

15^a encuesta sobre la situación
de los negocios
de las empresas japonesas
en América Latina
(año fiscal 2014)

Febrero de 2015
Japan External Trade Organization (JETRO)
Departamento de Investigación en el Extranjero
Sección de América Latina

Introducción

Este informe es un compendio de los resultados de la encuesta sobre la situación de los negocios dirigida a las empresas japonesas con presencia en siete de los principales países latinoamericanos (México, Venezuela, Colombia, Perú, Chile, Brasil y Argentina) realizada entre septiembre y octubre de 2014.

JETRO lleva a cabo esta encuesta periódicamente, siendo esta su 15ª edición. En cada una de ellas, hemos contado con la inestimable colaboración de muchas personas que trabajan en dichas empresas, a todas las cuales expresamos nuestro agradecimiento.

Esperamos que este informe sea de utilidad a todas las personas interesadas tanto en las empresas japonesas con presencia en América Latina como en los negocios que se desarrollan en esta región.

Japan External Trade Organization (JETRO)
Oficinas en América Latina
Departamento de Investigaciones en el Extranjero
Sección de América Latina

ÍNDICE

Capítulo 1: Sobre la realización de la encuesta.....	1
1. Respuestas a la encuesta por países	1
2. Proporción manufactureras/no manufactureras entre las empresas que respondieron.....	1
3. Campos de producción de las manufactureras que respondieron	2
4. Campos de actividad de las no manufactureras que respondieron.....	3
5. Ubicación del centro de control de las operaciones en América Latina	4
Capítulo 2: Principales resultados de la encuesta.....	5
1. Expectativas de ganancias empresariales para 2014	5
Tendencia a la polarización superávit/déficit con respecto a 2013.....	5
Perspectivas del clima de negocios, en los niveles más bajos desde 2009	6
La estabilidad política y económica determina la percepción empresarial.....	7
Ampliación del mercado nacional, principal factor de mejora de las expectativas	8
La reducción de las ganancias por recesión preocupa a algunas empresas	9
2. Perspectivas de ganancias empresariales para 2015.....	10
Expectativas de mejora de las ganancias empresariales para 2015	10
Similares razones a las de 2014 para prever una mejora de los beneficios empresariales.....	11
Movimientos del mercado afectan fuertemente a las perspectivas de mejora o empeoramiento	12
3. Evolución futura de los negocios	13
Grandes diferencias entre países en la evolución futura de los negocios	13
Confianza en el futuro del mercado impulsa la ampliación de los negocios	14
Las intenciones de ampliación se centran en las funciones de venta.....	15
La recesión, causa de que se considere reducir los negocios.....	16
Progresión la localización del personal pero la matriz sigue reservándose atribuciones	17
Desfase entre conciencia de necesidad de transferir poderes y capacidad del personal local	18
Progresos en la localización del personal	20
Planes apuntan claramente a potenciar el personal local en México y Colombia	21
4. Medidas encaminadas a reforzar la presencia en el mercado	22
Otras empresas japonesas como principales rivales en el mercado latinoamericano	22
Continúa intensificación de la competencia en el mercado.....	23
5. Problemas que afrontan actualmente las empresas en sus actividades.....	24
Competidores más poderosos y demanda de reducción de precios por parte de clientes	24

En las finanzas, difícil enfrentar con las fluctuaciones cambiarias y a la política tributaria	26
Aumento de los salarios del personal y dificultades de contratación, principales problemas	27
Exigencia de tiempo y complicados trámites del despacho de aduanas	28
Dificultades para abastecerse en el país de establecimiento	29
Difícil sistema tributario y complicados trámites administrativos en los países de Mercosur ...	30
Preocupación ante la seguridad ciudadana y terrorismo en algunos países	32
Diferencias entre Brasil y México en salarios, sistema tributario y dificultad de tramitación ...	33
6. Situación del abastecimiento de materias primas y piezas	34
País de establecimiento, Japón y Estados Unidos, principales lugares de abastecimiento de materias primas y piezas	34
Abastecimiento en el país de establecimiento, casi todo en las empresas locales	35
7. Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE	36
México: Utilización de TLC con muchos países y regiones.....	36
Colombia: Alto porcentaje de utilización en las importaciones	37
Perú: Alto porcentaje de utilización en las importaciones.....	38
Chile: Destacado uso de TLC en las importaciones	39
Brasil: Utilización en las exportaciones a otros países latinoamericanos	40
Argentina: Utilización de los acuerdos automotores con Mercosur y México	41
Venezuela: Utilización solo con Mercosur	42
La larga y complicada tramitación del certificado de origen es vista como un problema	43
Pocas empresas experimentan problemas en la aplicación a las importaciones	44
Cuestionario de la encuesta	45

Capítulo 1: Sobre la realización de la encuesta

1. Respuestas a la encuesta por países

Entre los meses de septiembre y octubre de 2014 se realizó una encuesta sobre la situación que atraviesan los negocios de las empresas japonesas con presencia en alguno de siete importantes países latinoamericanos (México, Venezuela, Colombia, Perú, Chile, Brasil y Argentina). La encuesta fue enviada a 665 empresas, de las cuales respondieron 391, alcanzándose un porcentaje de respuesta del 58.8%

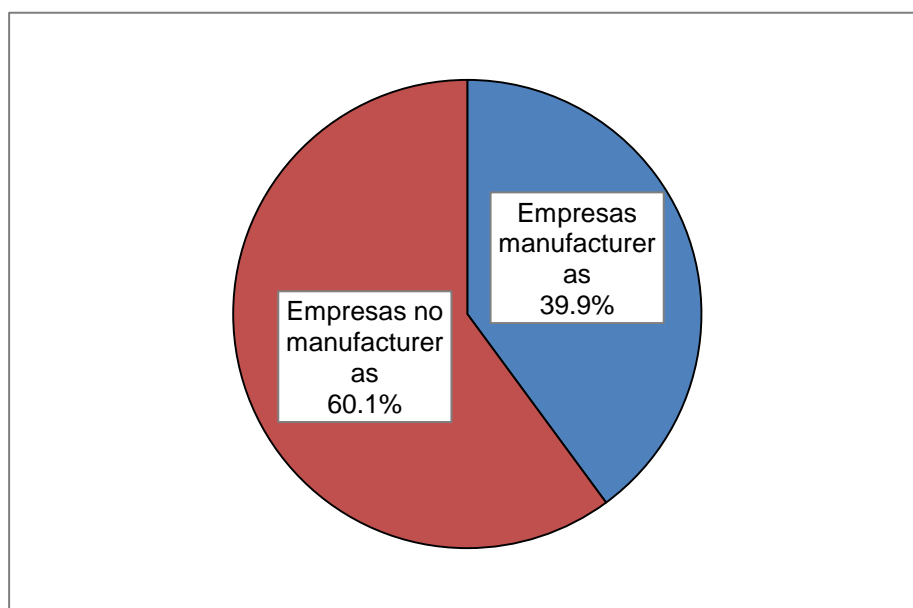
Tabla: Encuestas enviadas, respuestas obtenidas y porcentaje de respuesta por países

Países	Encuestas enviadas	Respuestas obtenidas	Porcentaje de respuesta
México	262	114	43.5%
Venezuela	19	17	89.5%
Colombia	29	18	62.1%
Perú	28	16	57.1%
Chile	48	38	79.2%
Brasil	235	160	68.1%
Argentina	44	28	63.6%
TOTAL	665	391	58.8%

2. Proporción manufactureras/no manufactureras entre las empresas que respondieron

Entre las empresas que respondieron, 156 realizaban en el país de establecimiento actividades de manufactura (39.9%), mientras que otras 235 (60.1%) se dedicaban a otras actividades no manufactureras.

Figura 0-1: Manufactureras/no manufactureras entre las empresas que respondieron



3. Campos de producción de las manufactureras que respondieron

Clasificando las empresas manufactureras que respondieron según su campo de producción, vemos que las más numerosas son las fabricantes de piezas de maquinaria de transporte (automóviles y motocicletas), seguidas por las fabricantes de maquinaria de transporte (automóviles y motocicletas) y las de piezas eléctricas y electrónicas.

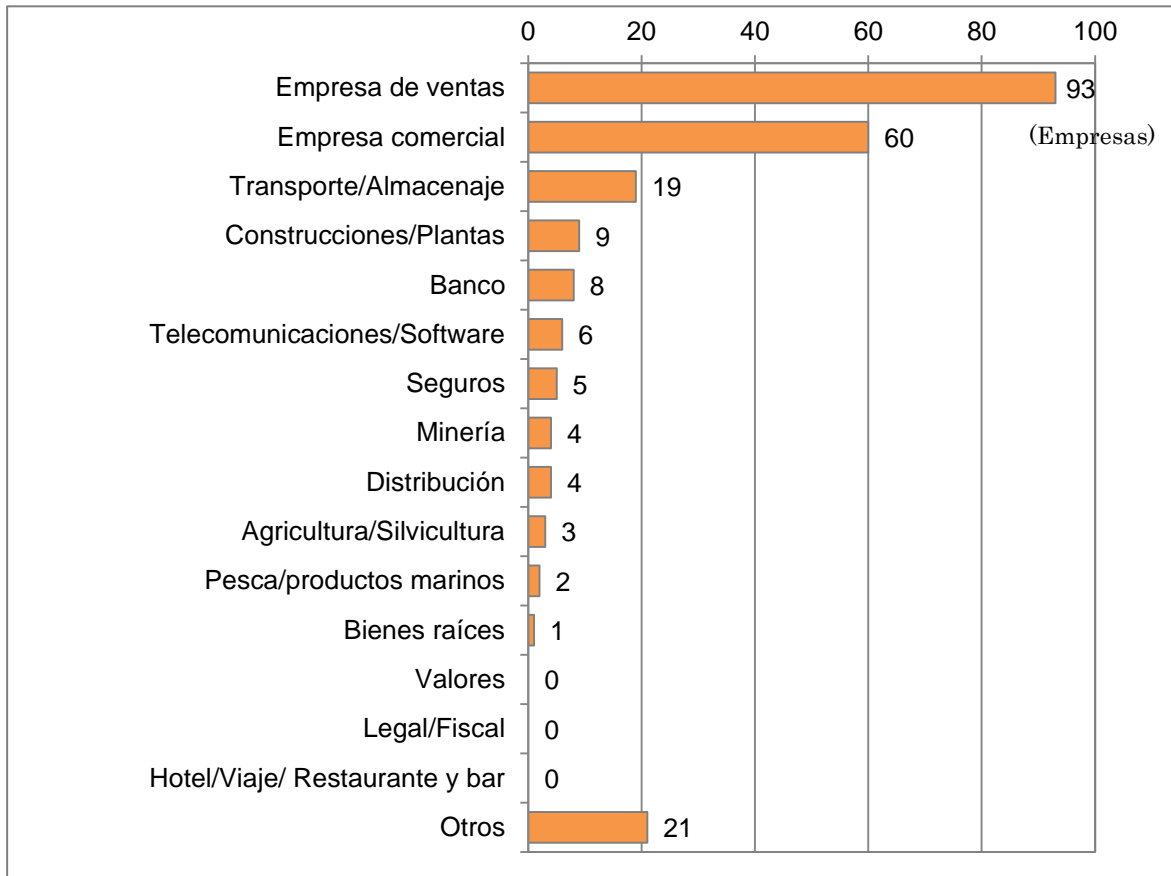
Figura 0-2: Manufactureras que respondieron por tipo de producto (156 empresas)



4. Campos de actividad de las no manufactureras que respondieron

Clasificando las empresas no manufactureras que respondieron según su campo de actividad, las más numerosas son las empresas de ventas, seguidas por las *tradings*, las de transporte y almacenaje, y las de construcciones y plantas.

Figura 0-3: Campos de actividad de las no manufactureras que respondieron (235 empresas)

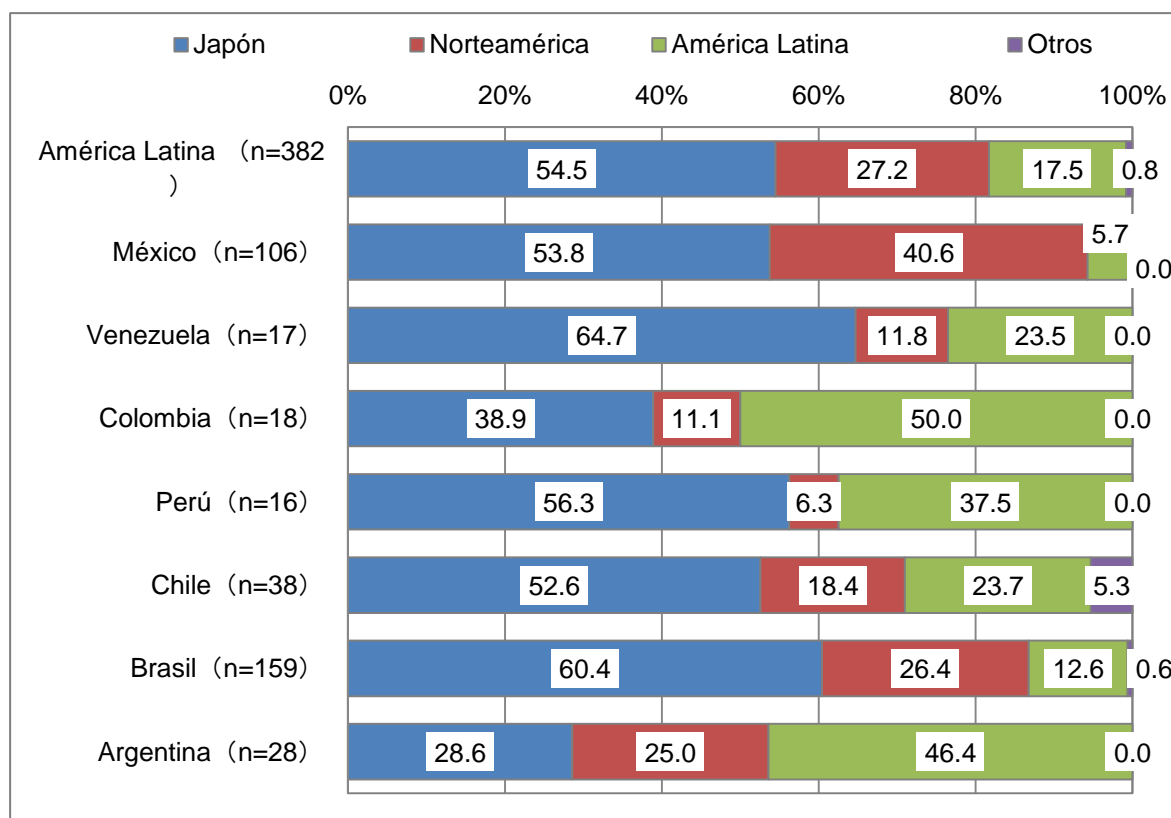


5. Ubicación del centro de control de las operaciones en América Latina

Las empresas pudieron elegir entre cuatro opciones geográficas para indicar la ubicación del centro desde el que se dirigen sus operaciones en América Latina: “matriz en Japón”, “centro en Norteamérica”, “centro en América Latina” y “otros”.

Para el conjunto de América Latina, la mayoría de las empresas dijeron registrarse desde la matriz en Japón. Los otros dos grupos más numerosos son los de las empresas que sitúan su centro en Norteamérica y en América Latina, en ese orden. Por países, cabe señalar que en México muchas se rigen desde Norteamérica, mientras que en Colombia y Argentina muchas lo hacen desde América Latina, lo cual se explica, en el caso de México y Argentina, por el hecho de que ambos limitan con una gran potencia económica –Estados Unidos y Brasil, respectivamente– donde las empresas tienden a situar su centro de operaciones.

Figura 0-4: Ubicación del centro de control de las operaciones en Latinoamérica, por países



Capítulo 2: Principales resultados de la encuesta

1. Expectativas de ganancias empresariales para 2014

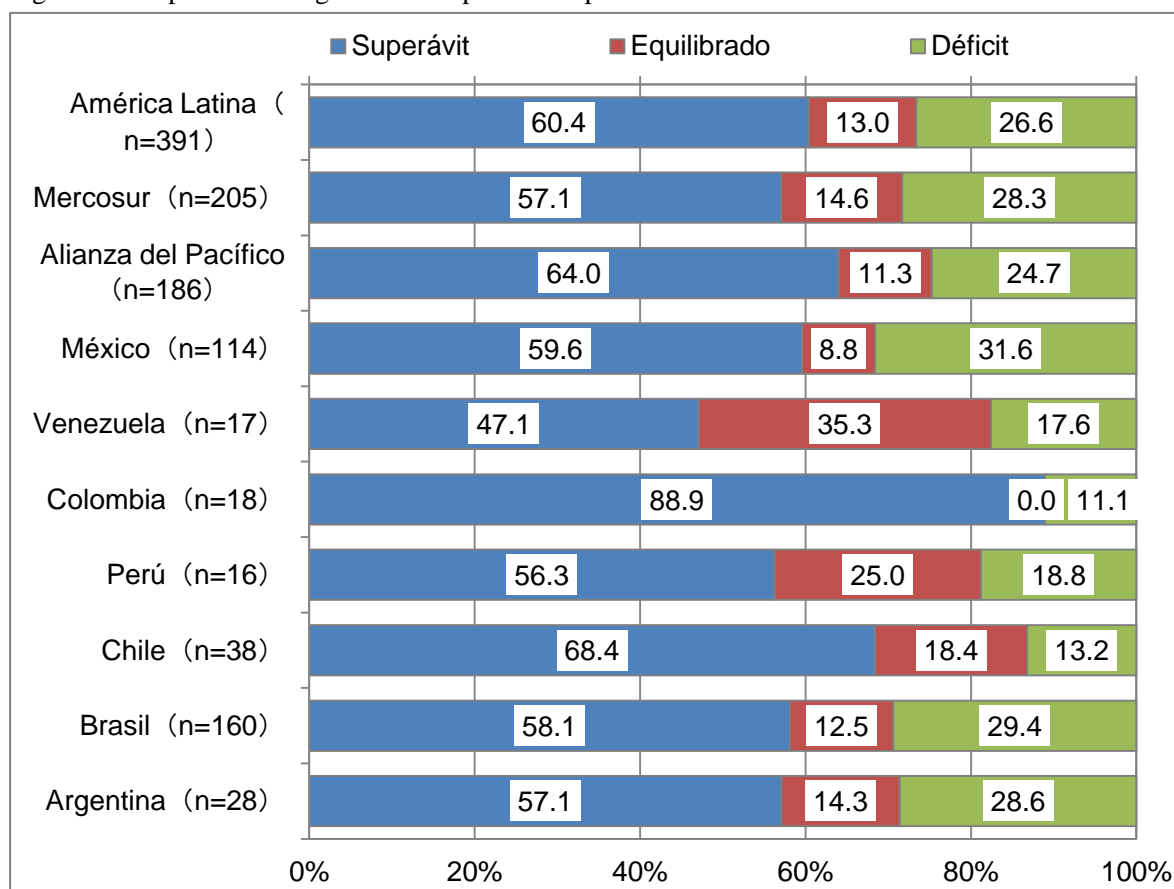
Tendencia a la polarización superávit/déficit con respecto a 2013

Sobre las expectativas de ganancias empresariales para 2014, un 60.4% (236 empresas) respondieron que esperaban “superávit”, un 13.0% (51 empresas) que preveían un balance “equilibrado” y un 26.6% (104 empresas) que el resultado sería de “déficit”. En la encuesta correspondiente a 2013 la respuesta “superávit” representó un 57.1% (249 empresas) del total, frente a un 20.9% (91 empresas) de “equilibrado” y un 22.0% (96 empresas), lo que quiere decir que se ha producido una ligera polarización.

Por países, los mayores porcentajes de “superávit” se registraron en Colombia, Chile, México y Brasil, siendo el menor el de Venezuela.

Por otra parte, agrupados seis de los países representados en la encuesta según su pertenencia a la Alianza del Pacífico (México, Colombia, Perú, Chile) o a Mercosur (Venezuela, Brasil, Argentina), se aprecia que los del primer grupo declaran, en conjunto, expectativas de ganancias empresariales mejores que los del segundo.

Figura 1-1: Expectativas de ganancias empresariales para 2014

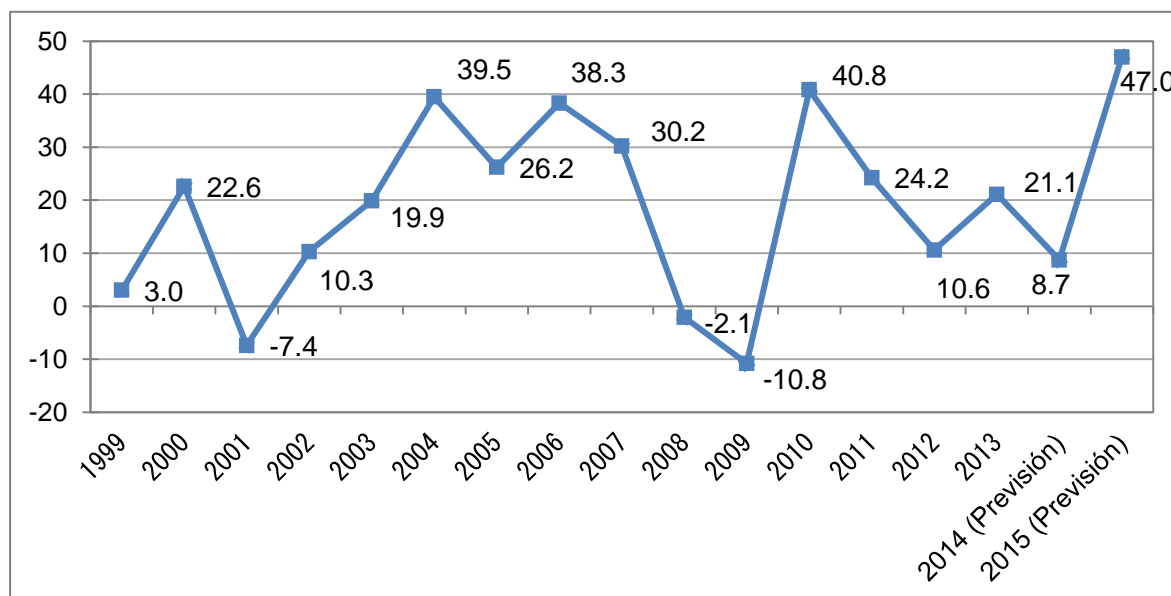


Perspectivas del clima de negocios, en los niveles más bajos desde 2009

El índice de difusión (ID) (valor que se obtiene restando a la proporción de “mejora” la de “empeoramiento”), calculado a partir de las proporciones correspondientes a las respuestas “mejora”, “sin variación” y “empeoramiento” en la comparativa 2013-2014 para expectativas de ganancias empresariales, se situó en 8.7 puntos, 12.4 puntos por debajo de los 21.1 puntos que se obtuvieron en la encuesta del anterior año fiscal, marcando así el nivel más bajo desde la encuesta de 2009 (-10.8 puntos), posterior a la bancarrota de la financiera Lehman Brothers.

No obstante, el ID para 2015 (previsión) se sitúa alto, en los 47.0 puntos, de lo que se deduce que son muchas las empresas que ven con optimismo la posibilidad de que los beneficios empresariales se dirijan hacia una mejoría a partir de 2015.

Figura 1-2: Evolución del DI en el conjunto de América Latina



La estabilidad política y económica determina la percepción empresarial

Por países, el nivel del DI es alto en México y Colombia, y bajo en Venezuela, Chile y Argentina. Siendo el DI bajo en el conjunto de América Latina, cabe pensar que, frente a los altos niveles de México, donde el proceso de concentración de empresas japonesas sigue su marcha, y Colombia, donde los niveles de seguridad ciudadana están mejorando y hay buenas expectativas de crecimiento, en Venezuela y Argentina son bajos debido a la poca claridad de las perspectivas como consecuencia de la inestabilidad política y económica. Por otra parte, en el caso de Chile y Perú, parece ser que la tendencia a permanecer bajos de los precios del cobre y otros recursos minerales como consecuencia de la desaceleración del crecimiento económico chino está influyendo negativamente sobre la situación de las empresas japonesas, que en esos países se mueven principalmente en el campo de la explotación de recursos.

