

Encuesta sobre la situación de los negocios de las empresas japonesas en América Latina

(año fiscal 2020)

—México responde a los cambios mediante el aumento del aprovisionamiento local; Brasil prevé una pronta recuperación gracias a la digitalización—

Febrero 2021

Japan External Trade Organization (JETRO)
Departamento de Estudios de Mercado Externo

Cláusula de exención de responsabilidad

Rogamos que, a la hora de utilizar la información ofrecida en este documento, el usuario se rija siempre por sus propios criterios y bajo su responsabilidad.

JETRO ha tratado de ofrecer en todo momento la información más exacta posible. Sin embargo, en lo que respecta a los contenidos de este documento, ni JETRO ni quienes lo han redactado podrán ser responsabilizados por los posibles perjuicios que puedan derivarse para sus usuarios, para lo cual rogamos la comprensión de todos ustedes.

I. Sobre el estudio

1. Objetivo y otros aspectos	3
2. Desglose de las empresas que respondieron por ramas industriales	4
3. Síntesis de los resultados	5

II. Principales resultados del estudio

1. Expectativas de resultados operativos para 2020

(1) Expectativas de resultados operativos para 2020	10
(2) Expectativas de resultados operativos para 2020 (comparativa interanual)	11
(3) Aumento de las mejoras en las expectativas de resultados operativos para 2020	12
(4) Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2020	13
(5) Reducción del empeoramiento en las expectativas de resultados operativos para 2020	16
(6) Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2020	17

2. Expectativas de resultados operativos para 2021

(1) Expectativas de resultados operativos para 2021 (comparativa interanual)	20
(2) Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021	21
(3) Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021	24

3. Evolución de los negocios a futuro

(1) Evolución de los negocios para los próximos dos años	27
(2) Evolución de los negocios para los próximos dos años: Motivos de la ampliación	28
(3) Evolución de los negocios para los próximos dos años: Funciones concretas para la ampliación	31
(4) Evolución de los negocios para los próximos dos años: Motivos de "Traslado/Retirada"	34
(5) Variación del número de empleados locales y de expatriados japoneses	35
(6) Planes para revisión de clientes	37
(7) Planes para revisión de proveedores	38
(8) Planes para revisión de la zona de producción	39

4. Impacto de la pandemia de la COVID-19

(1) Impacto positivo de la pandemia de la COVID-19	40
(2) Impacto negativo de la pandemia de la COVID-19	43
(3) Período en el que se espera que se normalicen las actividades empresariales tras la pandemia de la COVID-19	46
(4) Demanda tras la normalización de las actividades empresariales	47
(5) Impacto de la pandemia de la COVID-19 (Revisión de la estrategia empresarial/modelo de negocio)	48

(6) Revisión de las estrategias de ventas a consecuencia del impacto de la pandemia de la COVID-19	49
(7) Revisión del aprovisionamiento a consecuencia del impacto de la pandemia de la COVID-19	52
(8) Revisión de la producción a consecuencia del impacto de la pandemia de la COVID-19	55
(9) Revisión del sistema de administración/gerencia a consecuencia del impacto de la pandemia de la COVID-19	58
(10) Impacto de la pandemia de la COVID-19 (Motivos para no hacer una revisión)	61

5. Ventajas y riesgos del ambiente de inversión

(1) Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (México)	62
(2) Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Venezuela)	63
(3) Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Colombia)	64
(4) Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Perú)	65
(5) Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Chile)	66
(6) Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Brasil)	67
(7) Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Argentina)	68

6. Situación de competencia, situación de aprovisionamiento

(1) Competidores en la misma rama industrial	69
(2) Cambios en la situación de competencia	70
(3) Situación de aprovisionamiento de materias primas y piezas: Desglose por lugar de aprovisionamiento (Global)	71
(4) Situación de aprovisionamiento de materias primas y piezas: Desglose por lugar de aprovisionamiento (Operan a nivel nacional)	72

7. Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE

(1) Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE	73
(2) Circunstancias para la consideración de adhesión al TPP-11 (CPTPP)	79
(3) Impacto de la aplicación del Tratado entre México, EE. UU. y Canadá (T-MEC)	81

8. Impacto del cambio en el ambiente comercial

(1) Impacto de los cambios del entorno comercial en los resultados de 2020	82
(2) Cambio en la magnitud del impacto en los resultados a consecuencia del cambio del ambiente comercial	83
(3) Impacto de los cambios del entorno comercial en los resultados futuros	84
(4) Medidas que se toman ante el cambio del ambiente comercial	85

I – 1. 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 1 y 30 de septiembre de 2020.

4. Grado de respuestas

Se envió la encuesta a 796 empresas, de las cuales 530 respondieron válidamente. (Porcentaje de respuestas del 66,6%).

5. Desglose de las empresas objeto del estudio

	N.º de empresas objeto del estudio (empresas)	N.º de empresas del estudio		Desglose por sector				Desglose por tamaño				Porcentaje de respuestas (%)
		N.º de respuestas (empresas)	Proporción país de ubicación (%)	Manufacturera s (empresas)	Proporción dentro del sector (%)	No manufacturera s (empresas)	Proporción dentro del sector (%)	Grandes empresas	Proporción tamaño empresa (%)	Pequeñas y medianas empresas (empresas)	Proporción tamaño empresa (%)	
México	374	261	49,2	146	55,9	115	44,1	206	78,9	55	21,1	69,8
Venezuela	17	13	2,5	4	30,8	9	69,2	13	100,0	0	0,0	76,5
Colombia	29	26	4,9	12	46,2	14	53,8	23	88,5	3	11,5	89,7
Perú	36	33	6,2	12	36,4	21	63,6	29	87,9	4	12,1	91,7
Chile	70	37	7,0	10	27,0	27	73,0	29	78,4	8	21,6	52,9
Brasil	221	121	22,8	47	38,8	74	61,2	106	87,6	15	12,4	54,8
Argentina	49	39	7,4	14	35,9	25	64,1	36	92,3	3	7,7	79,6
América Latina	796	530	100,0	245	46,2	285	53,8	442	83,4	88	16,6	66,6

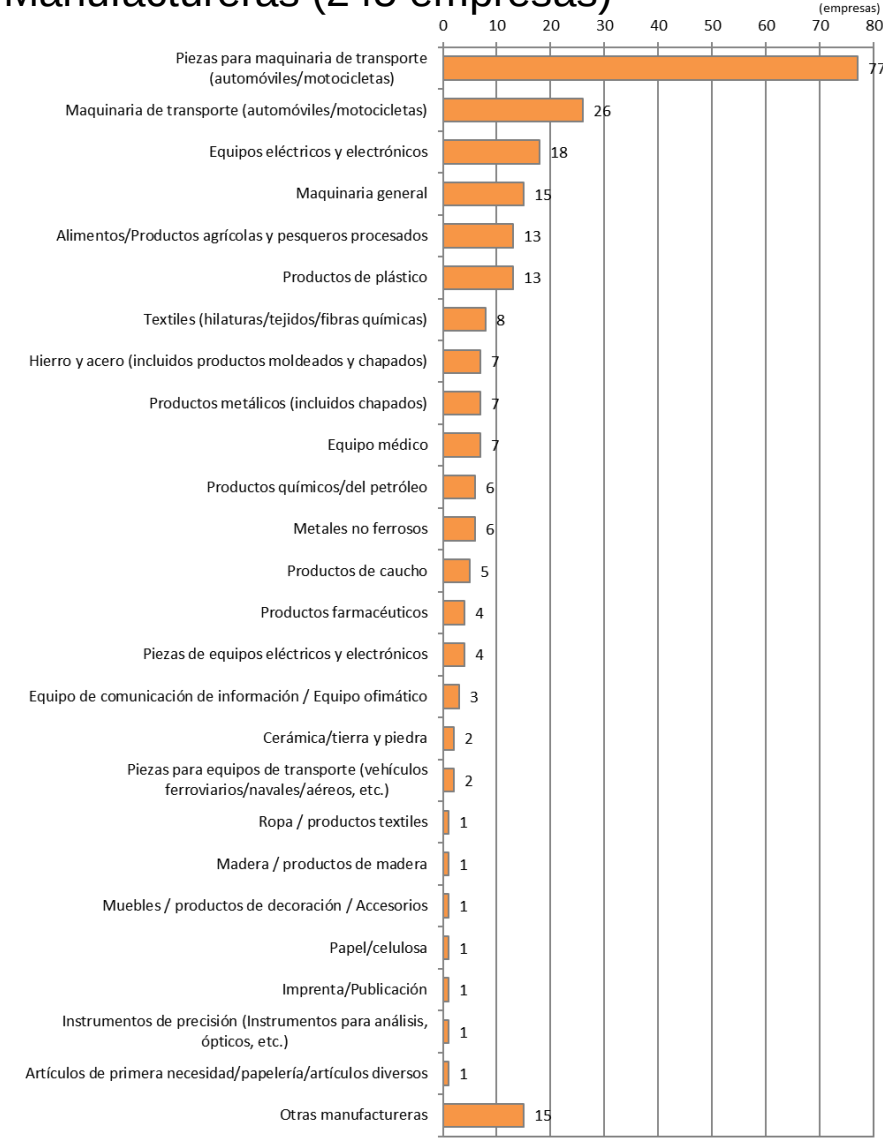
6. Advertencia

El estudio, que comenzó a realizarse en 1999, llega este año a su 21.^a edición. A los porcentajes comprendidos en las tablas y gráficos se les aplica el redondeo, por lo que no siempre suman el 100%. A la vista de la situación actual en Venezuela, las preguntas se han limitado solo a una parte de las cuestiones.

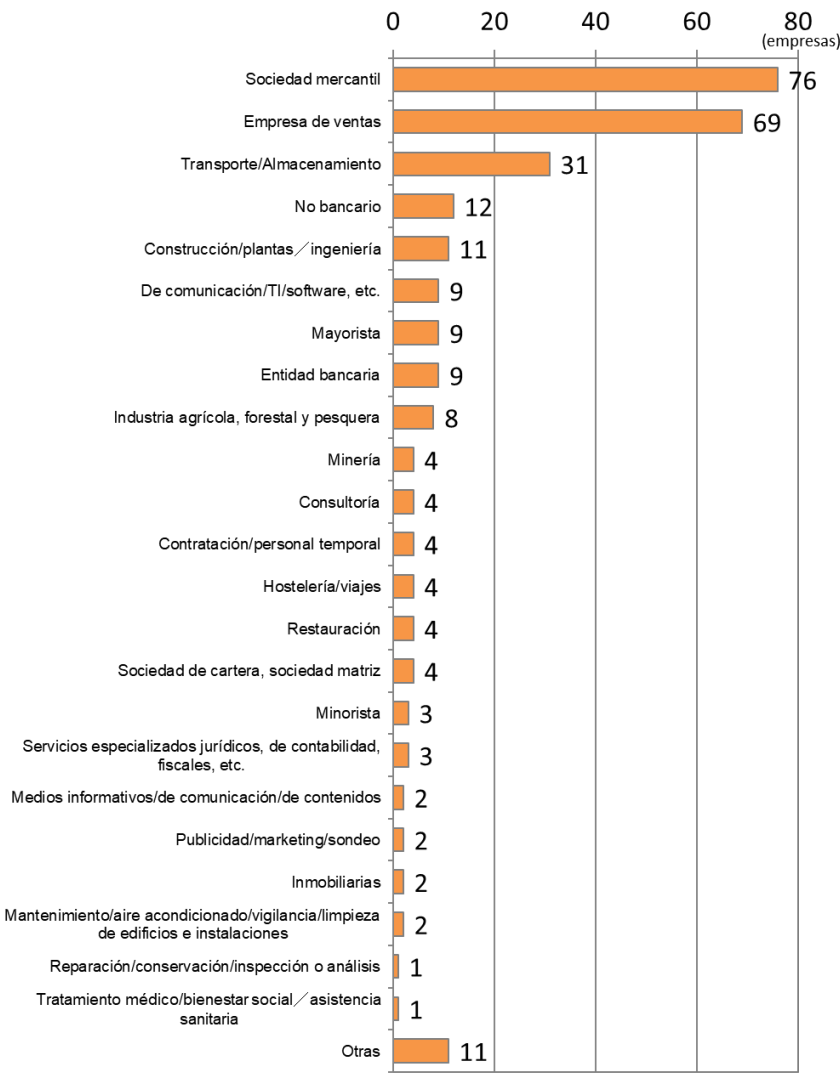
I – 2. Sobre el estudio: Desglose de las empresas que respondieron por ramas industriales

Para todo el conjunto de Latinoamérica

Manufactureras (245 empresas)



No manufactureras (285 empresas)



I – 3. Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

■ Síntesis general

Las expectativas de ganancias para 2020 se han visto afectadas por la COVID-19 y, si lo comparamos con el año anterior, más de la mitad del porcentaje de respuestas ha indicado un empeoramiento en todo el conjunto latinoamericano. Especialmente en Colombia y Perú, que en 2019 tenían una economía saludable, el empeoramiento ha sido significativo. Chile experimentó el menor empeoramiento, debiéndose principalmente a la falta de dinamismo por los cortes en costos de personal, de administración y de luz y gas. En México y Brasil, algo menos del 20% indicó una mejoría respecto al año anterior. En el caso de México, las empresas del sector automovilístico apuntan como razón que el aumento de exportaciones y ventas locales es debido a la "Puesta en marcha de nuevos proyectos" y a la "Creación de nuevos clientes". En Brasil los motivos indicados se resumen en que las restricciones contra la COVID-19 han sido relativamente más suaves, lo que ha permitido que gran parte de la actividad económica haya seguido en marcha, y que, al aumentar la demanda de digitalización en una parte de las empresas, han aumentado las ventas locales.

En cuanto a las ganancias para 2021, salvo algunas excepciones, la mayoría de las empresas espera una gran mejoría en casi todos los países. El índice de difusión (porcentaje que resulta de restar a la mejora el empeoramiento) fue especialmente elevado en Colombia, Brasil y México. En Colombia se espera un incremento como reacción a la bajada sustancial de 2020. En Brasil se prevé la pronta recuperación de la demanda derivada de las grandes contingencias fiscales del gobierno y, en México, la reanudación de las exportaciones a los EE. UU.

Asimismo, se preguntó **si en el futuro tenían previsto revisar los proveedores, la zona de producción, etc.** En el caso de la revisión de proveedores: 42 empresas respondieron que van a revisarlos en México (16% del total de respuestas válidas), y en Brasil, 21 empresas (19%). En México, los principales motivos para la revisión son "Cambio en el ambiente comercial (aranceles adicionales, T-MEC, etc.)" y "Reducción de costos". Para ello, gran parte de las empresas encuestadas respondieron "Reducción de los proveedores japoneses y estadounidenses, aumento de proveedores mexicanos". Además, en la encuesta del año anterior hubo ocho empresas que indicaron que tenían como proveedor a China, mientras que este año solo lo ha hecho una. Durante este último año, se observa cómo ha continuado en cierta medida la mudanza del aprovisionamiento desde China hacia México. En Brasil, la principal razón de la revisión ha venido dada por el "Cambio de divisa". Debido al impacto de la COVID-19, la divisa local ha sufrido una gran depreciación, por lo que aumentaron los costos de importación. Por ello, la mayor parte de las empresas encuestadas buscaron una reducción de costos con el "Aumento de la tasa de aprovisionamiento local".

Entre las empresas que respondieron que llevarían a cabo una revisión de la zona de producción, el mayor porcentaje se obtuvo en México, pero solo lo hicieron 15 empresas (6%), y la mayoría indicó "Traspaso de Japón o EE. UU. a México". Y el motivo de este traspaso en México es "Reorganización en Norteamérica" o "Reducción de costos". Además, en la encuesta del año anterior hubo seis empresas que indicaron que traspasarían la producción de China a México, mientras que este año solo lo ha hecho una. Durante este último año, se observa cómo ha continuado en cierta medida el traspaso de la producción desde China. Sin embargo, una empresa respondió que trasladó su base de México a China. Esto se debió a una solicitud de aumento de precios del proveedor.

I - 3. Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

En cuanto al **impacto de la COVID-19**, en el conjunto de América Latina, alrededor de la mitad de las empresas respondió que han sufrido un impacto negativo. En concreto, este impacto se debe en gran parte a la "Bajada de ventas en el mercado local" y a la "Disminución de las exportaciones". En Brasil, hay que añadir a esto las "Fluctuaciones en el cambio de divisas". Hay muchas empresas que tienen como actividad principal las importaciones y ventas, y han visto incrementados los costos de importación a consecuencia de la depreciación o de la moneda local originada por la COVID-19. Sobre cuándo volverá a la normalidad el entrono comercial tras la COVID-19, en México, Brasil y Argentina la mayor parte respondió que durante la primera mitad de 2021 y en Colombia, Perú y Chile, durante la segunda mitad de 2021.

Las empresas que indicaron que van a hacer una **revisión de las estrategias de ventas a consecuencia de la COVID-19** ascienden a 226 (43%) en el conjunto de América Latina. En lo que respecta a la naturaleza de dicha revisión, salvo en México y Venezuela, el mayor porcentaje de respuesta en todos los países es para "Promoción de ferias virtuales, reuniones de negocios en línea" situándose alrededor del 50%. En Brasil, el 49% señaló "Ferias virtuales y reuniones de negocios en línea", seguido por "Marketing digital o uso de IA" con el 45%. El 33% respondió "Revisión de clientes". Por otro lado, en México fue al contrario y el mayor porcentaje fue para "Revisión de clientes" con un 54%. El 37% indicó "Ferias virtuales y reuniones de negocios en línea", y el 33% "Marketing digital o uso de IA", siendo más bajo que otros países. Más de la mitad de las empresas encuestadas en México son manufactureras y la mayor parte de ellas pertenece al sector automovilístico. Por lo que no es sencillo llevar a cabo reuniones de negocios virtuales ni marketing en línea para piezas de automóviles.

Las empresas que indicaron que van a hacer una **revisión del sistema de administración/gerencia a consecuencia de la COVID-19** ascienden a 248 (47%). Más concretamente, salvo en México y Venezuela, el porcentaje de respuestas totales que indicó "Aumento del teletrabajo" superó el 90%. No obstante, en México ese mismo porcentaje es del 77%. Esto se debe a que más de la mitad de las empresas encuestadas son empresas manufactureras. En México, a diferencia de otros países, fue mayor la cantidad de respuestas para "Racionalización mediante la reducción de personal" (49%). Como consecuencia de una serie de medidas preventivas para evitar la propagación de la pandemia, no hubo más remedio que detener o disminuir la producción, por lo que muchas empresas manufactureras se vieron abocadas a recortar en personal.

■ Síntesis de los principales países

1. México

En México, 42 empresas (16% de respuestas) señalaron una revisión de los proveedores, y 15 empresas, una revisión de la zona de producción (6%). En todos los casos, la mayoría de las respuestas indicaron un cambio/traslado de Japón o EE. UU. a México. Entre las principales razones para esta revisión se encuentran las "Medidas contra el cambio en el ambiente comercial (aranceles adicionales, T-MEC, etc.)" y la "Reducción de costos". Asimismo, fueron pocas las respuestas que indicaron un traslado desde China de los proveedores y la zona de producción. Sin embargo, en la encuesta anterior, puesto que China estaba en segundo lugar por detrás de Japón como proveedor, y en primer lugar como zona de producción, en este último se puede observar cómo se ha hecho efectivo en cierta medida este traslado de China a México (véanse páginas 38-39).

I – 3. Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

En tales circunstancias, la tasa de aprovisionamiento local de materias primas y piezas pasa del 22% de hace dos años y del 25% de la encuesta anterior al 31% este año. Por lo que la tasa de aprovisionamiento desde Japón disminuye. Aunque la tasa de aprovisionamiento desde EE. UU. es casi la misma que el año anterior, es inferior si se compara con la encuesta de hace dos años. La tasa de aprovisionamiento desde China disminuye por segundo año consecutivo. Si bien este cambio desde Japón, EE. UU. y China hacia México es gradual, avanza de forma constante. Si se observa el desglose por aprovisionamiento local, el porcentaje de aprovisionamiento desde empresas japonesas que operan localmente es del 46%, y desde empresas locales es del 42%, lo que hace que la tasa sea la misma que el año previo. A pesar de que la tasa de aprovisionamiento local ha aumentado, la relación entre las empresas japonesas y locales no ha cambiado, por lo que este estudio pone de manifiesto que el desarrollo de las empresas locales por parte de las empresas japonesas que operan en la zona ha avanzado en cierta medida (véanse páginas 71-72).

En cuanto a las ventajas del ambiente de inversión, al igual que en la encuesta anterior, "Escala/crecimiento del mercado", "Bajo costo de la mano de obra" y "Alta concentración de empresas con las que se realizan transacciones" se sitúan en las primeras posiciones con unos porcentajes de respuesta similares al año pasado. En el caso de los riesgos, respecto a la encuesta previa, aumenta el porcentaje de respuesta para "Delitos contra las personas o empresas extranjeras" (49% → 59%), "Inestabilidad cambiaria" (40% → 57%), "Falta de transparencia en la gestión política del gobierno" (47% → 53%). Sin embargo, disminuye el porcentaje de respuesta que indica que suponen un riesgo las "Dificultades para la contratación de personal (especialistas, mandos gerenciales medios)" (32% → 20%), las "Dificultades para la contratación (trabajadores ordinarios, personal de oficina)" (19% → 8%) y la "Subida brusca de los costos de mano de obra" (36% → 26%). Al frenarse la entrada de nuevas empresas japonesas, se han mejorado los problemas de dificultad para asegurar la mano de obra y de aumento de los costos de personal que habían sido evidentes hasta el momento (véase página 62).

En cuanto al impacto del T-MEC, el 50% de las empresas encuestadas (254 empresas) respondió que "No ha habido impacto" y el 30% "No sabe". Los requerimientos para el aprovisionamiento local de automóviles se han vuelto significativamente estrictos. No obstante, esto se debe a la fuerte dependencia de las políticas de los fabricantes de automóviles y a las medidas transitorias que se han introducido hasta 2025. El porcentaje de empresas que respondió "Positivo" es cercano al 10%. Resumiendo las respuestas de estas empresas, tenemos: "Aumento de pedidos a medida que se fomente el aprovisionamiento local de los clientes y se traslade la producción desde fuera de la región". El porcentaje de que responde "Negativo" es un poco más del 10%. Se puede resumir el resto de las respuestas en: "Aumento de costos para cumplir las reglas de origen" y "Surgimiento de costos aduaneros por no cumplir dichas reglas" (véase página 81). Además, con respecto a los problemas de aplicación de los TLC y AAE, la mayoría de las empresas que aplican el T-MEC indicaron como problema las reglas de origen. Más concretamente fueron "La comprobación del estado de funcionamiento de las reglas de origen de las empresas acarrea demasiado tiempo" y la "Escasez de personal dentro de la empresa que pueda atender esto" (véase página 73).

2. Brasil

En lo que respecta a las "Expectativas de resultados operativos para 2020" en Brasil, el porcentaje que indica una "Ganancia" es el mayor (52%) de entre todos los países. A pesar de que Brasil también se ha visto muy afectado por la pandemia de la COVID-19, ha influido igualmente que se desarrollara una gran cantidad de actividades económicas debido a unas medidas restrictivas más laxas (véase página 10). Brasil se sitúa en segunda posición, por detrás de Colombia, con el índice de difusión más alto en lo que respecta a las "Expectativas de resultados operativos para 2021". Muchas de las empresas encuestadas creen que las grandes contingencias fiscales del gobierno tendrán como resultado una recuperación económica a partir del 2021 (véase página 20).

I – 3. Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

En cuanto al impacto de la COVID-19, el porcentaje de empresas que señala "Expectativas de normalización de actividades comerciales en la primera mitad de 2021" corresponde al 39% (46 empresas), siendo el mayor de entre todos los países objeto del estudio (véase página 46). Como uno de los motivos, sube a 69 (representando el 57% del total de empresas encuestadas) el número de empresas que respondió "Se realizará" o "Se ha realizado" una "Revisión de las estrategias de venta" a consecuencia de la COVID-19. Entre las medidas puestas en marcha, las más populares fueron "Utilización de ferias virtuales, reuniones de negocios en línea" (34 empresas, 49%) o "Digitalización" (31 empresas, 45%). En cuanto al período de puesta en marcha de la "Utilización de ferias virtuales, reuniones de negocios en línea" o "Digitalización", 30 de esas 34 empresas primeras y 20 de las otras 31 empresas respondieron que se implantaron después del inicio de la pandemia. Se puede observar que hay cierta cantidad de empresas que están digitalizándose, incluso dentro del sector manufacturero, debido al impacto de la COVID-19. En este sentido, existe una clara diferencia con las empresas japonesas que operan en México, donde hay muchas manufactureras vinculadas al sector de la automoción que tienen más difícil el uso de los métodos virtuales (véanse páginas 49-51).

También se observa en Brasil una revisión positiva en cuanto al "Sistema de administración o gestión". En lo que se refiere a la "Revisión del sistema de administración/gerencia a consecuencia del impacto de la COVID-19", el 90% (63 empresas) respondieron "Aumento del teletrabajo". Al comienzo de la pandemia en marzo, se flexibilizó parte de la Legislación Laboral unificada en la que hasta la fecha, para poder teletrabajar, era necesario celebrar un contrato, pero ahora se puede notificar por escrito o a través de correo electrónico. Como consecuencia de esta medida se puede observar que sigue aumentando el teletrabajo (véase página 58).

A la pregunta relacionada con el uso de TLC/AAE, el mayor problema con las importaciones que se indica es para "Inexistencia de TLC/AAE con el principal país destino de la importación" (50%). En este momento no existen acuerdos con Japón, pero, si los hubiera, alrededor del 30% de las empresas responde que "Les gustaría usarlos", tanto para las exportaciones como para las importaciones (véase página 77).

3. Argentina

En Argentina, en diciembre de 2019 dio inicio la nueva Administración del presidente Alberto Fernández de centroizquierda. Se evidencia un deterioro del entorno empresarial, teniendo como ejemplo el endurecimiento del control de las importaciones y de la regulación sobre la compra de divisas que impuso el gobierno. Debido a la propagación de la pandemia del coronavirus, la recesión económica es inevitable por la prolongada restricción a la circulación de más de 6 meses llevada a cabo. En este contexto, de entre las empresas que indican "Empeoramiento" en las expectativas de resultados operativos para 2020, el 18% de las encuestadas respondió "Reducción de más del 90%", situándose en segundo lugar por detrás de Colombia (véase página 16).

Como puede observarse, en "Ventajas del ambiente de inversión" la mayor tasa de respuesta (29%) corresponde a "Escala/crecimiento del mercado", y en un mercado local grande como la Argentina, el empeoramiento de la economía nacional afecta en gran medida a los negocios. Es por ello que entre los motivos de "Empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2020" las respuestas más elegidas fueron "Disminución de la facturación en el mercado local" (88%) y "Fluctuación del tipo de cambio" (59%). (Véanse página 68 y página 17).

I – 3. Sobre el estudio: Síntesis de los resultados

Más del 70% de las empresas seleccionaron "Disminución de la facturación en el mercado local" como "Impacto negativo" de la COVID-19. Se cree que la cuarentena tan prolongada en tiempo ha supuesto un gran impacto (véase página 43). En cuanto a la "Expectativa de resultados operativos para 2021", aumenta a 17 el número de empresas que indican "Mejora" respecto a 2020, y se espera una recuperación una vez se calme la crisis del coronavirus (véase página 20).

4. Chile

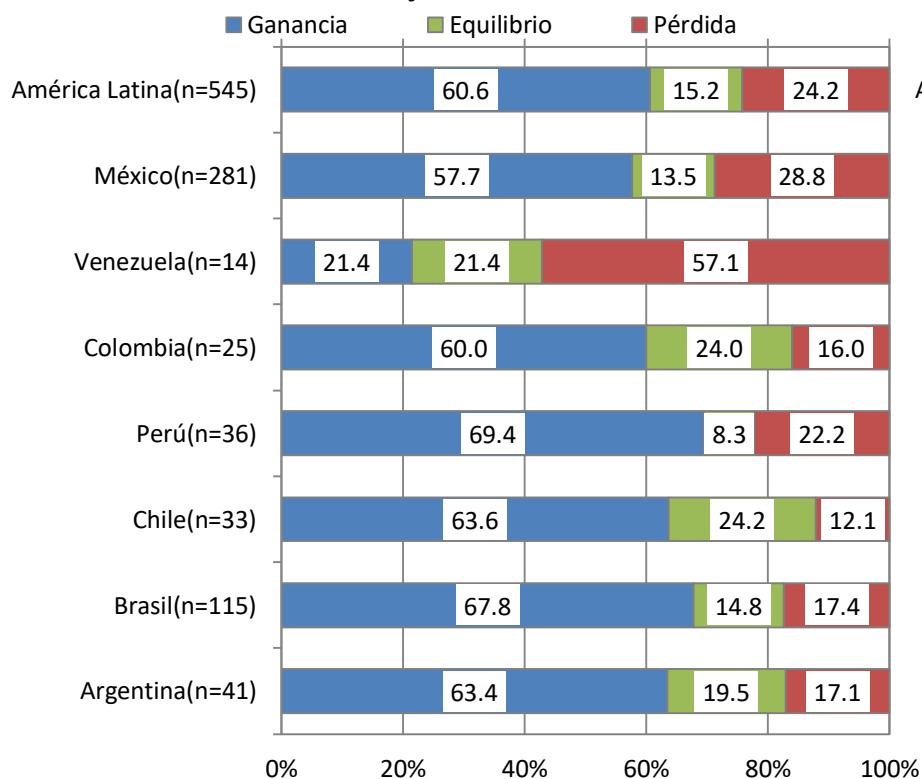
En octubre de 2019 estalló una gran manifestación contra el gobierno. Las manifestaciones se fueron calmando a medida que se establecían las restricciones a las salidas para evitar la propagación del coronavirus. No obstante, a partir del tercer trimestre de 2020, cuando se relajaron dichas medidas restrictivas, estas volvieron a surgir. Como respuesta a esta situación, aumenta drásticamente el número de empresas japonesas (43% → 81%) respecto al año anterior que indica "Situación política/social inestable" como "Desventaja del ambiente de inversión". El porcentaje que eligió "Situación política/social inestable" como desventaja es muy elevado, solo por detrás de Venezuela y Argentina, en las cuales la agitación social y económica continúa, situándose en un valor excepcionalmente elevado para el conjunto de América Latina. Ante esta situación, los manifestantes reclaman que para que se produzca una mejora de las diferencias sociales y eliminar el descontento entre la población el gobierno debería tratar de modificar las medidas neoliberalistas que lleva aplicando durante los últimos 30 años, lo cual puede suponer una causa de preocupación para las empresas japonesas. Por otro lado, el 46% de las empresas indicó "Situación política/social estable" como "Ventaja del ambiente de inversión", siendo la disminución interanual todavía alta en comparación con otros países de América Latina. Se puede ver que si bien se prevé una inestabilidad a corto y medio plazo, esta se estima que se estabilice a largo plazo (véase página 66).

II – 1 – (1) Expectativas de resultados operativos para 2020

- En comparación con el año anterior, disminuyen todos los países que esperan una ganancia y aumenta los que esperan una pérdida.
- Es significativa la disminución de las expectativas de ganancia en Colombia y Perú. Además de la bonanza del año anterior, es probable que también hayan influido las estrictas medidas limitadoras de la movilidad durante un largo período para evitar la propagación del coronavirus.
- El porcentaje que responde "Pérdida" en Brasil es el que más aumenta (17,4% → 30,8%). Con todo, el porcentaje de respuesta que señala "ganancia" es el más elevado de entre todos los países, y las actividades económicas, a pesar de verse afectadas por la pandemia del coronavirus, se desarrollaron sin la necesidad de un confinamiento.
- En México disminuyen las respuestas que indican "ganancia" con respecto a los dos últimos años 2019 y 2020, y aumentan para "Pérdida".

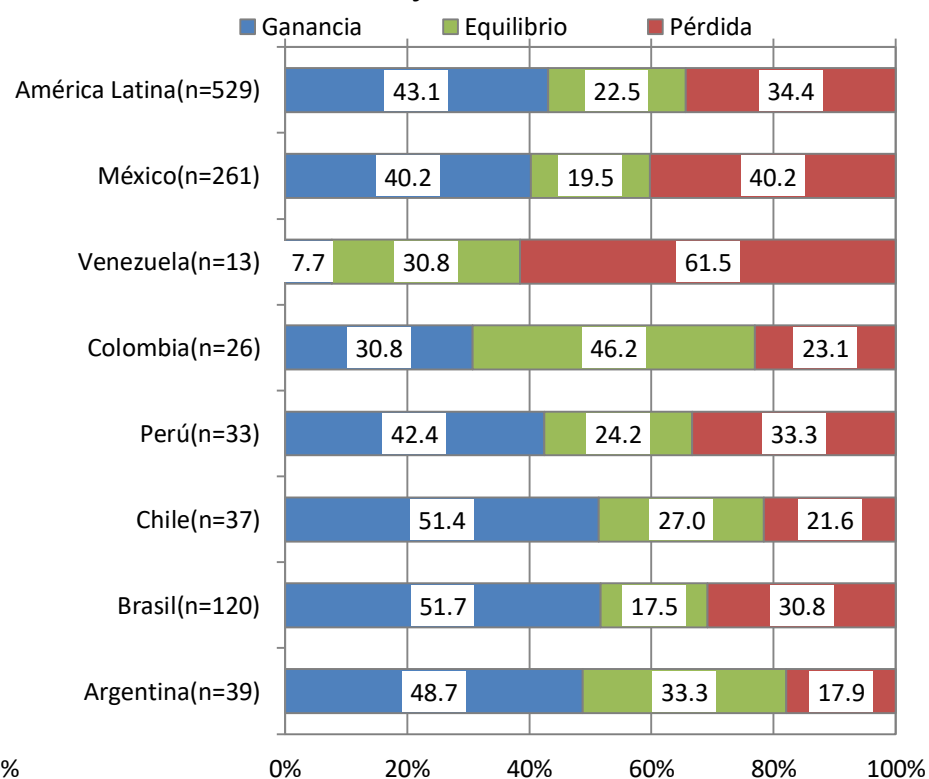
Expectativas de resultados operativos para 2019

(Estudio del ejercicio fiscal 2019)



Expectativas de resultados operativos para 2020

(Estudio del ejercicio fiscal 2020)

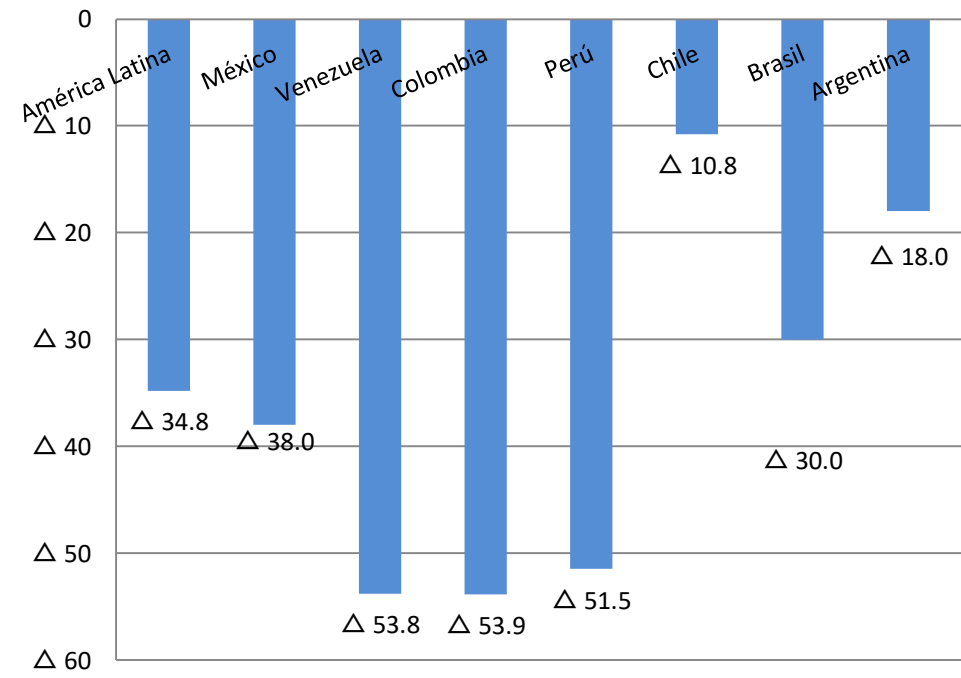


II – 1 – (2) Expectativas de resultados operativos para 2020 (comparativa interanual)

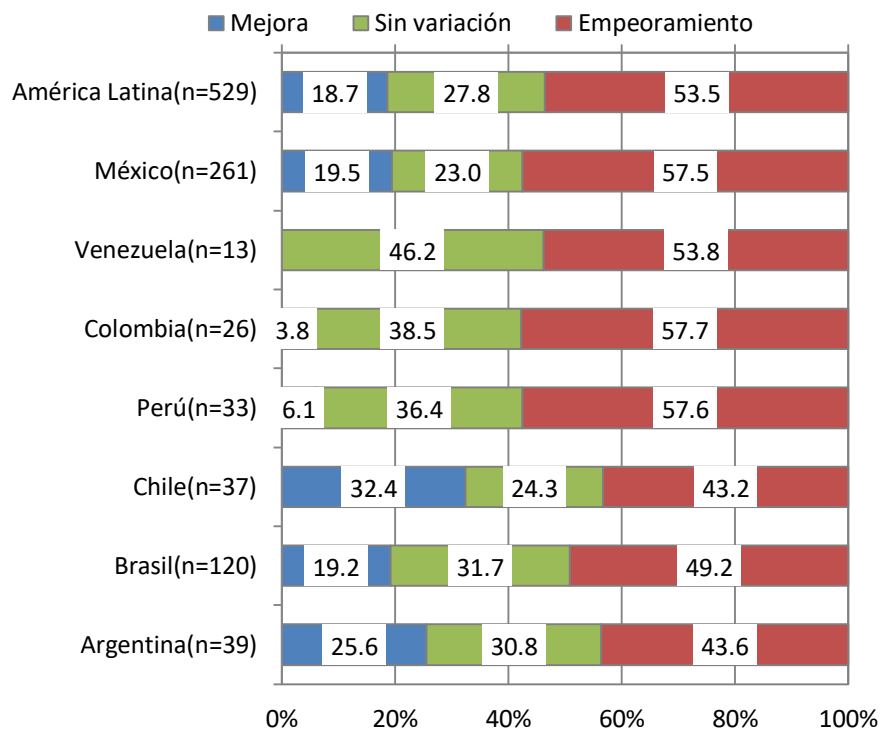
- En todos los países se muestra un índice de difusión negativo. Con respecto al año previo, disminuye un 15,4% las empresas que indican "Mejora" en las expectativas de resultados operativos; sin embargo, aumenta el 23,8% el que responde "Empeoramiento".
- Colombia y Perú obtienen el índice de difusión negativo más amplio, que probablemente, además de la fortaleza económica que vivían en 2019, se deba a las estrictas medidas de aislamiento contra la COVID-19.
- De las 51 empresas encuestadas en México que señalan "Mejora", 32 son manufactureras y 19 son no manufactureras.
- El índice de difusión negativo de Chile es el más bajo. Esto se debe principalmente a que mejoran las expectativas de resultados operativos por el recorte de costos de personal, de administración y gas y luz.

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"

ID para 2020 por países

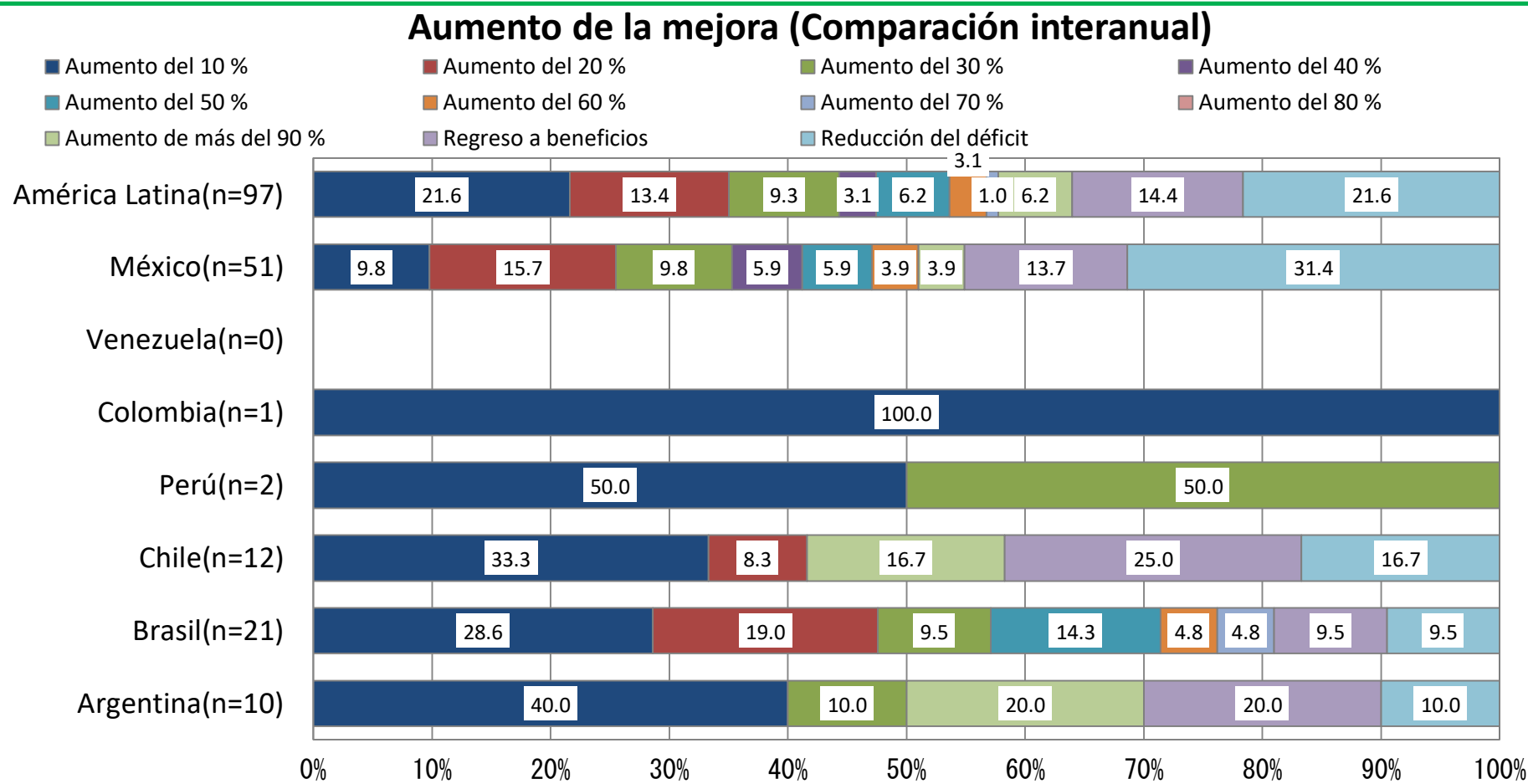


Expectativas de resultados operativos para 2020 (comparativa año anterior)



II – 1 – (3) Aumento de las mejoras en las expectativas de resultados operativos para 2020

- Para todo el conjunto de América Latina, entre las empresas que indicaron una "Mejora" en las expectativas de resultados operativos para 2020, el porcentaje que responde "Subida de ganancias de entre el 10-20%" se sitúa en el 35%.
- Asimismo, también hay muchas respuestas que señalan "Regreso a beneficios" y "Reducción del pérdida", alcanzando el 36% del total.
- En México el 30% de las respuestas fue para "Mejora respecto al año anterior, pero en realidad solo se ha reducido el pérdida".
- En Venezuela, al igual que el año pasado, no ha habido ninguna empresa que haya respondido "Mejora" en las expectativas de resultados operativos.



II – 1 – (4) Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2020

- En el conjunto de América Latina, las empresas que señalaron la "Reducción de otros gastos (costos de administración, energía y combustible, etc.)" aumenta un 26,5% con respecto a la encuesta anterior. De entre las empresas que indicaron que realizarán una "Reducción de gastos", un 67,6% respondió que es "Debido a la pandemia de la COVID-19". En muchos países de América Latina se establecieron confinamientos y se cree que muchas empresas frenaron los gastos debido a la reducción de la jornada laboral de los empleados.
- Salvo Chile y Perú, donde hubo muchos que "Reducieron otros gastos", en todos los países se obtuvo el mayor resultado para "Aumento de la facturación en el mercado local".
- En México, dos tercios de las encuestadas (33 empresas) trabajan para el sector de la automoción. Las ventas se hacen dentro del territorio nacional, pero acaban exportándose a los EE. UU. Incluso disminuyendo la demanda en EE. UU., entre los muchos motivos para una "Mejora de las ganancias" se indicaron "Puesta en marcha de nuevos proyectos y modelos", "Creación de nuevos clientes", etc.
- En Brasil, 9 de las 15 empresas encuestadas respondieron que había "Otros factores" y esperan mejorar su previsión de resultados operativos debido a factores que no están relacionados directamente con la COVID-19.

