



PERSPECTIVAS
LABORALES Y
PROFESIONALES
LATAM 2016

PageGroup

Worldwide leaders in specialist recruitment

ÍNDICE

EDITORIAL	3
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	4
PERFIL DE LOS ENCUESTADOS	5
EL ESCENARIO MACROECONÓMICO	6
INVERSIÓN DE LAS COMPAÑÍAS	8
PLANES DE CONTRATACIÓN	10
PLANES DE CARRERA	12
PRIORIDADES REGIONALES DE CARRERA	12
RETOS PARA CRECER EN 2016	14

EDITORIAL

A lo largo de los años las compañías se han dado a la tarea de conocer su mercado más a fondo, con el objetivo de lograr formular una hipótesis sobre lo que sucederá en los próximos meses y actuar de manera oportuna y estratégica, para poder hacer frente a los cambios socio-económicos provocados, en su gran mayoría, por la globalización en la que estamos inmersos.

En este contexto, para el año que se inicia, existen grandes tendencias que estarán determinando el comportamiento general de las compañías en el ámbito laboral y profesional, tales como: Indicadores macroeconómicos, inversiones, contrataciones, planes de carrera, entre otras.

Ante este escenario, surgen las siguientes preguntas: ¿aumentará el porcentaje de inversiones?, ¿qué áreas/sectores invertirán en talento? y ¿cuáles son las prioridades de las compañías, las cuales afectarán directamente a los profesionales en sus planes de carrera?

Logramos recabar información para analizar las expectativas de **6,222** profesionales en América Latina, a través de una 3^{ra} edición de nuestra encuesta Perspectivas Laborales y Profesionales cuyo objetivo es explorar los diferentes cambios, transiciones y temas que deberán estar en la lista de prioridades de los empleadores.

Atentamente,

Equipo PageGroup

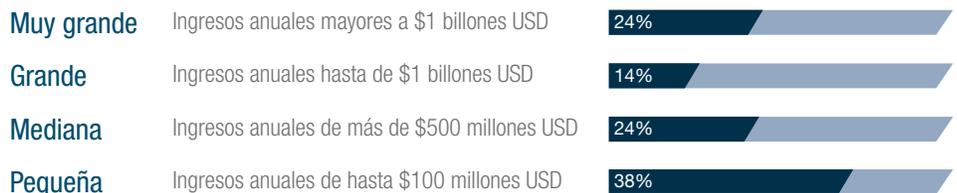
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Durante diciembre de 2015, realizamos una investigación, sin valor estadístico, obtuvimos **6,222** respuestas de ejecutivos que trabajan tanto para empresas nacionales como multinacionales en los principales países de AMÉRICA LATINA: ARGENTINA, BRASIL, CHILE, COLOMBIA, MÉXICO y PERÚ. El cuestionario constó de preguntas cerradas y abiertas que nos proporcionaron valores cuantitativos y cualitativos relevantes para el desarrollo de un panorama de las perspectivas laborales y económicas de la región.



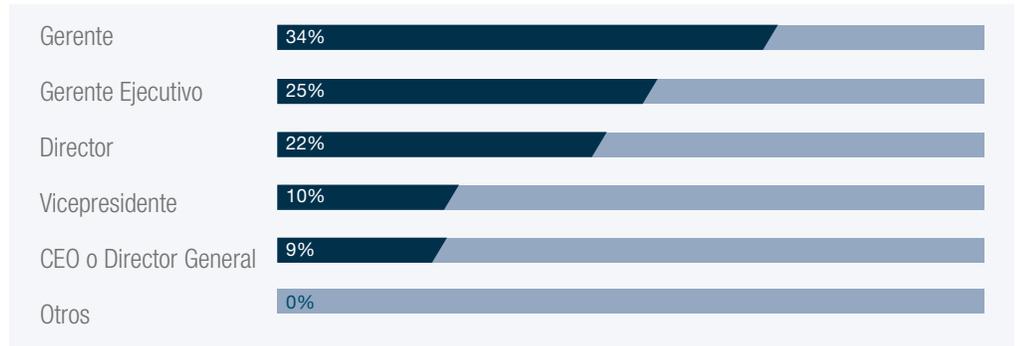
56% empresas multinacionales
44% empresas nacionales

Divididas por tamaño:



PERFIL DE LOS ENCUESTADOS

34% de los encuestados ocupan puestos gerenciales.



