

LUAN VINICIUS BERNARDELLI
(ORGANIZADOR)

ECONOMIA:

Mercado e relações de trabalho

2

LUAN VINICIUS BERNARDELLI
(ORGANIZADOR)

ECONOMIA:

Mercado e relações de trabalho

2



Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^o Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^o Dr^a Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^o Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o Dr^a Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^o Dr^a Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^o Dr^a Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^o Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o Dr^a Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Economia: mercado e relações de trabalho 2

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Mariane Aparecida Freitas
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Luan Vinicius Bernadelli

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E19 Economia: mercado e relações de trabalho 2 / Organizador
Luan Vinicius Bernadelli. – Ponta Grossa - PR: Atena,
2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0302-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.029220607>

1. Economia. I. Bernadelli, Luan Vinicius (Organizador).

II. Título.

CDD 330

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

A segunda coleção do livro “Organização Economia: Mercado e relações de trabalho 2” é composto de diversos capítulos, tendo como objetivo principal o debate científico. Após a primeira edição da coleção apresentar diversos artigos interessantes para o debate do mercado de trabalho, o segundo volume também abordará de forma categorizada e interdisciplinar trabalhos, pesquisas, relatos de casos revisões e ensaios empíricos que transitam nos vários caminhos das organizações e da economia.

O objetivo principal da obra é apresentar de forma categorizada e clara estudos desenvolvidos em diversas instituições de ensino e pesquisa do país. Em todos esses trabalhos, a linha geral foi o estudo de aspectos empresariais ligados ao debate do mercado de trabalho.

Vários temas importantes são, deste modo, debatidos nesta obra com a proposta de fundamentar o conhecimento, contribuindo a todos aqueles que de alguma forma se interessam pelo estudo do mercado de trabalho. São trabalhos que se empenham em mostrar o papel do Marketing no mercado de trabalho, assim como trabalhos que abordam a economia solidária, formação de redes e do associativismo. Há ainda uma discussão sobre o trabalho infantil. Todos trabalhos que enfatizam o mercado e as relações de trabalho.

Dessa forma, a organização deste livro não está pautada sob um tema único, dado a diversidade de tópicos e métodos que são apresentados. Neste livro, o leitor poderá contemplar 5 capítulos que debatem o mercado e as relações de trabalho.




A existência do segundo volume de uma obra que debata o comportamento do mercado de trabalho e o perfil empresarial das organizações é essencial no atual contexto econômico e financeiro, onde há uma intensa modificação no perfil tanto das empresas, quanto dos profissionais. Tratam-se de temas atuais e de interesse direto da sociedade.

Deste modo a obra “Organização Economia: Mercado e relações de trabalho 2” possui trabalhos fundamentados nos resultados práticos obtidos pelos diversos professores e acadêmicos que arduamente desenvolveram seus trabalhos que aqui serão apresentados de maneira concisa e didática.

Dado a importância da divulgação científica, a Atena Editora, em mais uma obra, auxilia na construção do conhecimento, auxiliando toda a comunidade científica na divulgação de seus resultados.

Luan Vinicius Bernardelli

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
ANÁLISE COMPARATIVA DAS ESTRATÉGIAS DE <i>MARKETING MIX</i> ADOTADAS EM TRÊS MERCADOS DE PROXIMIDADE AGROECOLÓGICOS	
Heliene Macedo de Araújo Marta Cristina Marjotta-Maistro	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0292206071	
CAPÍTULO 2	23
DINÂMICA DA POLÍTICA PÚBLICA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA NO BRASIL: OBSTÁCULOS DE IMPLEMENTAÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO BASEADA NO TRABALHO AUTOGESTIONÁRIO	
Naira Luan Sousa e Silva Maria do Rosário de Fátima e Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0292206072	
CAPÍTULO 3	36
EL TRABAJO INFANTIL EN EL ESTADO DE HIDALGO, 2009 Y 2019	
Elías Gaona Rivera Jozelín María Soto Alarcón	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0292206073	
CAPÍTULO 4	52
LÍNEA EMPRENDIMIENTO E IMPULSO EN EL DESARROLLO DE NEGOCIOS: FACTORES DE ÉXITO DE LAS EMPRESAS FAMILIARES PANADERAS DE DOLORES HIDALGO, C.I.N., GTO	
Ma. Beatriz Rangel Terán Beatriz del Ángel Saldaña	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0292206074	
CAPÍTULO 5	59
REDES, ASSOCIATIVISMO, CULTURA EMPRESARIAL E COMPETITIVIDADE EM UMA SOCIEDADE GLOBALIZADA	
Amilcar Baiardi Ruthy Nadia Laniado	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.0292206075	
SOBRE O ORGANIZADOR	75
ÍNDICE REMISSIVO	76