Figura 1-3: DI por países (2014)

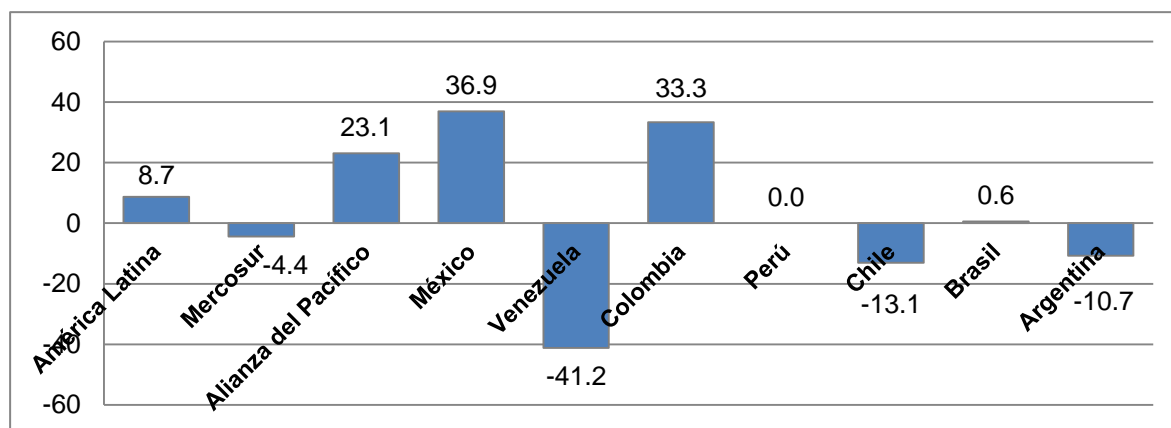
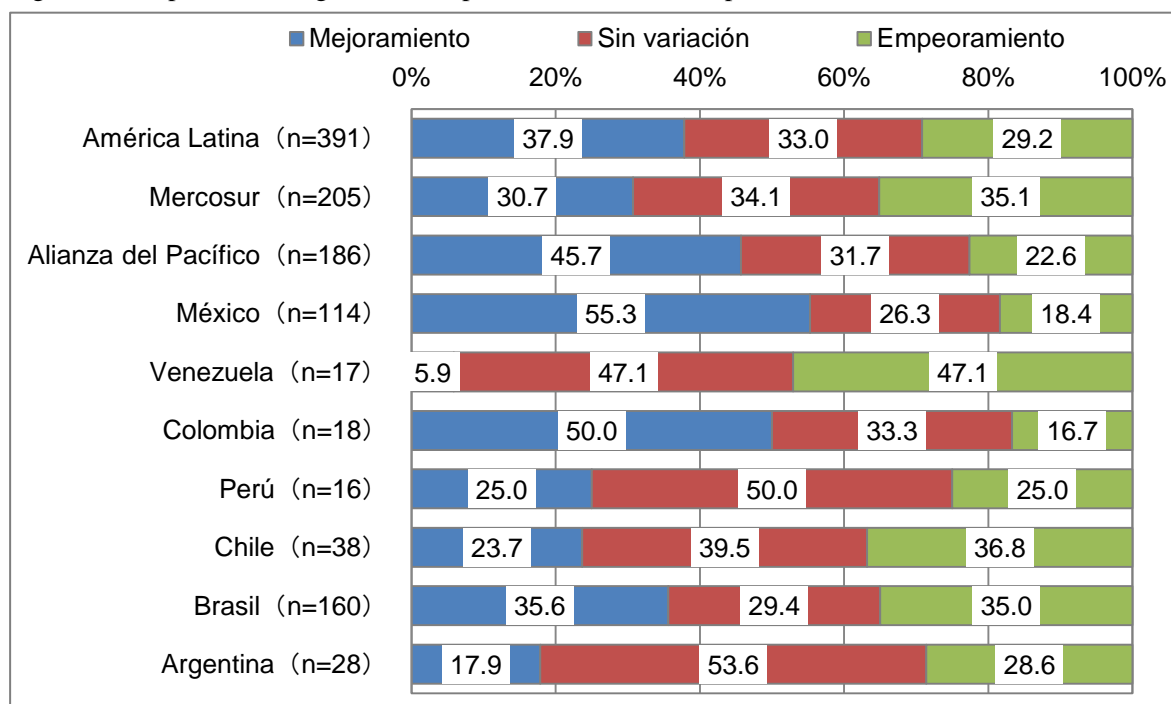


Figura 1-4: Expectativas de ganancias empresariales de 2014 comparadas a las del año anterior

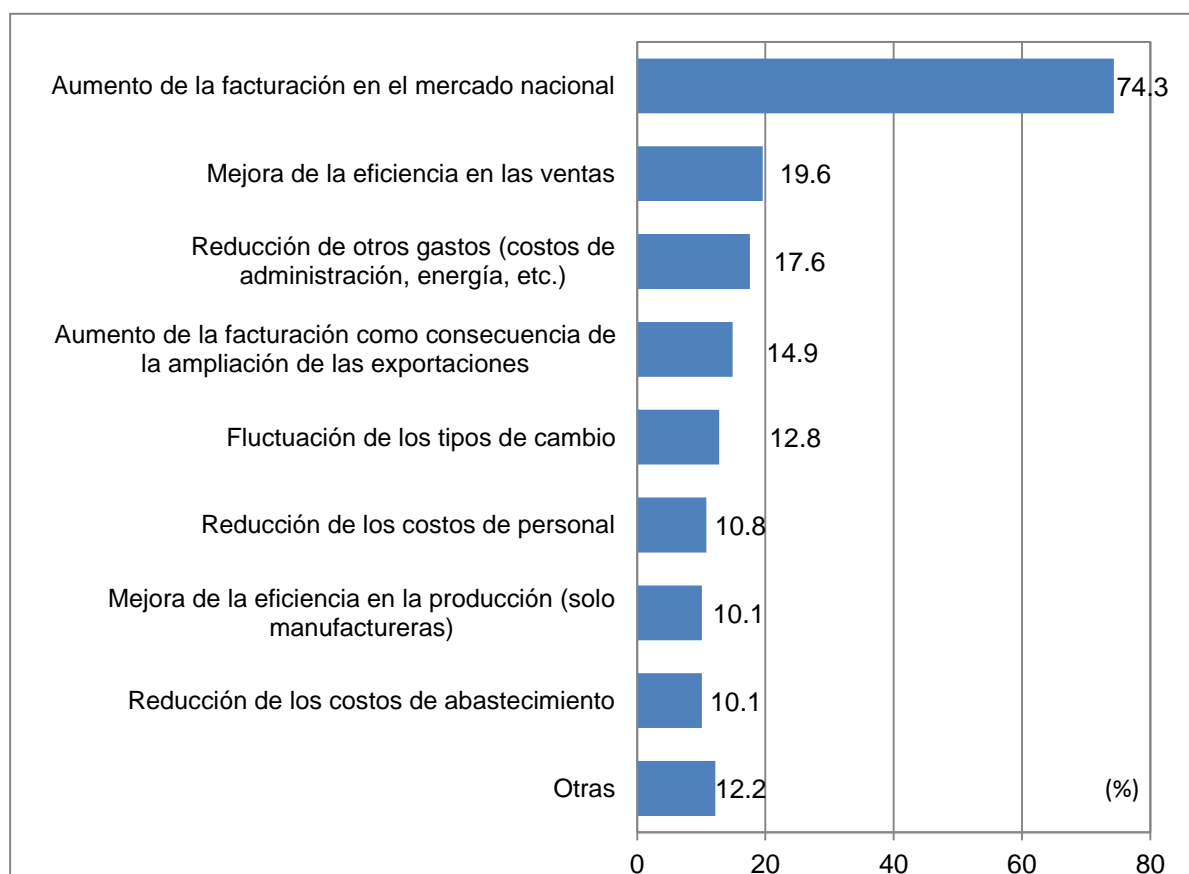


Ampliación del mercado nacional, principal factor de mejora de las expectativas

Entre las razones alegadas para declarar mejores expectativas de ganancias empresariales, la más citada es el “aumento de la facturación en el mercado nacional”, presente en el 74.3% de las respuestas (110 empresas), seguida por la “mejora de la eficiencia en las ventas” (19.6%, 29 empresas), la “reducción de otros gastos (costos de administración, energía, etc.)” (17.6%, 26 empresas), el “aumento de la facturación como consecuencia de la ampliación de las exportaciones” (14.9%, 22 empresas) y la “fluctuación de los tipos de cambio” (12.8%, 19 empresas).

Es evidente, pues, que la ampliación de la facturación en el mercado nacional está influyendo en las expectativas de ganancias empresariales en mayor medida que el esfuerzo de la propia empresa en cuestiones como reducción de los costos o mejora de la eficiencia.

Figura 1-5: Razones para una mejora en las expectativas de ganancias empresariales para 2014, conjunto de América Latina, respuestas múltiples (Total de empresas que respondieron: 148)

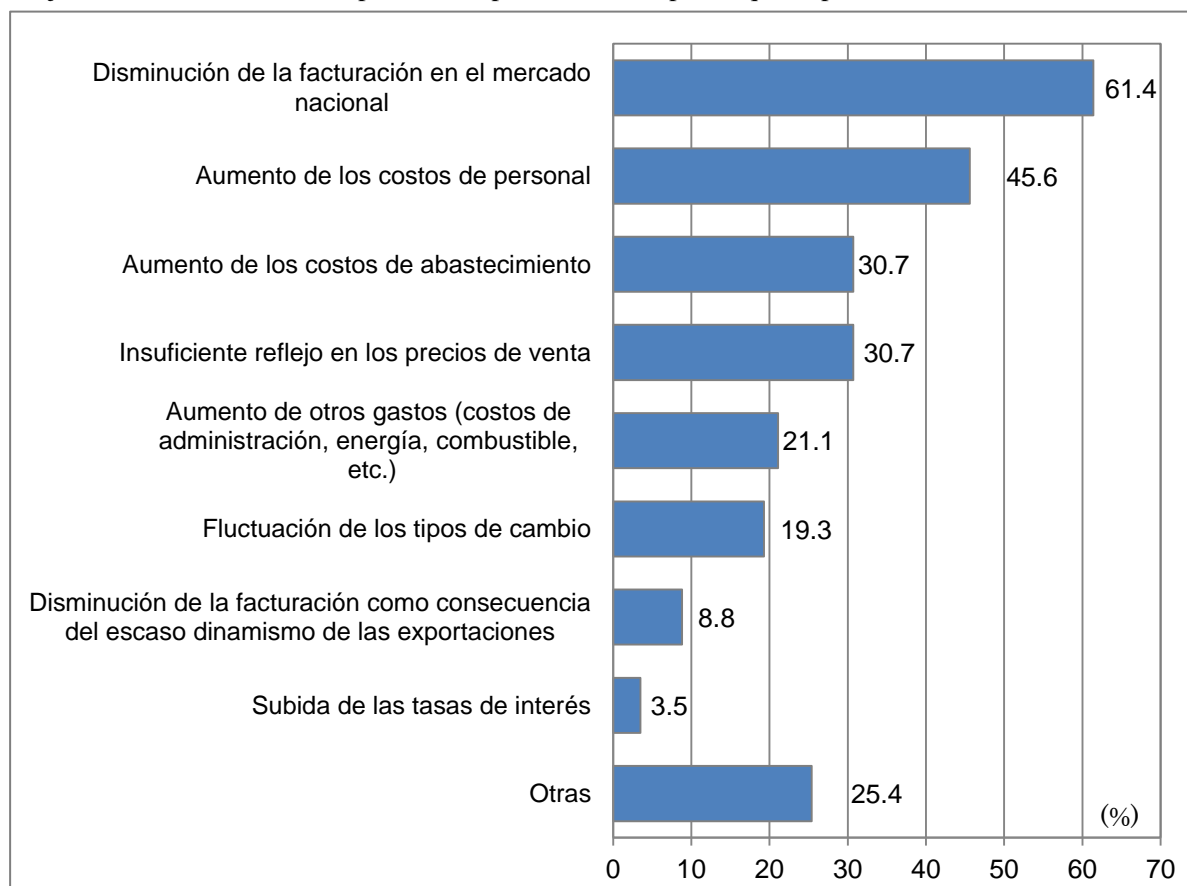


La reducción de las ganancias por recesión preocupa a algunas empresas

En cuanto a las razones por las que las empresas declaran peores expectativas de ganancias, la que obtiene un mayor índice de respuesta es la “disminución de la facturación en el mercado nacional” (61.4%, 70 empresas). Las otras razones más citadas fueron el “aumento de los costos de personal” (45.6%, 52 empresas), el “aumento de los costos de abastecimiento” (30.7%, 35 empresas) y el “insuficiente reflejo en los precios de venta” (30.7%, 35 empresas). En todas las encuestas realizadas entre 2011 y 2013, la principal razón alegada venía siendo el “aumento de los costos de personal” (48.9%, 44 empresas), pero se ha producido un aumento de la proporción de empresas que alegan como razón de sus peores expectativas la falta de dinamismo en las ventas, por efecto de la recesión.

En todos los países, a excepción de Argentina, más de un 50% de la empresas alegan la “disminución de la facturación en el mercado nacional” como razón para prever un empeoramiento en las ganancias empresariales, lo que permite tener una idea de la gravedad del efecto de la recesión. Por otra parte, por lo que respecta a la incidencia del “aumento de los costos de personal” en cada país, vemos que es alta en Brasil (57.1%), Argentina (50.0%) y Venezuela (50.0%), integrantes todos de Mercosur, en contraste con los bajos niveles de México (23.8%), Perú (25.0%), Colombia (33.3%) y Chile (35.7%), miembros de la Alianza del Pacífico.

Figura 1-6: Razones para un empeoramiento de las expectativas de ganancias empresariales para 2014, conjunto de América Latina, respuesta múltiple (Total de empresas que respondieron: 114)



2. Perspectivas de ganancias empresariales para 2015

Expectativas de mejora de las ganancias empresariales para 2015

El DI de la confianza empresarial para 2015 se situó para el conjunto de América Latina en 47.0 puntos. Es un nivel muy superior al del DI de 2014 (8.7 puntos), que pone de manifiesto que, pese a atravesar actualmente un momento difícil, las empresas tienen expectativas de una mejora de la situación para 2015.

Por países, en todos, con la excepción de Venezuela, el DI de 2015 sobrepasa al de 2014. En Venezuela, donde el gobierno aspira a construir un estado según el modelo del “Socialismo del siglo XXI”, se están imponiendo restricciones a las divisas y otras regulaciones que tienen un efecto negativo sobre la actividad empresarial, lo cual se refleja en un pesimismo sobre las perspectivas de negocios.

Figura 2-1: DI por países (2015)

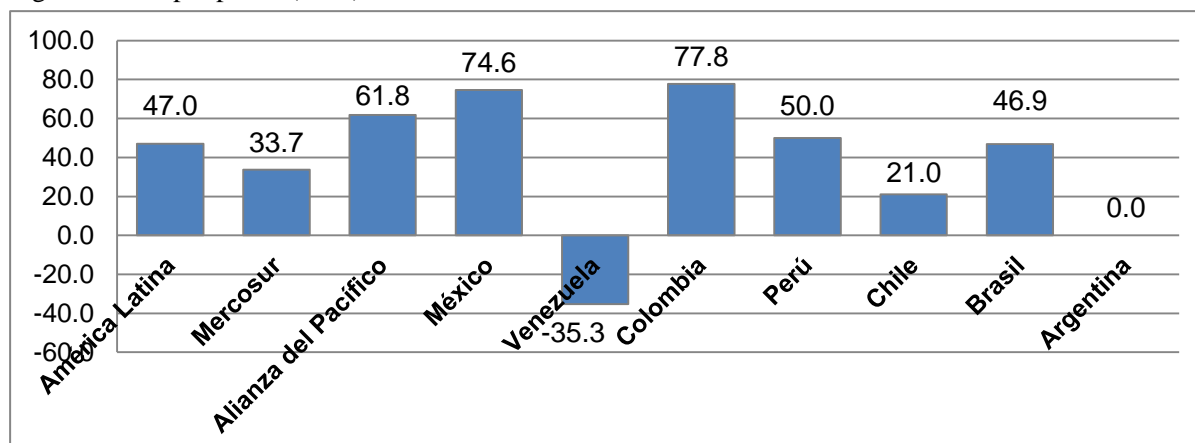
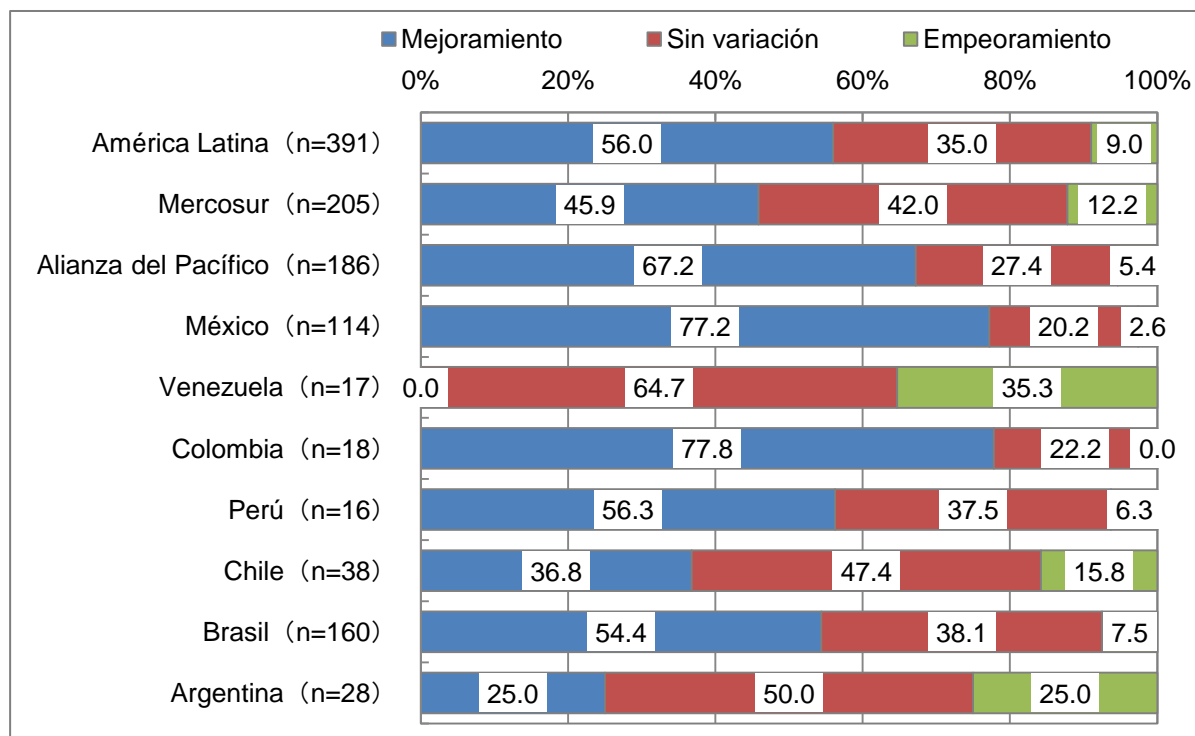


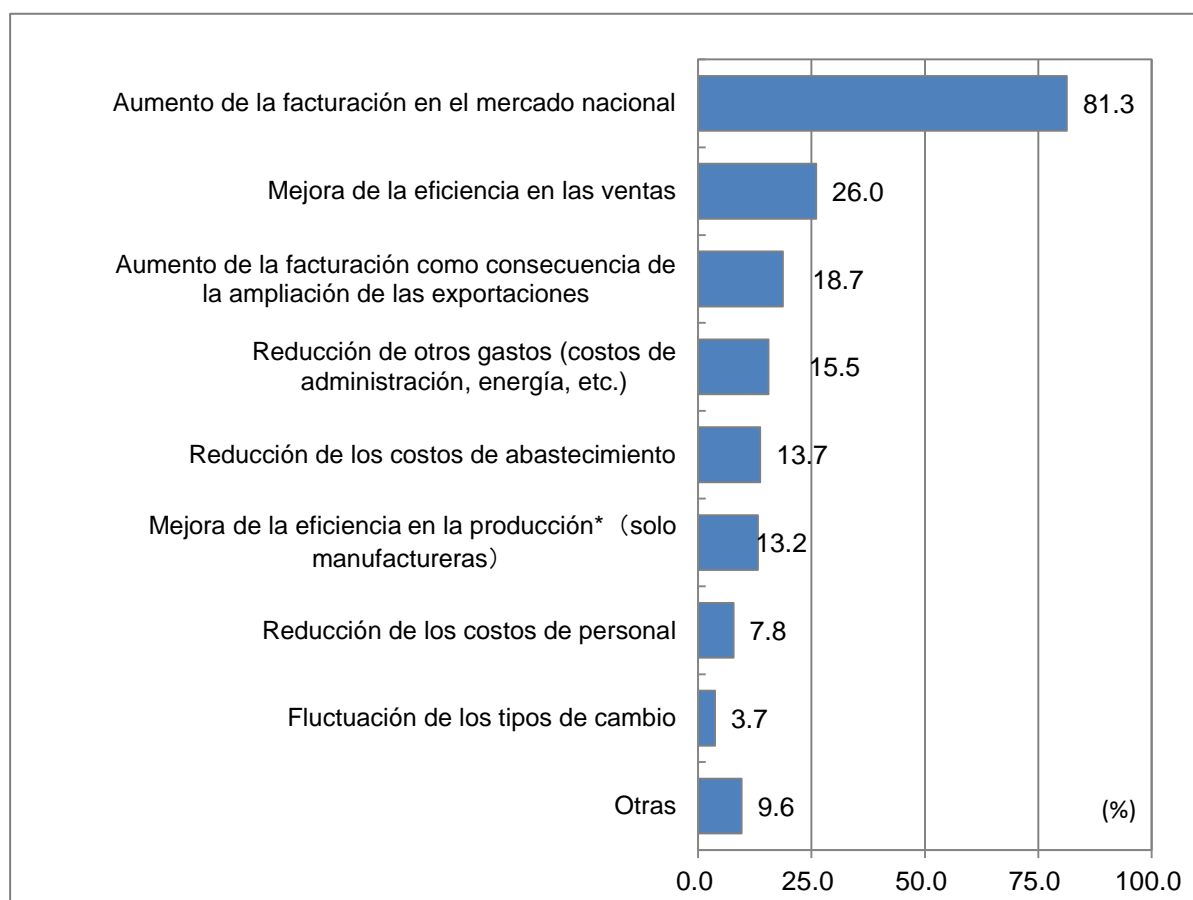
Figura 2-2: Perspectivas de ganancias empresariales para 2015 comparadas con las del año anterior



Similares razones a las de 2014 para prever una mejora de los beneficios empresariales

Entre las razones de las mejores perspectivas de beneficios empresariales, la más citada fue el “aumento de la facturación en el mercado nacional”, presente en un 81.3% de las respuestas, a gran distancia de las siguientes, que fueron la “mejora de la eficiencia en las ventas” (26.0%) y el “aumento de la facturación como consecuencia de la ampliación de las exportaciones” (18.7%). Si bien el orden de frecuencia a partir de la tercera razón más citada varía, los resultados obtenidos al preguntar por las razones de las mejores perspectivas de ganancias empresariales vienen a ser los mismos que en 2014.