Las áreas de **Ventas** y **Operaciones** presentan un aumento en el número de encuestados que trabajan en dichos sectores dentro de sus compañías, en comparación al 2015.



VENTAS
21%



OPERACIONES
16%



FINANZAS
13%



RECURSOS HUMANOS
12%



MERCADOTECNIA
7%



TECNOLOGÍA
5%



LOGÍSTICA
3%



JURÍDICO / LEGAL
1%



OTRO
20%

EL ESCENARIO MACROECONÓMICO:

Colombia percibe este factor con menor optimismo, que el resto de América Latina.

La percepción de AMÉRICA LATINA comparada con 2015, es la de una desaceleración del crecimiento. Siendo que **58%** de los encuestados consideran que se mantendrá el interés básico en 2016.



COLOMBIA con 56% afirma que aumentará la inflación, **MÉXICO** y **PERÚ** tienen una perspectiva similar con un 46% y 42% respectivamente.

ARGENTINA se mantiene igual que el año anterior siendo el país menos optimista para este indicador, esperando que se mantenga con 48% para 2016.



43% en AMÉRICA LATINA considera positivamente que la inflación disminuirá, siendo menos optimista el año pasado con un 11%.

EL ESCENARIO MACROECONÓMICO:

Los profesionales en América Latina se encuentran reservados respecto a la cotización del dólar e índice de desempleo.

Este año AMÉRICA LATINA se encuentra menos optimista respecto al PIB con un **43%** de probabilidad a que disminuya, en comparación con 2015 con un 34%. **BRASIL** y **CHILE** son los menos optimistas respecto a este rubro con 61% y 41% respectivamente.



ARGENTINA es el país más positivo con 39% que opinan que aumentará, mientras que **COLOMBIA**, **MÉXICO** y **PERÚ** se mantienen conservadores pronosticando que el PIB se mantendrá.



59% de los ejecutivos en AMÉRICA LATINA cree que la cotización del dólar se mantendrá en 2016. **BRASIL** es el más optimista con 13% de los encuestados que opinan que disminuirá. En **COLOMBIA** y **PERÚ** son los menos positivos, con 71% y 82%.



COLOMBIA y **PERÚ** consideran que se mantendrá el nivel de desempleo. Mientras que en **BRASIL** y **CHILE** perciben que aumentará con 76% y 72%. **MÉXICO** se muestra positivo entre los países con 54%.

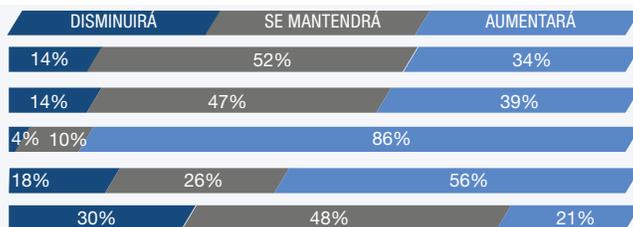
EL ESCENARIO MACROECONÓMICO CON RELACIÓN A 2015:

BRASIL y COLOMBIA se reflejan menos optimistas respecto a la mayoría de los indicadores económicos.

AR

Los ejecutivos se mantienen precavidos respecto a los indicadores.

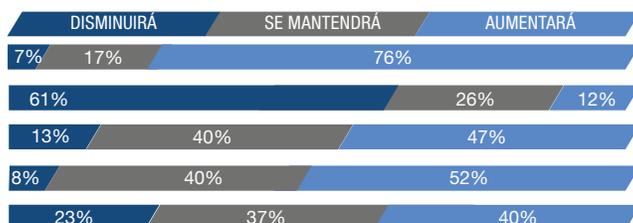
Índice de desempleo
 PIB - Producto Interno Bruto
 Cotización del dólar
 Tasa de interés básico
 Inflación



BR

Presenta menos optimismo dentro de los rubros analizados.

