

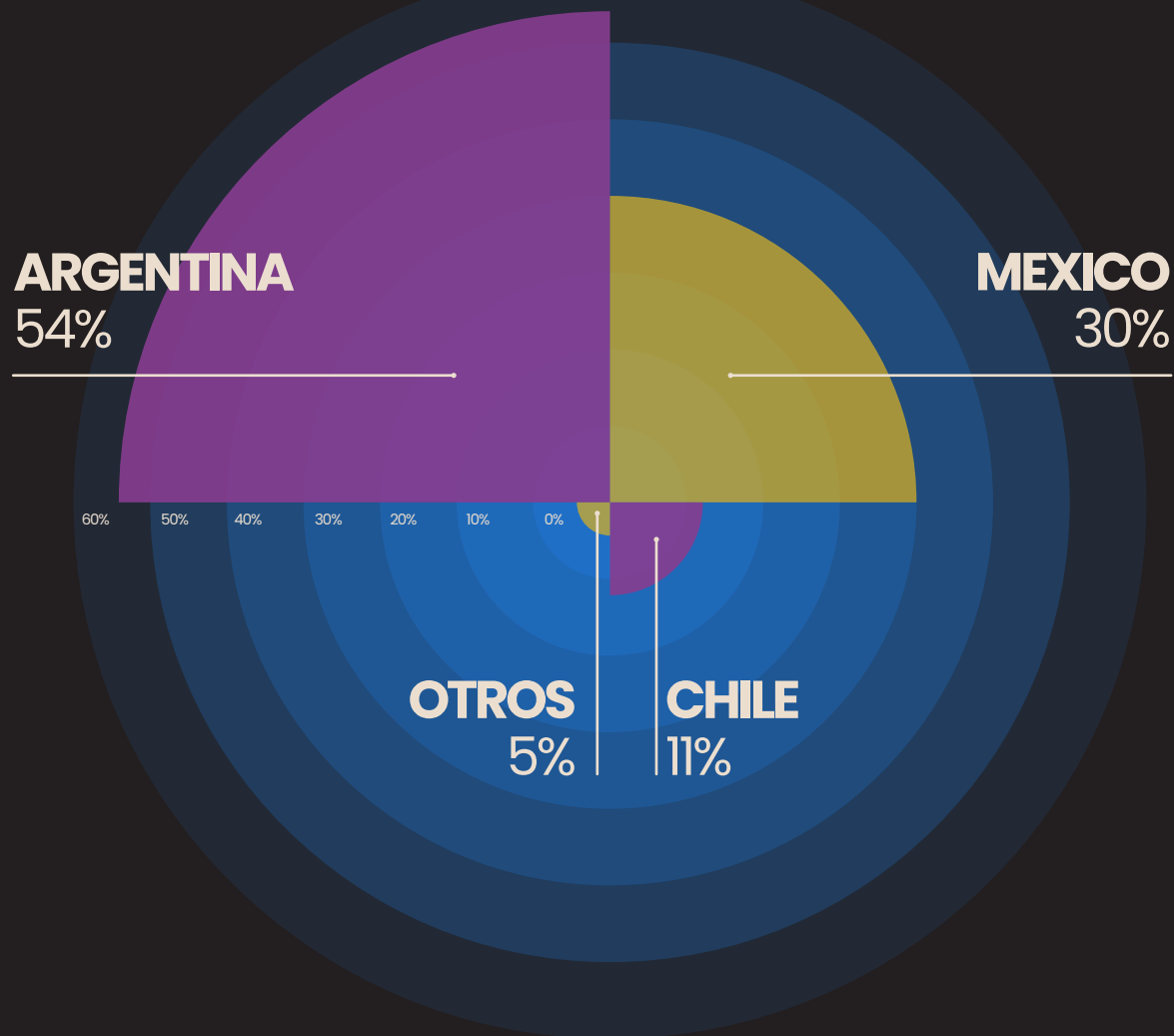
INFORME DE TALENTO 2025

Escasez de talento en américa latina ¿mito, realidad o excusa?

