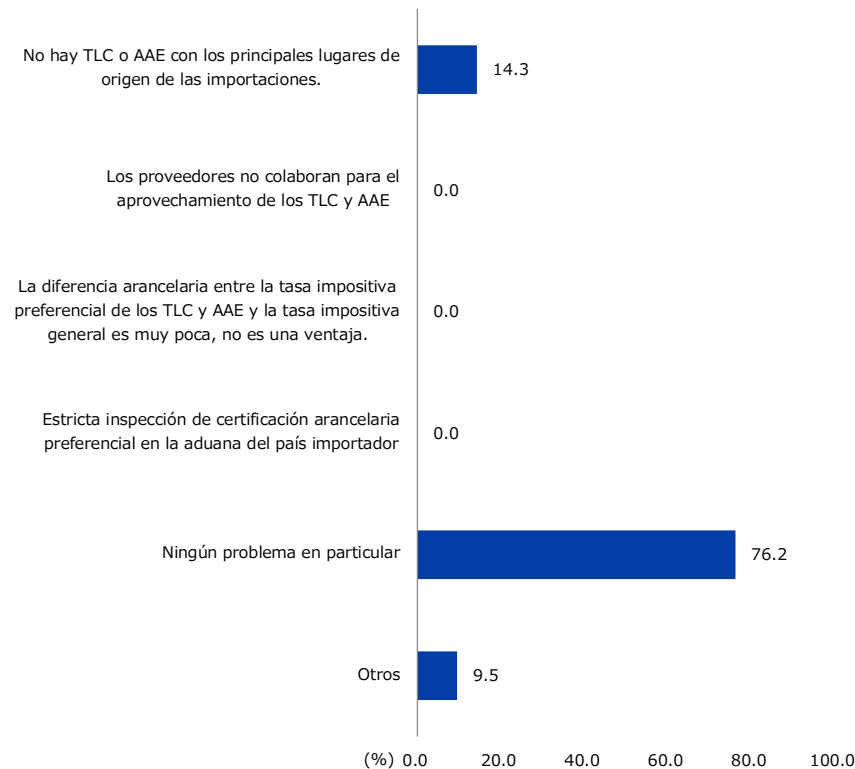
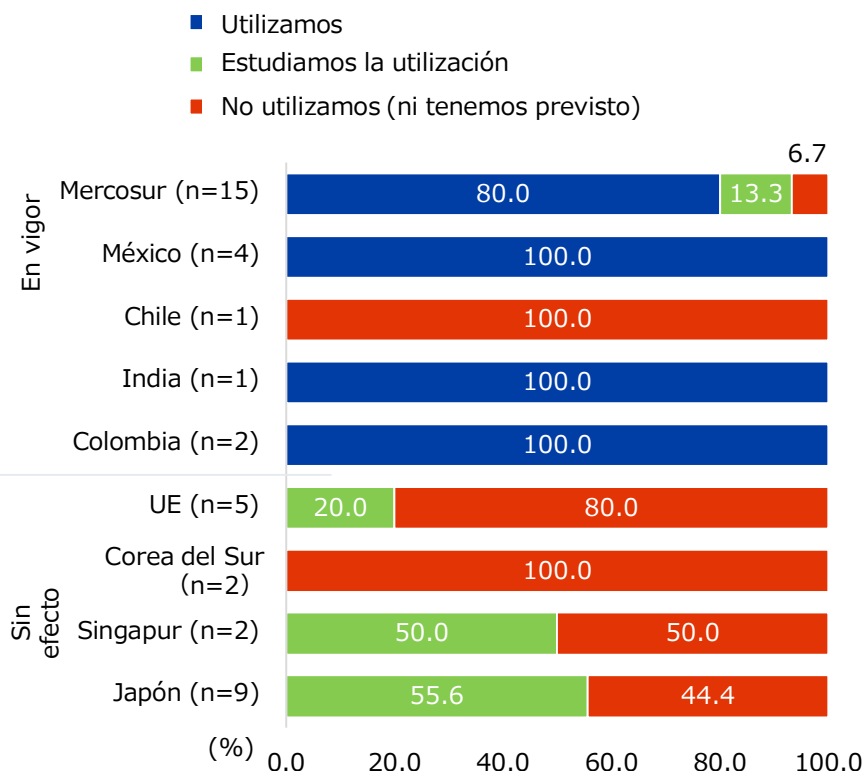


6-12 | Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE: Argentina (Importación)

- El 80,0% de empresas que importan de los países del Mercosur están usando los acuerdos del Mercosur. Estarían utilizando los acuerdos del Mercosur para importar materias primas intraregional para destinarla a la producción local. El 14,3% indicó «No hay TLC o AAE con los principales lugares de origen de las importaciones». Además, aunque no hay tratados con Japón, el 55,6% (3 empresas manufactureras y 2 no manufactureras) dijeron que si alguno entrara en vigor, en ese caso «Estudiamos la utilización».

Importaciones a Argentina

Problemas en el aprovechamiento de los TLC y AAE para la importación (n=21, Múltiples respuestas permitidas)

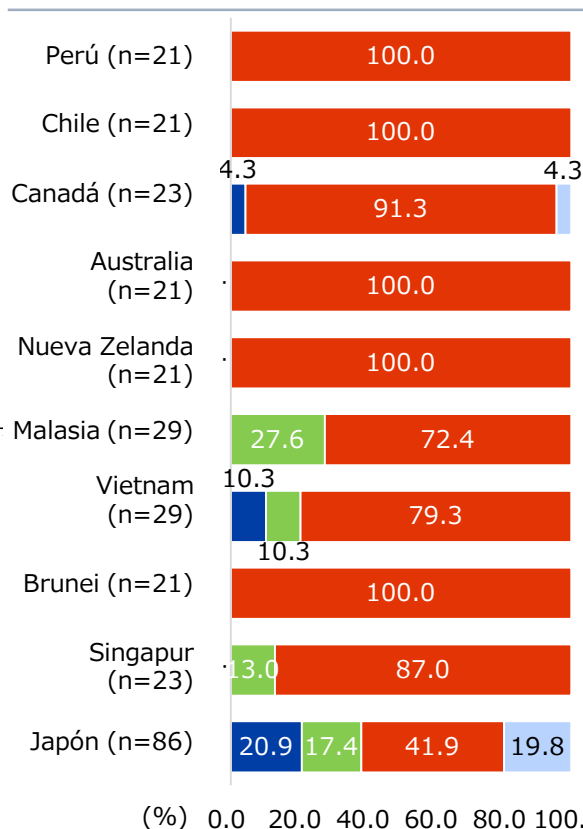


6-13 | Consideración del uso del TPP11(CPTPP) : Importaciones

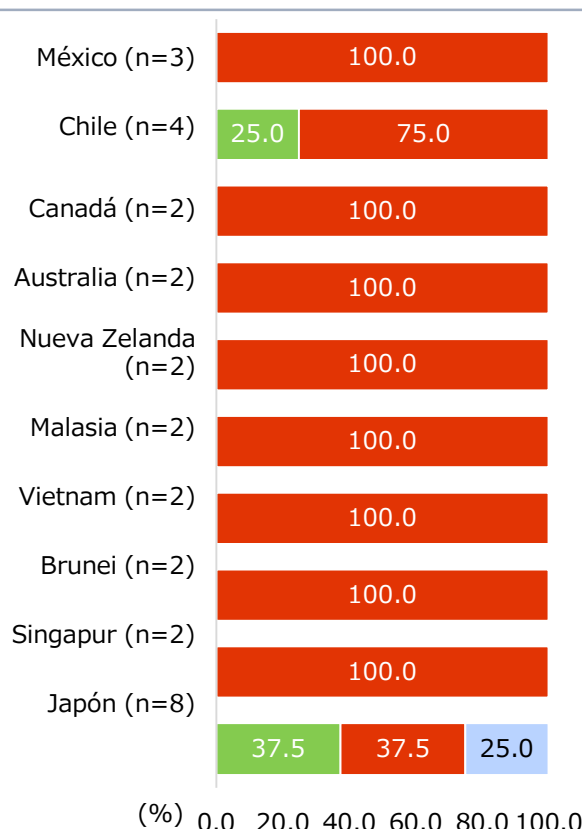
- En las importaciones desde Japón a México, los que lo están utilizando el acuerdo aumentaron en 2,3 p.p., y los que están considerando su utilización disminuyeron en 9,3 p.p. en comparación con la encuesta pasada. Mientras que los que no consideran su utilización aumentaron en 9,3 p.p. El CPTPP tiene más ventajas que el AAE México-Japón, sin embargo, dadas las circunstancias actuales, siquiera se podría manifestar que las posibilidades de avanzar a un cambio son altas.
- Las empresas que consideran usar el CPTPP para importar a Chile, se han reducido en general, debido a la incertidumbre por las deliberaciones sobre los proyectos de ley.

■ Estamos utilizándolo ■ Estudiamos la utilización ■ No tenemos previsto la utilización
 ■ Estudiamos acuerdos existentes y su aplicación conjunta

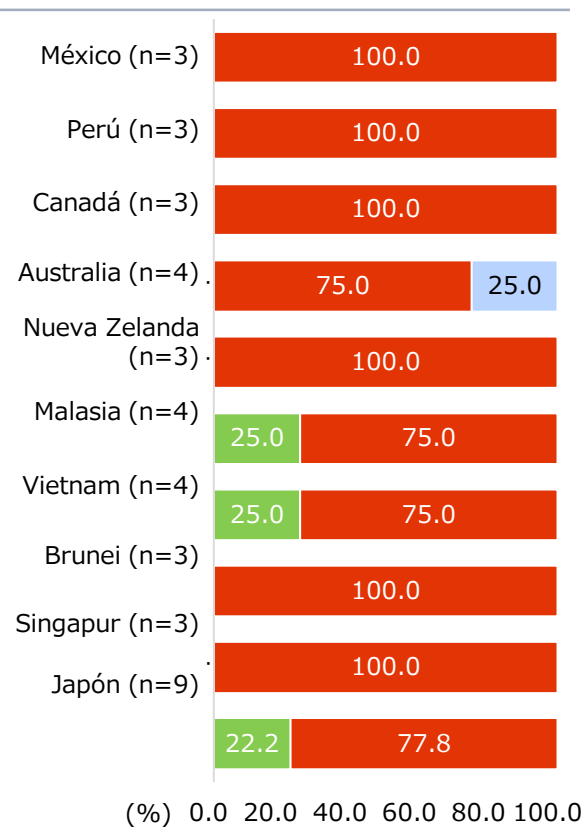
Importaciones a México



Importaciones a Perú



Importaciones a Chile



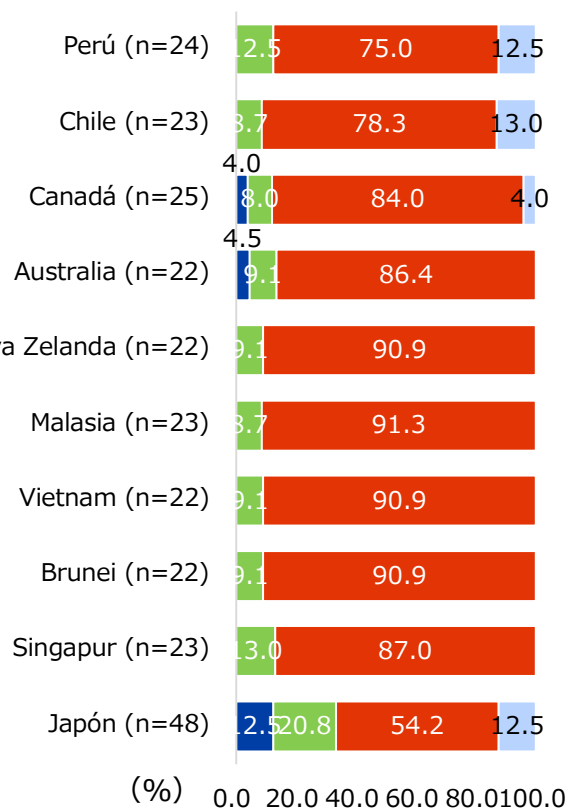
(Nota) En Perú, el TPP11 entró en vigor el 19 de septiembre de 2021.

