Global Insights

Perspectivas del Mundo Laboral en el Sector de Bienes y Servicios de Consumo 2025

ManpowerGroup®

Manpower® | Experis® | Talent Solutions

73% DE LAS EMPRESAS DE BIENES DE CONSUMO DE TODO EL MUNDO TIENEN DIFICULTADES PARA ENCONTRAR EL PERSONAL ESPECIALIZADO QUE NECESITAN

LOS TRABAJADORES DEL SECTOR DE BIENES DE CONSUMO SON LOS MÁS PROPENSOS A DECIR QUE ESTÁN CONSIDERANDO

NUEVAS OPORTUNIDADES LABORALES

63% DE LOS EMPLEADORES AFIRMAN QUE LAS CARENCIAS DE CALIFICACIONES SON SU MAYOR RETO HASTA EL AÑO 2030

Contenidos

TENDENCIA UNO

Acelerar la renovación

TENDENCIA DOS

Transformación CX

TENDENCIA TRES

Comprar resiliencia al por mayor

TENDENCIA CUATRO

Consumidores envían señales contradictorias

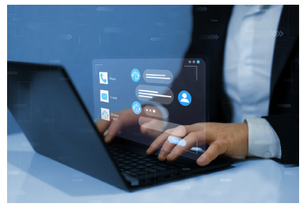
TENDENCIA CINCO

Un negocio sostenible sigue siendo un buen negocio

TENDENCIA SEIS

Compra inteligente de talento

INTRODUCCIÓN
TENDENCIA UNO
TENDENCIA DOS
TENDENCIA TRES
TENDENCIA CUATRO
TENDENCIA CINCO
TENDENCIA SEIS
CONCLUSIÓN



Las Perspectivas Globales del Sector de Bienes y Servicios de Consumo para 2025 son inciertas. A nivel macroeconómico, nos encontramos en medio de una reestructuración del *statu quo* económico mundial. Los líderes del Sector de Bienes y Servicios de Consumo tendrán que hacer frente a retos cotidianos como las interrupciones de la cadena de suministro, las presiones inflacionarias y el cambio de las preferencias de los consumidores hacia la sostenibilidad y el mundo digital. **Esta investigación de Global Insights World of Work examina el impacto en el futuro del trabajo a medida que las organizaciones priorizan la agilidad, la innovación y la transformación de la fuerza laboral.**

- ¿Cómo están reinventando las marcas globales sus estrategias de transformación digital para acelerar la innovación?
- ¿Cómo las tendencias globales como la incertidumbre geopolítica y la adopción de la IA están cambiando el futuro del comercio minorista?
- ¿Qué pueden hacer los líderes de negocio para garantizar el futuro de su planificación estratégica de la fuerza de trabajo a medida que se acelera el ritmo del cambio?

INTRODUCCIÓN
TENDENCIA UNO
TENDENCIA DOS
TENDENCIA TRES
TENDENCIA CUATRO
TENDENCIA CINCO
TENDENCIA SEIS
CONCLUSIÓN

Acelerar la Renovación

La industria global de bienes y servicios de consumo se encuentra en un momento crucial en el que la transformación empresarial no es sólo una opción, sino una necesidad. En una era marcada por los rápidos avances tecnológicos y la evolución de las expectativas de los consumidores, las empresas deben adoptar la innovación digital para seguir siendo competitivas. Esta transformación abarca la adopción de tecnologías de vanguardia como la Inteligencia Artificial (IA), el análisis de big data y el Internet de las Cosas (IoT), que agilizan las operaciones, mejoran la eficiencia de la cadena de suministro y ofrecen experiencias personalizadas a los consumidores.

