

**MAPA DE PERSPECTIVAS
ECONÔMICAS E
PROFISSIONAIS
2016**

PageGroup

Worldwide leaders in specialist recruitment

ÍNDICE

EDITORIAL	3
METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO	4
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	5
O CENÁRIO MACROECONÔMICO	6
INVESTIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES	8
PLANO DE CONTRATAÇÕES	10
PLANO DE CARREIRA	12
PRIORIDADES REGIONAIS DE CARREIRA	12
DESAFIOS PARA CRESCER EM 2016	14

EDITORIAL:

Ao passar dos anos as companhias tem se dado a tarefa de conhecer seu mercado mais a fundo, visando formular hipóteses sobre o que vai acontecer nos próximos meses e atuar de maneira oportuna e estratégica. Com a análise correta é possível se antecipar às mudanças socioeconômicas e se não evitar seus impactos em totalidade, pelo menos diminuir seus impactos junto ao desempenho da companhia.

Neste contexto, para o ano que se inicia, existem grandes tendências que determinarão o comportamento geral das companhias no âmbito empregatício e profissional, tais como indicadores macroeconômicos, investimentos, contratações, planos de carreira e outras.

Diante deste cenário surgem então as seguintes perguntas: Devemos aumentar nossos investimentos? Quais áreas ou setores devemos investir na busca e contratação de talentos? Ou quais são as prioridades da nossa companhia e como elas afetam os profissionais em seus planos de carreira?

Reunimos informações para analisar as expectativas de 6222 profissionais na América Latina, através da 3ª Edição do nosso Mapeamento de Perspectivas Econômicas e Profissionais para o ano de 2016, com o objetivo de explorar as diferentes mudanças, transições e temas que deverão estar na agenda de prioridades dos empregadores.

Boa leitura!

Atenciosamente,

Equipe PageGroup

METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO:

Durante o mês de dezembro de 2015 realizamos uma pesquisa, sem valor estatístico, com 6222 executivos em altos cargos de gestão que trabalham tanto em empresas nacionais como multinacionais em alguns países da América Latina onde o PageGroup tem operações fixas: ARGENTINA, BRASIL, CHILE, COLÔMBIA, MÉXICO e PERU. O questionário continha perguntas abertas e fechadas que nos proporcionaram valores qualitativos e quantitativos relevantes para o desenvolvimento de um panorama das perspectivas econômicas e profissionais da região.



56% empresas multinacionais

44% empresas nacionais

Divididas por tamanho/porte:

Muito Grande	Faturamento anual maior que US\$ 1 Bilhão	24%
Grande	Faturamento anual de até US\$ 1 Bilhão	14%
Médio	Faturamento anual maior que US\$500 milhões	24%
Pequeno	Faturamento anual de até US\$100 milhões	38%

PERFIL DOS ENTREVISTADOS:

34% dos entrevistados ocupam postos gerenciais



Nas áreas de **Vendas e Operações** estão a maioria dos entrevistados, o que demonstra um aumento dos profissionais que atuam em nichos dentro de suas empresas, se compararmos com o contingente analisado no ano passado.



VENDAS
21%



OPERAÇÕES
16%



FINANÇAS
13%



RECURSOS HUMANOS
12%



MARKETING
7%



TECNOLOGIA
5%



LOGÍSTICA
3%



JURÍDICO / LEGAL
1%



OUTROS
20%

O CENÁRIO MACROECONÔMICO:

A Colômbia é o país da América Latina menos otimista para 2016.

As percepções gerais na América Latina como um todo, se comparada com 2015, apontam certa desaceleração em seu crescimento quanto região. Mesmo que 58% dos entrevistados consideram que suas taxas básicas de juros de manterão estáveis em 2016.



Para 56% dos entrevistados da **COLÔMBIA** sua inflação aumentará em 2016, enquanto executivos do **MÉXICO** (49%) e **PERU** (42%) têm a perspectiva que seus países manterão a inflação similar ao do ano passado.

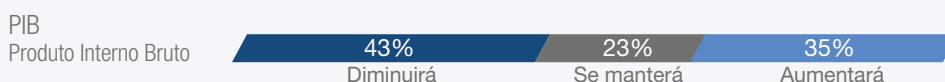
Para a **ARGENTINA**, seguem com a inflação como no ano passado, segundo 48% entrevistados, se tornando por mais um ano o país mais pessimista em relação aos índices da inflação.