VON DER HEIDE

 HIT

trendcity 



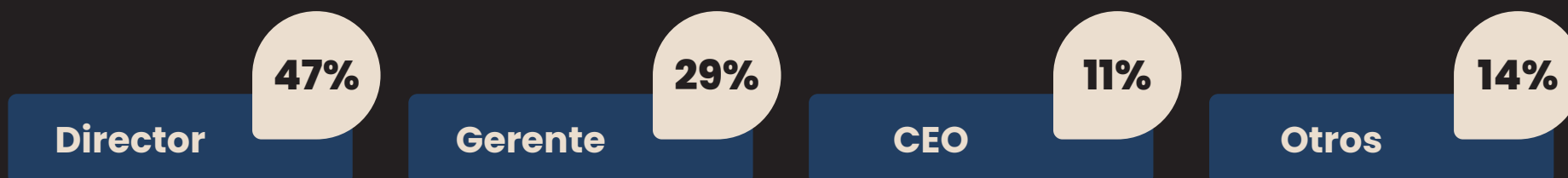
PARTICIPANTES

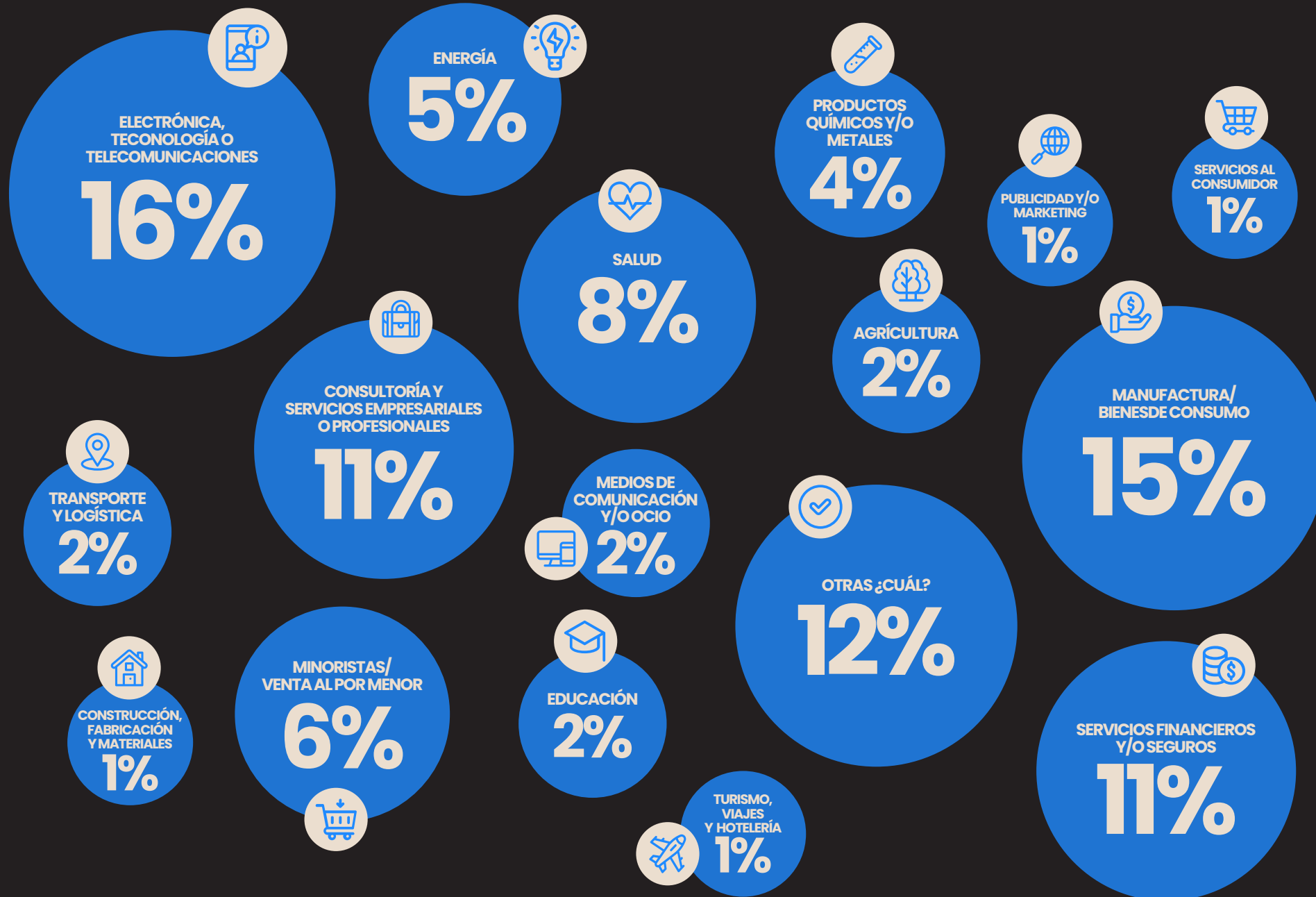
+170

EMPRESAS DE

+1000

COLABORADORES





Atracción de talento

La percepción de una “escasez” de talento comienza a desdibujarse cuando miramos con atención los datos. Los líderes no señalan tanto una falta de candidatos calificados en el mercado, sino más bien obstáculos dentro de sus propias organizaciones. De hecho, si sumamos el 21% que niega la existencia de escasez con el 34% que reconoce dificultades, obtenemos un 55% que apunta hacia un problema distinto: no es que falte talento, sino que muchas veces no hay una definición clara ni una alineación interna sobre qué se está buscando.



4%

de las empresas reconoce la escasez de talento

Este hallazgo abre una oportunidad estratégica. Las organizaciones pueden ganar en competitividad, no solo mejorando su capacidad de atracción, sino

revisando su concepción de talento. Rediseñar los procesos internos —especialmente aquellos pasos que preceden a la salida al mercado— puede ser clave. Antes de buscar, es fundamental saber exactamente qué se necesita y asegurar la alineación interna necesaria para ganar agilidad y mayor asertividad.

Aunque solemos hablar de escasez de talento, los mayores desafíos no aparecen en el contacto con el mercado, sino mucho antes. La definición del perfil es el primer punto crítico: un 41% de los líderes lo identifica como la principal fuente de conflicto. La validación interna, con un 29% refleja una falta de alineación entre los diferentes stakeholders involucrados en la decisión.

Estas brechas iniciales no solo afectan la claridad interna: repercuten directamente en las siguientes etapas. La presentación de candidatos también se ve comprometida (32%), muchas veces por perfiles definidos de forma ambigua o inconsistente. Y las entrevistas (29%) revelan una ejecución poco clara, donde los criterios de evaluación parecen desalineados o mal comunicados.

