



declara que sería ofensiva, 14% (6% en 2014) afirma que sería defensiva.

- Al preguntarles si la Selección Mexicana necesita jugadores naturalizados, 64% (68% en 2014) de los directivos opina que sí, debido a que lo importante es el valor que aporten los elementos seleccionados, no su lugar de origen.

- Casi la totalidad de los directivos (98%, mismo porcentaje que en 2014) consideran que el balompié ha trascendido más allá de ser un deporte para convertirse en un negocio.

“Compartimos la opinión de la mayoría de los directivos acerca de que la clasificación a un mundial depende de los jugadores, pero asimismo de otros factores asociados. En los negocios, el capital humano es la base de cualquier organización, pero siempre debe contar con las condiciones idóneas para desempeñarse de manera óptima. Las estrategias de un equipo o de una empresa deben alinearse con el capital humano, para aprovechar la experiencia del personal y que esto aporte valor en cada jugada y en cada decisión de negocios”, señaló Roberto Cabrera.

### Innovando sobre la cancha

- En esta ocasión, la red social favorita de los directivos para seguir los acontecimientos más relevantes es Facebook (56%), seguida de Twitter

(45%) y YouTube (33%).

- 94% de los directivos están a favor del uso de soluciones tecnológicas para la revisión de jugadas, dado que agrega justicia a la competencia.

“Es complicado negar que el fútbol ha trascendido el plano estrictamente deportivo para convertirse en un negocio, desde distintas perspectivas, entre las que destaca la enorme cantidad de aficionados, entre ellos

los directivos, desde luego, que seguirán el torneo durante las cuatro semanas que dura. Se trata, sin duda, de un acontecimiento cuya relevancia económica es alta, tanto para el país sede como para el mercado global”, concluyó Roberto Cabrera.

### Sobre la encuesta

La Encuesta Mundial de Fútbol Rusia

2018 de KPMG se aplicó a 631 altos directivos de empresas grandes, medianas y pequeñas establecidas en México, distribuidos a nivel nacional. Las respuestas fueron levantadas vía electrónica entre el 30 de abril y el 21 de mayo de 2018. El perfil de los encuestados es: miembros de Comité o Consejo, 6%; presidentes y vicepresidentes, 8%; directores y subdirectores, 41%; gerentes, 32%, y otros, 13%.