- **Hay mucho en Juego:** Estudios recientes estiman que la IA generativa podría aumentar el valor de las herramientas tradicionales de IA entre un 15 y un 40%. Para el Sector Global de Bienes y Servicios de Consumo, la oportunidad se estima en un aumento entre 160 y 270 millones de dólares en ingresos anuales cada año.[1]

- **Un Cambio Obligatorio:** 42% de los Directores Ejecutivos cree que su empresa no será viable más allá de los próximos 10 años si no se reinventa.[2]

- **Atraer a los Trabajadores:** Los trabajadores de este sector están menos seguros que los demás sobre el futuro. Son los más propensos (36%) a afirmar que su empresa actual no les ofrece suficientes oportunidades profesionales.[3]

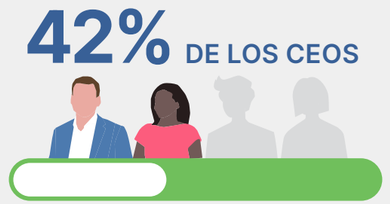
1. McKinsey 2. PwC 3. ManpowerGroup Global Talent Barometer 2024 4. World Economic Forum

Implicaciones Laborales:

- **Contratar y conservar una fuerza de trabajo innovadora será fundamental en los años de innovación disruptiva que se aproximan.**

- **Ampliar los esfuerzos para mantener una fuerza de trabajo calificada e innovadora seguirá siendo un desafío en el próximo año. 63% de los empleadores de todo el mundo afirman que la falta de personal calificado será su mayor obstáculo para la innovación hasta 2030.[4]**

- **A pesar de las crecientes necesidades, 39% de los trabajadores de este sector afirman haber recibido formación adicional en los últimos 6 meses. Mientras que 38% son los más propensos a afirmar que su función actual no forma parte de un plan de carrera.[3]**

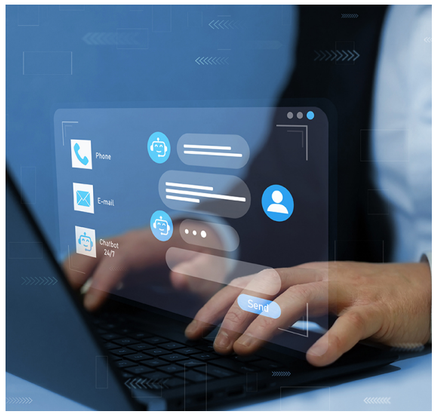


CREE QUE SU **EMPRESA NO SERÁ VIABLE** EN 10 AÑOS SI NO SE REINVENTA.[2]

INTRODUCCIÓN
TENDENCIA UNO
TENDENCIA DOS
TENDENCIA TRES
TENDENCIA CUATRO
TENDENCIA CINCO
TENDENCIA SEIS
CONCLUSIÓN

Transformación CX

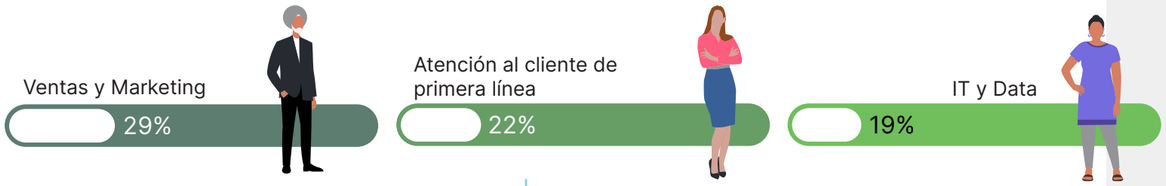
Para seguir siendo competitivas, las empresas de bienes de consumo deben hacer evolucionar la experiencia del cliente (CX). Esto requiere atraer y retener talento con experiencia en IA, análisis de datos y comercio omnicanal. Además, es vital fomentar una cultura de innovación continua y estrategias de fuerza de trabajo ágiles. Las empresas que se adapten proactivamente a estas tendencias no solo mejorarán la satisfacción del cliente, sino que también reforzarán su posición en la disputa por el talento, garantizando el crecimiento a largo plazo y el liderazgo del mercado.