Todo esto refleja más que un problema técnico: muestra cómo vemos (o no vemos) a las personas en su dimensión presente y futura, y cómo interpretamos el mercado. En definitiva, no es solo un proceso lo que está en juego, sino una mirada más estratégica del talento.

¿Qué hace que una oportunidad sea verdaderamente atractiva hoy?

Cuando preguntamos por los factores más relevantes para atraer talento, no hay una única respuesta, pero sí una tendencia clara: el talento actual busca mucho más que un buen salario.

En la cima del ranking aparece una combinación poderosa: beneficios y flexibilidad (33%) es el factor más valorado a la hora de atraer talento. No se trata solo de ofrecer home office o horarios adaptables, sino de generar una verdadera experiencia de armonía entre vida personal y profesional —lo que muchas personas hoy reconocen como life life balance.

Le sigue la propuesta económica atractiva (28%), que sigue siendo una variable relevante, pero ya no actúa como único diferencial. El talento actual evalúa no solo cuánto se paga, sino también qué se ofrece a cambio en términos de sentido, cultura y desarrollo.

En tercer lugar, con un 27%, aparecen dos factores que empatan en importancia:

Por un lado, las oportunidades de desarrollo, que habilitan el crecimiento profesional y la proyección a futuro. Por otro, la propuesta de valor integral, entendida como una experiencia coherente que combine propósito, cultura sólida y claridad en lo que la organización ofrece como espacio de realización.

En cuarto lugar aparece la cultura organizacional, con un 18% que queda por encima de otros factores como el estilo de liderazgo.

Este orden de prioridades muestra que la atracción de talento hoy no depende de una sola palanca, sino de un enfoque más amplio, que armonice bienestar, propósito, crecimiento y condiciones justas.

En un mercado cada vez más competitivo, las empresas que quieran destacarse en la atracción de talento necesitan ir más allá de las fórmulas tradicionales. Hoy, el diferencial está en construir una propuesta centrada en las verdaderas prioridades de las personas.



