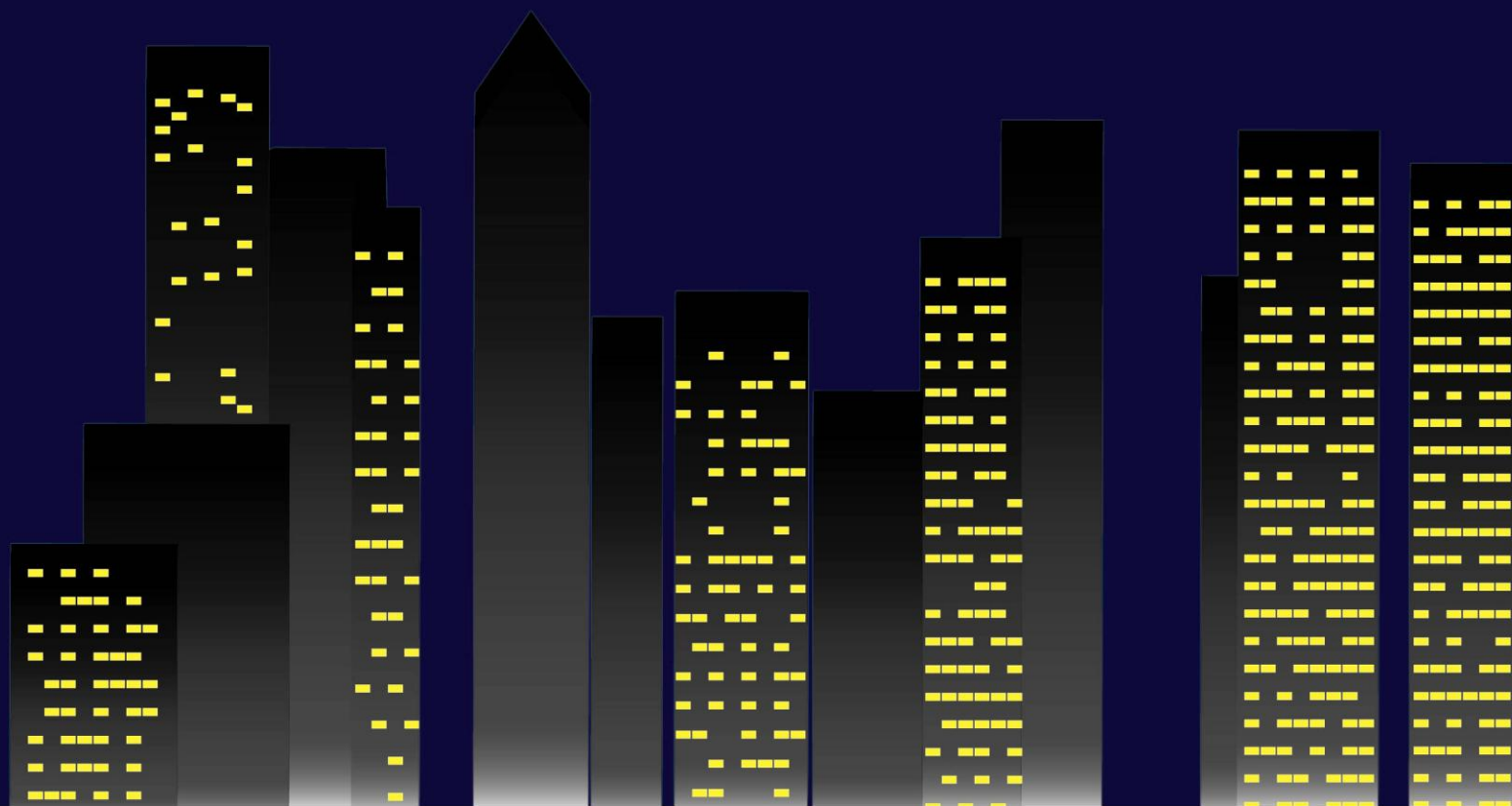


# ¿QUÉ PIENSAN Y VIVEN LOS EMPRESARIOS ANTE LA CRISIS EN LOS NEGOCIOS?

FRANCISCO C. CERVANTES PÉREZ



REPORTE TÉCNICO  
INVESTIGACIÓN CORTA

CENTRO DE INVESTIGACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD DE LOS EMPRESARIOS  
CCE - IC - 30901

La investigación reportada aquí fue patrocinada por la Universidad Regiomontana, A.C.

