

Perspectivas 2022



gmss-asociados.com.mx



negocios@gmss-asociados.com.mx



55 7987 3360
55 9131 9674



INTRODUCCIÓN

Según el Estudio de Perspectivas 2022 demostró las tendencias consideradas por los entes decisores de las organizaciones en el proceso de readaptación tras la pandemia.

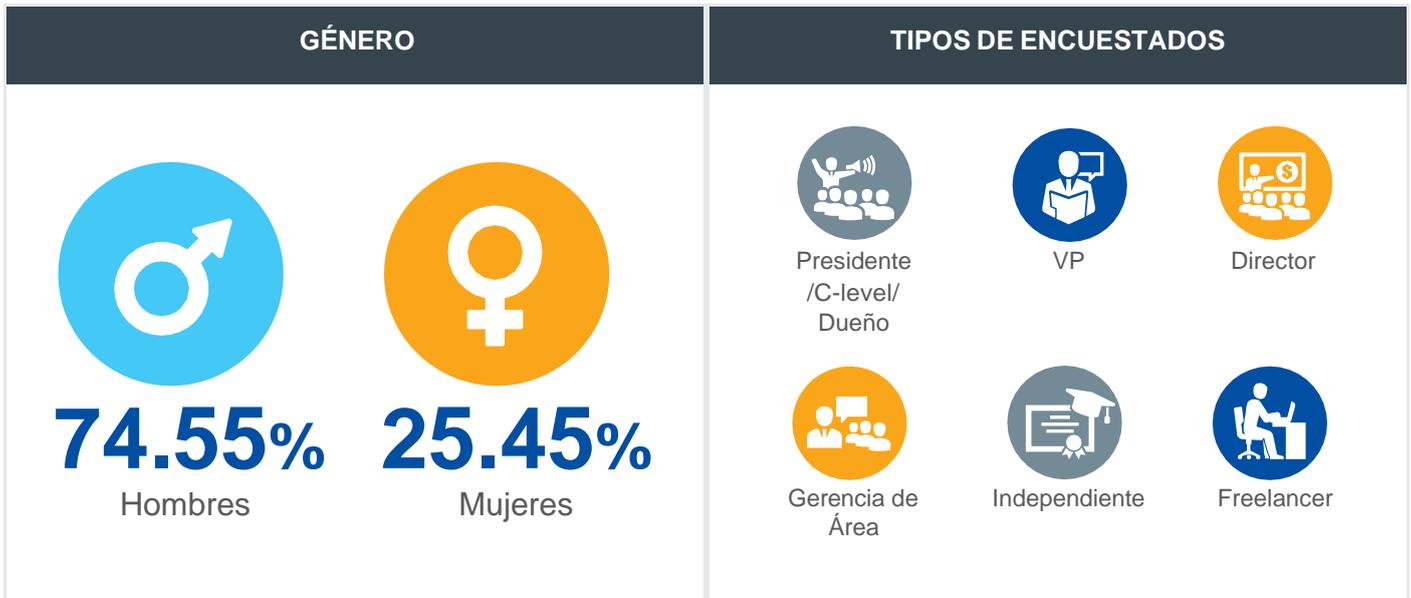
El estudio recoge las respuestas de cerca de 3.000 empleados de diferentes empresas y sectores a las grandes tendencias del talento en América Latina, mientras la nueva normalidad sigue entrando en nuestro día a día, donde al mismo tiempo surgen nuevas necesidades tanto de las organizaciones como de los colaboradores.

Los datos fueron recopilados entre septiembre y octubre de 2021 y las respuestas fueron proporcionadas principalmente por líderes de instituciones privadas y de capital mixto. Los temas cubiertos son relevantes para las tendencias laborales que estamos viendo en este panorama, con un enfoque en los mercados en crecimiento en crecimiento, patrones típicos de jerarquía cabeza a cabeza, regreso gradual a la oficina, métodos de pago adicionales y perfiles más demandados en el mercado latinoamericano.