¿QUÉ ATRAE HOY AL TALENTO?

01

33%
Beneficios + flexibilidad

02

28%
Propuesta económica

03

27%
Propuesta integral

04

27%
Oportunidades de Desarrollo

1. Flexibilidad real

Ya no alcanza con ofrecer un esquema híbrido o remoto como un beneficio aislado. La flexibilidad debe ser auténtica y transversal: incluir horarios adaptables, beneficios personalizables, y experiencias que se ajusten a las distintas realidades de vida. La clave está en diseñar entornos laborales que pongan a la persona en el centro y le permitan elegir cómo, cuándo y desde dónde trabajar.

En definitiva, atraer talento hoy requiere coherencia entre lo que se ofrece y lo que se vive puertas adentro.

2. Una propuesta de valor integral

El talento actual no busca solo un empleo, sino un lugar donde desarrollarse, crecer y conectar con un propósito compartido. Esto implica construir una propuesta sólida que combine:

Sentido de propósito, alineado con valores y objetivos claros.

Flexibilidad, como parte de una cultura organizacional.

Oportunidades de desarrollo, que potencien la carrera y el aprendizaje continuo.

Compensación atractiva, que sea competitiva y coherente con el mercado.

Uso de tecnología para atraer talento

Cuando hablamos de las acciones que las empresas implementan hoy para atraer talento, hay una tendencia evidente: el predominio digital. Un 63% de las organizaciones utiliza redes sociales y marketing digital como canal prioritario para posicionarse como marca empleadora. En un entorno donde el talento navega, compara y decide en línea, esta presencia es clave.

Sin embargo, el branding digital por sí solo no alcanza. Para que sea realmente efectivo, debe integrarse con acciones más profundas y coherentes que:

- Generen **contacto directo con el talento joven**, creando vínculos auténticos más allá de la pantalla.
- Activen a los **embajadores internos**, esos colaboradores que comunican la cultura desde la experiencia real.
- Refuercen la propuesta de valor desde **la vivencia diaria**, no solo desde la comunicación.

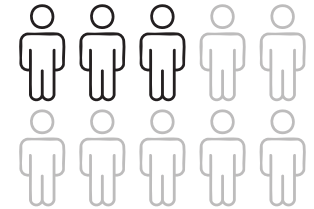
Aquí se abre una contradicción -y una oportunidad- importante: aunque muchas empresas declaran usar redes sociales y herramientas digitales para su employer branding, **solo 3 de cada 10 afirman tener una estrategia de marketing clara para sus procesos de atracción de talento**. Es decir, la mayoría comunica, pero sin una narrativa pensada, ni un plan estructurado.

El desafío no es solo estar presentes en lo digital, sino **construir una marca empleadora con propósito, consistencia y una voz que resuene con el talento que queremos atraer**. Allí está la verdadera oportunidad.



63%

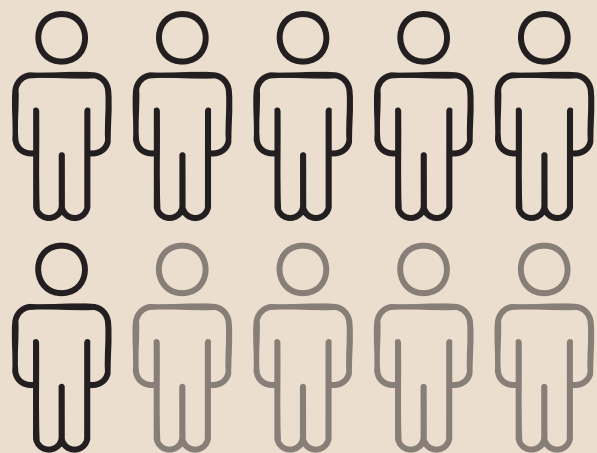
usa redes sociales y marketing digital para atraer talento



tienen una estrategia de marketing estructurada

Candidatos “no ideales”

Un dato llama la atención y desafía el status quo



6 de cada 10 empresas reconocen que, en muchos casos, los candidatos “no ideales” terminan siendo los finalmente elegidos.