- **Hípersonalización:** 71% de los consumidores espera que las empresas ofrezcan contenidos personalizados. De esos clientes, el 67% afirma sentirse frustrado cuando sus interacciones con las empresas no se adaptan a sus necesidades.[1]

- **Mezcla:** A medida que aumenta la frustración del consumidor global, las marcas están revisando su combinación de productos para responder a las cambiantes preferencias de los consumidores y, en algunos casos, ofrecer ofertas más premium. El 72% de los directivos de este sector afirma que reevaluará la combinación de productos para impulsar el crecimiento rentable en 2025.[2]

- **Se buscan vendedores:** A medida que las marcas de bienes y servicios de consumo de todo el mundo intentan mejorar la experiencia del cliente, afirman que las habilidades de Ventas y Marketing (29%), Atención al Cliente de Primera Línea (22%) y TI-Datos (19%) son las más difíciles de encontrar.[3]



Implicaciones Laborales:

- **A medida que la IA y la automatización reconfiguren las experiencias de los consumidores, se necesitarán las mismas competencias que, según los responsables de contratación del sector en todo el mundo, son las más difíciles de encontrar.**

- **Es crucial una mayor alineación entre los equipos de TI, marketing y cadena de suministro. Los empleadores deben promover una cultura basada en los datos para mejorar las experiencias de compra y agilizar las operaciones.**

- **A medida que las empresas recopilan y utilizan grandes cantidades de datos de consumidores para interacciones personalizadas, aumenta el riesgo de filtración de datos y de incumplimiento de la normativa. Los empleadores deben invertir en especialistas en ciberseguridad, profesionales éticos de IA y expertos en cumplimiento normativo para proteger la información sensible y mantener la confianza de los consumidores.**

MIENTRAS CONTINÚA LA **INNOVACIÓN EN CX**, LOS EMPLEADORES AFIRMAN QUE ESTAS **COMPETENCIAS** SON LAS MÁS **DIFÍCILES DE ENCONTRAR.**[3]

1. McKinsey 2. Deloitte 3. 2025 ManpowerGroup Global Talent Shortage Study

INTRODUCCIÓN
TENDENCIA UNO
TENDENCIA DOS
TENDENCIA TRES
TENDENCIA CUATRO
TENDENCIA CINCO
TENDENCIA SEIS
CONCLUSIÓN

Comprar Resiliencia al por mayor

La resiliencia de la cadena de suministro es primordial para los empleadores del sector de bienes y servicios de consumo, donde la capacidad de gestionar eficazmente las perturbaciones y adaptarse a ellas puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. En una época marcada por acontecimientos mundiales imprevisibles, desde catástrofes naturales a tensiones geopolíticas, una cadena de suministro sólida garantiza la continuidad y mitiga los riesgos. Esto será especialmente importante en esta industria, ya que durante décadas ha dependido en gran medida de las cadenas de suministro globales.

- **Volver a Casa:** La proporción de CEO y COO que informan de planes para acercar las cadenas de suministro a casa o a los mercados principales aumentó al 81% vs. 63% en 2022.[1]
- **Doblar la apuesta:** El 73% de los gerentes de la cadena de suministro global dicen estar duplicando el abastecimiento para reducir los riesgos de la cadena de suministro.[2]
- **Temores Geopolítícos:** El 40% de los CIOS afirma que el aumento de la inestabilidad política global es un riesgo potencial para su negocio.[3]

Implicaciones Laborales:

- **Los líderes de negocio tendrán que encontrar fuentes de capital humano sin explorar a medida que la industria manufacturera regrese a los mercados desarrollados, que ya se enfrentan a una escasez de talento calificado.**
- **Será cada vez más importante ampliar los esfuerzos de skilling y upskilling en los mercados con nuevas instalaciones de producción.**
- **Dado que se prevé que continúe la incertidumbre geopolítica, la planificación estratégica a largo plazo de la mano de obra será cada vez más importante.**

1. Bain & Company 2. McKinsey 3. The Conference Board

INTRODUCCIÓN
TENDENCIA UNO
TENDENCIA DOS
TENDENCIA TRES
TENDENCIA CUATRO
TENDENCIA CINCO
TENDENCIA SEIS
CONCLUSIÓN

Consumidores envian Señales contradictorias

La confianza de los consumidores en todo el mundo se ha convertido en una preocupación fundamental para las empresas. En un contexto de crecientes tensiones geopolíticas e incertidumbre económica, la confianza de los consumidores se ha resentido, lo que ha provocado una reducción del gasto y una actitud prudente ante las grandes compras. Este cambio de actitud se debe a factores como la fluctuación de los precios, la inestabilidad de los mercados de trabajo y una sensación general de inestabilidad en el panorama comercial mundial.