LÍNEA EMPRENDIMIENTO E IMPULSO EN EL DESARROLLO DE NEGOCIOS: FACTORES DE ÉXITO DE LAS EMPRESAS FAMILIARES PANADERAS DE DOLORES HIDALGO, C.I.N., GTO

Data de aceite: 04/07/2022

Data de submissão: 06/06/2022

Ma. Beatriz Rangel Terán

M. en C. Admvdas

Profesora de tiempo completo en el Área Económico Administrativa de la Universidad Tecnológica del Norte de Guanajuato Dolores Hidalgo, C.I.N., Gto, México

Beatriz del Ángel Saldaña

M. en Admon

Profesora de tiempo completo en el Área Económico Administrativo de la Universidad Tecnológica del Norte de Guanajuato Dolores Hidalgo, C.I.N., Gto, México

RESUMEN: Cuando se realiza un análisis exhaustivo de la información existen de las empresas familiares, surgen un sinnúmero de preguntas ¿Cómo crecieron?, ¿Cómo se desarrollaron?, ¿Cómo siendo microempresas ahora son empresas globales? O simplemente ¿Cómo siendo pequeñas o microempresas logran permanecer en el mercado por 20 o 30 años? ¿Cómo los emprendedores involucraron en el negocio a su familia? ¿Qué retos han enfrentado como familia? ¿Qué retos han enfrentado como empresa?, estas interrogantes nos permiten definir la pregunta de investigación ¿Cuáles son los factores de éxitos de las empresas familiares panaderas de la ciudad de Dolores Hidalgo? La palabra éxito proviene del latín exitus que significa salida (diccionario real

academia). Si profundizamos sobre el tema de acuerdo a Pérez, J. y Gardey, A. (2012) éxito lo definen como sobresalir o el efecto o la consecuencia acertada de una acción, bajo este contexto entonces las empresas que crecen, se desarrollan o permanecen por largos períodos de tiempo se pueden considerar exitosas porque varias de ellas logran sobresalir con sus productos y servicios en el mercado o aplican estrategias u acciones que les permiten continuar sus operaciones en su localidad o una región; así mismo, revisando el éxito empresarial, es considerado como el triunfo que tiene una organización para coordinar recursos materiales, técnicos, humanos y métodos, para obtener resultados favorables y objetivos. La noción de éxito es relativa y subjetiva. Lo que para una persona puede ser un éxito, para otra es un consuelo ante el fracaso, lo mismo ocurre con las empresa.

PALABRAS CLAVE: *Éxito, empresas familiares, empresas panaderas, factores.*

ABSTRACT: Endless questions arise when an exhaustive analysis of the existing information of family businesses is carried out: How did they grow? How did they develop? How being micro-enterprises are now global companies? Or simply, how being small or micro-enterprises, manage to remain for more than 20 or 30 years? How did the entrepreneurs get their family involved into the business? What challenges have they faced as a family? What challenges have they faced as a company? These questions allow us to define the research question: What are the success factors of family bakery businesses in the city of

Dolores Hidalgo? The Word “éxito” comes from the Latin “ésitus” which means “exit” (Royal Academy dictionary). If we delve into the subject according to Pérez, J and Gardey A. (2012) “éxito” means success” and it is defined as standing out, the effect or successful consequence of an action. Then, in this context companies that grow, develop or remain for long periods of time can be considered successful because several of them manage to stand out with their products and services in the market or apply strategies or actions that allow them to continue their operations in their locality or region; Likewise, reviewing business success, it is considered as the triumph that an organization has to coordinate material, technical, human resources and methods, to obtain favorable and objective results. The notion of success is relative and subjective. What for one person can be a success, for another is a consolation in the face of failure, the same thing happens with companies.

KEYWORDS: “Éxito” success, family businesses, bakery companies, factors.

1 | INTRODUCCIÓN

En los estudios existentes ya hay una buena cantidad de información sobre las micro, pequeñas y empresas familiares porque los investigadores se han enfocado a tratar de conocer las condiciones en las que operan o en la que son administradas.

Por hacer referencia a una de varias investigaciones Bastar, S. (2013) cita a Garrido, C. y Ortiz, C. (2006) quienes analizaron de 1988 a 2003 el crecimiento de las micro y pequeñas empresas encontraron que la cantidad de las primeras aumentaron un 322.12% lo que ha permitido que la creación de las fuentes de empleo se vea favorecida dado que ha permitido incrementar esta variable en 238.38%.