6-14 | Consideración del uso del TPP11 (CPTPP) : Exportaciones

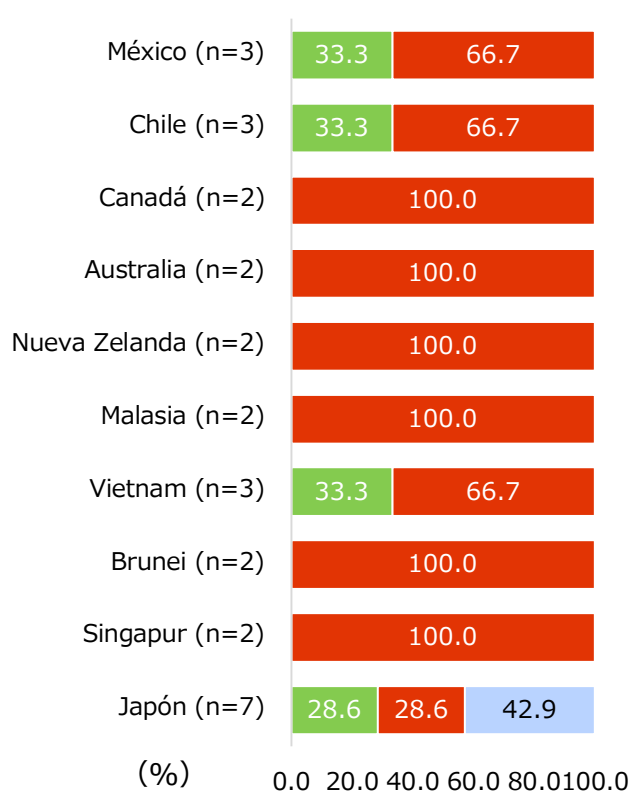
- En México, algunas empresas respondieron que están considerando el uso del acuerdo para exportaciones a Nueva Zelanda, Malasia, Vietnam, Brunei y Singapur, todos destinos que en la encuesta anterior las empresas habían respondido «No tenemos previsto la utilización».
- En Perú también se ratificó el CPTPP en julio, y el porcentaje que está considerando un uso combinado con los tratados ya existentes con Japón aumentó en 30,4 p.p.

■ Estamos utilizándolo ■ Estudiamos la utilización ■ No tenemos previsto la utilización
■ Estudiamos acuerdos existentes y su aplicación conjunta

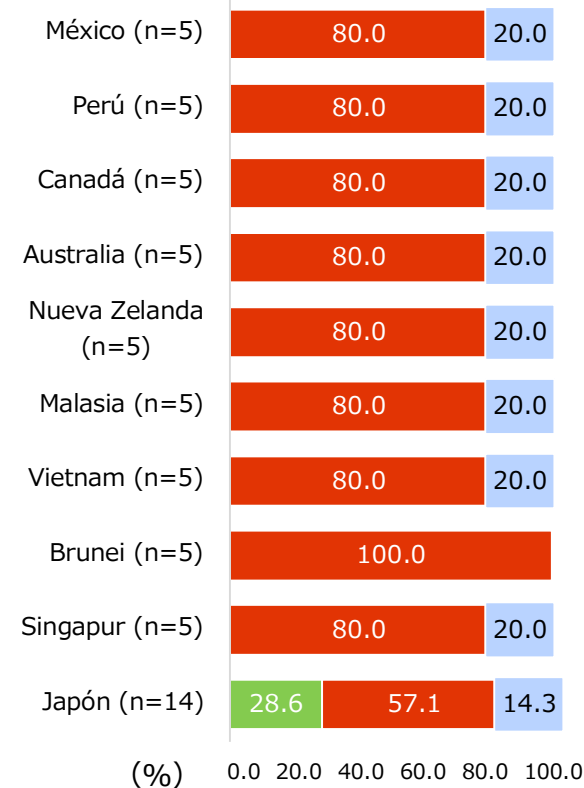
Exportaciones de México



Exportaciones de Perú



Exportaciones de Chile

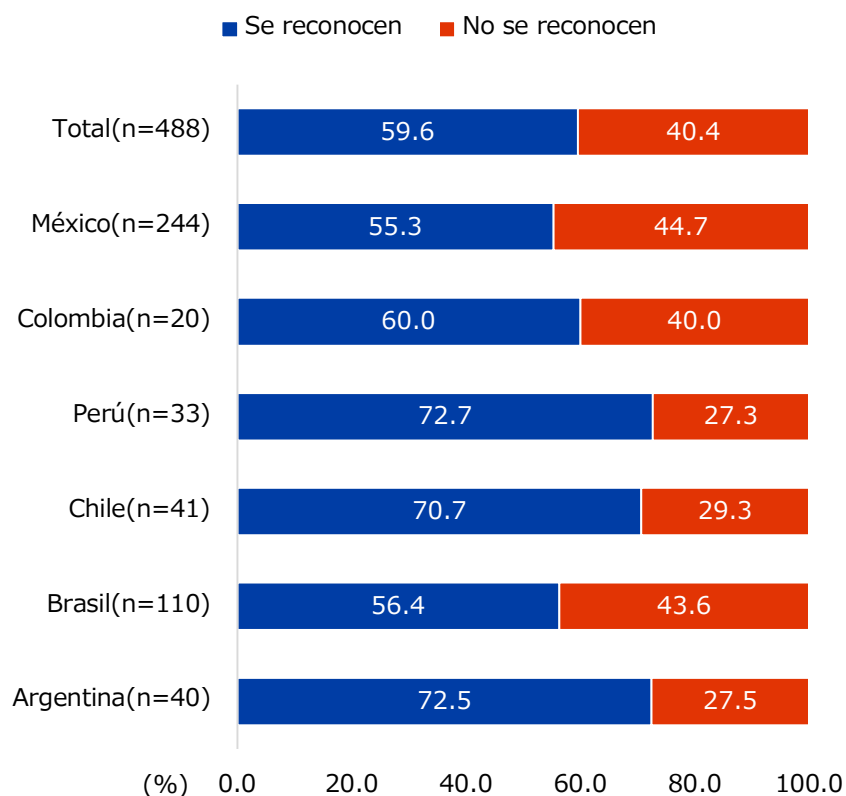


7-1

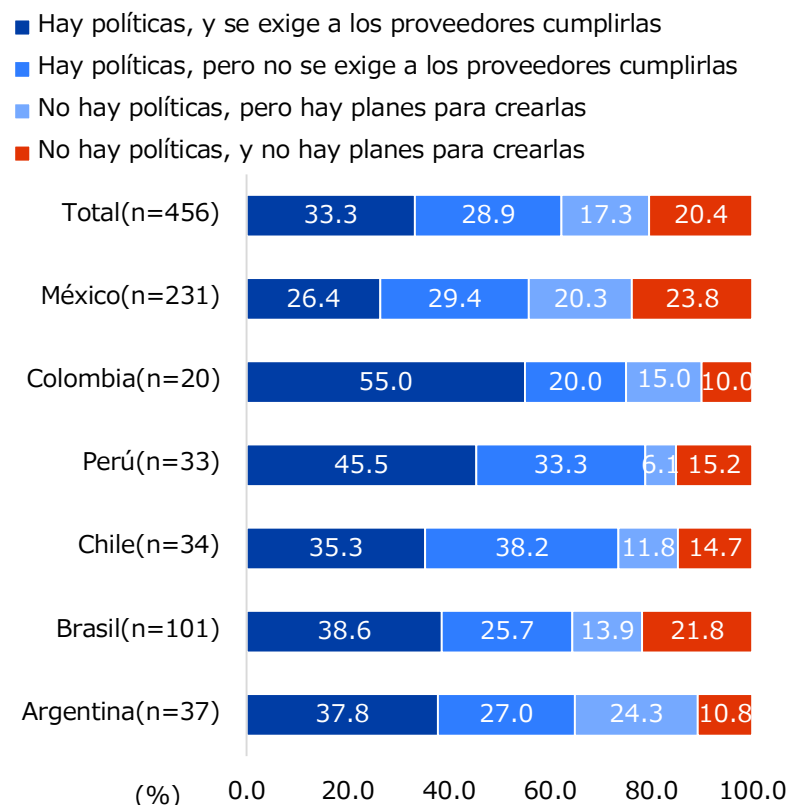
Políticas de derechos humanos en aspectos laborales, seguridad, higiene y otros: Acerca de su reconocimiento como asuntos gerenciales y políticas futuras

- Respecto a los problemas relacionados con los derechos humanos, aproximadamente el 60% de las empresas de América Latina en su conjunto respondió que «Se reconocen» como cuestiones o desafíos a tratar, y aproximadamente el 40% dijo que «No se reconocen».
- En Colombia, «Se exige a los proveedores cumplirlas» fue la respuesta más votada con 55,0%.

Reconocimiento de los problemas relacionados con los derechos humanos como asuntos gerenciales



Acerca de las políticas futuras respecto a los derechos humanos

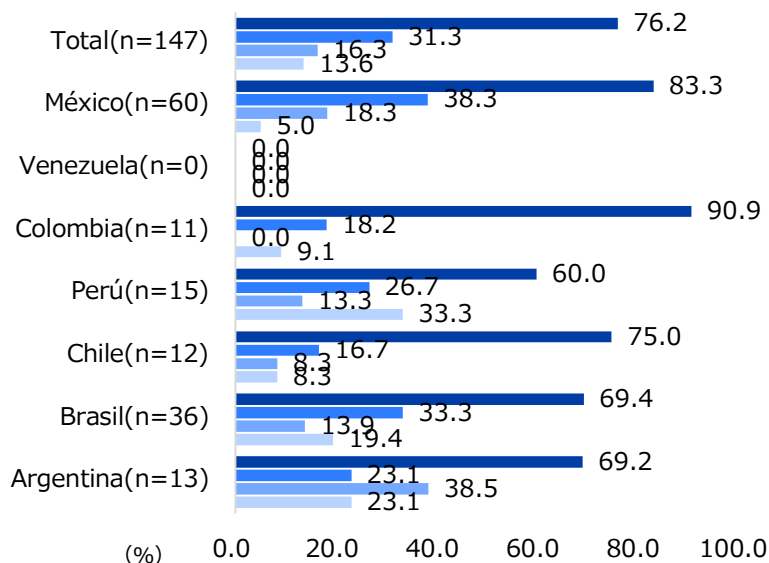


7-2 | Políticas de derechos humanos en aspectos laborales, seguridad, higiene y otros: Situación de las solicitudes de cumplimiento

- Respecto a la solicitud de cumplimiento en materia de los derechos humanos, la respuesta con el porcentaje más alto fue «Se exige a los proveedores locales cumplirlas» en todos los países objeto del estudio. Por otra parte, la respuesta «Nunca se nos ha exigido cumplirlas» obtuvo el porcentaje más alto en todos los países.

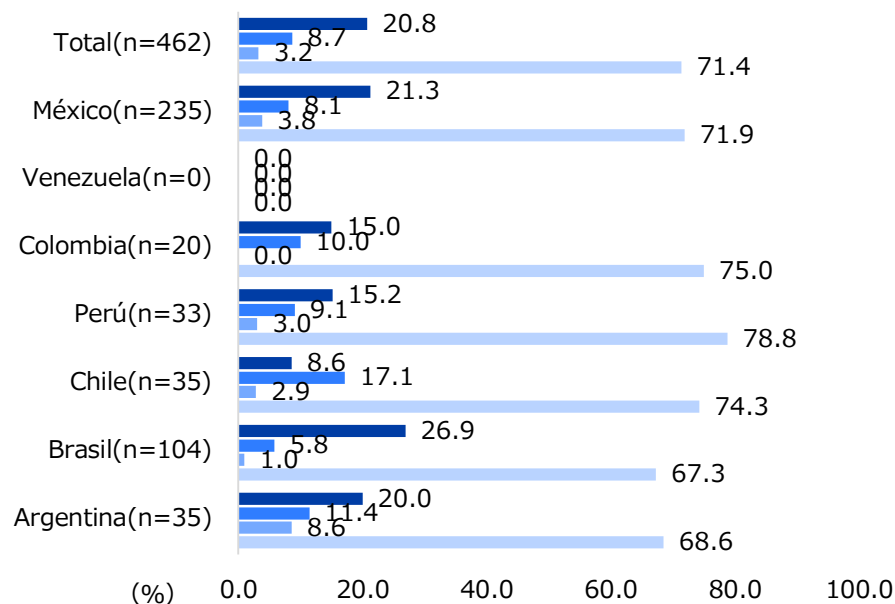
Exigencias de cumplimiento a los proveedores en materias relacionadas con los derechos humanos

- Se exige a los proveedores locales cumplirlas
- Se exige a los proveedores japoneses cumplirlas
- Se exige a los proveedores no-locales o no-japoneses cumplirlas
- Se exige a los proveedores cumplirlas y hacer que sus empresas proveedoras las cumplan



Exigencias de cumplimiento por parte de los clientes en materias relacionadas con los derechos humanos