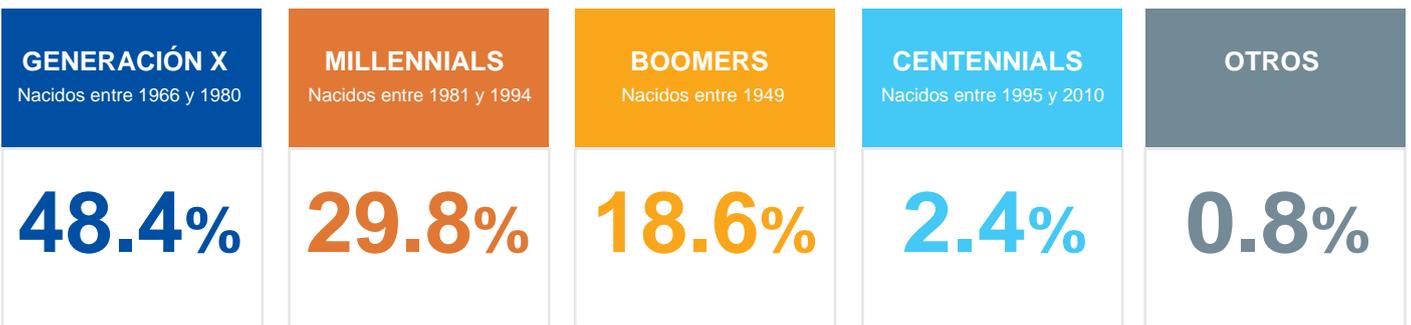


PAÍSES QUE PARTICIPARON EN EL ESTUDIO:





PERFIL GENERACIONAL DE LOS ENCUESTADOS



FACTURACIÓN ANUAL

Hasta USD\$100 millones	64.1%
Hasta USD\$500 millones	19.2%
Hasta USD\$1 billón	6.4%
Mayor a USD\$1 billón	10.3%



EL TALENTO QUIERE ESCUCHAR NUEVAS OPORTUNIDADES

Venciendo la etapa más crítica de la contingencia sanitaria. La *nueva normalidad* se impone, con una morfología diferente a la que se presentaba al cierre de 2020. El hecho es que una gran parte de la población latinoamericana tiene acceso a esquemas de vacunación —aplicados al menos parcialmente— permite que la realidad laboral tenga un horizonte alentador.

Si bien la mayoría de los encuestados no se encuentra activamente buscando otro empleo, el 53.3% está abierto a escuchar ofertas; es el caso de Argentina, Brasil y Perú, en donde casi cuatro de cada diez participantes así lo indican. Esto se deriva de la necesidad de continuar el desarrollo profesional en otros lugares de trabajo, ya sea por razones salariales o no, lo que indica que el compromiso es actualmente relativamente bajo en las organizaciones a las que se unen.

QUOTE

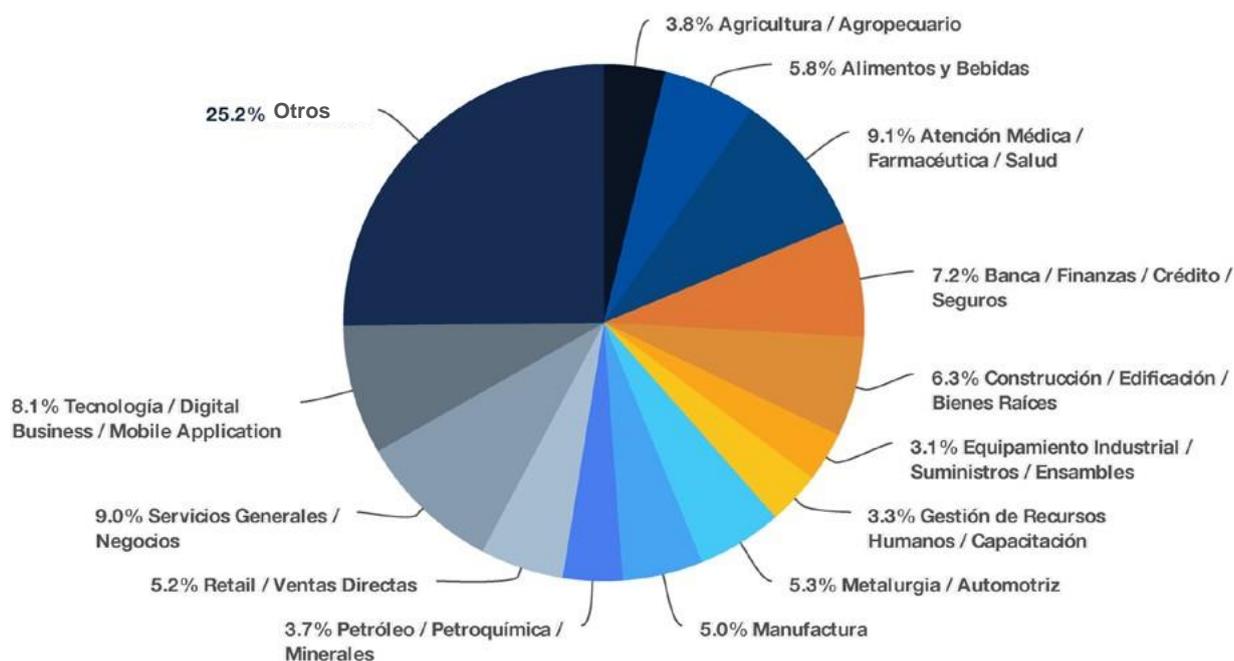
Es importante señalar que gran parte de quienes participaron en el estudio trabaja para empresas multinacionales o con capital privado nacional.