Este hallazgo abre una puerta importante. Adoptar un enfoque más flexible y abierto puede: Expandir el pool de talento disponible, ampliando las opciones en contextos donde la “escasez” parece limitar las decisiones.

Cerrar brechas al dejar de buscar al candidato “perfecto” en favor de perfiles con potencial y perspectivas distintas y complementarias.

Salir del molde tradicional -enfocado en especializaciones rígidas o en métricas como “años de experiencia”- permite descubrir talento con capacidades complementarias, con valor para enriquecer equipos desde otros ángulos: la mirada, la adaptabilidad y la diversidad de trayectorias también suman y transforman.

Hoy, abrir la mirada no es solo una necesidad frente a la escasez percibida. Es una oportunidad para construir equipos más diversos, innovadores y alineados con los desafíos del presente.

En relación al título del informe, pareciera que “La escasez de talento en América latina” no fuera una realidad. Podríamos continuar indagando si es un mito o una excusa.

Por lo que observamos, creemos que las principales oportunidades están en optimizar la manera en la que estamos definiendo las necesidades de talento, en la flexibilidad en la definición de los perfiles y en el diseño de las propuestas de valor.

Procesos de talent acquisition

El proceso de talent acquisition: un espacio con enorme potencial estratégico.

¿Qué tan estratégico consideras que es la experiencia del procesos de talent acquisition en tu empresa?

es una experiencia diferencial, pensada estratégicamente

16%

tiene una estructura clara, con espacios de mejora

57%

es un proceso operativo, sin una mirada estratégica

22%

no tenemos un proceso estratégico de selección

5%

un enfoque más táctico u operativo, lo que deja mucho espacio para innovar, crecer y marcar la diferencia desde un lugar clave: el primer contacto con el talento. Este proceso puede ser una puerta de entrada a la cultura, al propósito y a la promesa de futuro que ofrece una organización. Diseñarla de forma estratégica no solo mejora la percepción externa, sino que fortalece la coherencia interna.

El dato no desalienta: **nos impulsa a actuar**. A repensar el procesos de talent acquisition como una herramienta poderosa para atraer, inspirar y construir relaciones genuinas con el talento que queremos sumar.

Cuando preguntamos **qué tan estratégica es la experiencia del proceso de talent acquisition en las organizaciones**, sólo un **16% afirma contar con un diseño pensado para ser diferencial y alineado con la propuesta de valor**. Si bien este porcentaje es bajo, no es una limitación: es una gran oportunidad. Hoy, la mayoría de las empresas aún operan con

Procesos de talent acquisition: entre la actualización parcial y el potencial de transformación

Los datos muestran un escenario en evolución. Más de la mitad de las empresas (57%) percibe que el procesos de talent acquisition está alineado con las prácticas del mercado, mientras que un 30% reconoce estar algo rezagada y solo un 12% se considera por delante.

Este diagnóstico es una señal de conciencia creciente: las organizaciones están mirando hacia adentro, revisando lo que hacen y preguntándose cómo pueden mejorar pero hay mucho camino por recorrer.

¿Has actualizado el proceso de talent acquisition en los últimos 6 meses?

	Total	Ar	Mx	Ch
Sí, completamente	15%	19%	8%	11%
Sí, parcialmente	61%	62%	62%	61%
No	24%	19%	31%	28%

3 de cada 4 empresas han realizado actualizaciones en sus procesos, aunque en la mayoría de los casos esas mejoras han sido parciales. Solo un 15% ha emprendido una transformación completa. Esto refleja una intención clara de cambio, pero también una cierta inercia: muchas compañías continúan operando bajo lógicas heredadas, ajustando detalles sin revisar el modelo de fondo.

¿Qué tan alineado sentís que está tu proceso de talent acquisition con las prácticas del mercado?

	Total	Ar	Mx	Ch
Somos líderes, referentes en el tema	4%	4%	4%	0%
Somos innovadores y estamos por delante del mercado	8%	10%	6%	6%
Estamos bastantes alineados al mercado	57%	58%	58%	61%
Estamos algo por detrás del mercado, pero haciendo cambios	24%	23%	21%	33%
Estamos claramente rezagados frente a las prácticas actuales	6%	6%	12%	0%

Sin embargo, el terreno está fértil para avanzar. La conciencia ya está instalada. Lo que sigue es dar el salto: pasar de los ajustes graduales a un rediseño integral, que convierta la experiencia en un verdadero diferencial estratégico.