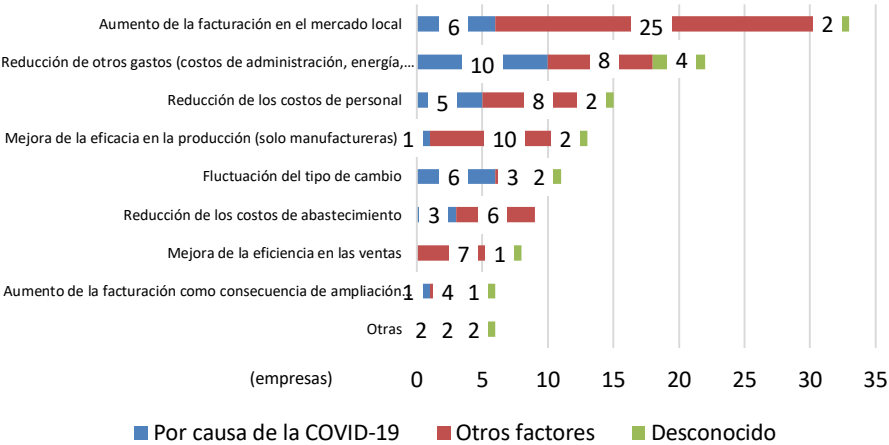
Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2020 (Respuestas múltiples)

(Unidad: %)

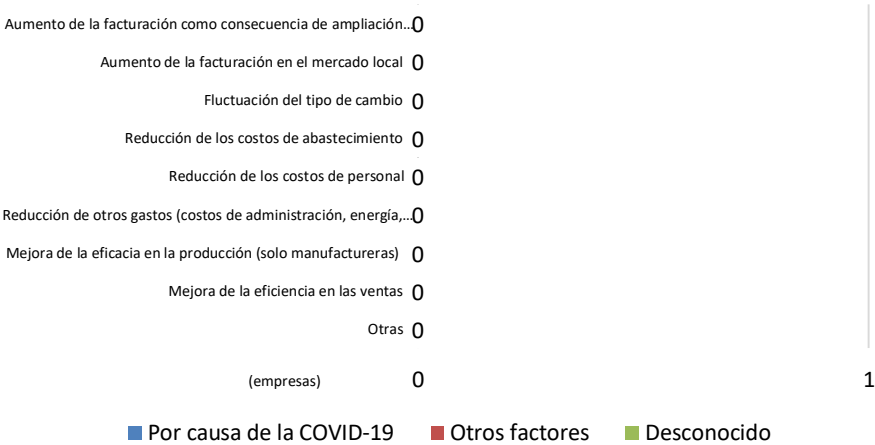
	Aumento de la facturación como consecuencia de ampliación de las exportaciones	Aumento de la facturación en el mercado local	Fluctuación del tipo de cambio	Reducción de los costos de aprovisionamiento	Reducción de los costos de personal	Reducción de otros gastos (costos de administración, energía, etc.)	Mejora de la eficacia en la producción (solo manufactureras)	Mejora de la eficiencia en las ventas	Otras
Total América Latina (n=97 empresas)	12,4	61,9	22,7	16,5	33,0	45,4	19,6	14,4	9,3
México (n=50 empresas)	12,0	66,0	22,0	18,0	28,0	40,0	26,0	16,0	12,0
Venezuela (n=0 empresas)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Colombia (n=1 empresas)	0,0	100,0	100,0	0,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0
Perú (n=2 empresas)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0
Chile (n=12 empresas)	33,3	16,7	41,7	25,0	41,7	58,3	8,3	8,3	16,7
Brasil (n=22 empresas)	9,1	68,2	13,6	13,6	40,9	40,9	13,6	13,6	4,5
Argentina (n=10 empresas)	0,0	90,0	20,0	10,0	30,0	60,0	10,0	0,0	0,0

II – 1 – (4) Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2020 (Por países 1)

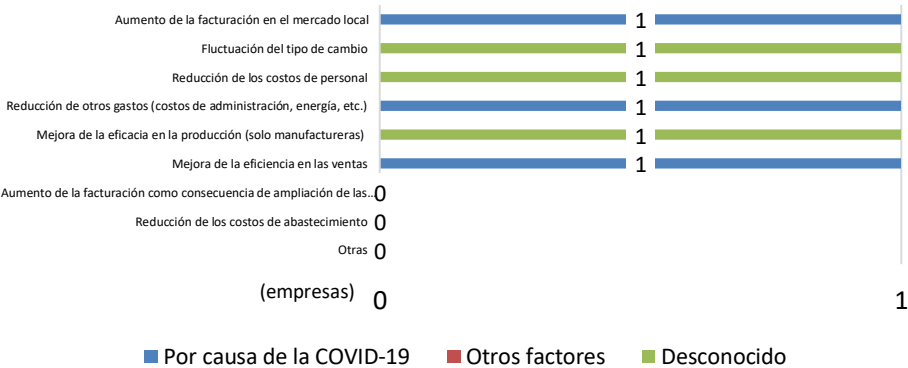
Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: México (n=50)



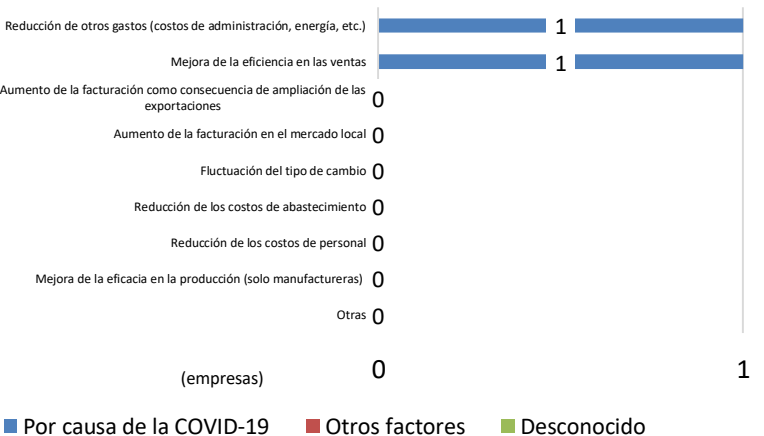
Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: Venezuela (n=0)



Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: Colombia (n=1)

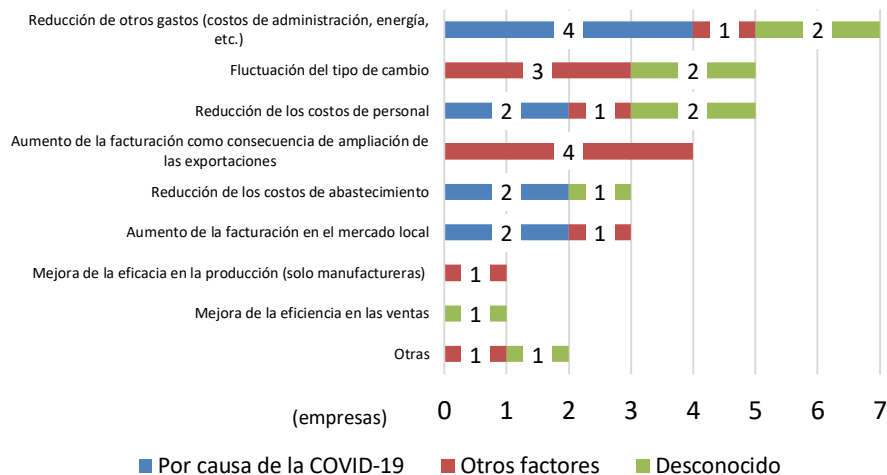


Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: Perú (n=2)

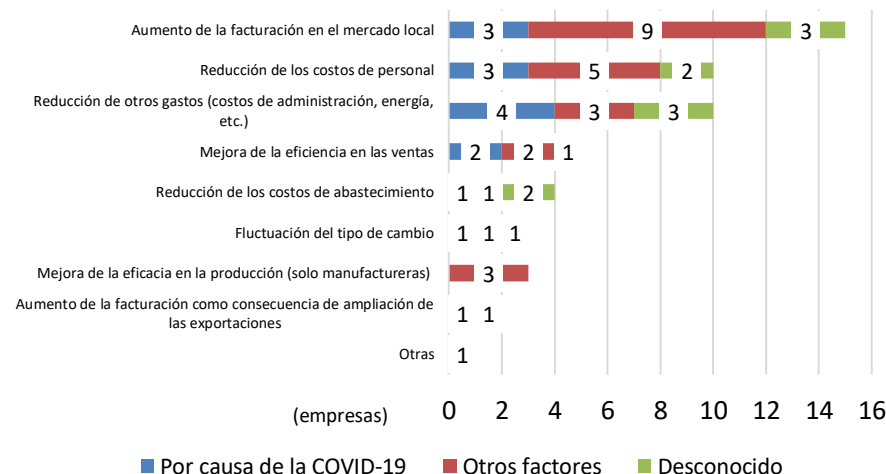


II – 1 – (4) Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2020 (Por países 2)

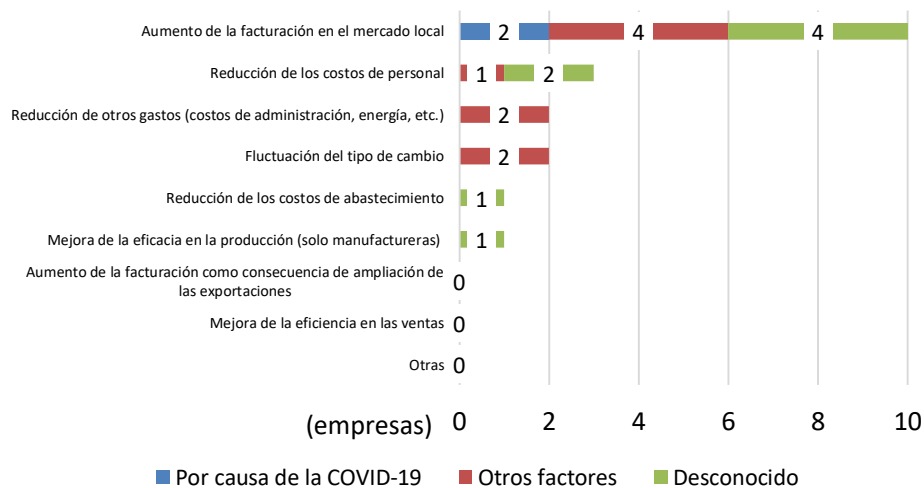
Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: Chile (n=12)



Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: Brasil (n=22)



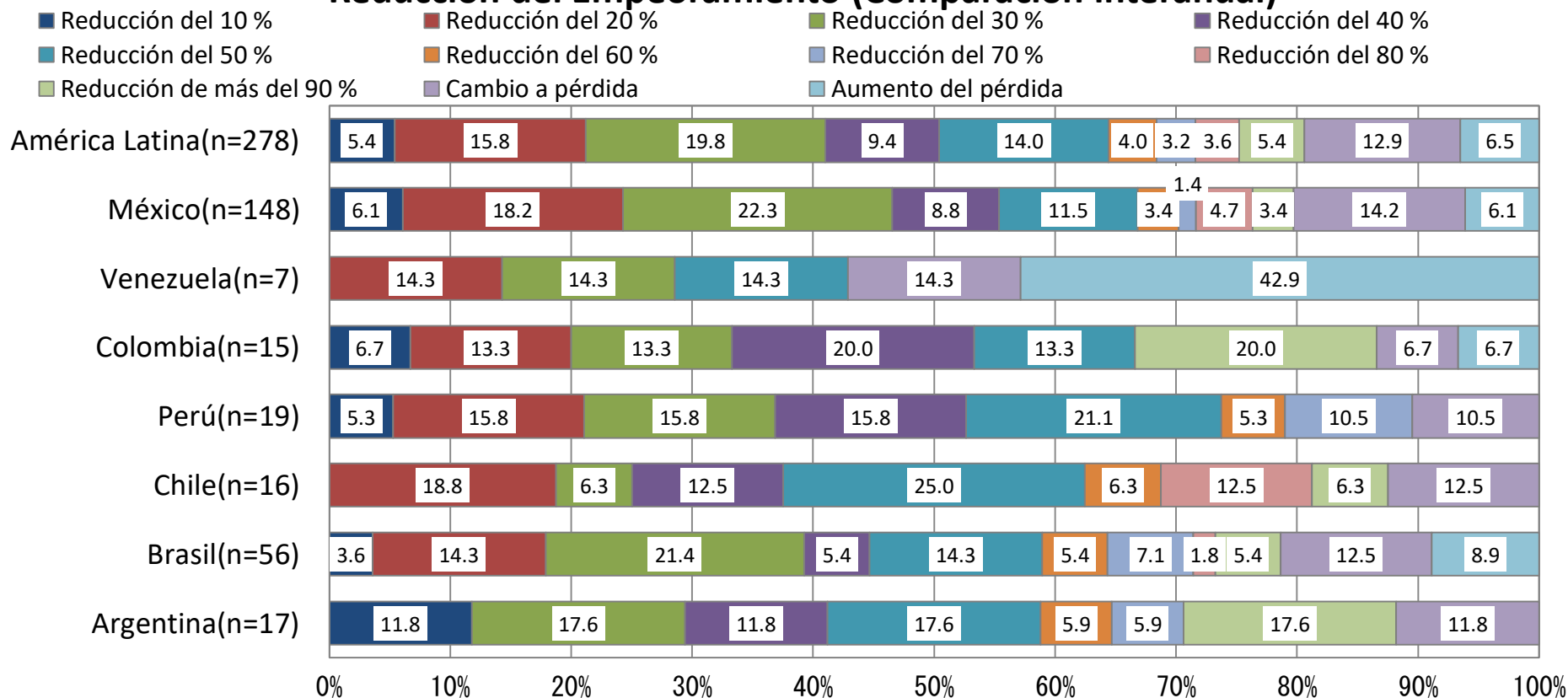
Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: Argentina (n=10)



II – 1 – (5) Reducción del empeoramiento en las expectativas de resultados operativos para 2020

- En el conjunto de América Latina, el mayor porcentaje de respuesta (19,8%) corresponde a "Reducción del 30%".
- Colombia y Argentina muestran el mayor porcentaje de repuesta para "Reducción de más del 90%" respecto al resto de países. Esto se debe a que la mayor parte de empresas están relacionadas con el sector de la automoción.
- En Perú y Chile, la respuesta mayoritaria es "Reducción del 50%", y en ambos indican como motivo el "Escaso dinamismo de las exportaciones" y la "Disminución de la facturación en el mercado local".

Reducción del Empeoramiento (Comparación interanual)



II – 1 – (6) Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2020

- El mayor porcentaje de respuesta para los motivos de empeoramiento de las expectativas de resultados operativos en todos los países es para "Disminución de la facturación en el mercado local". De las empresas que indicaron "Disminución de la facturación en el mercado local", el 96,8% respondió que fue "Por causa de la COVID-19".
- Aumenta un 8,5% con respecto al año anterior "Disminución de la facturación por escaso dinamismo de las exportaciones". Y también entre las empresas que eligieron dicho motivo, el 98,9% respondió que fue "Por causa de la COVID-19".
- En México, algo menos del 90% (130 empresas) eligió "Disminución de la facturación en el mercado local", de los cuales el 60% correspondió al sector manufacturero. Muchos de los productos relacionados con los automóviles acaban exportándose finalmente a los EE. UU. Si incluimos "Disminución de la facturación como consecuencia del escaso dinamismo de las exportaciones" (34,7%, 52 empresas), se puede decir que el principal motivo de empeoramiento de los resultados operativos es debido a la disminución de la demanda de automóviles en EE. UU. a consecuencia del COVID-19.
- En Colombia aumentó un 15% con respecto al año previo el número de empresas que indicó "Fluctuación del tipo de cambio". Se considera que el empeoramiento de las expectativas de ganancias, especialmente para las empresas importadoras, se debe a la subida del dólar y la bajada del peso que vino acompañada por la caída del precio del petróleo.
- En Venezuela y Argentina, donde la economía ya mostraba signos de estancamiento antes de la pandemia, un gran porcentaje de las empresas encuestadas señaló que hay otros motivos aparte de la pandemia de la COVID-19 para el empeoramiento de las expectativas de resultados operativos.

Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2020

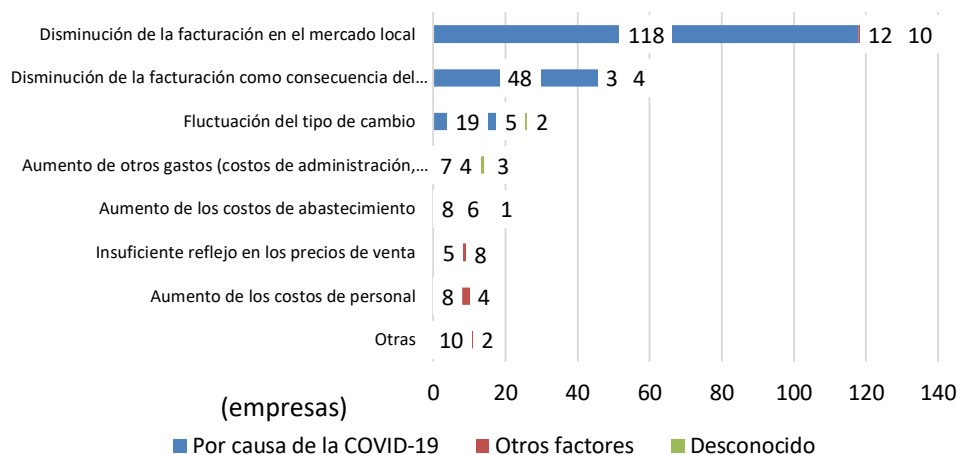
(Respuestas múltiples)

(Unidad: %)

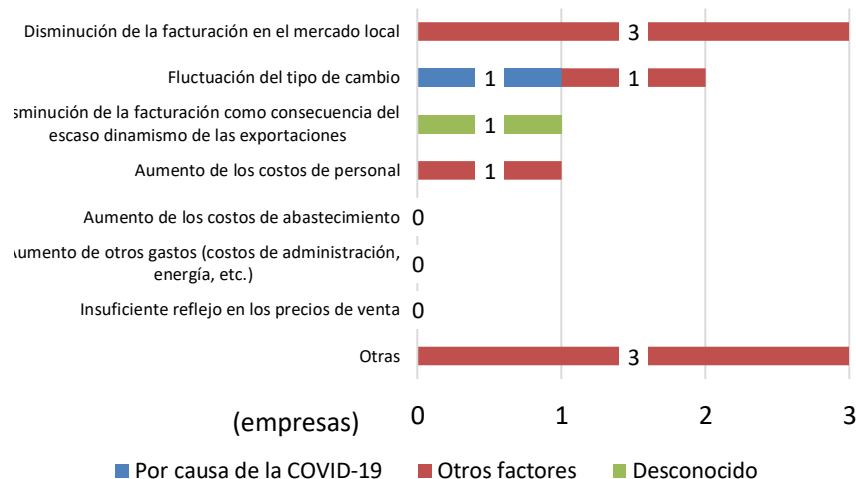
	Disminución de la facturación como consecuencia del escaso dinamismo de las exportaciones	Disminución de la facturación en el mercado local	Fluctuación del tipo de cambio	Aumento de los costos de aprovisionamiento	Aumento de los costos de personal	Aumento de otros gastos (costos de administración, energía, etc.)	Insuficiente reflejo en los precios de venta	Otras
N.º Total (n=282 empresas)	32,6	82,6	27,7	15,2	8,5	7,4	11,0	10,6
México (n=150 empresas)	34,7	86,7	16,0	8,7	6,7	9,3	7,3	8,0
Venezuela (n=7 empresas)	14,3	42,9	28,6	0,0	14,3	0,0	0,0	42,9
Colombia (n=15 empresas)	40,0	93,3	40,0	13,3	20,0	6,7	13,3	6,7
Perú (n=19 empresas)	26,3	78,9	10,5	15,8	0,0	5,3	10,5	15,8
Chile (n=16 empresas)	31,3	56,3	12,5	0,0	0,0	0,0	25,0	12,5
Brasil (n=58 empresas)	24,1	81,0	55,2	36,2	8,6	5,2	17,2	13,8
Argentina (n=17 empresas)	52,9	88,2	58,8	23,5	29,4	11,8	11,8	5,9

II – 1 – (6) Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2020 (Por países 1)

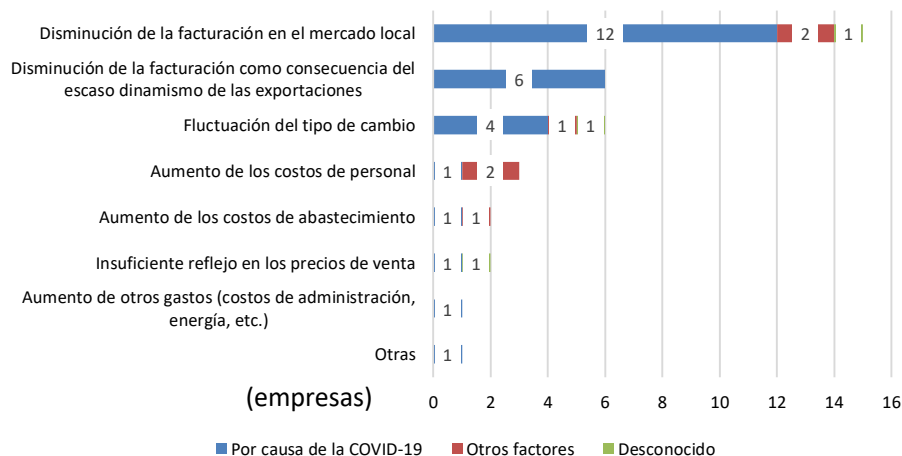
Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: México (n=150)



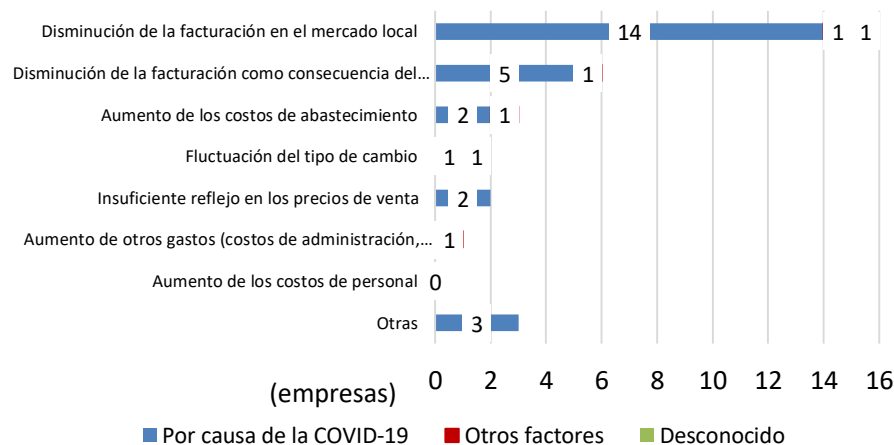
Motivos de empeoramiento en las expectativas de resultados operativos para 2020: Venezuela (n=7)



Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: Colombia (n=15)

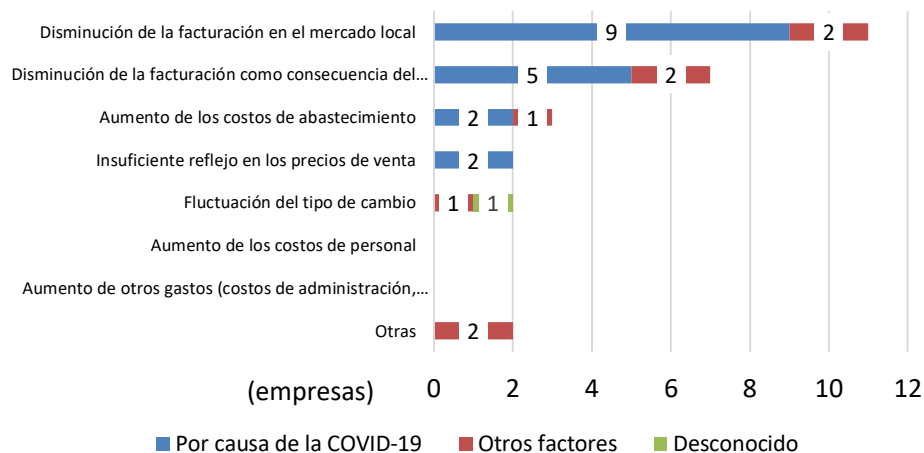


Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: Perú (n=19)

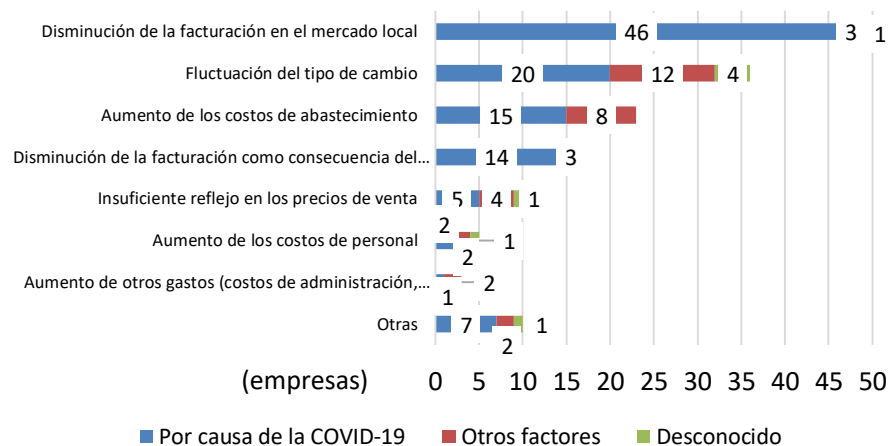


II – 1 – (6) Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2020 (Por países 2)

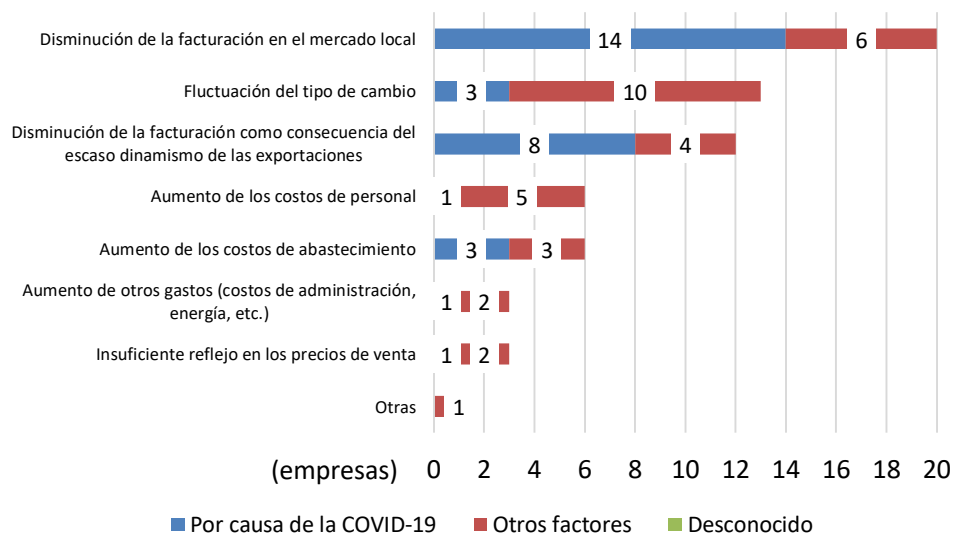
Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: Chile (n=16)



Motivos de mejora en las expectativas de resultados operativos para 2020: Brasil (n=58)



Motivos de empeoramiento en las expectativas de resultados operativos para 2020: Argentina (n=17)

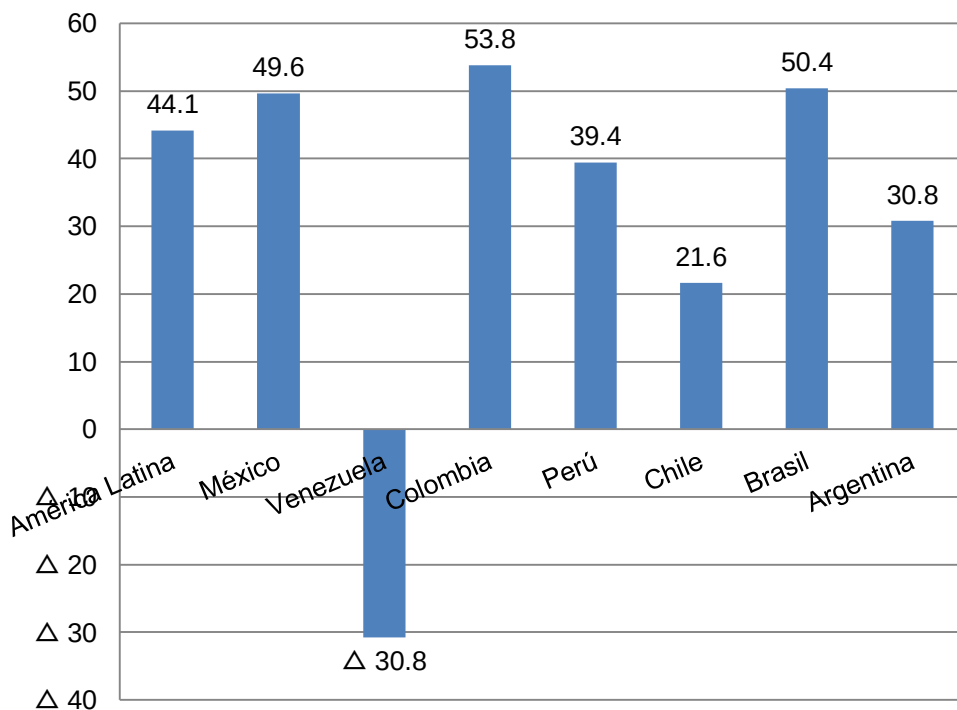


II – 2 – (1) Expectativas de resultados operativos para 2021 (comparativa interanual)

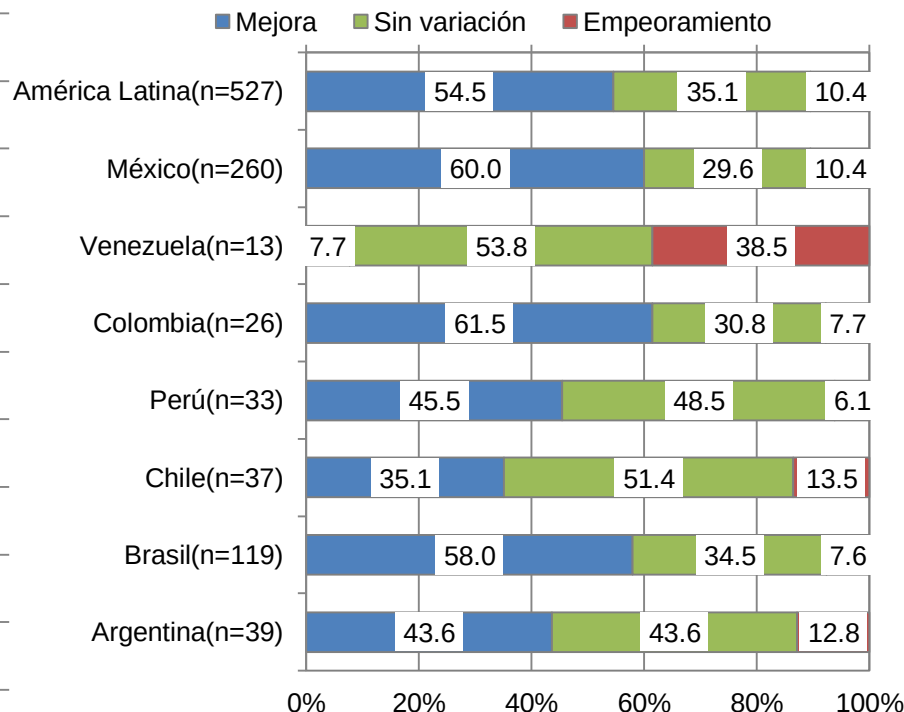
- Al contrario que en 2020, en todos los países aumentan las empresas que señalan que en 2021 sus expectativas de resultados operativos serán mejores que en 2020. Se cree que esto se debe a que, en muchos países de América Latina desde el tercer trimestre, parece que la pandemia está remitiendo y se ha reanudado la actividad económica.
- Los países con el índice de difusión más alto son Colombia, Brasil y México.
- En Colombia ha aumentado como resultado de la fuerte bajada de las perspectivas para 2020. En Brasil se espera un cambio de tendencia rápido en la economía debido a el estímulo fiscal y en México que se reanuden las exportaciones a los EE. UU.

Índice de difusión (ID): Valor que se obtiene restando de la proporción de empresas que prevén "mejora" para 2021 con respecto al año anterior a la proporción de empresas que prevén "empeoramiento"

ID para 2021 por países



Expectativas de resultados operativos para 2021 comparadas con 2020



II – 2 – (2) Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021

- Para todo el conjunto de América Latina, el porcentaje de empresas que indicó "Mejora" asciende al 54,5%.
- En el conjunto de América Latina, el porcentaje de quienes eligieron "Aumento de la facturación en el mercado local" como motivo de mejora es el más alto (82,6%) y, salvo en Venezuela, en todos los países se sitúa en torno al 70-80%. Se cree que hay esperanzas de que se recupere el consumo en todos los países en 2021.
- Alrededor del 30% eligió "Aumento de la facturación como consecuencia de ampliación de las exportaciones" en el conjunto de países latinoamericanos. Este porcentaje es especialmente alto en México (35,9%), Colombia (31,3%) y Chile (30,8%).
- En el caso de México, el "Aumento de la facturación en el mercado local" se sitúa en primera posición con un 80%, pero el 60% de las encuestadas eran manufactureras y la mayoría están vinculadas al sector automovilístico. Muchos de los productos que fabrican estas empresas acabarán exportándose a los EE. UU. Al considerar el "Aumento de la facturación como consecuencia de ampliación de las exportaciones", se puede decir que la confianza de que aumente la demanda de automóviles en EE. UU. es el principal motivo para esperar una mejora en los resultados operativos.

Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021

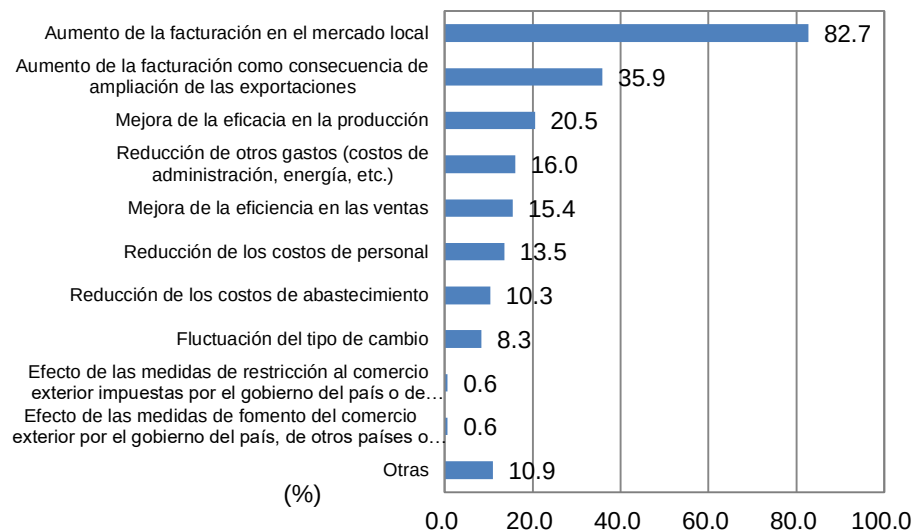
(Unidad: %)

(Respuestas múltiples)

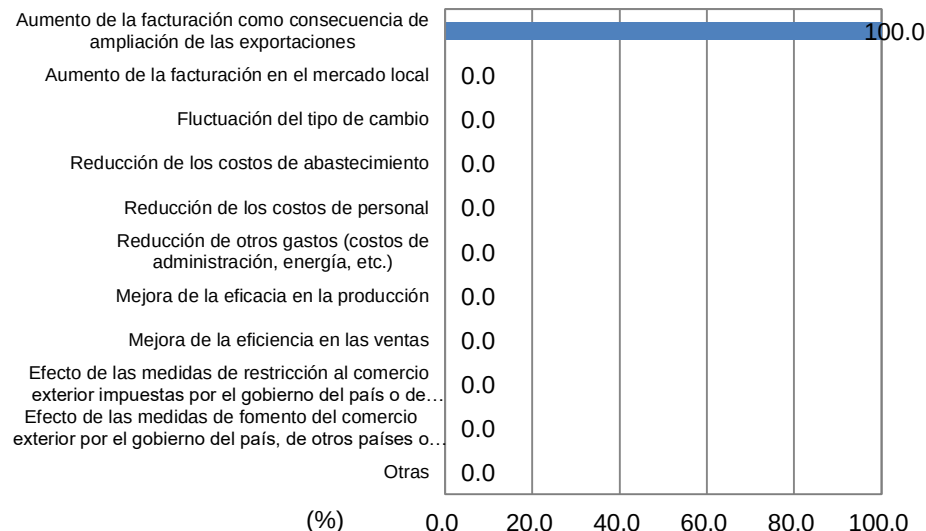
	Aumento de la facturación como consecuencia de ampliación de las exportaciones	Aumento de la facturación en el mercado local	Fluctuación del tipo de cambio	Reducción de los costos de aprovisionamiento	Reducción de los costos de personal	Reducción de otros gastos (costos de administración, energía, etc.)	Mejora de la eficacia en la producción (solo manufactureras)	Mejora de la eficiencia en las ventas	Efecto de las medidas de restricción al comercio exterior impuestas por el gobierno del país o de otros países	Efecto de las medidas de fomento del comercio exterior por el gobierno del país, de otros países o de un conjunto de países: eliminación de aranceles, entrada en vigor de TLC/AEE, etc.	Otras
Total América Latina (n=287 empresas)	29,6	82,6	7,3	7,7	14,3	16,7	17,4	17,4	0,7	0,3	11,1
México (n=156 empresas)	35,9	82,7	8,3	10,3	13,5	16,0	20,5	15,4	0,6	0,6	10,9
Venezuela (n=1 empresas)	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Colombia (n=16 empresas)	31,3	75,0	0,0	0,0	12,5	25,0	12,5	12,5	0,0	0,0	12,5
Perú (n=15 empresas)	20,0	86,7	0,0	0,0	6,7	0,0	6,7	40,0	0,0	0,0	6,7
Chile (n=13 empresas)	30,8	69,2	0,0	15,4	23,1	30,8	7,7	30,8	0,0	0,0	7,7
Brasil (n=69 empresas)	18,8	88,4	8,7	4,3	17,4	18,8	14,5	18,8	0,0	0,0	14,5
Argentina (n=17 empresas)	17,6	76,5	11,8	5,9	11,8	11,8	23,5	5,9	5,9	0,0	5,9

II – 2 – (2) Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021 (Por países 1)

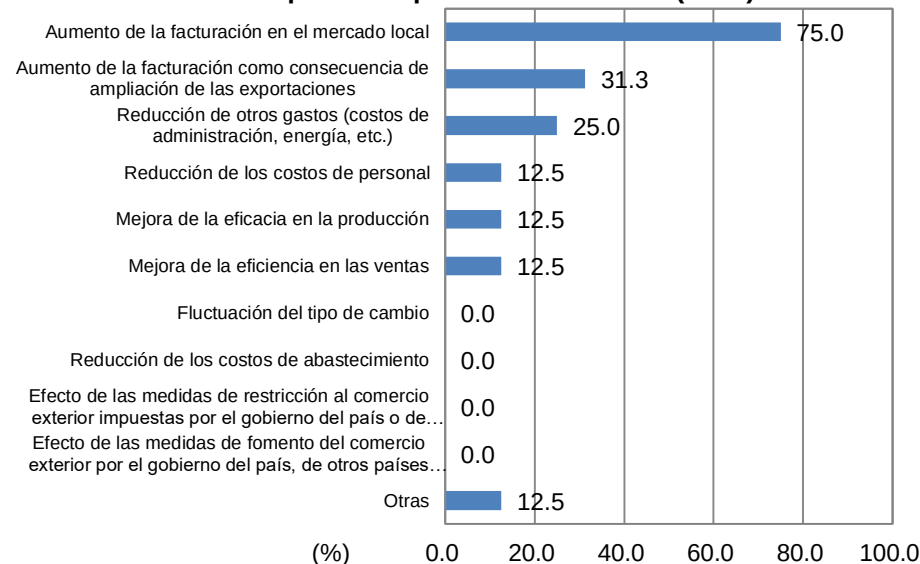
Motivos para la mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021: México(n=156)



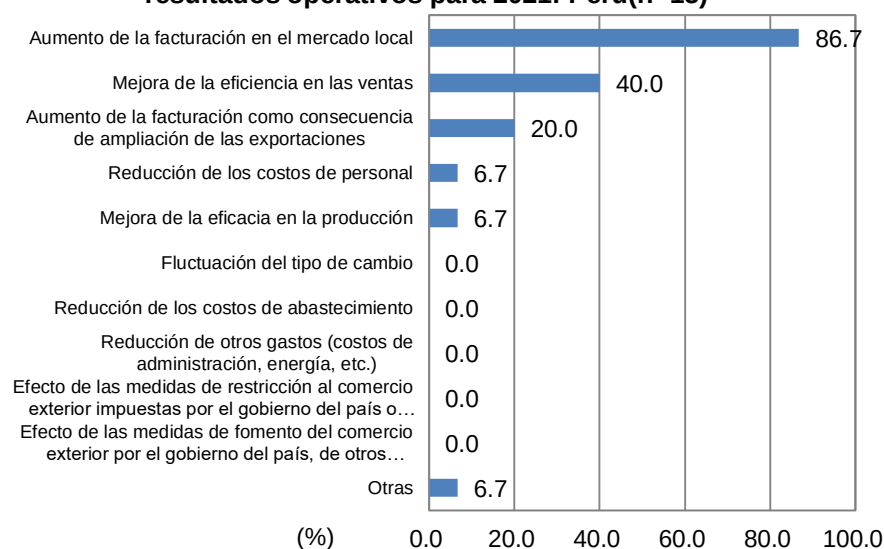
Motivos para la mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021: Venezuela(n=1)



Motivos para la mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021: Colombia(n=16)

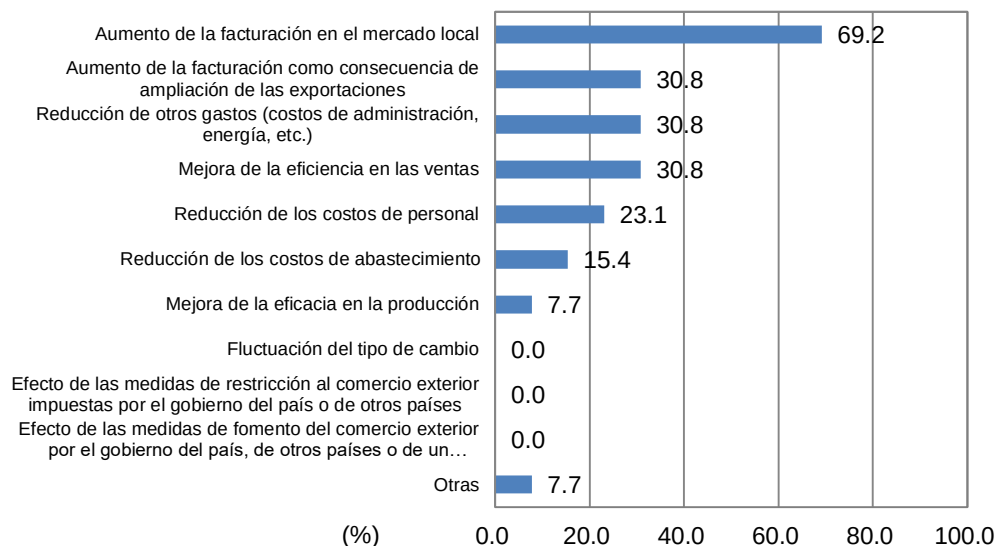


Motivos para la mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021: Perú(n=15)

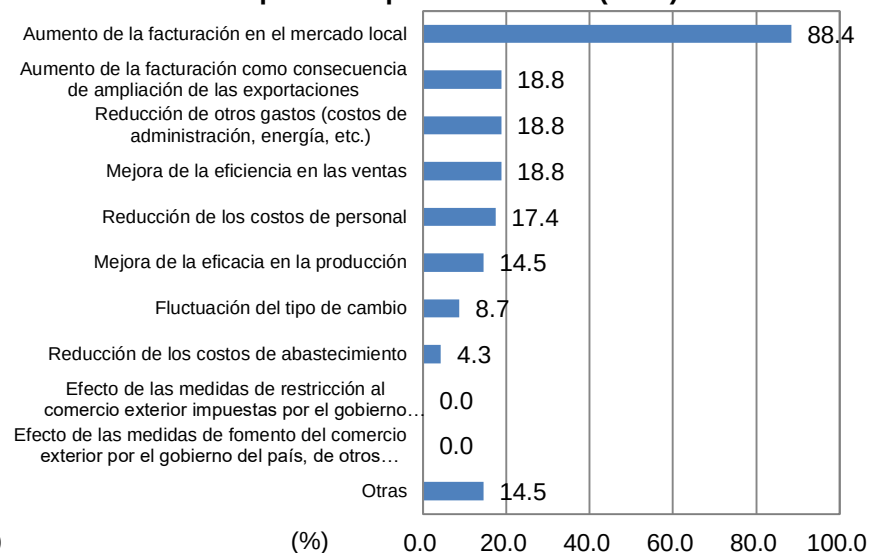


II – 2 – (2) Motivos para una mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021 (Por países 2)

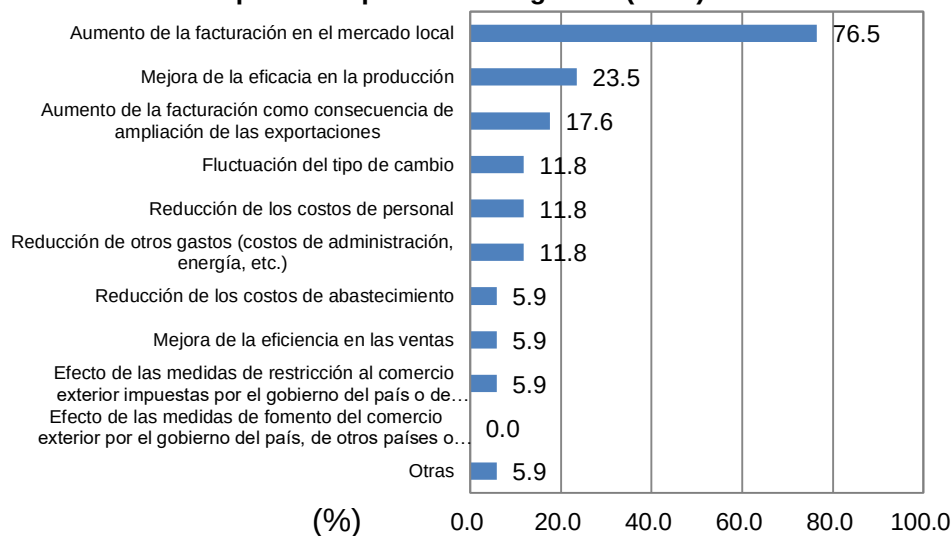
Motivos para la mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021: Chile(n=13)



Motivos para la mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021: Brasil(n=69)



Motivos para la mejora de las expectativas de resultados operativos para 2021: Argentina(n=17)



II – 2 – (3) Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021

- En el conjunto de América Latina, el 10,4% de las empresas encuestadas indicaron "Empeoramiento".
- La mayoría de las respuestas (67,3%) señalan como motivo la "Disminución de la facturación en el mercado local". México destaca con el 88,9 %, pero, teniendo en cuenta el número de empresas, 24 empresas se corresponden con el 9,2 % del total (261) de empresas encuestadas. De estas 24 empresas, el 60% son no manufactureras, y el 40% corresponde a manufactureras que venden principalmente en el mercado nacional.
- México, Argentina y Venezuela indicaron "Impacto de las medidas de restricción al comercio exterior impuestas por el gobierno del país o de otros países". En México una empresa eligió esta misma respuesta. Entre los motivos aportados está el T-MEC. Al parecer, se considera que las estrictas reglas de origen del T-MEC para el sector automovilístico suponen un motivo de empeoramiento para los resultados operativos. En Argentina una empresa eligió la misma respuesta. Parece ser que se debe al endurecimiento de las restricciones que impuso el gobierno a las importaciones.
- En Brasil, como consecuencia de las bajas tasas de interés que continúan desde el año pasado, ninguna empresa indicó "Subida de las tasas de interés" como motivo del empeoramiento.