7.10

de

pertenecen a empresas que facturan hasta 100 millones de dólares por año.

INDUSTRIAS A LAS QUE PERTENECEN LAS COMPAÑÍAS DE LOS ENCUESTADOS POR PAÍS



RETENCIÓN DE TALENTO

Las prestaciones atractivas de la mano de una remuneración competitiva son la principal estrategia que las empresas implementan para retener al talento (43.1%), seguida de las oportunidades de aprendizaje y desarrollo (40.3%). Los acuerdos de trabajo flexible (22.7%) se han convertido en un beneficio muy valorado a partir de la pandemia en toda América Latina y hoy es muy apreciado por quienes participaron en la encuesta.

TOP 3 ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN DE TALENTO



1. Remuneración competitiva
2. Oportunidades de aprendizaje y desarrollo
3. Acuerdos de trabajo flexible





HORIZONTES DEL MERCADO EMERGENTE LATINOAMERICANO

Una constante que se observa en todos los países es que **el sector de Tecnología es considerado como el foco que tendrán los mercados emergentes durante 2022**; casi ocho de cada diez participantes así lo afirmaron. El sector de Salud y Ciencias de la Vida lo secunda. Se trata de dos áreas de gran importancia en el contexto de un mundo sacudido por la pandemia, que se ha vuelto muy dependiente de la tecnología para sobrevivir. Además, la inevitable combinación de las dos industrias representa un gran mercado potencial. En cambio, el sector bancario recibirá la menor atención en 2022, según la muestra.

Si bien la huella del sector tecnológico es indiscutible, solo el 17,4% de los encuestados pertenecen a startups (startups) que están creciendo exponencialmente; Sin embargo, alrededor del 30% de ellos mantienen alianzas o afiliaciones con ellos, y se destacan Brasil, Argentina y Perú en ese orden **Casi el 30% de las organizaciones en**

América Latina mantiene alianzas y/o asociaciones con startups.

La implementación de Inteligencia Artificial o Machine Learning aún no es la regla en todos los países

estudiados. Sin embargo, todas aquellas empresas que sí las utilizan actualmente lo hacen con el fin de automatizar procesos (80.7%), incluir el uso de asistentes virtuales o chatbots (43.3%) y facilitar el procesamiento de big data (42.2%).

Tampoco es probable que las compañías incorporen este tipo de tecnologías en los próximos 12 meses, excepto en el caso de Chile, donde cerca del 50% indica una alta probabilidad de inclusión. El motivo de la negativa se debe principalmente a la lógica económica, ya que la integración de este tipo de tecnología incrementará significativamente los costos de las empresas (45,1%); Además, el segundo obstáculo que plantean los directivos tiene que ver con la escasez de talento formado para asumir este tipo de funciones (33,3%).

QUOTE

6.10
de

ejecutivos aseguran que sus organizaciones aumentarán la inversión en tecnología o en herramientas digitales en 2022.