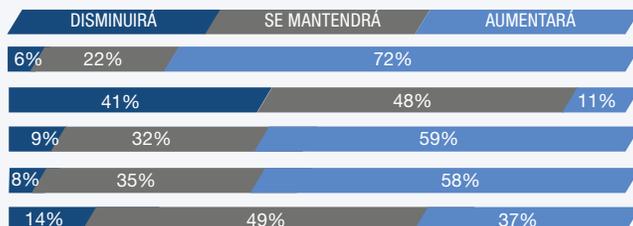
Índice de desempleo
 PIB - Producto Interno Bruto
 Cotización del dólar
 Tasa de interés básico
 Inflación



CH

En comparación a 2015 se presenta menos optimista respecto a este año.

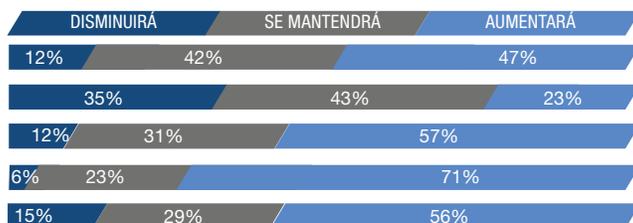
Índice de desempleo
 PIB - Producto Interno Bruto
 Cotización del dólar
 Tasa de interés básico
 Inflación



CO

Considera poco favorables la tasa de interés y cotización del dólar.

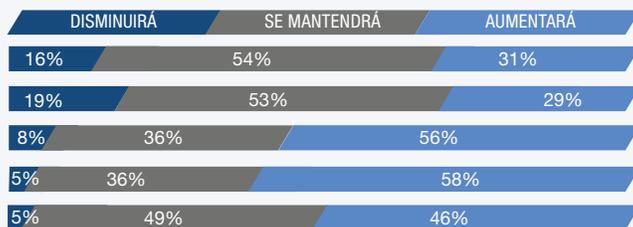
Índice de desempleo
 PIB - Producto Interno Bruto
 Cotización del dólar
 Tasa de interés básico
 Inflación



MX

Se presenta más conservador con respecto a 2015.

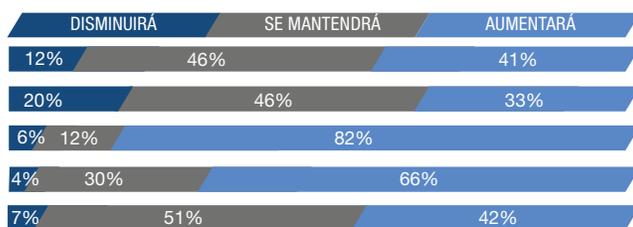
Índice de desempleo
 PIB - Producto Interno Bruto
 Cotización del dólar
 Tasa de interés básico
 Inflación



PE

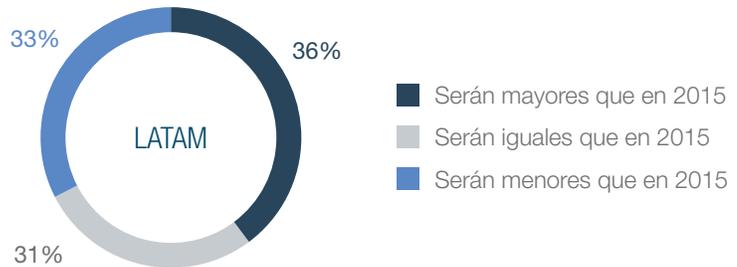
Se mantiene conservador en la mayoría de los rubros.

Índice de desempleo
 PIB - Producto Interno Bruto
 Cotización del dólar
 Tasa de interés básico
 Inflación



INVERSIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

En asuntos de inversiones, los profesionales encuestados en AMÉRICA LATINA, siguen siendo reservados respecto a sus pronósticos para los siguientes meses.



Este año las tendencias respecto a inversiones entre los países de AMÉRICA LATINA son menos equilibradas que el año pasado. 23% de los profesionales cree que la inversión será menor, 36% cree que se mantendrá, mientras que 41% cree que aumentarán.

A diferencia que 2015, MÉXICO presenta mayor positivismo con respecto a las inversiones para el 2016 con un 52%.