- **La confianza de los consumidores es variada:** En enero de 2025, la confianza de los consumidores mundiales disminuyó en términos interanuales. Mientras que el ánimo de los consumidores mejoró en Latinoamérica y Europa, disminuyó en Norteamérica y Asia.[1]

- **Cansancio por la inflación:** El 64% de los ejecutivos del sector afirma que los consumidores siguen comparando los precios con los que tenian anterior al COVID, y el 51% creen que ya no pueden repercutir los aumentos de precios a los consumidores. Como resultado, el 95% coinciden en que centrarse en la innovación de productos será de vital importancia en 2025.[2]

- **Optimismo de los trabajadores:** A pesar de la actual incertidumbre global, el 68% de los trabajadores del Sector de Bienes y Servicios de Consumo creen que no se verán obligados a abandonar su puesto actual en los próximos seis meses y sólo el 19% creen que no pueden alcanzar sus objetivos profesionales en su empresa actual.[3]

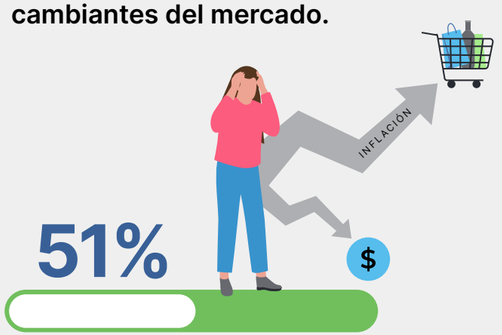
1. Ipsos 2. Deloitte 3. ManpowerGroup 2024 Global Talent Barometer

Implicaciones Laborales:

- **Las tensiones comerciales y la incertidumbre económica general están empezando a afectar a la confianza de los consumidores y los trabajadores.**

- **Para superar la persistente volatilidad, las mejores prácticas siguen siendo centrarse en "controlar lo que se puede controlar" mediante la planificación estratégica de la fuerza de trabajo, la formación y el compromiso de los empleados.**

- **El apoyo en sitio o la búsqueda de talento global a través de terceros pueden ayudar a los líderes de negocio a aumentar su agilidad general para responder a las condiciones cambiantes del mercado.**



LA MAYORIA **DE LOS LÍDERES** CREE QUE YA **NO PUEDE REPERCUTIR** EL **ALZA DE PRECIOS** EN UNOS **CONSUMIDORES PREOCUPADOS POR LA INFLACIÓN.**[2]

INTRODUCCIÓN
TENDENCIA UNO
TENDENCIA DOS
TENDENCIA TRES
TENDENCIA CUATRO
TENDENCIA CINCO
TENDENCIA SEIS
CONCLUSIÓN

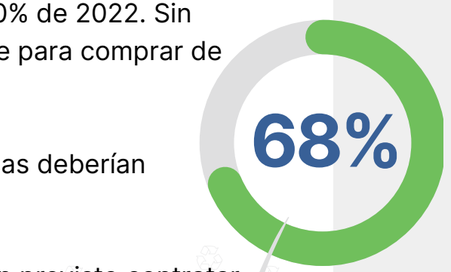
Un Negocios Sostenible sigue siendo un Buen Negocio

El sector global de bienes y servicios de consumo se enfrenta a un ajuste de cuentas transformador a medida que la sostenibilidad reconfigura las estrategias de la fuerza de trabajo y los ecosistemas de producción. Las crecientes expectativas de los consumidores sobre el consumo ético, junto con el escrutinio de los inversores sobre el desempeño ambiental, social y de gobernanza (ESG), están impulsando cambios estructurales en la adquisición de talento, los marcos operativos y las arquitecturas de la cadena de suministro.