O CENÁRIO MACROECONÔMICO NA AMÉRICA LATINA:

Os profissionais na América Latina se encontram receosos em relação a cotação do dólar e o índice de desemprego para os próximos meses do ano.

Em 2016 a AMÉRICA LATINA se encontra menos otimista em relação a performance de seu PIB de acordo com **43%** dos respondentes, contra 34% em 2015. **BRASIL** e **CHILE** são os menos otimistas com 61% e 41%, respectivamente, que acreditam na redução do PIB.



ARGENTINA é o país positivo onde 39% acredita no crescimento do PIB, enquanto **COLÔMBIA**, **MÉXICO** e **PERU** se mantêm conservadores provisionando um PIB flat para 2016.



59% dos executivos na AMÉRICA LATINA creem que a cotação do dólar será igual em 2016. O **BRASIL** é o mais otimista dos países sul-americanos, cerca de 13% acredita na diminuição da cotação do dólar. Na **COLÔMBIA** e no **PERU** estão os menos positivos, com 71% e 82% respectivamente.



COLÔMBIA e **PERU** consideram que manterão suas taxas de desemprego estáveis neste ano, enquanto que no **BRASIL** e **CHILE** a expectativa de aumento na taxa de desemprego é de 76% e 72%. O **MÉXICO** é o mais positivo entre todos com 54%.

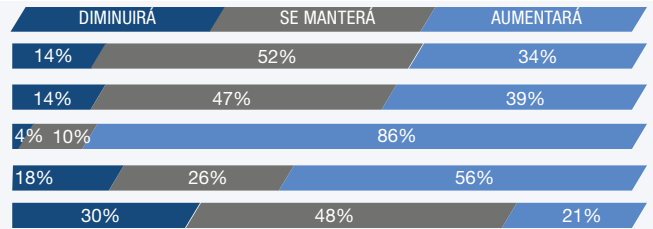
O CENÁRIO MACROECONÔMICO NACIONAL:

BRASIL e COLÔMBIA refletem menor otimismo a respeito da maioria dos indicadores econômicos.

AR

Os executivos se mantêm receosos em relação aos indicadores.

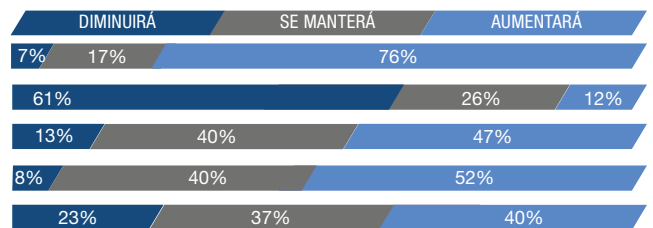
Índice de desemprego
 PIB – Produto Interno Bruto
 Cotação do Dólar
 Taxa de Juros
 Inflação



BR

Apresenta o menor otimismo dentre os indicadores consultados.

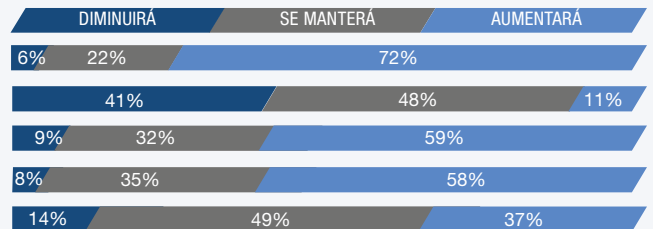
Índice de desemprego
 PIB – Produto Interno Bruto
 Cotação do Dólar
 Taxa de Juros
 Inflação



CH

Em comparação a 2015, demonstra estar menos otimista em relação a este ano.

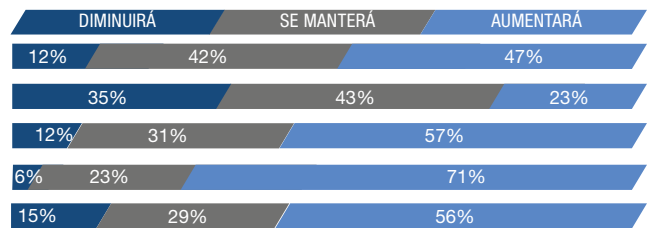
Índice de desemprego
 PIB – Produto Interno Bruto
 Cotação do Dólar
 Taxa de Juros
 Inflação



CO

Considera pouco favoráveis a taxa de juros e a cotação do dólar.