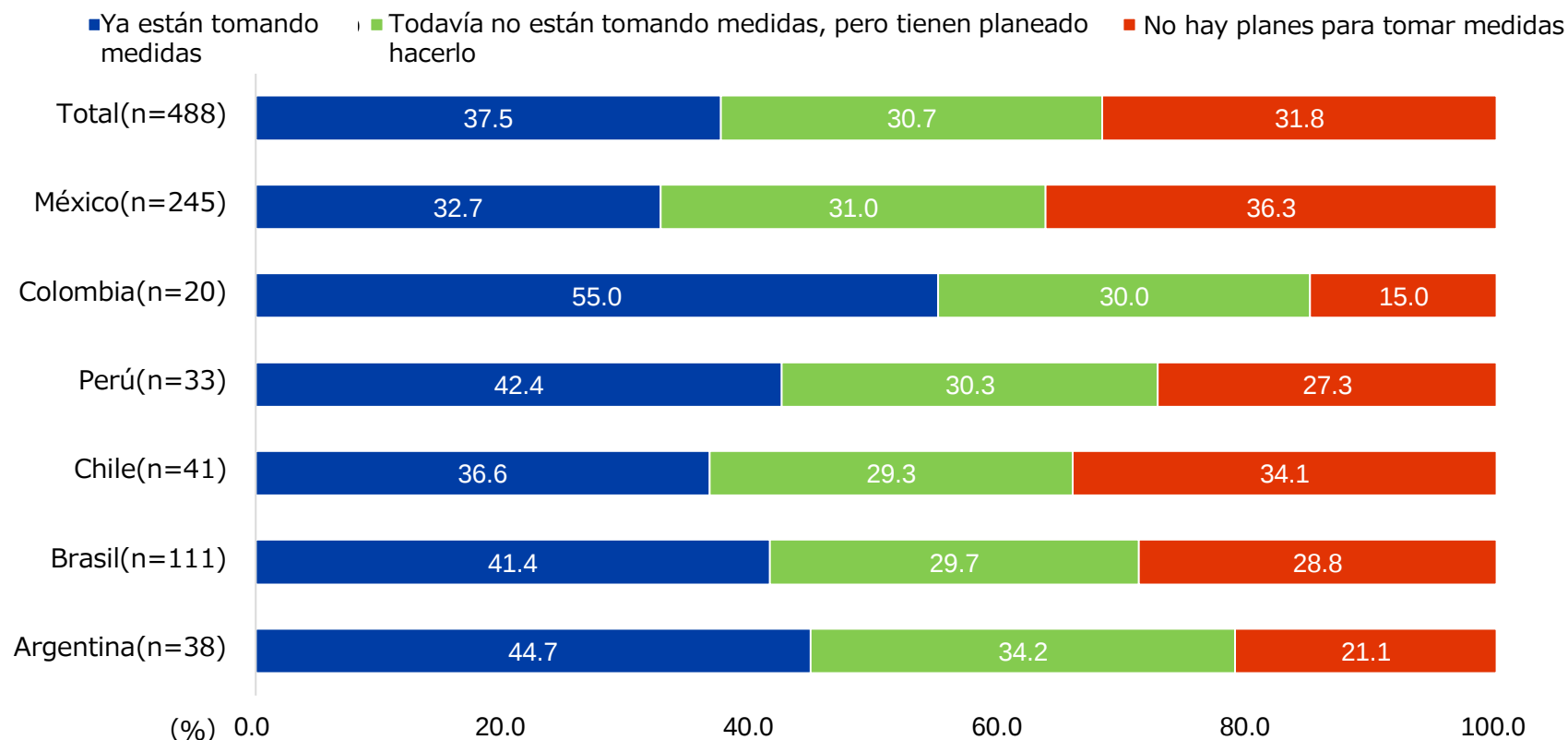
- Clientes locales nos han exigido cumplirlas
- Clientes japoneses nos han exigido cumplirlas
- Clientes no-locales o no-japoneses nos han exigido cumplirlas
- Nunca se nos ha exigido cumplirlas



8-1 | Abordaje a los problemas ambientales: Respuestas a la descarbonización

- El porcentaje de empresas que respondió que «ya se están trabajando o tomando medidas» para la descarbonización fue de 37,5% en América Latina en su conjunto. De las empresas que ya comenzaron a tomar medidas, las manufactureras fueron el 41,3% y las no manufactureras el 33,9%.

Respuesta a la descarbonización en cada país



8-2 | Abordaje a los problemas ambientales: Motivos para tomar medidas de descarbonización

- El motivo más señalado para tomar medidas de descarbonización en todos los países fue «Las instrucciones y recomendaciones de la sede central (empresa matriz)», con más del 70% de las respuestas en cada país.
- En Colombia y Chile, aproximadamente el 40% también mencionó «Regulaciones e incentivos por parte de los gobiernos regionales y nacionales de los países/regiones donde operan».

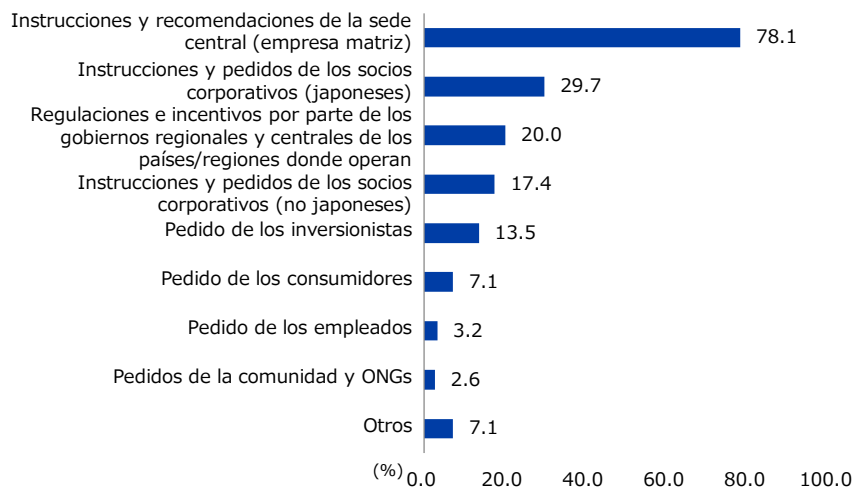
Motivos para tomar medidas de descarbonización (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

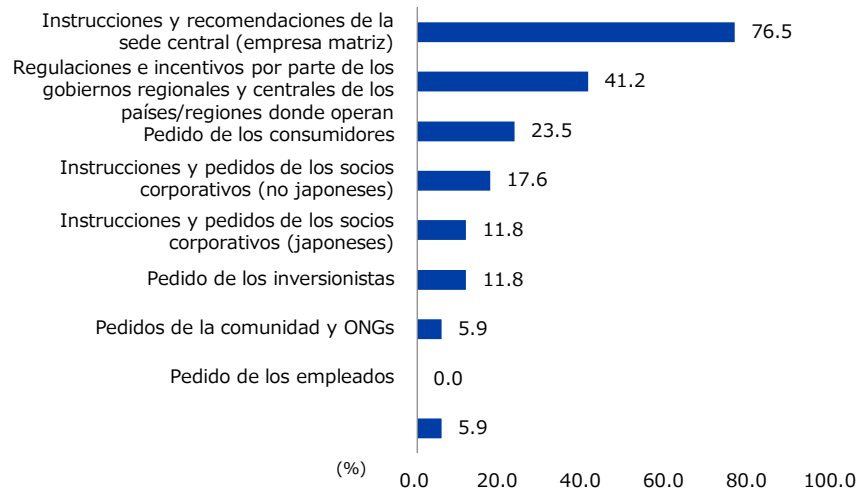
	Regulaciones e incentivos por parte de los gobiernos regionales y nacionales de los países/regiones donde operan	Instrucciones y recomendaciones de la sede central (empresa matriz)	Instrucciones y pedidos de los socios corporativos (japoneses)	Instrucciones y pedidos de los socios corporativos (no japoneses)	Pedido de los consumidores	Pedido de los inversionistas	Pedido de los empleados	Pedidos de la comunidad y ONGs	Otros
América Latina (n=329)	20.7	79.6	24.0	14.9	12.2	13.7	4.3	3.6	6.4
México (n=155)	20.0	78.1	29.7	17.4	7.1	13.5	3.2	2.6	7.1
Colombia (n=17)	41.2	76.5	11.8	17.6	23.5	11.8	0.0	5.9	5.9
Perú (n=24)	12.5	95.8	4.2	4.2	8.3	12.5	4.2	0.0	4.2
Chile (n=27)	37.0	70.4	22.2	22.2	14.8	22.2	3.7	11.1	7.4
Brasil (n=76)	13.2	78.9	18.4	13.2	21.1	13.2	7.9	5.3	3.9
Argentina (n=30)	23.3	86.7	33.3	6.7	10.0	10.0	3.3	0.0	10.0

8-2 | Abordaje a los problemas ambientales: Motivos para tomar medidas de descarbonización (Por país ①)

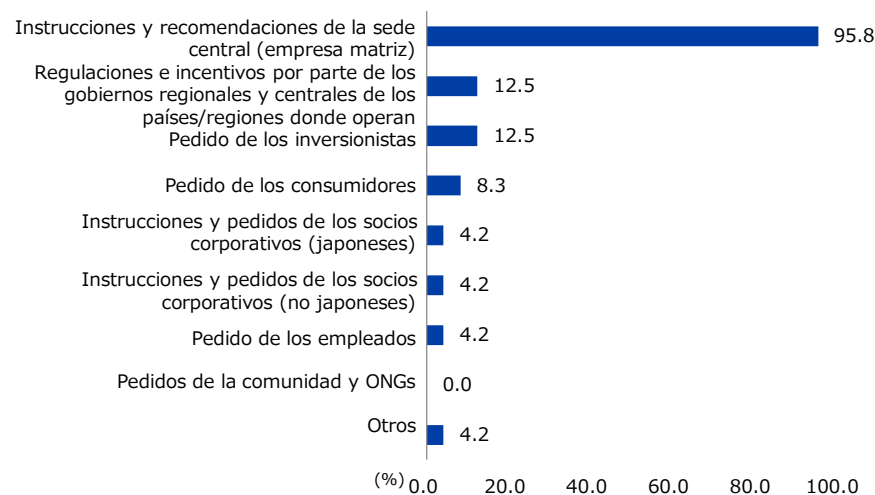
México (n=155)



Colombia (n=17)



Perú(n=24)

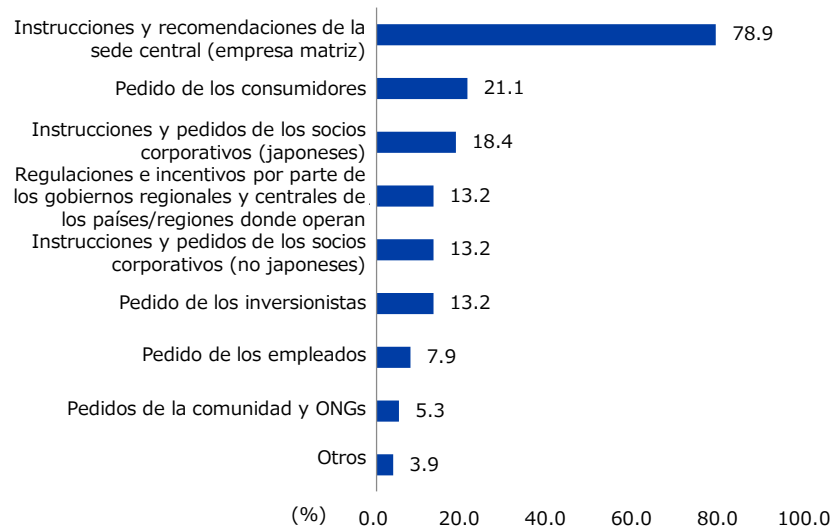


Chile (n=27)

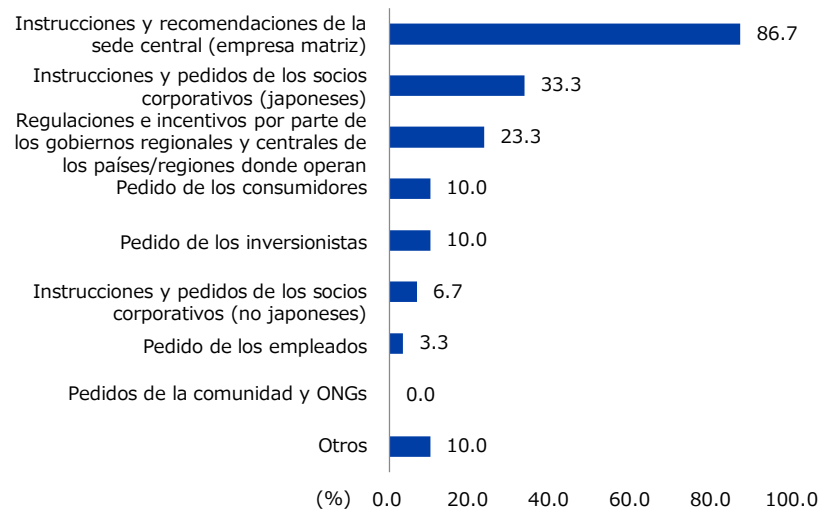


8-2 | Abordaje a los problemas ambientales: Motivos para tomar medidas de descarbonización (Por país ①)

Brasil (n=76)



Argentina (n=30)



8-3 | Abordaje a los problemas ambientales: Detalles de las medidas concretas de descarbonización

- Específicamente el «Ahorro de energía y de recursos» fue la respuesta más seleccionada como medida concreta, en todos los países.
- En Chile, «La adquisición de energía renovable y nuevas fuentes de energía» fue elegida por más de la mitad de las compañías, y el porcentaje de compañías dedicadas a «La transformación de fuentes de energía en electricidad» superó el 40%, un porcentaje incluso mayor que en los otros países.
- En Brasil, el 64,5% respondió «Ahorro de energía y de recursos», y el 46,1% respondió «La adquisición de energía renovable y nuevas fuentes de energía». En Brasil, más del 80% de la generación eléctrica proviene de fuentes de energías renovables. Además, el porcentaje de empresas que seleccionó «Desarrollo de nuevos productos respetuosos con el medio ambiente» ascendió al 40% (30 empresas). De esas empresas, 17 fueron manufactureras y 13 fueron no manufactureras.