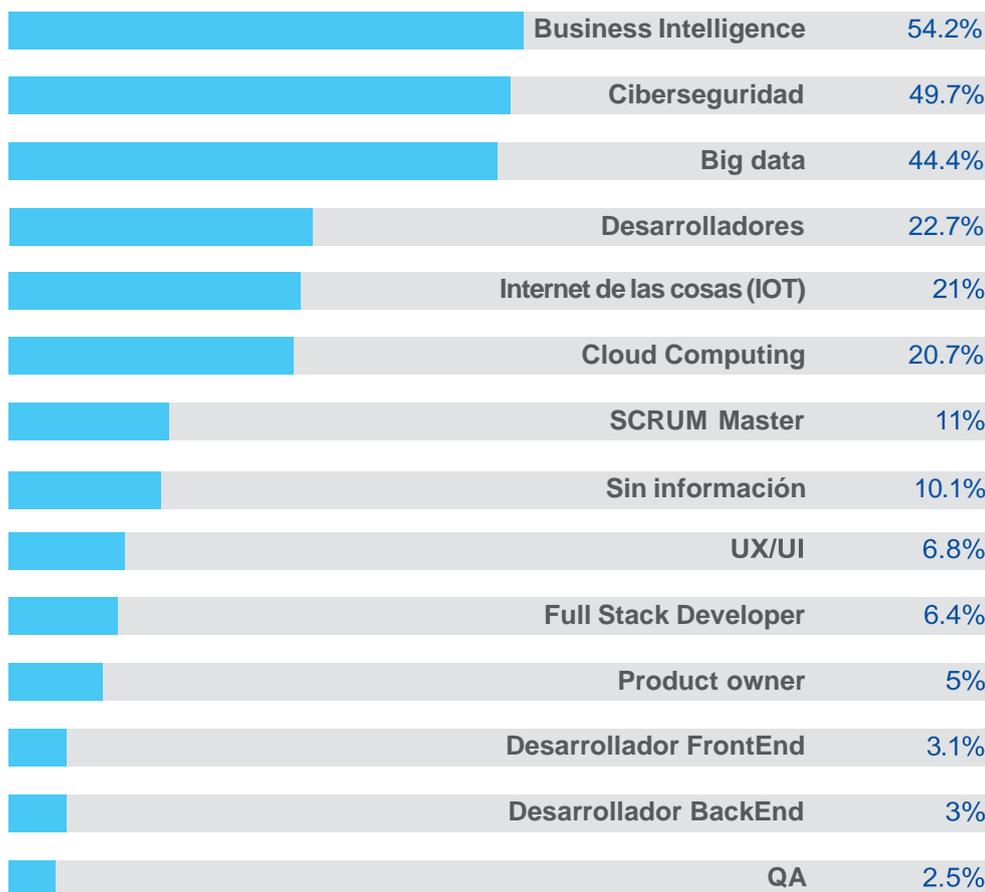


TECNOLOGÍA Y SALUD: LOS DINAMOS DE LA ECONOMÍA ACTUAL

Con la enorme y creciente cantidad de información que las organizaciones crean y administran a diario, el almacenamiento en la nube se ha convertido en un importante objetivo de inversión en tecnología en la mayoría de los países encuestados. Las herramientas de comunicación y CRM (Customer Relationship Management) también son suficientes.

Esta necesidad de las empresas de trabajar constantemente con grandes cantidades de datos hace que en el sector tecnológico la protección de datos sea fundamental. No es casualidad que este sea el tema más comentado en todos los países, seguido del análisis y visualización de datos.

¿Cuáles crees que serán los perfiles de tecnología más demandados en 2022?



Perfiles de tecnología más demandados en 2022:

Business Intelligence

54.2%

Ciberseguridad

49.7%

Big data

44.4%



La industria de la Salud

La otra gran prioridad de las organizaciones para 2022 es la salud. Los perfiles más demandados en América Latina están claramente marcados. Las tres respuestas más frecuentes estuvieron asociadas nuevamente a data: (i) analista de datos, así como especialistas tanto en (ii) inteligencia artificial como en (iii) biotecnología, siendo este último de particular interés en países como Perú y Argentina. Asimismo, en lo que refiere a inteligencia artificial, destacan Chile y Colombia.

Los perfiles profesionales del área de la salud están encabezados por análisis de datos (37%), inteligencia artificial (38.7%) y biotecnología (38.4%).

La tendencia que dominará a la industria de la salud en cuanto a recursos humanos será la **contratación de nuevo personal por potencial y competencias** por encima de la movilidad de talento interno y capacitación.

La llegada del Covid-19 ha obligado a la industria de la salud a digitalizarse a un ritmo sin precedentes, colocando las comunicaciones virtuales, evaluadas a través de métodos prácticos como la telemedicina, como habilidades clave en el perfil laboral de la industria, seguidas de una visión integral de paciencia y adaptabilidad.

Es probable que los sectores de tecnología y TI experimenten un aumento en el empleo el próximo año, según las respuestas de los encuestados, así como en los sectores de comercio y ventas, particularmente en países como México y Perú.

Top 5 soft skills más requeridas en 2022



Adaptabilidad



Pensamiento creativo



Trabajo en equipo



Inteligencia emocional



Resiliencia

QUOTE

La agilidad y la motivación son fundamentales para tener grupos entretenidos y entusiasmados. Esto implica poner atención en situaciones particulares que podemos observar y rápidamente ocuparse de la misma. Los líderes en esta industria tienen que ser creativos y tener iniciativa para atender los desafíos del sector. **Karina Giorno. Gerente de Software Factory y Quality Assurance - Grupo Boldt, Argentina.**



EL MODELO HÍBRIDO EN LA NUEVA NORMALIDAD

Esta etapa pospandemia ha traído consigo un cambio importante en la forma de trabajar de las organizaciones en América Latina y el mundo, ya que ningún país escapa de esta realidad. Luego de que el trabajo remoto protagonizara los modelos de trabajo durante todo el 2020, la vuelta a la oficina se ha llevado a cabo de forma parcial en todos los países que constituyen parte del estudio.

Por otro lado, menos del 20% de los encuestados parece seguir trabajando íntegramente desde casa, mientras que el número de personas que regresan a un modelo presencial es del 37,5%. Brasil lidera el camino, con el mayor porcentaje de colaboradores en un programa en vivo, aunque por etapas. El 44,3% dijo trabajar de manera combinada o mixta.

QUOTE

“La cercanía, empatía, flexibilidad, y transparencia son palabras clave para lograr trabajar en un esquema híbrido de forma exitosa. El trabajo se basa en la confianza y en la claridad de los objetivos; el mensaje constante se orienta a reforzar que puedes contar con el apoyo de tu manager. El trabajo por objetivos habilita, da libertad de acción y una fluidez relevante para potenciar el talento de nuestros asociados; comunicar adecuadamente dichos objetivos, así como la manera de medir su alcance, es básico.”