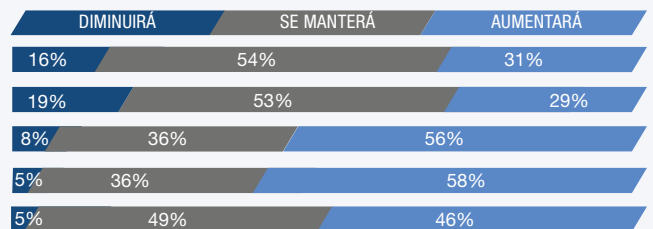
Índice de desemprego
 PIB – Produto Interno Bruto
 Cotação do Dólar
 Taxa de Juros
 Inflação



MX

É mais conservador, se comparado com 2015.

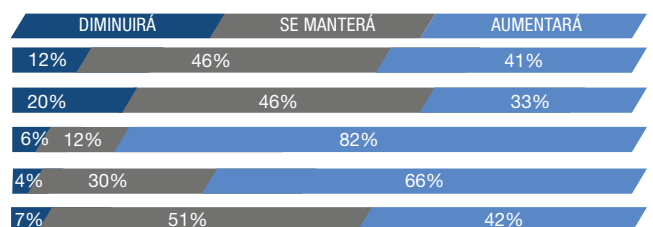
Índice de desemprego
 PIB – Produto Interno Bruto
 Cotação do Dólar
 Taxa de Juros
 Inflação



PE

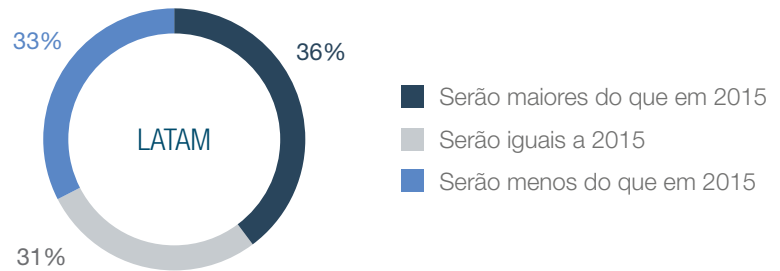
Se mantém conservador na maioria dos indicadores.

Índice de desemprego
 PIB – Produto Interno Bruto
 Cotação do Dólar
 Taxa de Juros
 Inflação



O INVESTIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES:

Quando o assunto é investimento, os profissionais entrevistados na AMÉRICA LATINA demonstraram certo balanço e incerteza quanto ao prognóstico sobre os próximos meses:



Este ano as tendências em relação aos investimentos entre os países da AMÉRICA LATINA são menos equilibradas que no ano passado. 23% dos executivos creem que o investimento será menor, 36% creem que ele se manterá nos mesmos níveis, enquanto cerca de 41% creem que aumentarão seus investimentos em 2016.

A diferença é que em 2016, o MÉXICO apresentou maior positividade em relação a seus investimentos para 2016, com 52%.

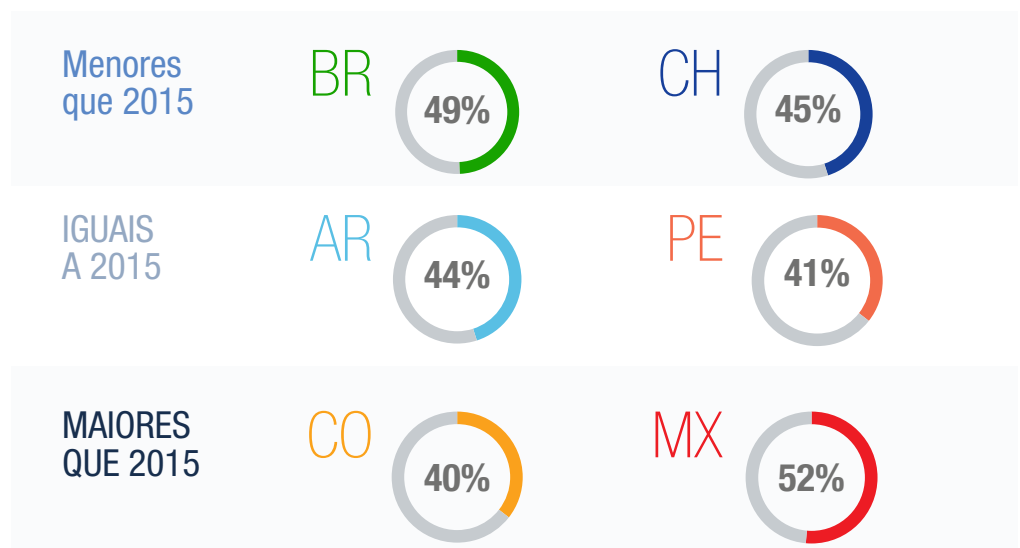
A ARGENTINA é o país mais conservador com cerca de 44% afirmando que seus investimentos se manterão iguais, enquanto BRASIL, COLÔMBIA, MÉXICO e CHILE estão em 31%.