La Universidad Regiomontana es una Asociación Civil que no persigue fines de lucro, que promueve la formación integral del ser humano en las diferentes etapas de su vida, poniendo a su alcance una educación y capacitación de alta calidad para que llegue a ser y permanezca como un líder competitivo y un actor socialmente responsable.

Universidad Regiomontana y UR son marcas registradas.  
©Derechos Reservados 2009 Universidad Regiomontana

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de este artículo puede ser reproducida en ninguna forma ya sea por medios electrónicos o mecánicos (incluyendo fotocopiado, grabado o almacenamiento y recuperación de información) sin permiso por escrito de la Universidad Regiomontana.

2009 Publicado por la Universidad Regiomontana  
Rayón 480 Sur, Centro, 64000, Monterrey, N.L., México  
[URL:http://www.ur.mx](http://www.ur.mx)

Para ordenar copias de este documento favor de contactar  
Editor Investigación: Teléfono +52 81 8220 4604 Extensión 3847  
Fax+ 52 81 82204632; Email: [mpacheco@mail.ur.mx](mailto:mpacheco@mail.ur.mx)

## ¿Qué piensan y viven los empresarios ante la crisis en los negocios?

Francisco C. Cervantes Pérez

**E**n una encuesta de opinión entre empresarios del sector comercio, manufactura y servicios, en la ciudad de Monterrey, se encontró que el 80% de los participantes observan crisis en las empresas del país, de los cuáles el 44% reporta haber vivido una experiencia de crisis, aunque sólo el 20% la vivió en su empresa. El 12% prevén que pronto estarán en crisis, el 8% afirma estar ya en este momento en una situación difícil a nivel empresarial, y el 4% a nivel personal.

Sabemos que las personas reaccionan de diferentes maneras ante situaciones adversas. En este caso los pequeños empresarios encuestados durante la última semana de febrero del 2009 piensan, actúan, dan prioridad y reaccionan ante una crisis de acuerdo con lo siguiente:

<b>ACTITUD ANTE LA CRISIS</b>	<b>%</b>
Vincularse con los clientes	97
Respetar las leyes y los acuerdos	95
Mantener una actitud positiva	93
Contar con métodos de trabajo	
Aceptarse a sí mismo	90
Tener orden y limpieza	
Alta capacidad de tolerancia y comprensión	
Fortaleza ante las contrariedades	
Fomentar temas positivos	
Ser justo	89
Evitar el protagonismo	
Realizar el trabajo en tiempo y forma	
Mantener la Fe	
Orgullo por su país	
Administrar austeramente	86
Mantener relaciones interpersonales afectivas	
Mostrarse afable con quienes le rodean	
Auto controlarse emocionalmente	
Tomar decisiones ordenadas hacia una acción concreta	
Hacer confidencia con personas de su confianza	83
Ser prudente en el gasto e inversiones	
Mantener la verdad en el decir y actuar	80
Procurar los símbolos de distinción personal y profesional	
Meditar	

Nota: Cada valor porcentual es independiente y se obtiene con referencia al valor total de la muestra.

## Vinculación con los clientes

La empresa busca crear y mantener respuestas satisfactorias a las necesidades de los clientes, de hecho califican esta necesidad en una alta prioridad (97%). El proceso que siguen es: primero, identificar cuáles son las necesidades a cubrir; segundo, encaminar las acciones con el objetivo de exceder las expectativas del cliente; tercero, asegurar que los clientes tengan claro lo que el negocio hace por ellos. Casi de igual importancia, en un (95%), está el respeto a las leyes, a los acuerdos establecidos y a sus consecuencias, con el propósito de garantizar un ejercicio profesional competente, honesto y honorable, generando confianza a los clientes y dándole confiabilidad al negocio.