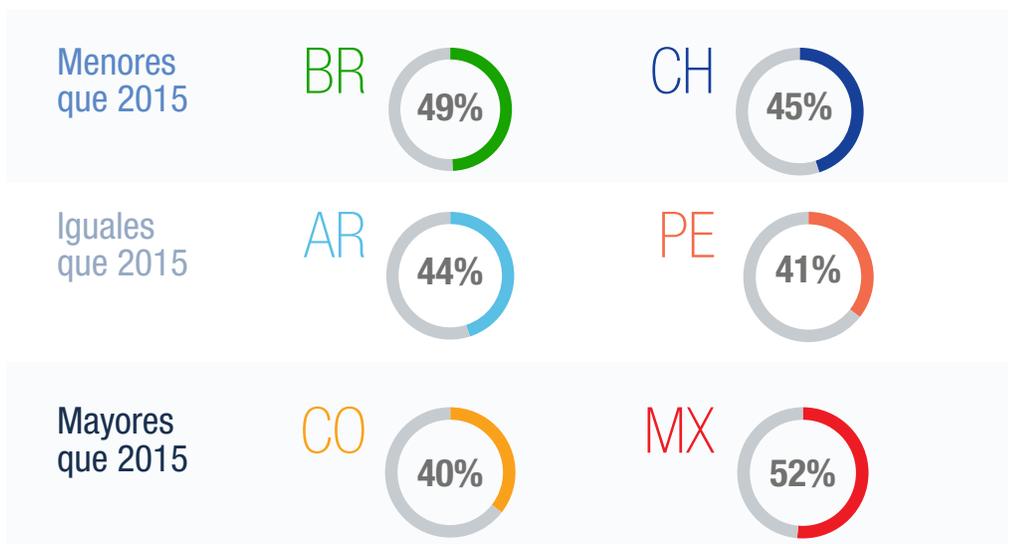
ARGENTINA es el país más reservado con alrededor de 44% de los encuestados que cree que sus inversiones se mantendrán iguales, mientras que BRASIL, COLOMBIA, MÉXICO y CHILE presentan un 31%.

En CHILE nuevamente en comparación con 2015, 45% de los encuestados consideran que sus empresas no invertirán más que el año pasado.

En PERÚ 41% asegura que se mantendrán las inversiones este año.

En general los países de AMÉRICA LATINA se encuentran divididos en percepciones con respecto a este rubro, siendo MÉXICO y COLOMBIA los más positivos, ARGENTINA y PERÚ los más reservados y BRASIL y CHILE los menos optimistas.

¿Las inversiones de su empresa programadas para 2016 en relación a 2015 serán...?



INVERSIÓN DE LAS COMPAÑÍAS:

Productividad y capacidad operativa, siguen siendo este año las prioridades para las organizaciones.

Según nuestros encuestados las dos principales áreas en las que sus empresas planean invertir serán en: proyectos para aumentar la productividad y expansión de la capacidad operativa.

En comparación con 2015, el orden de prioridades para las compañías en su mayoría permanece igual aumentando únicamente el área de Tecnologías de la Información dejando atrás a Mercadotecnia y Recursos Humanos.

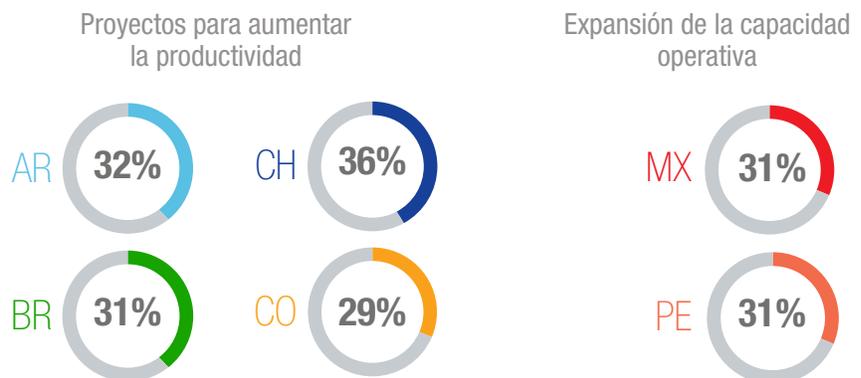


INVERSIONES PRIORITARIAS POR PAÍS

En ARGENTINA, BRASIL y CHILE siguen siendo prioridad los proyectos para aumentar la productividad, sin embargo los porcentajes bajaron a 32% y 36% respectivamente.