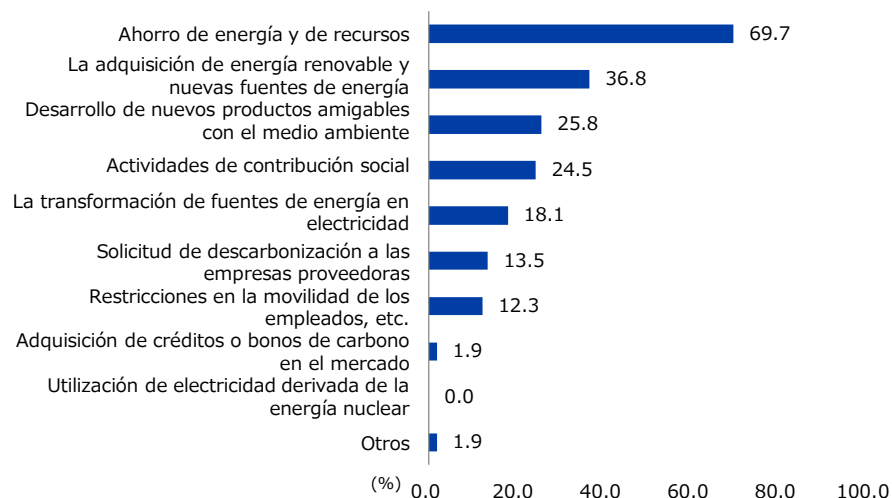
Detalles de las medidas concretas (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

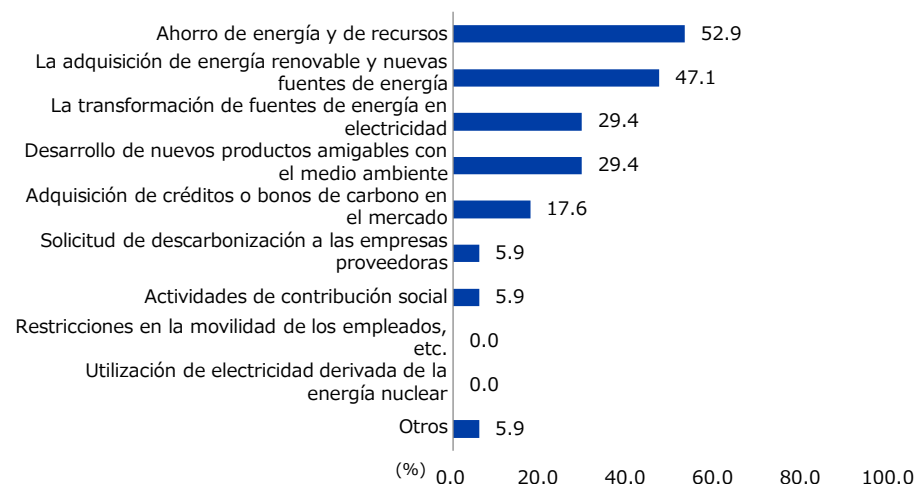
	La adquisición de energía renovable y nuevas fuentes de energía	La transformación de fuentes de energía en electricidad	Ahorro de energía y de recursos	Adquisición de créditos o bonos de carbono en el mercado	Solicitud de descarbonización a las empresas proveedoras	Restricciones en la movilidad de los empleados, etc.	Desarrollo de nuevos productos respetuosos con el medio ambiente	Actividades de contribución social	Utilización de electricidad derivada de la energía nuclear	Otros
América Latina (n=327)	40.7	22.0	66.4	4.3	11.3	15.0	28.7	24.5	0.0	6.7
México (n=155)	36.8	18.1	69.7	1.9	13.5	12.3	25.8	24.5	0.0	1.9
Colombia (n=17)	47.1	29.4	52.9	17.6	5.9	0.0	29.4	5.9	0.0	5.9
Perú (n=23)	39.1	8.7	60.9	0.0	13.0	17.4	26.1	21.7	0.0	8.7
Chile (n=26)	50.0	42.3	61.5	3.8	7.7	0.0	19.2	19.2	0.0	11.5
Brasil (n=76)	46.1	21.1	64.5	6.6	6.6	23.7	39.5	32.9	0.0	10.5
Argentina (n=30)	36.7	33.3	70.0	6.7	16.7	26.7	26.7	20.0	0.0	16.7

8-3 | Abordaje a los problemas ambientales: Detalles de las medidas concretas de descarbonización (Por país ①)

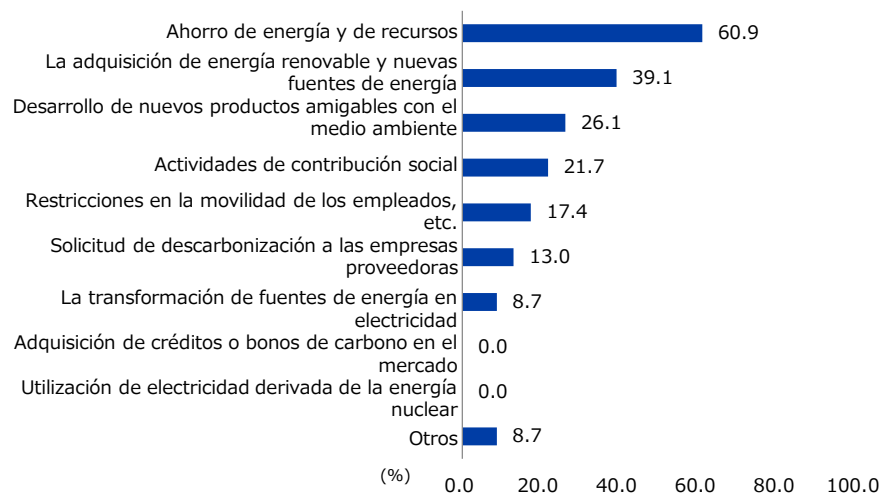
México(n=155)



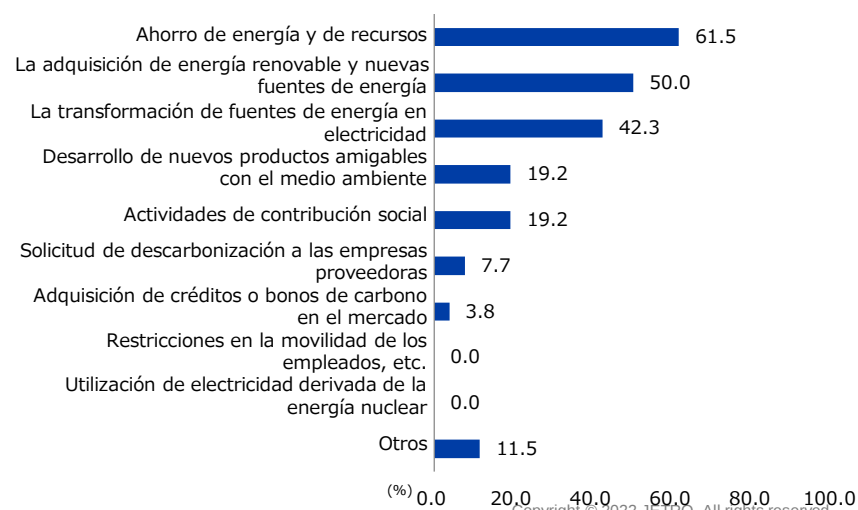
Colombia (n=17)



Perú(n=23)

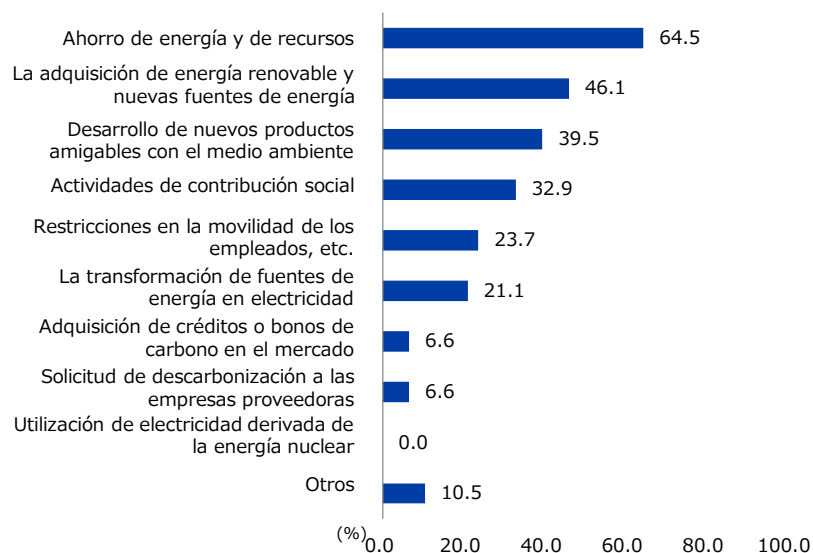


Chile (n=26)



8-3 | Abordaje a los problemas ambientales: Detalles de las medidas concretas de descarbonización (Por país ②)

Brasil (n=76)



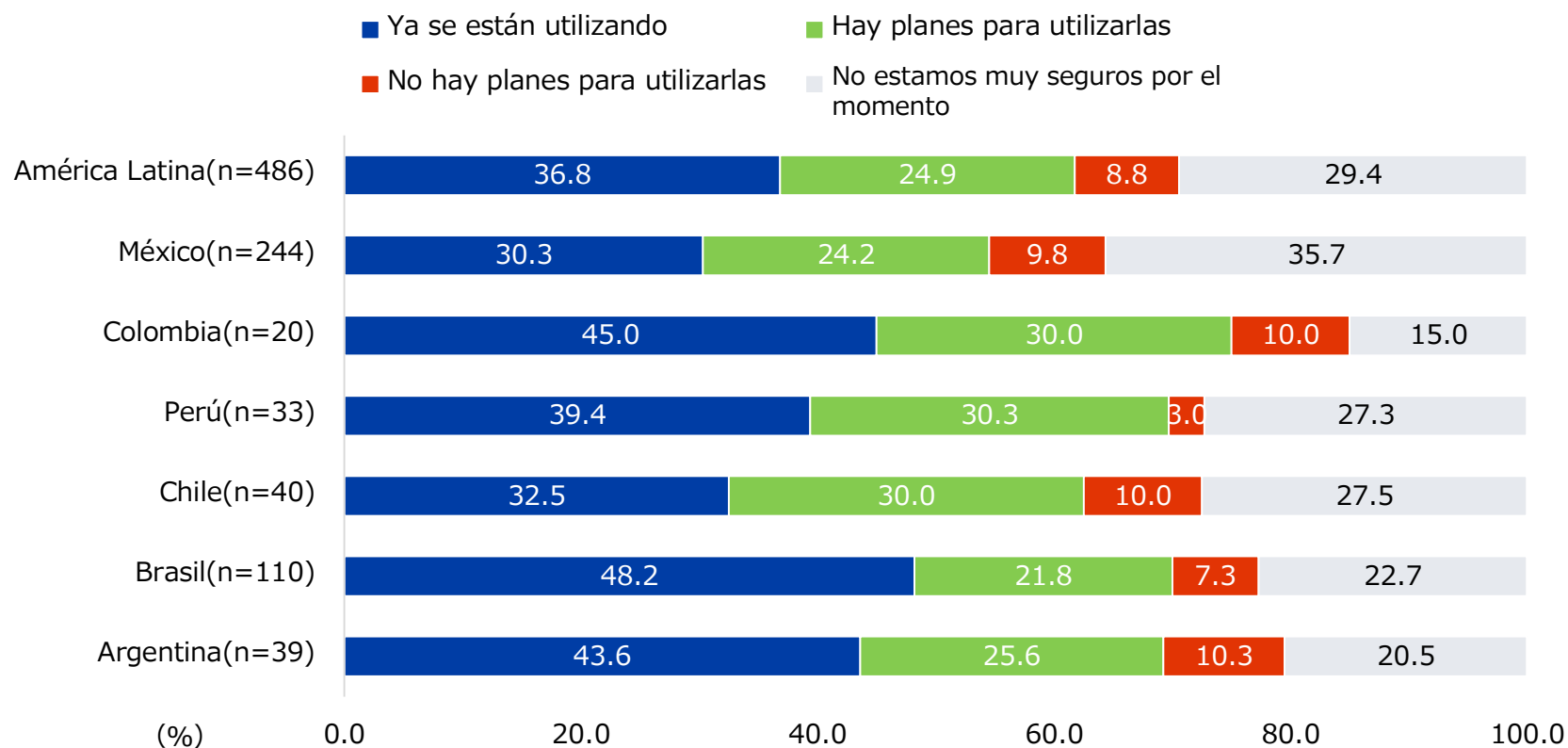
Argentina (n=30)



9-1 | Utilización y desafíos de las tecnologías digitales: Situación de su uso en cada país

- En Brasil, donde la digitalización está más avanzada, particularmente por causa de la COVID-19, cerca del 50% de los encuestados indicaron que las tecnologías digitales «Ya se están utilizando».
- En México, donde muchas de las empresas japonesas son manufactureras, el porcentaje de encuestados que respondieron «No hay planes para utilizarlas», y «No estamos muy seguros por el momento» alcanzó un 45,5%, el más alto de entre los 6 países.