El proceso de talent acquisition según quienes respondieron son estratégicos, sin embargo para hacerlo se eligen perfiles juniors. Qué gran oportunidad para el machine learning, y el uso de IA H2M.

¿Qué herramientas utilizás hoy en tu proceso de talent acquisition?

Tecnología en el proceso de talent acquisition: avances visibles, pero brechas persistentes.

Cuando se observa qué herramientas están utilizando hoy las empresas en sus procesos de talent acquisition, los datos muestran una adopción tecnológica aún heterogénea.

- El **42%** continúa utilizando planillas, una práctica que, si bien sigue siendo funcional en ciertos contextos, refleja una fuerte dependencia de métodos manuales.
- Al mismo tiempo, se registran señales de evolución: un **35%** ya implementa sistemas de seguimiento de candidatos (ATS) y un **28%** ha comenzado a incorporar herramientas de inteligencia artificial, como ChatGPT.
- Sin embargo, un **16%** todavía no utiliza ninguna herramienta, lo que evidencia una brecha significativa en términos de digitalización.

El uso de tecnologías más avanzadas está creciendo, pero **aún no se consolida como una práctica extendida**. El dato de que **solo el 28% utilice IA** indica que, si bien hay interés por innovar, la **madurez tecnológica en el proceso de talent acquisition sigue siendo baja** en la mayoría de las organizaciones.

Además, muchas empresas aseguran tener estructuras definidas para seleccionar, pero **la mirada estratégica sigue siendo incipiente**. Las prácticas continúan ancladas en

modelos tradicionales, lo que limita la capacidad de escalar, personalizar y tomar decisiones basadas en datos.



En este contexto, la oportunidad es clara: avanzar hacia una mayor sistematización, automatización y enfoque estratégico. No se trata solo de incorporar tecnología, sino de integrarla con propósito, para optimizar la experiencia tanto del equipo de procesos de talent acquisition. Para dar ese salto, muchas organizaciones están eligiendo apoyarse en partners que acompañen, aporten mirada externa y activen soluciones más ágiles, personalizadas y orientadas al negocio. Porque transformar el modo en que gestionamos el talento también implica abrirse a nuevas formas de colaboración.

Talento y modalidad de trabajo

En un contexto de transformación acelerada, repensar cómo y dónde trabajamos se vuelve clave para cultivar talento y sostener el compromiso. Hoy más que nunca, el entorno laboral –físico, humano y cultural– se posiciona como un factor decisivo en la experiencia de las personas y en el desempeño organizacional.

El espacio importa: físico, simbólico y emocional.



El 84% de los respondientes considera que el espacio físico contribuye de forma moderada o significativa al compromiso y la productividad. Esta percepción valida algo que venimos observando: los entornos bien diseñados pueden actuar como verdaderos impulsores de la cultura organizacional, facilitando no solo el rendimiento, sino también el sentido de pertenencia.

No se trata solo de oficinas atractivas. Se trata de ecosistemas que combinan ambiente, personas y cultura, y que permiten que emerja lo mejor de cada persona. Así lo indica el 96% de los que respondieron la encuesta, quienes ven en el ecosistema un factor clave para que surja el talento –entendido como la mejor versión de cada uno.

Aquí es donde entra la "geografía": el talento no es un don innato ni una acumulación de títulos. Es el resultado de una tierra fértil: el contexto adecuado, donde las decisiones personales encuentran un ambiente propicio para crecer, aprender y desafiarse. El talento necesita condiciones, y la organización es co-creadora de ese terreno.

Flexibilidad como nuevo estándar



La modalidad híbrida se consolida como el gran protagonista de esta etapa: el 72% de las empresas adoptó este modelo, que se presenta como una fórmula más equilibrada entre autonomía, eficiencia y conexión.