Figura 2-3: Razones de las mejores perspectivas de ganancias empresariales para 2015, conjunto de América Latina, respuestas múltiples (Total de empresas que respondieron: 219)

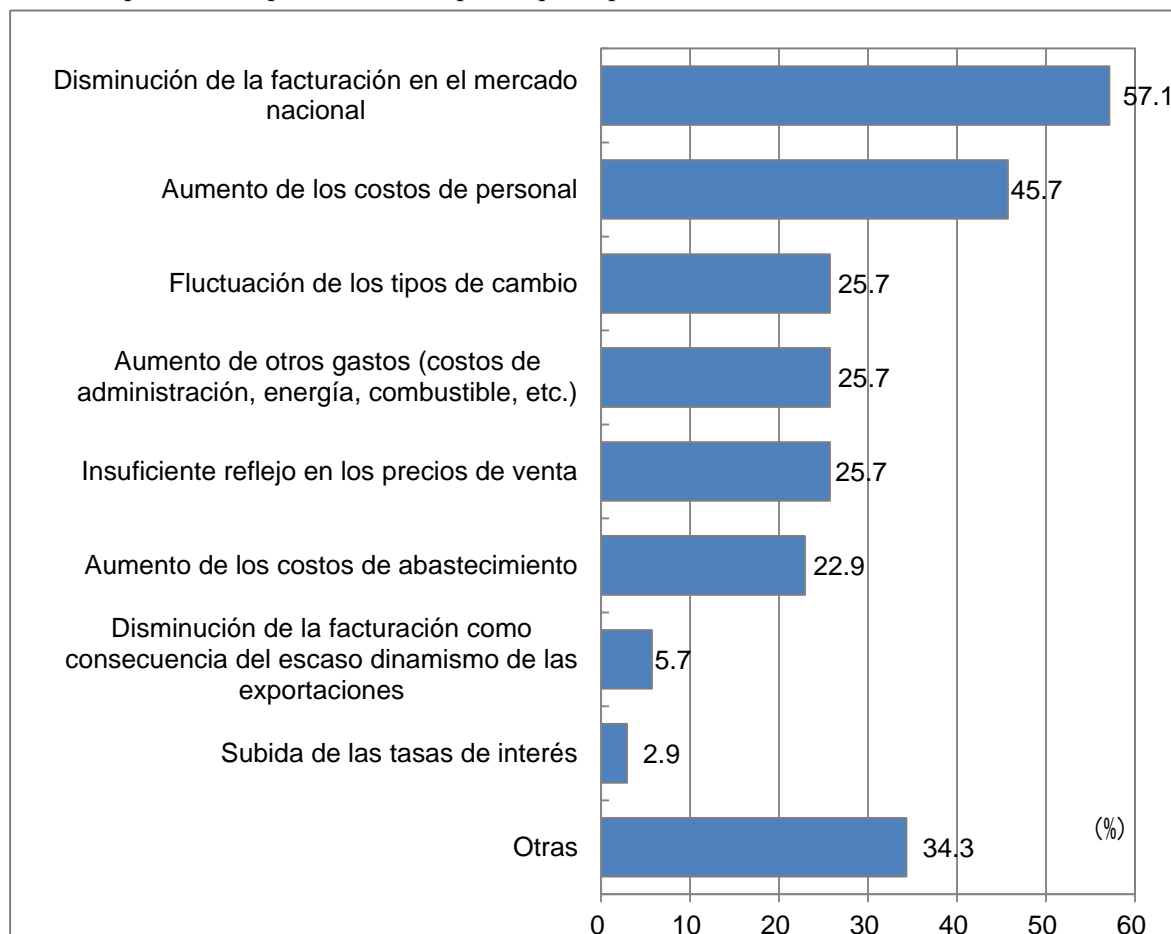


Movimientos del mercado afectan fuertemente a las perspectivas de mejora o empeoramiento

Las principales razones para prever un empeoramiento de las perspectivas de beneficios empresariales fueron la “disminución de la facturación en el mercado nacional” (57.1%), el “aumento de los costos de personal” (45.7%), la “fluctuación de los tipos de cambio”, el “insuficiente reflejo en los precios de venta” y el “aumento de otros gastos (costos de administración, energía, combustible, etc.)”, las tres últimas con el 25.7%. Según muestra la Figura 2-3, el “aumento de la facturación en el mercado nacional” es la principal razón para prever una mejora en las perspectivas de ganancias empresariales y, a su vez, la principal razón para prever un empeoramiento es la “disminución de la facturación en el mercado nacional”, ambas relacionadas con los movimientos en el mercado.

También se observa que el incremento de los costos de personal, administración y otras partidas está ejerciendo un influjo negativo sobre las ganancias de estas empresas.

Figura 2-4: Razones de las peores perspectivas de ganancias empresariales para 2015, conjunto de América Latina, respuestas múltiples (Total de empresas que respondieron: 35)



3. Evolución futura de los negocios

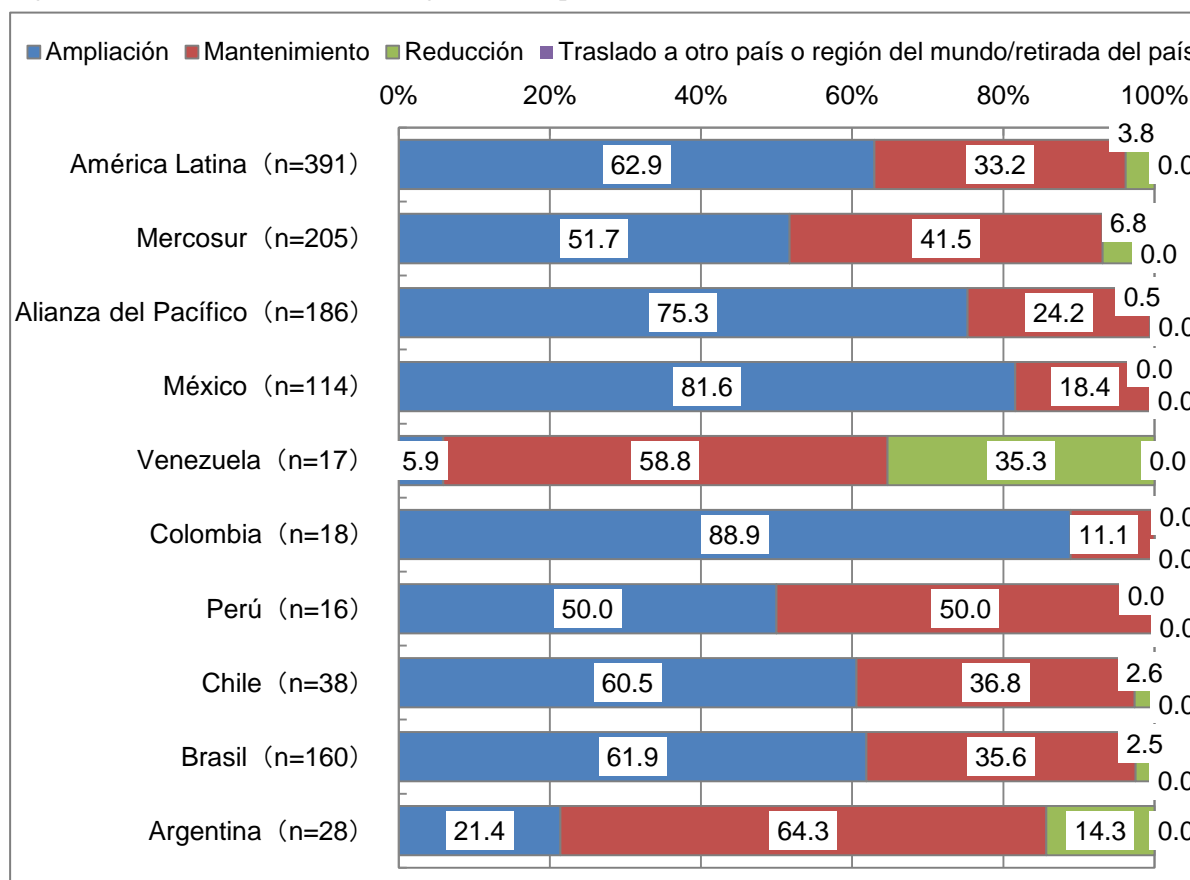
Grandes diferencias entre países en la evolución futura de los negocios

En cuanto a la evolución futura de los negocios en un plazo de uno o dos años, para toda América Latina la opción de respuesta “ampliación” se situó en el 62.9% (246 empresas), sobrepasando ampliamente a las otras dos opciones de “mantenimiento”, con un 33.2% (130 empresas) y “reducción”, con un 3.8% (15 empresas).

Por países, Colombia, con un 88.9% (16 empresas) y México, con un 81.6% (93 empresas), seguidos por Brasil, con un 61.9% (99 empresas) y Chile, con un 60.5% (23 empresas), fueron los países con mayores porcentajes de “ampliación”. Contrastan con estos países los casos de Argentina y Venezuela, con altos porcentajes de “mantenimiento”, que se situaron en el 64.3% y en el 58.8% respectivamente, obteniendo la opción “reducción” un 14.3% y un 35.3% respectivamente.

Con respecto a Venezuela y Argentina, existen numerosos factores que ensombrecen las perspectivas de desarrollo político y económico, como la regulación de precios que se ha derivado de las restricciones impuestas a las importaciones, del control de divisas y de la elevada inflación, o la inestabilidad política. Debido a estos factores, el porcentaje obtenido por la respuesta “reducción” es alto en comparación con otros países.

Figura 3-1: Evolución futura de los negocios en el plazo de 1-2 años



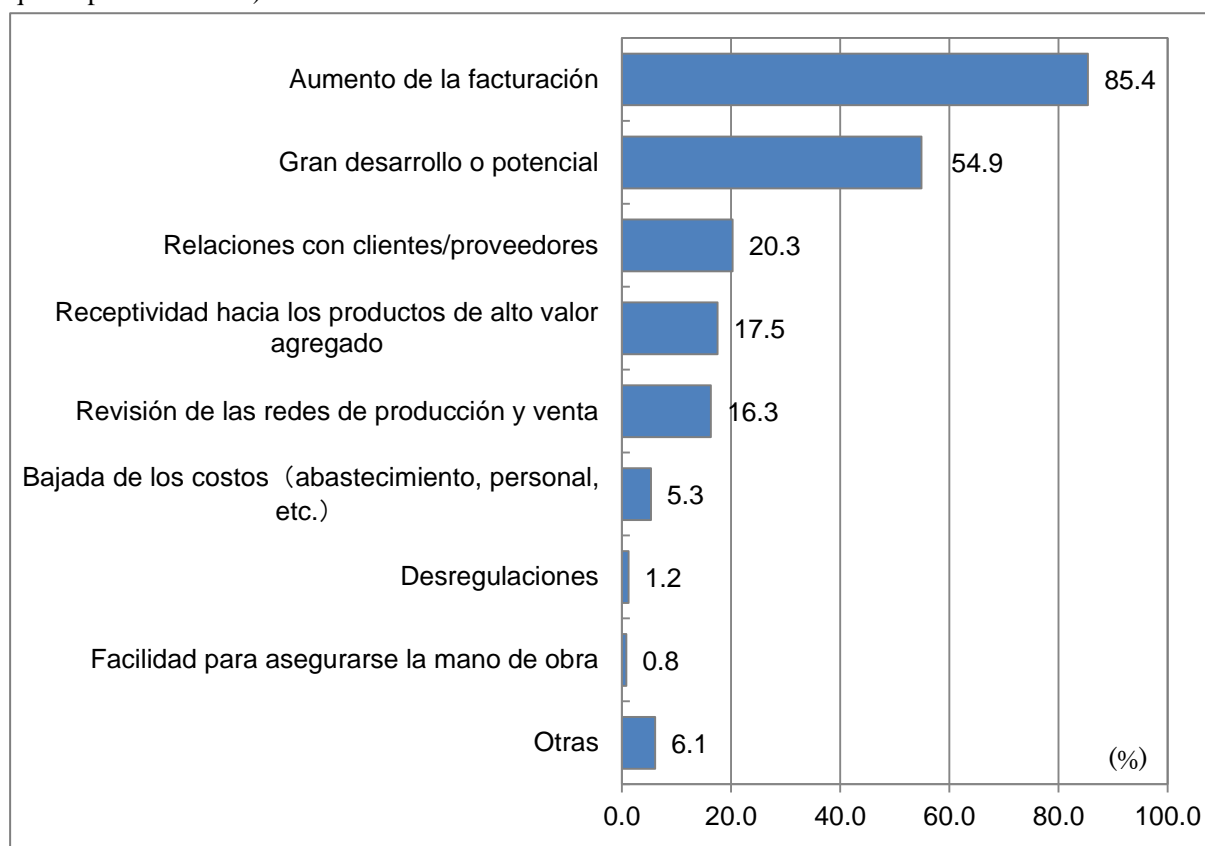
Confianza en el futuro del mercado impulsa la ampliación de los negocios

Las principales razones que se alegaron para elegir la opción de “ampliación” en la evolución de los negocios fueron el “aumento de la facturación” (85.4%) y el “gran desarrollo o potencial” (54.9%).

Por países, los porcentajes obtenidos por la opción “aumento de la facturación” fueron altos en Venezuela (100.0%, 1 empresa), Perú (100.0%, 8 empresas), México (93.5%, 87 empresas), Colombia (81.3%, 13 empresas) y Brasil (80.8%, 80 empresas), mientras que la opción “gran desarrollo o potencial” fue especialmente alta en Perú (75.0%, 6 empresas) y Colombia (62.5%, 10 empresas).

En términos generales, hay muchas empresas que siguen con una política de ampliación de negocios confiando en las posibilidades de crecimiento del mercado o en su potencialidad, mientras que son pocas las que piensan en ampliar porque resulte fácil captar nuevo personal o porque se haya producido una relajación de las regulaciones.

Figura 3-2: Razones de la “ampliación”, conjunto de América Latina, respuestas múltiples (Total de empresas que respondieron: 246)



Las intenciones de ampliación se centran en las funciones de venta

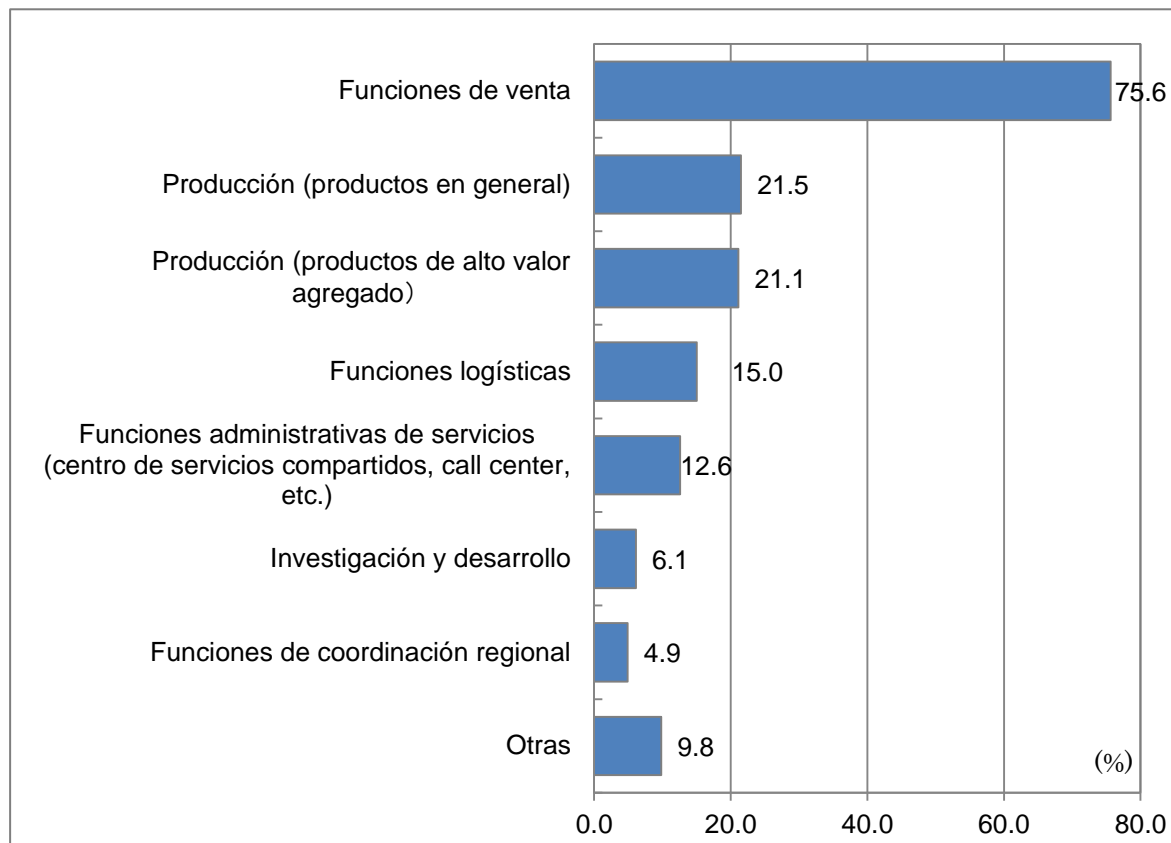
Entre las funciones que se pretende ampliar la más citada fue “funciones de venta” (75.6%), seguida a gran distancia por “producción (productos en general)” (21.5%), “producción (productos de alto valor agregado)” (21.1%) y “funciones logísticas” (15.0%).

Por países, el porcentaje de la respuesta “funciones de venta” fue alto en Colombia (100%, 16 empresas), Perú (100%, 8 empresas), Venezuela (100%, 1 empresa), Brasil (83.8%, 83 empresas) y Argentina (83.3%, 5 empresas).

En el conjunto de América Latina, el porcentaje de empresas que respondieron “producción” quedó ligeramente por encima de un 20% y el de “funciones logísticas” en un 15.0%, quedando de manifiesto que para hacerse con el mercado latinoamericano ante todo las empresas dan prioridad al fortalecimiento de su capacidad de venta.

Paralelamente, las respuestas indican una tendencia a que cada país señale funciones más variadas. Por ejemplo, en México fueron altos los porcentajes de “producción (productos en general)” y “producción (productos de alto valor agregado)”, con un 37.6% (35 empresas) y 31.2% (29 empresas) respectivamente, en Argentina los de “producción (productos de alto valor agregado)” e “investigación y desarrollo”, con un 50.0% (3 empresas) y un 33.3% (2 empresas) respectivamente, y en Chile “funciones logísticas”, con un 30.4% (7 empresas)

Figura 3-3: Funciones concretas que se pretende ampliar, conjunto de América Latina, respuestas múltiples



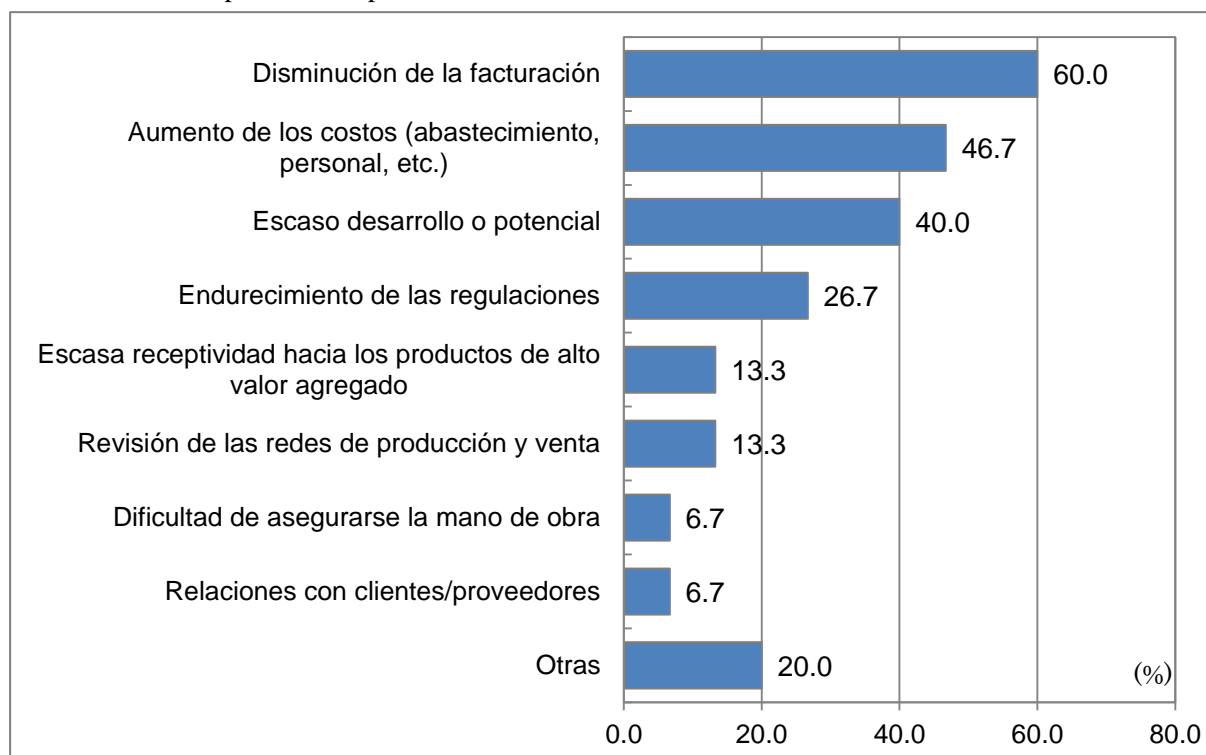
La recesión, causa de que se considere reducir los negocios

Si bien no fueron muchas, algunas respuestas (3.8%, 15 empresas) apuntaron hacia la “reducción” en la evolución futura de los negocios.

En el caso de Venezuela, el porcentaje de la opción “reducción” alcanzó el 35.3%. Argentina, por su parte, presentó un porcentaje de “reducción” de un 14.3%.

En cuanto a las razones, tanto en Venezuela como en Argentina se alegaron la “disminución de la facturación”, seguida del “aumento de los costos (abastecimiento, personal, etc.)” y el “escaso desarrollo o potencial”, que hacen pensar en los efectos de la recesión económica en ambos países.

Figura 3-4: Razones de la “reducción” y del “traslado a otro país o región/retirada del país”, conjunto de América Latina, respuestas múltiples



Progresan la localización del personal pero la matriz sigue reservándose atribuciones

La encuesta incluía preguntas sobre temas relativos a la forma de desarrollar los negocios, entre ellos las medidas dirigidas a la localización (trasvase al país de establecimiento) del funcionamiento de las empresas. Los mayores porcentajes correspondieron al “reforzamiento de la capacitación y formación del personal local tendientes a la localización” (69.8%, 273 empresas), la “contratación del personal local (jefes de departamento/sección)” (58.1%, 227 empresas) y la “contratación del personal local con experiencia tendente a la localización” (53.2%, 208 empresas). En las respuestas con mayores porcentajes no se apreciaron grandes variaciones en cada uno de los países con respecto a las tendencias generales de América Latina.

Por el contrario, los porcentajes fueron bajos en “fortalecimiento de la capacidad de desarrollo de productos/servicios en el país de establecimiento” (20.2%, 79 empresas), “fortalecimiento del poder de toma de decisiones en las estrategias de ventas en el país de establecimiento” (15.3%, 60 empresas), “transferencia de poderes de la matriz al país de establecimiento” (11.8%, 46 empresas). Si bien se progresa en la localización de los recursos humanos, hay tendencia a mantener la dirección administrativa en la matriz.

Figura 3-5: Medidas de localización de las actividades, conjunto de América Latina, respuestas múltiples

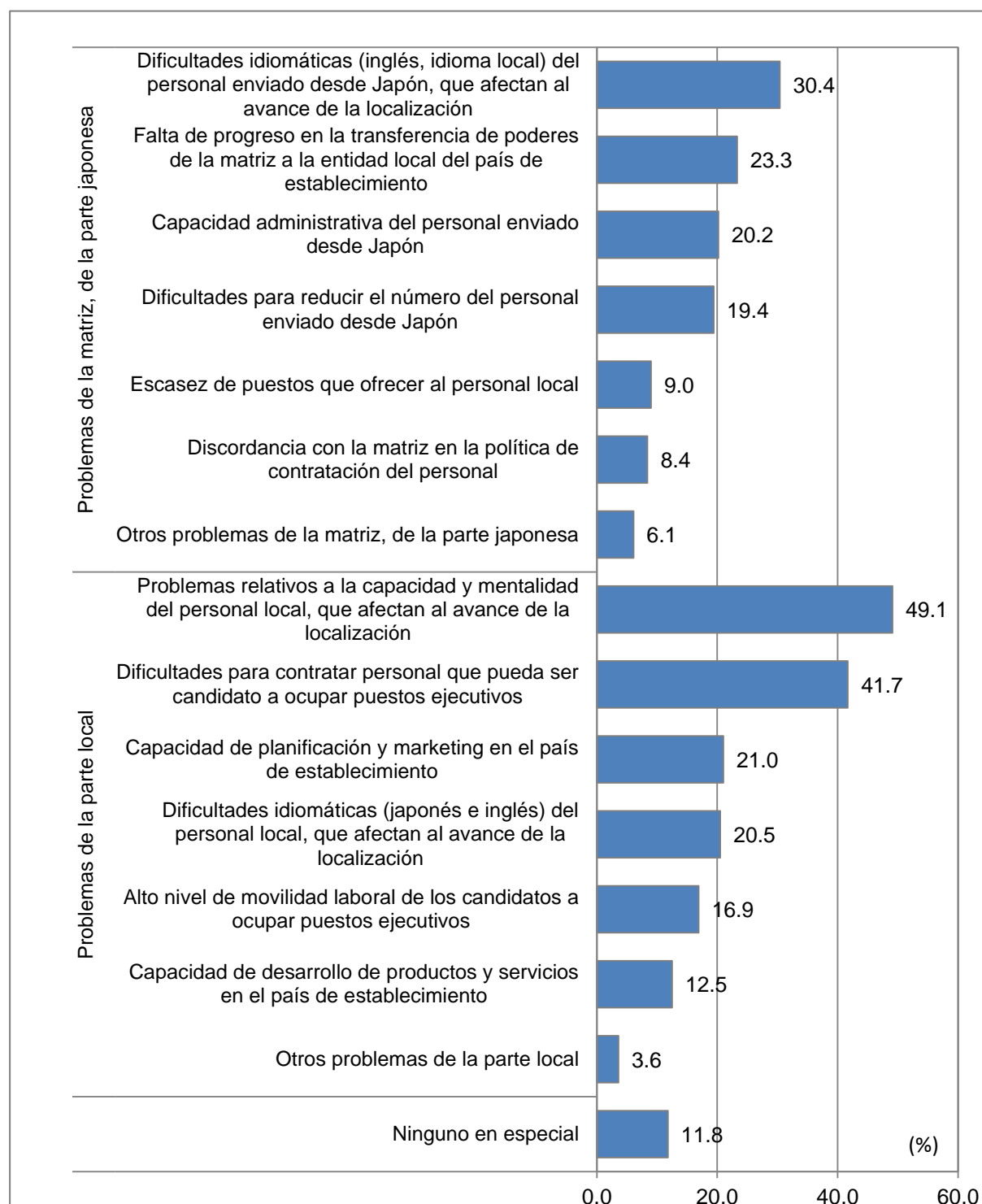


Desfase entre conciencia de necesidad de transferir poderes y capacidad del personal local

En cuanto a los problemas que afrontan las empresas a la hora de avanzar en el proceso de localización de su funcionamiento, destacan, en primer lugar, como problemas propios de la parte japonesa (matriz) las “dificultades idiomáticas (inglés, idioma local) del personal enviado desde Japón, que afectan al avance de la localización” (30.4%, 119 empresas), “falta de progreso en la transferencia de poderes de la matriz a la entidad local del país de establecimiento” (23.3%, 91 empresas) y los problemas en relación con la “capacidad administrativa del personal enviado desde Japón” (20.2%, 79 empresas). De la parte local, los más citados fueron los “problemas relativos a la capacidad y mentalidad del personal local, que afectan al avance de la localización” (49.1%, 192 empresas) y las “dificultades para contratar personal que pueda ser candidato a ocupar puestos ejecutivos” (41.7%, 163).