- **La Brecha de la Sustentabilidad:** En 2024, el 73% de los consumidores que se preocupan por la sostenibilidad están dispuestos a pagar más por productos de este tipo, frente al 50% de 2022. Sin embargo, solo el 41% de los consumidores afirma disponer de información suficiente para comprar de forma sostenible.[1]

- **Los inversionistas están atentos:** 70% de los inversionistas afirman que las empresas deberían invertir en sostenibilidad aunque ello reduzca la rentabilidad a corto plazo.[2]

- **Demanda de Talento Verde:** 68% de las empresas de este sector afirman que tienen previsto contratar talento verde. La mayor parte de la demanda de empleo procede de los sectores de fabricación y producción, operaciones y logística, TI y datos, y ventas y marketing.[3]



DOS TERCERAS PARTES DE LAS EMPRESAS DE ESTE SECTOR CONTRATAN PERSONAL CON CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES ECOLÓGICAS.[3]

1. IBM 2. PwC 3. Manpower Green-Business-Transformation-2024

Implicaciones Laborales:

- **La falta de información (41% de los consumidores se sienten informados sobre las compras sostenibles) requiere una fuerza de trabajo cualificada en el análisis de datos y la comunicación. Las funciones centradas en la elaboración de informes ESG, las métricas de sostenibilidad y la educación de los consumidores serán cada vez más importantes.**

- **El liderazgo en la transformación ecológica de la empresa tendrá una influencia creciente en los resultados del talento. 62% de todos los trabajadores afirman que investigan la reputación medioambiental de una organización y 35% dice que influye en su decisión de aceptar o rechazar una oferta de trabajo.[3]**

- **El liderazgo en sostenibilidad es aún más importante para los más jóvenes. Entre los encuestados de 18 a 24 años, el 75% afirma que investigará la reputación medioambiental de una organización, y 46% cree que influirá en su probabilidad de elegir un empleador concreto.[3]**

INTRODUCCIÓN
TENDENCIA UNO
TENDENCIA DOS
TENDENCIA TRES
TENDENCIA CUATRO
TENDENCIA CINCO
TENDENCIA SEIS
CONCLUSIÓN

Compra Inteligente de Talento

Está claro que a los líderes de este sector no les faltarán retos, ya que se espera que la incertidumbre geopolítica mundial, la transformación digital, los cambios demográficos y la cambiante confianza de los consumidores continúen durante el próximo año y más allá. Estos retos van más allá de lo abstracto, ya que su personal se enfrenta a ellos en primera línea cada día. Los líderes que puedan ayudarles a navegar en estos tiempos posicionarán a su organización para la diferenciación a largo plazo.

- **El talento calificado sigue siendo escaso:** El 73% de los empleadores de este sector a nivel global siguen afirmando que tienen dificultades para encontrar el talento calificado que necesitan.[1]
- **Oportunidades de Mejora:** 31% de los trabajadores del sector son los más propensos a decir que no confían en su jefe y 49% declaran sufrir estrés diario en el lugar de trabajo.[2]
- **Con la mirada puesta en la salida:** 39% de los trabajadores de este sector planean dejar voluntariamente su empleo actual.[3]

LOS TRABAJADORES DE ESTE SECTOR SON LOS MÁS PROPENSOS A DECIR **QUE TIENEN PREVISTO DEJAR SU EMPLEO ACTUAL** EN LOS PRÓXIMOS **SEIS MESES.**[3]

Implicaciones Laborales:

- **La escasez de talento calificado seguirá afectando a este sector en todo el mundo, y las organizaciones deben aprovechar los métodos ágiles (por ejemplo, búsqueda de talento global, apoyo en sitio) para superarla.**
- **Nuestra investigación sobre el sentimiento de los trabajadores a nivel global identificó múltiples oportunidades para los empleadores, como formación adicional, tutoría y ayuda para conciliar la vida laboral y familiar.**
- **La necesidad de upskilling y reskilling sigue siendo importante ya que el Foro Económico Mundial estima que el 59% de la fuerza laboral necesitará formación adicional para 2030.[3]**

1. ManpowerGroup 2025 Global Talent Shortage Study 2. ManpowerGroup 2024 Global Talent Barometer
3. WEF 2025 Future of Jobs Report

INTRODUCCIÓN
TENDENCIA UNO
TENDENCIA DOS
TENDENCIA TRES
TENDENCIA CUATRO
TENDENCIA CINCO
TENDENCIA SEIS
CONCLUSIÓN

Oportunidades de trabajo en el futuro de Bienes y Servicios de Consumo

Fomentar la Innovación: A medida que los consumidores de todo el mundo se enfrentan a la inflación, el aumento de los precios ya no es una opción viable para muchas marcas globales. En su lugar, los líderes empresariales y los trabajadores deben priorizar la innovación de productos y la eficiencia operativa.