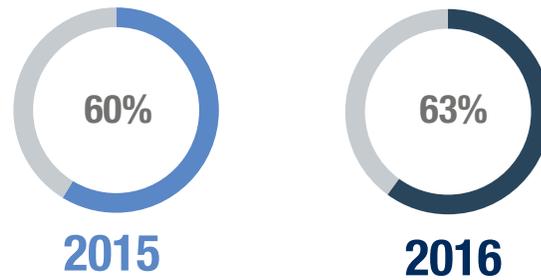
MÉXICO incluso con una perspectiva reservada respecto al índice de desempleo, considera como prioridad la expansión de la capacidad operativa, con 31% al igual que PERÚ.

COLOMBIA este año con 29% de los profesionales encuestados, considera como prioridad los proyectos para aumentar la productividad a diferencia del 2015, que fue expansión de la capacidad operativa.



PLANES DE CONTRATACIÓN: Enfoque en la productividad

Preguntamos a los profesionales si era parte de su plan de inversiones para 2016 contratar nuevos colaboradores. El 63% pretende aumentar su número de colaboradores en 2016.

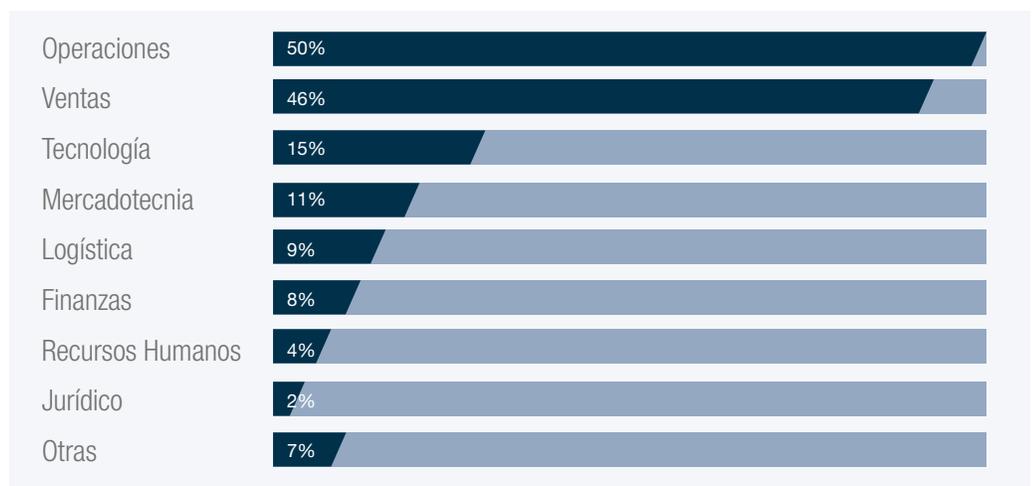


En comparación al 2015 las compañías fueron menos optimistas en aumentar su número de colaboradores.

ÁREAS DESTACADAS PARA CONTRATACIONES

Las áreas destacadas en AMÉRICA LATINA para contrataciones se mantienen igual que 2015.

50% de los encuestados en AMÉRICA LATINA afirma que el área de operaciones será la que tendrá mayores contrataciones. El área de Ventas aparece en segundo lugar con 46% y Tecnología aparece en tercer lugar con 15% (9% más que en 2015).