Situación del uso de las tecnologías digitales en cada país



9-2 | Utilización y desafíos de las tecnologías digitales: Ventajas de su uso

- Respecto a las ventajas del uso de las tecnologías digitales, el porcentaje de los que seleccionaron «Estabilidad y mejora de la calidad de los productos y servicios» y «Fortalecimiento del marketing / ampliar clientes» en América Latina en su conjunto fue de casi 50% respectivamente.
- En Chile, cerca de la mitad de las compañías señalaron que podrían «Afrontar el aumento de los salarios y la escasez de la mano de obra», y entre ellas se incluyen empresas relacionadas al sector minero. Proximamente, habrá altas posibilidades de que las tecnologías digitales sean utilizadas en aquellos sectores donde es difícil asegurar la mano de obra, como en el sector minero, etc.
- En Brasil, la respuesta «Fortalecimiento del marketing / ampliar clientes» tuvo el porcentaje más alto con 64,4%. En Brasil, que se caracteriza por su gran mercado interno y extenso territorio, hay muchas empresas que se han propuesto reducir la barrera de la distancia física mediante la utilización de las tecnologías digitales.

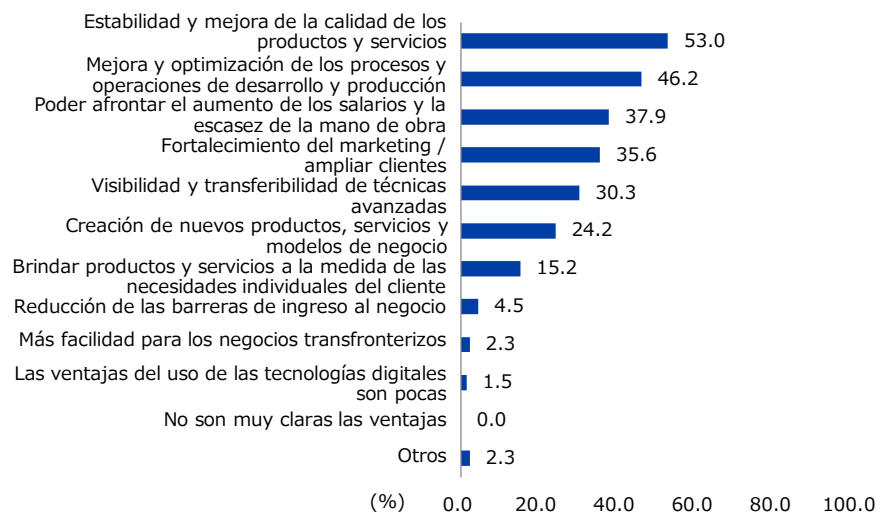
Ventajas de su uso (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

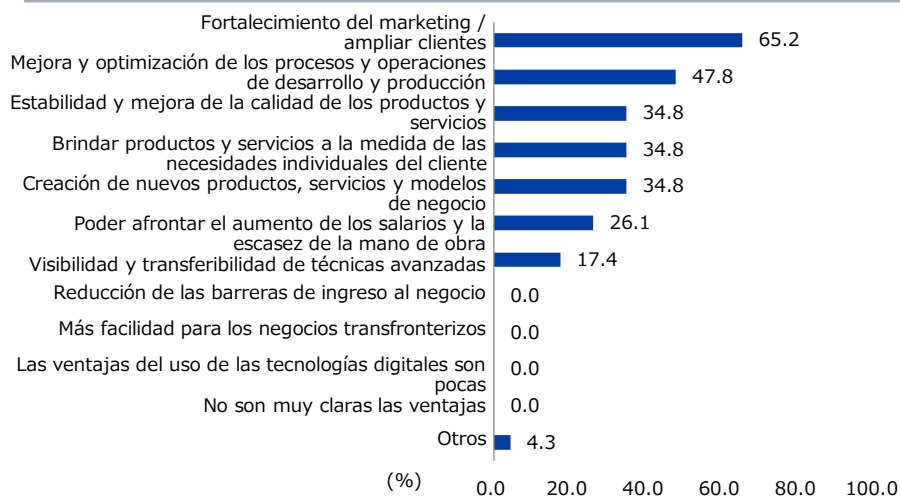
	Poder afrontar el aumento de los salarios y a la escasez de la mano de obra	Visibilidad y transferibilidad de técnicas avanzadas	Estabilidad y mejora de la calidad de los productos y servicios	Fortalecimiento del marketing / ampliar clientes	Mejora y optimización de los procesos y operaciones de desarrollo y producción	Brindar productos y servicios a la medida de las necesidades individuales del cliente	Reducción de las barreras de ingreso al negocio	Creación de nuevos productos, servicios y modelos de negocio	Más facilidad para los negocios transfronterizos	Las ventajas del uso de las tecnologías digitales son pocas	No son muy claras las ventajas	Otros
América Latina (n=295)	34.2	26.1	49.5	48.5	40.3	25.4	3.4	33.6	5.4	0.7	0.0	3.7
México (n=132)	37.9	30.3	53.0	35.6	46.2	15.2	4.5	24.2	2.3	1.5	0.0	2.3
Colombia (n=15)	26.7	20.0	46.7	53.3	40.0	26.7	6.7	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Perú (n=23)	26.1	17.4	34.8	65.2	47.8	34.8	0.0	34.8	0.0	0.0	0.0	4.3
Chile (n=25)	48.0	28.0	28.0	36.0	24.0	24.0	4.0	32.0	12.0	0.0	0.0	16.0
Brasil (n=73)	30.1	24.7	54.8	64.4	35.6	37.0	0.0	49.3	11.0	0.0	0.0	0.0
Argentina (n=27)	25.9	18.5	51.9	63.0	33.3	37.0	7.4	33.3	7.4	0.0	0.0	11.1

9-2 Utilización y desafíos de las tecnologías digitales: Ventajas de su uso (Por país ①)

México (n=132)



Perú (n=23)



Colombia (n=15)



Chile (n=25)



9-2 Utilización y desafíos de las tecnologías digitales: Ventajas de su uso(Por país ②)

Brasil (n=73)



Argentina (n=27)



9-3 | Utilización y desafíos de las tecnologías digitales: Desafíos de su uso

- Respecto a los desafíos en el uso de las tecnologías digitales, las respuestas con los porcentajes más altos fueron: «Los costos de implementación y funcionamiento son altos» y «Falta de personal, técnicos, etc. que sepan manejar las tecnologías digitales».
- Particularmente en México, las empresas que respondieron «Falta de personal, técnicos, etc. que sepan manejar las tecnologías digitales» fueron más del 50% (125 empresas). Lograr captar personal capacitado para el uso de las tecnologías digitales también es un gran desafío.

Desafíos de su uso (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

	Los costos de implementación y funcionamiento son altos	No se logra la comprensión de su uso dentro de la empresa	Falta de personal, técnicos, etc. que sepan manejar las tecnologías digitales	Falta de socios externos apropiados	No hay instituciones, etc. para consultar sobre el uso de las tecnologías digitales	Dificultad para integrar con la infraestructura existente en la empresa	Infraestructura asociada insuficiente	Bajas expectativas de venta en comparación con la inversión	Regulaciones restrictivas y operaciones poco transparentes	Riesgo de fuga de información	La tecnología está aún en desarrollo o no está claro qué tecnología debe utilizarse	Las ventajas del uso de las tecnologías digitales son pocas, o no se perciben necesarias	No están muy claros los desafíos	Otros
América Latina (n=464)	48.3	4.3	45.0	16.6	7.8	21.6	16.4	25.6	2.6	10.6	3.7	9.5	12.3	3.7
México (n=235)	51.1	5.5	53.2	16.6	9.4	20.4	14.9	27.2	1.7	10.2	3.8	11.5	12.8	2.6
Colombia (n=19)	57.9	5.3	21.1	15.8	5.3	10.5	5.3	21.1	0.0	15.8	0.0	0.0	5.3	0.0
Perú (n=32)	37.5	0.0	46.9	18.8	6.3	15.6	12.5	21.9	3.1	12.5	3.1	9.4	9.4	0.0
Chile (n=37)	43.2	0.0	37.8	8.1	8.1	16.2	18.9	16.2	5.4	8.1	5.4	10.8	10.8	8.1
Brasil (n=106)	44.3	5.7	39.6	20.8	6.6	26.4	21.7	27.4	4.7	10.4	3.8	7.5	14.2	4.7
Argentina (n=35)	51.4	0.0	25.7	11.4	2.9	31.4	17.1	25.7	0.0	11.4	2.9	5.7	11.4	8.6

9-3 Utilización y desafíos de las tecnologías digitales: Desafíos de su uso(Por país ①)

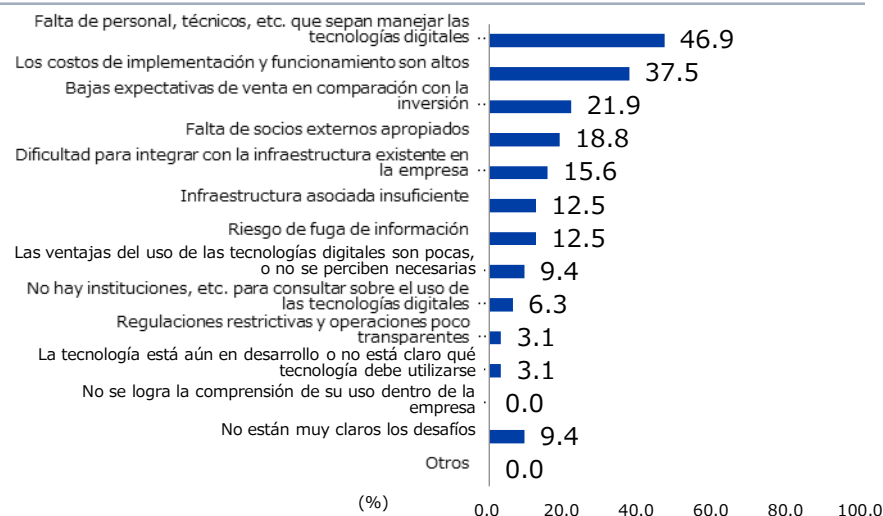
México (n=235)



Colombia (n=19)



Perú (n=32)

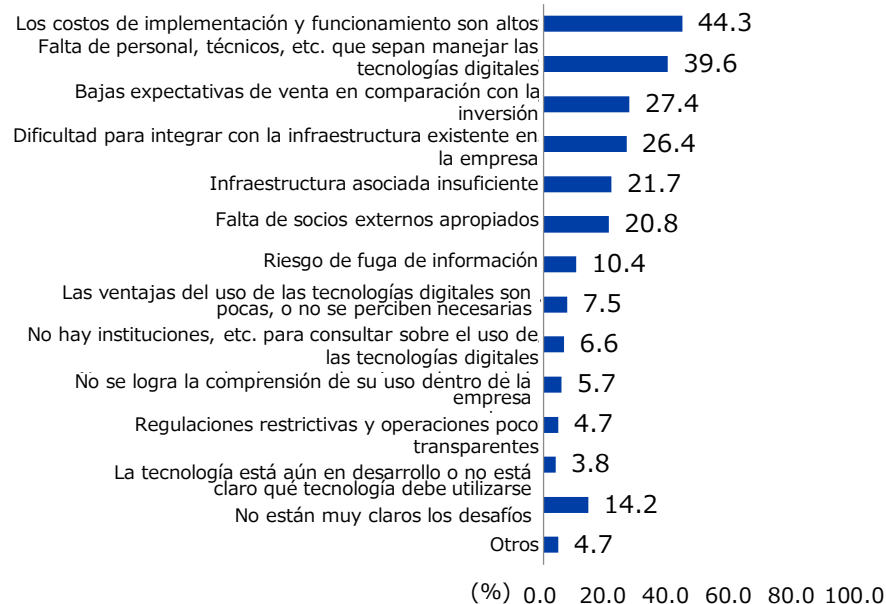


Chile (n=37)