No CHILE, novamente em comparação com 2015, 45% dos nossos entrevistados creem que suas empresas não investirão mais do que no ano passado.

No PERU, 41% asseguram que manterão os investimentos do ano passado.

No geral, os países da AMÉRICA LATINA se encontram divididos entre as percepções em relação a este tópico, sendo que MÉXICO e COLÔMBIA são os mais positivos, ARGENTINA e PERU os mais conservadores e BRASIL e CHILE os menos otimistas.

OS INVESTIMENTOS PROGRAMADOS PELA SUA EMPRESA PARA 2016, SE COMPARADOS COM 2015 SERÃO?



O INVESTIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES: Produtividade e capacidade operacional seguem sendo as prioridades das companhias neste ano.

A produtividade e capacidade operacional seguem sendo prioridades para as companhias.

Segundo nossos entrevistados, os principais investimentos das empresas neste ano serão em projetos para aumentar a produtividade e expansão da capacidade operacional.

Em comparação com 2015, a ordem de prioridades para as companhias, em sua maioria, permanece igual. Constatamos o aumento somente na área de Tecnologia da Informação, que ainda é seguido por Marketing e Recursos Humanos.

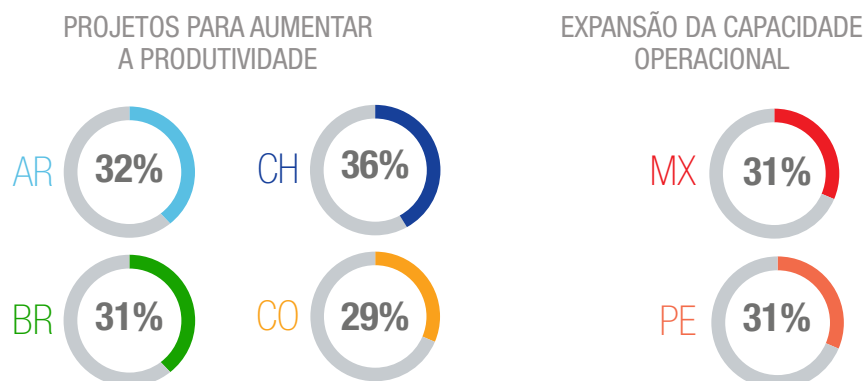


INVESTIMENTOS PRIORITÁRIOS POR PAÍS

Na **ARGENTINA**, **BRASIL** e **CHILE** seguem sendo prioridade projetos que aumentam a produtividade, ainda assim suas porcentagens baixaram se comparadas com o ano passado, para 32% e 36% respectivamente.

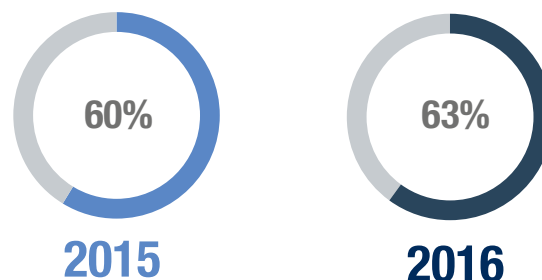
Considerando no **MÉXICO** a perspectiva de conservação dos índices de desemprego, leva-se então como prioridade para 31% a expansão da capacidade operacional, assim como no **PERU**.

Neste ano, 29% dos nossos entrevistados na **COLÔMBIA** consideram como prioridade os projetos que visam aumentar a produtividade. Já em 2015 visavam a expansão da capacidade operacional.