Las pequeñas empresas en cambio tuvieron un crecimiento del 1.34% pero tuvieron un decremento del 2,44% en cuanto a la ocupación de personas. El panorama de las empresas medianas no es muy alentador dado que han disminuido en un 2.12% lo que trae como consecuencia una reducción del empleo del 4.93%

Microempresas:	1988		2003		% Crecimiento
Número de Establecimientos:	117,779	83.27%	379,389	92.75%	322.12
Personal Ocupado:	319,701	11.82%	762,103	18.15%	238.38
Empresas Pequeñas:	1988		2004		
% de Establecimientos, sin considerar a las micro:	65.11%		66.45%		1.34
%Personal Ocupado, sin considerar a las micro:	15%		12.56%		-2.44
Empresas Medianas:	1988		2004		
% de Establecimientos, sin considerar a las micro:	26.42%		24.30%		-2.12

% Personal Ocupado, sin considerar a las micro:	28.50%	23.57%	-4.93%
---	--------	--------	--------

Tabla 1 - Indicadores de crecimiento de las micro y pequeñas empresas.

Fuente: Garrido y Ortiz, Ponencia presentada ante el V Congreso Nacional de la AMET, Oaxtepec, Morelos, 2006.

Así podemos apreciar que las micro y pequeñas empresas son las generadoras de empleo como se muestra en la tabla uno, más considerando que las grandes empresas en estos tiempos buscan optimizar los recursos en afán de conseguir mejores ganancias, para ello utilizan la tecnología como una estrategia que les permite reducir sus costos debido a la disminución de personal en todas las áreas y funciones de ésta. Es así que también están surgiendo las empresas familiares las cuales son una opción para autoemplearse.

En su artículo de Villafranco, G. (2015) señala que Banamex y la consultoría ProfitConsulting realizaron un estudio encontrando que el 90% de las unidades económicas en México son empresas familiares, a su vez otros investigadores como Small Business Administration y el Bureau of Labor Statistics citado por Villafranco, G. (2015) encontraron que menos de 30% de las empresas familiares avanzan con éxito a la segunda generación y sólo 12% alcanza la tercera, además señalan que la esperanza de vida promedio de una empresa familiar es de 25 años.

Las empresas familiares además son un vínculo entre familia y negocio, donde el principal motor es cubrir con sus necesidades familiares, alimentación, vestido, educación entre otros, considerado el sustento familiar.

En Dolores Hidalgo se tiene poca información sobre las micro y pequeñas empresas familiares con relación a sus características y las condiciones en las que trabajan para establecer sus fortalezas, sus debilidades, sus necesidades, su problemática y su requerimiento para establecer modelos y programas de apoyo públicos o privados que lleven obtener el éxito en base a la forma en que ellos lo conceptualizan.

2 | DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA

Objetivo General

Identificar los factores que les han dado éxito a las empresas panaderas de la ciudad de Dolores Hidalgo, Gto., y San Luis de la Paz.

Objetivos Específicos

Identificar las empresas del sector panadero para profundizar sobre sus características.

Identificar desde el punto de vista teórico conceptual que serán consideradas como variables para este estudio.

Generar propuestas de la estructura administrativa y financiera para el logro del crecimiento en las empresas, después de conocer los factores que les afectan.

Tipo de Investigación e Instrumentos de Recolección

Se ha realizado con una investigación exploratoria, cualitativa, documental y de caso porque el resultado de éstas ha permitido tener una visión general con respecto a la realidad de los negocios y empresas familiares.

Hasta el momento se realizó una entrevista semiestructurada aplicada de manera personal.

Periodo de Realización

Junio de 2018.

3 | RESULTADOS

En esta investigación se quiere dar a conocer como las empresas familiares conciben el término éxito en sus negocios familiares. Tomando en una primera etapa de investigación un estudio de casos, se seleccionó una empresa con un tiempo de vida de cincuenta y tres años dentro del mercado, ya que se estableció desde 1965.

Eligiendo las panaderías, por ser una empresa de producción que comercializan sus productos, con un concepto muy tradicional en su proceso de elaboración destacándose por su sabor culinario y que además se organizan y trabajan de manera empírica.

El Sr. Antonio inicio desde muy chico con su abuelo, el Sr. Quirino en la elaboración del pan, posteriormente se emplea en algunas panaderías entre ella la panadería del refugio, para apoyar al gasto familiar, decide casarse con la Sra. Guadalupe, con quien procrea a un solo hijo, el sustento familiar e independencia, se volvieron más exigentes, por lo que decide poner una tienda de abarrotes, buscando otra alternativa económica que le permitió iniciar con la construcción de su casa. Los resultados de la tienda de abarrotes no eran del total de su agrado, los ingresos eran buenos, pero su pasión era la elaboración del pan.