GERSON MONTIEL, Technology and SW Engineering Director en Walmart Global Tech, México.



Y es que haber pasado más de año y medio trabajando de forma exclusivamente remota dejó ver las dificultades que implica para una organización, por un lado, abandonar físicamente la oficina, y por el otro, volver a una rutina presencial. Es entonces cuando se presentan los **desafíos organizacionales del esquema híbrido**, que contemplan mantener una comunicación asertiva y fluida tanto con pares como con el equipo de trabajo, seguido por el reto de reorganizar los procesos. Principalmente en Colombia, la apuesta estuvo fuertemente asociada a mantener la cultura empresarial.

“Ha sido un desafío mantenernos en contacto y transmitir nuestras iniciativas y filosofía de la cultura organizacional. Parte de las estrategias que hemos manejado es mantener informados a nuestros empleados sobre nuestras iniciativas y decisiones, esto ha sido fundamental para que nos mantengamos alineados en nuestra cultura empresarial. Para nuestros nuevos empleados, contratados en pandemia, hemos establecido estrategias que nos mantengan unidos y enganchados con nuestra empresa. Así mismo, mantenemos nuestra cultura activa con nuestras actividades online y con conversaciones diarias con nuestros empleados. Sin embargo, sigue siendo un desafío.”

MARÍA ANDREA NÚÑEZ
Head of Human Resources
NSA en ROSEN Group



DESAFÍOS DEL MODELO HÍBRIDO



Comunicar asertivamente y en equipos de trabajo



Reorganizar procesos



Mantener la cultura empresarial

Muchas empresas todavía dudan sobre cómo operarán en el mediano plazo, reaccionando a la volatilidad del escenario de salud que se puede presentar. Sin embargo, el 40% de las organizaciones dicen que preferirían un modelo híbrido para 2022.



TOP 3 HABILIDADES CLAVE PARA EL LIDERAZGO HÍBRIDO

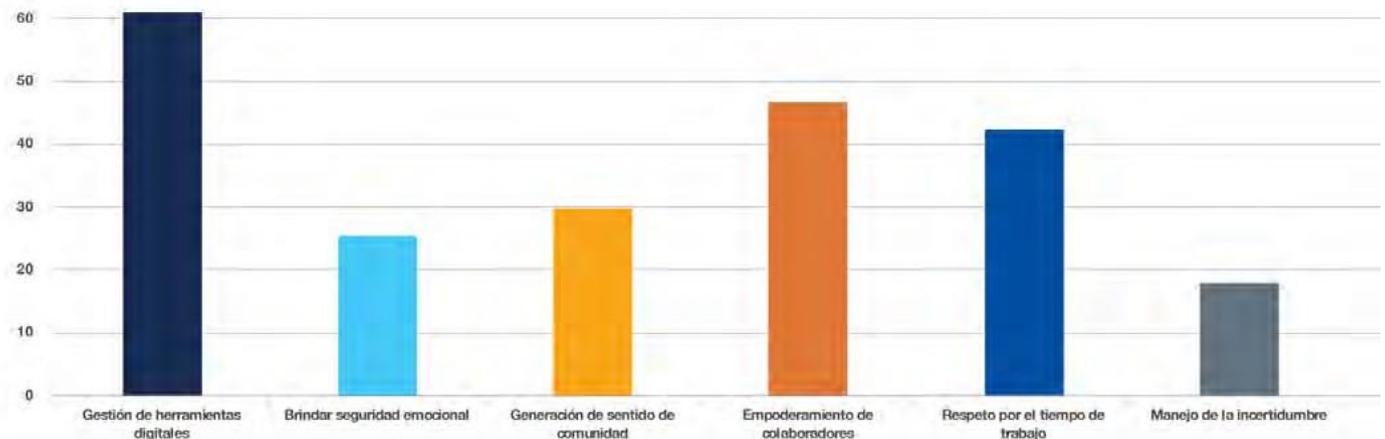
Gestión de herramientas digitales

Empoderamiento de colaboradores

Respeto por el tiempo de trabajo

Entre los determinantes que influyen en la decisión de preferir o no este arreglo, el factor más importante es la dinámica de interacción entre los grupos (46.1 %), seguido de la productividad (33.7 %), un criterio citado con frecuencia entre los encuestados mexicanos.

¿CUÁLES CREES QUE SON LAS TRES HABILIDADES CLAVES PARA EL LIDERAZGO HÍBRIDO?