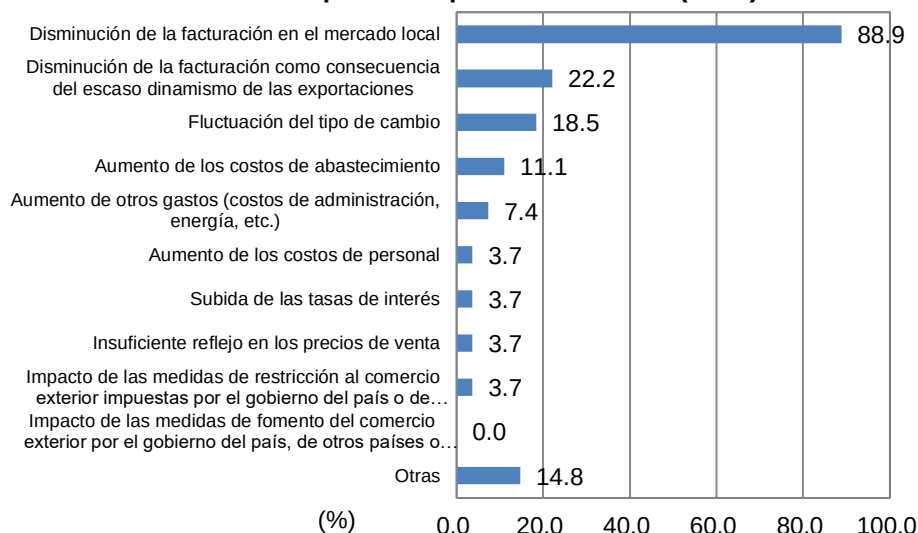
Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021 (Respuestas múltiples)

(Unidad: %)

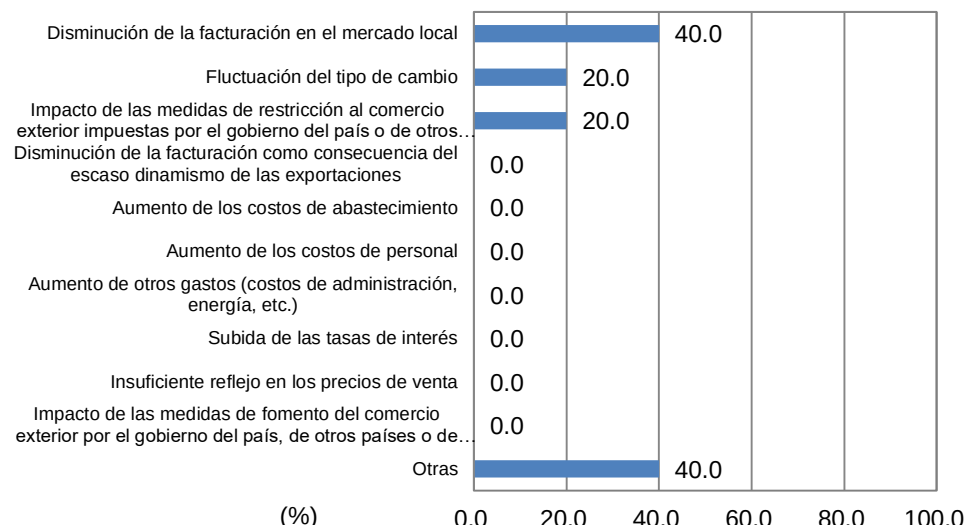
	Disminución de la facturación como consecuencia del escaso dinamismo de las exportaciones	Disminución de la facturación en el mercado local	Fluctuación del tipo de cambio	Aumento de los costos de aprovisionamiento	Aumento de los costos de personal	Aumento de otros gastos (costos de administración, energía, etc.)	Subida de las tasas de interés	Insuficiente reflejo en los precios de venta	Impacto de las medidas de restricción al comercio exterior impuestas por el gobierno del país o de otros países	Impacto de las medidas de fomento del comercio exterior por el gobierno del país, de otros países o de un conjunto de países: eliminación de aranceles, entrada en vigor de TLC/AAE, etc.	Otras
Total América Latina (n=55 empresas)	25,5	67,3	27,3	12,7	7,3	10,9	3,6	9,1	5,5	0,0	23,6
México (n=27 empresas)	22,2	88,9	18,5	11,1	3,7	7,4	3,7	3,7	3,7	0,0	14,8
Venezuela (n=5 empresas)	0,0	40,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	40,0
Colombia (n=2 empresas)	0,0	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0
Perú (n=2 empresas)	50,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Chile (n=5 empresas)	80,0	40,0	40,0	0,0	0,0	0,0	0,0	40,0	0,0	0,0	20,0
Brasil (n=9 empresas)	22,2	55,6	44,4	22,2	22,2	11,1	0,0	11,1	0,0	0,0	33,3
Argentina (n=5 empresas)	20,0	60,0	40,0	20,0	20,0	60,0	20,0	20,0	20,0	0,0	40,0

II – 2 – (3) Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021 (Por países 1)

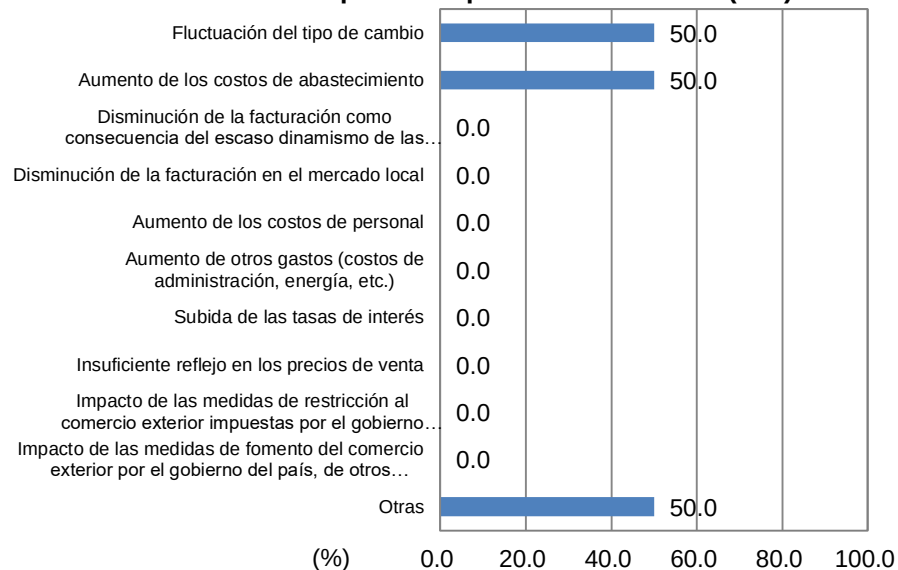
Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021: México(n=27)



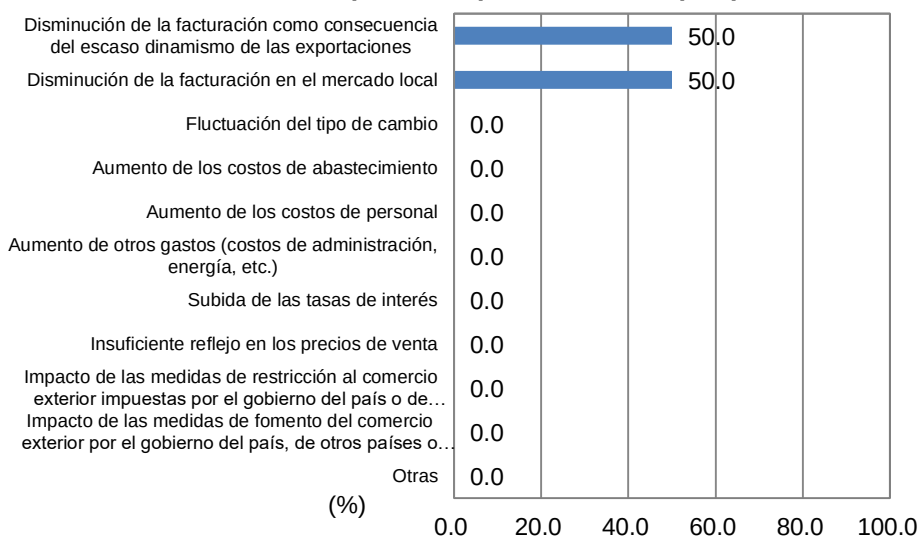
Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021: Venezuela(n=5)



Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021: Colombia(n=2)

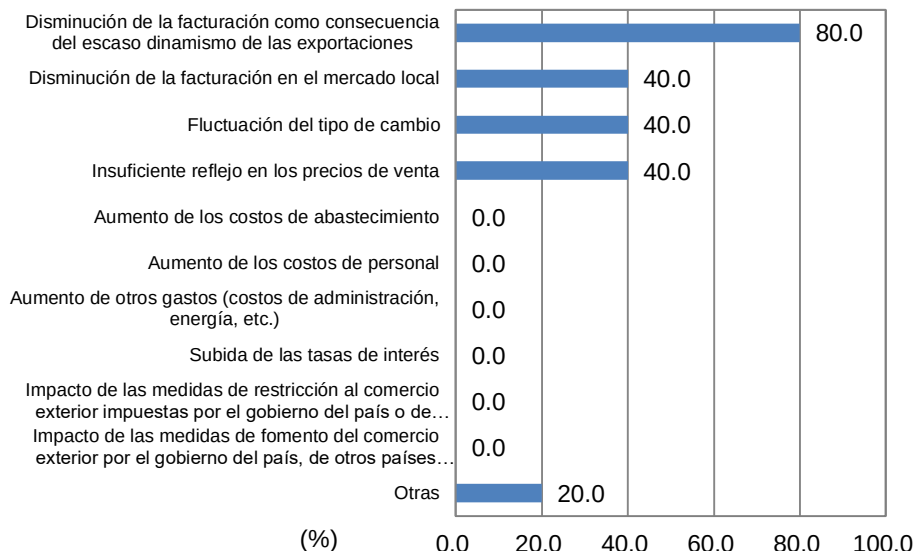


Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021: Perú(n=2)

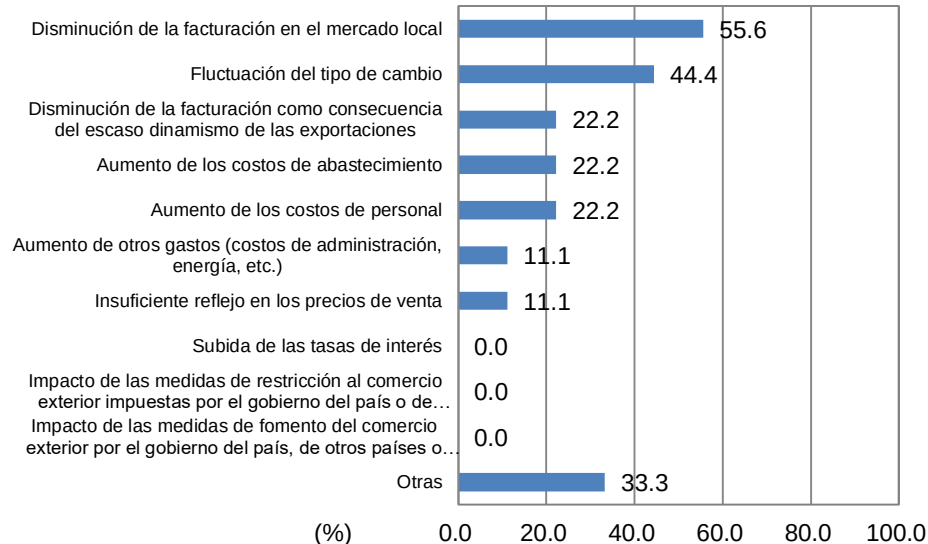


II – 2 – (3) Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021 (Por países 2)

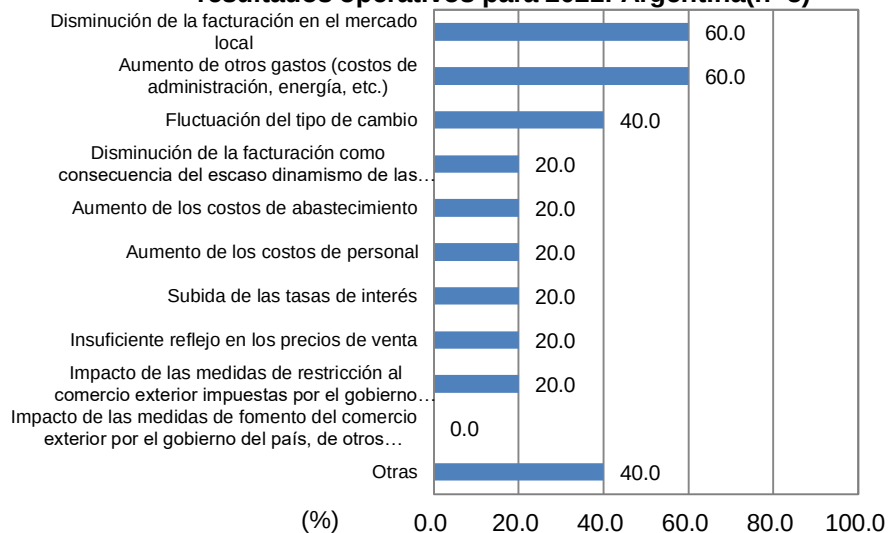
Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021: Chile(n=5)



Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021: Brasil(n=9)



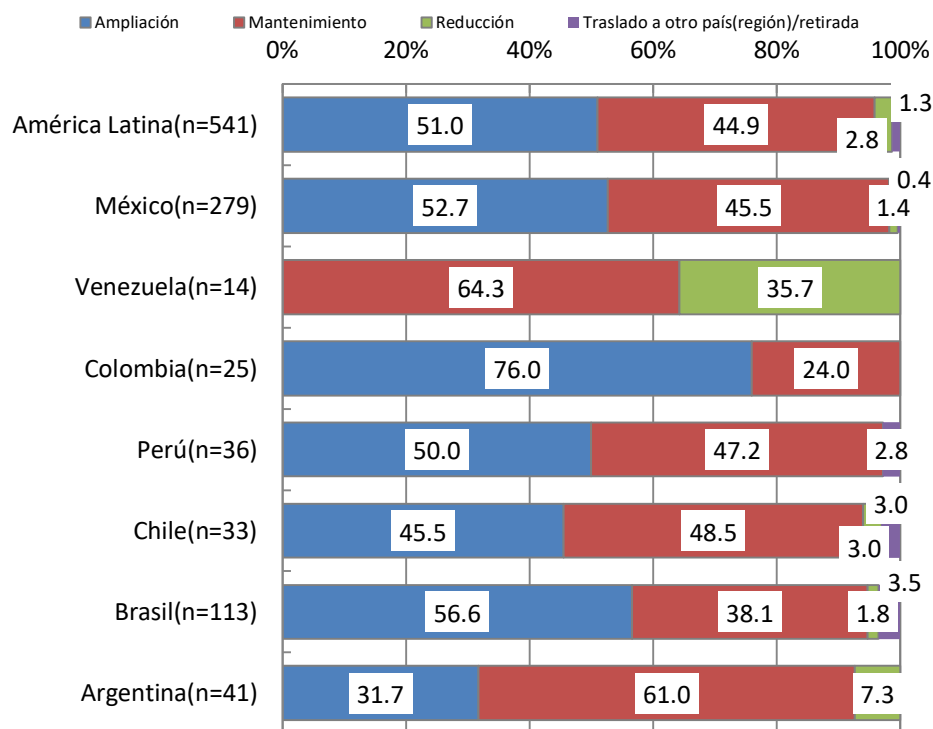
Motivos para un empeoramiento de las expectativas de resultados operativos para 2021: Argentina(n=5)



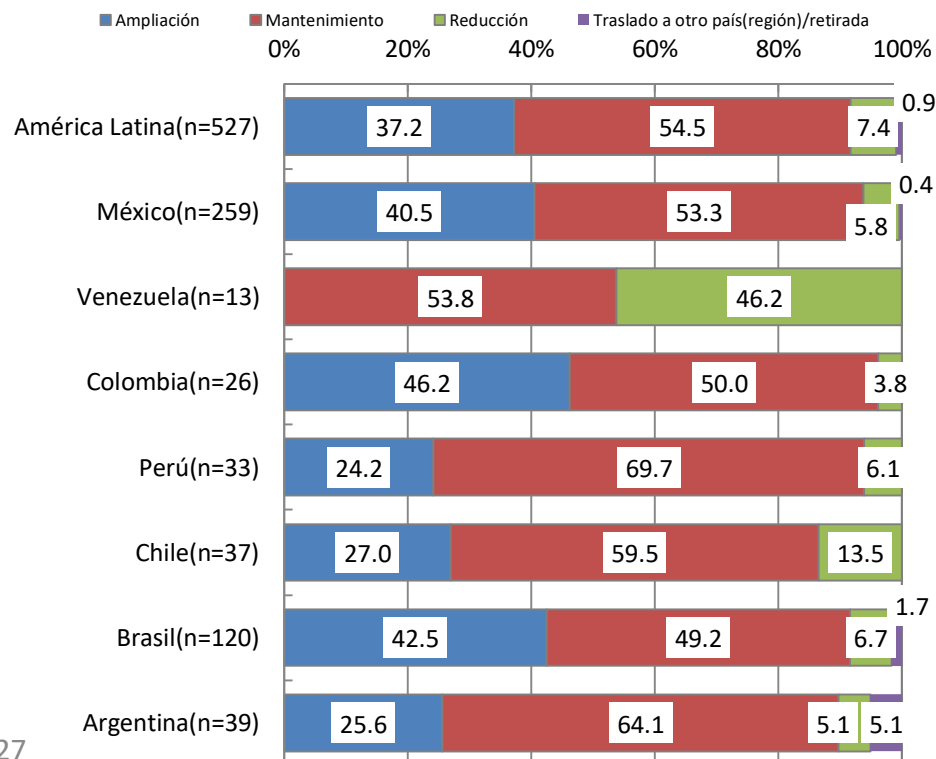
II – 3 – (1) Evolución de los negocios para los próximos dos años

- Salvo en Venezuela, disminuyó el porcentaje para "Aumento" respecto a la encuesta anterior en todos los países, y aumentó el porcentaje de respuestas para "Reducción" o "Traslado/Retirada" respecto al año anterior en todos los países.
- En Colombia, el porcentaje de "Aumento" sufrió la mayor bajada (29,8%) respecto al año previo; sin embargo, de entre los siete países, este continuó siendo el mayor respecto a la encuesta anterior.
- En Chile, la tasa de empresas que indicó "Reducción" aumentó en un 10,5% respecto a la encuesta anterior. De entre los siete países, este aumento es el mayor, junto con el de Venezuela.
- En México, 15 empresas respondieron "Reducción". De entre las cuales, 8 son manufactureras. Hubo una empresa (manufacturera) que señaló "Traslado/Retirada a otro país".
- En Argentina, el porcentaje de empresas que indicaron "Retirada" fue el más alto (5,1%) entre los siete países.

Informe para 2019



Informe para 2020



II – 3 – (2) Evolución de los negocios para los próximos dos años: Motivos de la ampliación

- Más de un 70% eligió "Aumento de la facturación en el mercado local" en todos los países, salvo Venezuela. Este porcentaje es especialmente alto en Perú (87,5%), Brasil (86,3%) y México (83,7%). En el caso de Perú, aumentó un 20,8% desde la última encuesta.
- En México, 87 empresas respondieron "Aumento de la facturación en el mercado local". De entre las cuales, 46 son manufactureras. La mayoría de estas empresas están vinculadas al sector automovilístico, por lo que se puede decir que este resultado se basa en las expectativas de aumento de las exportaciones a EE. UU. Por otro lado, dado que las 41 empresas restantes no son manufactureras, se puede observar que existe un número considerable de empresas que esperan la ampliación del mercado interno. Hubo 13 empresas que indicaron "Gran desarrollo o potencial".
- En Brasil, 44 empresas respondieron "Aumento de la facturación en el mercado local". Las no manufactureras son 30 empresas, distribuyéndose por varios sectores. Se puede observar que se espera que el mercado interno se expanda diversificándose.

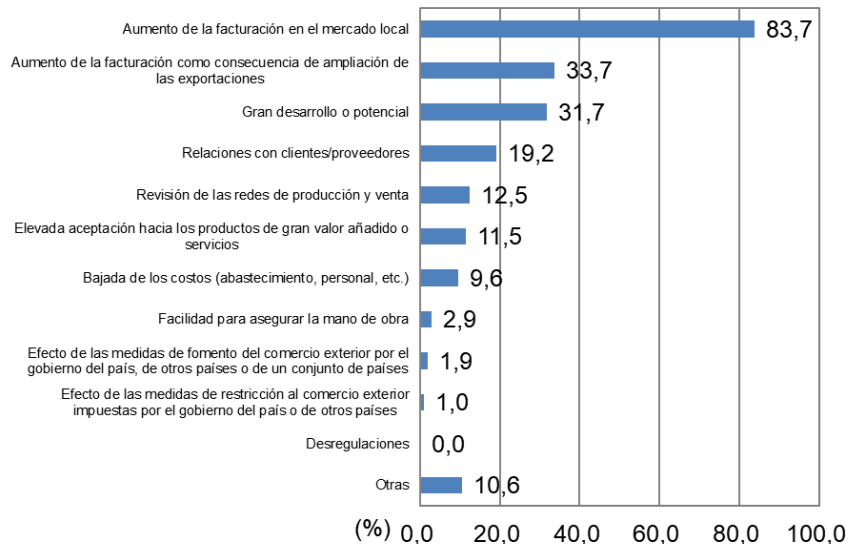
Motivos de ampliación (Respuestas múltiples)

(Unidad: %)

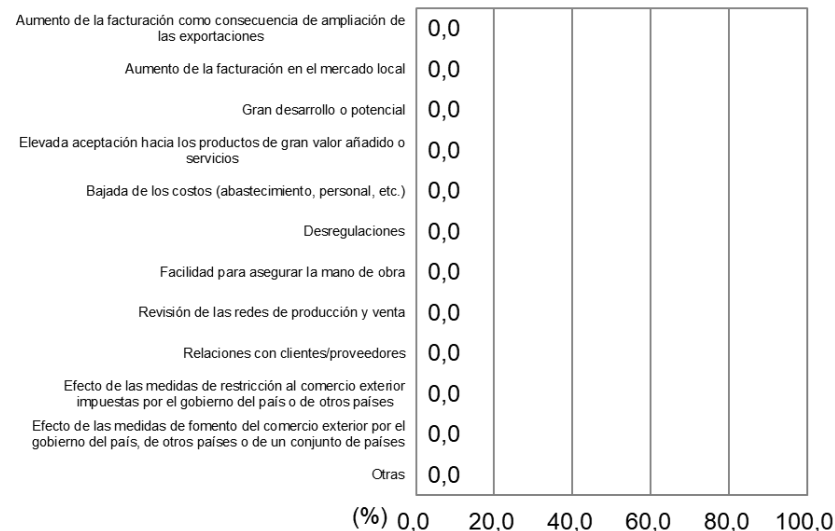
	Aumento de la facturación como consecuencia de ampliación de las exportaciones	Aumento de la facturación en el mercado local	Gran desarrollo o potencial	Elevada aceptación hacia los productos de gran valor añadido o servicios	Bajada de los costos (aprovisionamiento, personal, etc.)	Desregulaciones	Facilidad para asegurar la mano de obra	Revisión de las redes de producción y venta	Relaciones con clientes/proveedores	Efecto de las medidas de restricción al comercio exterior impuestas por el gobierno del país o de otros países	Efecto de las medidas de fomento del comercio exterior por el gobierno del país, de otros países o de un conjunto de países: eliminación de aranceles, entrada en vigor de TLC/AAE, etc.	Otras
Total América Latina (n=195 empresas)	29,7	83,1	33,3	17,9	7,7	0,5	2,1	14,4	23,1	1,5	1,0	7,7
México (n=104 empresas)	33,7	83,7	31,7	11,5	9,6	0,0	2,9	12,5	19,2	1,0	1,9	10,6
Venezuela (n=0 empresas)	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=12 empresas)	50,0	75,0	16,7	16,7	0,0	0,0	0,0	16,7	50,0	8,3	0,0	0,0
Perú (n=8 empresas)	37,5	87,5	50,0	12,5	0,0	0,0	0,0	25,0	25,0	0,0	0,0	0,0
Chile (n=10 empresas)	30,0	70,0	50,0	30,0	0,0	0,0	10,0	10,0	10,0	0,0	0,0	10,0
Brasil (n=51 empresas)	19,6	86,3	33,3	31,4	7,8	2,0	0,0	13,7	23,5	0,0	0,0	5,9
Argentina (n=10 empresas)	10,0	80,0	40,0	10,0	10,0	0,0	0,0	30,0	40,0	10,0	0,0	0,0

II – 3 – (2) Evolución de los negocios para los próximos dos años: Motivos de la ampliación (Por países 1)

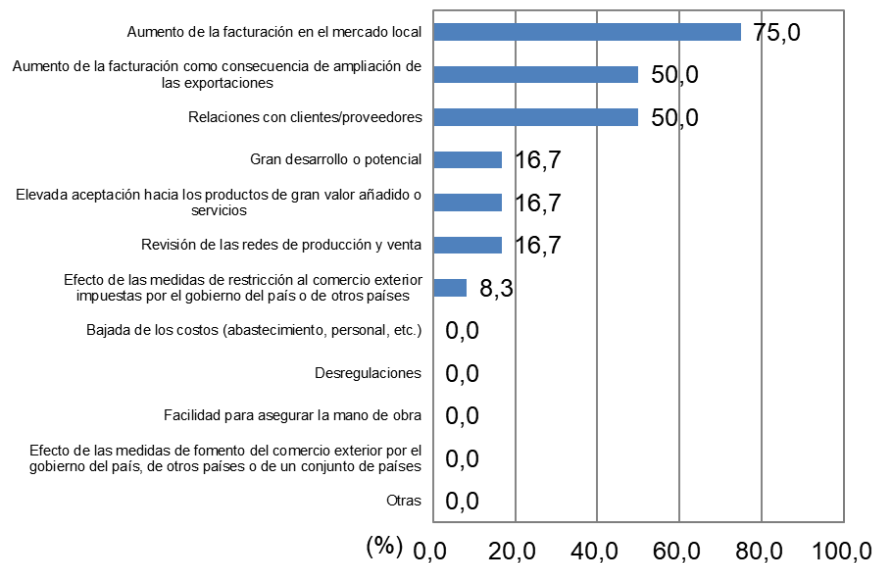
Motivos de ampliación para la evolución de los negocios para los próximos dos años: México(n=104)



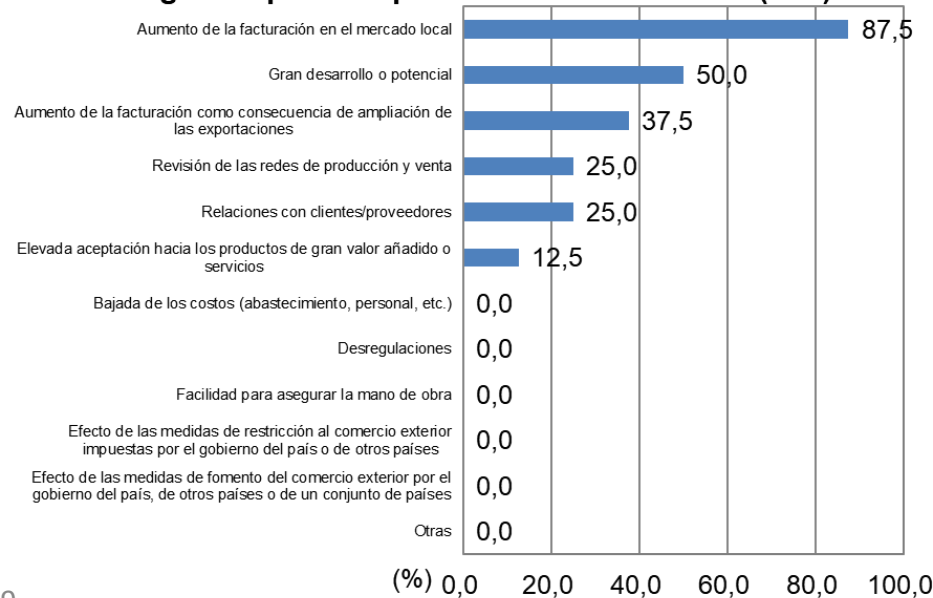
Motivos de ampliación para la evolución de los negocios para los próximos dos años: Venezuela(n=0)



Motivos de ampliación para la evolución de los negocios para los próximos dos años: Colombia(n=12)

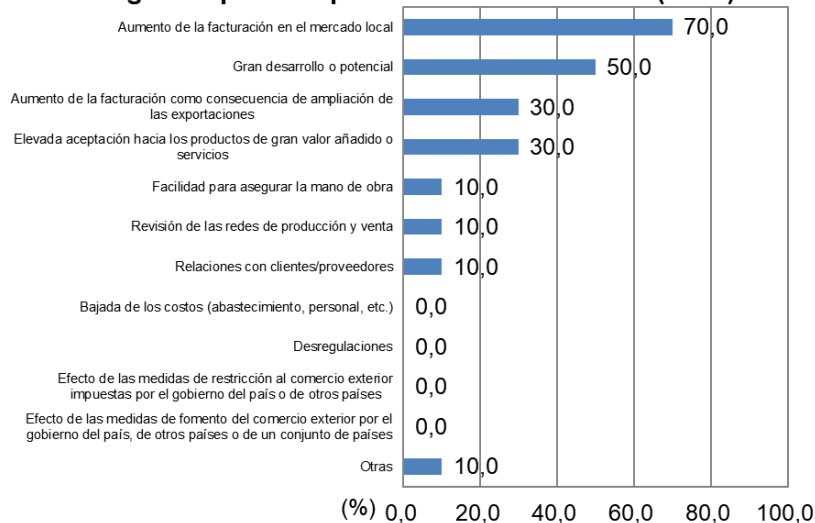


Motivos de ampliación para la evolución de los negocios para los próximos dos años: Perú(n=8)

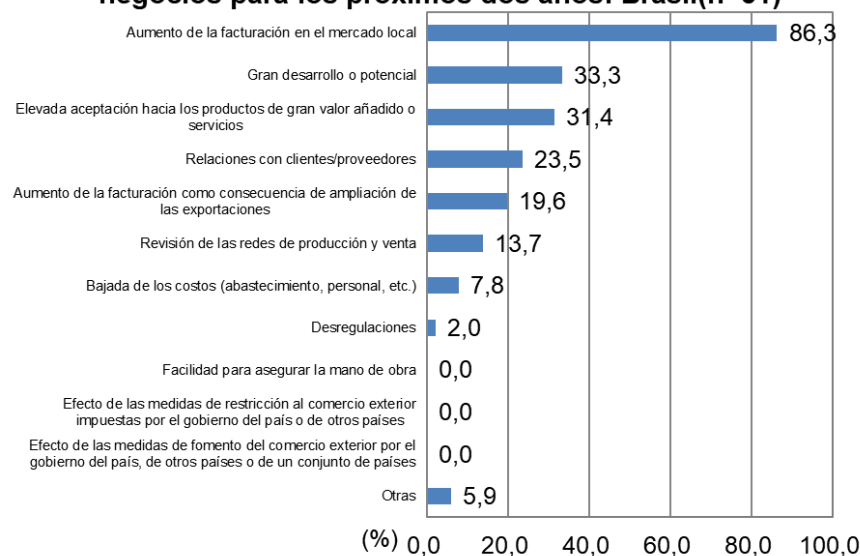


II – 3 – (2) Evolución de los negocios para los próximos dos años: Motivos de la ampliación (Por países 2)

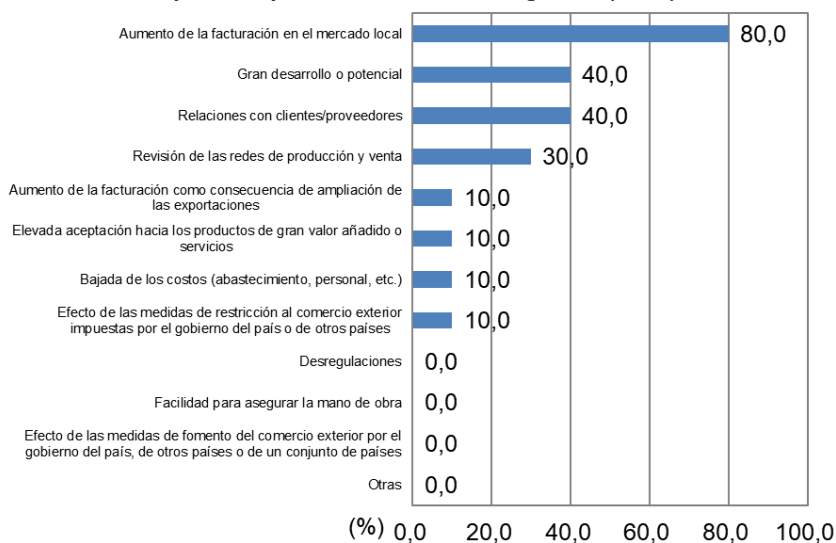
Motivos de ampliación para la evolución de los negocios para los próximos dos años: Chile(n=10)



Motivos de ampliación para la evolución de los negocios para los próximos dos años: Brasil(n=51)



Motivos de ampliación para la evolución de los negocios para los próximos dos años: Argentina(n=10)



II – 3 – (3) Evolución de los negocios para los próximos dos años: Funciones concretas para la ampliación

- En el conjunto de América Latina, no se produce ningún cambio significativo de tendencia en cada punto si se compara con la encuesta anterior.
- En el conjunto de América Latina, la mayoría de las empresas está considerando una ampliación de las "Funciones de venta", alcanzando el 66,3%. La "Investigación y desarrollo" continúa en el puesto más bajo al igual que en la encuesta anterior y se sitúa en el 3,1%.
- En México, se da el mayor número, 62 empresas, que eligen "Funciones de venta". De las que 39 empresas (60%) pertenecen al sector no manufacturero. De entre las 105 empresas encuestadas, 60 pertenecen al sector manufacturero y están relacionadas con la automoción. Las respuestas más comunes en el sector manufacturero fueron "Ampliación de funciones de producción de productos genéricos" (33 empresas, 55%) y "Ampliación de funciones de producción de productos de gran valor agregado" (33 empresas, 55%). Seguidos por "Funciones de venta" (23 empresas, 38%). Asimismo, se observa que hay cierto número de empresas que consideran importante el desarrollo del mercado, incluso en el sector automovilístico en el cual los destinos de entrega son más o menos fijos.
- Asimismo, en Brasil el 64,7% optó por ampliar las "Funciones de venta", siendo el porcentaje más alto. Hay 30 empresas que eligieron "Funciones de venta". De entre las cuales, 23 son no manufactureras, y siete son empresas manufactureras. En Brasil, que tiene un gran mercado interno, hay muchas empresas que piensan expandir las funciones de venta y que si se expanden a nuevos canales de venta esto conllevaría una expansión comercial.

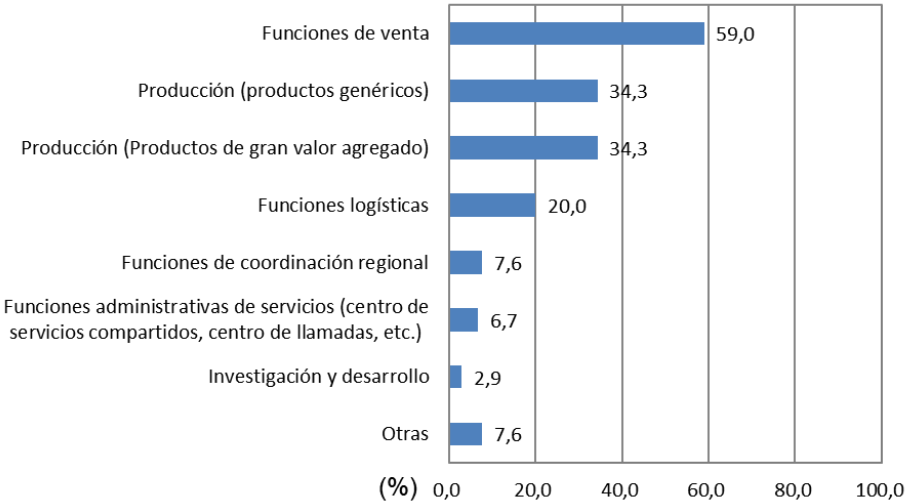
Funciones de ampliación (Respuestas múltiples)

(Unidad: %)

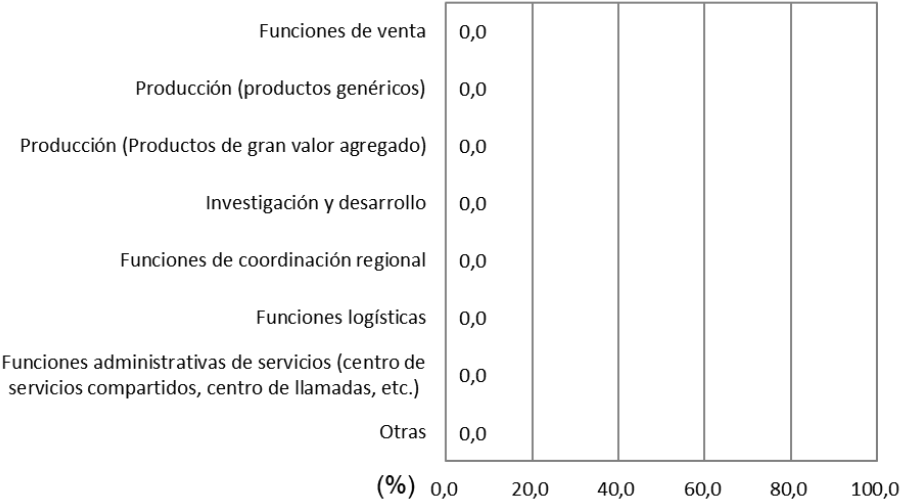
	Funciones de venta	Producción (productos genéricos)	Producción (Productos de gran valor agregado)	Investigación y desarrollo	Funciones de coordinación regional	Funciones logísticas	Funciones administrativas de servicios (centro de servicios compartidos, centro de llamadas, etc.)	Otras
Total América Latina (n=196 empresas)	66,3	23,0	25,0	3,1	7,1	19,4	9,7	9,7
México (n=105 empresas)	59,0	34,3	34,3	2,9	7,6	20,0	6,7	7,6
Venezuela (n=0 empresas)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Colombia (n=12 empresas)	91,7	8,3	25,0	0,0	8,3	25,0	8,3	16,7
Perú (n=8 empresas)	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0
Chile (n=10 empresas)	70,0	10,0	20,0	0,0	10,0	20,0	0,0	10,0
Brasil (n=51 empresas)	64,7	13,7	15,7	5,9	7,8	17,6	11,8	15,7
Argentina (n=10 empresas)	90,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	50,0	0,0

II – 3 – (3) Evolución de los negocios para los próximos dos años: Funciones concretas para la ampliación (Por países 1)

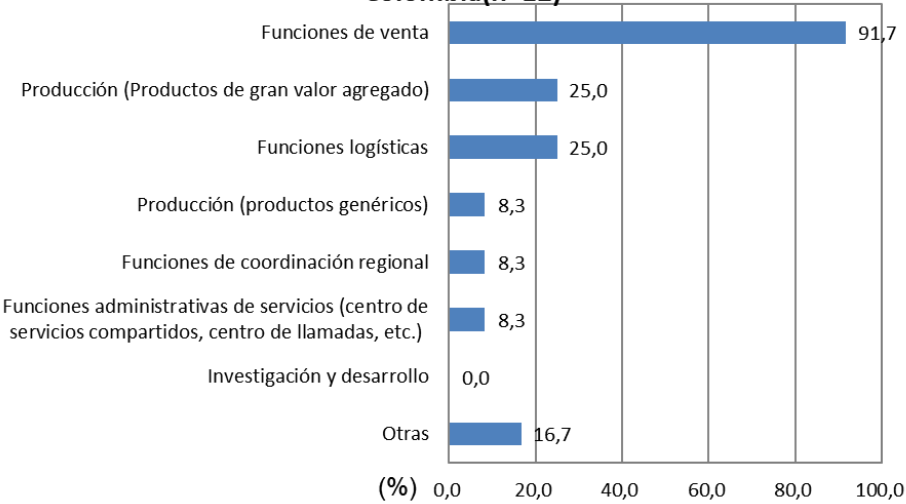
Funciones específicas que serán ampliadas: México(n=105)



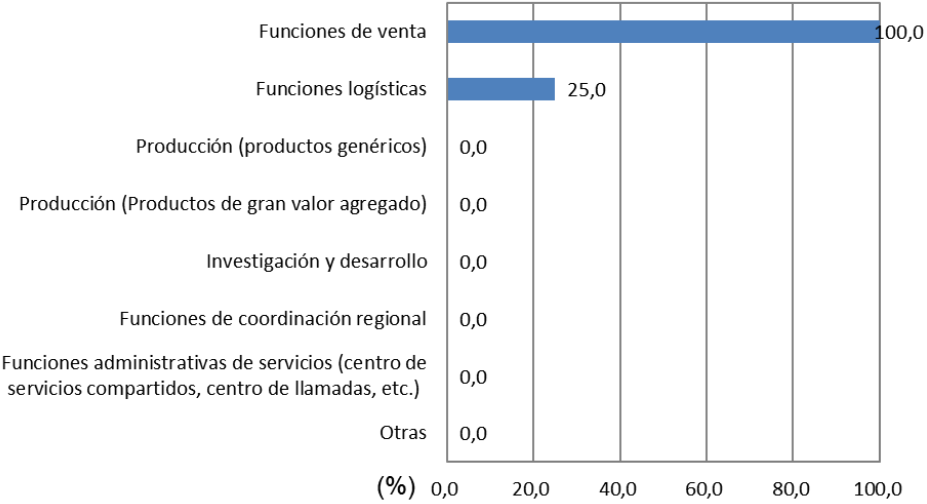
Funciones específicas que serán ampliadas: Venezuela(n=0)



Funciones específicas que serán ampliadas: Colombia(n=12)