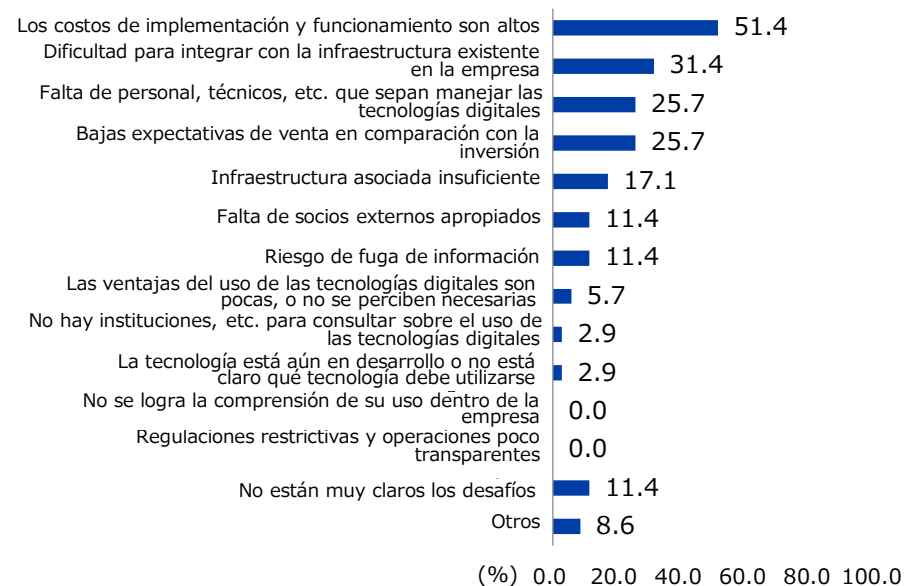


9-3 | Utilización y desafíos de las tecnologías digitales: Desafíos de su uso (Por país ②)

Brasil (n=106)



Argentina (n=35)



9-4 | Utilización y desafíos de las tecnologías digitales: Políticas de interés

- Muchos países han mostrado un alto interés en las políticas respecto a «la información sensible sujeta a regulaciones legales», sobre todo, en Brasil, esta respuesta ha sobrepasado el 50%. En septiembre de 2020, Brasil implementó la Ley de Protección de Datos Personales, la primera de su tipo en el país y que fue influenciada por el Reglamento General de la Protección de Datos (RGPD) de la UE, lo cual ha despertado el interés de cierto número de empresas.
- Aparte de Brasil, en el resto de los países, hubo empresas que dijeron que no había ninguna política en particular de su interés, llegando esa respuesta a un porcentaje de cerca del 50%. Se piensa que los países de América Latina no ven muy probable que las políticas de sus gobiernos puedan dificultar el uso de las tecnologías digitales.

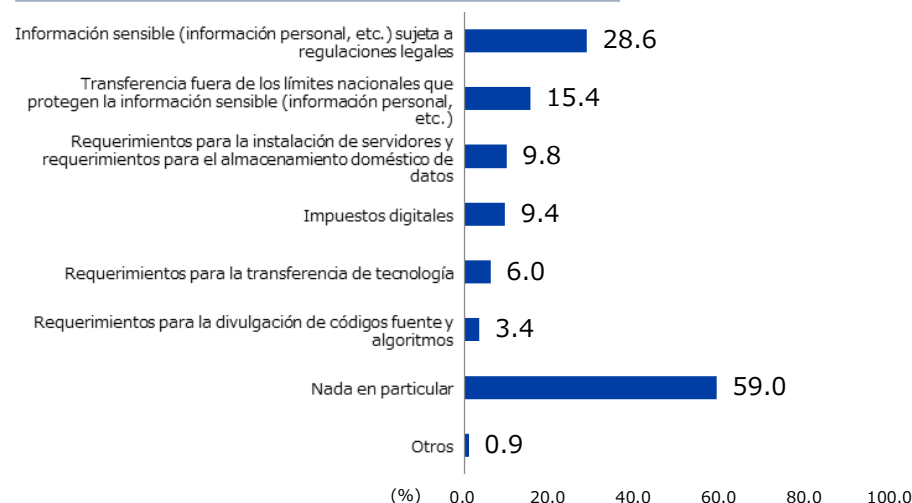
Políticas de interés (Múltiples respuestas permitidas)

(Unidad: %)

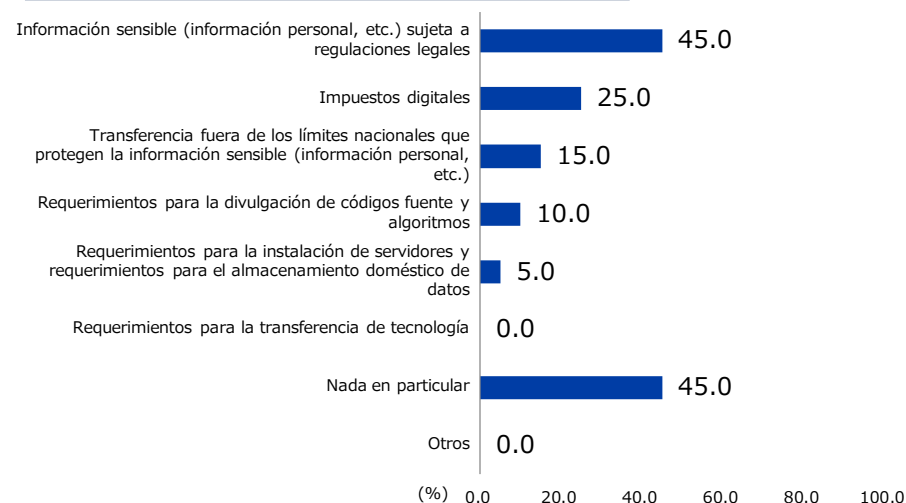
	Impuestos digitales	Información sensible (información personal, etc.) sujeta a regulaciones legales	Transferencia fuera de los límites nacionales que protegen la información sensible (información personal, etc.)	Requerimientos para la instalación de servidores y requerimientos para el almacenamiento doméstico de datos	Requerimientos para la divulgación de códigos fuente y algoritmos	Requerimientos para la transferencia de tecnología	Nada en particular	Otros
América Latina (n=466)	14.8	36.1	19.5	12.4	5.4	7.1	51.5	0.9
México (n=234)	9.4	28.6	15.4	9.8	3.4	6.0	59.0	0.9
Colombia (n=20)	25.0	45.0	15.0	5.0	10.0	0.0	45.0	0.0
Perú (n=32)	18.8	37.5	31.3	21.9	12.5	15.6	53.1	0.0
Chile (n=38)	7.9	36.8	18.4	13.2	7.9	5.3	57.9	0.0
Brasil (n=105)	23.8	51.4	22.9	13.3	4.8	6.7	34.3	1.0
Argentina (n=37)	21.6	32.4	29.7	21.6	8.1	13.5	48.6	2.7

9-4 | Utilización y desafíos de las tecnologías digitales: Políticas de interés (Por país ①)

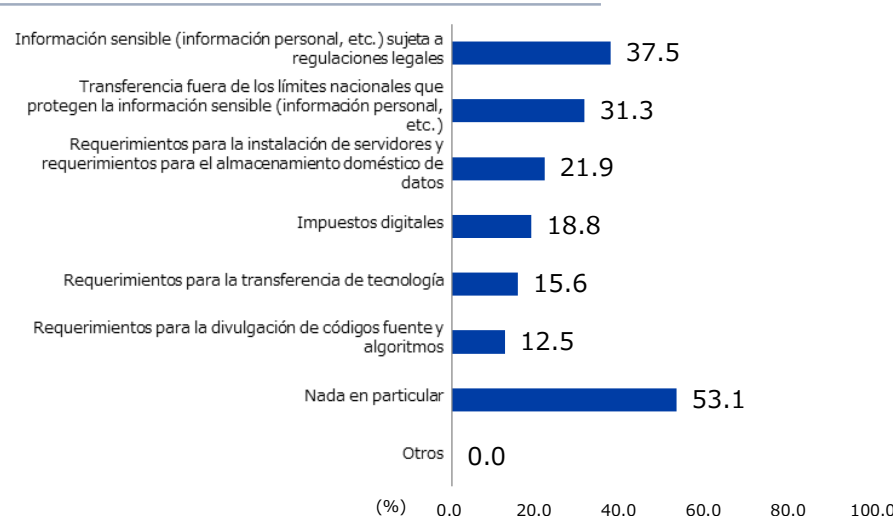
México (n=234)



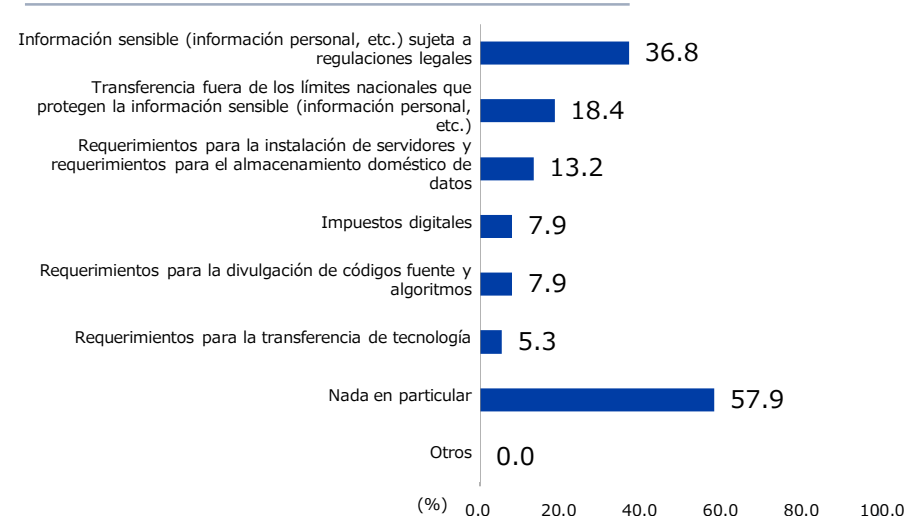
Colombia (n=20)



Perú (n=32)

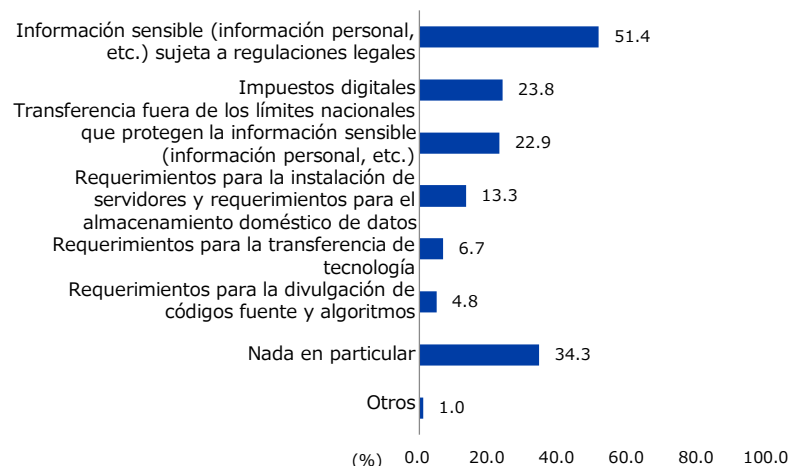


Chile (n=38)

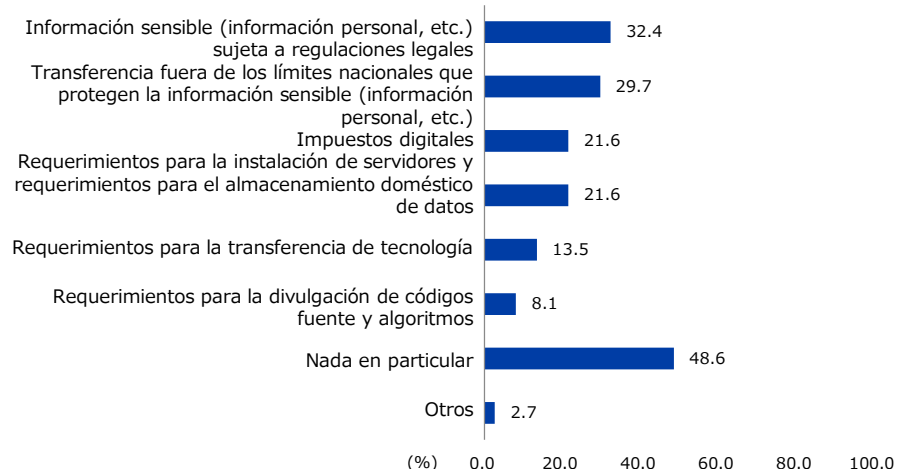


9-4 | Utilización y desafíos de las tecnologías digitales: Políticas de interés (Por país ②)

Brasil (n=105)



Argentina (n=37)

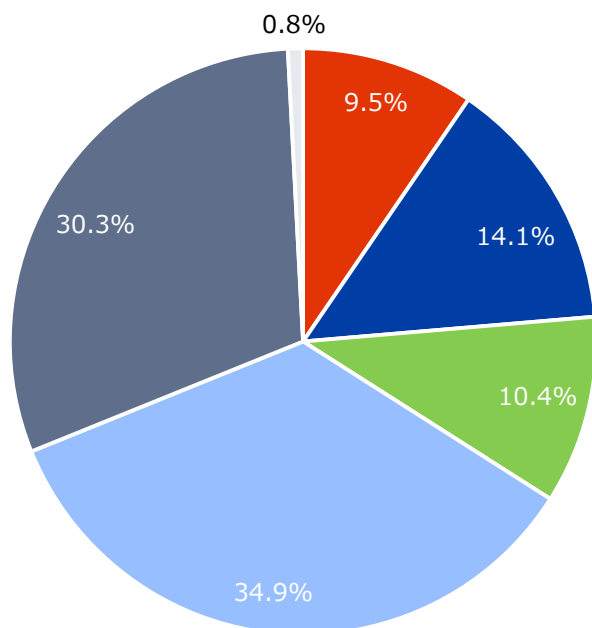


10-1 | Impacto y respuesta al T-MEC (México)

