

## Mexicanos toman conciencia sobre la necesidad de cambiar

Por el Staff de El Inversionista

*Están de acuerdo en que el mundo debe ser más sostenible y equitativo en lugar de pretender ser como era antes de la pandemia del Covid-19*

El paso de la pandemia ha dejado una lección entre los mexicanos y el 89% está de acuerdo con que su vida deberá cambiar y no volver a ser como era antes de la llegada del Covid-19.

México fue el país en donde la gran mayoría estuvo de acuerdo con esa necesidad de cambio, según la nueva encuesta del Foro Económico Mundial (WEF) realizada junto con Ipsos.

En México el 89% de los adultos encuestados estuvo de acuerdo, muy encima del 72% a nivel global cuando se les cuestiona si a nivel personal está preparado para que su propia vida tenga un cambio tras el paso de la pandemia.

Junto con México, Colombia y Perú están en el Top 5 de países fuertemente de acuerdo y en contraste, los menos de acuerdo estuvieron en Países Bajos, Alemania, Corea del Sur, Japón, Suiza, Estados Unidos, Reino Unido y Canadá.

Los hallazgos de esta nueva encuesta realizada a más de 21 mil adultos de 28 países, se presentan a la víspera de la cuarta Cumbre de Impacto del Desarrollo Sostenible del Foro Económico Mundial los próximos 23 y 24 de septiembre en donde abordará el logro de los objetivos de desarrollo sostenible y el apetito de transformación que impulsará la “década de la entrega”.

Sobre su visión sobre el mundo, México también estuvo entre los principales países en donde sus ciudadanos están de acuerdo en que el mundo debe cambiar significativamente tras el Covid-19, ser más sostenible y equitativo en lugar de pretender ser como era antes de la pandemia. Según esta encuesta, el 93% dijo estar muy de acuerdo, porcentaje similar al de Chile, Perú, Colombia y Rusia.

En las economías más avanzadas son más reacios al cambio, estuvieron en desacuerdo o muy en desacuerdo con la afirmación el 27% en Corea del Sur, el 22% en Alemania, 21% en Países Bajos, al igual que en Estados Unidos y el 18% en Japón.

Globalmente el 86% de los adultos encuestados estuvieron de acuerdo con la afirmación “Quiero que el mundo cambie significativamente y sea más sostenible y equitativo, más que regresar a como era antes de Covid-19”.

Si bien EU es una de las naciones más reacias al cambio, junto con los Países Bajos, Alemania y Corea del Sur, todavía hay una clara mayoría a favor del cambio en un 79%.

“La crisis del COVID-19 ha derribado barreras culturales, dando paso a un importante impulso social hacia un cambio sistémico para un mundo más sostenible y equitativo”, señala el informe.



## El rol de las mujeres en los negocios familiares

Recopilado por Amalia Beltrán

Las mujeres siempre han tenido presencia en los negocios familiares, aunque su participación no siempre haya sido visible. Las conclusiones de estudios recientes han empezado a cambiar esta percepción. A lo que no se ha dado tanta relevancia es al hecho de que el papel de las mujeres tiene mucho que ver con el éxito de esas organizaciones. Diversidad y experiencia Esta participación femenina ha significado que las empresas familiares tengan menor probabilidad de declararse en quiebra gracias a que reclutan y mantienen a un capital humano más diverso y experimentado. Además de ofrecer una nueva perspectiva e innovación en la toma de decisiones de las compañías familiares, las mujeres desarrollan relaciones más profundas con el resto del personal y, por tanto, pueden generar más lealtad. La presencia y guía de las mujeres también es importante en los procesos sucesorios, puesto que contribuyen a la estabilidad y a la elaboración de estrategias que favorezcan la supervivencia de la empresa.

Influencia directa o indirecta No cabe duda de que la forma en que esté estructurada la familia incidirá de forma directa en la filosofía de la empresa y en el estilo gerencial. Cuando la familia es tradicional, es muy posible que la empresa no dé tanta importancia al rol de las mujeres, aunque su influencia siempre esté presente.

Las mujeres empresarias acceden a los puestos directivos de empresas familiares a través de dos medios: como hijas de los dueños que siempre se han interesado por la operación del negocio, o como mujeres emprendedoras que echan mano de sus estudios o experiencia profesional para crear sus propios negocios y seguir siendo económicamente activas una vez que son madres.

En conclusión, las mujeres hacen aportaciones variadas y positivas a las empresas familiares a través de su estilo de liderazgo. Su rol es más natural a la hora de servir de guía y orientar a un equipo de trabajo, además poseen un sexto sentido que les permite estar un paso adelante en la toma de decisiones.