QUOTE

Respecto a la gestión de nuevas herramientas digitales e implementación de cualquier tipo de tecnología en esquemas híbridos, **señala Mauricio Raby, Country Manager de Chile para Cox Energy América**, que “La compañía debe estar preparada. Como las empresas están formadas por personas, es clave que los trabajadores de la organización estén listos y comprometidos con el cambio tecnológico. Lo anterior debe ser respaldado fuertemente por los líderes de la empresa. La primera barrera para alcanzar la transformación digital creo que es la cultura organizacional, donde veo que muy pocas empresas están orientadas hacia ello. La segunda gran barrera es el tema de ciberseguridad, donde debemos avanzar para tener una transformación digital exitosa.



QUOTE

Uno de los principales aprendizajes que me ha dejado la pandemia es que la gente, a todo nivel, es capaz de autorregularse para trabajar de manera remota. Es un mito que no pueda hacerse. Con ciertos lineamientos y rituales se puede lograr y diría que hasta se puede ser más productivo. Por otro lado, ha salido a relucir que los peruanos somos solidarios, que nos apoyamos, y lo hemos visto en nuestra organización a través del soporte mutuo entre nuestros colaboradores

CEO UTP Gino Abam, Perú





NÓMADAS DIGITALES : TRABAJAR VIAJANDO O VIAJAR TRABAJANDO

Una de las ventajas del modelo híbrido es la posibilidad de viajar por todo el mundo sin interrumpir el trabajo. Esto se llama el nómada digital, y es un concepto que se ha vuelto muy popular en los últimos años, especialmente en el contexto de un lugar de trabajo más flexible.

Casi todos los encuestados dijeron que habían trabajado mientras viajaban al menos una vez; Además, más de la mitad cree que esta práctica rara vez reduce la productividad de los empleados. Esta distinción es significativa porque el 44% de las organizaciones tienen empleados que trabajan en un país diferente al de su casa matriz, destacándose Colombia con un porcentaje particularmente alto (57,6%).

Los colaboradores nómadas son aquellos que no tienen una residencia fija, sino que, al prestar sus servicios de forma remota, van cambiando de lugar de residencia.

La apertura de las organizaciones a los modelos indirectos se puede ver fácilmente al observar las respuestas sobre si los empleados son aceptados o no.

Nómada ningún país tiene una tasa de rechazo superior al 30%, y Perú es el país más abierto a este tipo de elección, con un 52,4% de respuestas positivas.

¿Qué sectores crees que están mejor preparados / más dispuestos al trabajo remoto?

Sectores	Porcentaje
 Banca / Finanzas / Crédito / Seguros	62%
 Marketing	50.1%
 Tecnología / Digital Business / Mobile Application	50%
 Gestión de Recursos Humanos / Capacitación	42.8%
 Medios / Publicidad / Relaciones Públicas	31%
 Entretenimiento	26.9%
 Telecomunicaciones	26%
 Importación Exportación / Servicios Comerciales	22.1%
 Servicios Generales / Negocios	12%
 Ingeniería / Electrónica	10.5%
 Retail / Ventas Directas	10.5%
 Logística / Abastecimiento	8.9%
 Aeronáutica / Transporte / Portuaria	7.9%
 Alimentos y Bebidas	5.5%
 Turismo / Hotelería	4.5%
 Insumos de Casa y Oficina	4.4%
 Equipamiento Industrial / Suministros / Ensamblés	3.2%
 Medio Ambiente	2.9%
 Agricultura / Agropecuario	2.1%
 Mensajería / Almacenamiento	1.8%
 Petróleo / Petroquímica / Minerales	1.8%
 Minería	1.4%
 Metalurgia / Automotriz	1%
 Manufactura	1%
 Químicos	0.8%
 Textiles y Ropa	0.7%
 Papel / Impresión / Empaque	0.4%



Respecto a los impedimentos de implementar esta modalidad, se esgrime que **“La barrera que veo es la propia cultura de las empresas que no están acostumbradas a trabajar en un modelo remoto, culturas que tienen el paradigma de que la productividad se traduce en tener a la gente trabajando en un determinado rango de horas, con un liderazgo presencial, sin autonomía, que hace microgestión”**; según indica Priscila Almeida, People Attraction de iFood Brasil.



El principal obstáculo para la aceptación nómada fue la cultura organizacional (35,6%), seguido de factores legales o laborales (26,4%). Casi todos los encuestados dijeron que quieren que su organización les permita operar desde cualquier parte del mundo y que crear equipos virtuales también es un método efectivo.

Mantener la cultura de la empresa con colegas cuando se trabaja de forma remota tampoco parece ser un problema para la mayoría de los encuestados, ya que en casi todos los países más del 60% de los participantes expresó que es posible a través de interacciones virtuales o en línea.