Observamos que las empresas siguen ajustando sus estrategias para encontrar ese punto justo entre flexibilidad y rendimiento. La presencialidad ya no garantiza productividad, ni el trabajo remoto implica desconexión. Sin embargo, **el trabajo presencial sigue teniendo un valor diferencial difícil de replicar en la virtualidad: permite acelerar la curva de aprendizaje de los nuevos ingresos, facilita la transferencia de cultura de forma vivencial, potencia la resolución ágil de problemáticas cotidianas** mediante el contacto directo y, además, **fomenta espacios de co-creación, espontaneidad e innovación que favorecen la creatividad colectiva.**

La clave está en diseñar experiencias laborales adaptables, que no impongan un único formato, sino que combinen lo mejor de ambos mundos: respuestas eficientes para el negocio y una propuesta alineada a las nuevas expectativas de las personas.

 **87%** de las organizaciones afirma favorecer la armonía personal y profesional

En este marco, el **87% de las organizaciones afirma favorecer la armonía personal y profesional**, lo que muestra un avance significativo en términos de bienestar laboral y confirma que flexibilidad y presencia pueden convivir estratégicamente.

Espacios que se transforman

Los cambios en los esquemas de trabajo también impactaron en lo físico: el 71% de los profesionales modificó sus espacios, incorporando open spaces, coworkings, mejoras para el home office o incluso personalizando oficinas. Sin embargo, solo el 34% de este porcentaje, llevó adelante una transformación completa, lo que sugiere que muchas empresas aún experimentan esta transición de forma gradual.

Mindset: la condición de posibilidad del talento

 **99%** coincide en que la cultura y, sobre todo, el mindset organizacional pueden ser factores que expulsen talento.

Uno de los hallazgos más contundentes: **el 99% coincide en que la cultura y, sobre todo, el mindset organizacional pueden**

ser factores que expulsen talento. Esto convierte al mindset en un concepto central, no abstracto: es el marco mental colectivo que define cómo una empresa responde al cambio, aprende y se adapta.

En contextos de alta transformación, revisar el mindset no es opcional. Es el primer paso para construir culturas que no solo retengan, sino activen el talento. Porque no alcanza con saber hacer. Se necesita querer hacer, y eso requiere madurez emocional, confianza y visión.

Talento y automatización

Conciencia creciente, respuesta aún en construcción.

La automatización ya no es una predicción futura: es una realidad en marcha. Existe una alta conciencia sobre su impacto transformador en el corto y mediano plazo: **el 89% de los encuestados reconoce su carácter disruptivo.**

Pero más allá del diagnóstico, **empiezan a surgir señales de acción: un 52% afirma estar muy preparado para afrontar estos cambios,** mientras que el **48% restante aún no cuenta con una estrategia clara o se encuentra en una fase exploratoria.**

Este contraste pone en evidencia una brecha significativa entre la **conciencia del desafío y la capacidad efectiva de respuesta.** Aunque la automatización ya figura en el radar estratégico de muchas organizaciones, **aún falta recorrer el camino que conecta esa conciencia con capacidades, procesos y marcos culturales que permitan convertirla en transformación real.**

En un contexto tan complejo y cambiante como el actual, no hay una “buena práctica” universal ni recetas cerradas que sirvan para todos. Por eso, surgen preguntas clave:

- ¿Cuál es el parámetro para decir que una organización está realmente preparada?
- ¿En qué horizonte temporal tiene sentido planificar?
- ¿Estamos diseñando estrategias lo suficientemente flexibles como para adaptarse a lo que aún no conocemos?
- ¿Tiene sentido imaginar hoy un plan de inteligencia artificial a tres años? ¿A dos? ¿Incluso a seis meses?

Estas preguntas no sólo abren una nueva forma de pensar la planificación. También nos invitan a **desarrollar la capacidad de aprender, adaptarnos y evolucionar en tiempo real,** en un entorno donde la única constante es la aceleración.

Talento y futuro del trabajo

Opiniones de ¿Cómo describirías en una frase el futuro del trabajo en tu industria?

RETAIL

personalizado, centrado en experiencia de cliente, impulsado por tecnología y capacitación continua.

TECNOLOGÍA

equilibrio entre oferta y demanda.

CONSULTORÍA

desafíos donde convive la humanidad y la IA.

SALUD

integración de tecnología avanzada y personalización del cuidado al paciente.