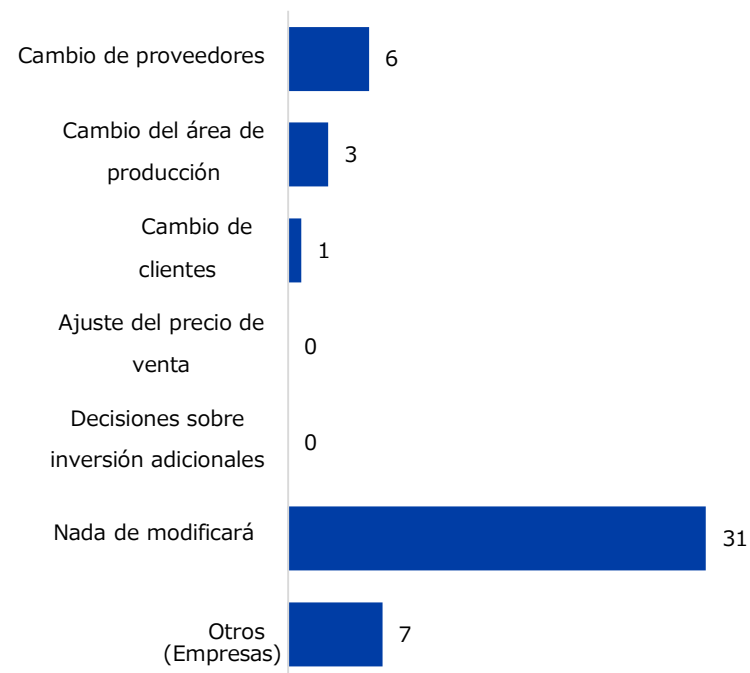
- El 65,2% de las empresas encuestadas dijeron que «No hay impacto, o no se tiene claro», y el 34,0% dijeron que «Hay un impacto». Cuando se les preguntó a las empresas que respondieron que Sí, sobre las medidas a tomar, 6 empresas respondieron que harían «Cambio de proveedores». [Se cambiarán desde Japón, Asia, y EE. UU. hacia México](#). Las 3 empresas que respondieron un «Cambio del área de producción» dijeron que [las cambiarían de Japón hacia México](#).

Impacto de la entrada en vigor del T-MEC en la gestión 2021 (n=241)

- Hay un impacto negativo en general
- Hay un impacto positivo en general
- Los efectos negativos y positivos se compensan
- No hay impacto
- No se tiene claro
- Otros



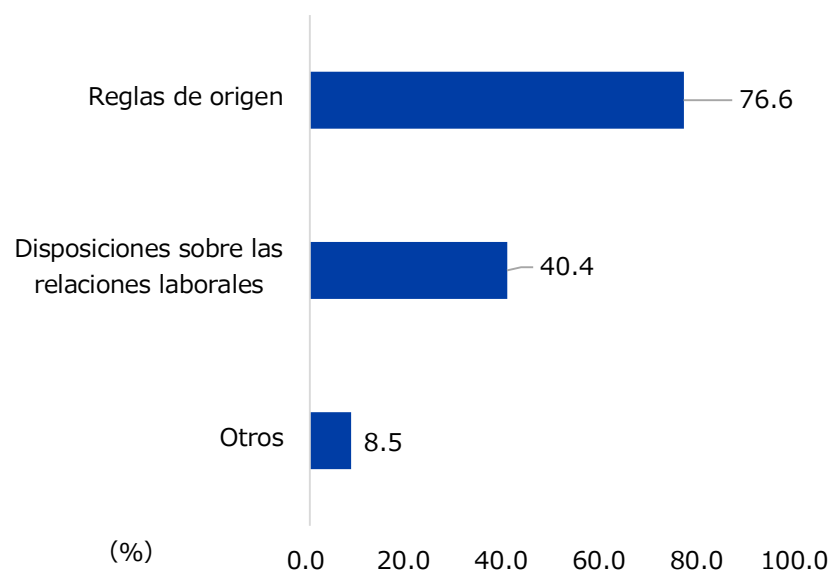
Medidas de respuesta de cada empresa frente a la entrada en vigor del T-MEC (n=48) (Múltiples respuestas permitidas)



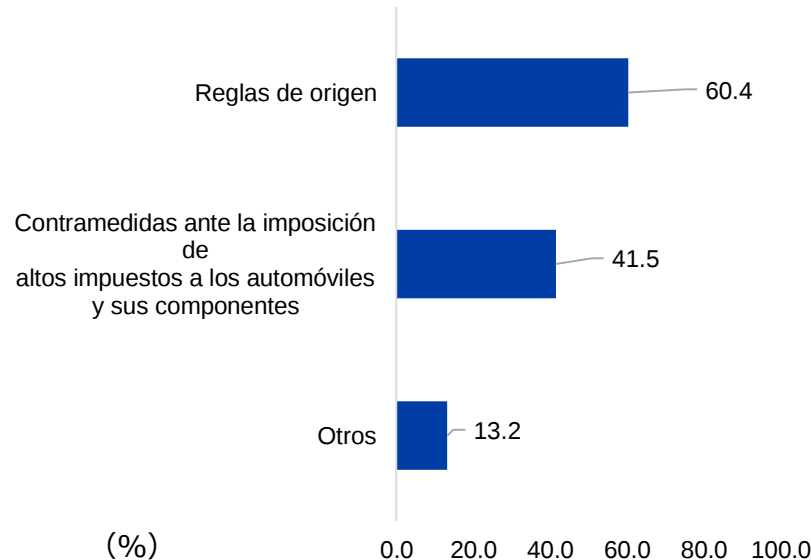
10-2 | Impacto del T-MEC por tema (México)

- Las empresas que reconocieron las reglas de origen como «Impacto negativo» fueron **36**, y las que las reconocieron como «Impacto positivo» fueron **32**. Las reglas de origen fueron ampliamente modificadas de lo que eran en el NAFTA, intensificando así la demanda de producción local, y como podemos ver a partir de la siguiente página, **no son pocas las empresas que ven esto como un impacto positivo**.
- Además, hubo aproximadamente 40% de respuestas que valoraron que el T-MEC tenga predefinidas algunas contramedidas para cuando EE. UU. imponga elevados impuestos a los automóviles y sus componentes.

Impacto negativo del T-MEC (n=47 empresas)
(Múltiples respuestas permitidas)



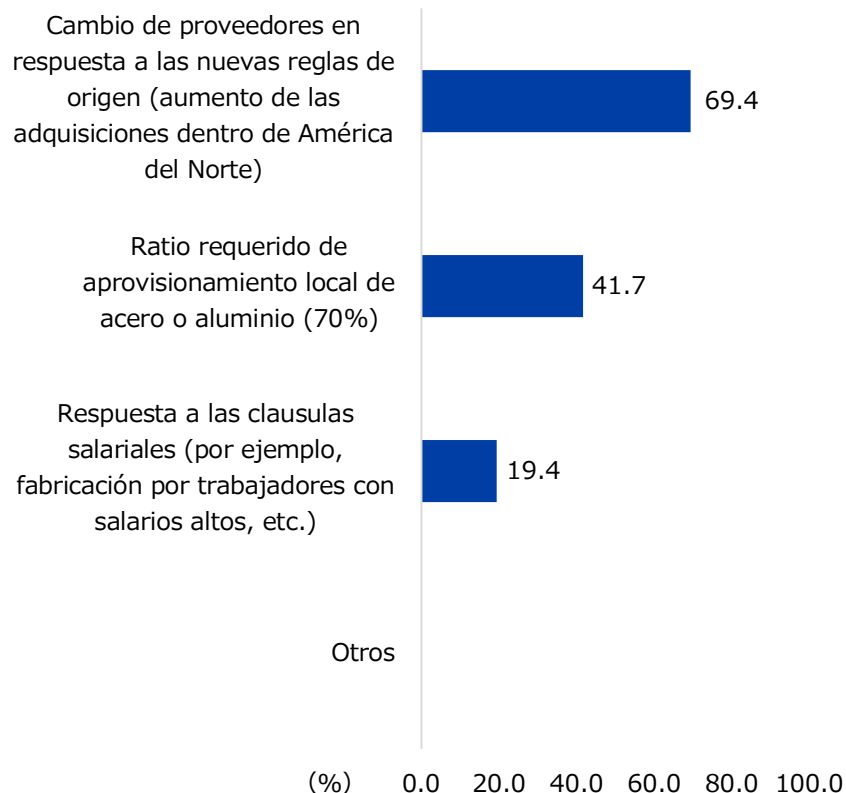
Impacto positivo del T-MEC
(n=53 empresas) (Múltiples respuestas permitidas)



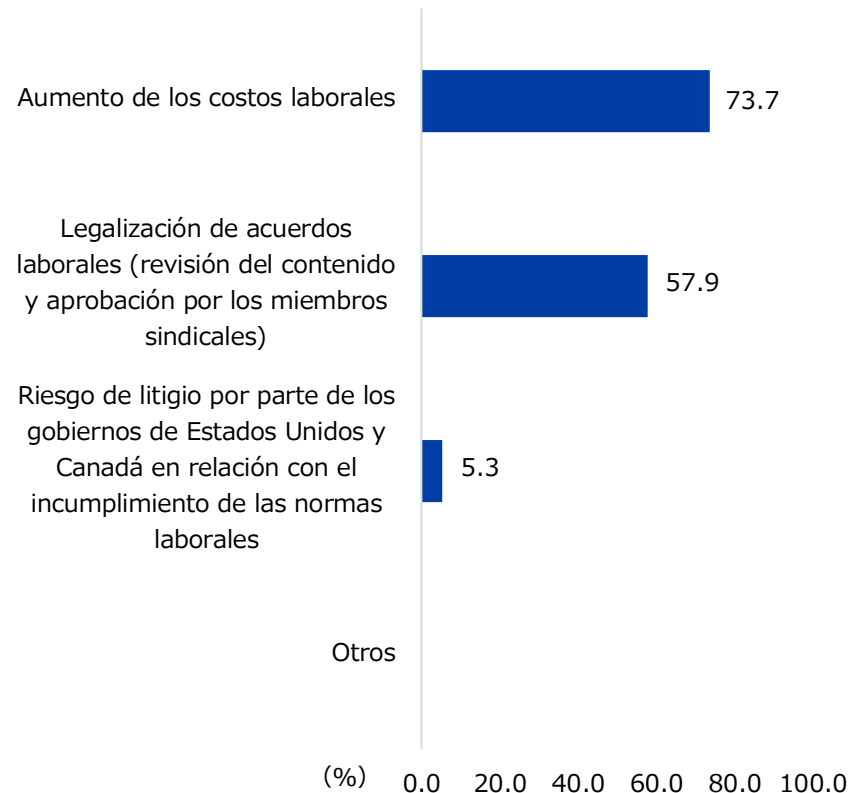
10-3 | Impacto negativo del T-MEC (México)

- Las empresas que respondieron «No hubo opción más que cambiar de proveedores» cuando fueron consultadas por las nuevas reglas de origen, fueron 25.
- De las empresas que respondieron que las disposiciones sobre las relaciones laborales eran algo negativo para ellos, aproximadamente el 70% se refirieron a «Aumento de los costos laborales» y aproximadamente el 60% se refirieron a «Legalización de acuerdos laborales». Pero las empresas que respondieron a esta pregunta fueron apenas 19, por lo que podemos decir que el impacto de las disposiciones sobre las relaciones laborales es extremadamente limitado.