Por países, la opción “problemas relativos a la capacidad y mentalidad del personal local, que afectan al avance de la localización” fue elegida por más del 30% de las empresas, pero el porcentaje fue especialmente alto en Brasil (53.8%, 86 empresas) y México (50.9%, 58 empresas). En cuanto a la opción “dificultades para contratar personal que pueda ser candidato a ocupar puestos ejecutivos”, su porcentaje fue alto en Venezuela (58.8%, 10 empresas), Chile (50.0%, 19 empresas) y Brasil (45.6%, 73 empresas).

Figura 3-6: Problemas a la hora de promover la localización de las actividades, conjunto de América Latina, respuestas múltiples



Progresos en la localización del personal

En cuanto a las variaciones durante el último año en el número del personal local y del enviado desde Japon para el conjunto de América Latina, el primero aumentó en un 45.0% de las empresas, mientras que el segundo lo hizo en un 21.0%, de lo que se desprende que una elevada proporción de empresas japonesas con presencia en la región están aumentando más el número del personal local que el del personal enviado desde Japon.

Por países, en México y Colombia la proporción de empresas que están aumentando tanto el número del personal local como el enviado desde Japón es superior al del conjunto de América Latina. La referida tendencia de estos dos países coincide con las tendencias de “ampliación” y “mantenimiento” en la evolución futura de los negocios en el plazo de 1-2 años que se observa en la Figura 3-1.

Figura 3-7: Variación en número del personal locales durante el último año

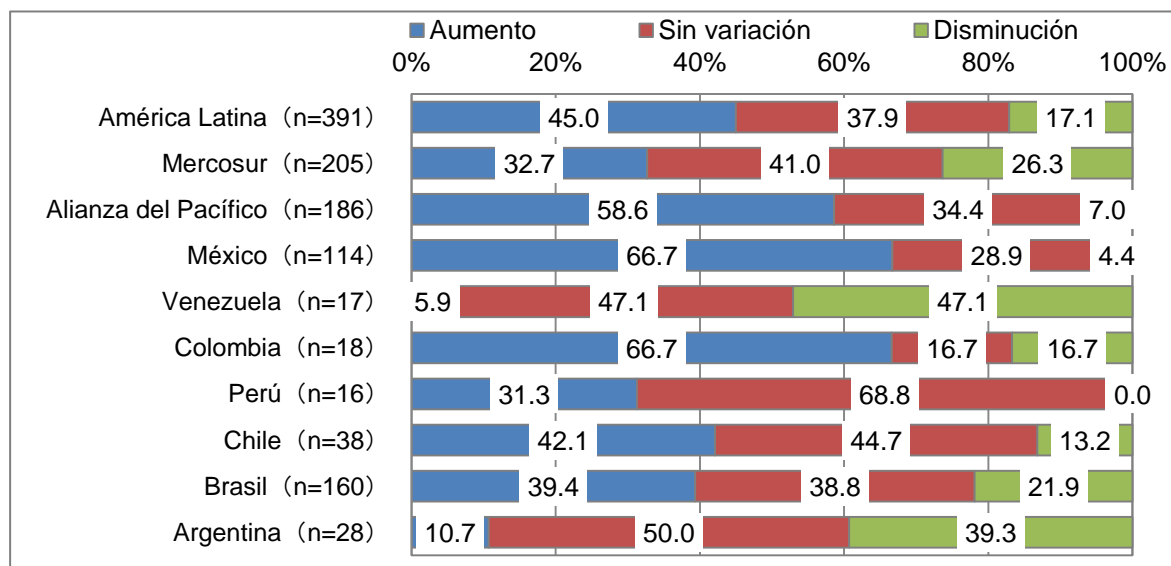
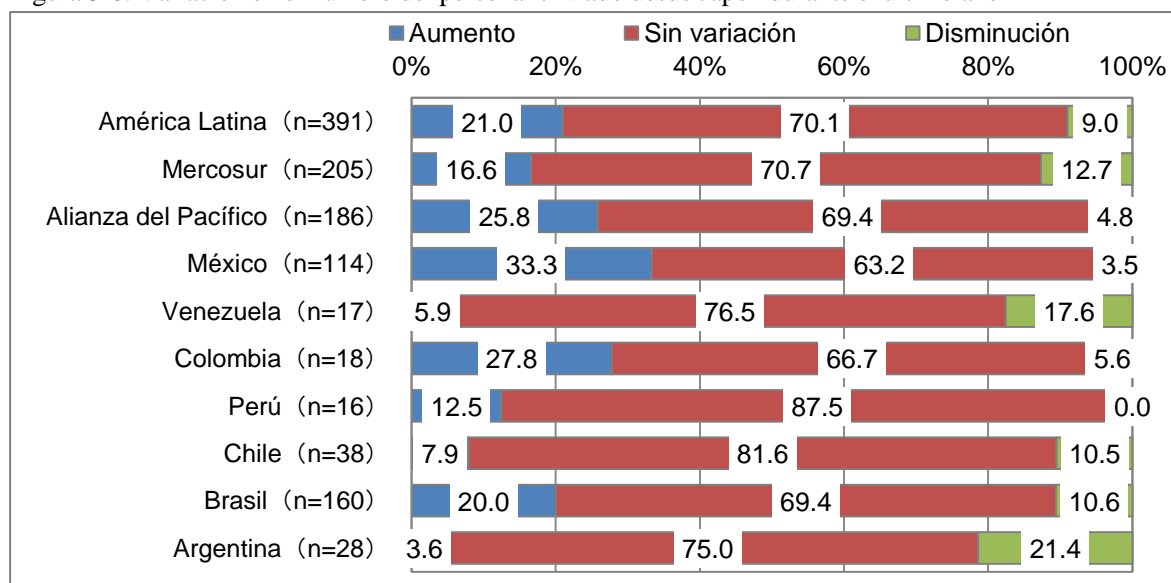


Figura 3-8: Variación en el número del personal enviado desde Japón durante el último año



Planes apuntan claramente a potenciar el personal local en México y Colombia

En lo referente a los planes para aumentar el personal local, el porcentaje de empresas que declararon tales planes ascendió al 49.9% para el conjunto de América Latina. Frente a esto, solo un 15.3% de las empresas dijeron tener planes para aumentar el número del personal enviado desde Japón. Puede decirse que la tendencia a aumentar el personal local sin aumentar el número del enviado desde Japón que queda de manifiesto en las Figuras 3-7 y 3-8 sobre variación en el personal durante el último año tiene un claro reflejo en los planes de futuro.

Por países, México y Colombia, que ya en el apartado de variaciones durante el último año habían dado altos porcentajes de “aumento” tanto del personal local como del enviado desde Japón, vuelven a darlos en el de los planes para el futuro. Contrariamente, en Venezuela, Perú y Argentina las empresas que eligieron “mantenimiento” superaron en porcentaje a las eligieron “aumento”.

Figura 3-9: Previsión sobre el número del personal local

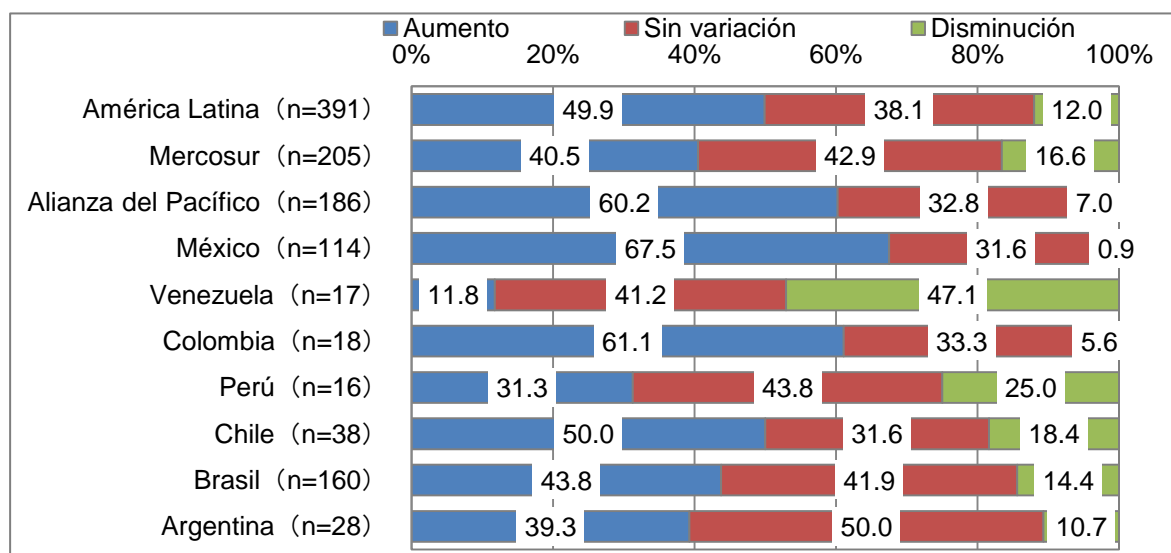
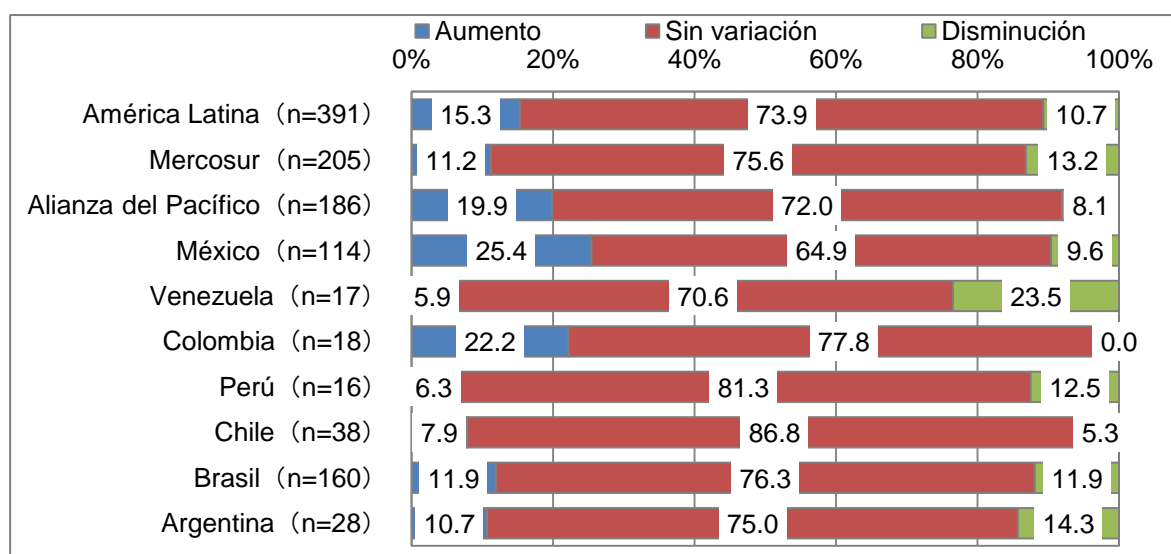


Figura 3-10: Previsión sobre el número del personal enviado desde Japón



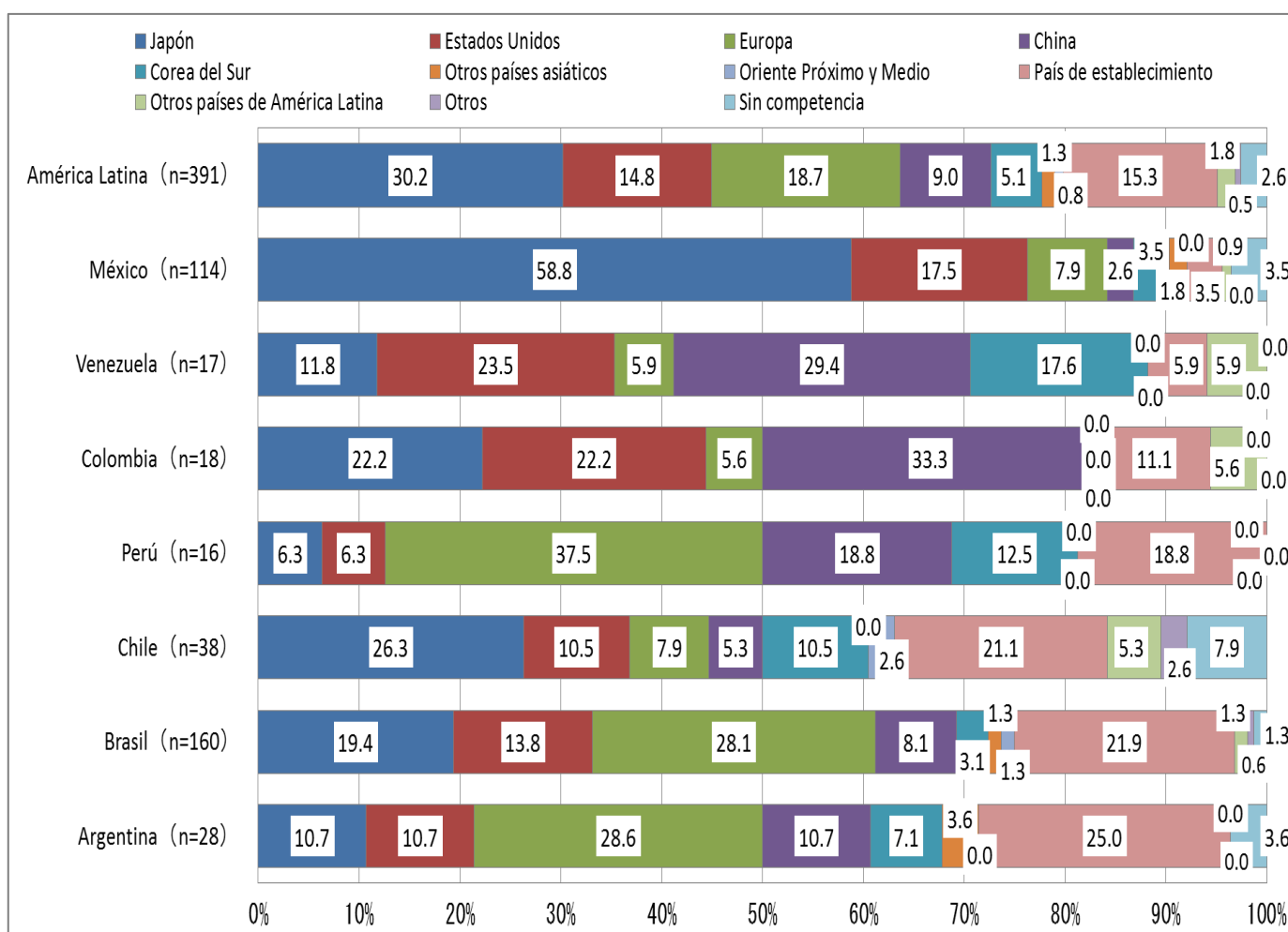
4. Medidas encaminadas a reforzar la presencia en el mercado

Otras empresas japonesas como principales rivales en el mercado latinoamericano

A la pregunta de cuáles son sus competidores más directos, un 30.2% de las empresas citaron otras “empresas japonesas”. Siguió a esta opción las de “empresas europeas” (18.7%), “empresas estadounidenses” (14.8%), “empresas chinas” (9.0%) y “empresas surcoreanas” (5.1%). Las empresas de capital local también son vistas como rivales por un alto porcentaje de empresas (15.3%).

Las empresas japonesas son vistas como principales rivales en México (58.8%), Colombia (22.2%) y otros países. Las europeas obtuvieron los porcentajes más altos en Perú (37.5%), Argentina (28.6%) y Brasil (28.1%). La competencia con las empresas americanas es especialmente fuerte en Venezuela (23.5%) y Colombia (22.2%), con porcentajes entre el 10% y el 20% en el resto de los países. La presencia de empresas chinas y surcoreanas se hace notar también en el mercado latinoamericano. Fueron especialmente altos los porcentajes de empresas que designaron a las chinas como principales competidoras en Colombia (33.3%) y Venezuela (29.4%). Las empresas coreanas obtuvieron sus porcentajes más altos en Venezuela (17.6%) y Perú (12.5%).

Figura 4-1: Nacionalidad o región de las empresas vistas como competidoras más directas



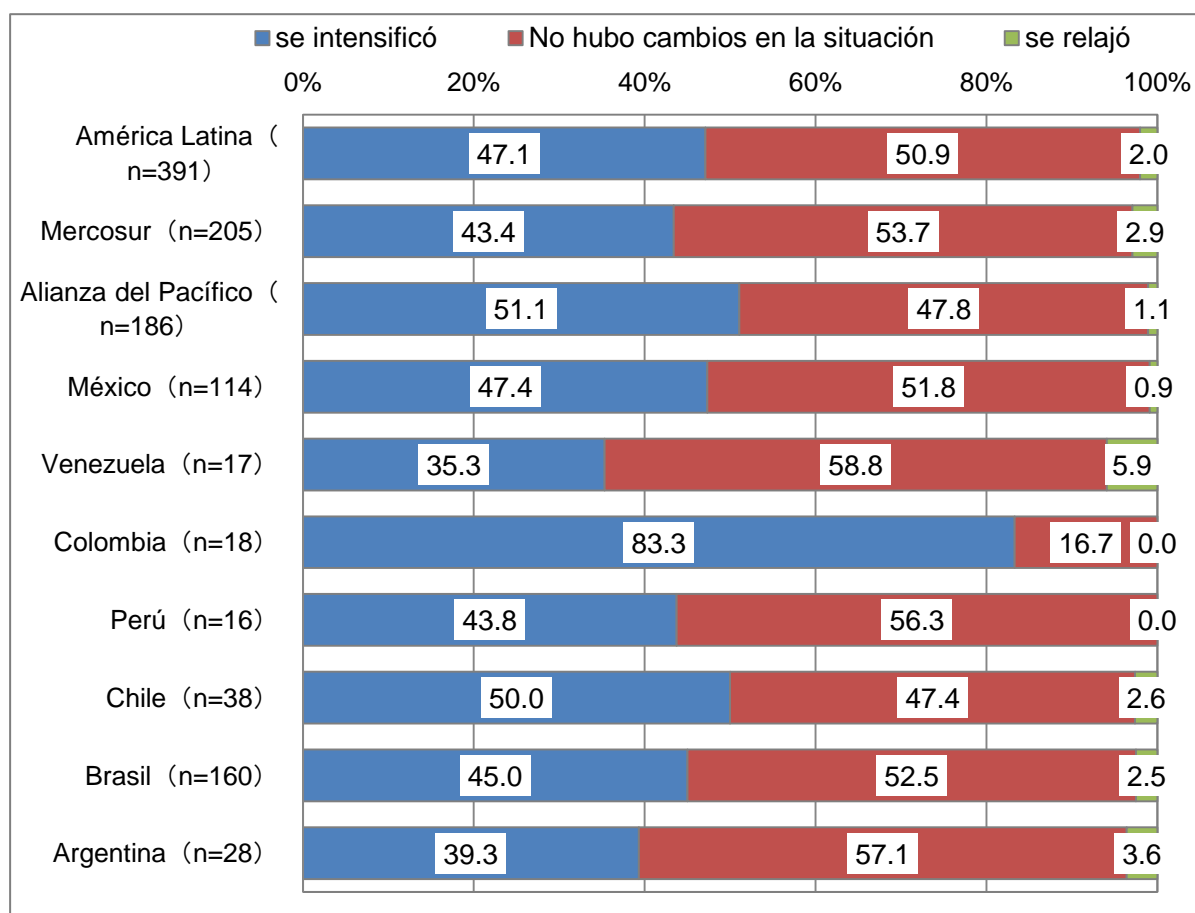
Continúa intensificación de la competencia en el mercado

En cuanto a la evolución de la competencia, la opción de “no hubo cambios en la situación” alcanzó al 50.9% de las empresas, superando así a la de “se intensificó” (47.1%), que venían siendo la más citada en las anteriores ediciones de la encuesta. Por países, en Colombia la opción “se intensificó”, que en la edición anterior alcanzaba el 86.4%, volvió a ser la más citada con gran diferencia sobre el resto, con un 83.3%.

Aunque para las empresas japonesas Brasil y México siguen siendo los campos de batalla en el desarrollo del mercado latinoamericano, cabe pensar que en Colombia la percepción de que la competencia se intensifica es clara por segundo año consecutivo debido al interés que está despertando este país entre las empresas europeas y estadounidenses. Como venía ocurriendo en ediciones anteriores, la percepción de que no hubo cambios en la situación siguió siendo generalizada en Venezuela, Argentina y Perú.

Se advierte que las empresas establecidas en los países de la Alianza del Pacífico, bloque que aboga por la economía de libre mercado, están expuestas a una competencia más fuerte que aquellas otras establecidas en los países de Mercosur, donde hay casos en que los productos nacionales se encuentran en una situación ventajosa gracias a las medidas proteccionistas.

Figura 4-2: Sobre la evolución de la competencia durante el último año



5. Problemas que afrontan actualmente las empresas en sus actividades

Competidores más poderosos y demanda de reducción de precios por parte de clientes

Entre los problemas experimentados en los aspectos de venta y comercialización, la opción elegida por más empresas fue “fortalecimiento de los competidores (competitividad en los costos), con un 51.4% (201 empresas), seguido por “falta de dinamismo en mercados importantes (estancamiento del consumo)”, con un 37.6% (147 empresas), y “demanda de reducción de precios por parte de clientes principales”, con un 32.2% (126 empresas)

Por países, el “fortalecimiento de los competidores (competitividad en los costos)” es visto como principal problema en todos excepto en Venezuela, donde el primer lugar lo ocupa la opción “otros problemas” (58.8%, 10 empresas), el segundo el “estancamiento en la cobranza de créditos” (41.2%, 7 empresas) y el tercero “falta de progreso en la desregulación en el país de establecimiento” (29.4%, 5 empresas). Al parecer, esto está en relación con ciertas medidas, como el control que se sigue manteniendo sobre los precios de los alimentos básicos y de una parte de los medicamentos con el pretexto contener la inflación, el aumento del número de artículos sobre los que pesa la obligación del Certificado de No Producción y del Certificado de Insuficiencia para conseguir las divisas con que costear su importación, y las dificultades para asegurarse estas divisas con que costear la importación que atraviesan los clientes/proveedores de las empresas. En Argentina, por su parte, el problema más citado fue la “falta de progreso en la desregulación en el país de establecimiento” (57.1%, 16 empresas), el segundo la “falta de dinamismo en mercados importantes (estancamiento del consumo)” (35.7%, 10 empresas) y el tercero “otros problemas” (32.1%, 9 empresas), mostrando por el contrario un bajo porcentaje de respuesta el “fortalecimiento de los competidores (competitividad en los costos)”.