Las percepciones de los encuestados sobre el futuro del trabajo muestran un patrón claro: la transformación no será sólo tecnológica, sino profundamente humana. Si bien cada industria plantea matices distintos, **hay ejes comunes que atraviesan todos los sectores:**

- **Personalización y experiencia se vuelven centrales, tanto en el vínculo con el cliente como en el vínculo con los colaboradores.**
- **La tecnología ya no es opcional: se integra como motor de eficiencia, pero también como aliada y potenciadora.**
- **El equilibrio emerge como necesidad transversal: entre automatización y humanidad, entre productividad y bienestar, entre lo operativo y lo estratégico.**

Conclusión

¿Realmente hay escasez de talento?

La escasez de talento en América Latina es una narrativa instalada, pero los datos de esta encuesta nos revelan otra historia.

Los hallazgos de este informe invitan a repensar una de las creencias más instaladas en el mercado: la escasez de talento. Los datos sugieren que **el problema no reside únicamente en la oferta de profesionales**, sino en **cómo definimos, buscamos y desarrollamos el talento puertas adentro**. Más de la mitad de las organizaciones reconoce dificultades vinculadas a procesos internos –como la definición de perfiles y la alineación entre stakeholders– que impactan directamente en su capacidad de atraer al talento adecuado.

La **flexibilidad**, la **propuesta de valor integral** y la **personalización de la experiencia** emergen como claves para competir por talento en un entorno donde los profesionales no solo buscan un empleo, sino un lugar donde puedan crecer, contribuir y equilibrar su vida personal y profesional. Sin embargo, persiste una brecha importante entre lo que las empresas declaran y lo que efectivamente implementan.

En cuanto a los procesos de talent acquisition, si bien hay una **conciencia creciente sobre su rol estratégico**, en la práctica **siguen siendo mayormente tácticos u operativos**. Que solo el

28% esté incorporando inteligencia artificial **no es un indicador alentador**, sino más bien un reflejo de una madurez digital aún en desarrollo.

Por otro lado, el **ecosistema de trabajo** (espacios físicos, modalidad híbrida, cultura y liderazgo) es percibido como un driver clave para el desarrollo del talento. Las organizaciones avanzan en rediseñar entornos, pero aún no logran traducir esa inversión en una propuesta coherente que potencie el “genio colectivo”. El mindset organizacional se reconoce como un posible expulsor de talento, y eso obliga a revisar no solo políticas, sino creencias y comportamientos arraigados.

**La escasez de talento es
una narrativa instalada.**

**Pero los datos nos invitan a
*mirar distinto.***

Alianza – VON DER HEIDE + HIT COWORK + TRENDSTITY

Conectando talento, innovación y conocimiento.

En un mundo en constante transformación, las conexiones estratégicas no solo impulsan el crecimiento, sino que potencian el impacto. VON DER HEIDE, HIT y Trendsity comparten una misma visión: habilitar espacios donde el talento, la innovación y el conocimiento converjan para construir el futuro.

VON DER HEIDE: el talento como motor de evolución

VON DER HEIDE entiende que el talento no se encuentra, se elige y se desarrolla en un entorno que lo potencia. Con un mindset que combina lo humano, lo estratégico y lo digital, acompaña a las organizaciones a identificar liderazgos auténticos y a construir culturas con propósito.

HIT: el espacio donde el talento se potencia

HIT es más que un lugar de trabajo: es un ecosistema de colaboración donde empresas, startups y profesionales crean sinergias reales. Es el ecosistema ideal para que el talento se conecte con oportunidades, y donde la cultura de innovación y la comunidad impulsan nuevos proyectos.

Trendsity: anticipando el futuro con insights accionables

Trendsity es el radar que detecta y analiza tendencias sociales, de consumo y del mundo laboral. Sus investigaciones y data-driven insights permiten que empresas y profesionales comprendan qué viene después y cómo adaptarse con estrategias relevantes y efectivas.

Una alianza que potencia el cambio

La sinergia entre estas tres fuerzas es natural. VON DER HEIDE identifica y desarrolla el talento. HIT Cowork proporciona el espacio ideal para su crecimiento. Trendsity aporta el conocimiento que marca el rumbo.

Juntas, no solo co-crean un entorno donde las personas, las empresas y las ideas evolucionan, sino que también reflexionan acerca del futuro del trabajo, la innovación y el aprendizaje continuo.

VON DER HEIDE

 HIT

trendsity 