PLANO DE CONTRATAÇÕES: Foco na produtividade

Perguntamos para as companhias pesquisadas se era parte de seus planos para 2016 contratar novos colaboradores. Para 63% dos executivos na América Latina a expansão do quadro de funcionários é uma prioridade.



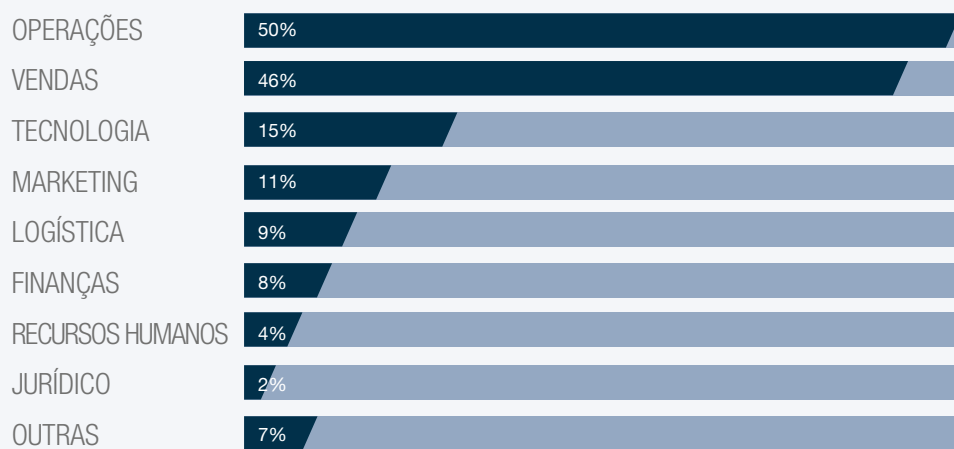
Em comparação a 2015, as companhias estão mais otimistas em relação ao seu desejo de expansão do quadro de funcionários.

ÁREAS DE DESTAQUE PARA CONTRATAÇÕES

As áreas em destaque na AMÉRICA LATINA para contratações futuras se mantêm iguais em 2015.

De novo em 2016, 50% dos entrevistados na AMÉRICA LATINA afirmam que a área de operações é a que terá maior destaque e demanda para expansão.

A área de vendas aparece em segundo lugar com 46% dos entrevistados, seguida de tecnologia com 15%, 9% a mais do que em 2015.



PLANO DE CONTRATAÇÕES:

Foco na produtividade

AR

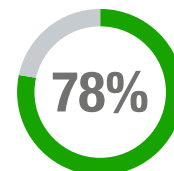


não reduzirá sua equipe de trabalho no primeiro semestre de 2016.

Áreas que destacan:

Operações 55%
Vendas 36%
Tecnologia 20%

BR

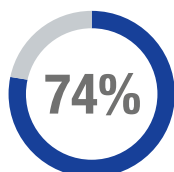


não pretende contratar em 2016 ou não têm planos de expansão para o seu time.

Áreas que destacan:

Vendas 44%
Operações 36%
Tecnologia 19%

CH

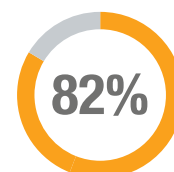


planejam contratar no primeiro semestre de 2016.

Áreas que destacan:

Operações 52%
Vendas 44%
Tecnologia 17%

CO

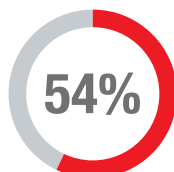


não reduzirão sua equipe de trabalho no primeiro semestre de 2016.

Áreas que destacan:

Vendas 56%
Operações 46%
Tecnologia 18%

MX

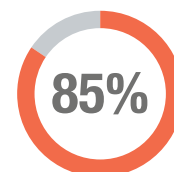


têm planos para expandir sua equipe de trabalho

Áreas que destacan:

Operações 54%
Vendas 44%
Tecnologia 10%

PE



não reduzirá sua equipe no primeiro semestre de 2016.

Áreas que destacan:

Operações 59%
Vendas 49%
Marketing 16%

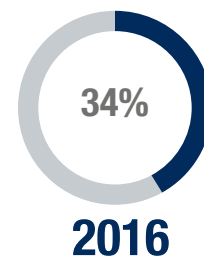
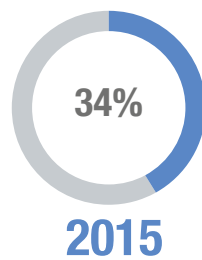
PLANO DE CARREIRA:

Ganhar experiência

Os executivos responderam a pesquisa sobre os seus planos de carreira em 2016 e 34% afirmaram que permanecerão na empresa onde trabalham hoje, acumulando experiência em suas funções.