Figura 5-1: Problemas que se afrontan actualmente en las áreas de ventas y comercialización, conjunto de América Latina, respuestas múltiples



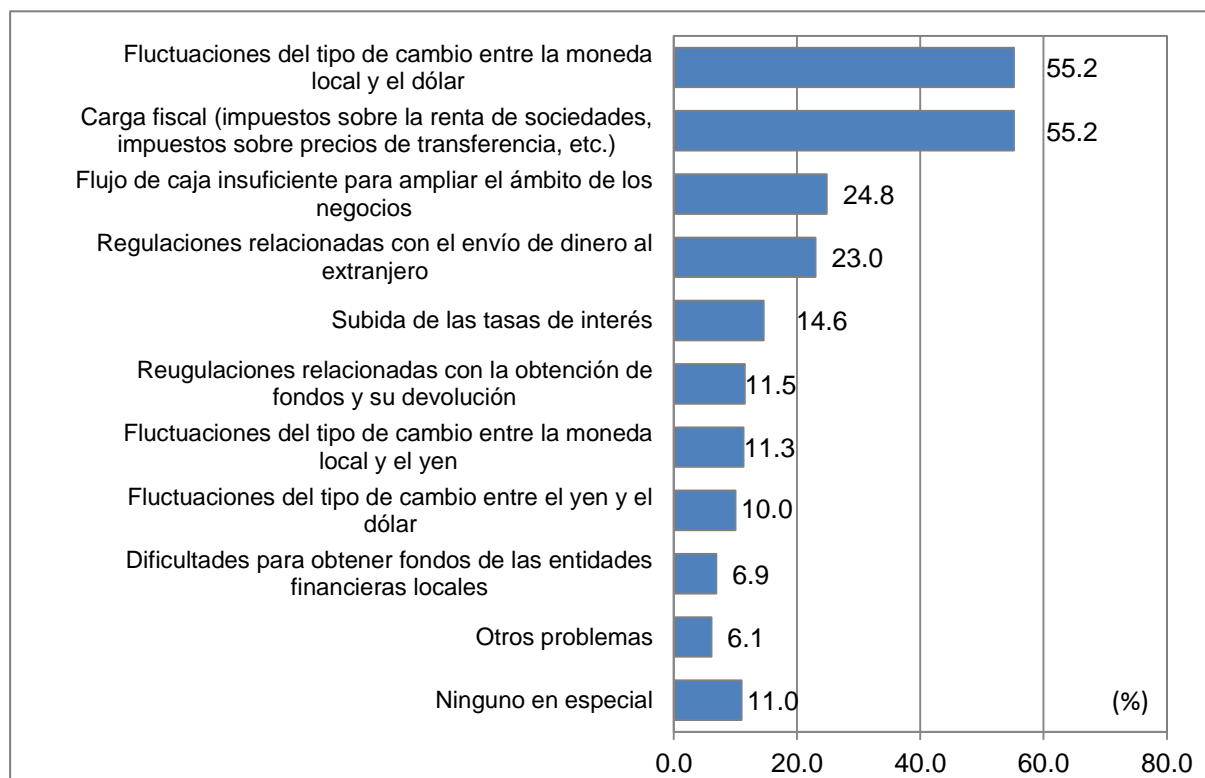
En las finanzas, difícil enfrentar con las fluctuaciones cambiarias y a la política tributaria

Por lo que respecta a los problemas que se experimentan en las finanzas internas de la empresas, su financiación y el manejo de divisas, ocuparon el primer lugar las “fluctuaciones del tipo de cambio entre la moneda local y el dólar” y la “carga fiscal (impuestos sobre la renta de sociedades, impuestos sobre precios de transferencia, etc.)”, ambas opciones con un 55.2%, 216 empresas.

Por países, los porcentajes de “fluctuaciones del tipo de cambio entre la moneda local y el dólar” fueron altos en Argentina (85.7%, 24 empresas), Venezuela (76.5%, 13 empresas) y Chile (71.1%, 27 empresas). La “carga fiscal (impuestos sobre sociedades, impuestos sobre precios de transferencia, etc.)” fue el problema más citado con gran diferencia sobre el resto en Brasil (80.0%, 128 empresas).

Por otra parte, el problema de las “regulaciones relacionadas con el envío de dinero al extranjero”, con porcentajes bajos en la mayoría de los países, fue muy citado por las empresas de dos países: Argentina (82.1%, 23 empresas) y Venezuela (70.6%, 12 empresas). Las situaciones que explican estos problemas son, en Argentina, el hecho de que, además del progresivo endurecimiento de las inspecciones del Banco Central a la hora de conseguir divisas para hacer remitir al extranjero los beneficios, no se hagan públicos los criterios de inspección utilizados a ese efecto, y en Venezuela, donde para conseguir divisas es necesario recibir una asignación de la Comisión de Administración de Divisas (CADIVI), el hecho de que, pese a que una decisión administrativa de dicha comisión permite expresamente las asignaciones de divisas para su uso en envíos de beneficios y dividendos, de hecho apenas se estén concediendo estas asignaciones.

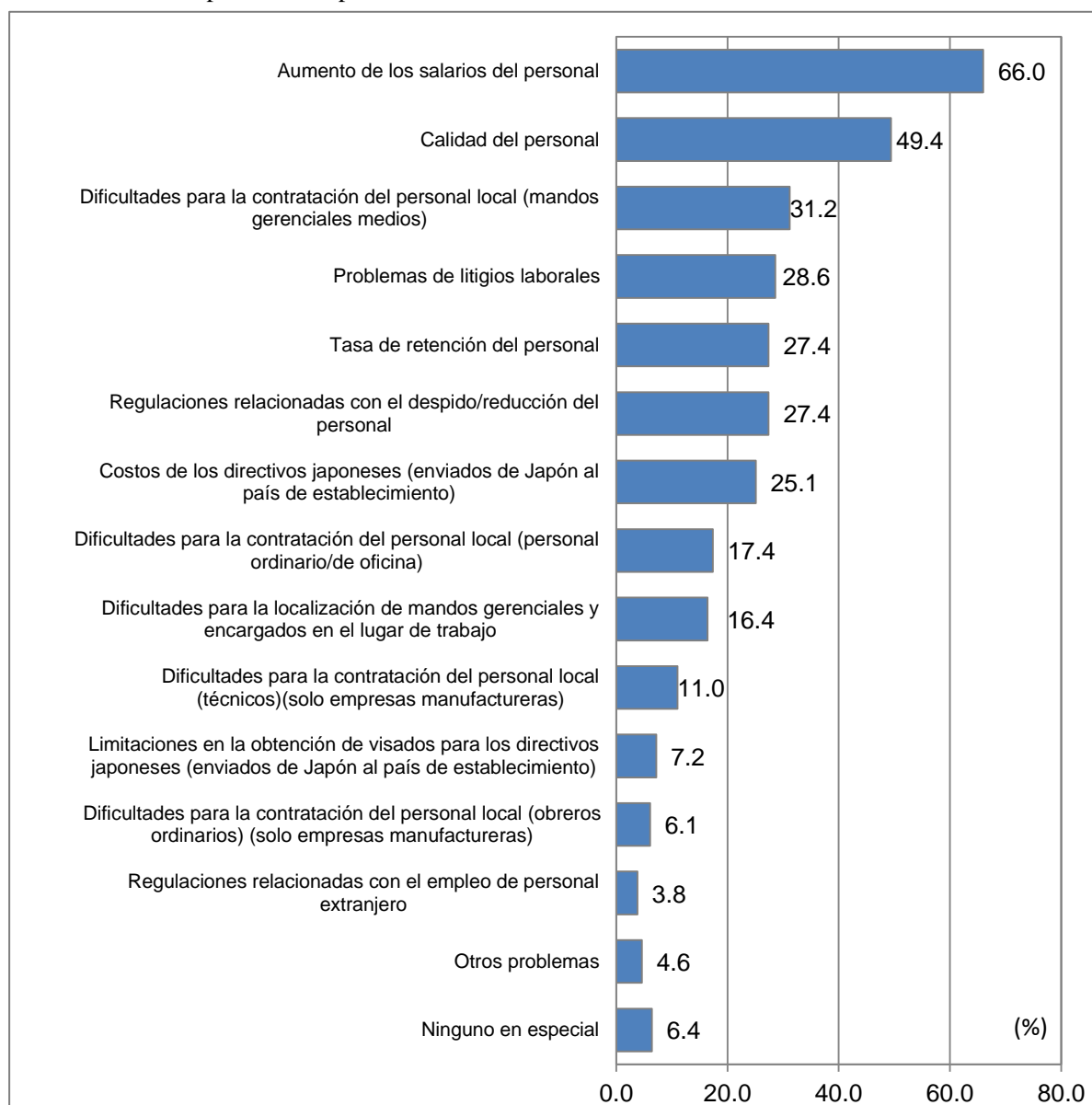
Figura 5-2: Problemas que se afrontan actualmente en las áreas de finanzas, financiamiento y cambio de divisas, conjunto de América Latina, respuestas múltiples



Aumento de los salarios del personal y dificultades de contratación, principales problemas

En cuanto a los problemas que se experimentan en las áreas de empleo y asuntos laborales, el “aumento de los salarios del personal”, con un 66.0% (258 empresas) fue el más destacado por las empresas. Lo siguieron la “calidad del personal”, con el 49.4% (193 empresas) y las “dificultades para la contratación del personal local (mandos gerenciales medios)”, con un 31.2% (122 empresas). Los países donde la opción “dificultades para la contratación del personal local (mandos gerenciales medios)” obtuvo un porcentaje alto fueron Chile (39.5%, 15 empresas), México (36.0%, 41 empresas), Colombia (33.3%, 6 empresas) y Brasil (33.1%, 53 empresas). Las respuestas dan una idea de las dificultades que atraviesan las empresas japonesas para captar personal de calidad en número suficiente en estos países, donde se ha desatado una lucha en la captación del personal con mejores calificaciones.

Figura 5-3: Problemas que se afrontan actualmente en las áreas de empleo y asuntos laborales, conjunto de América Latina, respuestas múltiples



Exigencia de tiempo y complicados trámites del despacho de aduanas

En lo que respecta a los problemas en el área de comercio exterior, los más citados fueron los “trámites complicados para el despacho de aduanas” (50.9%, 199 empresas) y el “tiempo gastado para el despacho de aduanas” (46.5%, 182 empresas). Los porcentajes fueron especialmente altos (entre el 50% y el 70%) en los países de Mercosur (Brasil, Argentina, Venezuela). México también presentó un alto porcentaje de “trámites complicados para el despacho de aduanas”, con un 59.6% (68 empresas).

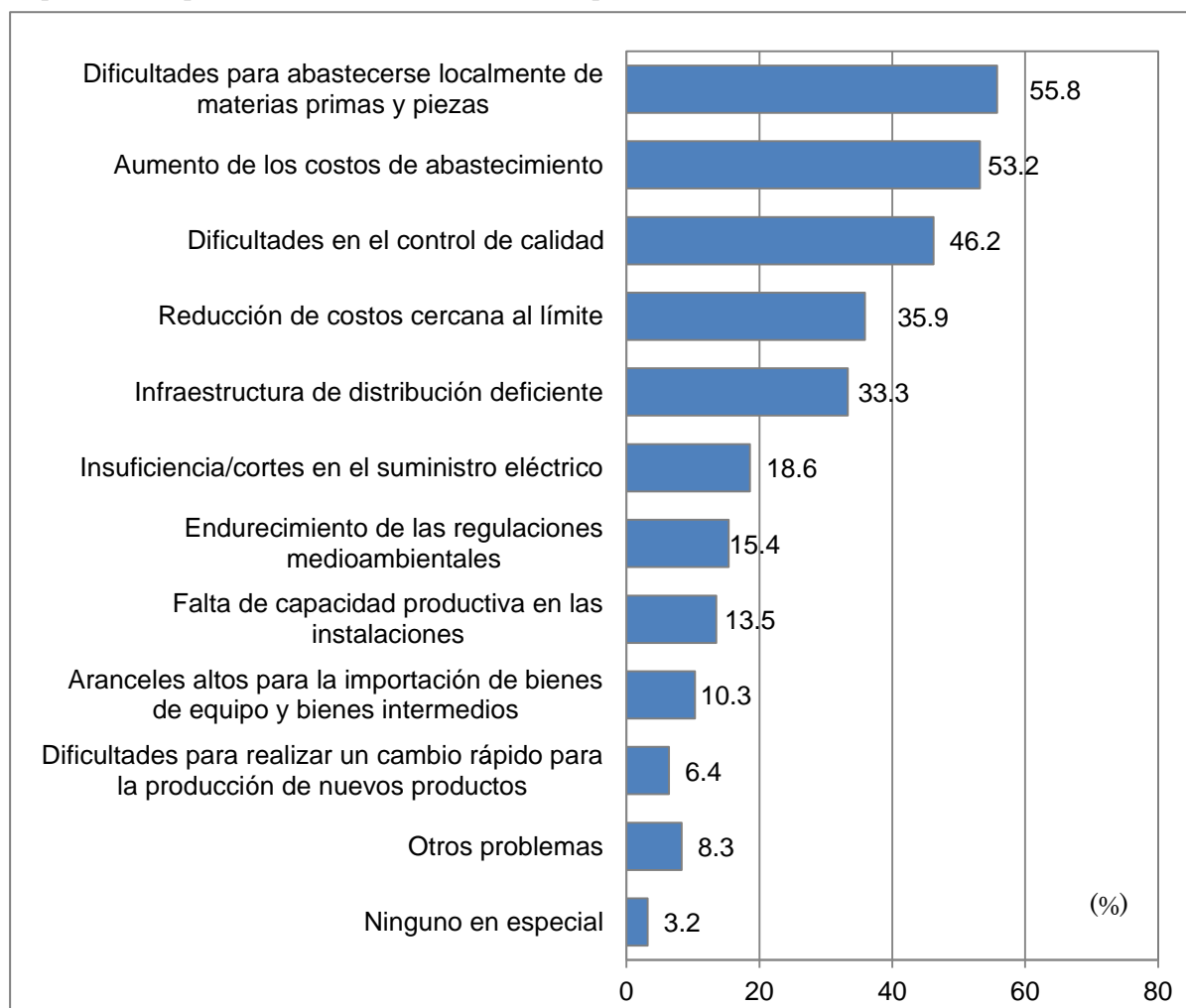
Figura 5-4: Problemas que se afrontan actualmente en el área del comercio exterior, conjunto de América Latina, respuestas múltiples



Dificultades para abastecerse en el país de establecimiento

Entre los problemas en el área de la producción, los más mencionados fueron las “dificultades para abastecerse localmente de materias primas y piezas”, con un 55.8% (87 empresas) y el “aumento de los costos de abastecimiento”, con un 53.2% (83 empresas). Por países, la opción “dificultades para abastecerse localmente de materias primas y piezas”, como en la encuesta del año pasado, siguió obteniendo bajos porcentajes en Perú y Chile, donde son pocas las manufactureras japonesas que tienen centros de producción, así como en Brasil, donde hasta cierto punto existe una industria de soporte, pero los porcentajes fueron altos, por encima del 60%, en México, Venezuela y Argentina. No obstante, en Brasil destaca el alto porcentaje de empresas (76.2%) que sufren un “aumento de los costos de abastecimiento”. Brasil desde hace tiempo trata de promover la industria nacional poniendo fuertes barreras arancelarias y tomando otras medidas, lo que ha creado, hasta cierto punto, una industria de soporte. Con esta política, los precios de las piezas de fabricación local son altos, pero en aquellas industrias en que, debido a disposiciones gubernamentales y otras circunstancias, se imponen unos determinados porcentajes de abastecimiento local, las empresas se ven obligadas a abastecerse de ese modo aunque las piezas sean relativamente caras.

Figura 5-5: Problemas que se afrontan actualmente en el área de la producción, conjunto de América Latina, respuestas múltiples (industria manufacturera, 156 empresas)



Difícil sistema tributario y complicados trámites administrativos en los países de Mercosur

Entre los problemas relacionados con el clima de inversión, el de “sistema fiscal/trámites fiscales complicados” se situó en conjunto en el 66.2% (259 empresas), pero por países fue alto en Brasil, integrante de Mercosur, con un 86.9% (139 empresas). La opción “trámites administrativos complicados (autorizaciones, etc.)”, de un 57.0% (223 empresas) en conjunto, también fue más citada en los países de Mercosur, alcanzando un 88.2% (15 empresas) en Venezuela, 64.3% (18 empresas) en Argentina y 71.3% (114 empresas) en Brasil. Esto da idea del difícil clima de inversión en los países de Mercosur. En cuanto a la “subida brusca de los costes de personal”, a Brasil (80.6%, 129 empresas), Argentina (78.6%, 22 empresas) y Venezuela (58.8%, 10 empresas) les sigue Chile (55.3%, 21 empresas), lo que indica que es un problema compartido por casi todas las empresas japonesas con presencia en América Latina. No obstante, en el caso de México (23.7%, 27 empresas), la presión al alza sobre los salarios continúa siendo baja.

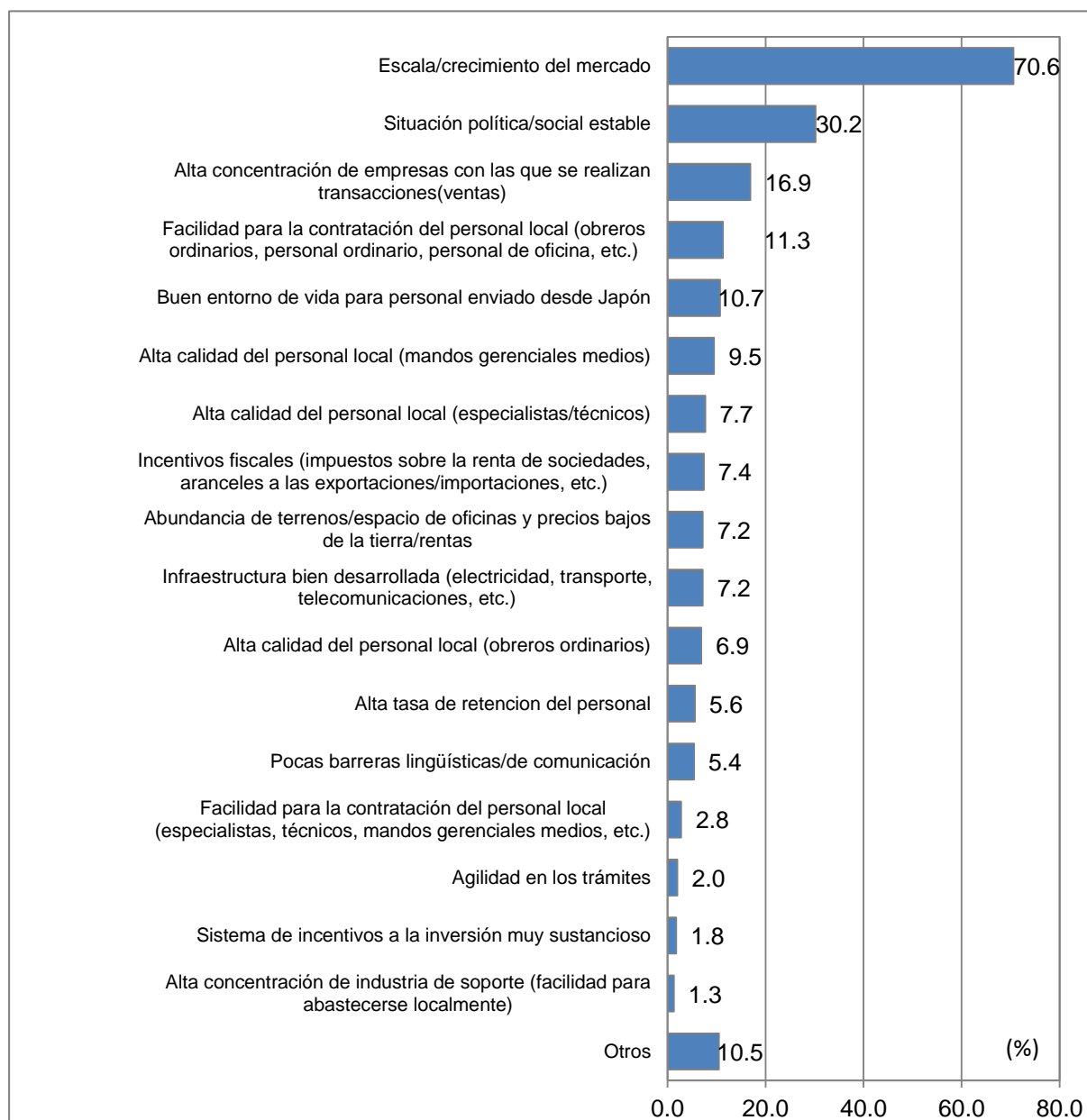
Figura 5-6: Riesgo (problemas) en el clima de inversión actual, conjunto de América Latina, respuestas múltiple



Referencia: Ventajas (beneficios) en el clima de inversión

La respuesta “escala/crecimiento del mercado”, con un 70.6% (276 empresas) destaca sobre las demás. Por países, alcanza un alto porcentaje en Colombia (88.9%, 16 empresas), México (81.6%, 93 empresas) y Brasil (81.3%, 130 empresas). La sigue la “situación política/social estable”, con un 30.2% (118 empresas) en conjunto, con porcentajes altos en Chile (78.9%, 30 empresas) y Colombia (77.8%, 14 empresas). Por otra parte, en México destaca el número de empresas que eligieron la opción “alta concentración de empresas con las que se realizan transacciones (ventas)” (38.6%, 44 empresas), que refleja el hecho de que, como ocurre en Tailandia, sigue adelante el proceso de concentración de empresas automotrices japonesas y las empresas tienen muchos clientes entre ellas, lo que representa un gran atractivo.

Figura 5-7: Ventajas (beneficios) en el clima de inversión, conjunto de América Latina, respuestas múltiples



Preocupación ante la seguridad ciudadana y terrorismo en algunos países

En el plano de seguridad, la respuesta que alcanzó mayor porcentaje fue “seguridad ciudadana, terrorismo”, con un 63.4% (248 empresas). Por países, fue especialmente alta en Perú (75.0%, 12 empresas), Colombia (66.7%, 12 empresas), Venezuela (88.2%, 15 empresas) y México (69.3%, 79 empresas).

Por otra parte, “conflictos, enfrentamientos étnicos/religiosos” (3.6%, 14 empresas) y “enfermedades (enfermedades infecciosas graves, etc.)” (3.6%, 14 empresas) obtuvieron bajos porcentajes.

Figura 5-8: Problemas actuales relacionados con la seguridad ciudadana, conjunto de América Latina, respuestas múltiple



Diferencias entre Brasil y México en salarios, sistema tributario y dificultad de tramitación

Comparando los problemas que, según hemos visto, afrontan las empresas en sus actividades en Brasil y México, dos países con importante presencia japonesa, se advierte que en Brasil se señalan grandes problemas, como el “sistema fiscal/trámites fiscales complicados”, los “trámites administrativos complicados (autorizaciones, etc.)”, la “subida brusca de los costos de personal”, la “inestabilidad cambiaria” o la “infraestructura deficiente (electricidad, transporte, telecomunicaciones, etc.)”. En la “subida brusca de los costos de personal”, se aprecia que en el mercado laboral de ese país opera un factor de presión al alza permanente. En casi todos los campos relacionados con el clima de inversión la proporción de empresas que señalan problemas es mayor en Brasil que en México, lo que pone de manifiesto las dificultades presentes en el ambiente de negocios de este país.