TOP 3 SECTORES MEJOR PREPARADOS/ DISPUESTOS PARA TRABAJAR SIENDO NÓMADAS DIGITALES



Banca/
Finanzas/
Crédito/
Seguros



Marketing



Tecnología/
Digital
Business/
Mobile
Application



BENEFICIOS LABORALES EN 2022: MÁS ALLÁ DEL SALARIO



Beneficios que las empresas planean implementar en los próximos 12 meses por país

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú
Horario flex	42.3%	52.3%	64.3%	55.7%	63.4%	48.5%
Capacitaciones in house	21%	27.7%	35.7%	21.3%	30.6%	30.3%
Política flexible de home office	39.5%	38.7%	57.1%	49.2%	61.2%	38.2%
Seguros de salud	48.8%	57.9%	71.4%	47.5%	76.9%	62%
Seguros no relacionados a la salud	6.3%	14.9%	14.3%	21.3%	12.7%	7%
Auto de la compañía	15.3%	20.4%	10.7%	16.4%	51.5%	9.7%
Bonos	36.7%	40.6%	50%	59%	63.4%	36.4%
Acceso a acciones de la compañía	4.8%	8.1%	14.3%	8.2%	6%	3.6%
Pago o copago de membresía	2.2%	2.5%	0%	3.3%	0.7%	1.8%
Gastos en tarjeta corporativa	9.3%	10.3%	10.7%	13.1%	17.9%	8.5%
Ninguno de los anteriores	21.8%	15.7%	3.6%	8.2%	2.2%	14.6%

* Las respuestas obtenidas en Panamá en esta pregunta fueron muy escasas y no conforman una muestra representativa, es por ello que no fueron agregadas a la tabla.

TOP 3 BENEFICIOS DEL 2022



Actualización o aumento salarial periódico



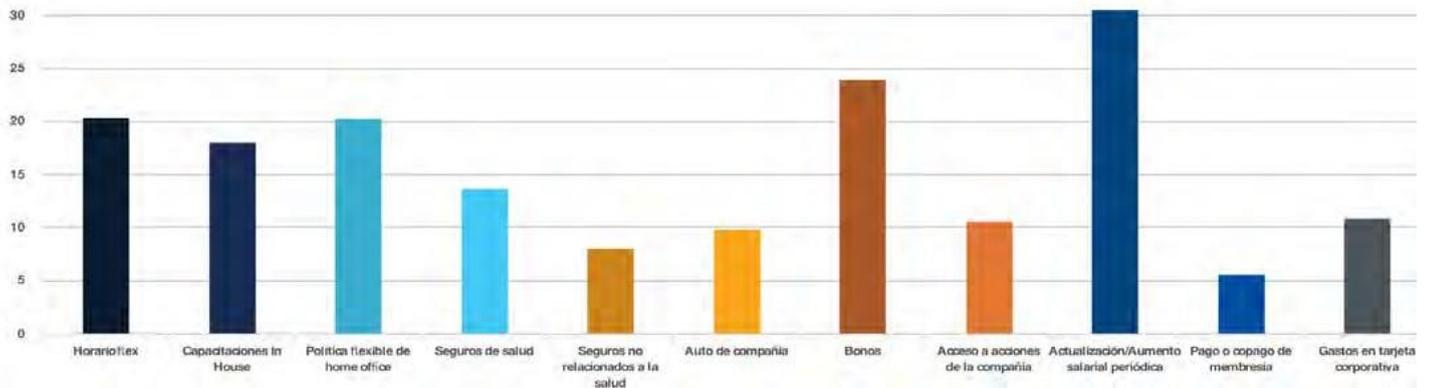
Bonos



Política flexible de home office u horario flexible



¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES BENEFICIOS PIENSA IMPLEMENTAR EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES?



En este momento los beneficios más demandados son el salario emocional, home office y bonos. En nuestro caso, el horario flexible ya está establecido en prespecialidad. Existen diferencias, los tiempos han cambiado y con la pandemia, las expectativas de nuestros trabajadores, en lo que refiere a la forma y manera de trabajar, son otras. Considero que el bienestar emocional y mental de nuestros empleados es una de las demandas más frecuentes; asegura María Andrea Nunez, Head of Human Resources NSA en ROSEN Group



CONCLUSIONES

LLEVAR EL COMPROMISO CON EL TALENTO COMO BANDERA

La contingencia sanitaria que devino del COVID-19 representó una gran oportunidad para generar una necesaria reflexión al interior de las organizaciones sobre cómo se trabaja efectivamente, cuáles son las prioridades que se deben tener cuenta para garantizar el funcionamiento adecuado de las empresas, así como para **mantener el bienestar del talento**.

1. LOS PADRES DE LOS PANDEMIALS

Como todos sabemos, la tendencia general de que las mamás se tomen más días libres no ha cambiado. Licencia por maternidad de los padres, el número de días laborables depende de la normativa laboral de cada país o de la política interna de la organización. Lo nuevo es que, con los años, los padres también pueden aprovechar esta función. Los encuestados dijeron que el número de días oscilaba entre 5 y 15.