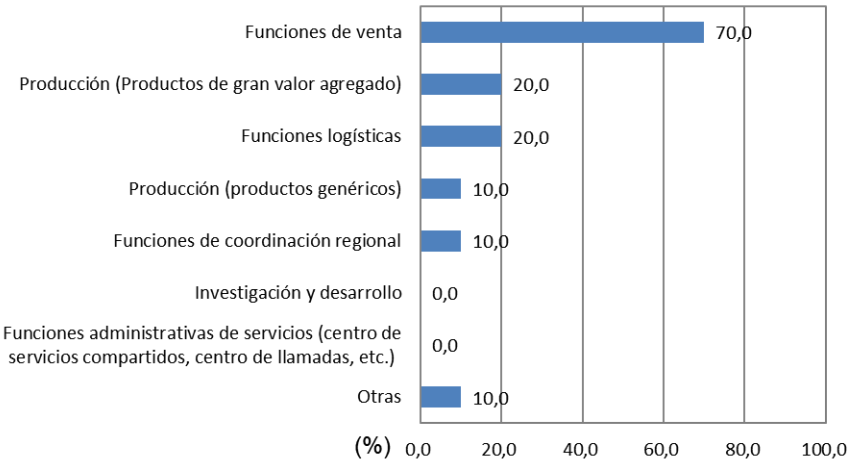


Funciones específicas que serán ampliadas: Perú(n=8)

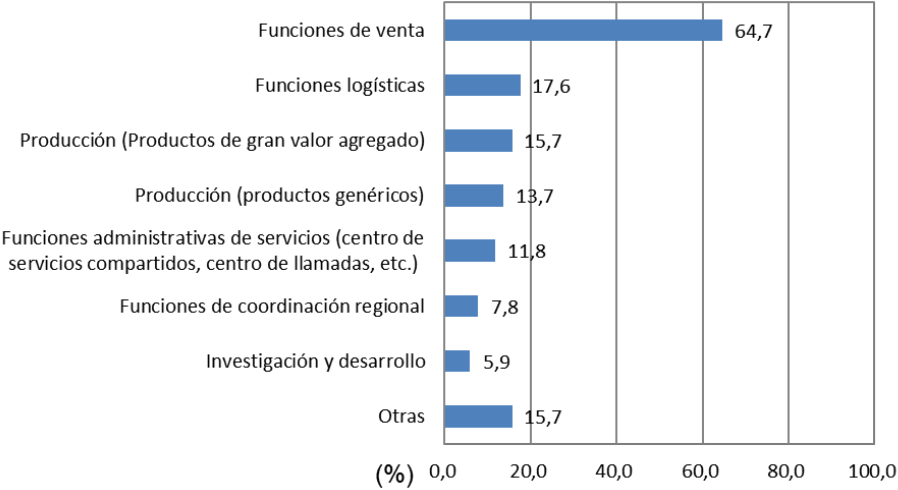


II – 3 – (3) Evolución de los negocios para los próximos dos años: Funciones concretas para la ampliación (Por países 2)

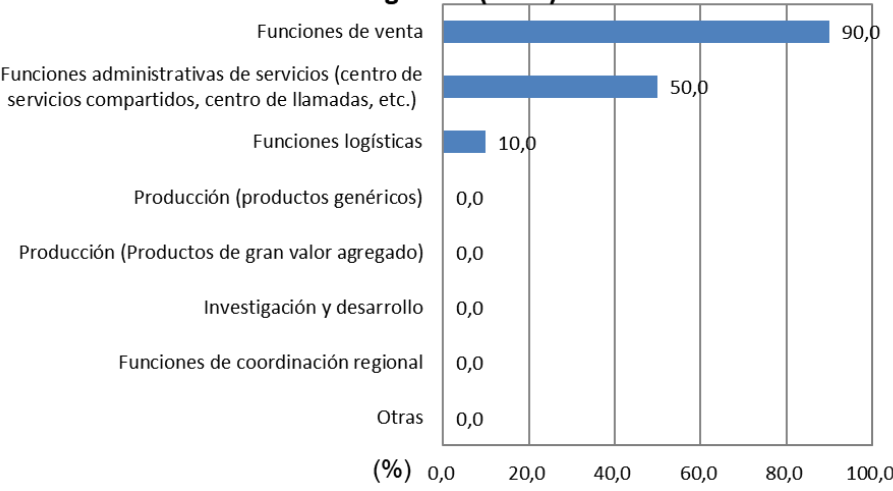
Funciones específicas que serán ampliadas: Chile(n=10)



Funciones específicas que serán ampliadas: Brasil(n=51)

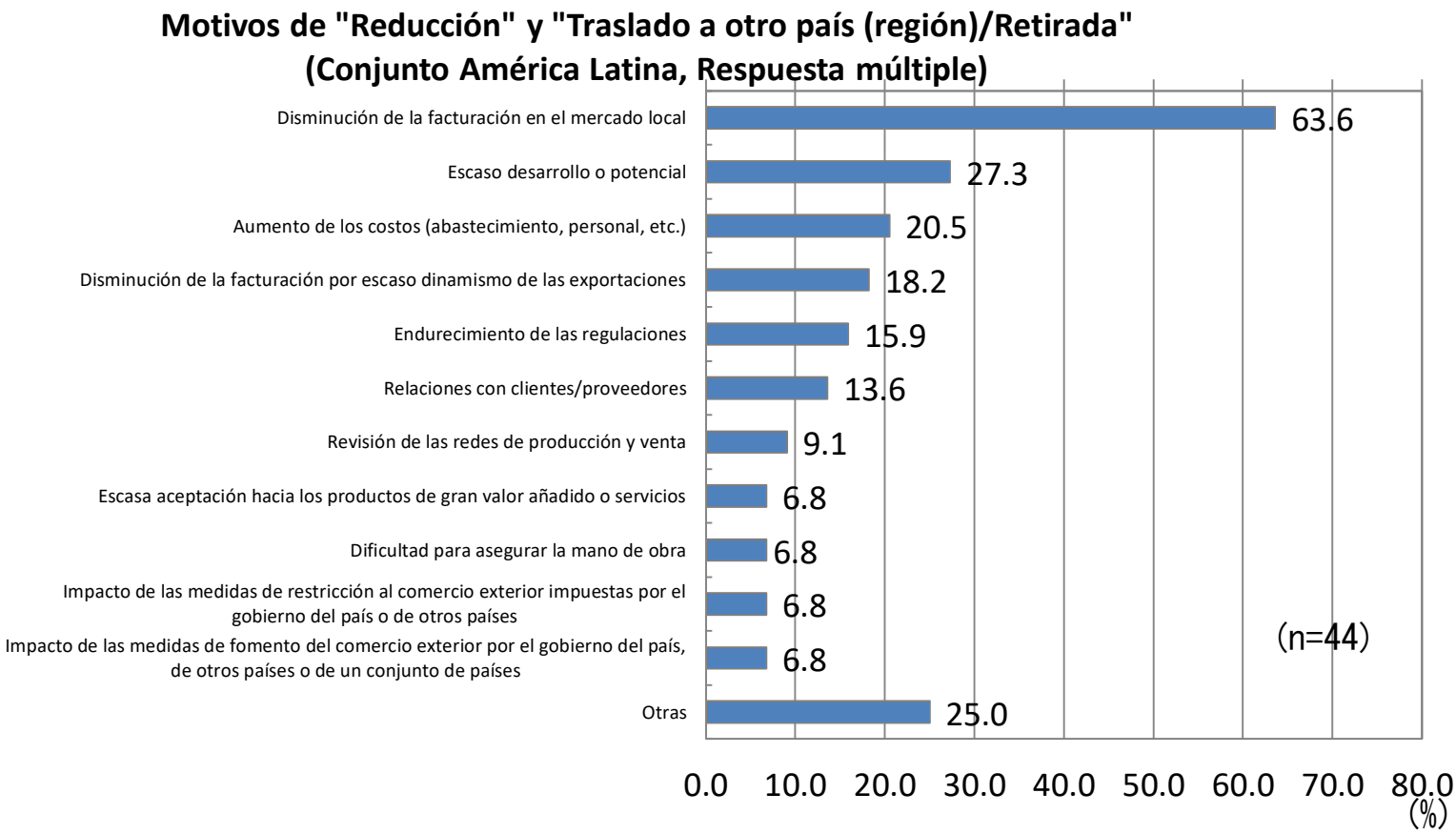


Funciones específicas que serán ampliadas:
Argentina(n=10)



II – 3 – (4) Evolución de los negocios para los próximos dos años: Motivos de "Reducción" y "Traslado/Retirada"

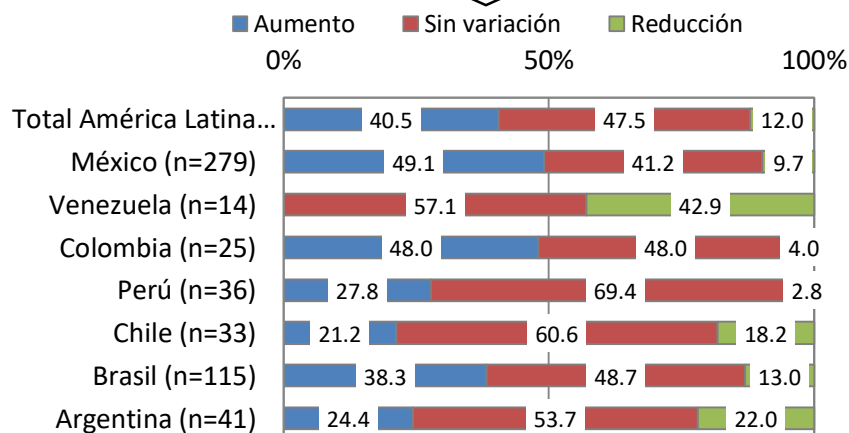
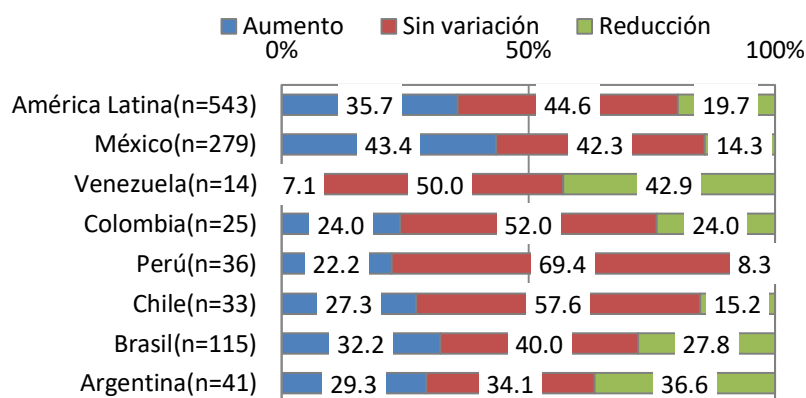
- El número de empresas que estudian una reducción, traslado/retirada a consecuencia de la "Disminución de la facturación en el mercado local" aumenta un 27,2% con respecto a la encuesta anterior.
- El porcentaje de los que eligen "Escaso desarrollo o potencial" disminuyó un 9,1% con respecto a la encuesta anterior.
- En México, 15 empresas indicaron "Reducción" (véase pág. 27); de las cuales 8 empresas alegaron como motivo la "Disminución de la facturación en el mercado local" y 6 empresas, el "Escaso desarrollo o potencial". No se observa ningún punto en común que resulte llamativo entre el sector o tipo de negocio de las empresas que indicaron esta respuesta. Solo una empresa (manufacturera) seleccionó "Traslado/retirada a otro país" y esto se debió al T-MEC.



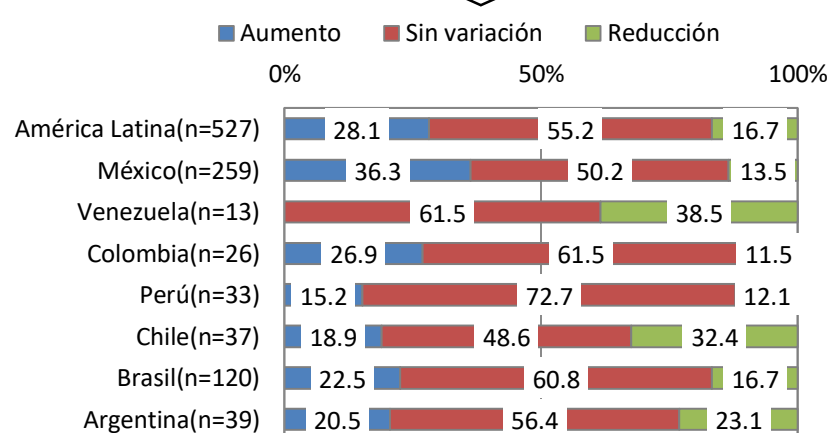
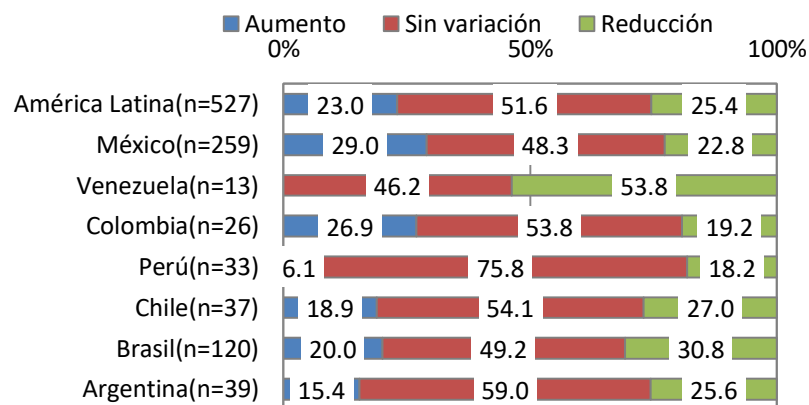
II – 3 – (5) – ① Variación del número de empleados locales

- En todos los países, disminuyó el porcentaje de encuestados que indican un aumento de los empleados locales en el último año.
- Con respecto a las previsiones para el futuro, en todos los países, excepto Venezuela, disminuyó el porcentaje de encuestados que esperan un aumento (tanto en 2019 como en 2020, no hubo ninguna empresa en Venezuela que indicara un aumento). Asimismo, el porcentaje de empresas que espera una bajada es de hasta un 32,4% en Chile, mientras la media en el conjunto de América Latina es del 16,7%, lo que supone un aumento del 14,2% con respecto a la encuesta anterior.

Informe para 2019



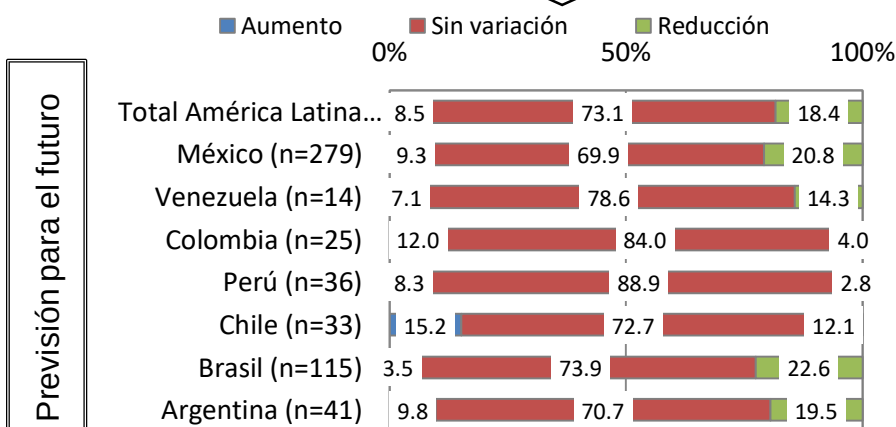
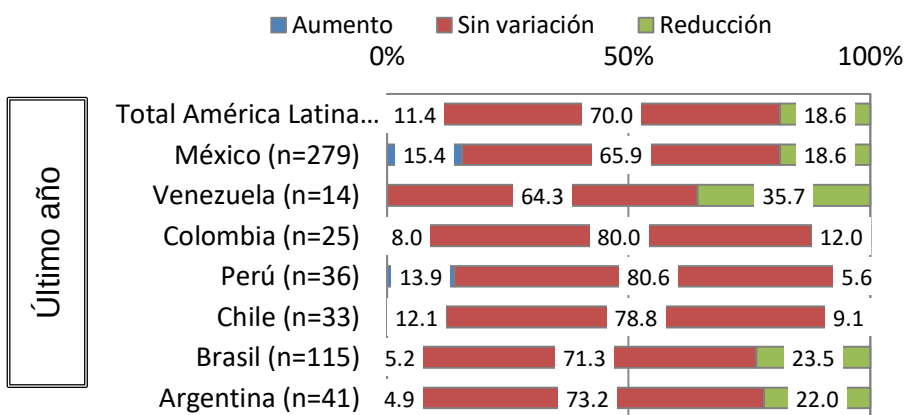
Informe para 2020



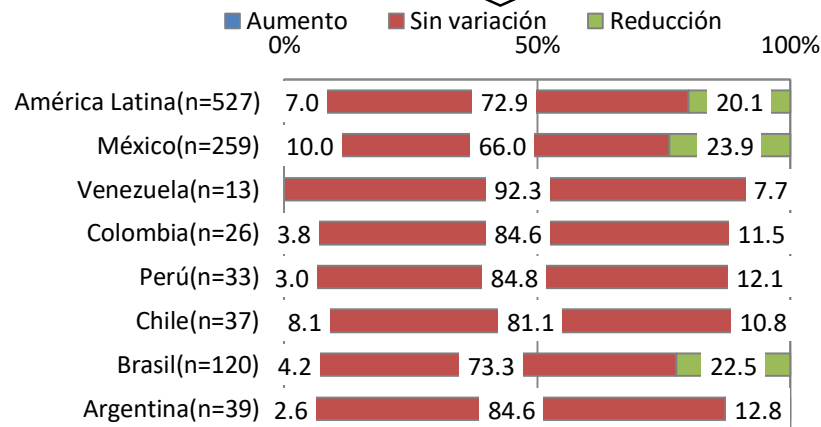
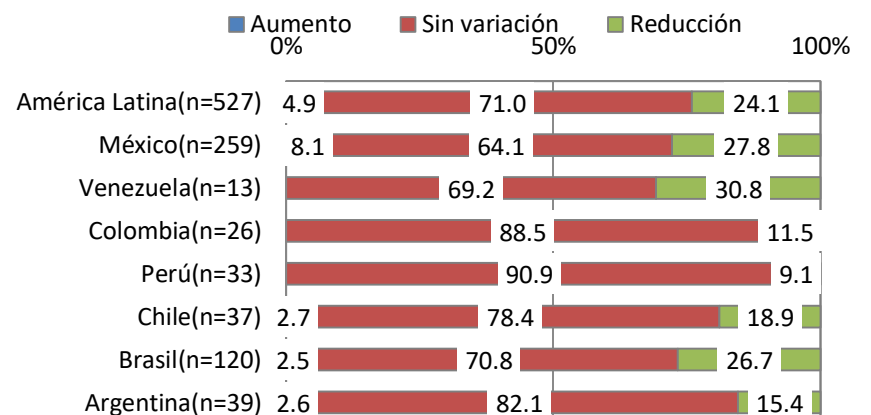
II – 3 – (5) - ② Variación del número de expatriados japoneses

- En todos los países, excepto en Venezuela, disminuye el porcentaje de empresas que señalan que el número de expatriados japoneses aumentó en el último año (tanto en 2019 como en 2020, no hubo ninguna empresa en Venezuela que indicara un aumento).
- En Colombia y Perú ninguna empresa aumentó el número de expatriados. En Chile, se produjo la mayor disminución en comparación con el estudio anterior.

Informe para 2019



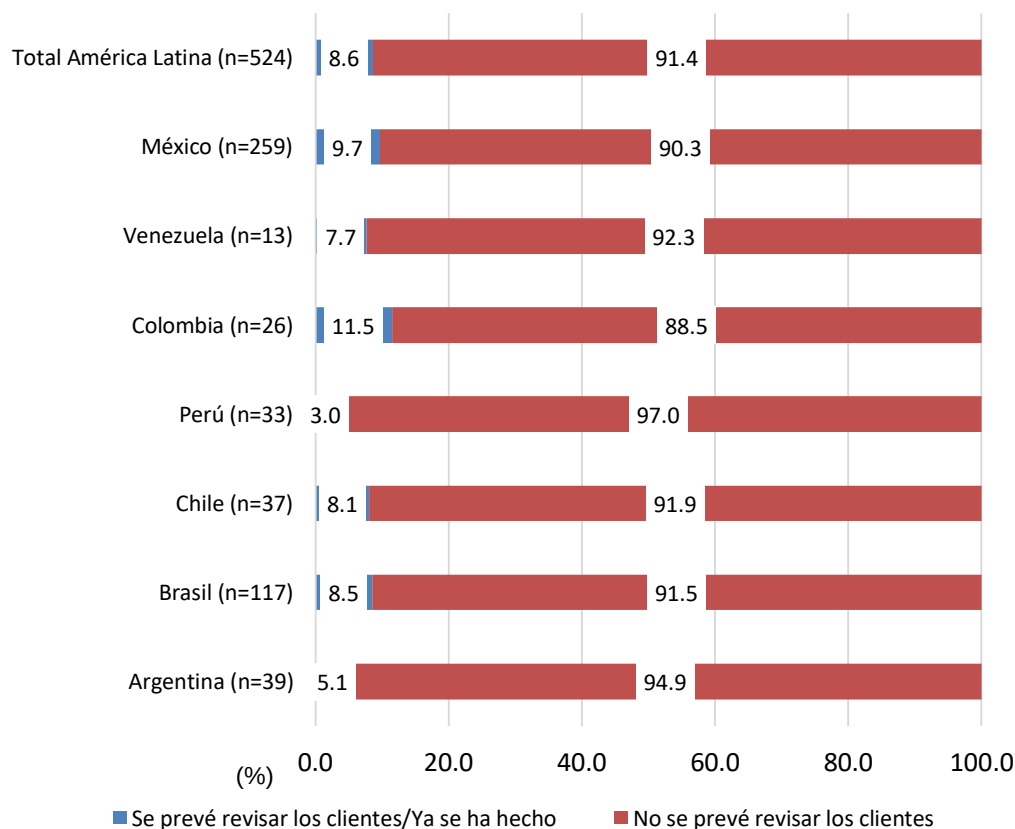
Informe para 2020



II – 3 – (6) Planes para revisión de clientes

- En el conjunto de América Latina, el porcentaje de empresas que están revisando sus clientes es del 8,6%, de los cuales el 42,2% lo hacen debido a la "Pandemia de la COVID-19".
- El 88,9% de las empresas que revisan los clientes respondieron que tienen previsto implementarlo a medio o largo plazo, lo que indica que muchas empresas están considerando una revisión a medio o largo plazo aprovechando la pandemia del coronavirus.

Revisión de clientes



Motivos para la revisión (Respuestas múltiples)

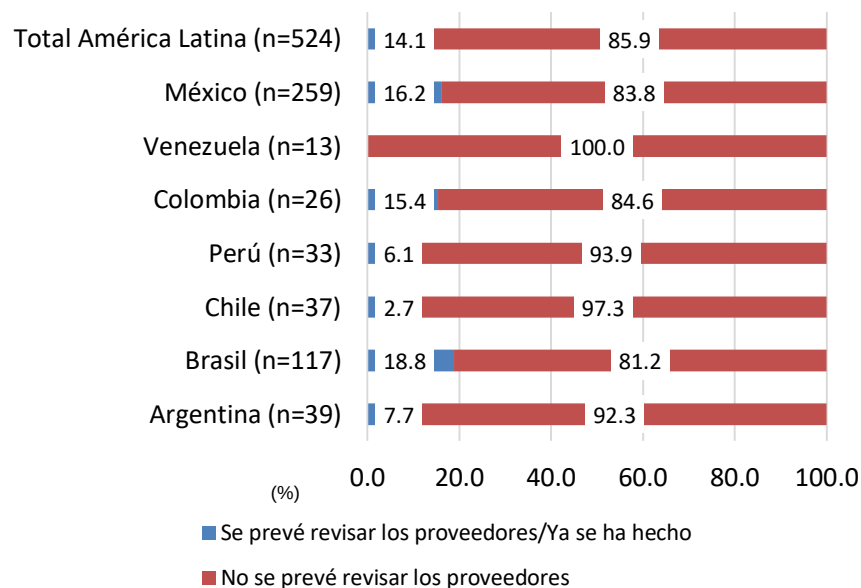
(Unidad: %)

	COVID-19 Pandemia	Cambio en el ambiente comercial (Imposición de aranceles adicionales y etc.)	Otras
Total América Latina (n=45 empresas)	42,2	20,0	60,0
México (n=25 empresas)	36,0	12,0	72,0
Venezuela (n=1 empresas)	0,0	100,0	0,0
Colombia (n=3 empresas)	66,7	0,0	66,7
Perú (n=1 empresas)	100,0	0,0	0,0
Chile (n=3 empresas)	33,3	66,7	0,0
Brasil (n=10 empresas)	50,0	10,0	60,0
Argentina (n=2 empresas)	50,0	100,0	50,0

II – 3 – (7) Planes para revisión de proveedores

- En el conjunto de América Latina, el 14,1% respondió que revisaría los proveedores (ya lo ha hecho), pero solo el 27,4% de las empresas indicó como motivo la pandemia de la COVID-19.
- En México hubo 42 empresas (16,2%) que respondieron que revisarían los proveedores. La mayoría de los motivos fueron "Cambio en el ambiente comercial (Riesgo de aranceles adicionales, T-MEC, etc.)" y "Reducción de costos". Los proveedores que serán objeto de revisión son 13 empresas japonesas, 11 estadounidenses y 4 mexicanas. Solo hay una empresa china (en la encuesta anterior hubo 8). Tras la revisión de proveedores quedan 13 empresas mexicanas, 5 japonesas, 3 tailandesas y 2 estadounidenses. Seis empresas indican que cesarán el suministro desde EE. UU. y Japón, y existe la posibilidad de que fomenten la producción interna. En resumen, las empresas que revisas sus proveedores reducirán las adquisiciones de Japón y EE. UU. y aumentarán las adquisiciones dentro de México.
- En Brasil hubo 21 empresas (18,8%) que respondieron que revisarían los proveedores. El factor más influyente que dieron las empresas fueron las "Divisas". En 2020, debido a la COVID-19, la tasa de cambio del real brasileño sufrió una fuerte caída frente al dólar estadounidense. Algunas empresas indicaron "Aumento de la tasa de aprovisionamiento local" tratando de reducir los costos por medio de adquisiciones locales.

Revisión de proveedores



Motivos para la revisión (Respuestas múltiples)

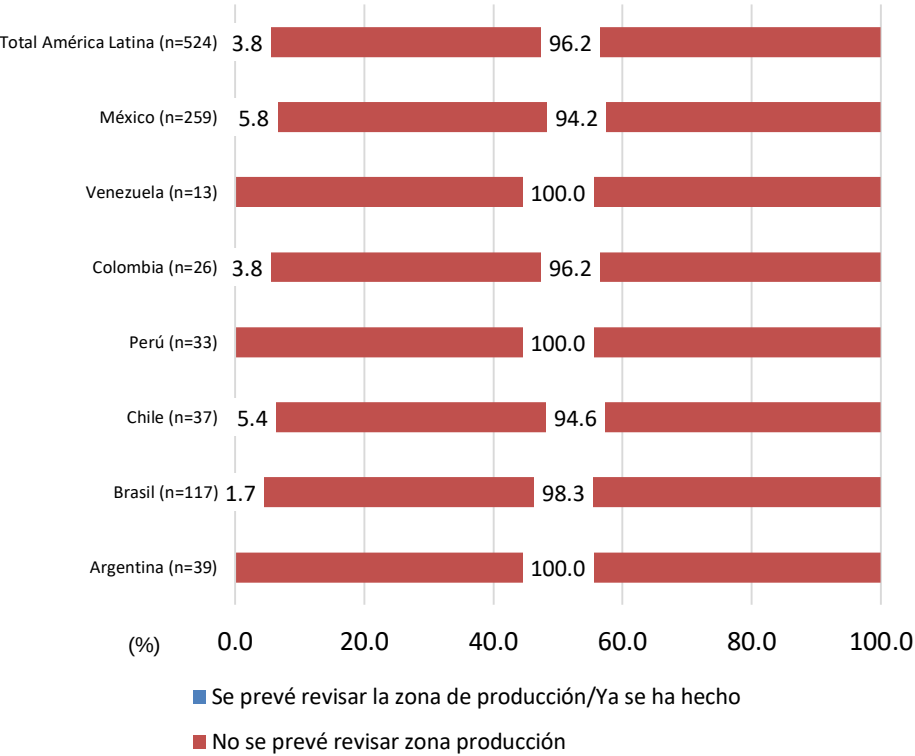
(Unidad: %)

	Pandemia de COVID-19	Cambio en el ambiente comercial (Imposición de aranceles adicionales y etc.)	Otras
Total América Latina (n=73 empresas)	27,4	31,5	64,4
México (n=42 empresas)	28,6	40,5	57,1
Venezuela (n=0 empresas)	0,0	0,0	0,0
Colombia (n=4 empresas)	50,0	0,0	50,0
Perú (n=2 empresas)	50,0	0,0	50,0
Chile (n=1 empresas)	0,0	0,0	100,0
Brasil (n=21 empresas)	23,8	19,0	81,0
Argentina (n=3 empresas)	0,0	66,7	66,7

II – 3 – (8) Planes para revisión de la zona de producción

- El 3,8% de las empresas latinoamericanas llevará a cabo una revisión de la zona de producción y la mayoría de las encuestadas no tienen previsto hacer una revisión al respecto.
- En México, solo 15 empresas (5,8%) indicaron que revisarían la zona de producción, y cuatro empresas —el mayor número— señalaron que revisarían su zona de producción en Japón. Seguido por tres empresas en EE. UU., y una en México, China y Tailandia, respectivamente. En la anterior encuesta se indicaron seis empresas en China. Tras esta revisión, el mayor número de zonas de producción (destino del traslado) fue México con siete empresas, seguido por EE. UU. con dos empresas. Y el principal motivo del traslado a México fue "Reorganización en Norteamérica" o "Reducción de costos". La única empresa que respondió que revisará su centro de operaciones México la trasladará a China. El motivo es una solicitud de aumento de precios del proveedor.

Revisión de la zona producción



Motivos para la revisión (Respuestas múltiples) (Unidad: %)

	Pandemia de COVID-19	Cambio en el ambiente comercial (Imposición de aranceles adicionales y etc.)	Otras
Total América Latina (n=20 empresas)	20,0	5,0	90,0
México (n=15 empresas)	26,7	6,7	86,7
Venezuela (n=0 empresas)	0,0	0,0	0,0
Colombia (n=1 empresas)	0,0	0,0	100,0
Perú (n=0 empresas)	0,0	0,0	0,0
Chile (n=2 empresas)	0,0	0,0	100,0
Brasil (n=2 empresas)	0,0	0,0	100,0
Argentina (n=0 empresas)	0,0	0,0	0,0

II – 4 – (1) Impacto positivo de la pandemia de la COVID-19

- En el conjunto de América Latina, solamente el 8,1% (43 empresas) indicaron un "Impacto positivo" a consecuencia de la pandemia de la COVID-19.
- El impacto positivo más común fue "Aumento de la facturación en el mercado local" (25,6%). Entre los sectores industriales que aumentaron las ventas durante la crisis del coronavirus están la industria alimentaria y los fabricantes de equipos médicos, etc.
- Por otro lado, entre los que eligieron "Otros" se indican las siguientes respuestas: reducción del precio de productos por bajada de ventas (manufactureras), demanda de nuevo almacenamiento por el cierre de la fábrica del cliente (logística), disminución de accidentes por la baja actividad económica (aseguradoras), etc.

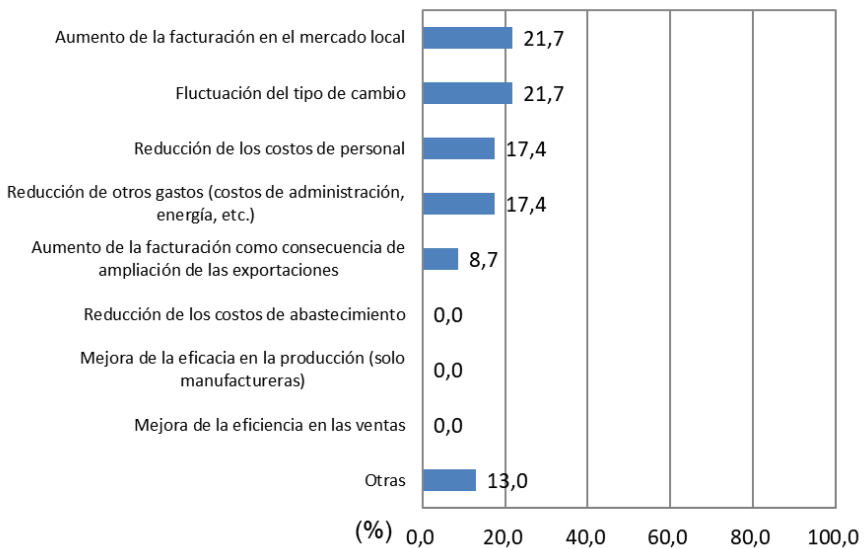
Impacto positivo de la pandemia de la COVID-19

(Unidad: %)

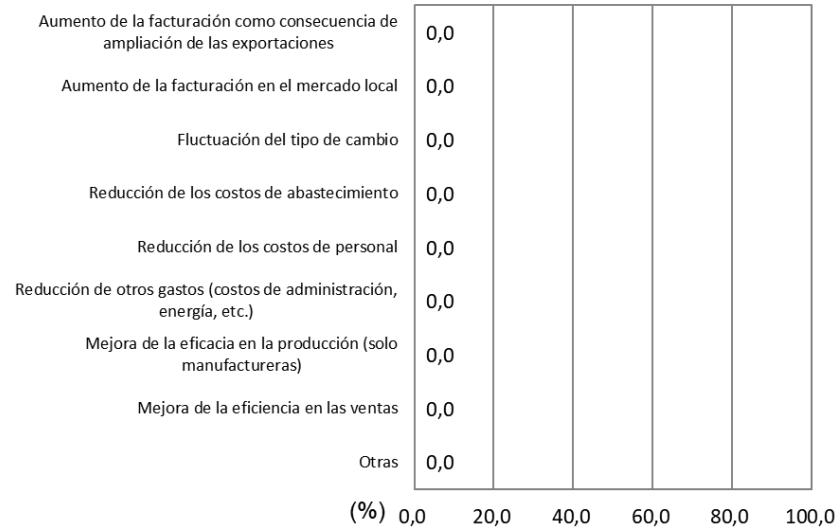
	Aumento de ventas como consecuencia del aumento de las exportaciones	Aumento de la facturación en el mercado local	Fluctuación del tipo de cambio	Reducción de los costos de aprovisionamiento	Reducción de costos de personal	Reducción de otros gastos (costos de administración, energía, etc.)	Mejora de la eficacia en la producción (solo manufactureras)	Mejora de la eficiencia en las ventas	Otros
Total América Latina (n=43 empresas)	7,0	25,6	16,3	4,7	16,3	18,6	0,0	2,3	9,3
México (n=23 empresas)	8,7	21,7	21,7	0,0	17,4	17,4	0,0	0,0	13,0
Venezuela (n=0 empresas)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Colombia (n=1 empresas)	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Perú (n=2 empresas)	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0
Chile (n=6 empresas)	16,7	16,7	0,0	33,3	16,7	16,7	0,0	0,0	0,0
Brasil (n=8 empresas)	0,0	25,0	25,0	0,0	25,0	12,5	0,0	12,5	0,0
Argentina (n=3 empresas)	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	33,3

II – 4 – (1) Impacto positivo de la pandemia de la COVID-19 (Por países 1)

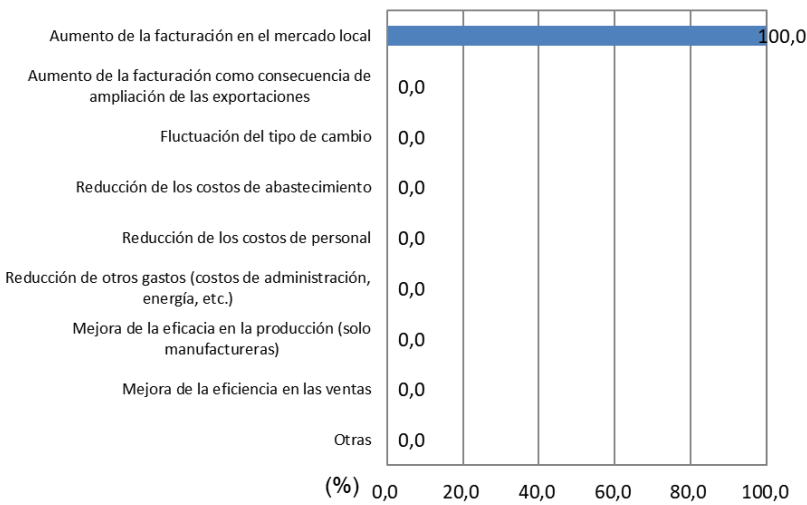
Impacto positivo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: México(n=23)



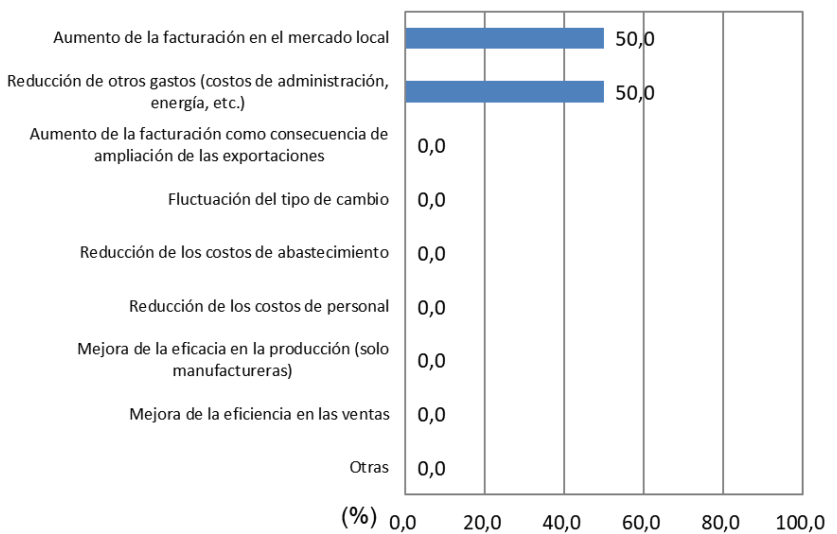
Impacto positivo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Venezuela(n=0)



Impacto positivo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Colombia(n=1)

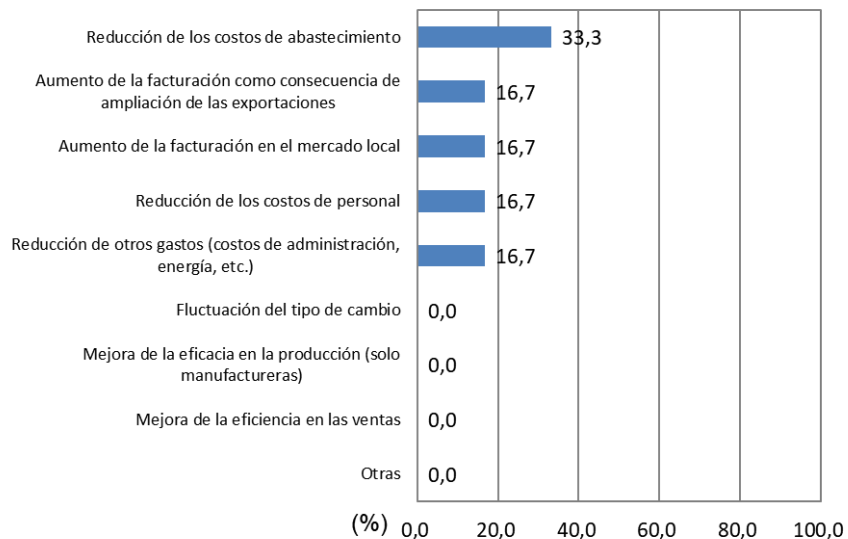


Impacto positivo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Perú(n=2)

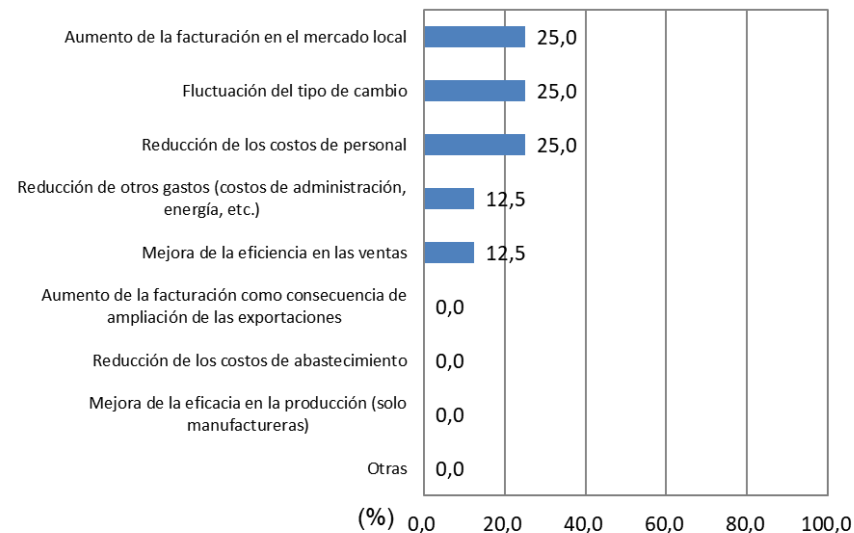


II – 4 – (1) Impacto positivo de la pandemia de la COVID-19 (Por países 2)

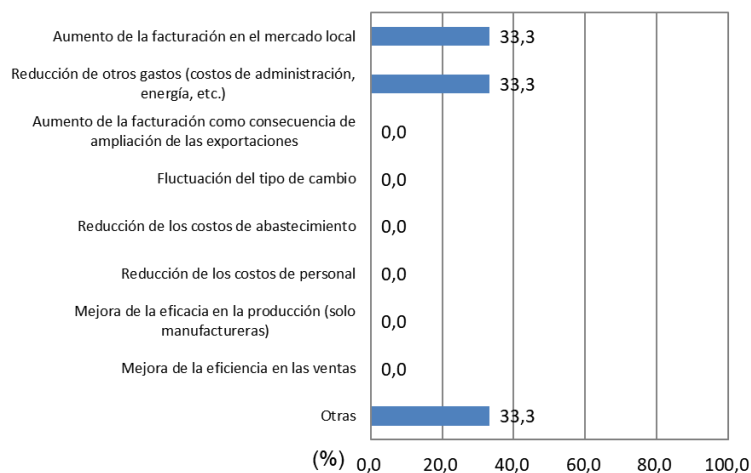
Impacto positivo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Chile(n=6)



Impacto positivo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Brasil(n=8)



Impacto positivo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Argentina(n=3)



II – 4 – (2) Impacto negativo de la pandemia de la COVID-19

- El número de empresas que respondió que la pandemia del coronavirus ha tenido un "Impacto negativo" asciende a 255 empresas (48,1%) en todo el conjunto de América Latina.
- Concretamente apuntan que esto se debió a la "Disminución de la facturación en el mercado local" con un 56,5% del total, siendo este el motivo más elegido en todos los países. Empresas de varios sectores, tanto manufactureras como no manufactureras, se han visto afectadas por la bajada de las ventas. Especialmente en Argentina, más del 70% de las empresas eligieron "Disminución de la facturación en el mercado local". Se cree que influyeron las restricciones a las salidas más prolongadas que en otros países.
- En México, Argentina, Chile y Colombia alrededor del 20% eligió "Disminución de la facturación por escaso dinamismo de las exportaciones". Esto se debe a que en México y Argentina, debido al coronavirus, se ha visto reducida la demanda desde los principales destinos de exportaciones, principalmente las relacionadas con el sector automovilístico.
- No obstante, en Brasil, la segunda respuesta más elegida corresponde a "Fluctuación del tipo de cambio", representando el 20% de las respuestas. Hay muchas empresas que se dedican principalmente a la importación y venta, por lo que la depreciación de la moneda local a consecuencia de la pandemia ha hecho que aumenten los costos de importación.