Figura 5-9: Riesgos (problemas) en el clima de inversión, comparativa Brasil-México, respuestas múltiples



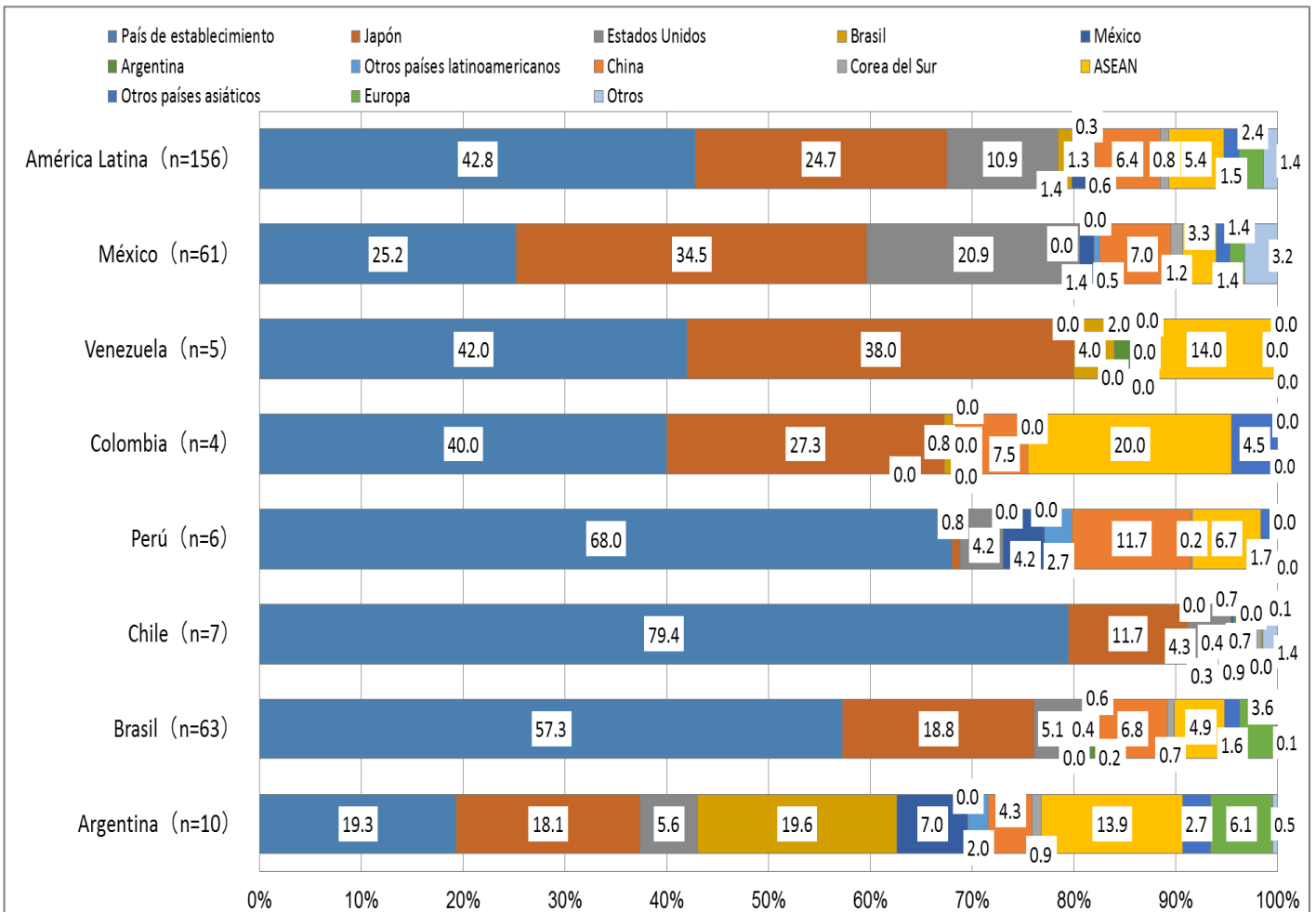
6. Situación del abastecimiento de materias primas y piezas

País de establecimiento, Japón y Estados Unidos, principales lugares de abastecimiento de materias primas y piezas

En el conjunto de América Latina el principal lugar de abastecimiento es el país de establecimiento en la mayoría de los casos (42.8%), seguido por Japón (24.7%) y Estados Unidos (10.9%). Por países, el abastecimiento en el país de establecimiento tuvo los porcentajes más altos en Chile (79.4%), Perú (68.0%), Brasil (57.3%), el abastecimiento en Japón lo tuvo en Venezuela (38.0%), México (34.5%) y Colombia (27.3%), y el abastecimiento en Estados Unidos, en México (20.9%).

La tasa de abastecimiento local en México es considerablemente más baja que en Brasil o en los países emergentes de Asia. Se considera que esto es así porque muchas empresas se abastecen en Estados Unidos y pueden elegir sus suministradores en toda Norteamérica, sirviéndose del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). En los últimos años, las cadenas de suministros de las empresas japonesas tales como las de la industria automotriz se han extendido hasta abarcar también proveedoras Tier 2 y Tier 3, por lo que a medio plazo se espera que siga incrementándose el abastecimiento en el país de establecimiento.

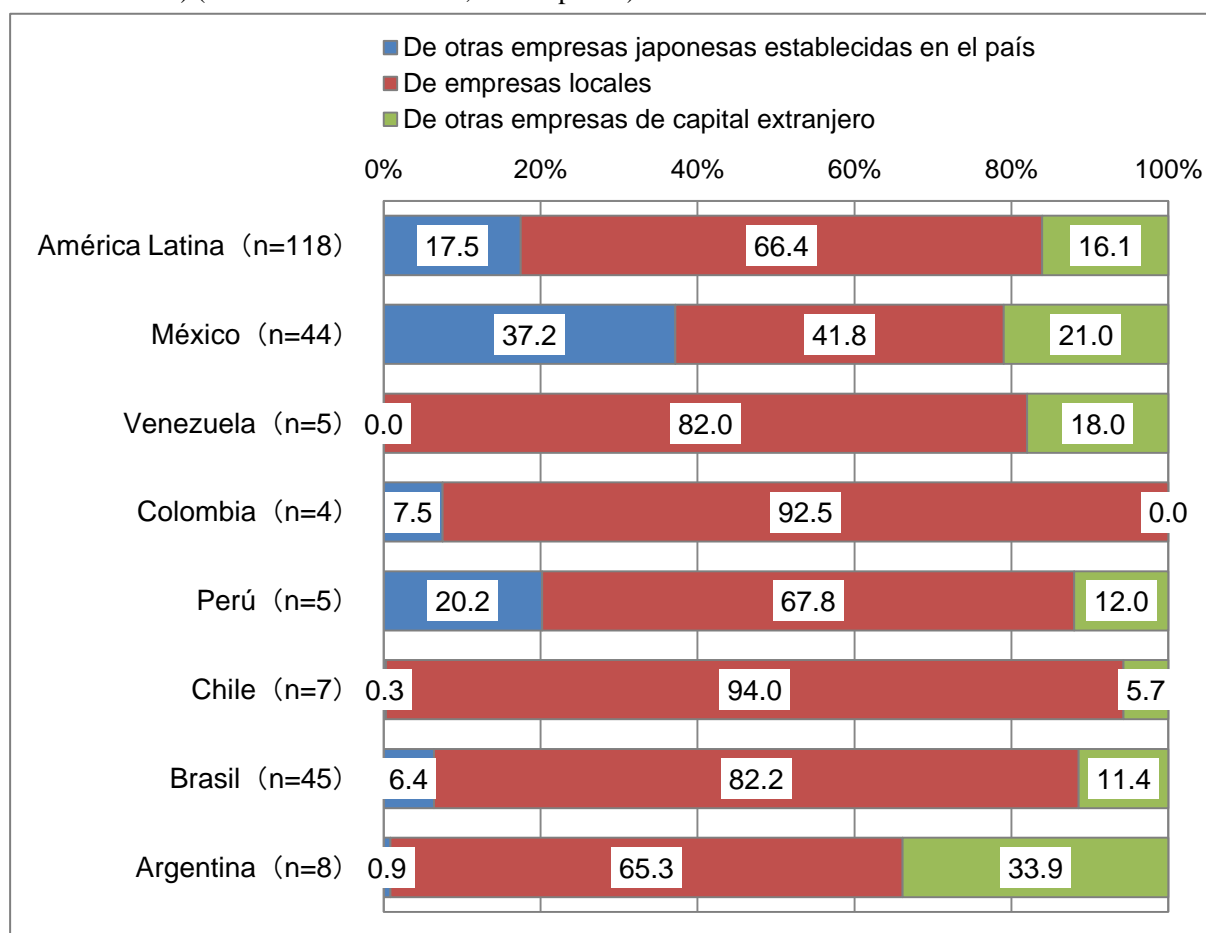
Figura 6-1: Lugar de abastecimiento de piezas y materias primas (industria manufacturera, 156 empresas)



Abastecimiento en el país de establecimiento, casi todo en las empresas locales

Entre las empresas que se abastecen en el país de establecimiento, el 66.4% lo hace de las “empresas locales”, el 17.5% de “otras empresas japonesas” establecidas en el país y un 16.1% de otras “empresas de capital extranjero”. En todos los países el porcentaje más alto corresponde a las empresas locales, pero es especialmente alto en Chile (94.0%), Colombia (92.5%), Brasil (82.2%) y Venezuela (82.0%). Argentina se caracteriza por el alto porcentaje de abastecimiento en otras “empresas de capital extranjero” (33.9%) y México por el de “otras empresas japonesas” (37.2%).

Figura 6-2: Origen de las empresas de abastecimiento de piezas y material primas (en el país de establecimiento) (Industria manufacturera, 118 empresas)



7. Aprovechamiento y problemas de los TLC y AAE

México: Utilización de TLC con muchos países y regiones

En México, las empresas se sirven mucho de los tratados de libre comercio (TLC) para exportar e importar. Lo hacen las que exportan a Chile (100.0%, 4 empresas), así como muchas que exportan a alguno de los cinco países centroamericanos (80.0%, 8 empresas), Mercosur (76.9%, 10 empresas), países del TLCNA (67.6%, 25 empresas), y Japón (57.9%, 11 empresas). En las importaciones, utilizan también los TLC las que importan desde los países del TLCNA (80.8%, 59 empresas), desde Japón (66.3%, 53 empresas), desde los países de Mercosur (62.5%, 5 empresas) y desde los países de la Unión Europea (UE) (58.8%, 10 empresas).

México viene creando una red de TLC con diversos países y regiones del mundo. En el número de empresas que utilizan alguno de ellos y su porcentaje se hace patente que las firmas japonesas establecidas en el país hacen un activo uso de esta red para desarrollar sus negocios.

Figura 7-1: México (exportaciones)

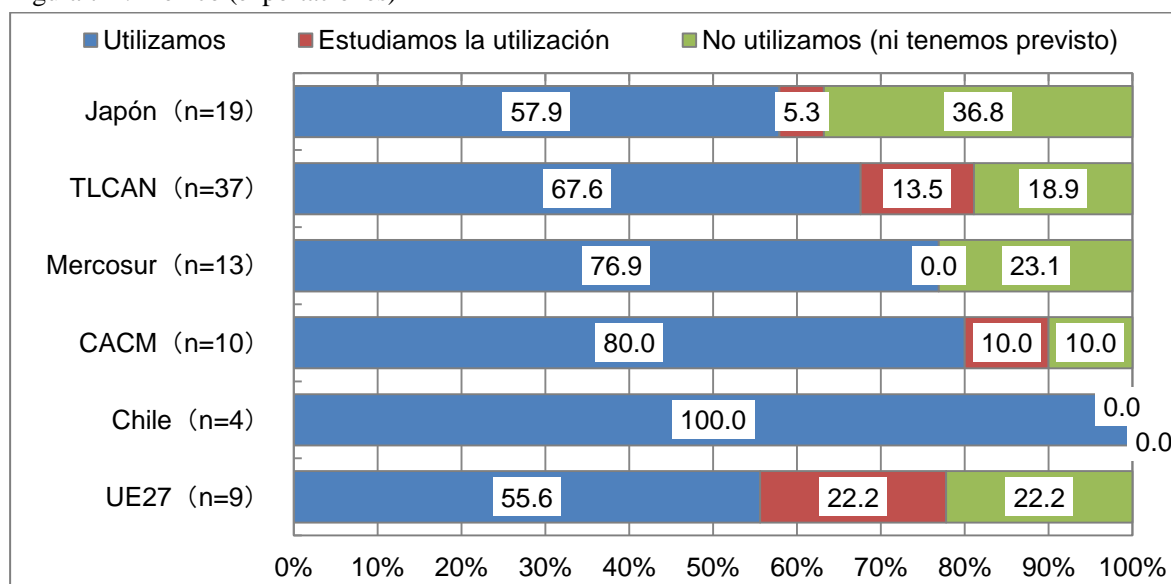
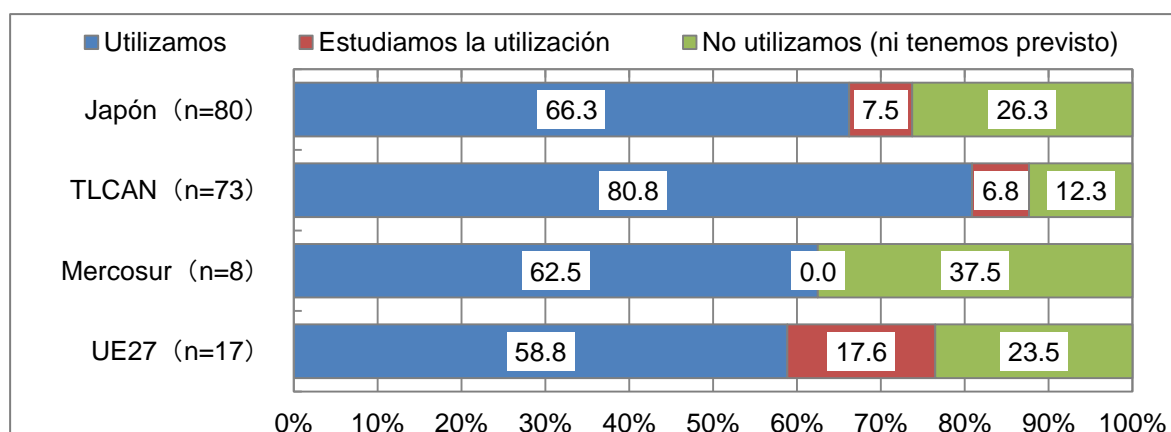


Figura 7-2: México (importaciones)



Colombia: Alto porcentaje de utilización en las importaciones

En Colombia la proporción de empresas que se sirven de un TLC en sus importaciones es alto. El 100% de las empresas que importan desde México, la Comunidad Andina, Chile, Estados Unidos y la UE lo hacen, así como el 66.7% (4 empresas) de las que importan desde los países de Mercosur. En las exportaciones, aparecen también diversos casos de utilización de TLC, con un 50.0% de utilización en los negocios con México (1 empresa), los cinco países centroamericanos (1 empresa) y la Comunidad Andina (2 empresas).

Figura 7-3: Colombia (exportaciones)

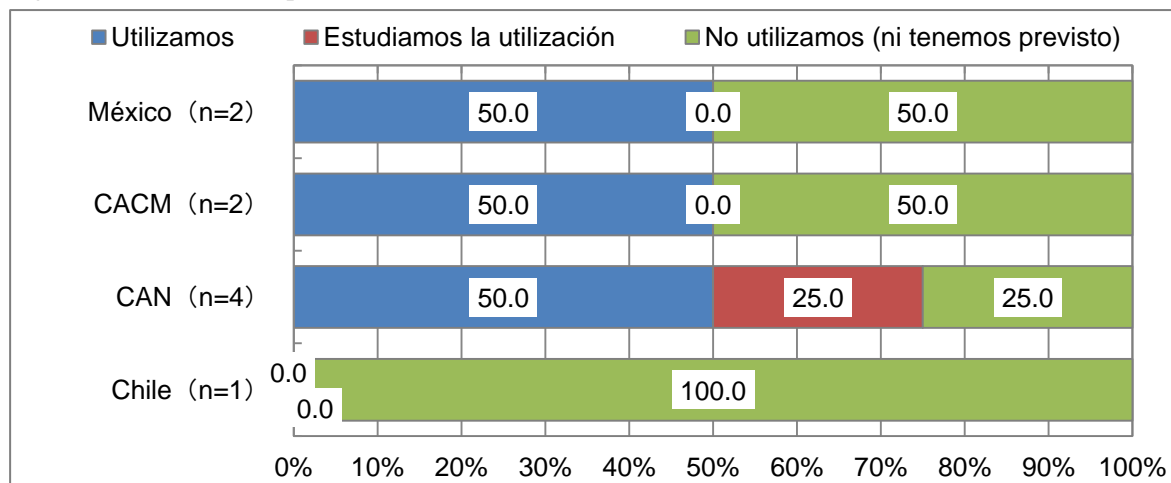
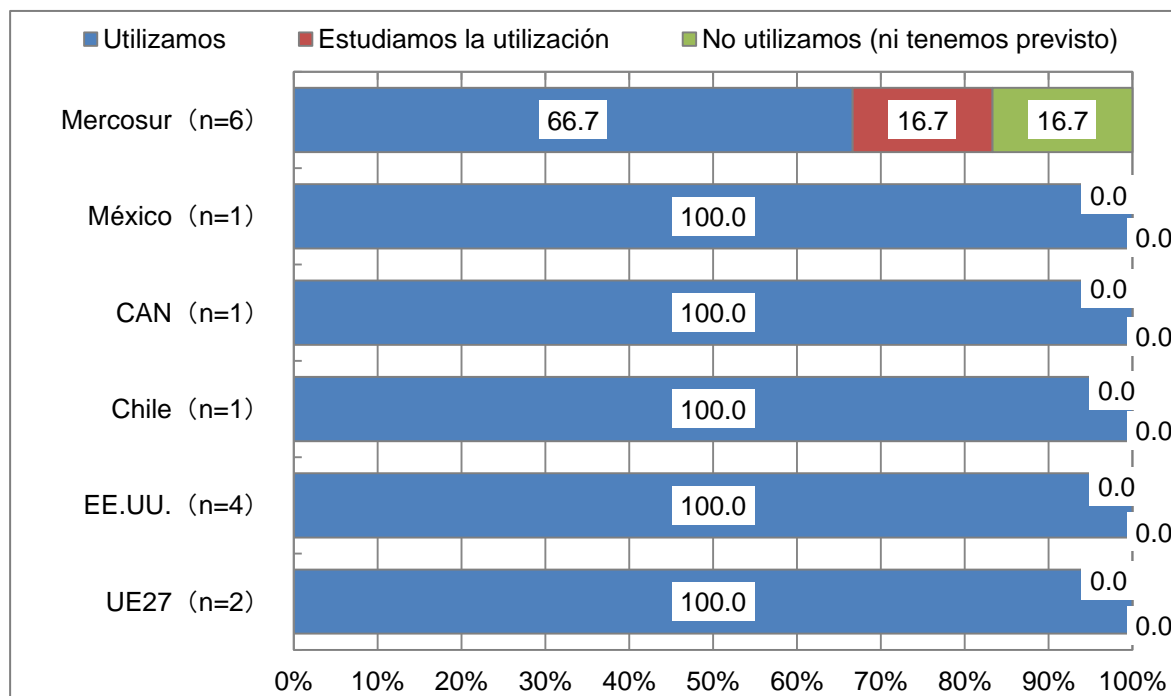


Figura 7-4: Colombia (importaciones)



Perú: Alto porcentaje de utilización en las importaciones

Las empresas japonesas establecidas en Perú utilizan TLC principalmente en sus importaciones. Hay empresas que lo hacen en sus negocios con la Comunidad Andina y con México, así como con China o Corea del Sur. En cuanto al uso del Acuerdo de Asociación Económica (AAE) entre Japón y Perú, tanto en el apartado de las exportaciones como en el de las importaciones solo una empresa dijo utilizarlo.

Figura 7-5: Perú (exportaciones)

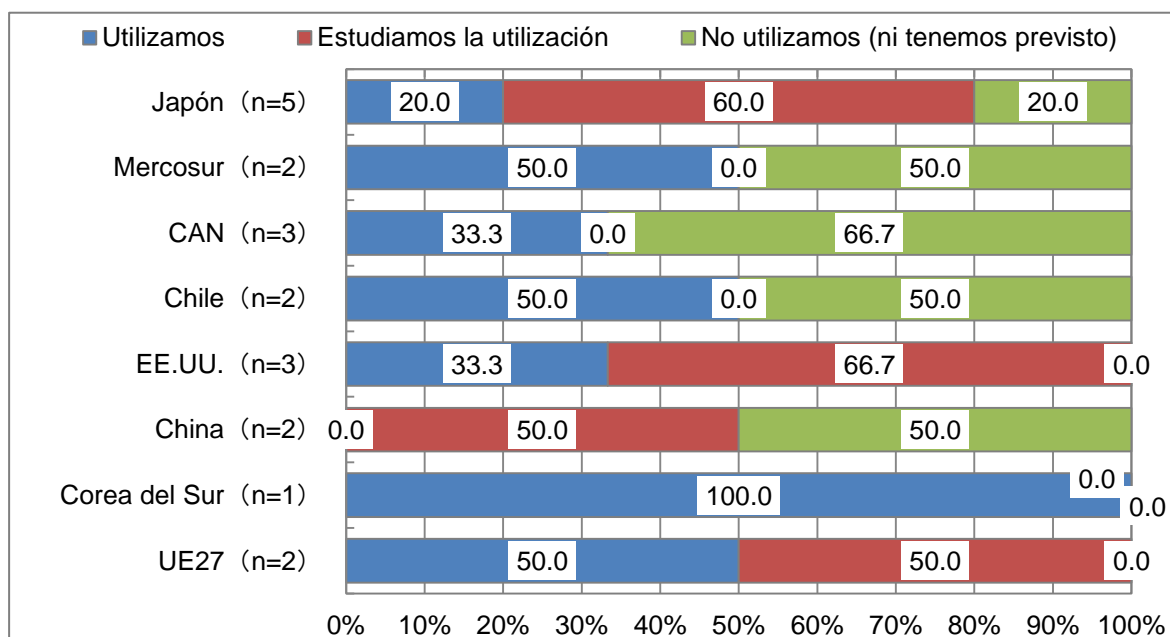
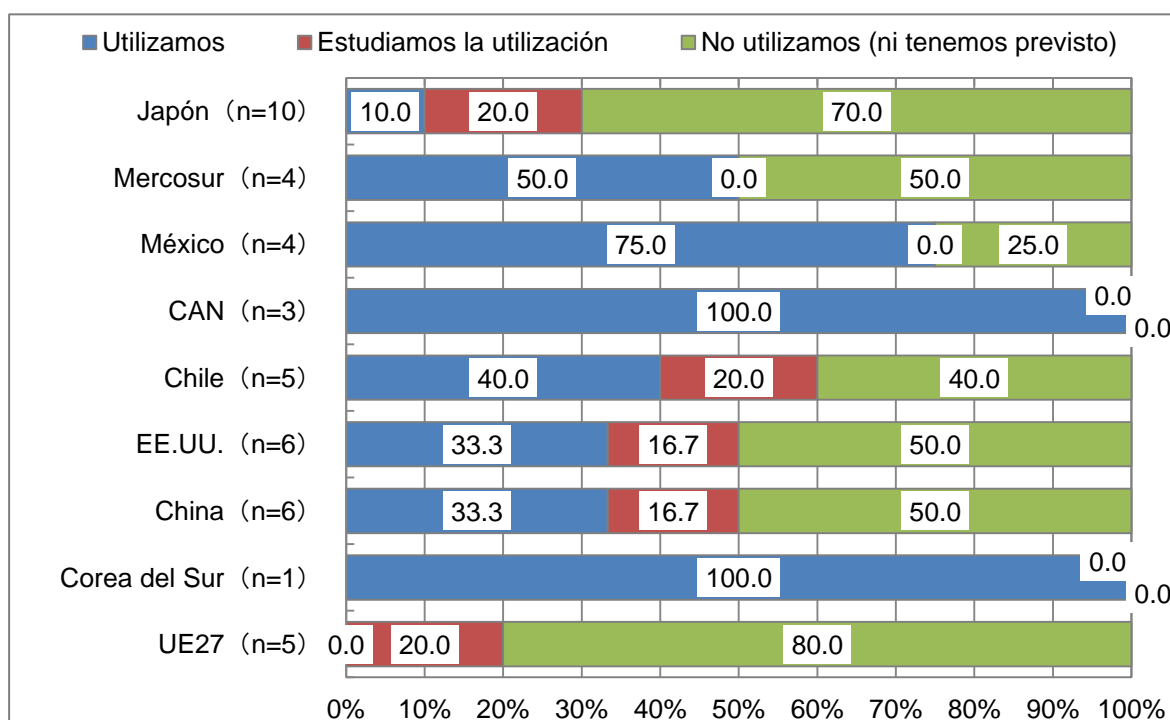


Figura 7-6: Perú (importaciones)



Chile: Destacado uso de TLC en las importaciones

Las firmas japonesas presentes en Chile utilizan TLC en importaciones y exportaciones. Destaca su utilización en importaciones desde China y Corea del Sur. Al parecer, los TLC son instrumentos útiles para sobrevivir la dura competencia de precios desatada en el país. El AAE entre Japón y Chile es utilizado por un 30.8% (4 empresas) en las exportaciones y por un 55.5% (11 empresas) en las importaciones.