**Contar con métodos de trabajo y mantener una actitud positiva**, son actitudes que obtuvieron el 93%. En este sentido, se resaltó que ante los diferentes escenarios que se lleguen a presentar, se procure mantener métodos de trabajo que estén bien definidos y sean constantes en su actuar profesional, de acuerdo con las prioridades. A la vez, indican que no debe darse excesiva importancia a las cargas y a las dificultades que se lleguen a presentar, tratando de actuar con la máxima entrega ante las eventualidades.

Con un 90% fueron evaluadas diversas actitudes: **Aceptar las cosas tal y como son** implica la necesidad de que los empresarios se ubiquen ellos mismos en perspectivas reales, cuidando mantener una imagen personal e institucional de **orden y limpieza**, además de propiciar un ambiente agradable y armónico que invite al trabajo. Por otra parte, tener una **alta capacidad de tolerancia y comprensión** hacia los demás y actuar con **fortaleza ante las contrariedades y contratiempos presentes**, centrándose principalmente en manejar y fomentar **temas positivos**, evitando las actitudes negativas, fueron consideradas igualmente relevantes.

**Ser justo** es un tema que califican con una prioridad alta (89%), como una forma de vida y una de tantas formas de practicarla es dando a cada quien lo que le corresponde, ya que esto genera ambientes de confianza y de seguridad en el equipo humano de trabajo, en los clientes y en la familia. Otro punto a cuidar es **evitar el protagonismo**, buscando la congruencia entre lo que se piensa y se hace, así como **realizar el trabajo en tiempo y forma debida**, sin olvidar que a pesar de la problemática presente se debe mantener el orgullo por el país.

Los encuestados sostienen (86%) que en todo tiempo pero más en épocas críticas, hay que mantener una **administración austera** efectuada con los recursos mínimos necesarios, y acompañarla de un **autocontrol emocional** que permita tomar decisiones ordenadas hacia acciones concretas. Sumado a lo anterior, es importante resaltar el valor de las **relaciones interpersonales afectivas** y lograr enfrentar la crisis a través de las relaciones con personas de confianza, la recreación y el ejercicio físico, así como meditar. El 80% afirmó que ayuda buscar el consejo de especialistas. Este último valor porcentual también se lo dan a la atención en el uso de detalles para el cuidado y la **distinción personal y profesional**.

**Ser prudente en el gasto y las inversiones**. El 83% señaló la trascendencia de evitar tener actos impulsivos, así como que todo egreso económico debe estar previamente analizado en su aplicación y rendimiento.

Efectos negativos de la crisis en empresario. Los efectos de una crisis tienen algunas manifestaciones negativas en el empresario. Los porcentajes varían del 34 al 56%, como se muestra a continuación:

<b>%</b>	<b>Padecimiento o manifestación como consecuencia de la crisis</b>
56	Estrés
52	Angustia, ansiedad
45	Mal humor, insomnio
40	Agresividad
34	Depresión, autoagresión
32	Cefaleas y enfermedades (sin especificar)

Ante la pregunta si los encuestados hablan frecuentemente del tema de la crisis, se encontró que el 54% se guarda todo para si mismo, mientras que el 46% lo habla con todo mundo.

Finalmente, de acuerdo con los datos obtenidos, es preciso enfatizar que aquellos empresarios que tienen ideas muy claras sobre lo que deben hacer, cómo lograrlo, y además qué actitudes son las que más contribuyen para enfrentar una crisis, serán los que logren salir adelante en estos tiempos de dificultad.

**Autor:** Lic. Francisco C. Cervantes Pérez  
Investigador del Centro para la Competitividad de los Empresarios  
Universidad Regiomontana