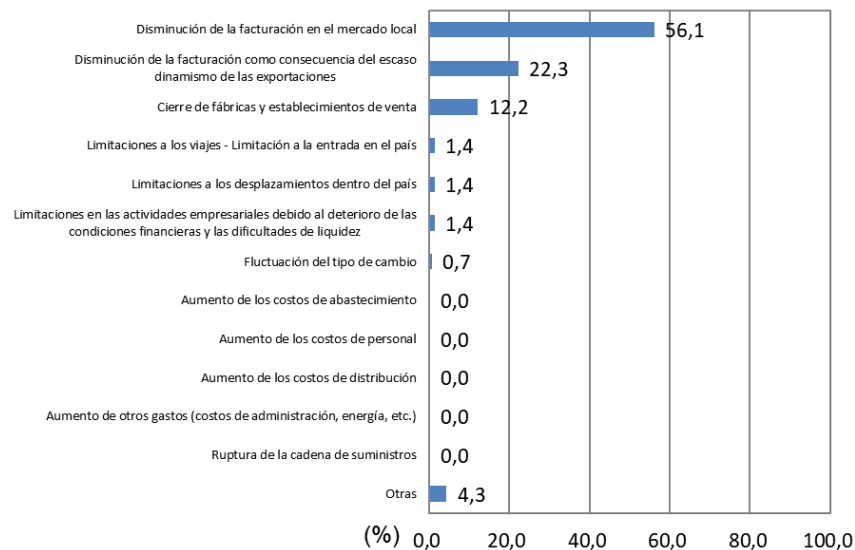
Impacto negativo de la pandemia de la COVID-19

(Unidad: %)

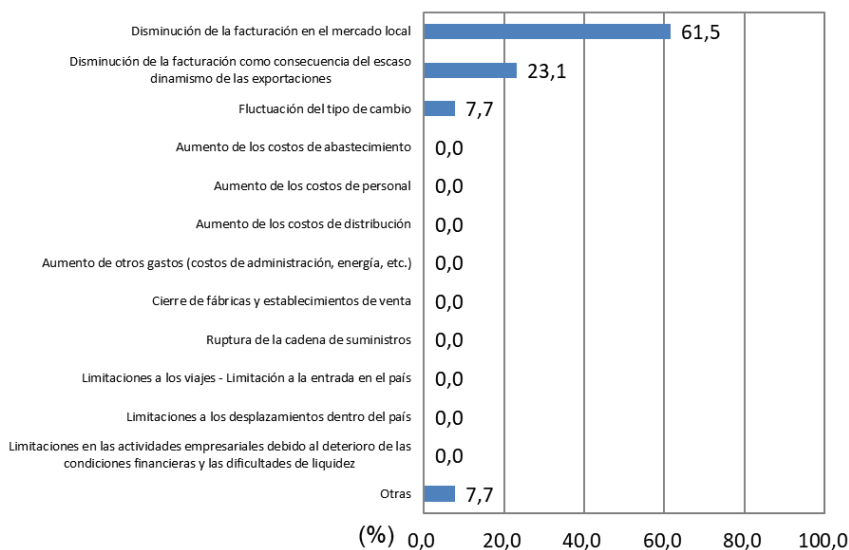
	Disminución de la facturación como consecuencia del escaso dinamismo de las exportaciones	Disminución de la facturación en el mercado local	Fluctuación del tipo de cambio	Aumento de los costos de aprovisionamiento	Aumento de los costos de personal	Aumento de los costos de distribución	Aumento de otros gastos (costos de administración, energía, etc.)	Cierre de fábricas y establecimientos de venta	Ruptura de la cadena de suministros	Limitaciones a los viajes - Limitación a la entrada en el país	Limitaciones a los desplazamientos dentro del país	Limitaciones en las actividades empresariales debido al deterioro de las condiciones financieras y las dificultades de liquidez	Otras
Total América Latina (n=255 empresas)	19,2	56,5	5,5	0,0	0,0	0,4	0,0	8,2	0,4	2,0	1,2	0,8	5,9
México (n=139 empresas)	22,3	56,1	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	12,2	0,0	1,4	1,4	1,4	4,3
Venezuela (n=1 empresas)	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Colombia (n=13 empresas)	23,1	61,5	7,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,7
Perú (n=18 empresas)	16,7	61,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,6	5,6	0,0	0,0	0,0	11,1
Chile (n=15 empresas)	26,7	40,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	13,3	0,0	6,7	0,0	0,0	13,3
Brasil (n=55 empresas)	9,1	56,4	20,0	0,0	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0	3,6	1,8	0,0	7,3
Argentina (n=14 empresas)	21,4	71,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

II – 4 – (2) Impacto negativo de la pandemia de la COVID-19 (Por países 1)

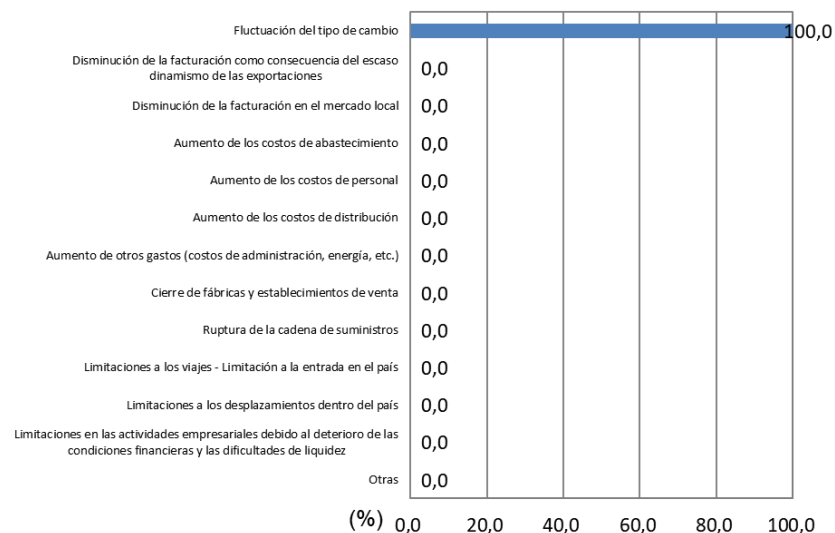
Impacto negativo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: México (n=139)



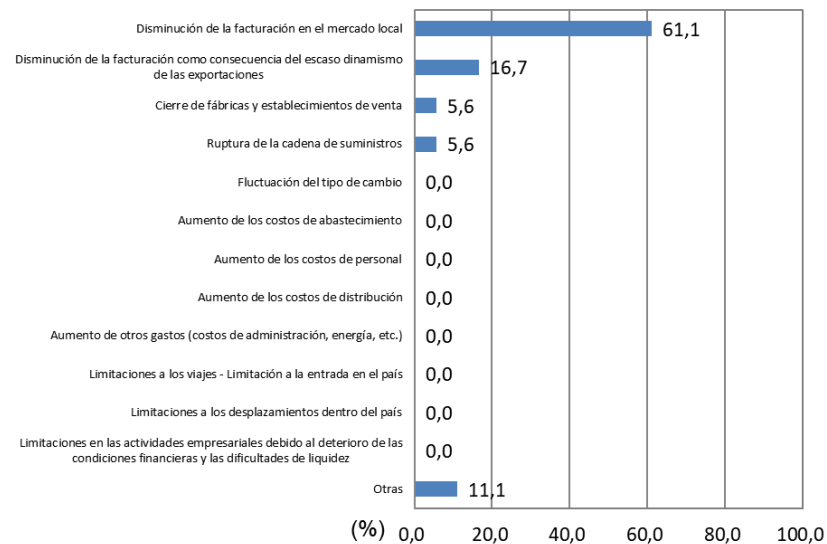
Impacto negativo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Colombia (n=13)



Impacto negativo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Venezuela (n=1)

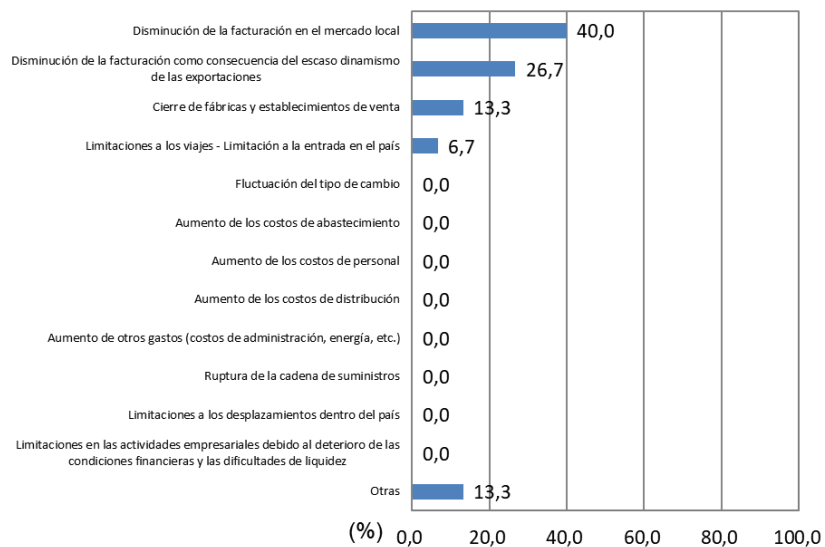


Impacto negativo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Perú (n=18)

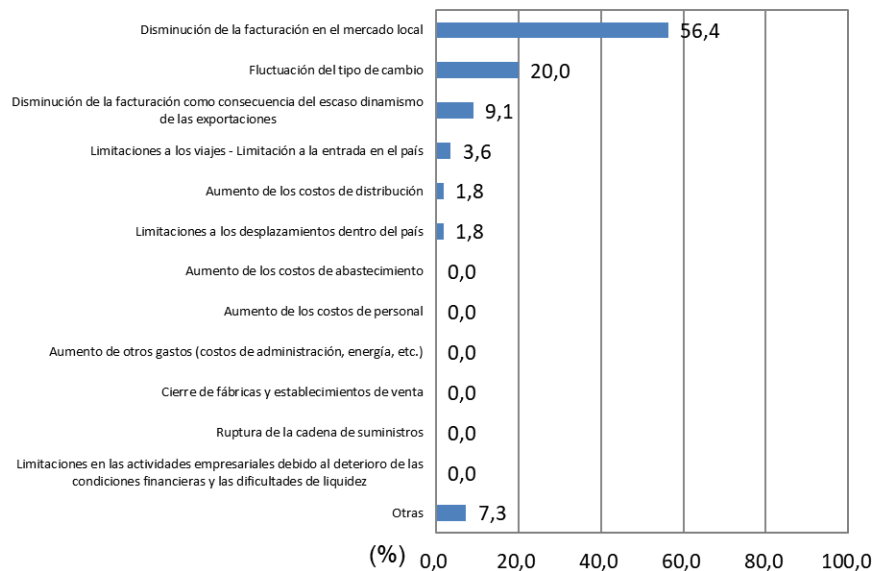


II – 4 – (2) Impacto negativo de la pandemia de la COVID-19 (Por países 2)

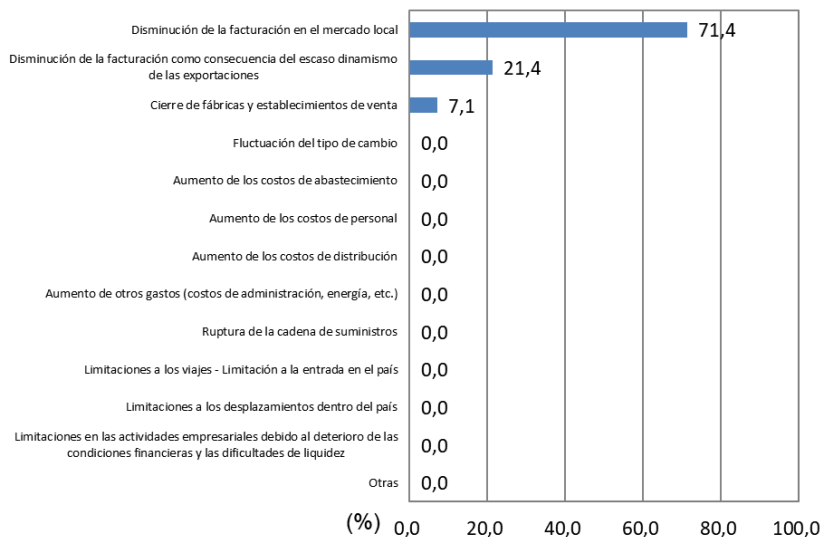
Impacto negativo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Chile (n=15)



Impacto negativo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Brasil (n=55)



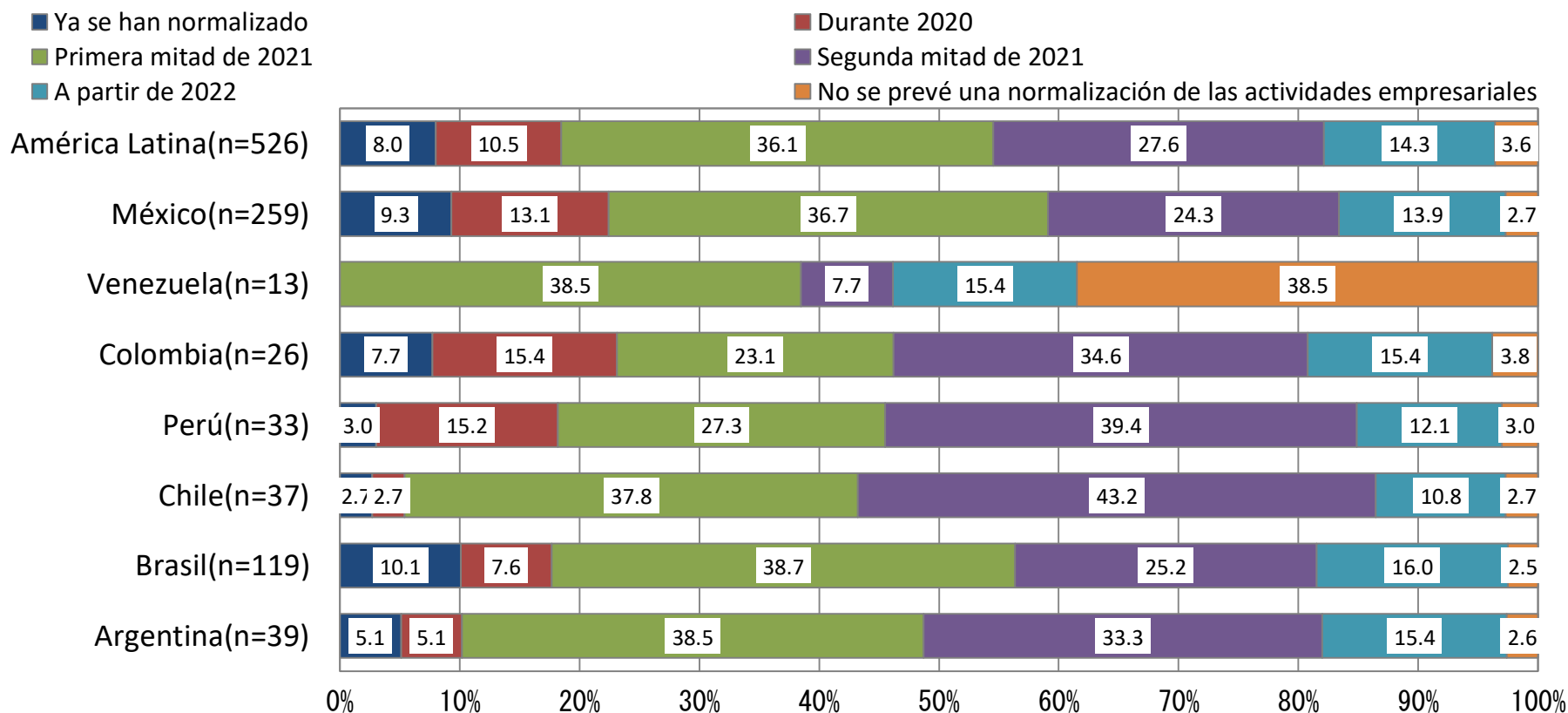
Impacto negativo en los beneficios que ha supuesto la pandemia de la COVID-19: Argentina (n=14)



II – 4 – (3) Período en el que se espera que se normalicen las actividades empresariales tras la pandemia de la COVID-19

- El mayor número de respuestas que indican en la primera mitad de 2021 corresponde a México, Brasil y Argentina. En México se ve reflejado el hecho de que el sector automovilístico haya sido designado como de necesidad y que se prevé una recuperación de las exportaciones a EE. UU. Se prevé que en Brasil la recuperación de la economía interna sea más rápida ya que no se impusieron restricciones muy estrictas. Por otra parte, en Colombia y Perú, donde las medidas de confinamiento fueron más estrictas y largas, hay más respuestas que indican "Segunda mitad de 2021".
- En el área metropolitana de Chile, donde hay muchas empresas japonesas, las restricciones se relajaron a partir de agosto, mientras que en las áreas rurales continúan siendo más estrictas dependiendo de la situación de la pandemia, por eso se considera que el porcentaje de encuestados que espera que mejore en la "Segunda mitad de 2021" es elevado.

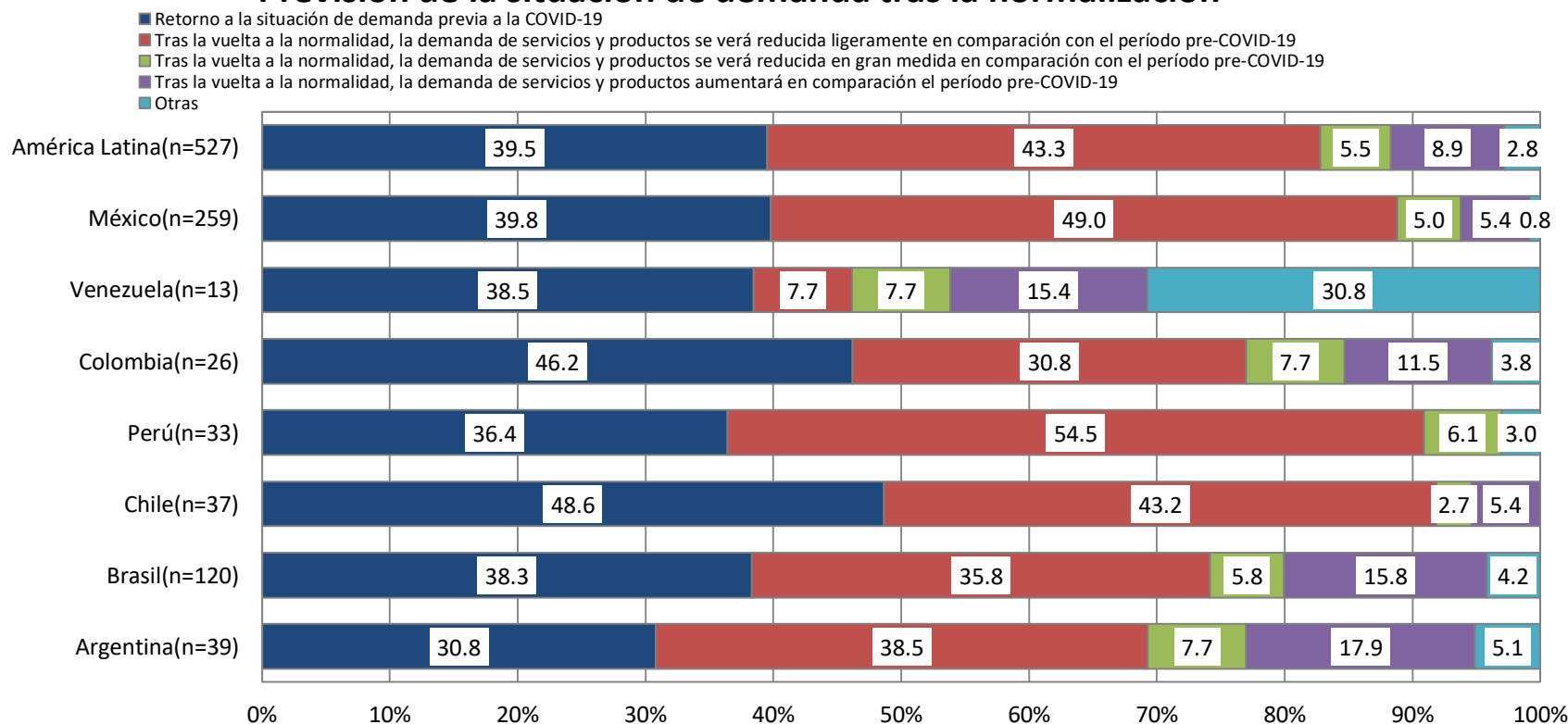
Período en el que se normalizarán las actividades empresariales después de la COVID-19



II – 4 – (4) Demanda tras la normalización de las actividades empresariales

- En todos los países se espera que alrededor del 40% de las empresas vuelvan a la situación de demanda prepandémica.
- El porcentaje de empresas que prevé una bajada de la demanda es del 48,8% para toda América Latina, siendo esta media algo mayor en Perú (60,6%) y México (54,0%). Se cree en Perú ha afectado el retraso en la recuperación del consumo. En México, parece haber influido el hecho de que la administración actual no prestara ningún apoyo a las empresas como consecuencia de la crisis del coronavirus ni que estas pudieran funcionar a plena capacidad debido a las medidas de higiene de obligado cumplimiento.
- Brasil cuenta con el mayor número de empresas en toda América Latina que indica un aumento de la demanda con 19 empresas (15,8%). De entre las cuales, 12 son empresas no manufactureras. Son de destacar las respuestas de las empresas que se anticipan a una nueva demanda en el ámbito de los servicios relacionados con la información como consecuencia de la digitalización.

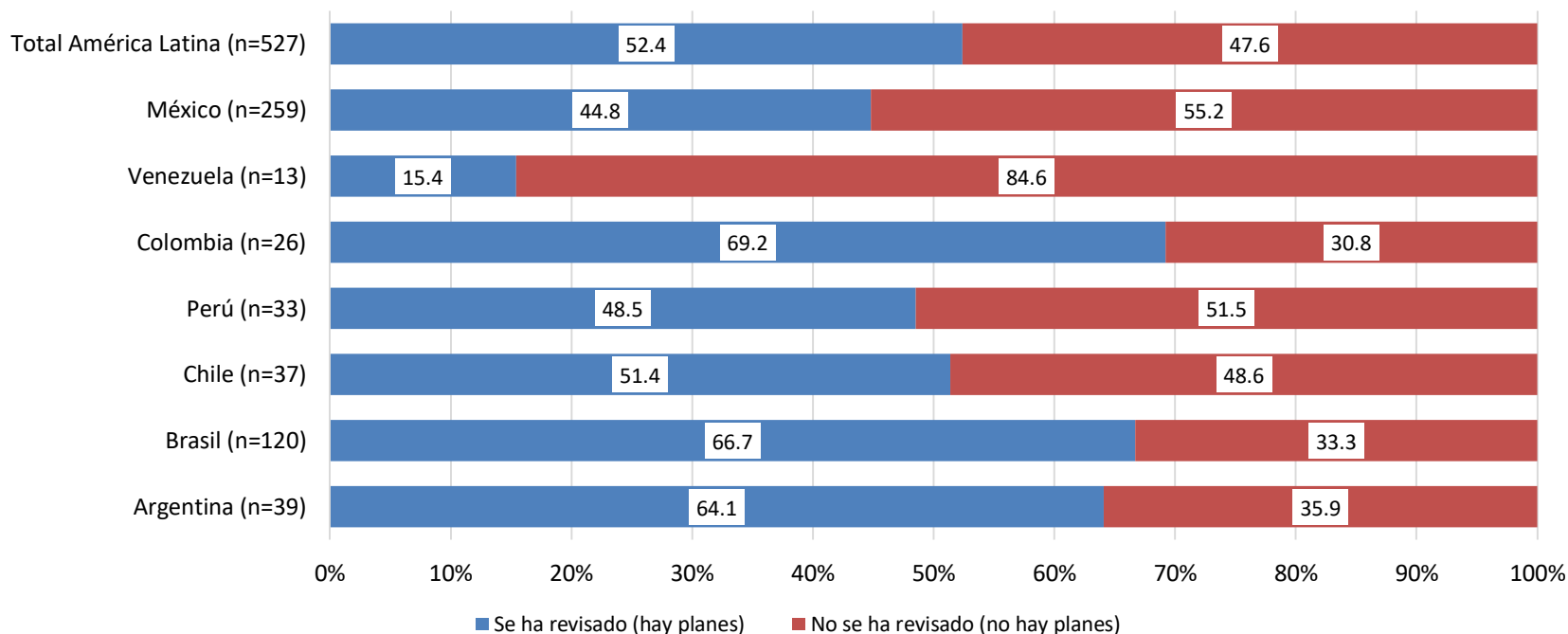
Previsión de la situación de demanda tras la normalización



II – 4 – (5) Impacto de la pandemia de la COVID-19 (Revisión de la estrategia empresarial/modelo de negocio)

- En el conjunto de América Latina, el 52,4% respondió que ya las ha revisado o que tiene previsto hacerlo. En particular, hubo muchas respuestas que indicaron una revisión en Colombia, Brasil y Argentina.
- En México, de las manufactureras, 61 empresas refirieron que ya se han revisado y 84, que todavía no lo han hecho. De las no manufactureras, 55 empresas señalaron que ya se han revisado y 59, que todavía no lo han hecho.
- En Argentina, el 64,1% (25 empresas) respondió que ya "Se ha revisado (hay planes)". Nueve de ellas eran manufactureras.
- En Venezuela, donde la economía nacional continúa en recesión, el 84,6% de las encuestadas indica "No se ha revisado (no hay planes)". Se puede observar que la recesión económica supuso un impacto más grave que la pandemia del coronavirus.

Revisión del modelo empresarial y las estrategias comerciales tras la pandemia de la COVID-19



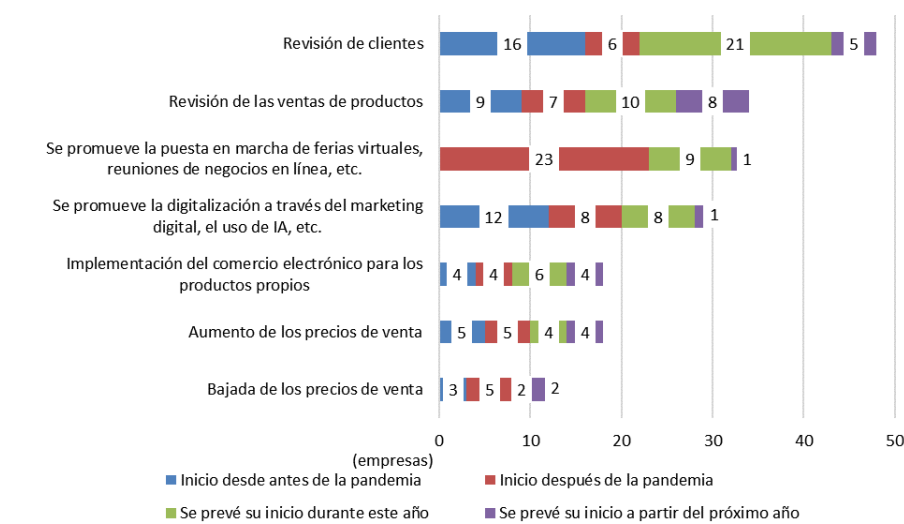
II – 4 – (6) Revisión de las estrategias de ventas a consecuencia del impacto de la pandemia de la COVID-19

- En el conjunto de América Latina, los porcentajes más altos para "Esfuerzos concretos para la revisión de las estrategias de ventas" a consecuencia del impacto de la pandemia corresponden a "Revisión de clientes" (45,6%) y "Se promueve la puesta en marcha de ferias virtuales, reuniones de negocios en línea, etc." (45,6%). Hubo muchas empresas que "promovieron la puesta en marcha de ferias virtuales, reuniones de negocios en línea, etc." tras el comienzo de la pandemia; sin embargo, muchas empresas comenzaron a "revisar los clientes" antes de su comienzo.
- En México el porcentaje para "Revisión de clientes" y "Revisión de los productos en venta" es más alto que en otros países. Por el contrario, el porcentaje para "Ferias virtuales" y "Digitalización" es más bajo que en otros países. En este contexto, la tasa de empresas manufactureras es mayor respecto al resto de países. Esto se debe a que no es fácil poner en práctica ferias virtuales, especialmente para en el sector de las autopartes.
- Brasil obtiene un porcentaje alto para "Ferias virtuales" y "Digitalización". Hay 34 empresas que indican "Ferias virtuales", de las cuales 22 son no manufactureras. Hay muchas empresas para las que es sencillo realizar ferias virtuales. Hay 31 que seleccionan "Digitalización", de las cuales 11 son manufactureras. El sector manufacturero también avanza hacia la digitalización.

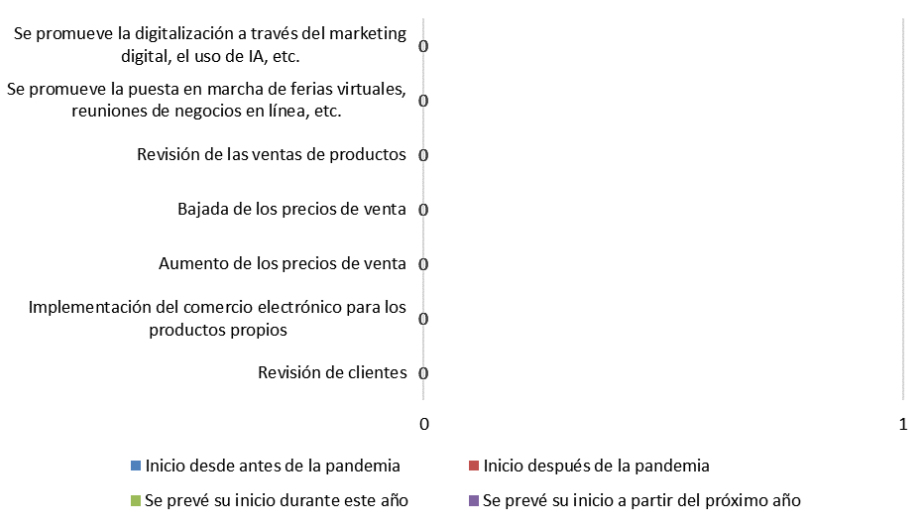
Revisión de la estrategia de ventas a consecuencia de la pandemia de la COVID-19 (Respuesta múltiple) (Unidad: %)

	Revisión de clientes	Implementación del comercio electrónico para los productos propios	Bajada de los precios de venta	Aumento de los precios de venta	Revisión de los productos en venta	Se promueve la puesta en marcha de ferias virtuales, reuniones de negocios en línea, etc.	Se promueve la digitalización a través del marketing digital, el uso de IA, etc.
Total América Latina (n=226 empresas)	45,6	14,6	11,9	23,5	30,1	45,6	39,8
México (n=89 empresas)	53,9	20,2	14,6	20,2	40,4	37,1	32,6
Venezuela (n=0 empresas)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Colombia (n=17 empresas)	41,2	0,0	11,8	17,6	17,6	47,1	47,1
Perú (n=14 empresas)	50,0	35,7	14,3	21,4	14,3	50,0	50,0
Chile (n=16 empresas)	43,8	12,5	12,5	25,0	25,0	56,3	43,8
Brasil (n=69 empresas)	33,3	11,6	4,3	30,4	24,6	49,3	44,9
Argentina (n=21 empresas)	52,4	0,0	23,8	19,0	28,6	57,1	38,1

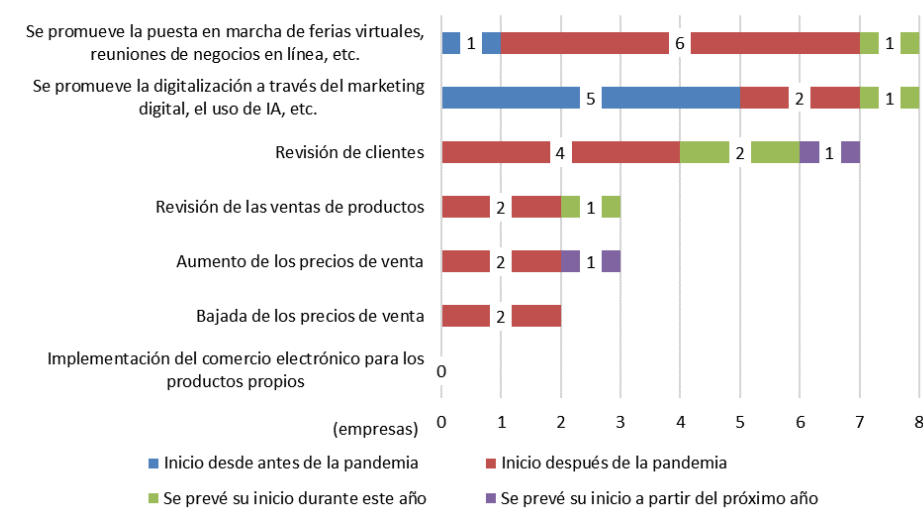
Revisión de las estrategias de ventas (México)



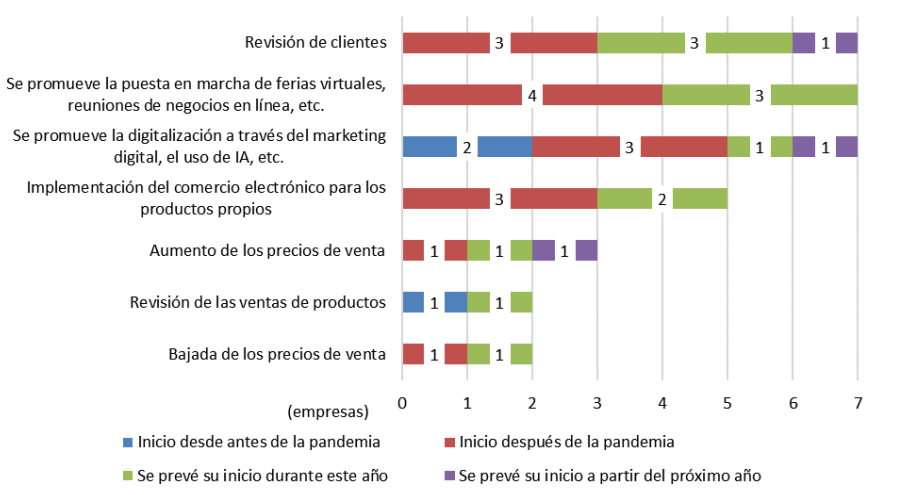
Revisión de las estrategias de ventas (Venezuela)



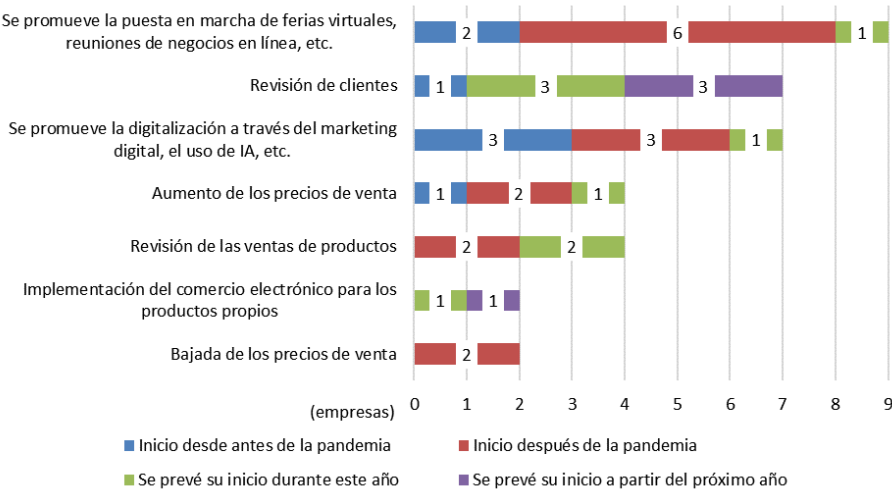
Revisión de las estrategias de ventas (Colombia)



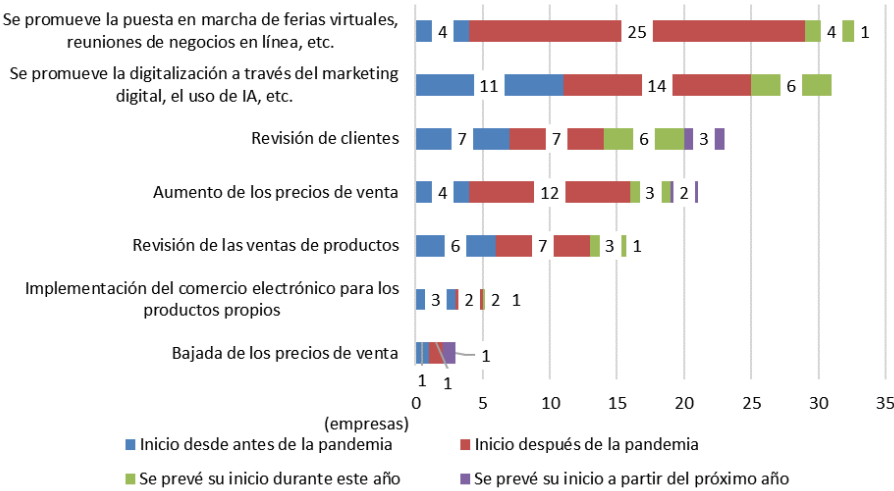
Revisión de las estrategias de ventas (Perú)



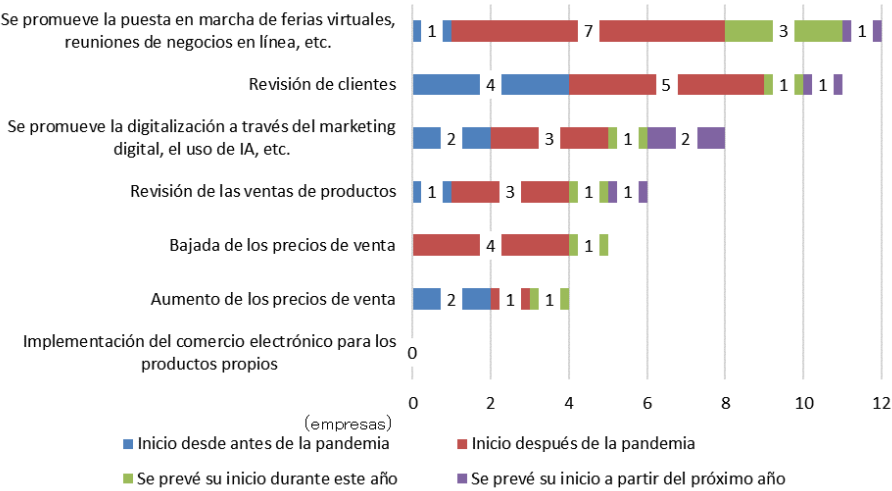
Revisión de las estrategias de ventas (Chile)



Revisión de las estrategias de ventas (Brasil)



Revisión de las estrategias de ventas (Argentina)



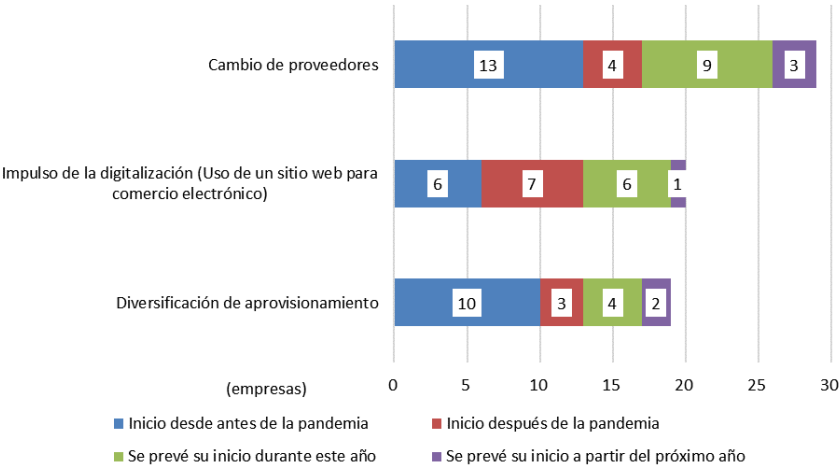
- En el conjunto de América Latina, alrededor de la mitad de las empresas indicaron que habían implementado un "Cambio de proveedores" a modo de "Revisión al aprovisionamiento" como consecuencia del impacto de la pandemia.
- Entre los que indicaron "Cambio de proveedores" y "Diversificación de aprovisionamiento" se preguntó si "se iniciaron antes o después del comienzo de la pandemia", en México, un 45% de los primeros y un 53% de los segundos indicaron "Inicio antes de la pandemia". En Brasil, un 36% de los primeros y un 29% de los segundos respondieron "Inicio antes de la pandemia". En México, el motivo por el cual hay un alto porcentaje que comenzó antes de la pandemia se debe a que ya se había empezado a lidiar con los aranceles de EE. UU. sobre China y el T-MEC antes de que empezara la crisis del coronavirus.
- Por otro lado, con respecto al "Impulso de la digitalización (Uso de un sitio web para comercio electrónico)", el 70% de las empresas encuestadas, tanto en Brasil como en México, indica que "ya han comenzado o que comenzarán a planearlas después de la pandemia".