PLANES DE CONTRATACIÓN: Enfoque en la productividad

AR



no reducirá su equipo de trabajo en el primer semestre de 2016

Áreas que destacan:

Operaciones 55%
Ventas 36%
Tecnología 20%

BR

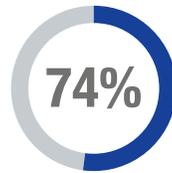


no pretende contratar en 2016 o no tiene plan para expandir su equipo de trabajo

Áreas que destacan:

Ventas 44%
Operaciones 36%
Tecnología 19%

CH

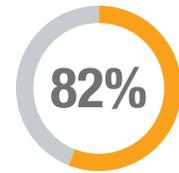


tienen planeado contratar en 2016

Áreas que destacan:

Operaciones 52%
Ventas 44%
Tecnología 17%

CO

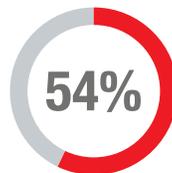


no reducirán su equipo de trabajo el primer semestre del 2016

Áreas que destacan:

Ventas 56%
Operaciones 46%
Tecnología 18%

MX



tiene planes para expandir su equipo de trabajo

Áreas que destacan:

Operaciones 54%
Ventas 44%
Tecnología 10%

PE



no reducirá su equipo de trabajo en el primer semestre de 2016

Áreas que destacan:

Operaciones 59%
Ventas 49%
Mercadotecnia 16%

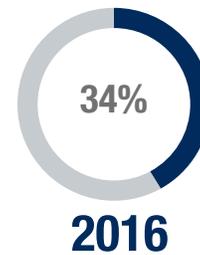
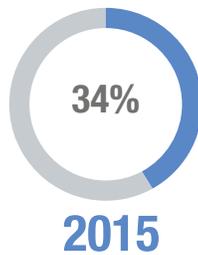
PLANES DE CARRERA:

Ganar experiencia

Los ejecutivos respondieron a la encuesta cuáles eran sus planes para el 2016 y el 34% permanecerán en la misma empresa y en su posición actual, acumulando experiencia para sus funciones.



Acumular experiencia en la misma empresa y posición actual.



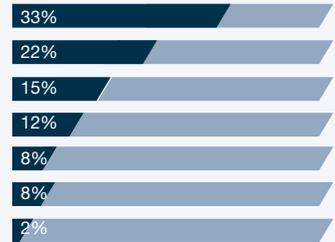
PRIORIDADES REGIONALES DE CARRERA

- **BRASIL** y **CHILE** consideran como segunda prioridad de carrera buscar nuevas oportunidades en el mercado en un sector diferente.
- En **PERÚ**, 15% percibe con el mismo nivel de importancia, buscar nuevas oportunidades en el mercado en el mismo sector, en sector diferente e invertir en el mejoramiento académico.
- **BRASIL** y **MÉXICO** consideran con un 10% la importancia de invertir en el mejoramiento académico.

PRIORIDADES REGIONALES DE CARRERA

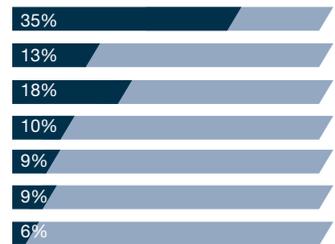
AR

Acumular experiencia en la misma empresa y posición actual
 Buscar nuevas oportunidades en el mercado y en el mismo sector
 Buscar oportunidades en el mercado en un sector diferente
 Invertir en el mejoramiento académico
 Moverse internamente en su empresa
 Ser promovido el siguiente año
 Emprender un nuevo negocio



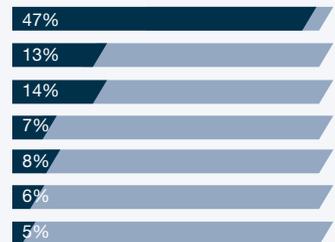
BR

Acumular experiencia en la misma empresa y posición actual
 Buscar nuevas oportunidades en el mercado y en el mismo sector
 Buscar oportunidades en el mercado en un sector diferente
 Invertir en el mejoramiento académico
 Moverse internamente en su empresa
 Ser promovido el siguiente año
 Emprender un nuevo negocio



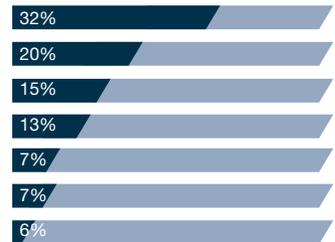
CH

Acumular experiencia en la misma empresa y posición actual
 Buscar nuevas oportunidades en el mercado y en el mismo sector
 Buscar oportunidades en el mercado en un sector diferente
 Invertir en el mejoramiento académico
 Moverse internamente en su empresa
 Ser promovido el siguiente año
 Emprender un nuevo negocio