Impacto negativo relacionado con las reglas de origen
(Cuestiones específicas) (n=36) (Múltiples respuestas permitidas)



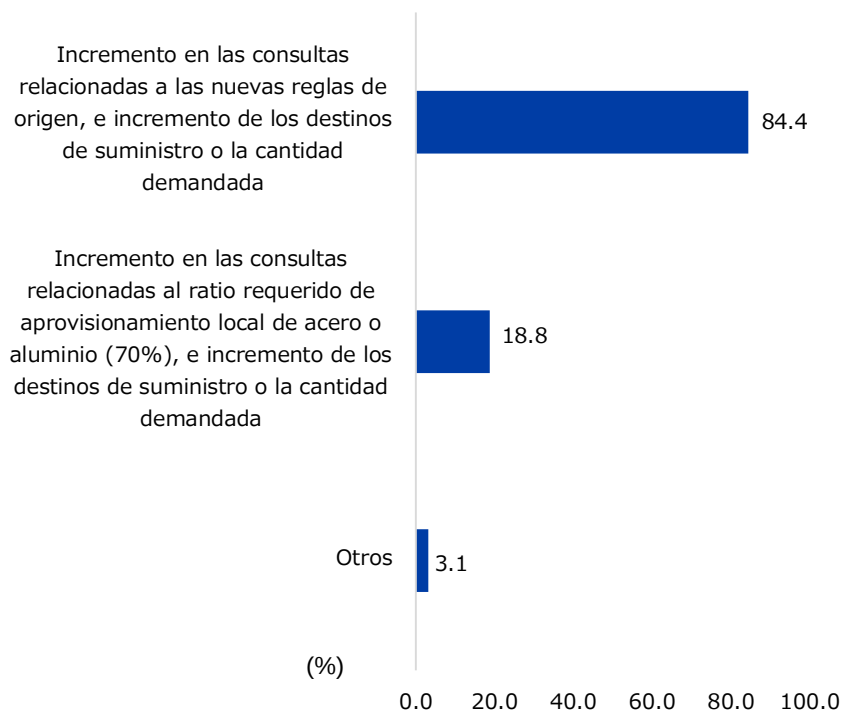
Impacto negativo relacionado con las disposiciones sobre las relaciones laborales
(Cuestiones específicas) (n=19) (Múltiples respuestas permitidas)



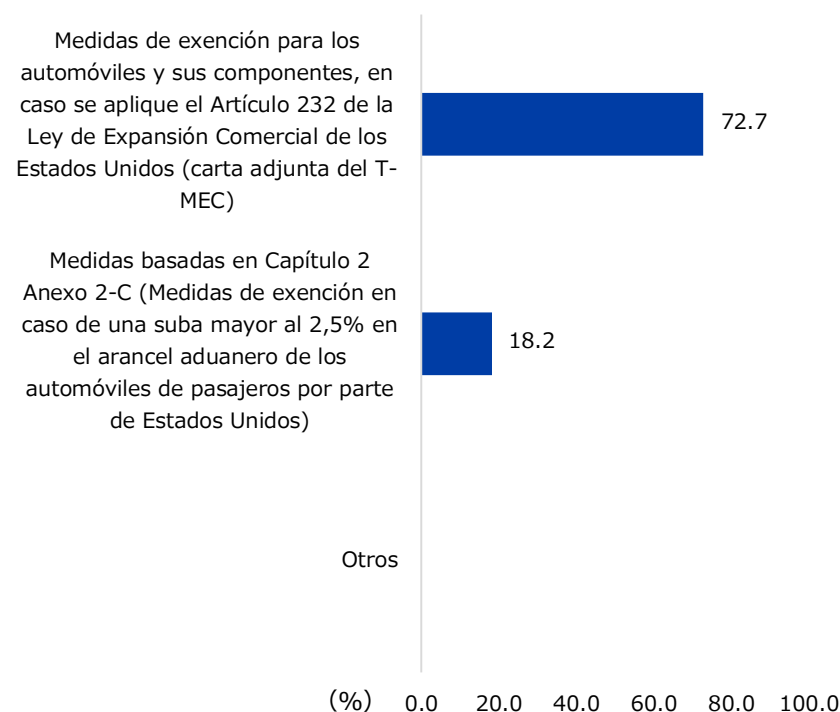
10-4 | Impacto positivo del T-MEC (México)

- Las empresas que respondieron que por los cambios en las nuevas reglas de origen «Se incrementaron los pedidos y los destinos de suministro o la cantidad demandada» fueron **30**. Fue superior a las 25 empresas (de la página anterior) que sufrieron un impacto negativo porque no tuvieron opción más que cambiar de proveedores.
- Las normas sobre el acero/aluminio fueron vistas como algo negativo por 15 empresas (página anterior), sin embargo, también hubo 6 empresas que dijeron que era algo positivo.

Impacto positivo relacionado con las reglas de origen
(Cuestiones específicas) (n=32) (Múltiples respuestas permitidas)



Impacto positivo relacionado con las contramedidas ante la imposición de altos impuestos a los automóviles y sus componentes (Cuestiones específicas) (n=19) (Múltiples respuestas permitidas)

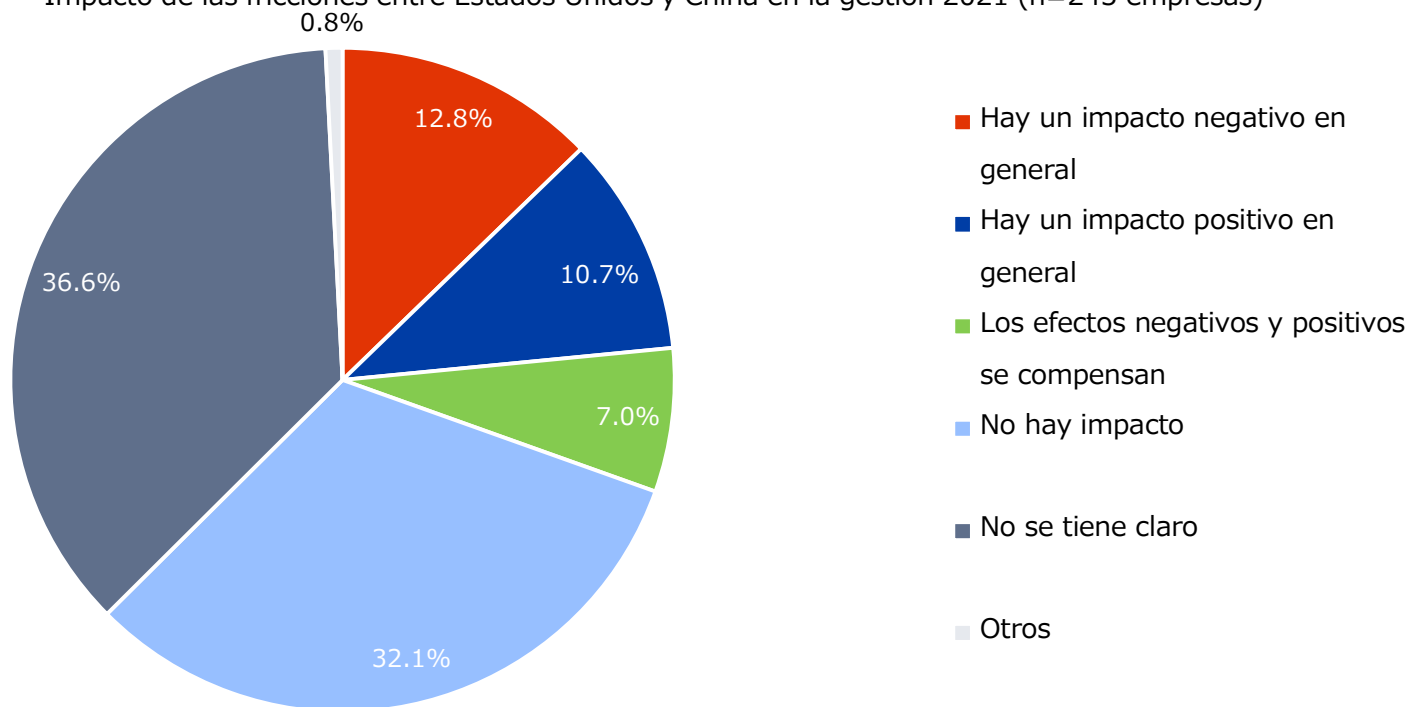


10-5 | Impacto de las fricciones comerciales entre EE. UU. y China (México)

- De las empresas que respondieron (243 empresas), el 68,7% dijeron que «No hay impacto, o no se tiene claro», y el 30,5% dijeron que «Sí hay impacto».
- Dentro de las que dijeron que sí afecta, las que indicaron un «Impacto negativo» superaron por 2.1 p.p. a las que indicaron un «Impacto positivo».
- Las empresas que dijeron que en las fricciones comerciales entre EE. UU. y China «No hay impacto o no se tiene claro» son más en comparación con el impacto del T-MEC (página 116). Los resultados indican que el efecto positivo del T-MEC es mayor al efecto negativo.

Impacto de las fricciones entre EE. UU. y China en la gestión 2021 (n=243)

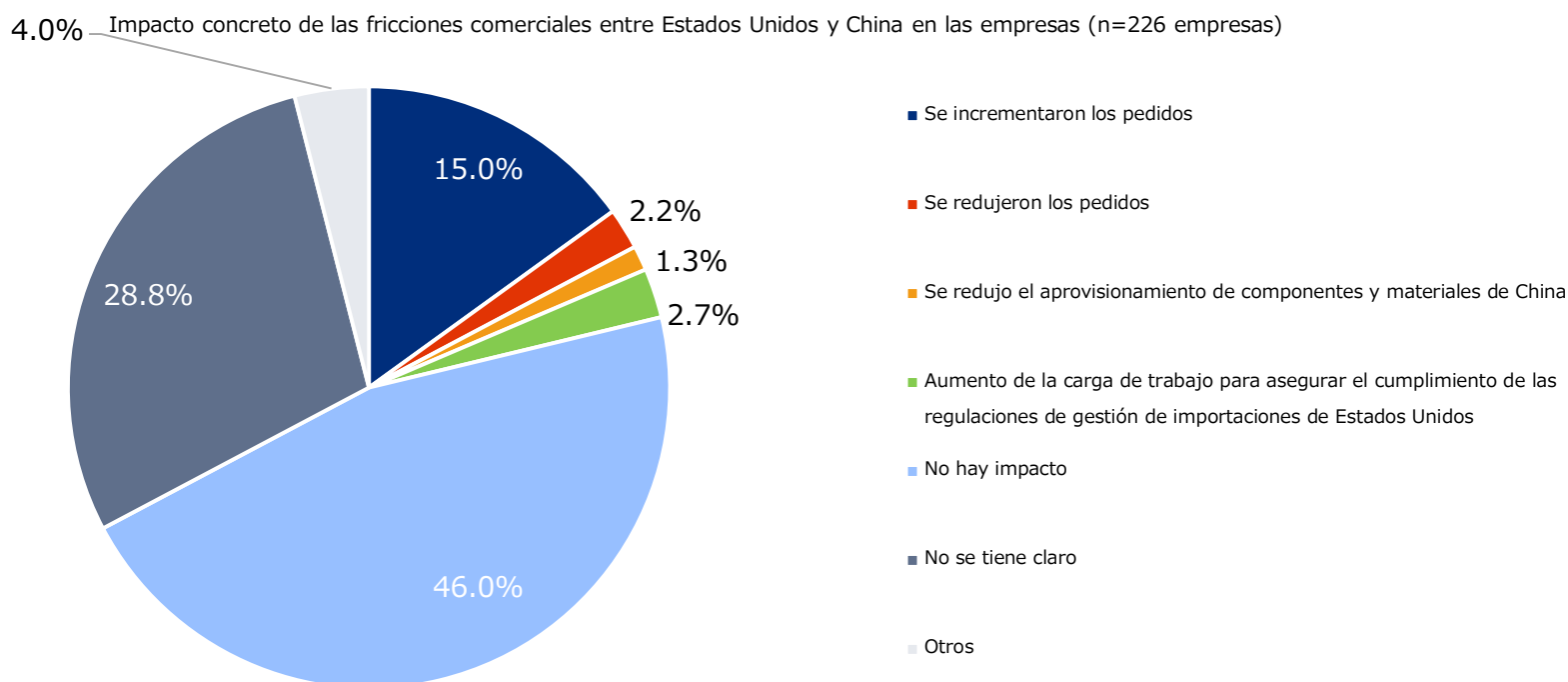
Impacto de las fricciones entre Estados Unidos y China en la gestión 2021 (n=243 empresas)



10-6 | Impacto concreto de las fricciones comerciales entre EE. UU. y China (México)

- De las empresas que respondieron «Se incrementaron los pedidos», 34 empresas (15,0%) comentaron lo siguiente: «Clientes de Norteamérica han trasladado materiales de China a México», «Clientes han movido sus centros de producción de China a Norteamérica (EE. UU. / México)», «La producción para la exportación hacia EE. UU. ha aumentado», «Nuevas empresas chinas han ingresado al mercado mexicano», entre otros.». Por otra parte, también hubo compañías que comentaron que «Aunque los pedidos se hayan incrementado, es negativo que otros competidores chinos estén ingresando agresivamente al mercado mexicano», y que «La importancia que le han dado los otros competidores al suministro de productos a EE. UU. ha hecho que la competencia en el mercado mexicano y latinoamericano se relaje (beneficioso para la propia empresa).

Impacto concreto de las fricciones comerciales entre EE. UU. y China en las empresas (n=226)



Información de contacto para consultas sobre este reporte

Japan External Trade Organization (JETRO)
Departamento de Estudios de Mercado
Externo - División Américas – Sección
América Latina



03-3582-4690



Orb-latin@jetro.go.jp



〒107-6006
ARK Mori Bldg., 6to piso, 1-12-32
Akasaka, Minato-ku, Tokyo

■ Eximición de Responsabilidad

La información presentada en este reporte, debe ser utilizada bajo el propio criterio y responsabilidad del usuario. En JETRO siempre nos esforzamos por presentar la información más precisa posible, sin embargo, en caso de que el contenido presentado en este reporte cause situaciones que pudieran traer pérdidas, etc. al usuario, JETRO se exime de toda responsabilidad. Agradecemos su comprensión.

Todos los derechos reservados