Revisión de la estrategia aprovisionamiento a consecuencia de la pandemia de la COVID-19 (Respuesta múltiple)

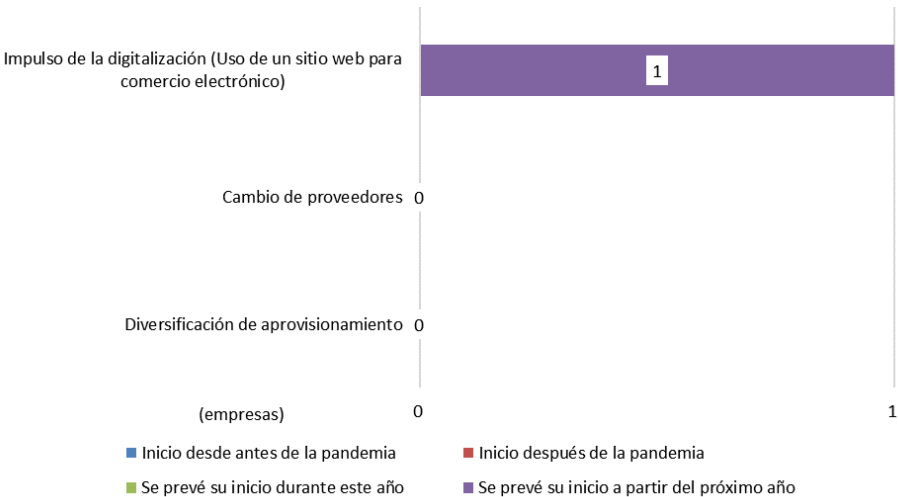
(Unidad: %)

	Cambio de proveedores	Diversificación de aprovisionamiento	Impulso de la digitalización (Uso de un sitio web para comercio electrónico)
Total América Latina (n=119 empresas)	50,4	38,7	33,6
México (n=52 empresas)	55,8	36,5	38,5
Venezuela (n=1 empresas)	0,0	0,0	100,0
Colombia (n=7 empresas)	42,9	42,9	14,3
Perú (n=4 empresas)	25,0	50,0	25,0
Chile (n=6 empresas)	83,3	50,0	0,0
Brasil (n=35 empresas)	40,0	42,9	31,4
Argentina (n=14 empresas)	57,1	28,6	42,9

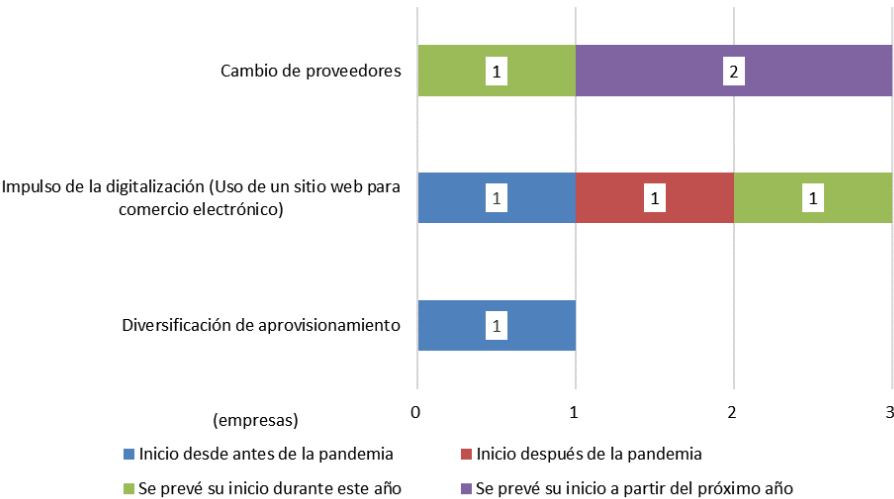
Revisión del aprovisionamiento (México)



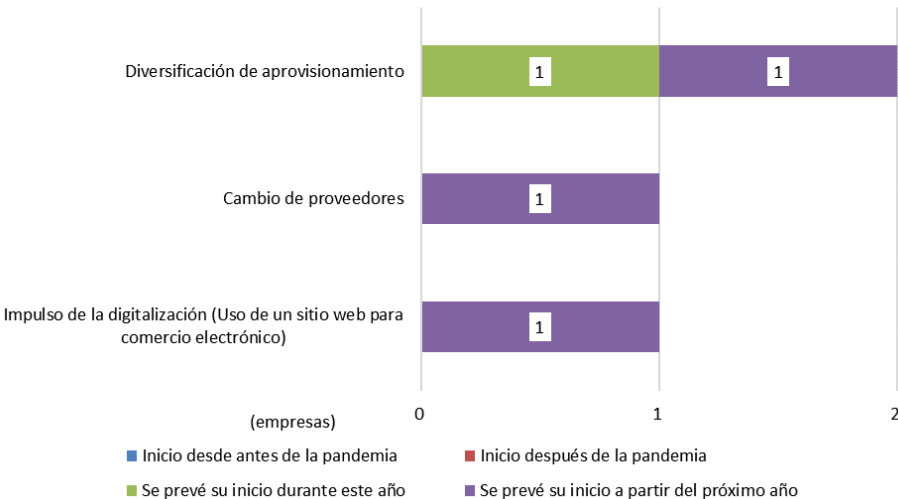
Revisión del aprovisionamiento (Venezuela)



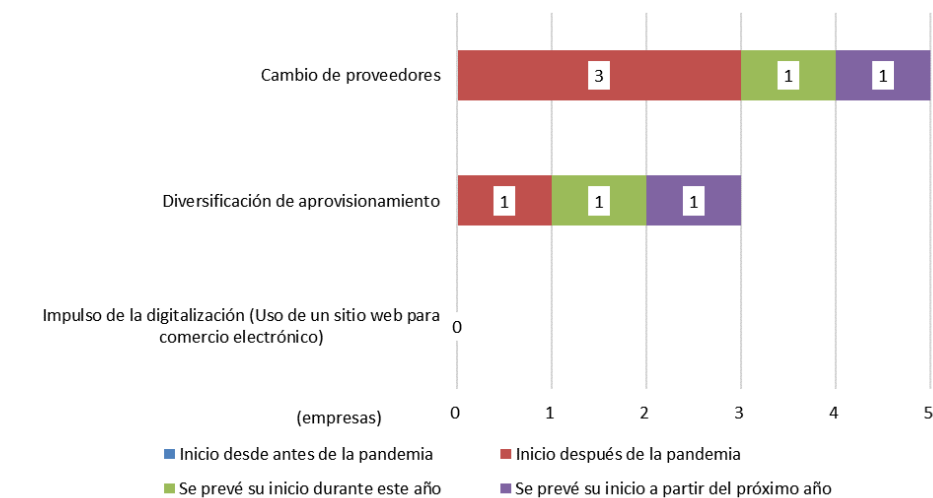
Revisión del aprovisionamiento (Colombia)



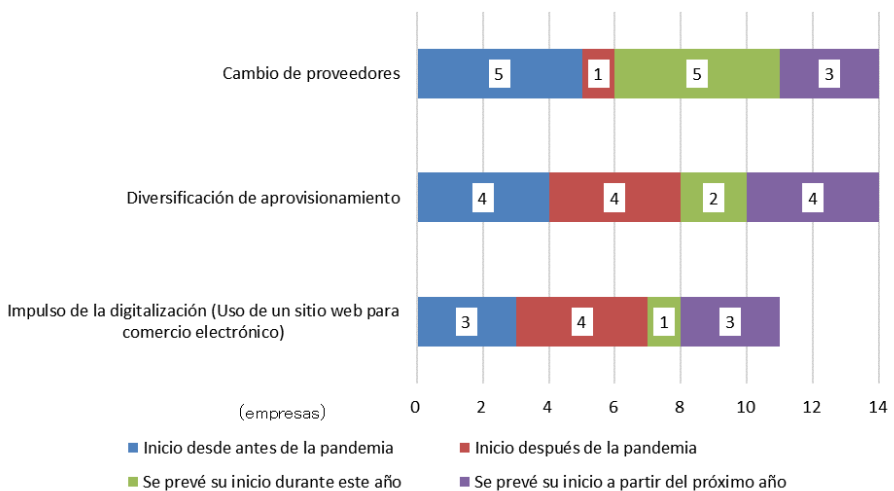
Revisión del aprovisionamiento (Perú)



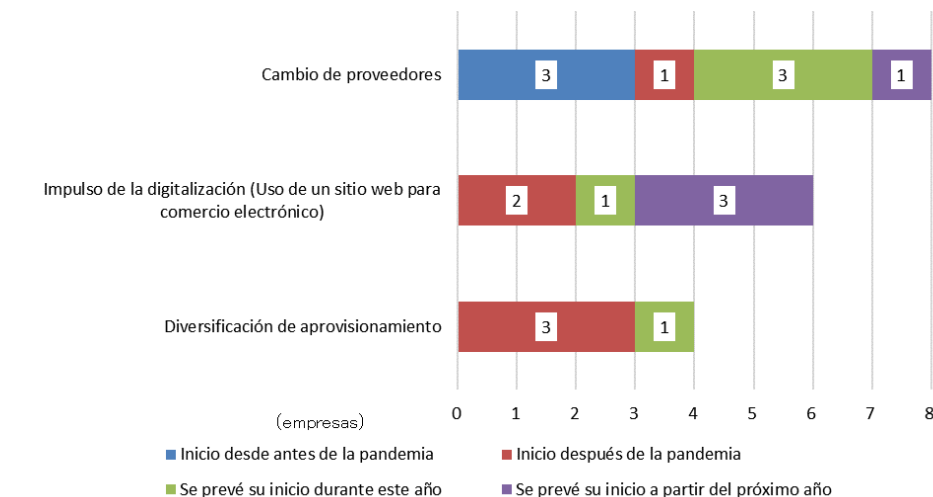
Revisión del aprovisionamiento (Chile)



Revisión del aprovisionamiento (Brasil)



Revisión del aprovisionamiento (Argentina)



II – 4 – (8) Revisión de la producción a consecuencia del impacto de la pandemia de la COVID-19

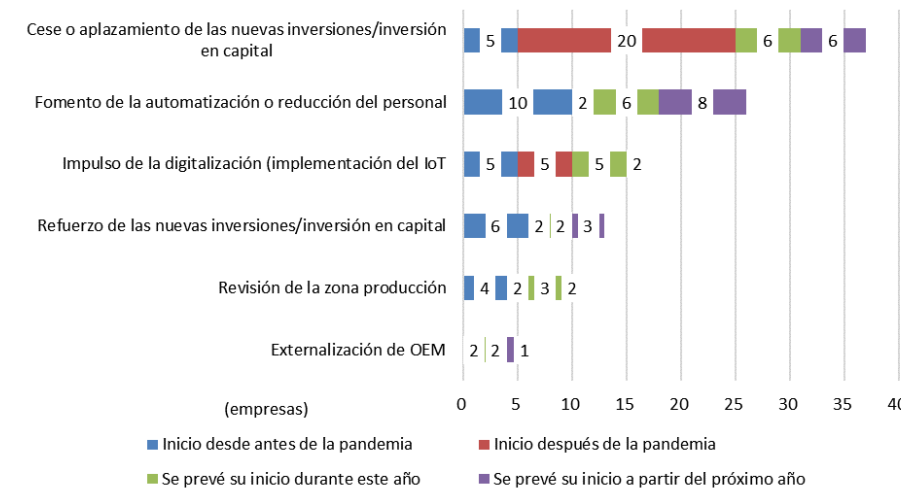
- En cuanto a la "Revisión de la producción" a consecuencia de la pandemia, en el conjunto de América Latina, la mayor parte de las empresas (57,1%) eligió "Cese o aplazamiento de las nuevas inversiones/inversión en capital".
- En México, algo menos del 90% de las empresas que implementaron el "Cese o aplazamiento de las nuevas inversiones/inversión en capital" respondió que comenzaron después de la pandemia. En lo que respecta a "Automatización/Recorte de personal", el 60% respondió que se hizo a partir de la pandemia. El 40% indicó que había comenzado antes. Con esto se comprueba que había algunas empresas que estaban poniendo en práctica la automatización/recorte de personal, independientemente de la pandemia del coronavirus.
- En Brasil, la mayor parte de las empresas (60,0%) respondió "Cese o aplazamiento de las nuevas inversiones/inversión en capital". De las 21 empresas que respondieron esto, 17 (81%) indicaron "Inicio después de la pandemia", lo que pone de manifiesto que les afectó mucho la pandemia de la COVID-19.

(Unidad: %)

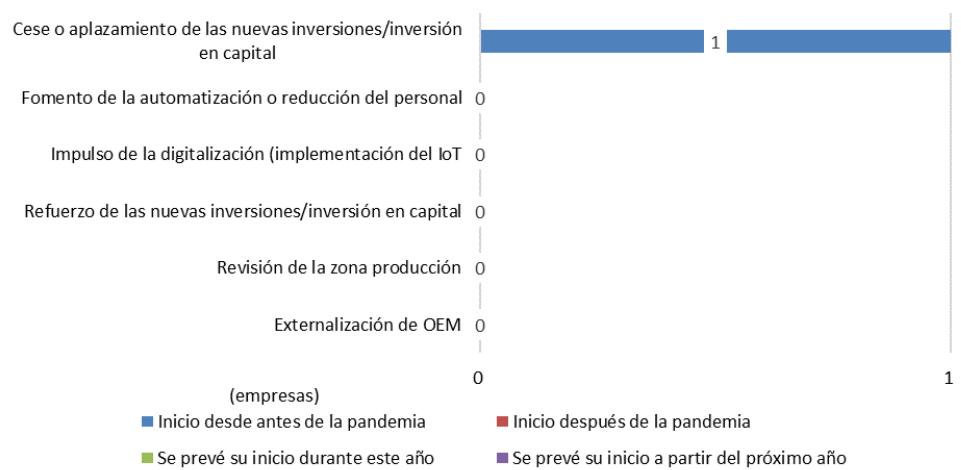
	Cese o aplazamiento de las nuevas inversiones / inversión en capital	Refuerzo de las nuevas inversiones / inversión en capital	Revisión de la zona de producción	Impulso de la digitalización (implementación del IoT)	Fomento de la automatización o recorte del personal	Puesta en marcha de la externalización de OEM
Total América Latina (n=133 empresas)	57,1	15,8	11,3	26,3	33,8	8,3
México (n=63 empresas)	58,7	20,6	17,5	27,0	41,3	9,5
Venezuela (n=1 empresas)	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Colombia (n=4 empresas)	75,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0
Perú (n=2 empresas)	50,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0
Chile (n=8 empresas)	37,5	50,0	12,5	25,0	37,5	0,0
Brasil (n=35 empresas)	60,0	8,6	2,9	20,0	31,4	11,4
Argentina (n=20 empresas)	50,0	5,0	10,0	40,0	20,0	5,0

II - 4 - (8) Revisión de la producción a consecuencia del impacto de la pandemia de la COVID-19 (Por países 1)

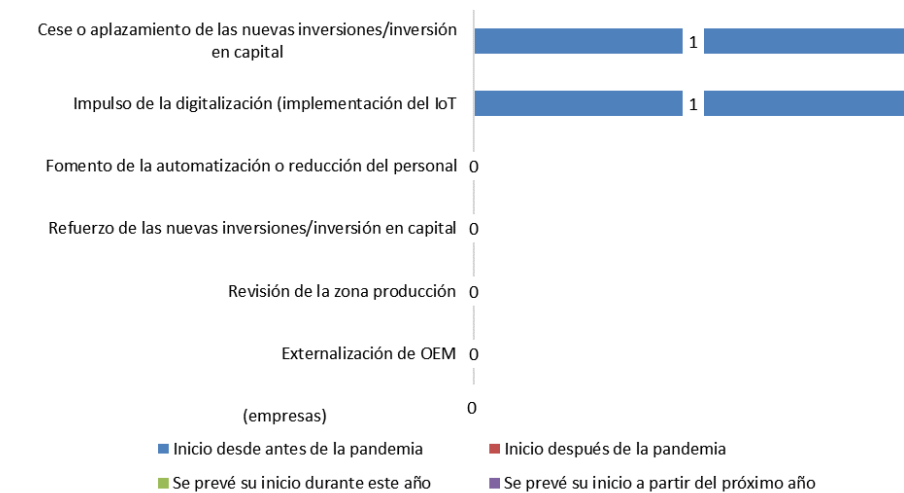
Revisión de la producción (México)



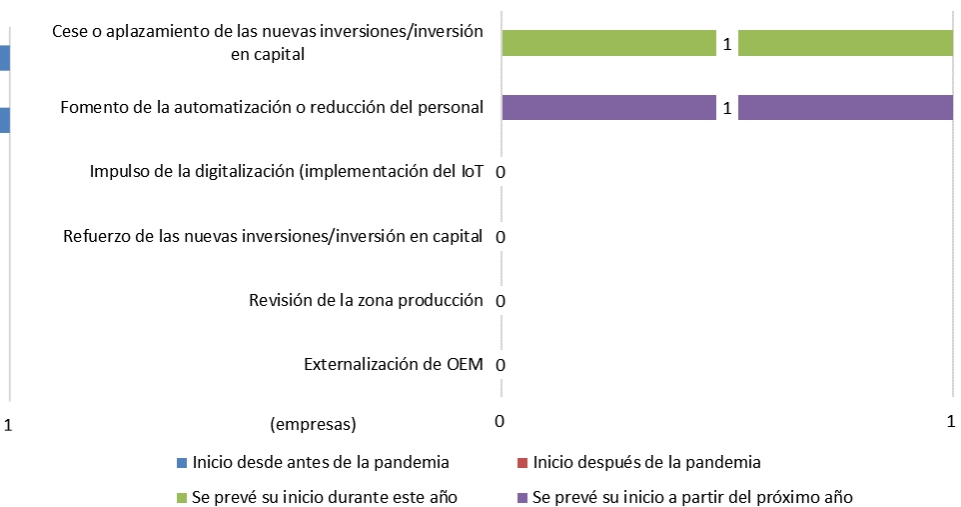
Revisión de la producción (Venezuela)



Revisión de la producción (Colombia)

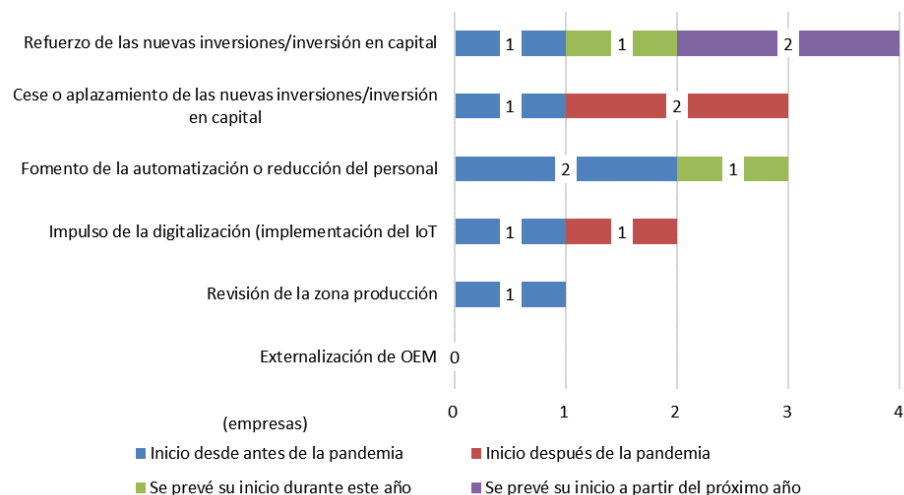


Revisión de la producción (Perú)

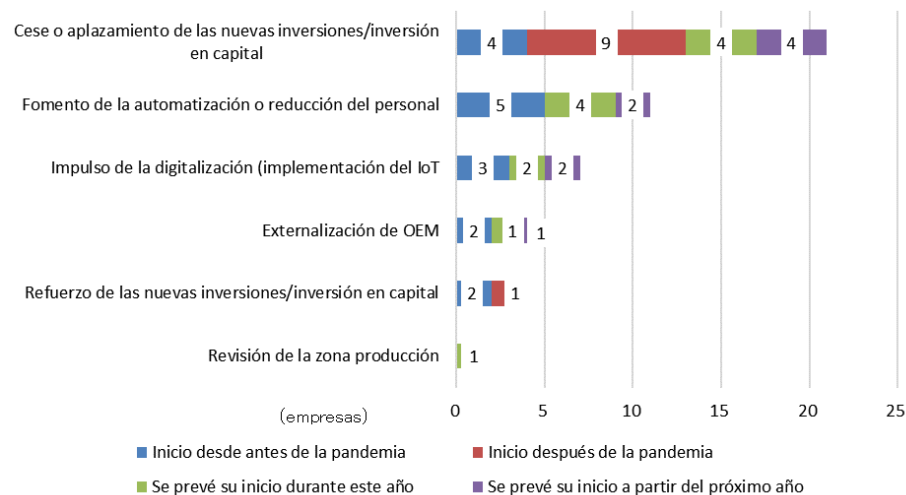


II - 4 - (8) Revisión de la producción a consecuencia del impacto de la pandemia de la COVID-19 (Por países 2)

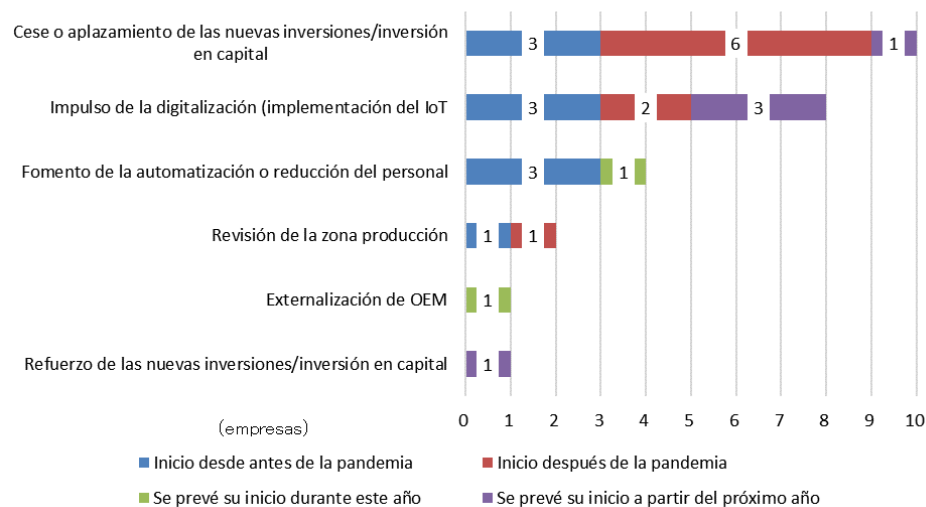
Revisión de la producción (Chile)



Revisión de la producción (Brasil)



Revisión de la producción (Argentina)

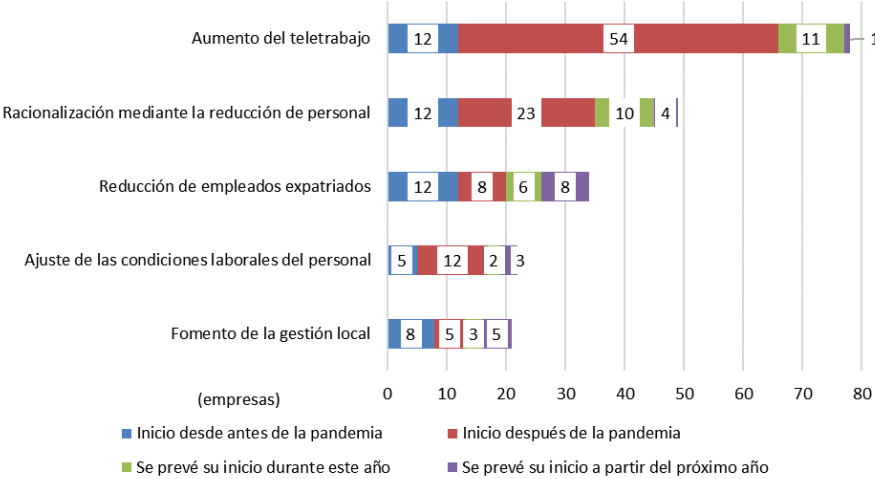


- En el conjunto de América Latina, la respuesta más común fue para "Aumento del teletrabajo", y el 75% indica que se inició después de la pandemia.
- Con respecto a otros países, en México es ligeramente inferior el porcentaje que indicó "Aumento del teletrabajo". Esto se debe a que muchas de las empresas son manufactureras y necesitan que los empleados vayan a trabajar. En México hubo 49 empresas que respondieron "Racionalización mediante la reducción de personal". De las cuales, el 75,5% (37 empresas) respondió "Inicio a partir de la pandemia". Por otro lado, 34 empresas señalaron una reducción de los empleados expatriados; sin embargo, el 64,7% (22 empresas) respondió que el "inicio fue a partir de la pandemia".
- En Brasil, se flexibilizó una parte la Consolidación de las Leyes del Trabajo, lo que ha permitido el aumento del teletrabajo.
- Alrededor del 30% de los encuestados en el conjunto de América Latina respondió que implementaría una "Reducción de empleados expatriados", aunque en Chile únicamente fue del 5,6%.

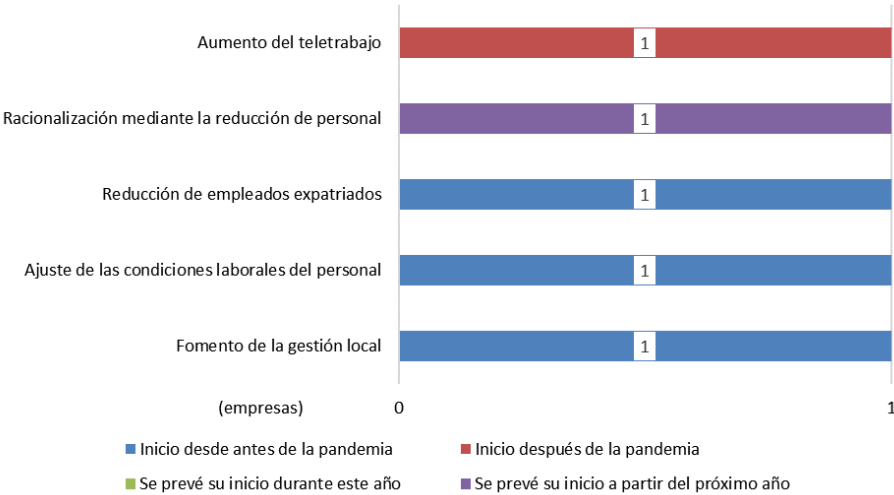
(Unidad: %)

	Aumento del teletrabajo	Fomento de la gestión local	Racionalización mediante la reducción de personal	Reducción de empleados expatriados	Ajuste de las condiciones laborales del personal
Total América Latina (n=248 empresas)	85,9	21,0	42,7	29,0	15,7
México (n=102 empresas)	76,5	21,6	49,0	34,3	22,5
Venezuela (n=2 empresas)	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0
Colombia (n=17 empresas)	94,1	29,4	35,3	11,8	17,6
Perú (n=14 empresas)	92,9	14,3	35,7	21,4	0,0
Chile (n=18 empresas)	94,4	16,7	33,3	5,6	22,2
Brasil (n=70 empresas)	90,0	21,4	42,9	35,7	10,0
Argentina (n=25 empresas)	100,0	16,0	32,0	20,0	4,0

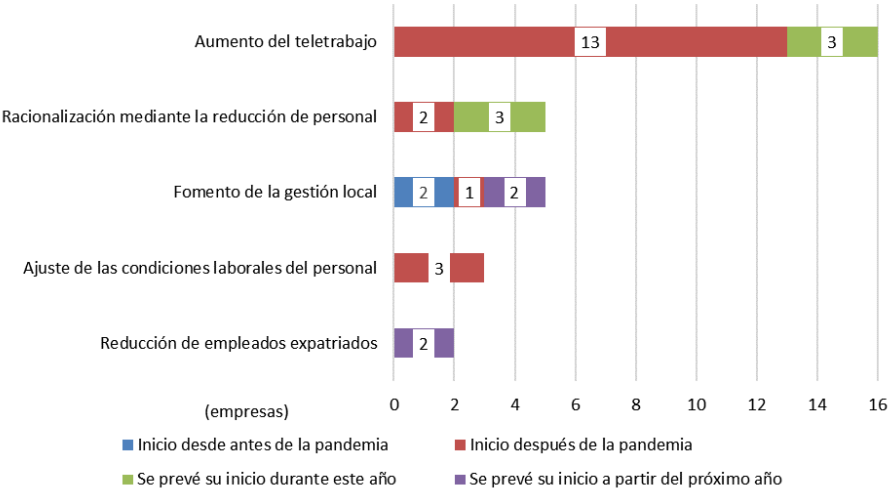
Revisión del sistema de administración/gerencia (México)



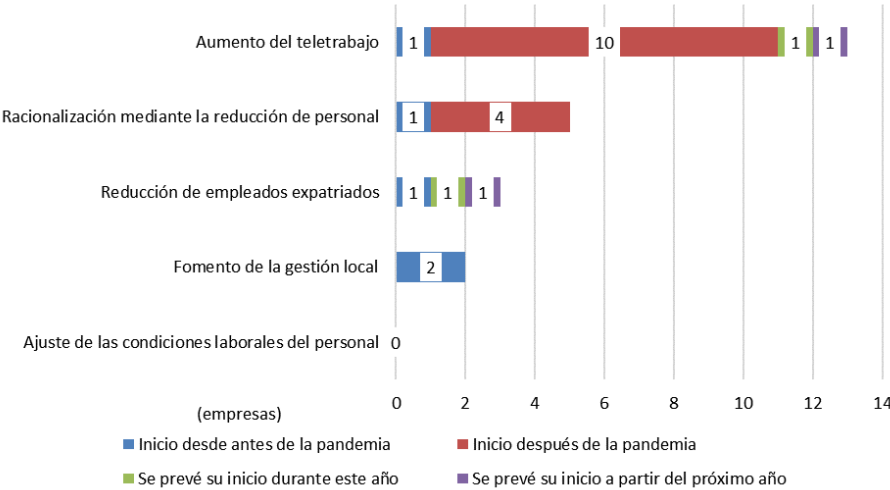
Revisión del sistema de administración/gerencia (Venezuela)



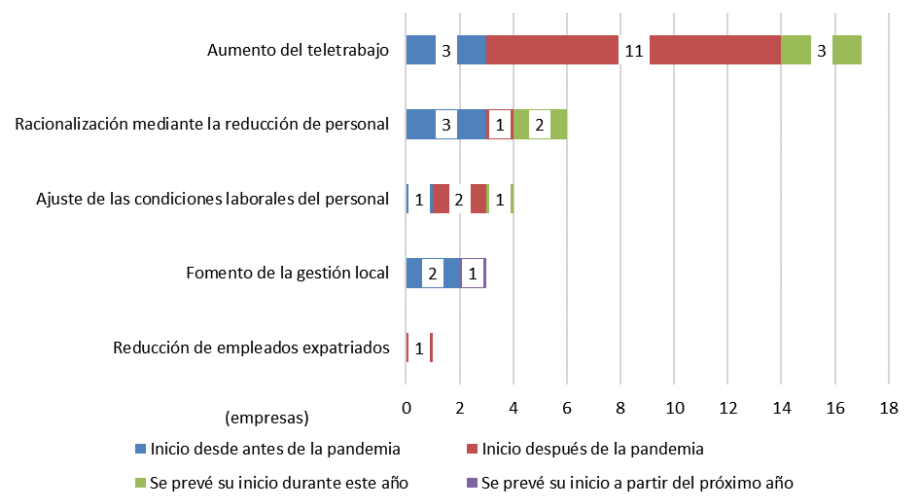
Revisión del sistema de administración/gerencia (Colombia)



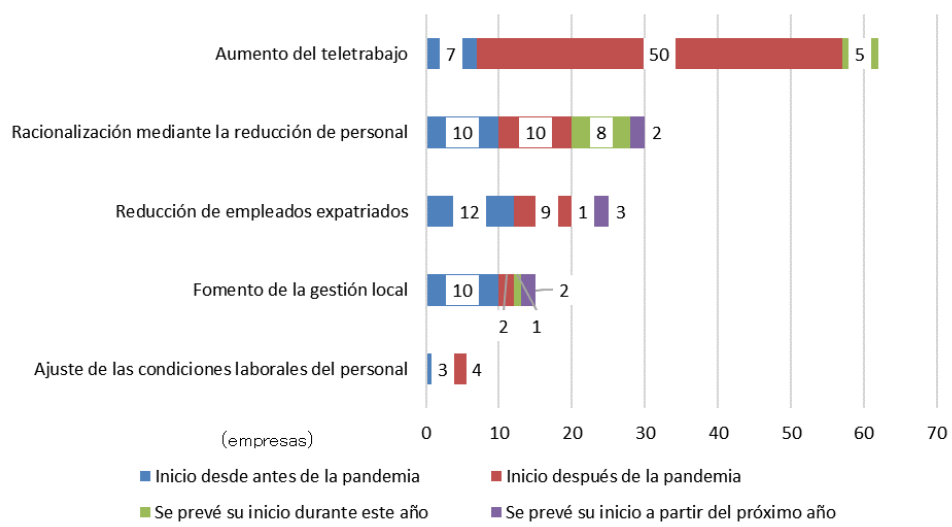
Revisión del sistema de administración/gerencia (Perú)



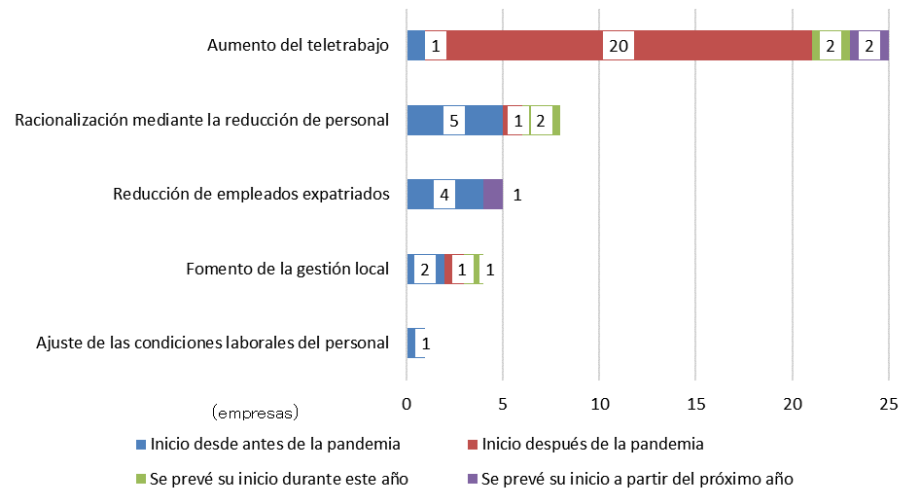
Revisión del sistema de administración/gerencia (Chile)



Revisión del sistema de administración/gerencia (Brasil)



Revisión del sistema de administración/gerencia (Argentina)



II – 4 – (10) Impacto de la pandemia de la COVID-19 (Motivos para no hacer una revisión)

- El porcentaje de respuesta para "No se revisará" es del 47,6% en el conjunto de América Latina.
- La mayor parte de respuestas señalan que la revisión de las estrategias de venta y el modelo de negocio "no se puede valorar inmediatamente (a la espera)", superando el 50% en todos los países a excepción de Venezuela. Concretamente, esto se debe hay muchas que opinan que no pueden prever cuándo remitirá la pandemia del coronavirus.
- En cuanto a los motivos para elegir "Otros", hubo muchas empresas que indicaron que no se habían visto afectadas por la pandemia de la COVID-19.

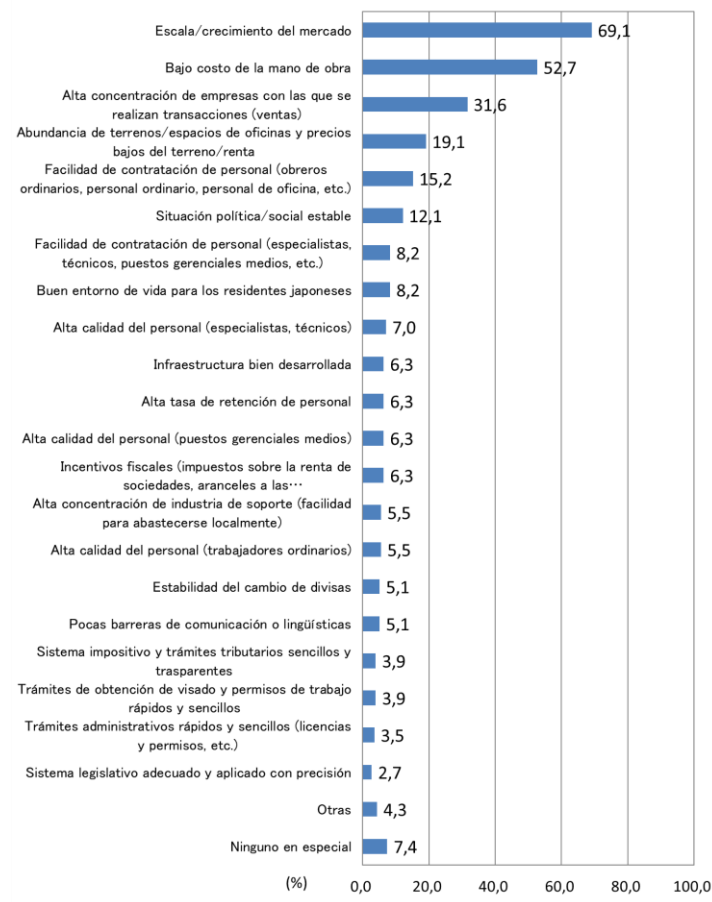
(Unidad: %)

	No se puede valorar inmediatamente (a la espera)	Intención del cliente	Los costos para la implementación de la revisión son muy elevados	Otros
Total América Latina (n=250 empresas)	63,2	11,6	3,2	28,0
México (n=143 empresas)	69,2	14,7	2,8	19,6
Venezuela (n=11 empresas)	45,5	0,0	0,0	54,5
Colombia (n=8 empresas)	50,0	0,0	0,0	50,0
Perú (n=17 empresas)	52,9	17,6	0,0	35,3
Chile (n=18 empresas)	55,6	0,0	5,6	38,9
Brasil (n=39 empresas)	59,0	10,3	5,1	33,3
Argentina (n=14 empresas)	57,1	7,1	7,1	42,9

II – 5 – (1) Problemas que afrontan las empresas en sus actividades: Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (México)

- Las ventajas fueron similares a la encuesta anterior en cuanto a posición y proporción.
- En el caso de los riesgos, respecto a la encuesta previa, aumentan "Delitos contra personas o empresas extranjeras" (48,9% → 58,6%), "Inestabilidad cambiaria" (39,6% → 57,4%), "Falta de transparencia en la gestión política del gobierno local" (46,8% → 53,1%). Disminuyen "Falta de mano de obra, dificultades para la contratación de personal (especialistas, técnicos, mandos gerenciales medios)" (32,4% → 19,5%), "Falta de mano de obra, dificultades para la contratación de personal (trabajadores y personal ordinario, personal de oficina, etc.)" (19,1% → 7,8%) y "Subida brusca de los costos de mano de obra" (36,0% → 26,2%). A medida que disminuyó la tendencia de entrada de nuevas empresas japonesas, mejoraron los problemas para garantizar la mano de obra y de los costos de personal.

Ventajas en el clima de inversión: México(n=256)



Riesgos en el clima de inversión: México(n=256)



II – 5 – (2) Problemas que afrontan las empresas en sus actividades: Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Venezuela)

■ No se pueden esperar mejoras en lo que respecta a la inestabilidad de los asuntos nacionales, lo que se ha convertido en un gran riesgo. Por otro lado, hay empresas que señalan como ventaja la "Escala/crecimiento del mercado" (38,5%), por lo que se sigue considerando a Venezuela como un país relevante.

Ventajas en el clima de inversión: Venezuela(n=13)



Riesgos en el clima de inversión: Venezuela(n=13)



II – 5 – (3) Problemas que afrontan las empresas en sus actividades: Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Colombia)

- A pesar de la crisis del coronavirus, el porcentaje de empresas que considera la "Escala/crecimiento del mercado" como una ventaja del ambiente de inversión aumentó en un 9,4% respecto a la encuesta anterior. Se puede observar que continúan las expectativas en los mercados potenciales.
- El porcentaje de encuestados que indica una "Infraestructura deficiente" como riesgo del ambiente de inversión disminuye un 13,1% con respecto a la encuesta anterior. Gracias al desarrollo de varios proyectos de infraestructuras, queda patente que las empresas japonesas también esperan una mejora de las infraestructuras dentro del país.

Ventajas en el clima de inversión: Colombia(n=26)



Riesgos en el clima de inversión: Colombia(n=26)



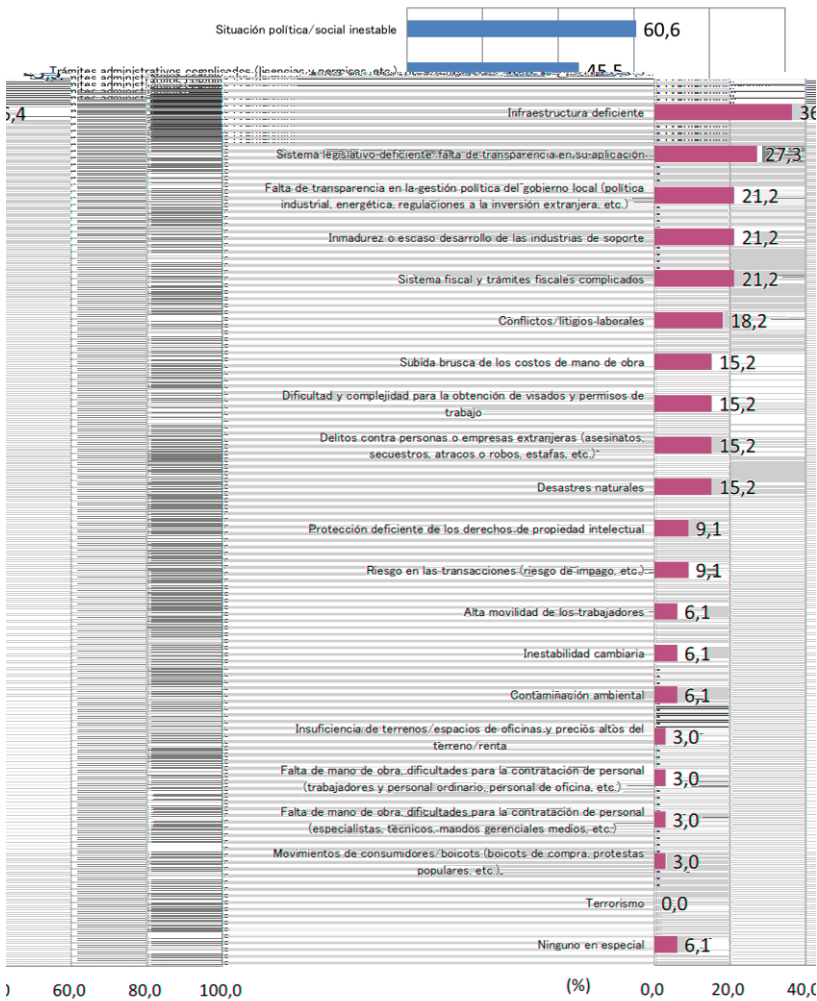
II – 5 – (4) Problemas que afrontan las empresas en sus actividades: Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Perú)

- Al igual que en el estudio anterior, continua obteniendo el mayor porcentaje dentro de América Latina que considera como una ventaja del ambiente de inversión la "Estabilidad del cambio de divisas".
- Todavía sigue siendo alto el porcentaje que considera un riesgo para el ambiente de inversión la "Situación política/social inestable" (60,6%). Además de la pandemia de la COVID-19, se cree que influye la inestabilidad política que sufre desde 2019.

Ventajas en el clima de inversión: Perú(n=33)



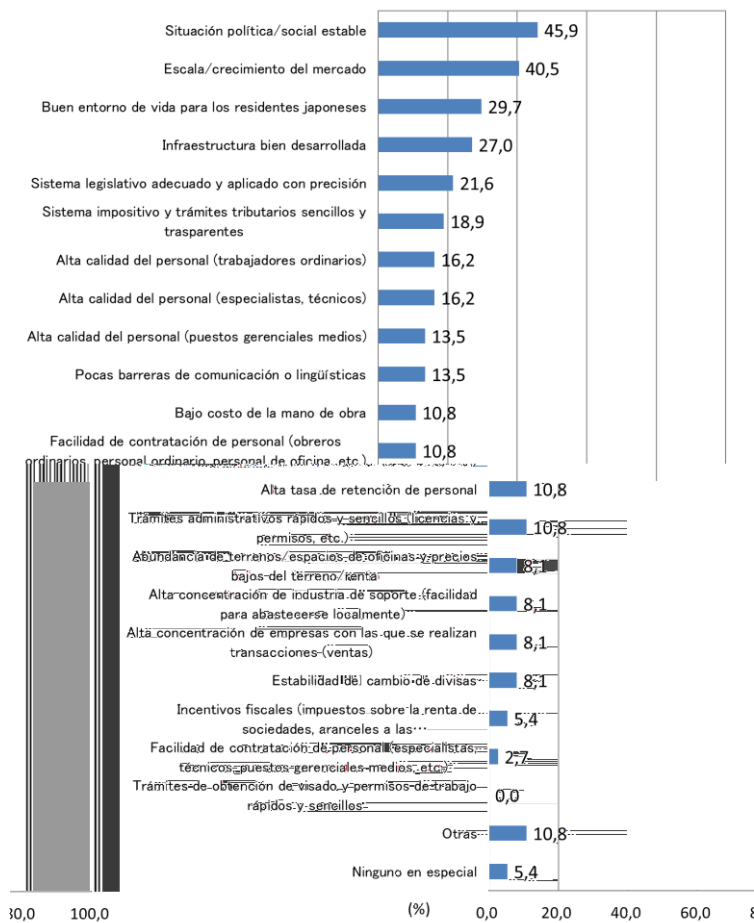
Riesgos en el clima de inversión: Perú(n=33)



II – 5 – (5) Problemas que afrontan las empresas en sus actividades: Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Chile)

- El porcentaje de encuestados que indica una "Escala/crecimiento del mercado" como una ventaja del ambiente de inversión aumentó un 28.4% con respecto a la encuesta anterior.
- Las manifestaciones a gran escala que estallaron en octubre de 2019 tardaron bastante en remitir, y el porcentaje de encuestados que indicó como riesgo la "Situación política/social inestable" aumentó significativamente en un 38,7% respecto a la encuesta anterior, alzándose con el primer lugar en los riesgos.
- No obstante, el 45,9% señala como ventaja la "Situación política/social estable", siendo el más alto dentro del conjunto de América Latina. Se puede ver que si bien se prevé una inestabilidad a corto y medio plazo, esta se estima que se estabilice a largo plazo.

Ventajas en el clima de inversión: Chile(n=37)



Riesgos en el clima de inversión: Chile(n=37)



II – 5 – (6) Problemas que afrontan las empresas en sus actividades: Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Brasil)

- Se puede resumir la principal ventaja en la "Escala/crecimiento del mercado", que aumentó incluso más que en la encuesta anterior situándose en el 69,0%. No se produjo una bajada considerable en el resto de puntos, salvo la disminución de "Pocas barreras de comunicación o lingüísticas" que pasa del 6,1% → 2,6%.
- En lo que respecta a los riesgos, el porcentaje de respuesta para "Sistema fiscal y trámites fiscales complicados" fue del 78,4%, convirtiéndose en el elemento de mayor riesgo y superando a "Situación política/social inestable" que estaba en primera posición en la encuesta anterior. También aumentó del 65,2% de la encuesta anterior al 73,3 % de esta la "Inestabilidad cambiaria". Sin embargo, "Subida brusca de los costos de mano de obra", que en la anterior encuesta estaba en cuarta posición, bajó del 60,0% al 45,7%.

Ventajas en el clima de inversión: Brasil(n=116)



Riesgos en el clima de inversión: Brasil(n=116)



II – 5 – (7) Problemas que afrontan las empresas en sus actividades: Ventajas y riesgos del ambiente de inversión (Argentina)

Debido a las restricciones del gobierno a la adquisición de divisas y al endurecimiento del control de las importaciones, el porcentaje de empresas que apuntan a una "Situación política/social inestable" como factor de riesgo fue el más elevado, aumentando un 7,2% con respecto al estudio anterior. La "Inestabilidad cambiaria" se sitúa en el 84,2% debido a la depreciación de la divisa, aumentando un 1,3% con respecto al año pasado.