Destaca el caso de Chile con un 25,9% de encuestados que afirman que su organización otorga licencias de maternidad y paternidad por igual. En este país también hay organizaciones que especifican la licencia de maternidad más larga de hasta 180 días.

“La política que tenemos hoy en día sobre el permiso de maternidad para las mujeres se construyó hace mucho tiempo, en un contexto de familias tradicionales. El contexto actual exige una revisión de estas normas previamente establecidas y observo que el mercado está adoptando de forma independiente acciones de inclusión para diferentes grupos.” Priscila Almeida, People Atraction de iFood Brasil

TOP 3

Países con más días de licencia por paternidad



Chile: hasta 180 días



Colombia: hasta 150 días



México: hasta 30 días

2. LA INCLUSIÓN ES UN MUST-HAVE

Una lección importante respecto a las empresas se han dado cuenta de que los entornos virtuales permiten una práctica más inclusiva. En todos los países observados, más de la mitad de los empleados cree que la brujería fomentará el empleo de personas con discapacidad para 2022. En Chile, Colombia, Perú y México, casi el 40 % de los encuestados dijo que era “muy probable” que esto aumentara la empleabilidad de las personas con discapacidad al 2022 en su institución.





3. LAS INICIATIVAS SUSTENTABLES DE LAS ORGANIZACIONES

En América Latina, el compromiso organizacional con iniciativas verdes está creciendo y se está volviendo más visible. El conocimiento de las posibles consecuencias del cambio climático ha llevado a muchas empresas a tomar medidas concretas.

Las más comunes son el uso sostenible de los recursos (40%) y la reducción de plásticos (35,7%), aunque también se involucran compromisos con comunidades vulnerables (30%). México es el país con más empresas implementando estas autorizaciones, mientras que Argentina es el país con menos.

QUOTE

Poder conectar el propósito personal de los colaboradores con los principios y valores de la organización genera una gran sinergia para la salud organizacional. El clima laboral se torna aún más agradable, los desafíos se encaran con mayor motivación y como consecuencia los resultados se alcanzan de manera más eficiente y son incluso más duraderos en el tiempo. En este sentido, apoyar a las comunidades de las que formamos parte trabajando codo-a-codo con diferentes ONG en acciones de Responsabilidad Social Empresaria se transformó en un activo extremadamente valioso. **Rodrigo Hermida - Gerente General - Thompson Reuters, Argentina.**



Brasil, Chile, México y Perú son los cuatro países en los que los colaboradores afirmaron con mayor frecuencia tener conocimiento sobre los objetivos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para el nuevo milenio sobre medio ambiente, sustentabilidad y gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

En este sentido, Priscila Almeida, People Attraction de iFoodBrasil indica que **“En general, el mercado ha buscado comprometerse con la sustentabilidad, ya sea como una forma de mantener sus actividades, o porque la gente está cada vez más comprometida con esta causa y desvaloriza a las empresas que no tienen acciones de sustentabilidad.”**

Cabe señalar que en la mayoría de los países, los encuestados no sabían si su organización cumplía con las metas de las Naciones Unidas, con la excepción de Brasil y Colombia, con la excepción de México..

Lo que sí está claro es que para los participantes en todos los países, es conveniente que la empresa invierta en objetivos de esta naturaleza.

4. ACCIONES PARA GENERAR MAYOR COMPROMISO

En todos los países observados en esta encuesta, el objetivo del liderazgo para 2022 es aumentar el compromiso y la motivación de los empleados, luego aumentar la transparencia y optimizar la comunicación.

Centrarse en la salud y la seguridad de los empleados es ahora una de las tres principales prioridades de la empresa, antes de generar ingresos.

Tras la pandemia, el trabajo es uno de los aspectos más golpeados en la vida de las personas. Organizaciones de todo el mundo, especialmente las de América Latina, tienen la oportunidad de pensar en las mejores formas de trabajar, las formas más efectivas de colaborar y dónde invertir en el próximo año.

La adopción de modelos híbridos y la integración de nuevas tecnologías está surgiendo como tendencia en las finanzas humanas en los siete países donde se realizó esta investigación.

Referencias

Michael Page (2022) Estudios de perspectivas LATAM

Con comentarios de

Karina Giorno. Gerente de Software Factory y Quality Assurance

GERSON MONTIEL, Technology and SW Engineering

Mauricio Raby, Country Manager

Priscila Almeida, People Atraction de iFood Brasil.

María AndreaNunez, Head of Human Resources NSA en ROSEN Group



GMS Y ASOCIADOS
FIRMA CONTABLE, FISCAL, FINANCIERA
Y JURÍDICA



gms-asociados.com.mx



negocios@gms-asociados.com.mx



55 7987 3360
55 9131 9674



gmss-asociados.com.mx



negocios@gmss-asociados.com.mx



55 7987 3360

55 1826 5121



55 9131 9674