Figura 7-7: Chile (exportaciones)

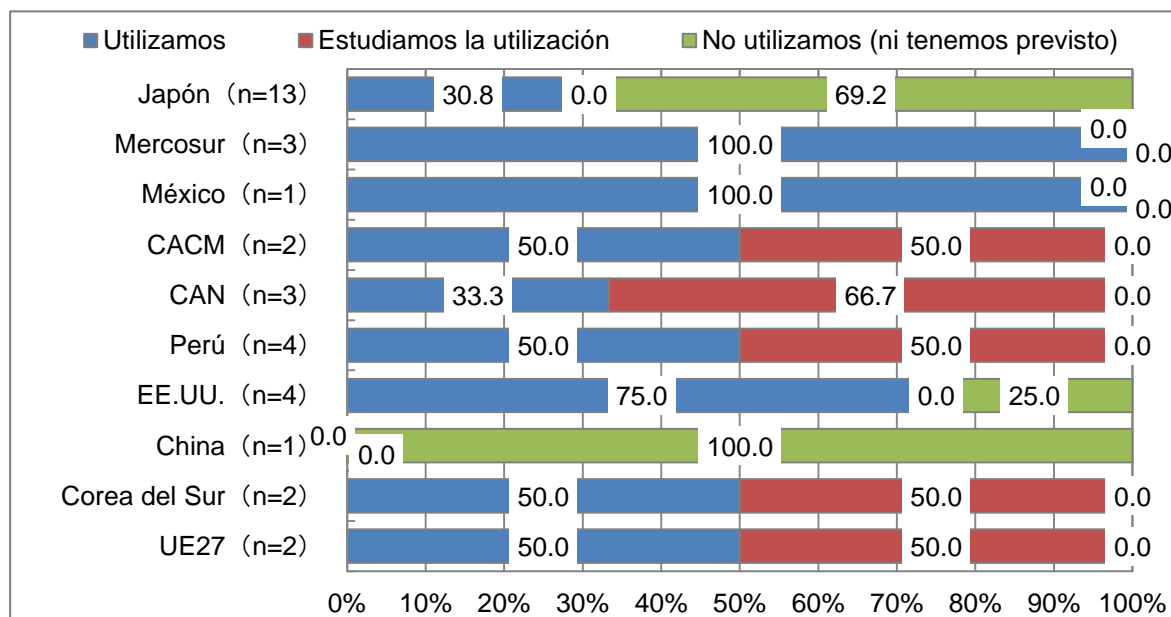
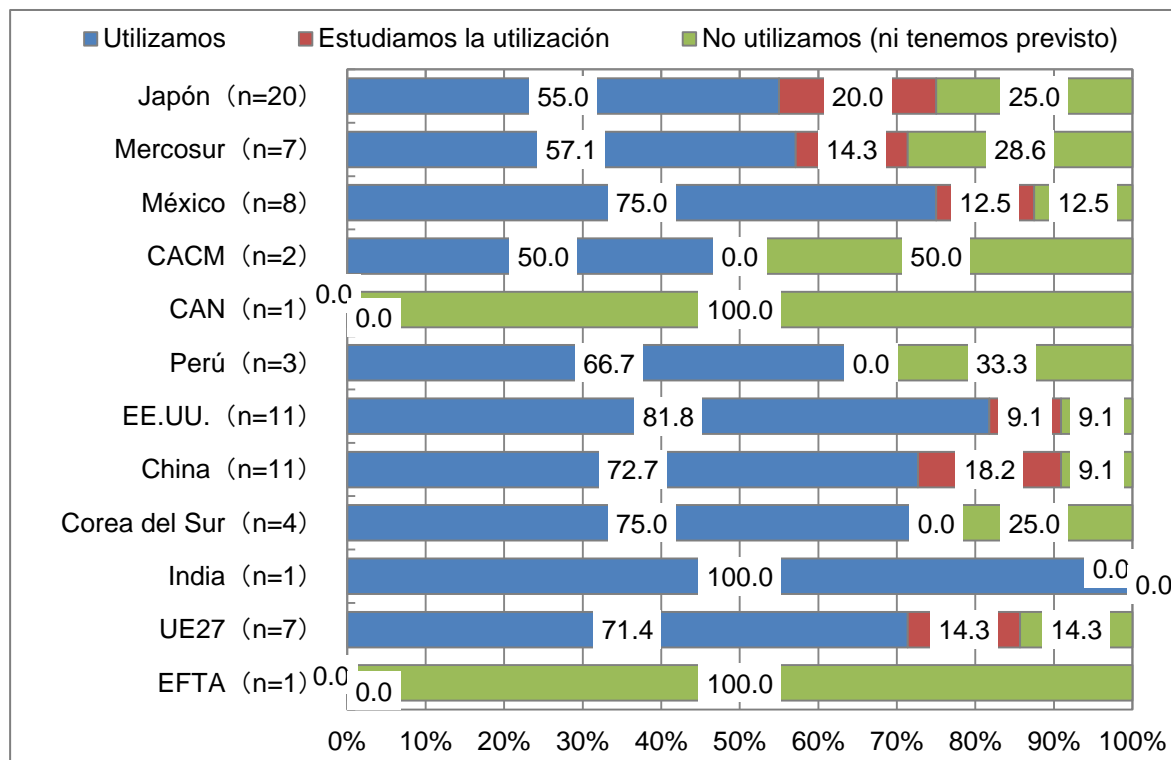


Figura 7-8: Chile (importaciones)



Brasil: Utilización en las exportaciones a otros países latinoamericanos

Las empresas japonesas con presencia en Brasil usan los TLC en sus exportaciones a Chile (73.3%, 11 empresas), Comunidad Andina (70.0%, 7 empresas), Perú (68.8%, 11 empresas), México (66.7%, 6 empresas) y Mercosur (60.0%, 21 empresas), porcentajes todos ellos altos. En las importaciones, los usan con Mercosur (66.7%, 12 empresas) y México (50.0%, 4 empresas). Se aprecia un fuerte uso de los acuerdos comerciales en las exportaciones al resto de los países latinoamericanos y en las importaciones dentro del marco de Mercosur. Con México, Brasil se sirve del acuerdo alcanzado en el sector del automóvil.

Figura 7-9: Brasil (exportaciones)

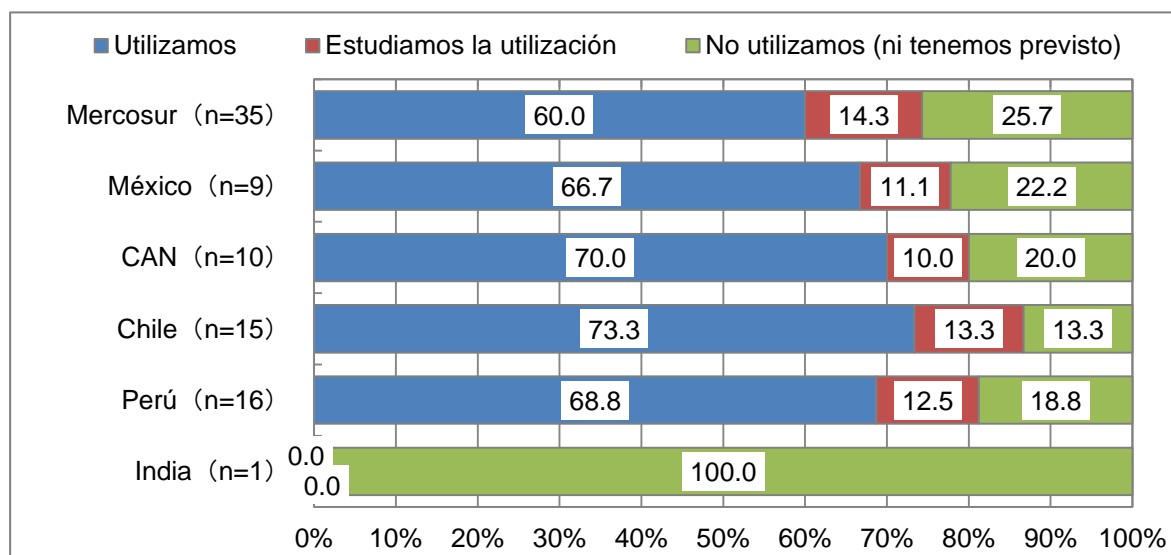
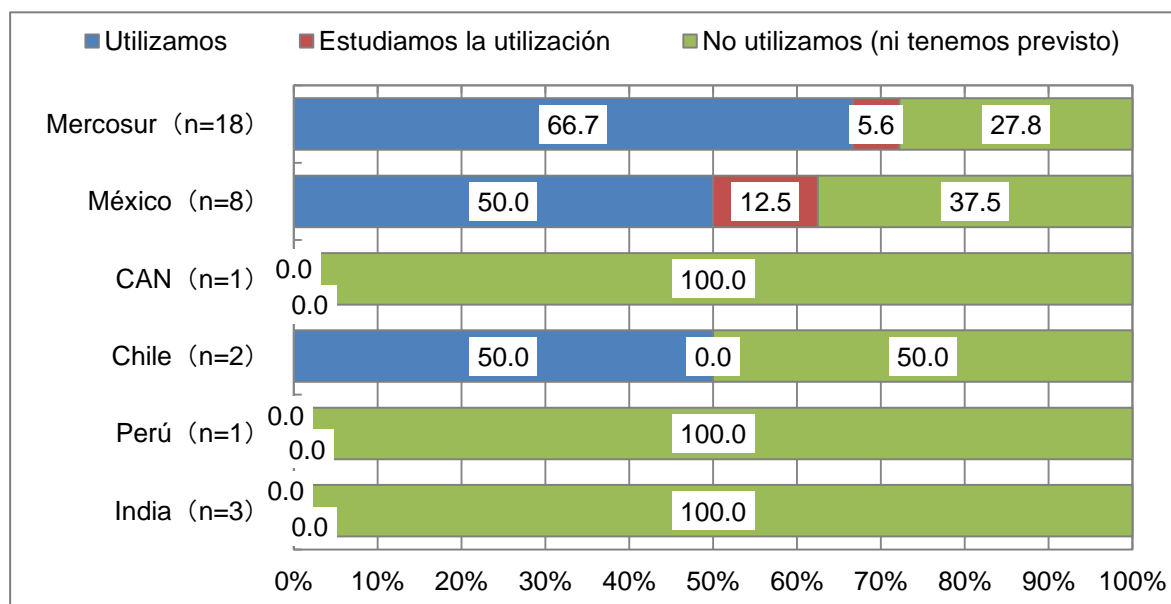


Figura 7-10: Brasil (importaciones)



Argentina: Utilización de los acuerdos automotores con Mercosur y México

Las empresas japonesas establecidas en Argentina utilizan, al parecer, los acuerdos de la industria automotriz suscritos por este país con Mercosur y México. En las exportaciones, utilizan el acuerdo correspondiente todas las empresas (7) que trabajan con Mercosur y una que lo hace con México. En las importaciones, todas las empresas (las 11 que trabajan con Mercosur y las 3 que lo hacen con México) dijeron estar utilizándolo.

Figura 7-11: Argentina (exportaciones)

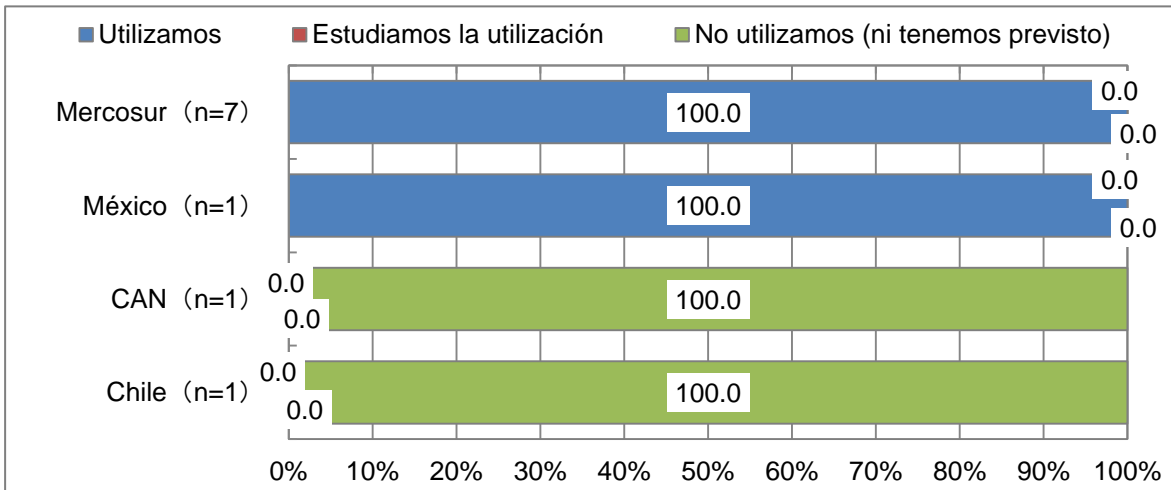
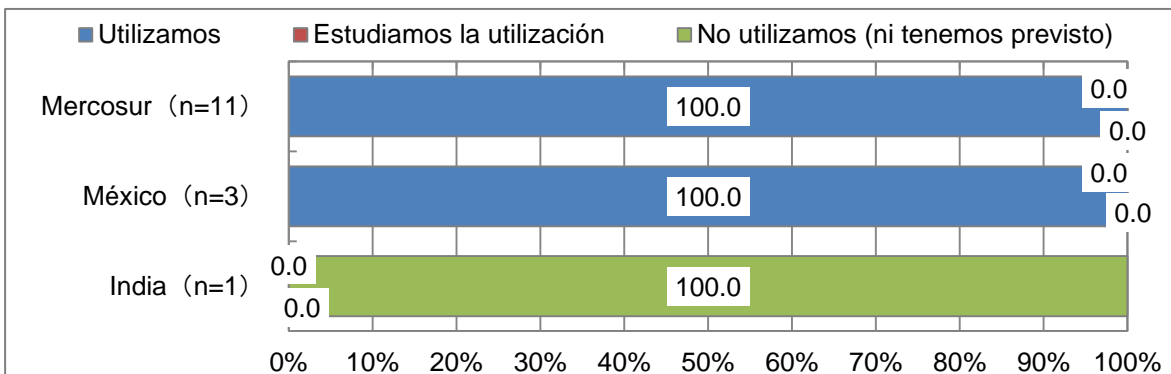


Figura 7-12: Argentina (importaciones)



Venezuela: Utilización solo con Mercosur

Entre las firmas japonesas en Venezuela, la única que exporta a Mercosur dijo servirse de este tratado, así como una de las que importa desde este bloque.

Figura 7-13: Venezuela (exportaciones)

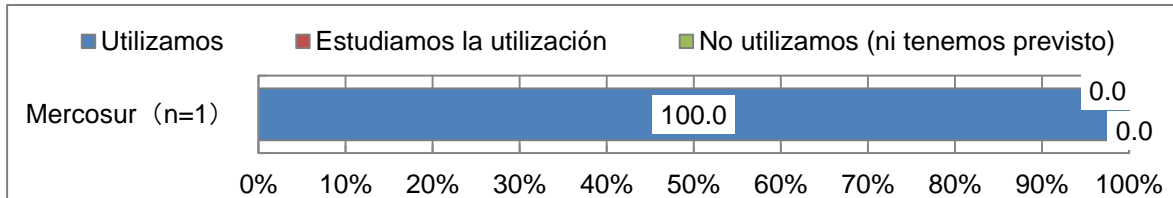
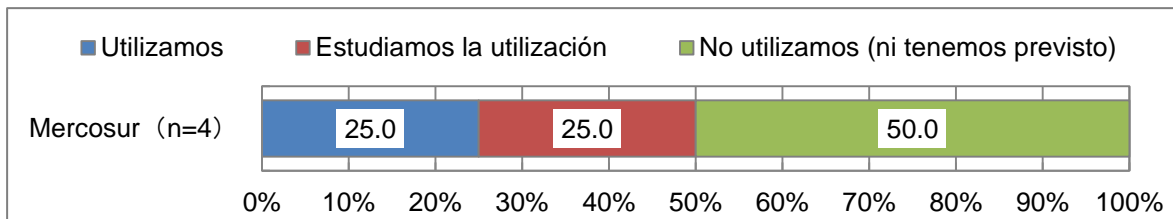


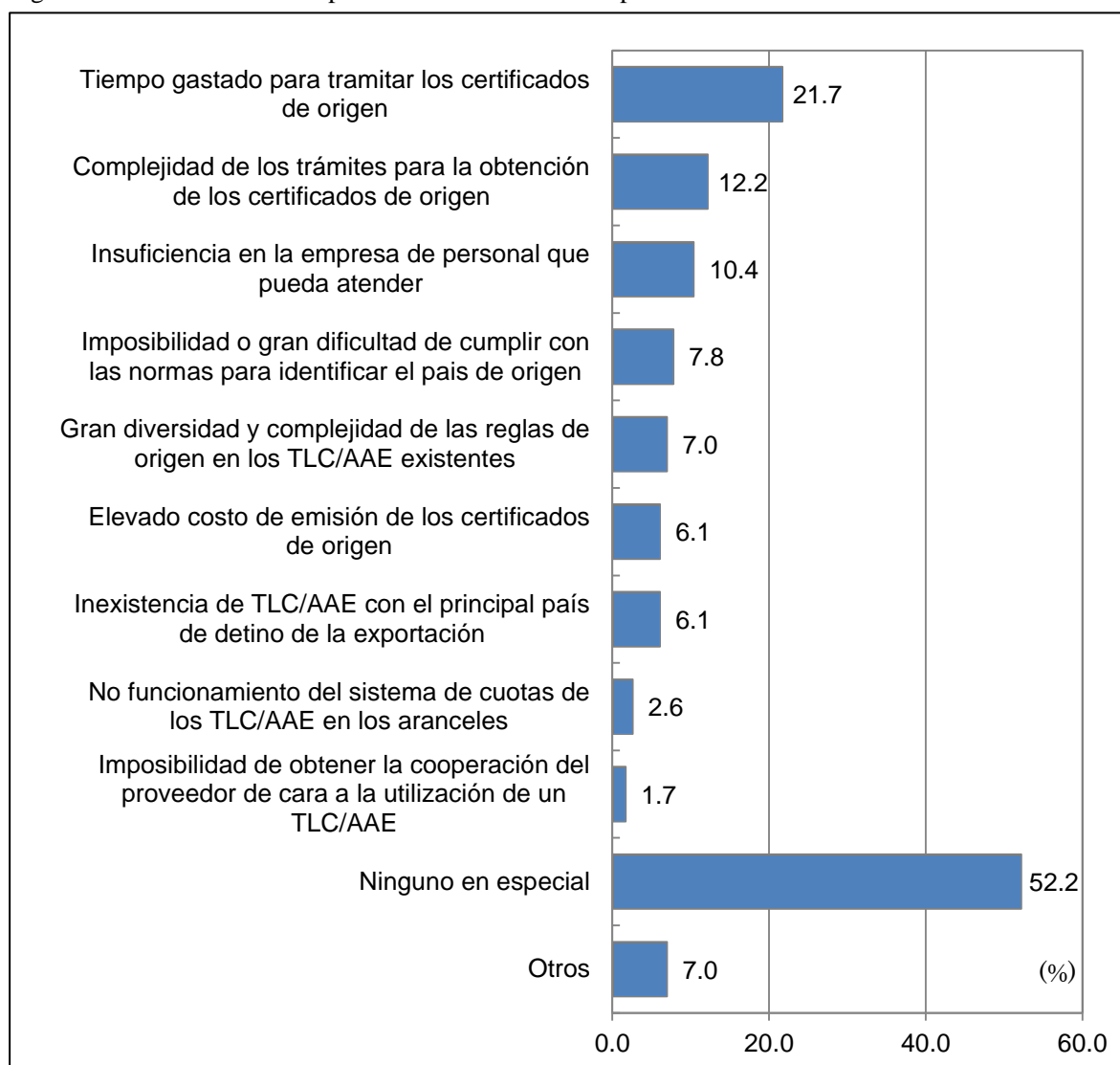
Figura 7-14: Venezuela (importaciones)



La larga y complicada tramitación del certificado de origen es vista como un problema

Aunque la proporción de empresas que afrontan graves problemas en la aplicación de los TLC es, según parece, muy baja (la opción “ninguno en especial” llegó al 52.2%), el porcentaje de empresas que declaran ver como problema el “tiempo gastado para tramitar los certificados de origen”, con un 21.7%, siguió siendo alto, en la línea de la última edición de la encuesta (17.2%). Algo similar ocurre con la respuesta “complejidad de los trámites para la obtención de los certificados de origen” (un 12.2%, por un 8.4% del año pasado) y con la “insuficiencia en la empresa de personal que pueda atender” (un 10.4%, por un 10.1% del año pasado).

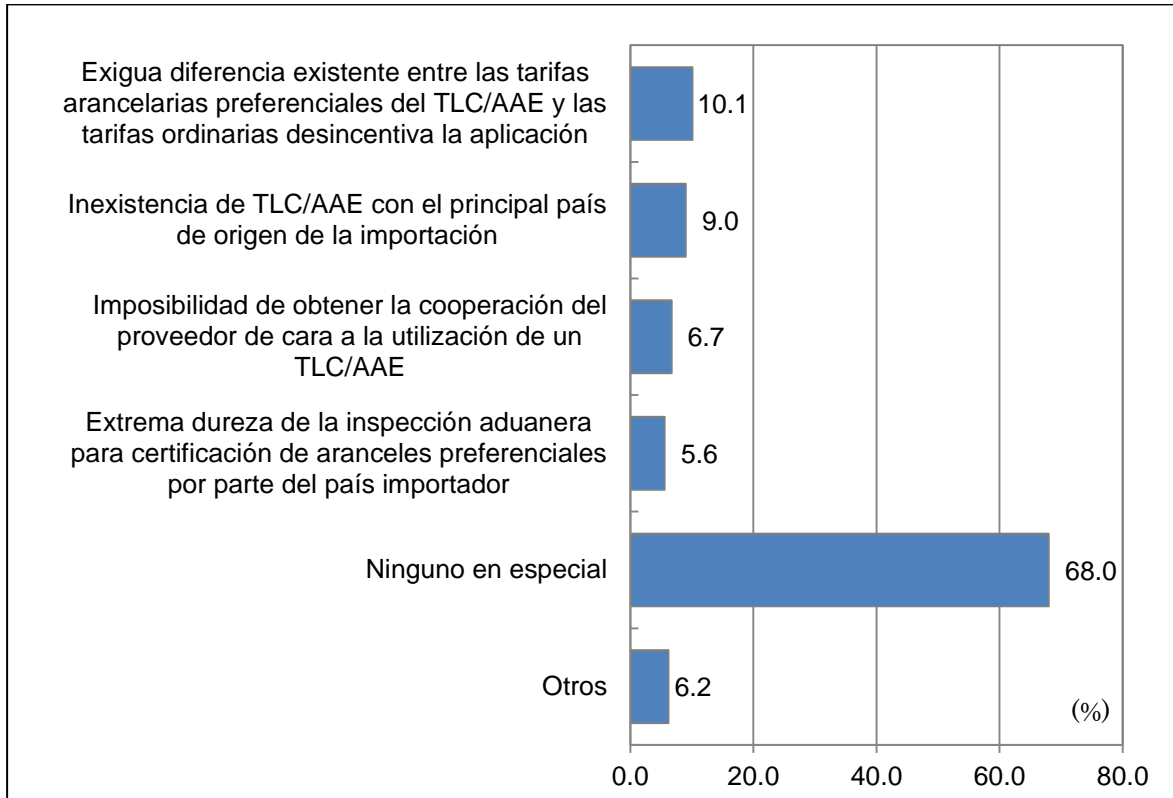
Figura 7-15: Problemas en la aplicación de los TLC a la exportación



Pocas empresas experimentan problemas en la aplicación a las importaciones

Como ocurre con las exportaciones, tampoco son muchas, al parecer, las empresas que experimentan problemas al aplicar los TLC a las importaciones (un 68.0% declara “ninguno en especial”). Algunas empresas (10.1%) señalaron que la “exigua diferencia existente entre las tarifas arancelarias preferenciales del TLC/AAE y las tarifas ordinarias desincentiva la aplicación” y otras (9.0%) la “inexistencia de TLC/AAE con el principal país de origen de la importación”.

Figura 7-16: Problemas en la aplicación de los TLC a la importación



**Año fiscal 2014 Encuesta sobre la situación de los negocios
de las empresas japonesas en América Latina**

Expresamos nuestra gratitud a todas las empresas por la valiosa colaboración con nuestra organización en diversas investigaciones. En esta encuesta, responder a las preguntas requerirá entre 20 y 30 minutos, aproximadamente.

1.- Esta encuesta, de carácter anual, se realiza para conocer las tendencias existentes entre las empresas japonesas establecidas en América Latina.

2.- Dado que las preguntas de la encuesta están orientadas a conocer el clima en el que se desarrollan los negocios de las empresas japonesas establecidas en América Latina, rogamos respondan a nuestras preguntas desde la perspectiva específica del país de establecimiento.

3.- Las informaciones contenidas en las respuestas serán procesadas estadísticamente y los informes específicos correspondientes a cada empresa no serán objeto de publicación. Los datos personales de quienes se encarguen de responder a la encuesta serán manejados de forma adecuada al caso y no serán utilizados para otros fines que los propios de nuestras investigaciones. Acerca de la política de protección de datos personales seguida por nuestra organización, consúltese nuestro sitio web a través de la siguiente URL.

<http://www.jetro.go.jp/privacy/>

4.- Si se presenta cualquier problema de carácter técnico al introducir los datos de las respuestas, pónganse en contacto con la dirección abajo señalada (las consultas relativas al contenido de la encuesta o a la forma de rellenarla deberán dirigirse a la Oficina de JETRO en el Exterior que haya remitido este cuestionario).

Japan External Trade Organization (JETRO)

Departamento de Investigación en el Extranjero, Sección de América Latina (Encargado : S.Yoshida)

Ark Mori Bldg. 6F, 12-32 Akasaka 1-chome, Minato-ku, Tokio, 107-6006 JAPÓN

TEL:03-3582-4690 FAX:03-3587-2485 E-mail: ORC@jetro.go.jp

Esta encuesta no está dirigida a las empresas con menos de un 10% de capital japonés en aportación directa o indirecta, ni a aquellas cuya presencia en el país se limite a una oficina para los trabajadores enviados desde Japón o una oficina de coordinación. Si su empresa está en alguno de estos casos, rogamos haga click en el espacio "Enviar" y ponga fin a la encuesta. Disculpe las molestias.