Ventajas en el clima de inversión: Argentina(n=38)



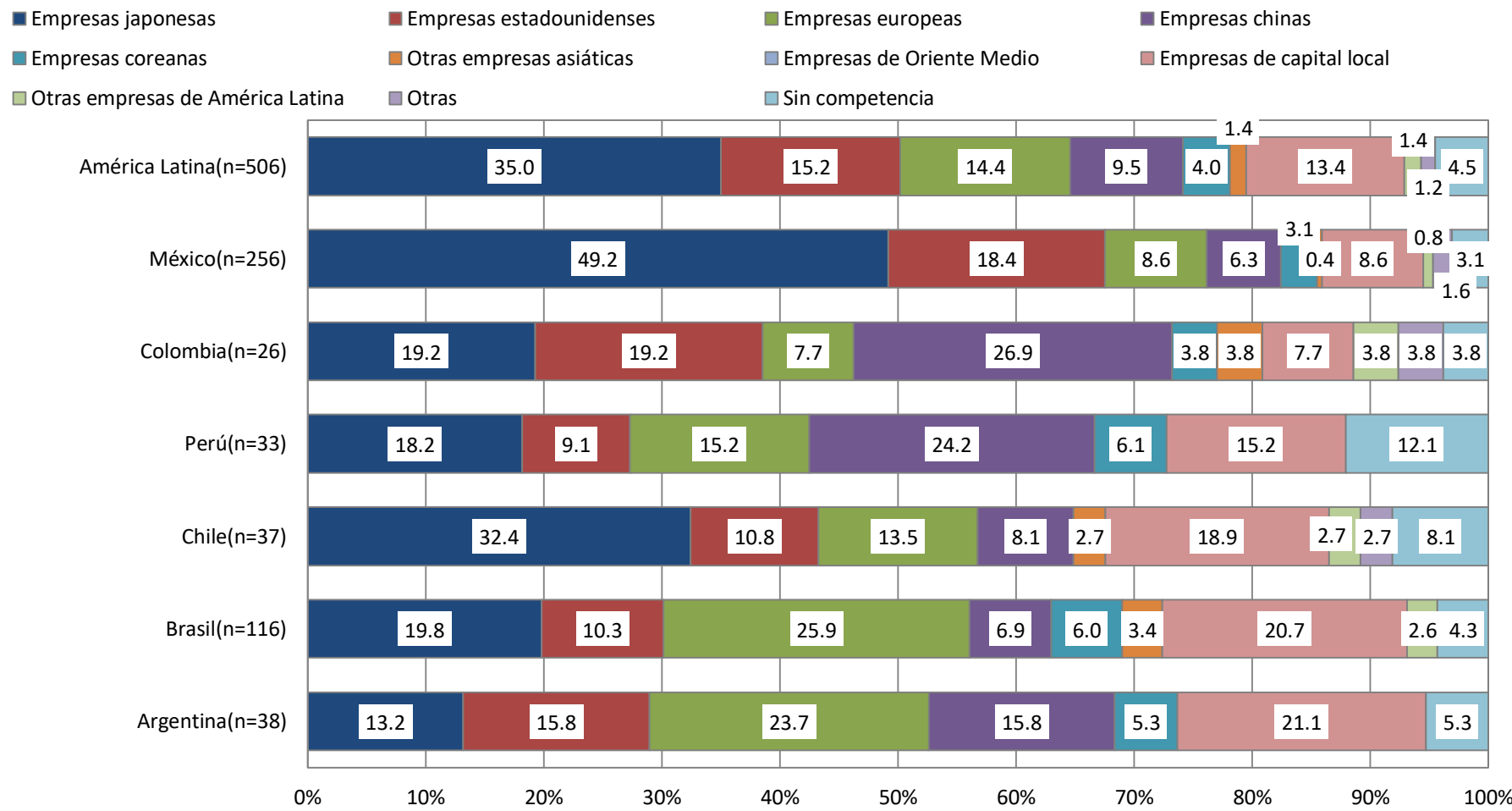
Riesgos en el clima de inversión: Argentina(n=38)



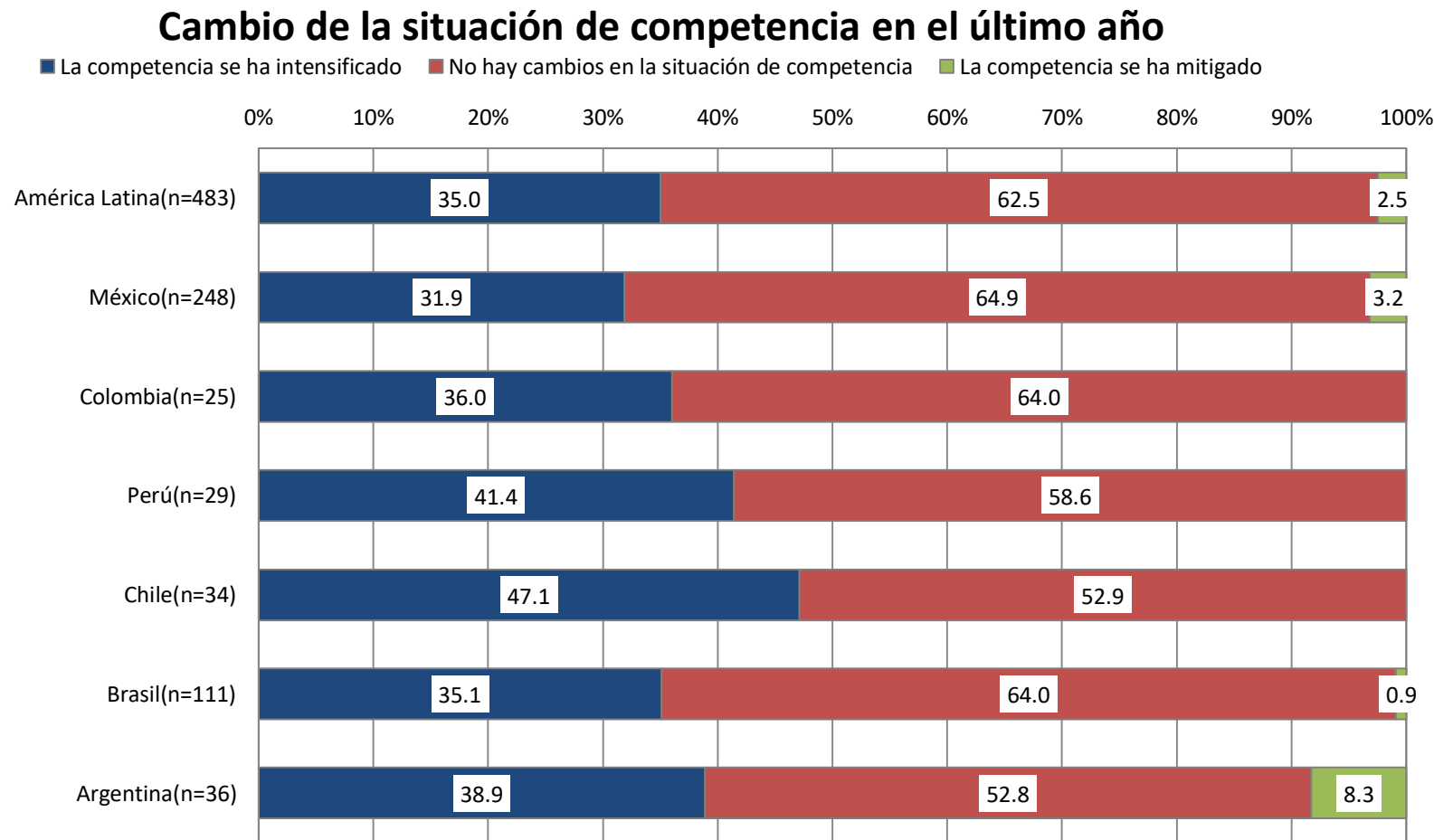
II – 6 – (1) Medidas para reforzar la presencia en el mercado: Competidores en la misma rama industrial

- No se han producido cambios sustanciales en la estructura de la competencia desde la última encuesta.
- En México, el número de empresas japonesas operando en el país es muy elevado y, puesto que muchas pertenecen al sector de la automoción, hay un gran porcentaje que señala como rival comercial a "Empresas japonesas". Además, por el mismo motivo, resulta peculiar que las respuestas que indican "Empresas chinas" sea inferior a la del resto de países latinoamericanos.

Empresas con mayor relación de competencia en el mismo sector empresarial



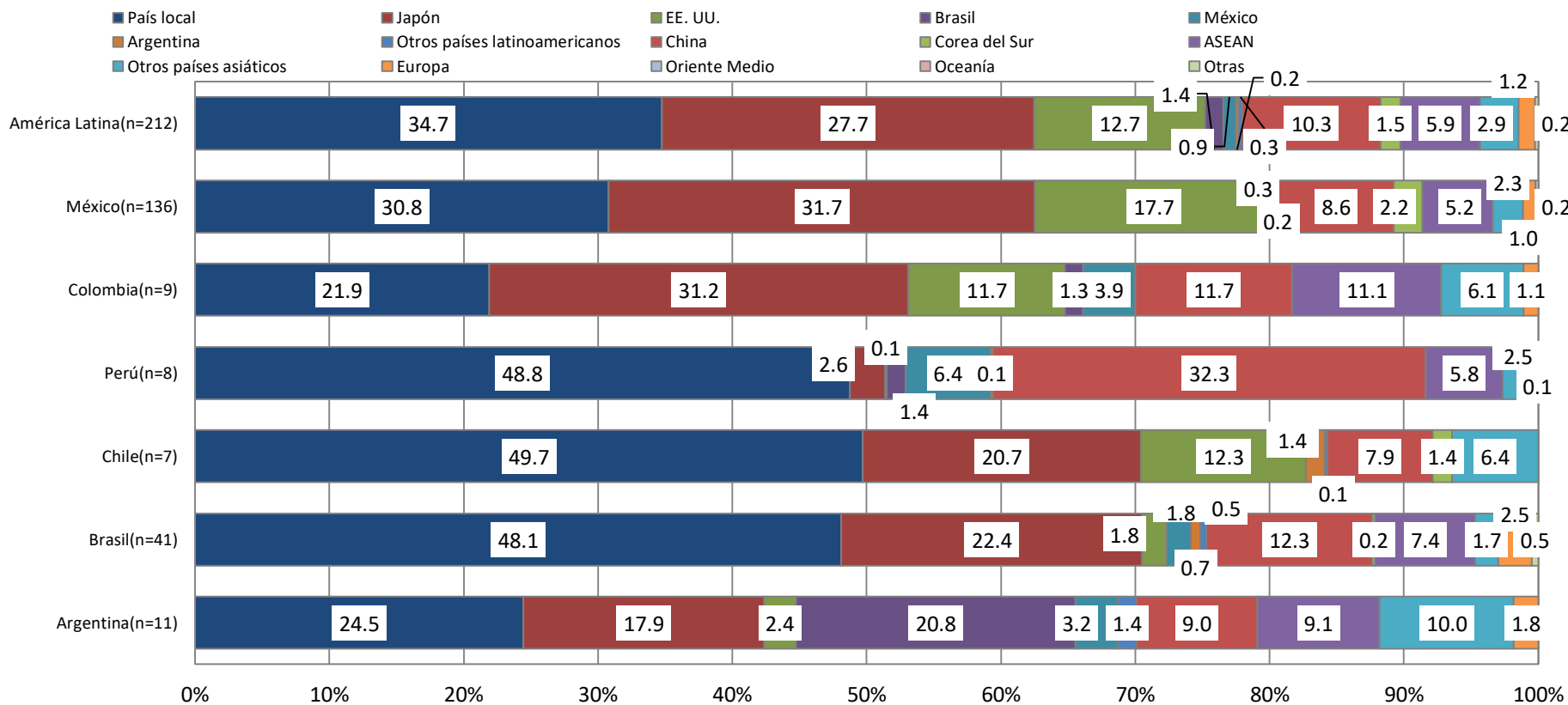
■ En todos los países disminuye el porcentaje de empresas que respondieron "La competencia se ha intensificado" desde la encuesta anterior. Especialmente esta bajada fue significativa en Colombia (-14,0%) y Brasil (-12,6%), pero en ambos países aumentó la tasa para "No hay cambios en la situación de competencia", sin que aumentase el de "La competencia ha mitigado".



II – 6 – (3) Situación de aprovisionamiento de materias primas y piezas: Desglose por lugar de aprovisionamiento

- En comparación con la encuesta anterior, la tasa de aprovisionamiento local aumenta en todos los países, salvo en Argentina, y disminuye el porcentaje de aprovisionamiento desde Japón.
- En México, la tasa de aprovisionamiento local aumenta con respecto a la encuesta anterior pasando del 24,5% al 30,8%, mientras que el aprovisionamiento desde Japón baja del 36,1% al 31,7%. El porcentaje de aprovisionamiento desde EE. UU. permanece prácticamente igual. Sigue adelante el cambio de un aprovisionamiento desde Japón a uno local.
- En Perú aumentó un 19,4% la proporción de aprovisionamiento desde China con respecto a la encuesta anterior.

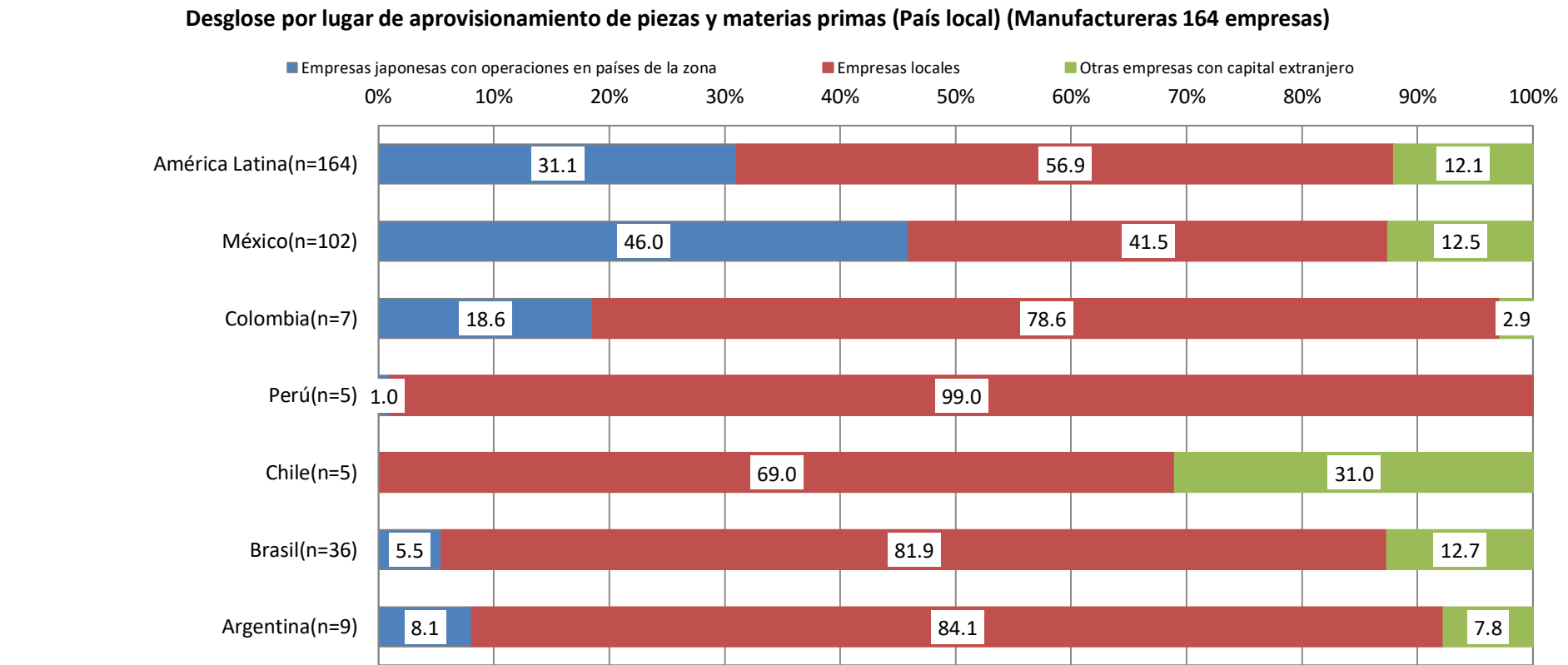
Desglose por lugar de aprovisionamiento de piezas y materias primas (Manufactureras 212 empresas)



Nota: Los valores corresponden a la media de los porcentajes de aprovisionamiento que indicó cada empresa

II – 6 – (4) Situación de aprovisionamiento de materias primas y piezas: Desglose y porcentaje de aprovisionamiento desde otras empresas japonesas establecidas en la zona, empresas locales o extranjeras (Detalles del porcentaje de respuestas que señalan empresas locales en II – 6 – (3))

- La proporción de "Empresas japonesas con operaciones en países de la zona" y "Empresas locales" en México es prácticamente la misma que en la encuesta anterior. No obstante, como se puede ver en la pág. 71, puesto que la "Tasa de aprovisionamiento local" en sí ha subido con respecto al año pasado, se puede decir que está aumentando por igual el aprovisionamiento desde empresas locales y de empresas japonesas locales, lo que sugiere que en cierta medida las empresas japonesas que operan en la zona continúan descubriendo empresas locales.
- Con respecto al año pasado, aumentó el porcentaje de aprovisionamiento desde empresas locales un 29,4% en Colombia y un 17,7% en Argentina.

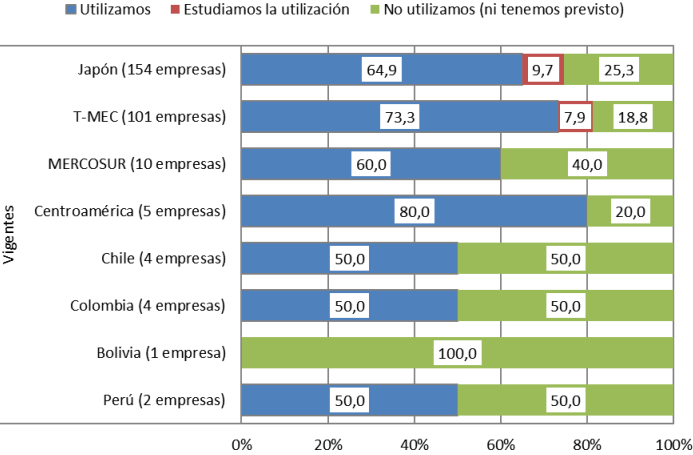


Nota: Los valores corresponden a la media de los porcentajes de aprovisionamiento que indicó cada empresa

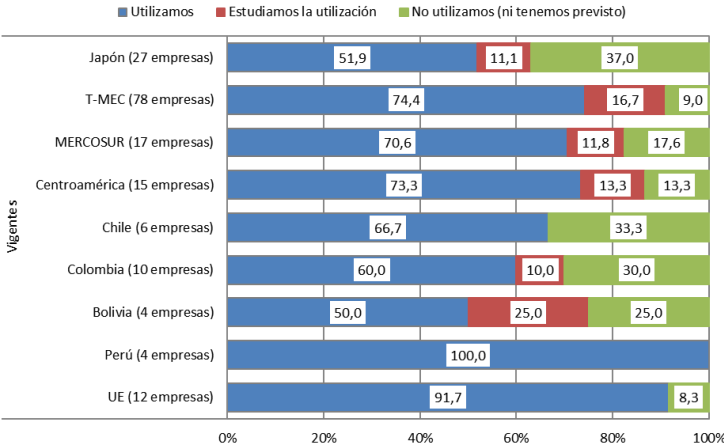
II – 7 – (1) Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE (Objetivos con resultados en el comercio exterior): México

■ La operaciones comerciales, tanto para importaciones como exportaciones, que utilizan el T-MEC superan el 70%. En las importaciones a México, incluidas las que están considerando su uso, se alcanza el 81,2%, en las exportaciones el 91,1%. Asimismo, la mayor parte de las empresas que eligieron como problemas los relacionados con las reglas de origen para las exportaciones de México utilizan únicamente el T-MEC. Concretamente, se puede resumir como "La comprobación del estado de funcionamiento de las reglas de origen de la empresas acarrea demasiado tiempo" (Las respuestas se dividen en: los trámites de certificación llevan tiempo, los trámites son complicados, los costos de emisión son elevados, etc.; puesto que el T-MEC es un sistema de autocertificación, se indica como tal de forma conjunta).

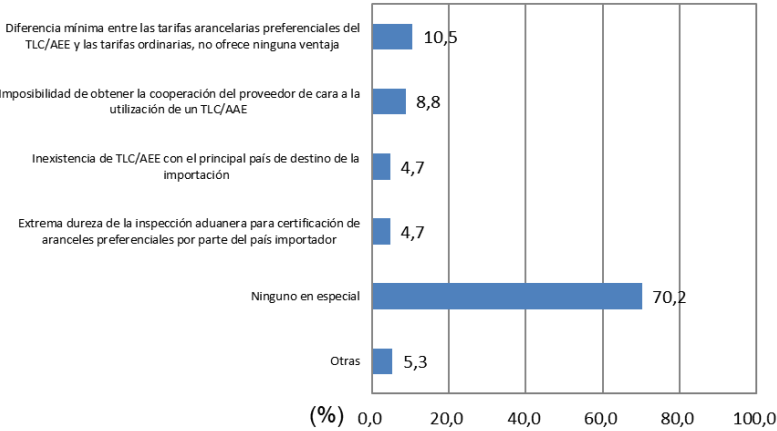
Importaciones en México



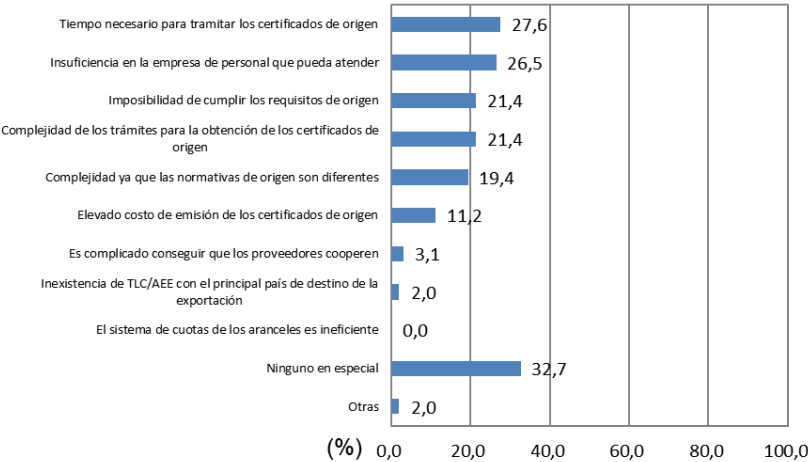
Exportaciones de México



Problemas en la aplicación de los TLC/AEE a la importación: México(n=171)

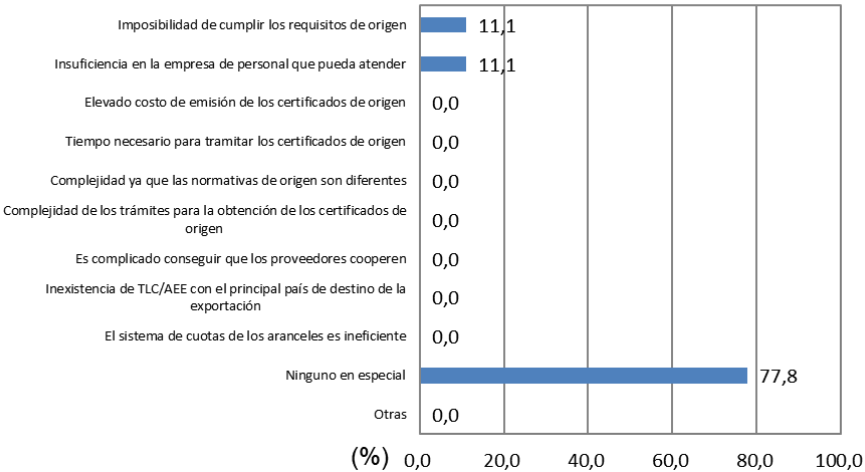
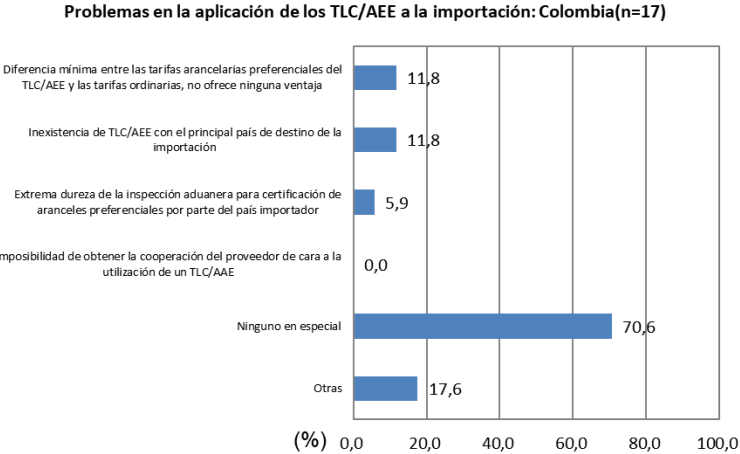
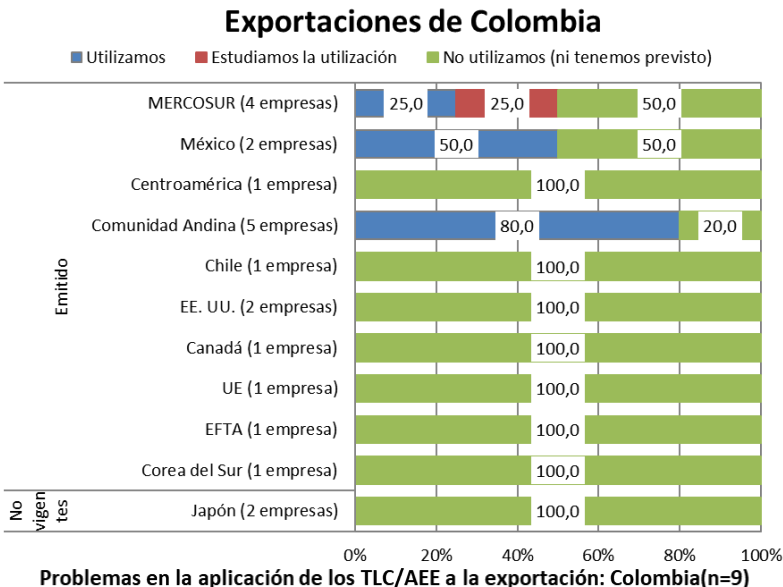
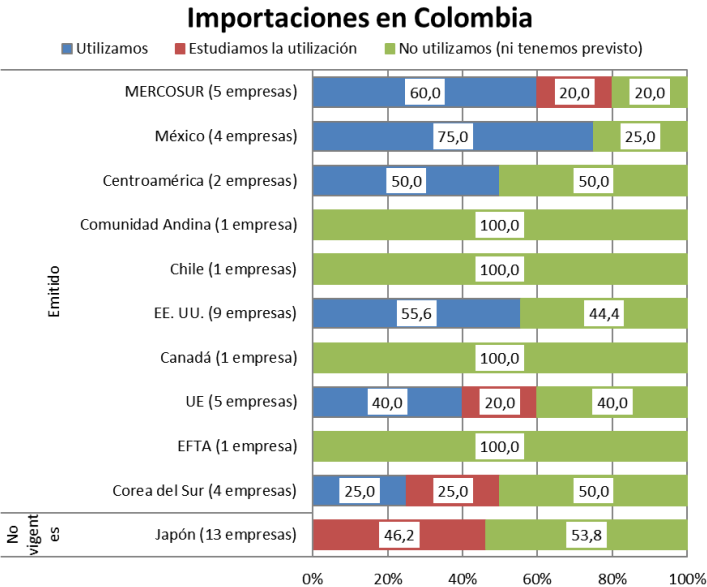


Problemas en la aplicación de los TLC/AEE a la exportación: México(n=98)



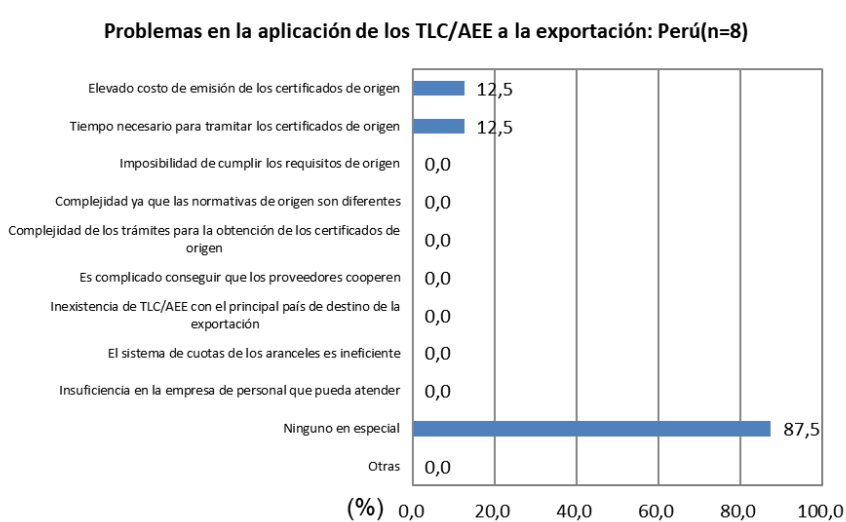
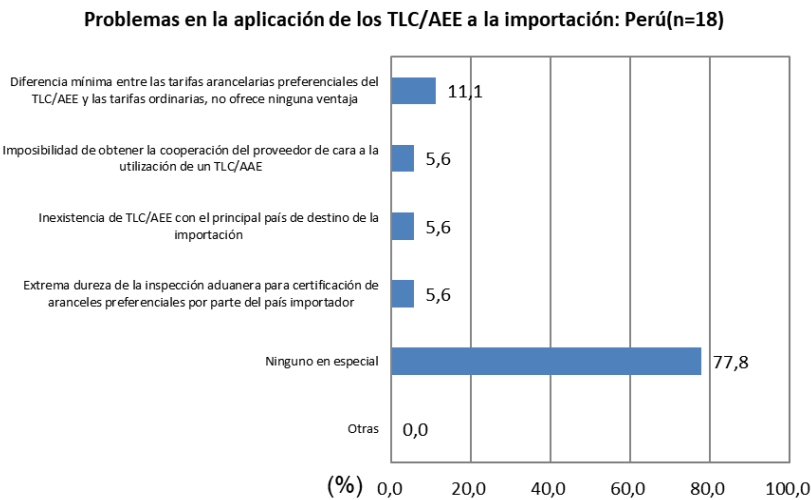
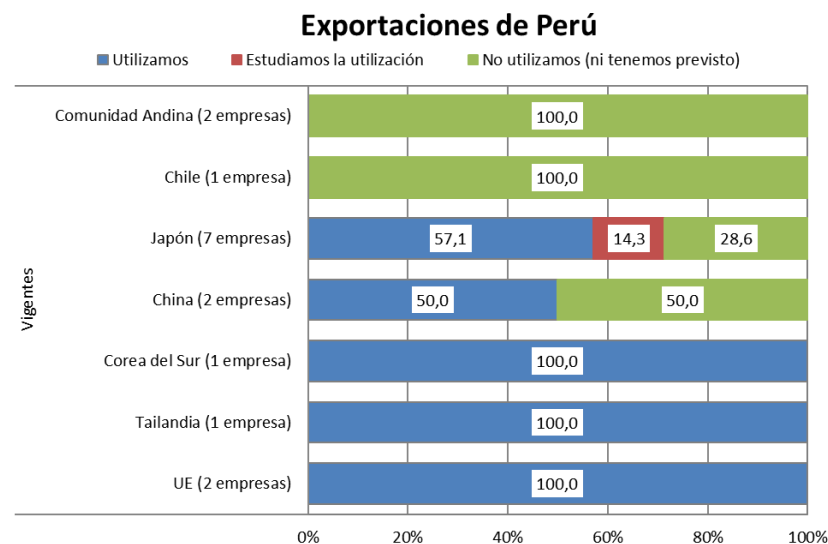
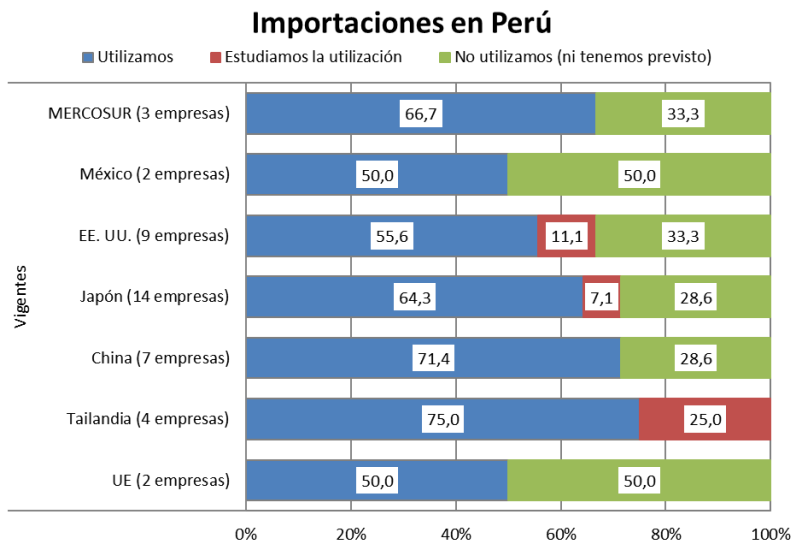
II – 7 – (1) Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE (Objetivos con resultados en el comercio exterior): Colombia

- Al igual que en la encuesta anterior, si entrara en vigor el AAE con Japón, cerca de la mitad respondió que consideraría utilizarlo para la importación.
- Aumenta el porcentaje de encuestados que indica "Ninguno en especial" en cuanto a los problemas para el uso de TLC/AAE con respecto al estudio anterior (importaciones: +39,8%, exportaciones: +41,4%)



II – 7 – (1) Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE (Objetivos con resultados en el comercio exterior): Perú

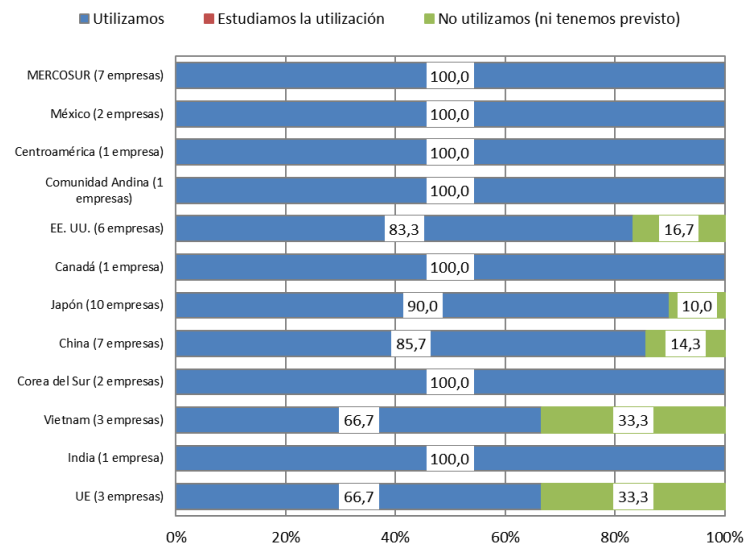
- Se utilizan TLC/AEE para la exportación de productos primarios y para la importación de productos industriales. Puesto que los principales productos exportados son los primarios, no es necesario que las empresas japonesas utilicen TLC/AEE a la hora de exportar desde Perú a otros países latinoamericanos vecinos.
- Aumenta en un 42% respecto a la encuesta anterior las respuestas que indican "Ninguno en especial" en cuanto a los problemas con las exportaciones.



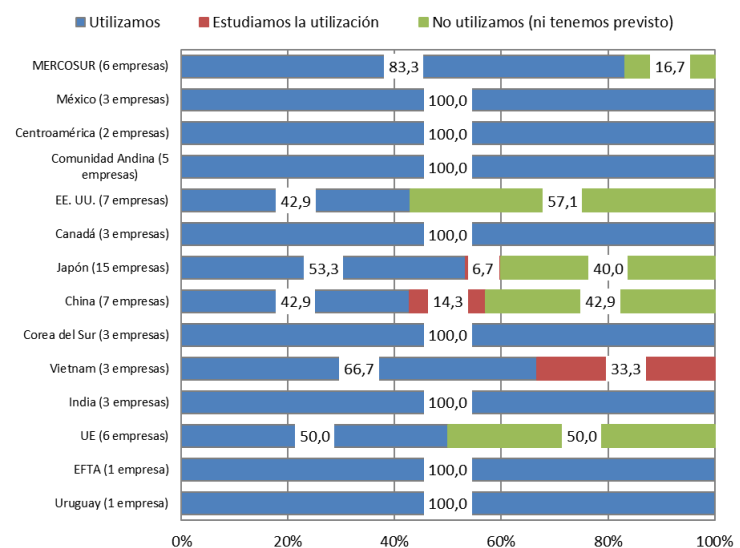
II – 7 – (1) Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE (Objetivos con resultados en el comercio exterior): Chile

- Aumentó el porcentaje de utilización de TLC/AAE para las importaciones respecto a la encuesta anterior en todos los acuerdos.
- En cuanto a los problemas de exportación, con respecto al año anterior, aumenta un 29,8% "Tiempo necesario para tramitar los certificados de origen" y un 17,3% "Complejidad de los trámites para la obtención de los certificados de origen".

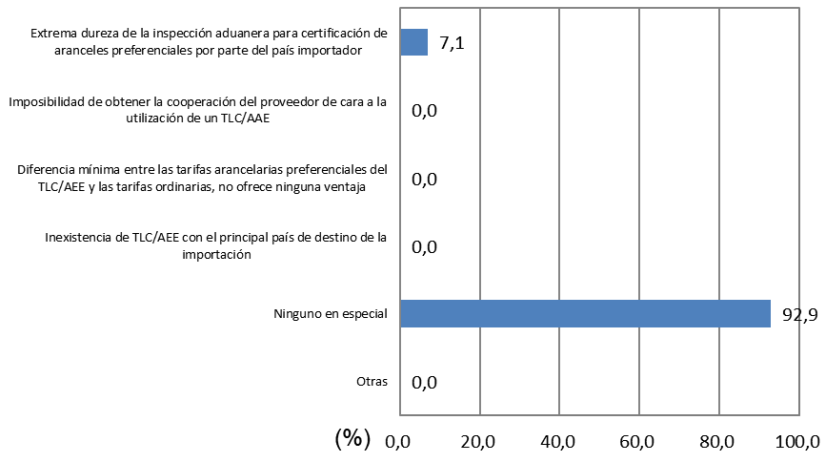
Importaciones en Chile



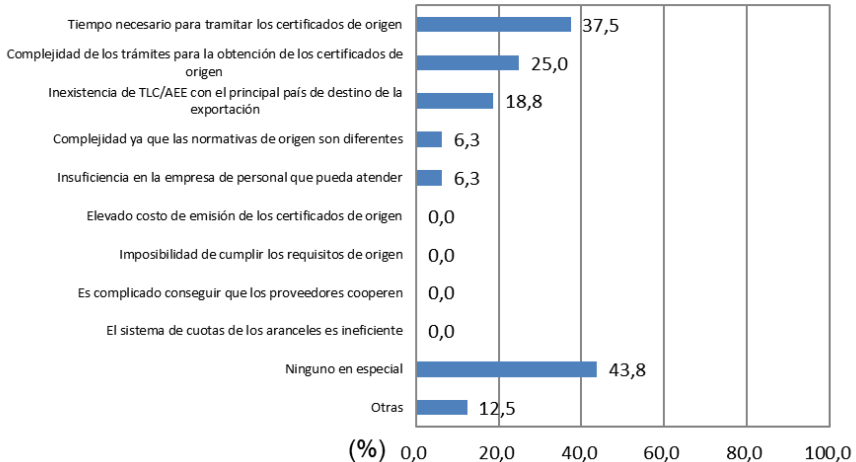
Exportaciones de Chile



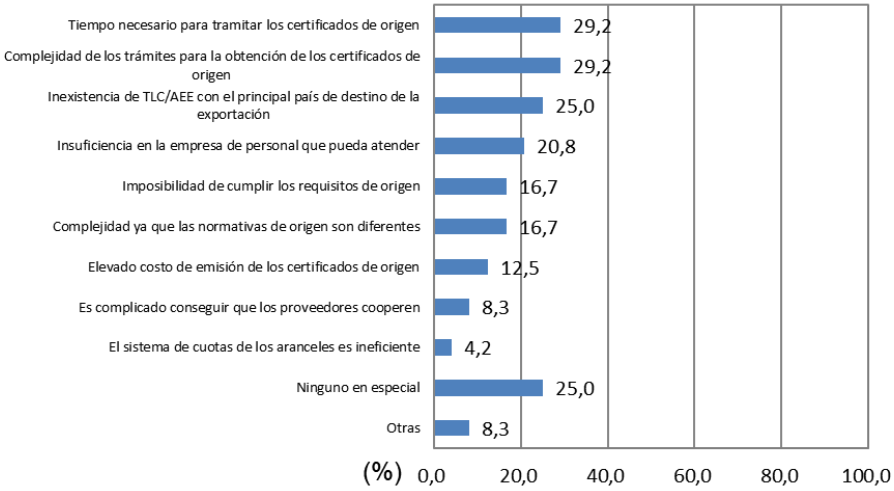
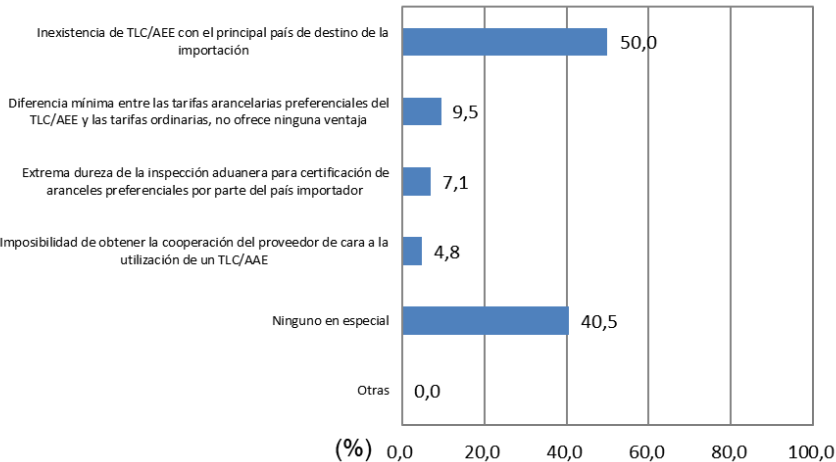
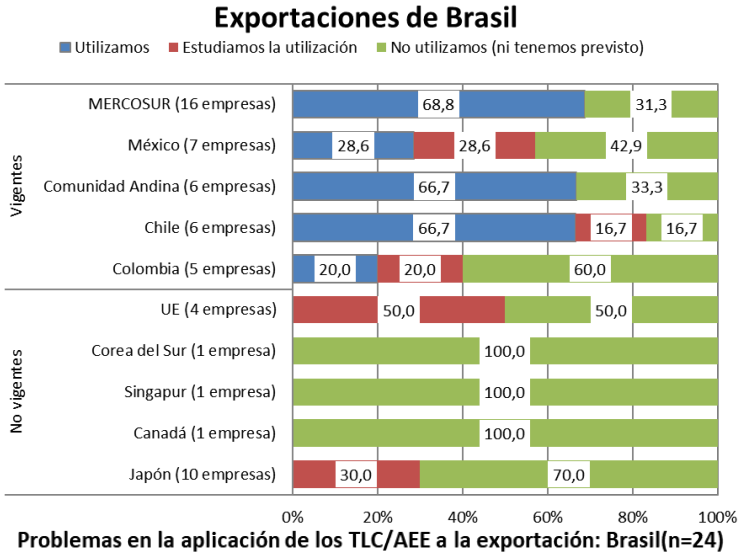
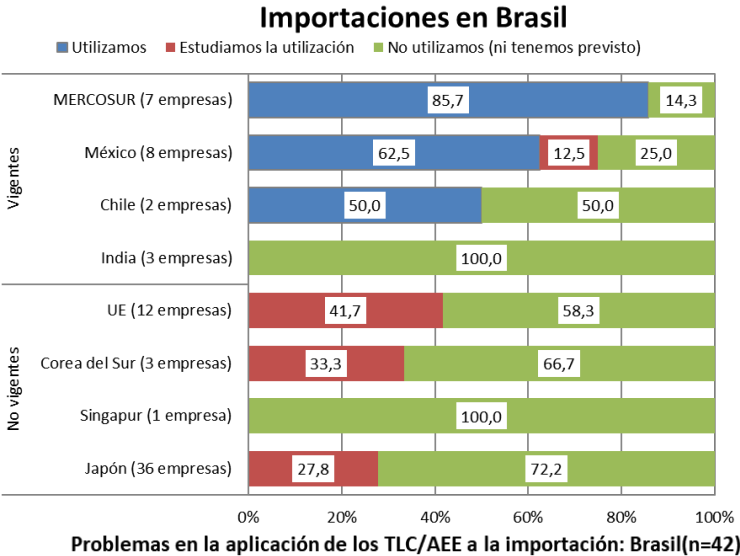
Problemas en la aplicación de los TLC/AEE a la importación: Chile(n=14)



Problemas en la aplicación de los TLC/AEE a la exportación: Chile(n=16)

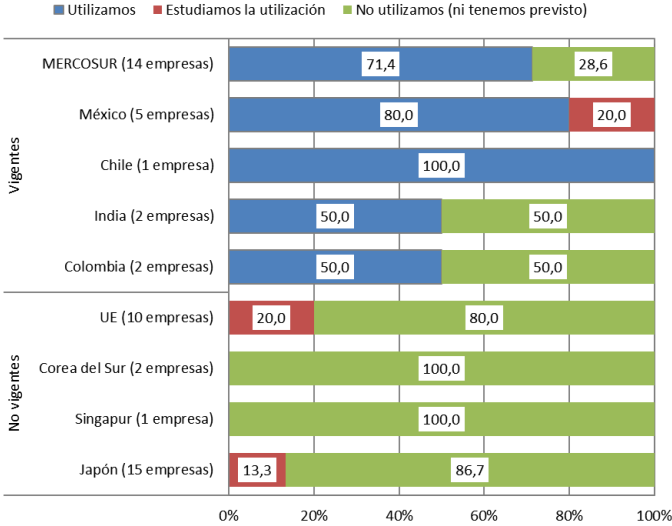


■ Al igual que en la encuesta anterior, el problema más señalado para el uso de TLC/AAE con las importaciones es la "Inexistencia de TLC/AAE con el principal país destino de la importación", que se sitúa en el 50%. No existen convenios con Japón, pero, si los hubiera, alrededor del 30% de las empresas responde que "Les gustaría usarlos", tanto para las exportaciones como para las importaciones.

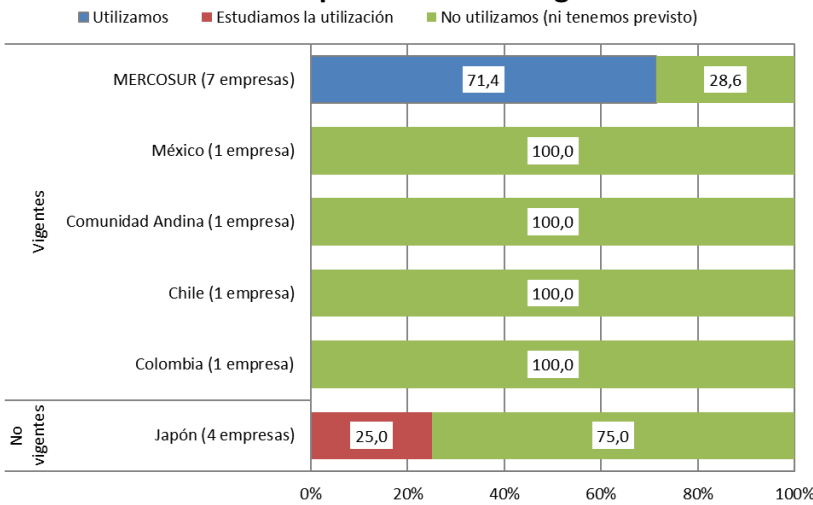


■ En lo que respecta a las importaciones y exportaciones en Argentina, el número de empresas que usan Mercosur es el más elevado. Concretamente, hay muchas empresas que utilizan TLC para las importaciones. Por otro lado, el 18,2% de las respuestas indican "Inexistencia de TLC con el principal país de destino de la importación" como problema que surge en la importación cuando se utilizan. En cuanto a Japón, con el que no existen convenios, el porcentaje de empresas que responde "Estudiamos la utilización" es del 13,3% para la importación y del 25,0% para la exportación.