Acelerar la Adaptabilidad: La Era de la Adaptabilidad continuará para los trabajadores y líderes en 2025. Nuestra investigación **Acelerar la Adaptabilidad** explora el impacto total de una fuerza laboral cada vez más diversa, las nuevas formas de trabajo, la transformación digital y la aceleración del cambio global en la planificación estratégica de la fuerza laboral.

Verde es Bueno: Los inversionistas y consumidores de todo el mundo siguen buscando soluciones más sostenibles. Además, dado que el liderazgo empresarial ecológico es un pilar clave de la Propuesta de Valor del Empleador (EVP) para la mayoría de los candidatos, es un diferenciador importante cuando las organizaciones buscan reclutar y retener talento calificado.

El Cliente Siempre tiene la Razón: El deber empresarial de seguir evolucionando la experiencia del cliente (CX) es claro y las nuevas herramientas de IA desempeñarán un papel fundamental. Por ello, es fundamental encontrar y retener a los mejores expertos tecnológicos internos y externos.

Atraer a los Trabajadores: En medio del difícil entorno empresarial, existe una oportunidad para diferenciarse con un enfoque de "volver a lo básico". La formación, la tutoría, la conciliación de la vida laboral y familiar y el apoyo general pueden convertirse en elementos clave de diferenciación.

Soluciones Globales de Personal para el Sector de Bienes y Servicios de Consumo

Consultoria y Análisis de Personal

Gestión de Personal

Contratación de Talento

Gestión Profesional

Transición de Carrera

Atracción de los Mejores Talentos

ManpowerGroup® | Manpower® Experis® ManpowerGroup Talent Solutions ManpowerGroup®

Acerca de - ManpowerGroup® (NYSE: MAN), la empresa líder mundial en soluciones de recursos humanos, ayuda a las organizaciones a transformarse en un mundo laboral en rápida evolución mediante la búsqueda, evaluación, desarrollo y gestión del talento que les permite triunfar. Desarrollamos soluciones innovadoras para cientos de miles de organizaciones cada año, proporcionándoles talento cualificado a la vez que encontramos empleo significativo y sostenible para millones de personas en una amplia gama de sectores y competencias. Nuestra experta familia de marcas - Manpower, Experis y Talent Solutions - crea sustancialmente más valor para candidatos y clientes en más de 70 países y territorios y lo ha hecho durante 75 años. Somos reconocidos constantemente por nuestra diversidad - como el mejor lugar para trabajar para Mujeres, Inclusión, Igualdad y Discapacidad, y en 2025 ManpowerGroup fue nombrada una de las Empresas Más Éticas del Mundo por 16ª vez - todo lo cual confirma nuestra posición como la marca de elección para el talento en demanda. Para más información, visite **www.manpowergroup.pe**

Declaraciones Prospectivas - Este reporte contiene declaraciones prospectivas, incluyendo declaraciones relacionadas con la demanda laboral en ciertas regiones, países e industrias, incertidumbre económica y el uso e impacto de la IA en el mercado laboral global. Los acontecimientos o resultados reales pueden diferir materialmente de los contenidos en las declaraciones prospectivas, debido a riesgos, incertidumbres y suposiciones. Estos factores incluyen los que se encuentran en los informes de la empresa presentados ante la Comisión de Bolsa y Valores de EE.UU. (SEC), incluida la información bajo el título "Factores de riesgo" en su Informe Anual en el Formulario 10-K para el año finalizado el 31 de diciembre de 2023, cuya información se incorpora aquí por referencia. ManpowerGroup renuncia a cualquier obligación de actualizar cualquier declaración prospectiva o de otro tipo en este comunicado, excepto cuando sea requerido por la ley.