Acumular experiência na mesma empresa e posição atual



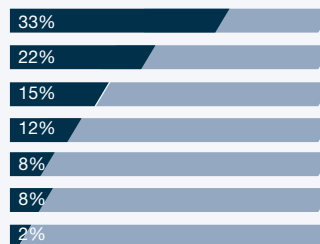
PRIORIDADES REGIONAIS DE CARREIRA

- **BRASIL** e **CHILE** consideram como segunda prioridade de carreira buscar novas oportunidades no mercado, em um setor diferente.
- No **PERU**, 15% percebem com o mesmo nível de importância a busca por novas oportunidades no mercado em um mesmo setor, explorar novas áreas e investir na educação.
- **BRASIL** e **MÉXICO** consideram com 10% a importância de investir na evolução acadêmica.

PRIORIDADES REGIONAIS DE CARREIRA:

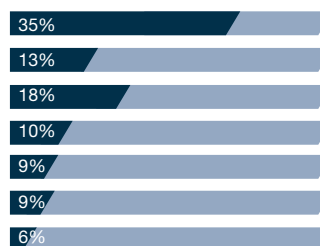
AR

Acumular experiência na mesma empresa e posição atual
 Buscar novas oportunidades no mercado, no mesmo setor
 Buscar oportunidades no mercado, em um setor diferente
 Investir em desenvolvimento acadêmico
 Movimentar-se internamente em sua empresa
 Ser promovido
 Empreender no seu próprio negócio



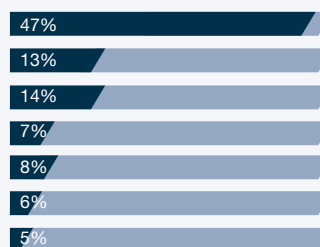
BR

Acumular experiência na mesma empresa e posição atual
 Buscar novas oportunidades no mercado, no mesmo setor
 Buscar oportunidades no mercado, em um setor diferente
 Investir em desenvolvimento acadêmico
 Movimentar-se internamente em sua empresa
 Ser promovido
 Empreender no seu próprio negócio



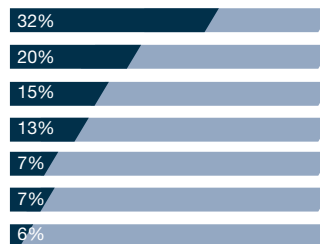
CH

Acumular experiência na mesma empresa e posição atual
 Buscar novas oportunidades no mercado, no mesmo setor
 Buscar oportunidades no mercado, em um setor diferente
 Investir em desenvolvimento acadêmico
 Movimentar-se internamente em sua empresa
 Ser promovido
 Empreender no seu próprio negócio



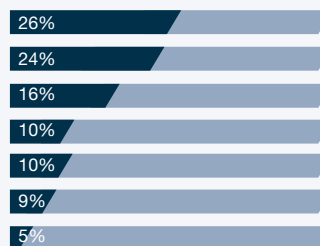
CO

Acumular experiência na mesma empresa e posição atual
 Buscar novas oportunidades no mercado, no mesmo setor
 Buscar oportunidades no mercado, em um setor diferente
 Investir em desenvolvimento acadêmico
 Movimentar-se internamente em sua empresa
 Ser promovido
 Empreender no seu próprio negócio



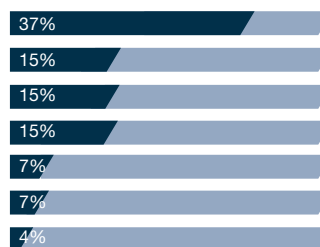
MX

Acumular experiência na mesma empresa e posição atual
 Buscar novas oportunidades no mercado, no mesmo setor
 Buscar oportunidades no mercado, em um setor diferente
 Investir em desenvolvimento acadêmico
 Movimentar-se internamente em sua empresa
 Ser promovido
 Empreender no seu próprio negócio