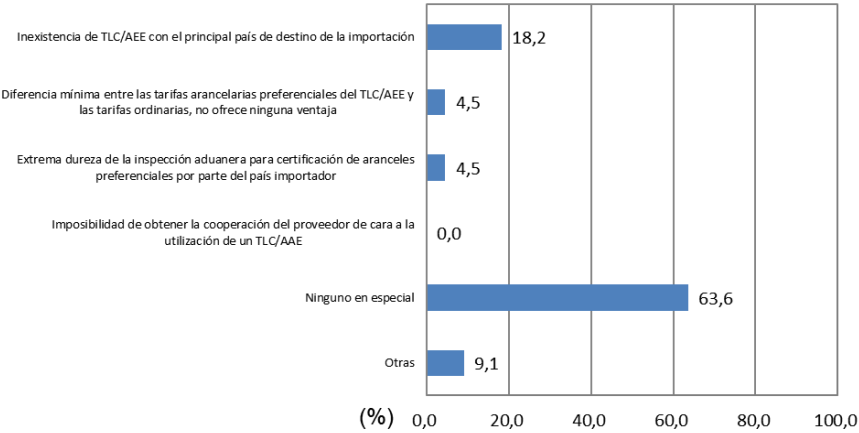
Importaciones en Argentina



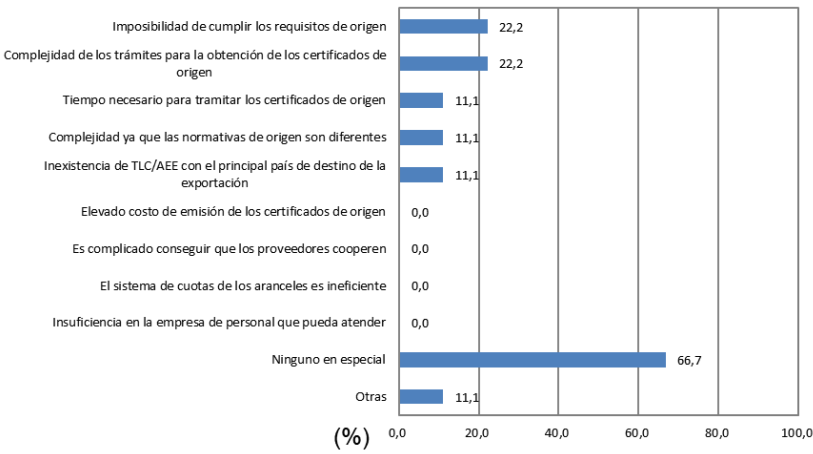
Exportaciones de Argentina



Problemas en la aplicación de los TLC/AEE a la importación: Argentina(n=22)

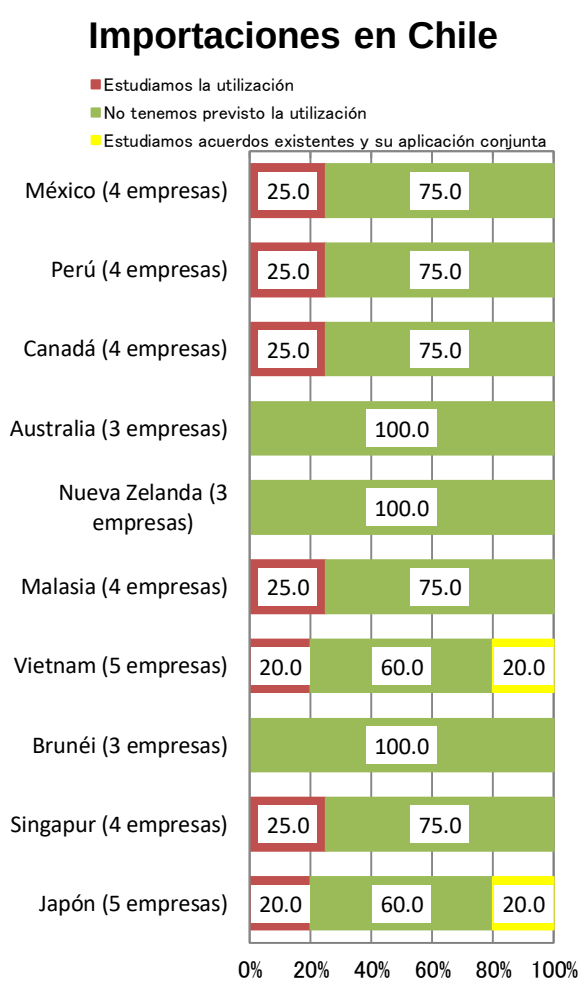
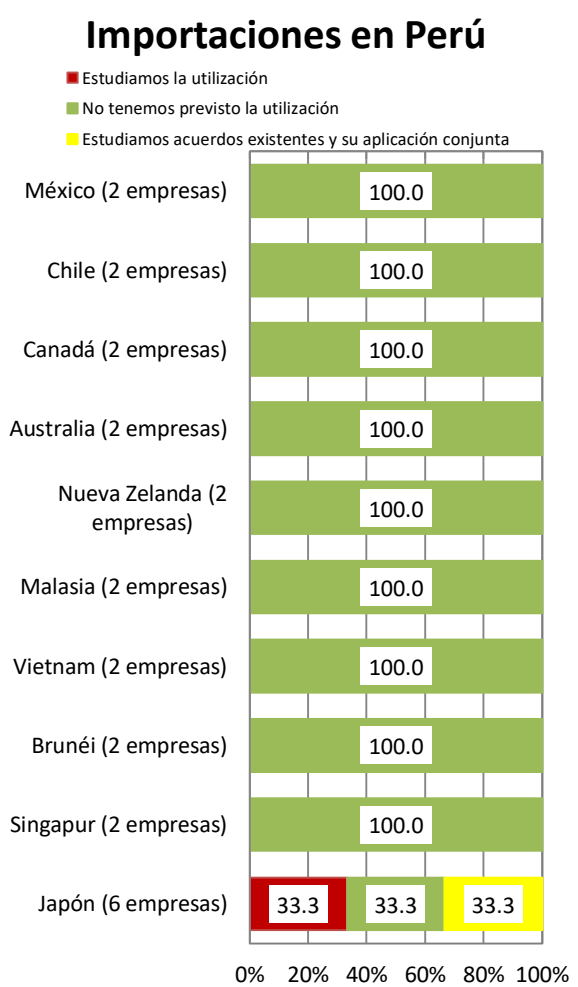
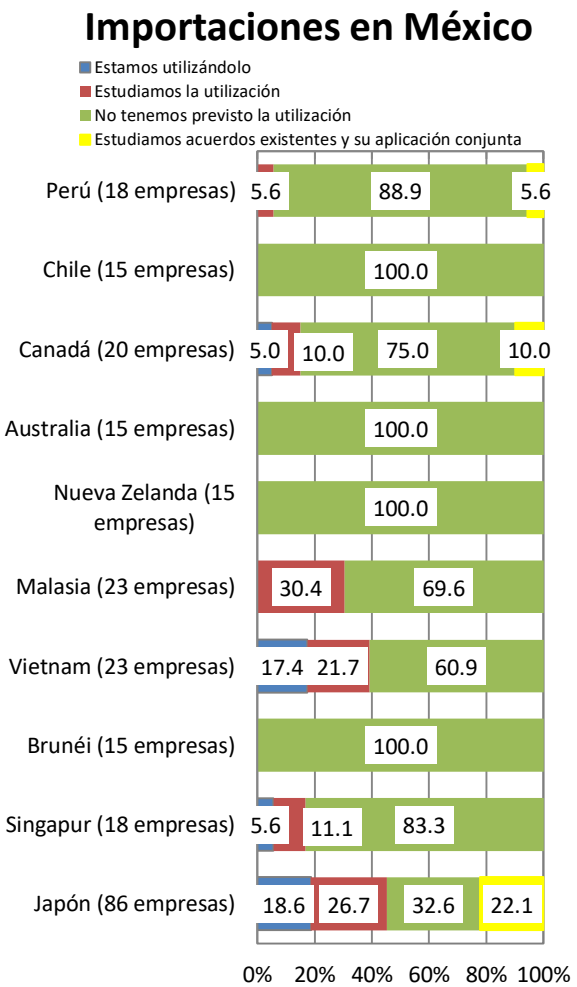


Problemas en la aplicación de los TLC/AEE a la exportación: Argentina(n=9)



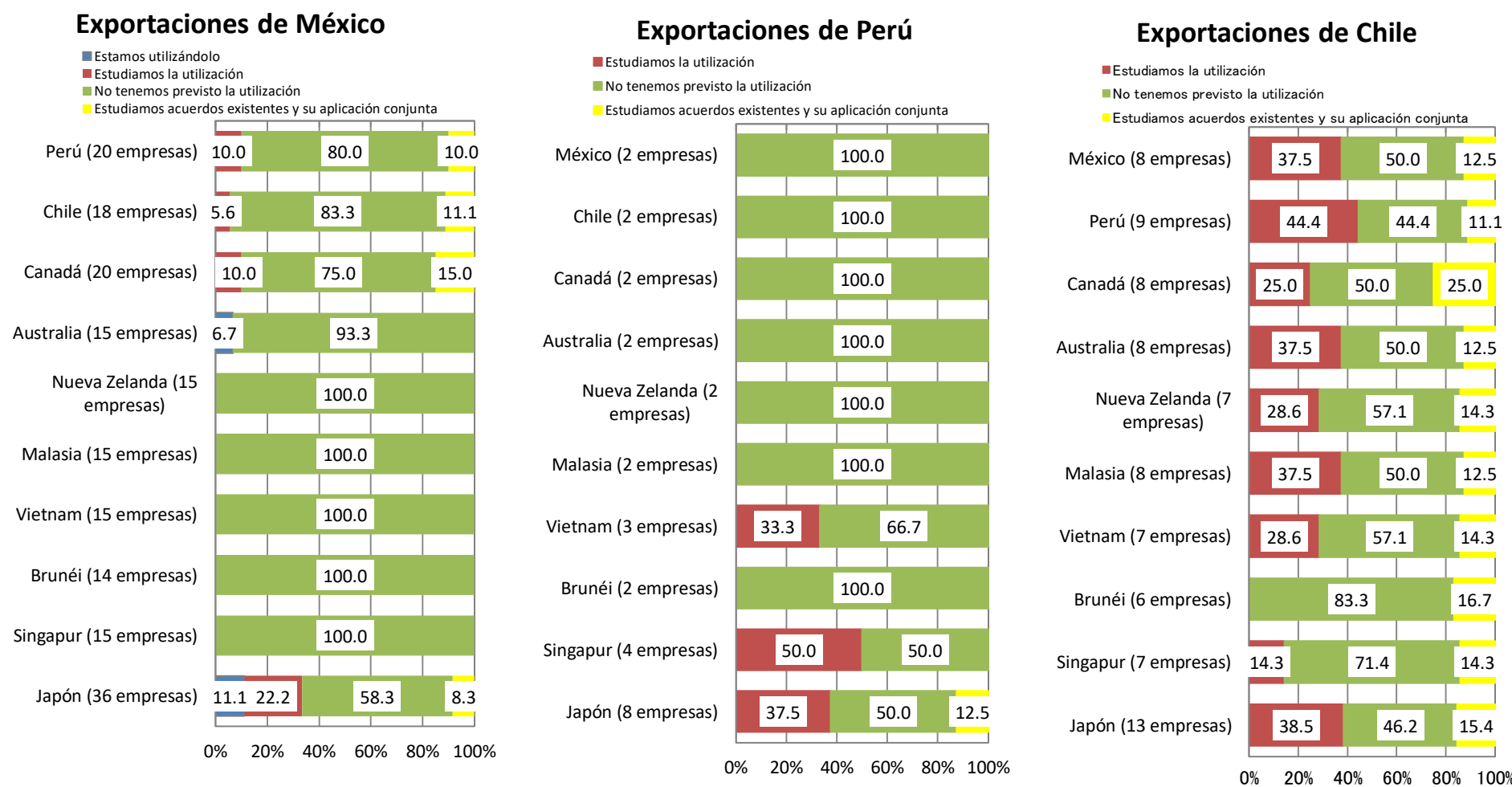
II – 7 – (2) Circunstancias para la consideración de adhesión al TPP-11 (CPTPP) (Objetivos con resultados en el comercio exterior): Importaciones

- Hay 39 empresas que indicaron que han usado o están pensado la utilización del TPP-11 (CPTPP) para las importaciones de México. No obstante, hay 115 empresas que respondieron que están estudiando la utilización del AAE entre Japón y México (pág. 73). Aunque el TPP-11 tiene más ventajas que el AAE entre Japón y México, han pasado casi dos años desde que entró en vigor y todavía no se ha avanzado nada en el cambio al TPP-11.
- Para las empresas que operan en Chile, en comparación con la encuesta anterior, aumentó el número de países objetivo con los que se estudia usar, pasando de 0 a 7 países.



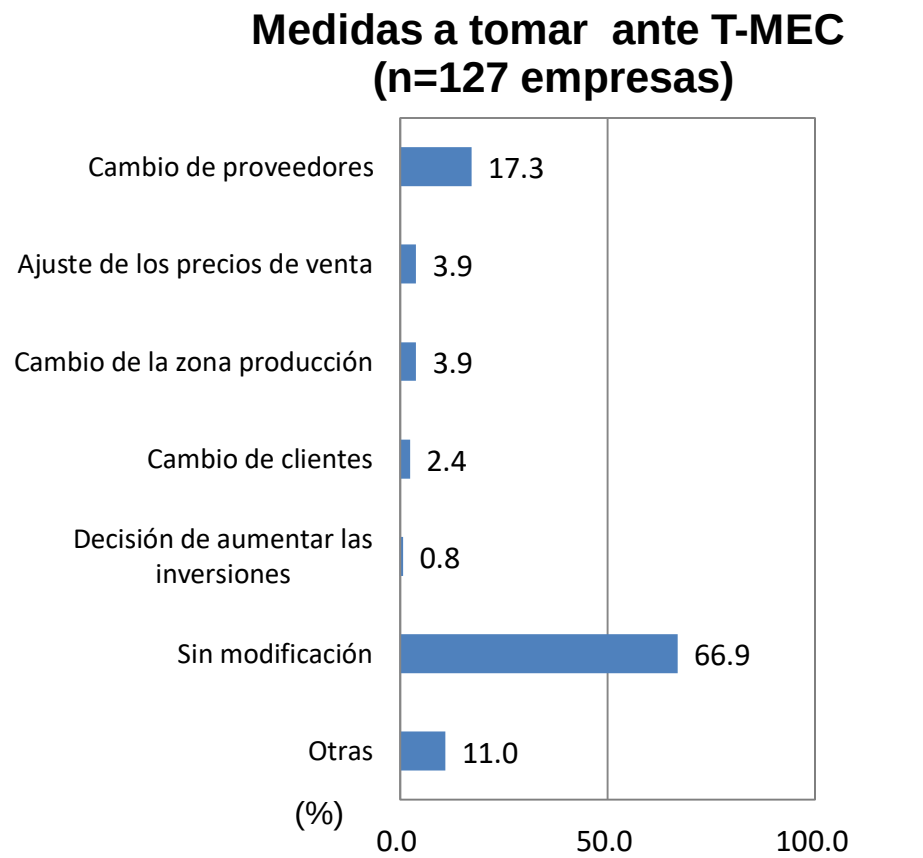
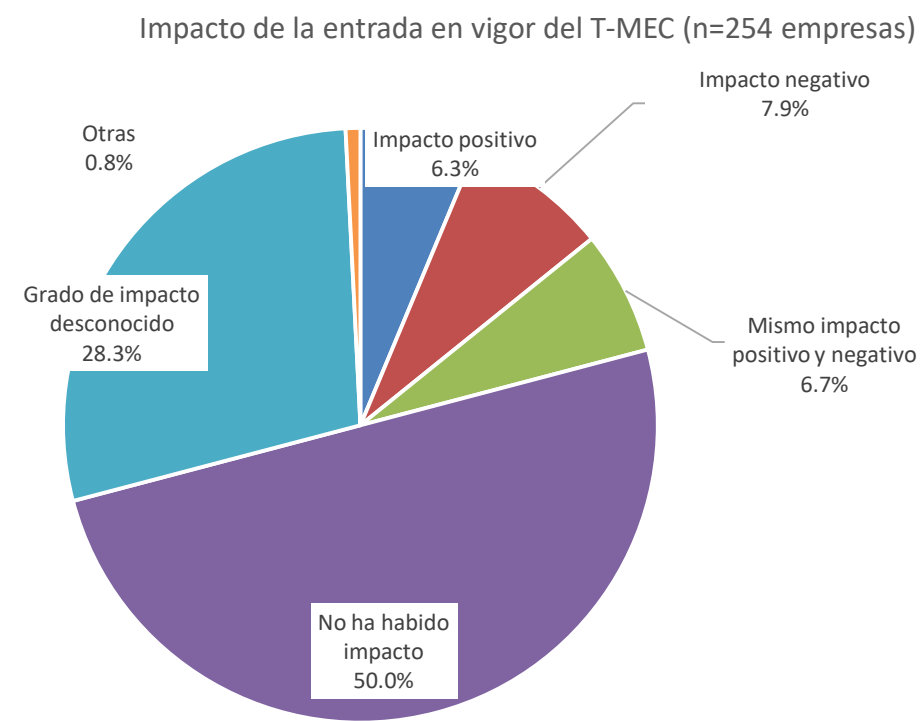
II – 7 – (2) Circunstancias para la consideración de adhesión al TPP-11 (CPTPP) (Objetivos con resultados en el comercio exterior): Exportaciones

- Hay 12 empresas que utilizan o están estudiando utilizar el TPP-11 (CPTPP) para las exportaciones de México. Lo que comparativamente supone un menor número de empresas de las que utilizan o están estudiando utilizar el AAE entre Japón y México (17 empresas, pág. 73).
- Para las empresas que operan en Chile, en comparación con la encuesta anterior, aumentó el número de países objetivo con los que se estudia usar, pasando de 1 a 9 países.



II – 7 – (3) Impacto de la aplicación del Tratado entre México, EE. UU. y Canadá (T-MEC) (México)

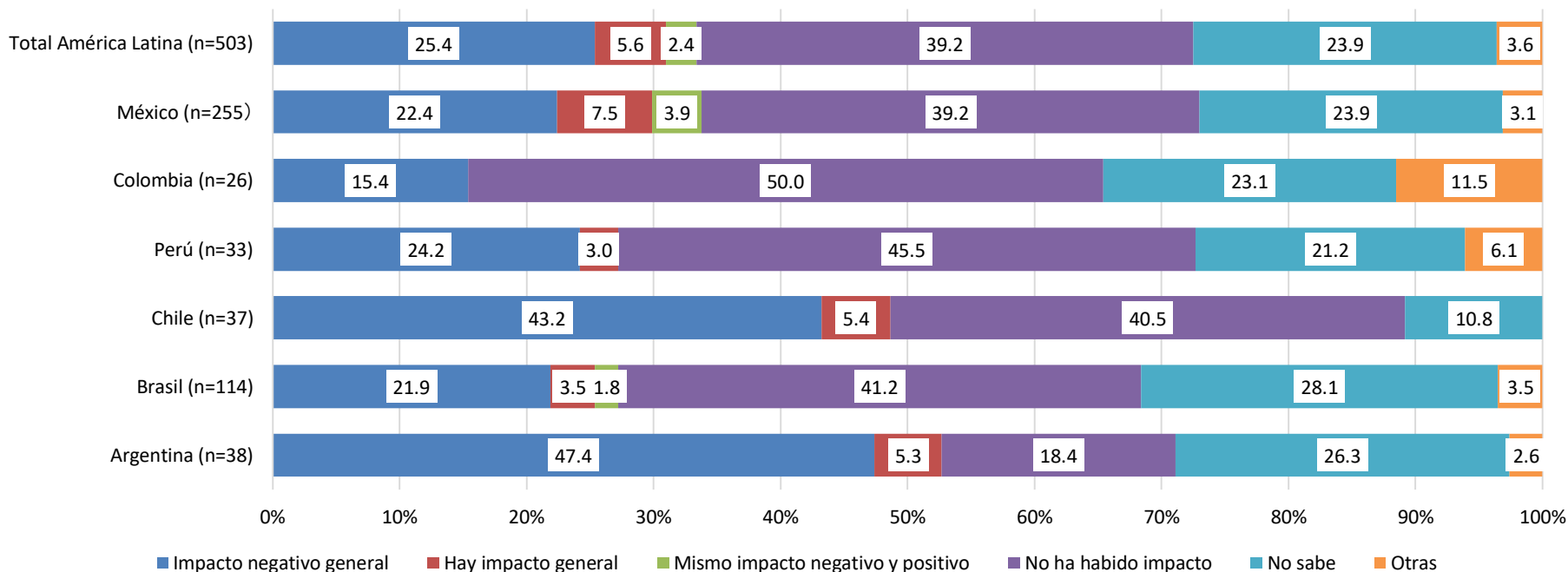
- El 80% de los encuestados responde "No ha habido impacto" y "No sabe" debido a que justo acababa de entrar en vigor en julio de 2020, a que las políticas para fabricantes de vehículos terminados y a que, por el momento, se están tomando medidas mitigadoras.
- Tanto el porcentaje del impacto positivo como lo del negativo fue prácticamente similar. Se pueden resumir los comentarios citados para el impacto positivo en "Aumento de pedidos a medida que se sube la tasa aprovisionamiento local de los clientes y se traslada la producción desde fuera de la región". Y los comentarios negativos, en "Aumento de costos para cumplir las reglas de origen" y "Surgimiento de costos aduaneros por no cumplir dichas reglas". Para dar respuesta a esto, 22 empresas estudian cambiar de proveedores.



II – 8 – (1) Impacto de los cambios del entorno comercial en los resultados de 2020

- En la encuesta anterior, en el conjunto de América Latina el mayor porcentaje de repuesta con el 38,1% fue para "No sabe". Sin embargo, este año baja al 23,9% y "No ha habido impacto" sube un 11,0%.
- En México, 57 empresas indicaron "Impacto negativo", mientras que 19 indicaron "Impacto positivo". Entre los motivos negativos figuran "Cambios introducidos por el T-MEC", "Empresas asiáticas de la competencia comienzan operaciones en México por las fricciones entre EE. UU. y China", etc. Entre los positivos "Traslado de la producción a México por las fricciones entre EE. UU. y China", etc.
- En Chile, el número de empresas que respondió "Hay impacto negativo" aumenta un 19,0% respecto al año anterior. Hay muchas empresas que se han visto afectadas por la bajada de la demanda de cobre en China a consecuencia de las tensiones comerciales entre EE. UU. y China.
- Asimismo, en Argentina aumentó un 29,9% con respecto al año anterior el número de empresas que indica "Hay impacto negativo". Muchas empresas se han visto afectadas por las regulaciones a las remesas de moneda extranjera impuestas por el gobierno.

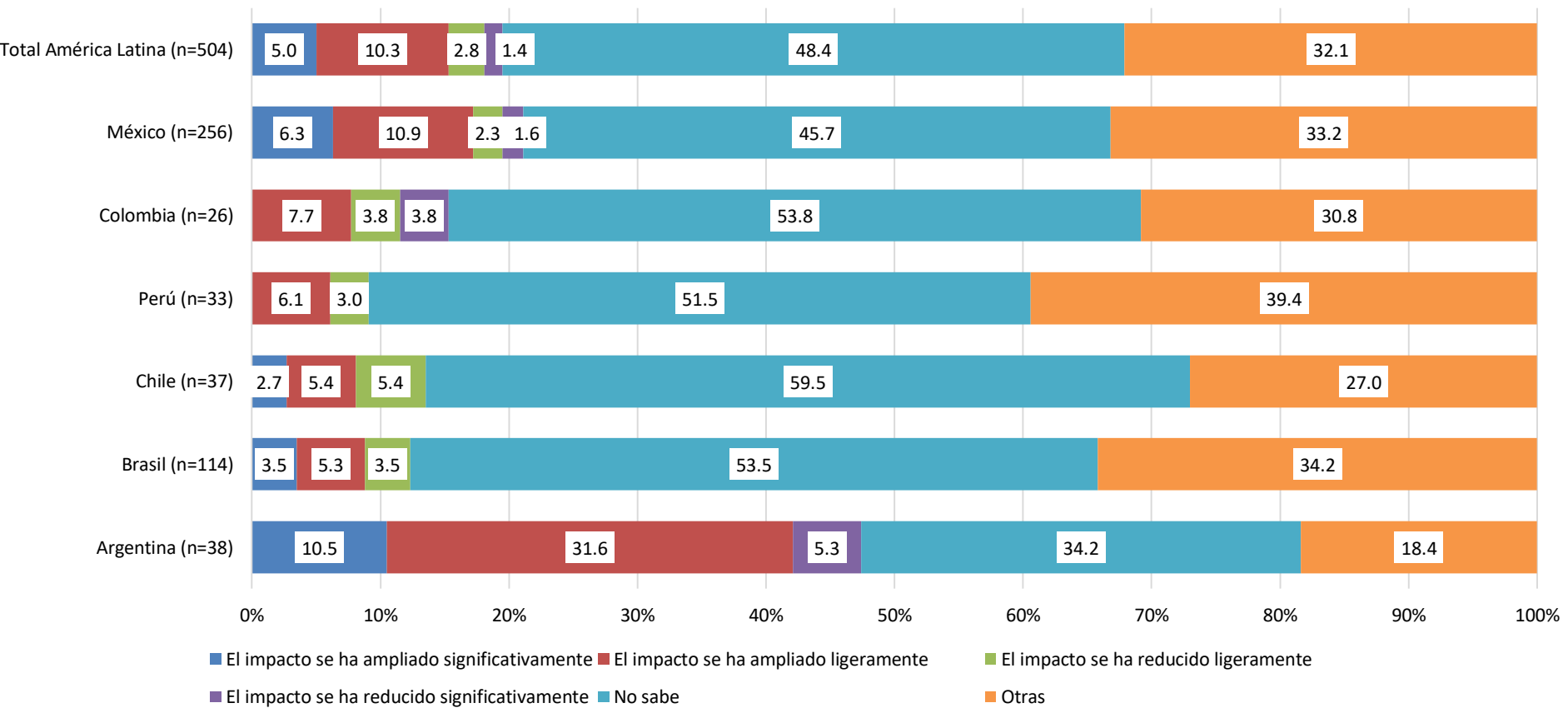
Impacto en los resultados de 2020



II – 8 – (2) Cambio en la magnitud del impacto en los resultados a consecuencia del cambio del ambiente comercial

- Argentina obtuvo el porcentaje más alto de empresas que señalan "El impacto se ha ampliado significativamente" y "El impacto se ha ampliado ligeramente". El impacto de las medidas proteccionistas del gobierno ha sido muy grande, como las regulaciones a las divisas extranjeras y el aumento de artículo sujetos a licencias no automáticas de importación, etc.
- Si se compara con otros países, el porcentaje de empresas que respondió que el impacto se amplió en México también es muy elevado. Principalmente, porque hubo empresas que señalaron que se habían visto afectadas por la entrada en vigor del T-MEC.

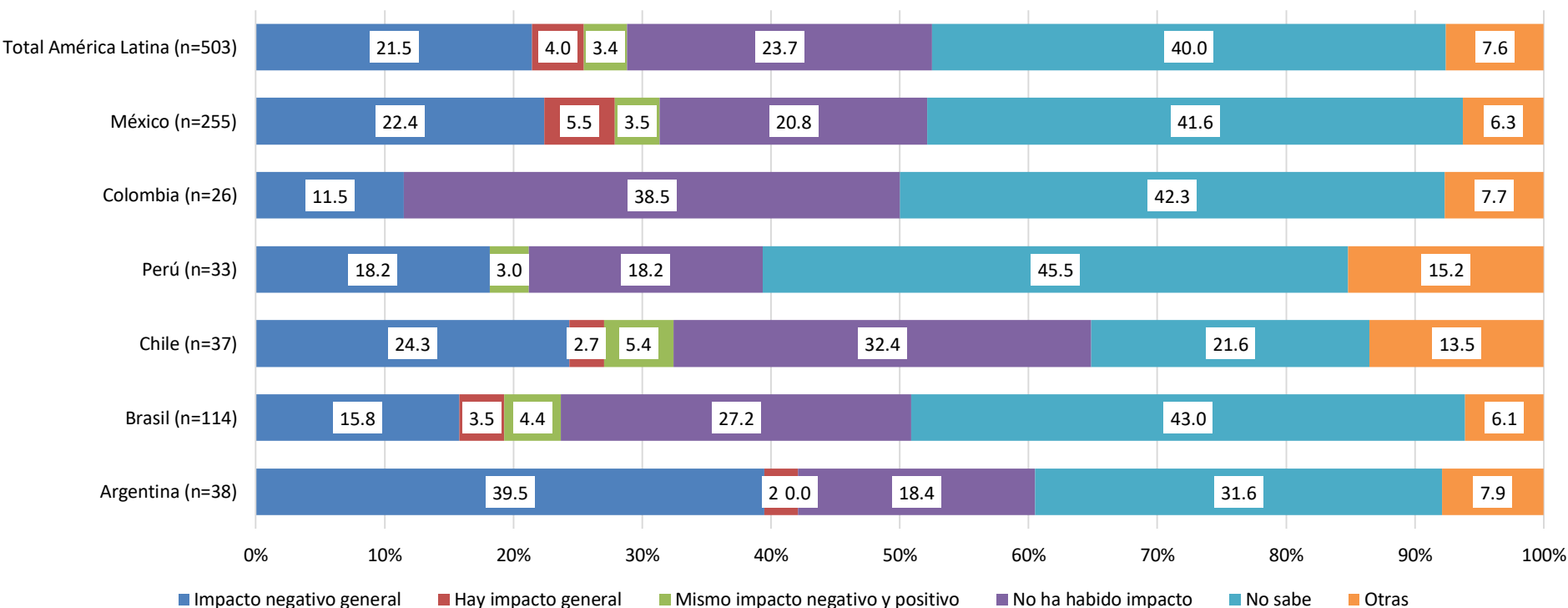
Cambio en la magnitud del impacto en los resultados a consecuencia del cambio del ambiente comercial comparado con el ejercicio fiscal anterior



II – 8 – (3) Impacto de los cambios del entorno comercial en los resultados futuros

- Si se compara con el "Impacto en los resultados de 2020", "No sabe" fue la respuesta mayoritaria para "Impacto en los resultados para los próximos 2-3 años", disminuyendo un 6.2% respecto a la encuesta pasada.
- En México, 57 empresas indicaron "Impacto negativo", mientras que 14 indicaron "Impacto positivo". Entre los motivos negativos, a parte de "Aumento de los costos debido al T-MEC" y "Disminución de la entrada de nuevas empresas japonesas", mostraron su preocupación también por "Traslado de la zona de producción del cliente" y "Determinación de condiciones para el cumplimiento de las reglas de origen del T-MEC la hora de la compra por parte del cliente". Los motivos positivos son "Traslado de la producción de China a México", "Aumento del aprovisionamiento local", etc.
- En Argentina, el porcentaje de empresas que indicaron "Impacto negativo general" en sus resultados durante los próximos dos o tres años ha disminuido levemente en comparación con 2020, pero continúa siendo elevado con un 39,5%.

Impacto en los resultados para los próximos 2-3 años a consecuencia del cambio en el ambiente comercial



II – 8 – (4) Medidas que se toman ante el cambio del ambiente comercial

- En todos los países, la mayor parte de las empresas responden "Refuerzo del sistema de recopilación de información", y hay muchas empresas en todos los países que señalan que "Ya se han implementado".
- Cerca del 20% elige "Intento de absorción de costos mediante la mejora u optimización de la productividad". Concretamente, varias empresas promovieron la automatización y la digitalización mediante la introducción de equipos y maquinaria.
- En México, 69 empresas (27,2%) eligieron "Intento de absorción de costos mediante la mejora u optimización de la productividad". En concreto, la mayoría de los comentarios (9 empresas) señalaban el fomento de la automatización/introducción de nuevas tecnologías/recortes de personal. Además, 37 empresas (14,6%) eligieron "Cambio de país de aprovisionamiento de productos y piezas de otras empresas", y más concretamente, la mayoría de comentarios (13 empresas) indicaban un avance en el aprovisionamiento local. Además, también se indicó la mudanza de China hacia otros países (2 empresas) y la diversificación de aprovisionamiento (2 empresas).
- En Brasil, el porcentaje de empresas que respondió "Refuerzo del sistema de recopilación de información" fue el más alto con un 40,0% (44 empresas). Hubo 24 empresas, más de la mitad, que señalaron "Ya se han implementado" y se puede ver cómo están volcando sus esfuerzos en recopilar información sobre los complicados cambios en el entorno comercial.

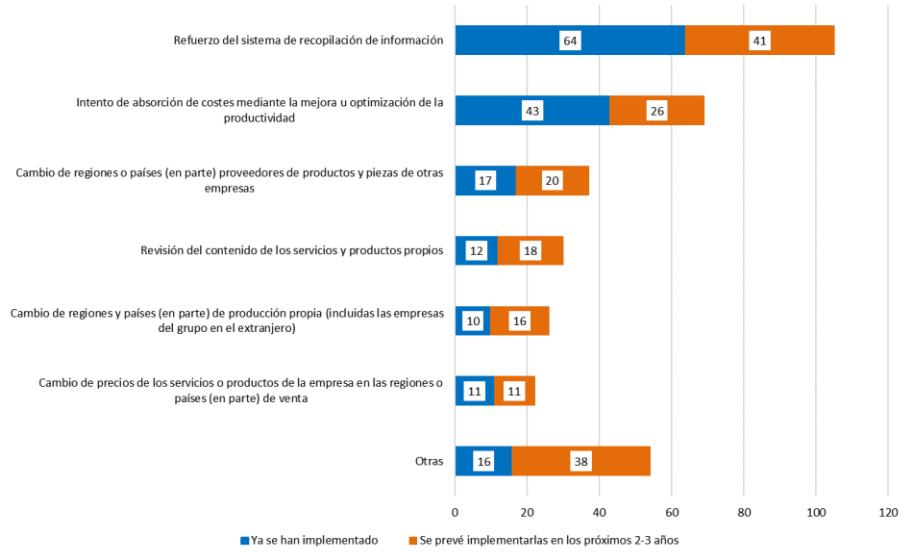
Medidas que se estudian o se han puesto en marcha a consecuencia del cambio en el ambiente comercial (Respuestas múltiples)

(Unidad: %)

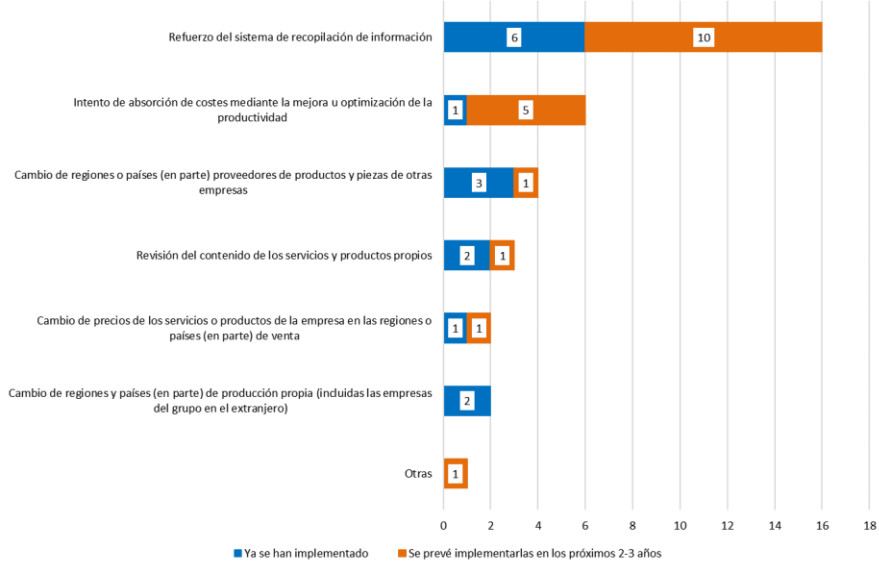
	Refuerzo del sistema de recopilación de información	Intento de absorción de costos mediante la mejora u optimización de la productividad	Cambio de precios de los servicios o productos de la empresa en las regiones o países (en parte) de venta	Revisión del contenido de los servicios y productos propios	Cambio de regiones o países (en parte) proveedores de productos y piezas de otras empresas	Cambio de regiones y países (en parte) de producción propia (incluidas las empresas del grupo en el extranjero)	Otras
Total América Latina (n=497 empresas)	40,6	23,7	9,5	13,3	13,1	7,2	23,5
México (n=254 empresas)	41,3	27,2	8,7	11,8	14,6	10,2	21,3
Colombia (n=26 empresas)	61,5	23,1	7,7	11,5	15,4	7,7	3,8
Perú (n=33 empresas)	45,5	15,2	3,0	18,2	6,1	0,0	24,2
Chile (n=36 empresas)	30,6	22,2	13,9	16,7	16,7	8,3	30,6
Brasil (n=110 empresas)	40,0	20,0	10,0	11,8	11,8	4,5	29,1
Argentina (n=38 empresas)	28,9	21,1	15,8	21,1	7,9	0,0	28,9

II – 8 – (4) Medidas que se toman ante el cambio del ambiente comercial (Por países 1)

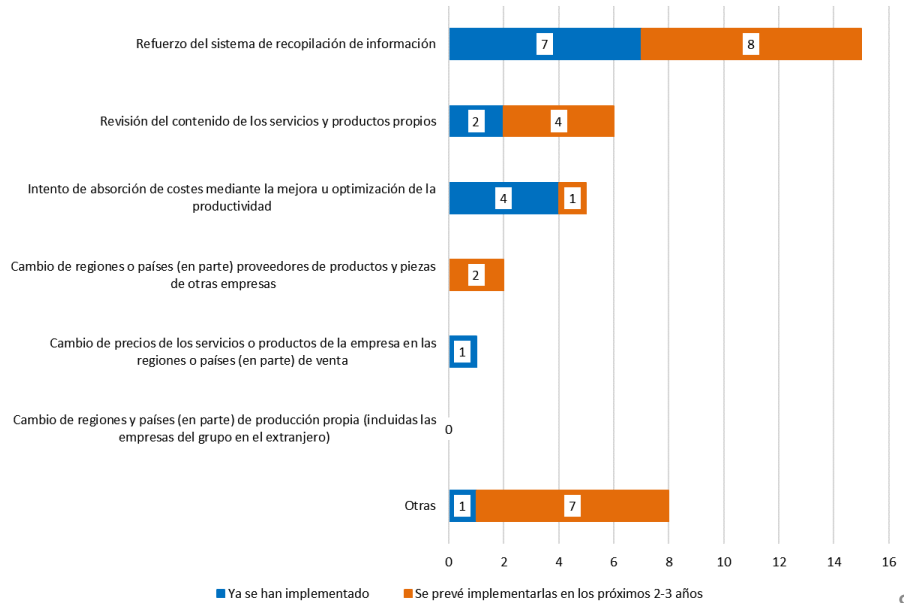
Medidas implementadas que ha supuesto el cambio en el clima comercial (México)



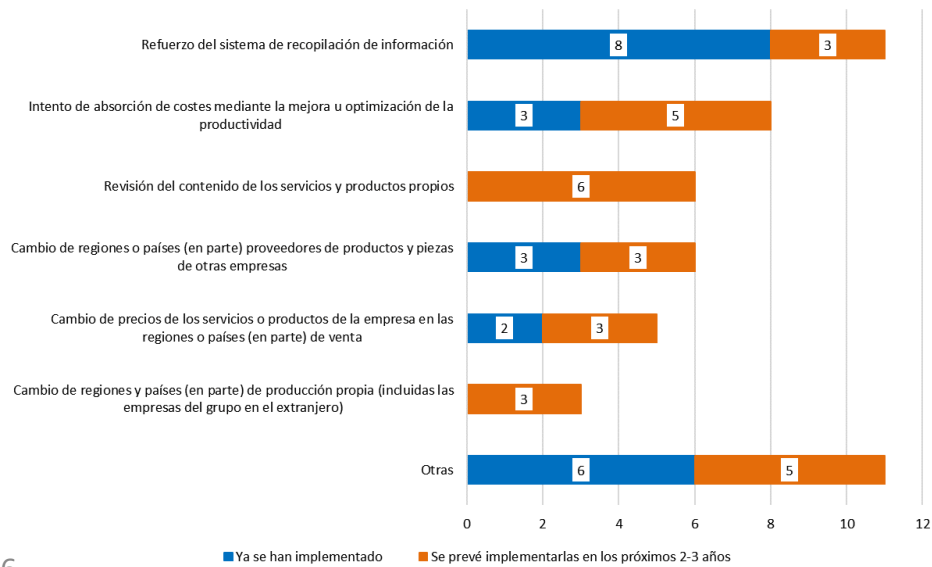
Medidas implementadas que ha supuesto el cambio en el clima comercial (Colombia)



Medidas implementadas que ha supuesto el cambio en el clima comercial (Perú)

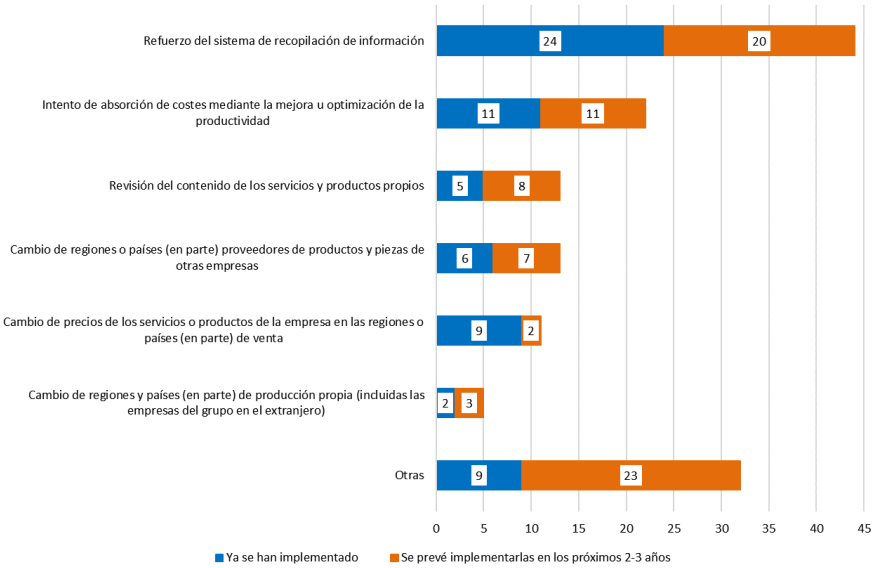


Medidas implementadas que ha supuesto el cambio en el clima comercial (Chile)

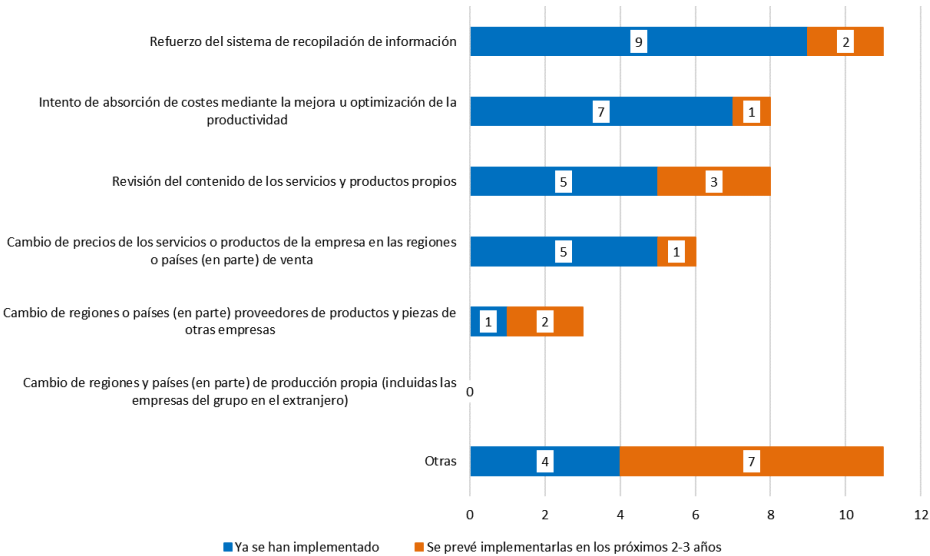


II – 8 – (4) Medidas que se toman ante el cambio del ambiente comercial (Por países 2)

Medidas implementadas que ha supuesto el cambio en el clima comercial (Brasil)



Medidas implementadas que ha supuesto el cambio en el clima comercial (Argentina)



Para consultas sobre este documento, dirijase a:
Japan External Trade Organization (JETRO)
Departamento de Estudios de Mercado Externo
División Américas

12-32, Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokyo - 107-6006
Tel: 03-3582-4690
https://www.jetro.go.jp/world/cs_america/