

3 de octubre de 2024

INFORMACIÓN Y REDES DE CONTACTO PRODUCEN MEJORES DECISIONES DE NEGOCIO: ESTUDIO GLOBAL DE HSBC

- *En México siete de cada 10 tomadores de decisión recurren a personas de confianza para hacerles consultas; un 89% advierte que errores pasados son fuente de aprendizaje.*
- *Tener acceso a información adecuada permite contrarrestar la incertidumbre del mundo actual, realizar un mejor diagnóstico y eficientar nuestra toma de decisiones: González Fillad.*

Las decisiones de negocio o comerciales rara vez se toman en solitario: de acuerdo con una encuesta realizada por HSBC, se observó que 7 de cada 10 ejecutivos de empresa consultados en México (73%) suelen consultar a personas de confianza al momento de tomar decisiones clave. Un 29% refirió que cuando toma una determinación de negocio por su cuenta, teme obtener resultados poco favorables.

HSBC realizó por primera vez un estudio global denominado “Aprovechar la Incertidumbre” (*Seizing Uncertainty*), el cual explora cómo los líderes de empresa y las personas en diferentes países enfrentan decisiones críticas, profesionales y personales, en un entorno marcado por el dinamismo constante y la incertidumbre. El estudio se realizó de forma cualitativa y cuantitativa en 12 mercados del mundo, entre ellos México*.

Según los resultados globales del estudio, la incertidumbre derivada de un mundo en constante cambio puede significar para muchas personas y líderes de empresa ansiedad e incluso parálisis en la toma de decisiones; para otros, puede representar nuevas oportunidades.

El estudio destaca que tomar buenas decisiones, personales y de empresa, es resultado de hábitos y habilidades que se pueden desarrollar mediante información, redes de apoyo o contacto y otras herramientas. No es una cualidad de nacimiento, sino de un aprendizaje constante.

Principales hallazgos del estudio en México entre directivos de empresa

- 58% quisiera tener una red de apoyo mayor que le ayude a tomar mejores decisiones de negocio.
- 80% desearía contar con más información antes de tomar decisiones.
- 63% considera que necesitaría tener más tiempo para decidir.
- 51% señala que le gustaría confiar más en su instinto para la toma de decisiones.
- 89% refiere que los errores pasados les permiten hoy decidir mejor, por el aprendizaje.
- 91% dice vivir una era de rápido cambio, pero que la incertidumbre representa también nuevas oportunidades (79%).
- 16% cree que la incertidumbre puede generar parálisis en su toma de decisiones (frente al 32% del promedio global).



“Ante la velocidad en la que el mundo actual se mueve, la agilidad que podamos desarrollar, a través de la consulta de información y redes de contacto confiables, se convierten en una ventaja”, dijo Carlos González Fillad, Director de Soluciones de Pagos de HSBC para Latinoamérica.

El directivo explicó que entender y gestionar la incertidumbre son habilidades clave para tener éxito en los negocios. “Los tomadores de decisiones deben trabajar en la confiabilidad de su ecosistema, esto es, proveedores, colaboradores y mercado, para llegado el momento, poder hacer una evaluación y diagnósticos más acertados”, indicó.

Recomendó a los tomadores de decisiones en las empresas revisar constantemente las características y especificaciones de los proveedores con quienes hacen negocios; realizar verificaciones de protocolos, controles e instalaciones, y mantener la disciplina en todos los procesos.

Para obtener más detalles sobre el estudio global y consultar la Guía Para la Toma de Decisiones, en donde se manejan los elementos sustanciales para una efectiva determinación de resoluciones visite: www.HSBC.com/SeizingUncertainty.

***Metodología:** El estudio global de HSBC “Aprovechar la Incertidumbre” (*Seizing Uncertainty*) fue cualitativa y cuantitativa en diferentes mercados del mundo, tanto entre personas como entre tomadores de decisión de empresas. La firma PSB Insights realizó una investigación cuantitativa del 5 al 30 de junio de 2024 con 17,555 entrevistas en línea en 12 mercados: Australia, China continental, Hong Kong, India, Indonesia, Arabia Saudita, Malasia, México, Singapur, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido y E. U. La investigación cualitativa, en la que se entrevistaron a académicos expertos en toma de decisiones, se realizó de abril a agosto de 2024 en: China continental, Hong Kong, India, Singapur, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido y EE. UU.

Contacto prensa:

Lyssette Bravo
Lizbeth Pasillas

Tel. (52-55) 5721-2888
Tel. (52-55) 5721-3555

lyssette.bravo@hsbc.com.mx
lizbeth.pasillas@hsbc.com.mx

Grupo HSBC

Grupo Financiero HSBC es una de las principales agrupaciones financieras y bancarias de México, con 842 sucursales, 5,558 cajeros automáticos y 13,589 empleados. Para mayor información consulte nuestra página en www.hsbc.com.mx.

HSBC Holdings plc HSBC Holdings plc, la empresa matriz de HSBC, tiene su sede en Londres. HSBC presta servicios a clientes de todo el mundo desde oficinas en 60 países y territorios. Con activos totales de USD\$2,975 mil millones al 30 de junio de 2024, HSBC es una de las organizaciones de servicios bancarios y financieros más grandes del mundo.