PE

Acumular experiência na mesma empresa e posição atual
 Buscar novas oportunidades no mercado, no mesmo setor
 Buscar oportunidades no mercado, em um setor diferente
 Investir em desenvolvimento acadêmico
 Movimentar-se internamente em sua empresa
 Ser promovido
 Empreender no seu próprio negócio

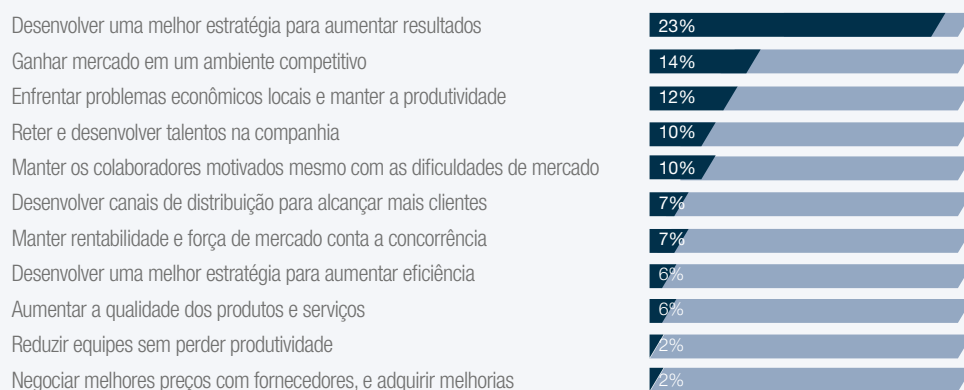


DESAFIOS PARA CRESCER EM 2016:

Desenvolver uma melhor estratégia para melhorar os resultados e ganhar participação de mercado em um ambiente competitivo

Todos os países da AMÉRICA LATINA consideram que o desenvolvimento de uma melhor estratégia para desenvolver resultados é seu maior desafio.

- 20% dos **brasileiros** entrevistados, consideram que enfrentar problemas econômicos locais é seu segundo desafio mais importante para os próximos meses. Enquanto **MÉXICO** e **PERU** consideram que ganhar mercado em um ambiente competitivo é um dos seus principais desafios com 15% e 17% respectivamente.
- Manter seus colaboradores motivados enquanto dificuldades econômicas e mercadológicas são enfrentadas, e desenvolver canais de distribuição para alcançar mais clientes também foram mencionados por 10% dos entrevistados.



DESAFIOS POR PAÍS

ARGENTINA

- Desenvolver uma melhor estratégia para aumentar resultados – **18%**
- Ganhar mercado em um ambiente competitivo – **14%**

BRASIL

- Desenvolver uma melhor estratégia para aumentar resultados – **20%**
- Enfrentar problemas econômicos locais e manter a produtividade – **20%**

CHILE

- Desenvolver uma melhor estratégia para aumentar resultados – **22%**
- Ganhar mercado em um ambiente competitivo – **14%**

COLOMBIA

- Desenvolver uma melhor estratégia para aumentar resultados – **25%**
- Ganhar mercado em um ambiente competitivo – **16%**

MÉXICO

- Desenvolver uma melhor estratégia para aumentar resultados – **28%**
- Ganhar mercado em um ambiente competitivo – **15%**

PERÚ

- Desenvolver uma melhor estratégia para aumentar resultados – **24%**
- Ganhar mercado em um ambiente competitivo – **17%**

PageExecutive
MichaelPage
PageInterim
PagePersonnel

Part of
PageGroup

Page Executive

Brasil (+55)
(11) 4505 6005 São Paulo
(21) 4502 6005 Rio de Janeiro
(41) 3906 9600 Curitiba

pageexecutive.com.br

Michael Page

Brasil (+55)
(11) 4505 6005 São Paulo
(21) 4502 6005 Rio de Janeiro
(19) 3345 6005 Campinas
(41) 3906 9600 Curitiba
(81) 2122 3061 Recife
(51) 3378 1066 Porto Alegre
Page Personnel | Page Interim

michaelpage.com.br

Page Interim | Page Personnel

Brasil (+55)
(11) 3956 9605 São Paulo
(21) 3907 1900 Rio de Janeiro
(19) 3345 6050 Campinas
(81) 3015 7400 Recife

pagepersonnel.com.br

Todos os direitos reservados.

Material desenvolvido pela área de Comunicação Corporativa, Busca e Conteúdo da PageGroup - América Latina. Publicação permitida, desde que a fonte seja citada.

Março de 2016