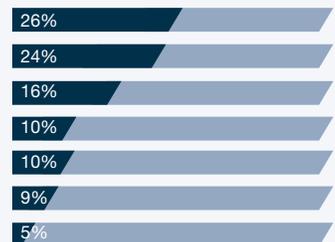
CO

Acumular experiencia en la misma empresa y posición actual
 Buscar nuevas oportunidades en el mercado y en el mismo sector
 Buscar oportunidades en el mercado en un sector diferente
 Invertir en el mejoramiento académico
 Moverse internamente en su empresa
 Ser promovido el siguiente año
 Emprender un nuevo negocio



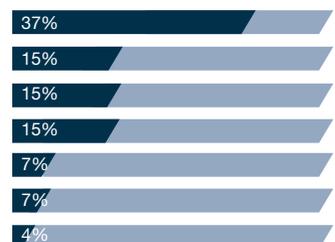
MX

Acumular experiencia en la misma empresa y posición actual
 Buscar nuevas oportunidades en el mercado y en el mismo sector
 Buscar oportunidades en el mercado en un sector diferente
 Invertir en el mejoramiento académico
 Moverse internamente en su empresa
 Ser promovido el siguiente año
 Emprender un nuevo negocio



PE

Acumular experiencia en la misma empresa y posición actual
 Buscar nuevas oportunidades en el mercado y en el mismo sector
 Buscar oportunidades en el mercado en un sector diferente
 Invertir en el mejoramiento académico
 Moverse internamente en su empresa
 Ser promovido el siguiente año
 Emprender un nuevo negocio



RETOS PARA CRECER EN 2016:

Desarrollar una mejor estrategia para mejorar resultados y ganar mercado en un ambiente competitivo

Todos los países de AMÉRICA LATINA consideran que desarrollar una mejor estrategia para mejorar resultados es su mayor reto.

- En **BRASIL**, 20% de los encuestados, considera que enfrentar problemas económicos locales es su segundo reto importante para los próximos meses. Mientras que **MÉXICO** y **PERÚ** consideran que ganar mercado en un ambiente competitivo es uno de sus principales retos con 15% y 17% respectivamente.
- Mantener motivados a los colaboradores mientras se enfrentan dificultades y desarrollar canales de distribución para llegar a más clientes fueron mencionadas por 10% de los encuestados.



Retos por país:

ARGENTINA

- Desarrollar una mejor estrategia para mejorar resultados – **18%**
- Ganar mercado en un ambiente competitivo – **14%**

BRASIL

- Desarrollar una mejor estrategia para mejorar resultados – **20%**
- Enfrentar problemas económicos locales mientras que se mantiene la productividad – **20%**

CHILE

- Desarrollar una mejor estrategia para mejorar resultados – **22%**
- Ganar mercado en un ambiente competitivo – **14%**

COLOMBIA

- Desarrollar una mejor estrategia para mejorar resultados – **25%**
- Ganar mercado en un ambiente competitivo – **16%**

MÉXICO

- Desarrollar una mejor estrategia para mejorar resultados – **28%**
- Ganar mercado en un ambiente competitivo – **15%**

PERÚ

- Desarrollar una mejor estrategia para mejorar resultados – **24%**
- Ganar mercado en un ambiente competitivo – **17%**

PageExecutive
MichaelPage
PageInterim
PagePersonnel

Part of
PageGroup

Page Executive

Ciudad de México
Reforma #115 piso 10, Lomas de Chapultepec
C.P. 11000
t: +52 (55) 5201-7110

pageexecutive.com

Michael Page

Ciudad de México
Reforma #115 piso 10, Lomas de Chapultepec
C.P. 11000
t: +52 (55) 5284-5770

Monterrey
José Clemente Orozco #329 piso 28,
Valle Oriente C.P. 66278
San Pedro Garza García, Nuevo León
t: +52 (81) 4162-0900

michaelpage.com.mx

Page Interim | Page Personnel

Ciudad de México
Newton #293 piso 4, Polanco
C.P. 11570
t: +52 (55) 9178-6790

pagepersonnel.com.mx