El plazo para el envío de las respuestas concluye el 15 de octubre de 2013

Sobre su empresa

¿En qué país se encuentra ubicada su empresa?

México

Colombia

Venezuela

Perú

Chile

Argentina

Brasil

Razón social (en alfabetos)

Su nombre

Puesto que ocupa

Dirección social

No. de teléfono

Número de FAX

Dirección de correo electrónico

Nombre de la empresa matriz en Japón

Centro de control del que depende la empresa establecida en América Latina (marque la ubicación de la oficina ante la que principalmente responde)

Japón Norteamérica América Latina (Nombre del País: _____) Otros

Tipo de industria (responda “empresa de ventas” en el caso de realizar, como corporación, solamente esa actividad aun perteneciendo a un grupo manufacturero)

Empresas que manufacturan en el país de establecimiento: marque el tipo de producto que manufactura su empresa.

- Alimentos/Productos agrícolas y pesqueros procesados Textiles (hilaturas /tejidos/fibras químicas) Ropa/Productos textiles Madera/Productos de madera (excepto muebles y artículos de interiores) Muebles/Artículos de interiores Papel/ Pulpa Productos químicos/de petróleo Productos de plástico Productos farmacéuticos Productos de caucho Cerámica/Tierra y piedras Hierro y acero (incluyendo productos moldeados y forjados) Metales no ferrosos Productos de metal (incluyendo chapados) Maquinaria en general (incluyendo máquinas de moldeado/máquinas herramientas) Maquinaria eléctrica/equipos electrónicos Piezas eléctricas/electrónicas Maquinaria de transporte (automóviles/motocicletas) Piezas de maquinaria de transporte (automóviles/ motocicletas) Equipos de precisión Dispositivos médicos Impresión y publicación Otros

Empresas que no manufacturan localmente: marque el tipo de negocio que realiza localmente.

- Pesca/productos marinos Agricultura/Silvicultura Minería Distribución Empresa comercial
 Empresa de ventas Banco Seguros Valores
 Transporte/Almacenaje Bienes raíces Legal/Fiscal Hotel/Viaje/ Restaurante y bar
 Telecomunicaciones/Software Construcciones/Plantas
 Otros

Clasificación (seleccione el tipo de empresa* al que pertenece su matriz en Japón)

- Gran empresa Pequeña y mediana empresa (PyME)

*La empresa se considerará una PyME si entra dentro de alguno de los siguientes parámetros establecidos en la Ley Básica de Pequeñas y Medianas Empresas de Japón:

(1) Para las empresas manufactureras, de construcción, de transporte y otras, exceptuando las empresas de (2) a (4): Capital de hasta 300 millones de yenes o planilla de hasta 300 empleados.

(2) Para las empresas mayoristas: Capital de hasta 100 millones de yenes o planilla de hasta 100 empleados.

(3) Para las empresas de servicios: Capital de hasta 50 millones de yenes o planilla de hasta 100 empleados.

(4) Para las empresas minoristas: Capital de hasta 50 millones de yenes o planilla de hasta 50 empleados.

【Número de empleados de su empresa】 Introduzca en cada casilla el número actual (número aproximado) de empleados de su empresa.

En un total de empleados, hay empleados fijos

En un total de mandos gerenciales ha personas contratadas localmente

< Preguntas comunes para manufactureras y no manufactureras >

Bloque 1 . Perspectivas de desempeño empresarial

Pregunta 1: Elija la opción que más se acerque a su previsión de ganancias empresariales (resultado neto de explotación) para 2012 (enero-diciembre).

- 1) Superávit 2) Equilibrado 3) Déficit

- 7) Mejora de la eficiencia en la producción* (solo manufactureras)
- 8) Mejora de la eficiencia en las ventas
- 9) Otras ()

* Con "mejora de la eficiencia en la producción" nos referimos a mejoras en el proceso de producción como la introducción de la *cellular manufacturing* o de la tecnología electrónica en el control de producción.

Pregunta 7: Razones de haber elegido la opción "empeoramiento" en la Pregunta 5.
Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Disminución de la facturación como consecuencia del escaso dinamismo de las exportaciones
- 2) Disminución de la facturación en el mercado nacional
- 3) Fluctuación de los tipos de cambio
- 4) Aumento de los costos de abastecimiento
- 5) Aumento de los costos de personal
- 6) Aumento de otros gastos (costos de administración, energía, combustible, etc.)
- 7) Subida de las tasas de interés
- 8) Insuficiente reflejo en los precios de venta
- 9) Otras ()

Bloque 2. Evolución futura de los negocios

Pregunta 8: Sobre la evolución futura de los negocios en un plazo de uno o dos años, elija la opción que mejor se adapte a sus previsiones.

- 1) Ampliación [⇒Pase a la Pregunta 9 y 10]
- 2) Mantenimiento [⇒Pase a la pregunta 12]
- 3) Reducción [⇒Pase a la pregunta 11]
- 4) Traslado a otro país o región del mundo/retirada del país [⇒Pase a la Pregunta 11]

Pregunta 9: Razones de haber elegido "ampliación" en la Pregunta 8.
Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Aumento de la facturación
- 2) Gran desarrollo o potencial
- 3) Receptividad hacia los productos de alto valor agregado
- 4) Bajada de los costos (abastecimiento, personal, etc.)
- 5) Desregulaciones
- 6) Facilidad para asegurarse la mano de obra
- 7) Revisión de las redes de producción y venta
- 8) Relaciones con clientes/proveedores
- 9) Otras ()

Pregunta 10: En caso de haber elegido la opción "ampliación" en la Pregunta 8, elija entre las opciones qué función empresarial prevén ampliar en concreto.
Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Funciones de venta
- 2) Producción (productos en general)
- 3) Producción (productos de alto valor agregado)
- 4) Investigación y desarrollo
- 5) Funciones de coordinación regional
- 6) Funciones logísticas
- 7) Funciones administrativas de servicios (centro de servicios compartidos, call center, etc.)
- 8) Otras ()

Pregunta 11: Razones de haber elegido las opciones “reducción” o “traslado...” en la Pregunta 8. Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Disminución de la facturación
- 2) Escaso desarrollo o potencial
- 3) Escasa receptividad hacia los productos de alto valor agregado
- 4) Aumento de los costos (abastecimiento, personal, etc.)
- 5) Endurecimiento de las regulaciones
- 6) Dificultad de asegurarse la mano de obra
- 7) Revisión de las redes de producción y venta
- 8) Relaciones con clientes/proveedores
- 9) Otras ()

Pregunta 12: ¿Qué medidas están tomando para avanzar en la localización de la administración en el país de establecimiento?

*** Responda las medidas que ha tomado hasta el momento desde que se constituyó la empresa (el centro) en el país de establecimiento. Elija más de una opción si lo desea.**

- 1) Reforzamiento de la capacitación y formación del personal local tendentes a la localización
- 2) Contratación del personal local con experiencia tendente a la localización
- 3) Reforma del sistema de administración del personal hacia un sistema meritocrático, etc. tendente a la localización
- 4) Contratación del personal local (ejecutivos)
- 5) Contratación del personal local (jefes de departamento/sección)
- 6) Fortalecimiento de la capacidad de desarrollo de productos/servicios en el país de establecimiento
- 7) Fortalecimiento del poder de toma de decisiones en las estrategias de ventas en el país de establecimiento
- 8) Transferencia de poderes de la matriz al país de establecimiento
- 9) Obtención del personal local incluyendo del nivel administrativo por medio de fusiones y adquisiciones (M&A)
- 10) No estamos tomando ninguna medida para la localización en el país de establecimiento
- 11) Otros ()

Pregunta 13: ¿Qué problemas encuentran para avanzar (o seguir avanzando en el futuro) en la localización del funcionamiento de la empresa? Elija más de una opción si lo desea.

- 1) (Problemas de la matriz, de la parte japonesa) Discordancia con la matriz en la política de contratación del personal
- 2) (Problemas de la matriz, de la parte japonesa) Dificultades para reducir el número del personal enviado desde Japón
- 3) (Problemas de la matriz, de la parte japonesa) Escasez de puestos que ofrecer al personal local
- 4) (Problemas de la matriz, de la parte japonesa) Falta de progreso en la transferencia de poderes de la matriz a la entidad local del país de establecimiento
- 5) (Problemas de la matriz, de la parte japonesa) Capacidad administrativa del personal enviado desde Japón
- 6) (Problemas de la matriz, de la parte japonesa) Dificultades idiomáticas (inglés, idioma local) del personal enviado desde Japón, que afectan al avance de la localización
- 7) Otros problemas de la matriz, de la parte japonesa ()

- 8) (Problemas de la parte local) Dificultades para contratar personal que pueda ser candidato a ocupar puestos ejecutivos
- 9) (Problemas de la parte local) Alto nivel de movilidad laboral de los candidatos a ocupar puestos ejecutivos
- 10) (Problemas de la parte local) Dificultades idiomáticas (japonés e inglés) del personal local, que afectan al avance de la localización
- 11) (Problemas de la parte local) Problemas relativos a la capacidad y mentalidad del personal local, que afectan al avance de la localización
- 12) (Problemas de la parte local) Capacidad de planificación y marketing en el país de establecimiento
- 13) (Problemas de la parte local) Capacidad de desarrollo de productos y servicios en el país de establecimiento
- 14) Otros problemas de la parte local ()
- 15) Ninguno en especial

Pregunta 14: Número de personal de su empresa. Marque en la casilla correspondiente.

	Personal local			Personal enviado desde Japón		
	Aumento	Sin variación	Disminución	Aumento	Sin variación	Disminución
Variaciones durante el último año	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planes para el futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bloque 3. Problemas administrativos

¿Qué problemas administrativos especialmente serios encuentra su empresa en el país de establecimiento? Entre las respuestas que se dan a continuación, elija las que sean aplicables.

Pregunta 15: ¿Cuáles son los problemas en las áreas de ventas y comercialización? Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Disminución del volumen de pedidos de la matriz
- 2) Disminución del volumen de pedidos de los clientes
- 3) Demanda de reducción de precios por parte de clientes principales
- 4) Falta de dinamismo en mercados importantes (estancamiento del consumo)
- 5) Falta de progreso en el desarrollo de nuevos clientes
- 6) Caída de precios de venta por exceso de producción a nivel mundial
- 7) Entrada de importaciones a precios bajos en el mercado local
- 8) Fortalecimiento de los competidores (competitividad en la calidad)
- 9) Fortalecimiento de los competidores (competitividad en los costos)
- 10) Falta de progreso en la desregulación en el país de establecimiento
- 11) Estancamiento en la cobranza de créditos
- 12) Otros problemas ()
- 13) Ninguno en especial

Pregunta 16: ¿Cuáles son los problemas en las áreas de finanzas, financiamiento y cambio de divisas? Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Flujo de caja insuficiente para ampliar el ámbito de los negocios
- 2) Dificultades para obtener fondos de las entidades financieras locales
- 3) Fluctuaciones del tipo de cambio entre la moneda local y el dólar
- 4) Fluctuaciones del tipo de cambio entre la moneda local y el yen
- 5) Fluctuaciones del tipo de cambio entre el yen y el dólar
- 6) Regulaciones relacionadas con la obtención de fondos y su devolución
- 7) Regulaciones relacionadas con el envío de dinero al extranjero
- 8) Carga fiscal (impuestos sobre la renta de sociedades, impuestos sobre precios de transferencia, etc.)
- 9) Subida de las tasas de interés
- 10) Otros problemas ()
- 11) Ninguno en especial

Pregunta 17: ¿Cuáles son los problemas en el área de empleo y asuntos laborales? Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Aumento de los salarios del personal
- 2) Dificultades para la contratación del personal local (personal ordinario/de oficina)
- 3) Dificultades para la contratación del personal local (mandos gerenciales medios)
- 4) Dificultades para la contratación del personal local (obrerros ordinarios)
(solo empresas manufactureras)
- 5) Dificultades para la contratación del personal local (técnicos)
(solo empresas manufactureras)
- 6) Tasa de retención del personal
- 7) Calidad del personal
- 8) Costos de los directivos japoneses (enviados de Japón al país de establecimiento)
- 9) Limitaciones en la obtención de visados para los directivos japoneses
(enviados de Japón al país de establecimiento)
- 10) Regulaciones relacionadas con el despido/reducción del personal
- 11) Dificultades para la localización de mandos gerenciales y encargados en el lugar de trabajo
- 12) Regulaciones relacionadas con el empleo de personal extranjero
- 13) Problemas de litigios laborales
- 14) Otros problemas ()
- 15) Ninguno en especial

Pregunta 18: ¿Cuáles son los problemas en el area de comercio exterior?

Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Trámites complicados para el despacho de aduanas
- 2) Tiempo gastado para el despacho de aduanas
- 3) Información insuficiente sobre el contenido de notificaciones/normas
- 4) Falta de claridad en la tasación de aranceles/criterios para la clasificación de productos
- 5) Aranceles altos a las importaciones
- 6) Falta de claridad en el sistema de inspección
- 7) Barreras no arancelarias* altas
- 8) Severidad o falta de transparencia en el sistema de cuarentena
- 9) Existencia de límites e impuestos a las exportaciones
- 10) Normas sobre el país de origen de los productos
- 11) Otros problemas ()
- 12) Ninguno en especial

* Las barreras no arancelarias son una de las medidas para proteger la industria nacional, consistentes en medidas para restringir las importaciones sin imponer aranceles. Algunos ejemplos son las cuotas al volumen de importaciones, o las medidas que no se aplican directamente al comercio, como los subsidios a la producción, los impuestos al consumo, etc.

Pregunta 19: (Respondan solo las empresas manufactureras. Las no manufactureras vayan a la pregunta 20) ¿Cuáles son los problemas en el área de la producción?

Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Falta de capacidad productiva en las instalaciones
- 2) Reducción de costos cercana al límite
- 3) Aumento de los costos de abastecimiento
- 4) Dificultades para abastecerse localmente de materias primas y piezas
- 5) Dificultades para realizar un cambio rápido para la producción de nuevos productos
- 6) Dificultades en el control de calidad
- 7) Aranceles altos para la importación de bienes de equipo y bienes intermedios
- 8) Insuficiencia/cortes en el suministro eléctrico
- 9) Infraestructura de distribución deficiente
- 10) Endurecimiento de las regulaciones medioambientales
- 11) Otros problemas ()
- 12) Ninguno en especial

Bloque 4. Ventajas y riesgos en el clima de inversión

Pregunta 20: ¿Qué ventajas (beneficios) tiene el clima de inversión?

Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Situación política/social estable
- 2) Escala/crecimiento del mercado
- 3) Abundancia de terrenos/espacio de oficinas y precios bajos de la tierra/rentas
- 4) Infraestructura bien desarrollada (electricidad, transporte, telecomunicaciones, etc.)
- 5) Alta concentración de industria de soporte (facilidad para abastecerse localmente)
- 6) Alta concentración de empresas con las que se realizan transacciones(ventas)

- 7) Facilidad para la contratación del personal local (obreros ordinarios, personal ordinario, personal de oficina, etc.)
- 8) Facilidad para la contratación del personal local (especialistas, técnicos, mandos gerenciales medios, etc.)
- 9) Alta tasa de retención del personal
- 10) Alta calidad del personal local (obreros ordinarios)
- 11) Alta calidad del personal local (especialistas/técnicos)
- 12) Alta calidad del personal local (mandos gerenciales medios)
- 13) Incentivos fiscales (impuestos sobre la renta de sociedades, aranceles a las importaciones, etc.)
- 14) Sistema de incentivos a la inversión muy sustancioso
- 15) Agilidad en los trámites
- 16) Pocas barreras lingüísticas/de comunicación
- 17) Buen entorno de vida para personal enviado desde Japón
- 18) Otros ()

Pregunta 21: ¿Qué riesgos (problemas) tiene el clima de inversión?

Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Situación política/social inestable
- 2) Infraestructura deficiente (electricidad, transporte, telecomunicaciones, etc.)
- 3) Falta de transparencia en la gestión política del gobierno local
- 4) Trámites administrativos complicados (autorizaciones, etc.)
- 5) Sistema fiscal/trámites fiscales complicados
- 6) Sistema jurídico deficiente/aplicación falta de transparencia
- 7) Regulaciones sobre el capital extranjero, límites a la proporción de inversión extranjera, etc.
- 8) Protección deficiente a los derechos de la propiedad intelectual
- 9) Inmadura/insuficiente la concentración de industrias relacionadas y de soporte
- 10) Inestabilidad cambiaria
- 11) Insuficiencia de mano de obra/dificultad para contratar personal local
- 12) Insuficiencia de terrenos/espacio de oficinas y subida de precios de la tierra/rentas
- 13) Subida brusca de los costos de personal
- 14) Conflictos/litigios laborales
- 15) Riesgo en las transacciones (riesgo de impago, etc.)
- 16) Movimientos de consumidores/boicots (boicots de compra, protestas populares, etc.)
- 17) Otros ()
- 18) Ninguno en especial

Pregunta 22: ¿Qué riesgos (problema) hay el plano de la seguridad?

Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Conflictos, enfrentamientos étnicos/religiosos
- 2) Conflictos políticos
- 3) Manifestaciones, huelgas
- 4) Desastres naturales
- 5) Contaminación ambiental
- 6) Enfermedades (enfermedades infecciosas graves, etc.)
- 7) Seguridad ciudadana, terrorismo
- 8) Ciberterrorismo (hack, etc.), espionaje industrial, etc.
- 9) Medidas contra los extranjeros por parte de las autoridades, etc.

- 10) Delitos contra personas/empresas extranjeras (asesinatos y daños físicos, secuestros, asaltos, robos, fraudes)
- 11) Accidentes en que suelen involucrarse los extranjeros
- 12) Problemas civiles
- 13) Problemas en la vida de los personales enviados desde Japón y sus familias
- 14) Otros, problemas característicos del país de establecimiento
()

Bloque 5. Esfuerzos encaminados a la apertura de nuevos mercados. Origen de la competitividad.

Pregunta 23: Sobre las condiciones de competencia con otras empresas del mismo campo en los negocios llevados a cabo por su empresa en el país de establecimiento.

Respuesta única.

①¿De qué país o región del mundo son las empresas con las que la suya entra en competencia más directa?

- Japón Estados Unidos Europa China Corea del Sur Otros países asiáticos
 Oriente Próximo y Medio País de establecimiento Otros países de América Latina
 Otros Sin competencia

②¿Cómo ha evolucionado durante el último año la competencia con las empresas señaladas en ①?

- se intensificó No hubo cambios en la situación se relajó

Sobre la situación del abastecimiento de materias primas y piezas (solo para las empresas que manufacturan en el país de establecimiento)

Pregunta 24: Rellene los porcentajes del lugar de abastecimiento de piezas y materias primas correspondiente a cada país o zona del mundo. (El porcentaje es sobre el valor de los abastecimientos y puede ser una estimación aproximada. La suma de todos los porcentajes debe dar como resultado 100)

- | | | | |
|----------------------------------|-------------|--------------|-------------|
| 1) País de establecimiento | (_____) % | 2) Japón | (_____) % |
| 3) Estados Unidos | (_____) % | 4) Brasil | (_____) % |
| 5) México | (_____) % | 6) Argentina | (_____) % |
| 7) Otros países latinoamericanos | (_____) % | 8) China | (_____) % |
| 9) Corea del Sur | (_____) % | 10) ASEAN | (_____) % |
| 11) Otros países asiáticos | (_____) % | 12) Europa | (_____) % |
| 13) Otros | (_____) % | | |

Pregunta 25: En caso de haber consignado algún porcentaje en la opción “País de establecimiento” de la Pregunta 24, especifique de qué tipo de empresa reciben los suministros. (El porcentaje es sobre el valor de los abastecimientos y puede ser una estimación aproximada. La suma de todos los porcentajes debe dar como resultado 100).

- 1) De otras empresas japonesas establecidas en el país
- 2) De empresas locales
- 3) De otras empresas de capital extranjero

En la región latinoamericana, se están constituyendo diversos tratados de libre comercio (TLC) bilaterales y multilaterales, acuerdos de asociación económica (AAE), acuerdos de complementación económica (ACE) en materia de automóviles y otros rubros, acuerdos de comercio preferencial (ACP) y otros, y eliminando aranceles. La siguiente pregunta apunta a la forma en que su empresa está aprovechando estos acuerdos (TLC, AAE, ACE, etc.). Se incluyen aquí los mecanismos de Early Harvest.

* Con “Early Harvest” nos referimos a las rebajas arancelarias anticipadas de los productos acordados.

Pregunta 26: ¿Utiliza su empresa en sus actividades de importación o exportación alguno de los TLC, AAE, ACE y otros acuerdos bilaterales o multilaterales existentes (ya en vigor). Utilice los espacios en blanco de la parte inferior para introducir nombres de países que no aparezcan en el cuadro. Elija más de una opción si lo desea.

<México>

	Marcar en caso de estar realizando actualmente operaciones de exportación o importación con alguno de los países y regiones del mundo que aparecen.		A la hora de exportar, ¿utiliza o estudia la utilización los aranceles preferenciales establecidos por TLC u otros acuerdos?			A la hora de importar, ¿utiliza o estudia la utilización de los aranceles preferenciales establecidos por TLC u otros acuerdos?		
	Exportación	Importación	Utilizamos	Estudiamos la utilización	No utilizamos (ni tenemos previsto)	Utilizamos	Estudiamos la utilización	No utilizamos (ni tenemos previsto)
Japón	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
TLCAN	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Mercosur	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
CACM	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Chile	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
UE27	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
()	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
()	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8

※TLCAN = Estados Unidos, Canadá, México

※Mercosur = Brasil, Argentina, Paraguay, Uruguay

※CACM = Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica

※CAN(Comunidad Andina) = Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú

Pregunta 27: (Respondan solo Las empresas que están haciendo las exportaciones) Problemas que surgen en la utilización de los TLC en la exportación. Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Elevado costo de emisión de los certificados de origen
- 2) Tiempo gastado para tramitar los certificados de origen
- 3) Imposibilidad o gran dificultad de cumplir con las normas para identificar el país de origen
- 4) Gran diversidad y complejidad de las reglas de origen en los TLC/AAE existentes
- 5) Complejidad de los trámites para la obtención de los certificados de origen
- 6) Imposibilidad de obtener la cooperación del proveedor de cara a la utilización de un TLC/AAE
- 7) Inexistencia de TLC/AAE con el principal país de destino de la exportación
- 8) No funcionamiento del sistema de cuotas de los TLC/AAE en los aranceles
- 9) Insuficiencia en la empresa de personal que pueda atender
- 10) Ninguno en especial
- 11) Otros ()

Pregunta 28: (Respondan solo Las empresas que están haciendo las importaciones) Problemas que surgen en la utilización de los TLC en la importación. Elija más de una opción si lo desea.

- 1) Imposibilidad de obtener la cooperación del proveedor de cara a la utilización de un TLC/AAE
- 2) Exigua diferencia existente entre las tarifas arancelarias preferenciales del TLC/AAE y las tarifas ordinarias desincentiva la aplicación
- 3) Inexistencia de TLC/AAE con el principal país de origen de la importación
- 4) Extrema dureza de la inspección aduanera para certificación de aranceles preferenciales por parte del país importador
- 5) Ninguno en especial
- 6) Otros ()

Pregunta 29: Si, además de los problemas comprendidos en las preguntas precedentes, existe alguna circunstancia en el país de establecimiento que a su juicio dificulte el desarrollo de los negocios de su empresa, explique el problema y la forma en que está afectando a su empresa.

()

Agradecemos su colaboración.

15ª encuesta sobre la situación de los negocios de las empresas japonesas
en América Latina(año fiscal 2014)

Publicada en Febrero de 2015

Redacción	Departamento de Investigación en el Extranjero, Sección de América Latina	Kojiro Takeshita
		Takao Nakahata Akira Ito Ryo Mizuno
Colaboración	Departamento de Investigación en el Extranjero, Sección de Estudios de Economía Internacional	
	Oficina de México	Nobuhiro Nakajima
	Oficina de Caracas	Kentaro Matsuura
	Oficina de Bogotá	Atsushi Takata
	Oficina de Lima	Masayuki Fujimoto
	Oficina de Santiago	Takaharu Horinouchi
	Oficina de Sao Paulo	Kiyo Tsujimoto

Japan External Trade Organization (JETRO)
(Institución administrativa independiente)

Ark Mori Bldg., Apartado de correos 528

1-12-32 Akasaka, Minato-ku, Tokio

Apartado postal 107-6006 Tel. (03)3582-4690

(Departamento de Investigación en el Extranjero, Sección de América Latina)