Antes de 1965 se empezó con esta empresa familiar por lo que se decide construir un horno, para elaboración de pan, creando sus propias recetas, su familia su esposa y el hijo, dan inicio a la producción de este producto, en una casa modesta, hecha a base de trabajo, teniendo tiempo difíciles. Al principio su venta era a sus vecinos y amigos, quienes conocían de su pasión por hacer pan, el hijo comienza a una edad muy corta, da continuidad a la pasión de la herencia familiar, cuando su papá enferma se queda con el negocio haciéndose cargo de la panadería.

A su vez al fallecer el Sr. Antonio, su hijo, su esposa y sus dos nietos estudiantes de universidad, retoman el negocio para trabajarlo y de esta forma obtener los recursos económicos para su sustento. Los nietos se involucran en el negocio durante vacaciones

apoyando en el proceso de producción, uno de ellos, estudiante de computación tiene la ilusión de hacer crecer y ampliar la panadería.

La panadería es considerada artesanal por el proceso de elaboración del pan da inicio con la selección de los materiales desde muy temprano, en caso de existir faltantes se realizan las compra de algunos productos que no se tienen para ello, seleccionan la materia prima, esto es de gran importancia porque utilizan harinas naturales y mantequilla, se prepara el área de trabajo en donde solo pueden laborar dos personas, con la finalidad de cuidar sus recetas no han involucrado a más empleados porque quieren utilizar las recetas originales y llevarlas al pie de la letra eso es lo que le ha dado al producto autenticidad, preparan la masa a base de la fermentación natural, no utilizando químicos para hacer crecer el pan, consideran que solo deben darle su tiempo. El horno que se utiliza es de piedra, en un inicio se utilizaba leña, pero se realizaron modificaciones usando gas, por las condiciones de salud del Sr. Antonio, quien por prescripción médica realizó esos cambios, no tienen mermas. La producción está a cargo del señor Antonio con apoyo en ocasiones de los hijos.

La administración del negocio es llevada por la Señora, quien realiza las compras de la materia prima con base en lo que le pide el señor Antonio, y en caso de no contar con el material él va personalmente a comprar lo faltante.

La venta empieza a las ocho o nueve de la noche, solo son de dos a tres horas, su esposa del Sr. Antonio hijo es la encargada de las ventas, más de algunos de sus familiares los apoyan con esta actividad, porque les gusta ayudar, consideran que es un espacio de relajación y convivencia, porque en la casa se percibe tranquilidad y la compañía de los niños jugando, esto permite platicar y relajarse de otros trabajos.

Las actividades del negocio y la familia se integran con el negocio porque da el tiempo para hacer tareas con los hijos, ir a las actividades escolares, jugar, ver televisión o salir a caminar.

Se tiene pensado que el crecimiento del negocio sería a través de ampliar el proceso de producción, con el apoyo de uno de sus hijos, así como también hacer la venta de leche y café a sus clientes para que se sientan satisfechos.

Las causas que le han permitido permanecer ha sido la tenacidad. La empresa la consideran exitosa, por dar carreras profesionales a sus hijos. El producto lo consideran exitoso porque están en la preferencia del mercado, además que sus clientes son desde muchos años, y porque se han apegado a las recetas y la originalidad del sabor además consideran que el horno es esencial para su elaboración del producto porque en algunos negocios de este giro ya el horno es de metal.

4 | CONCLUSIONES

Las empresas familiares en su mayoría trabajan de manera empírica por

naturaleza, sin conocimiento pero respetando las teorías existentes sobre la administración de los negocios, como lo es: la estructura organizacional, la calidad de los productos, los procesos de producción, celos de las recetas originales, organizando al personal, capacitación y preparación para la permanencia de la empresa, cuidadosos de la compra de sus materiales, tratando siempre de administrar los recursos con eficiencia para dar cumplimiento a la manutención de sus familias.

La empresa familiar panadera visitada aplica las funciones como compras, producción y ventas, tendiendo una división clara de tareas y actividades de lo que ha de hacerse para ofrecer sus productos a los clientes, esto permite responsabilizarse de lo que se hará en equipo o de manera individual.

Aún cuando no tiene definidos por escrito sus metas y objetivos de corto, mediano y largo plazo si tienen idea de lo que quieren lograr en el corto y mediano plazo.

En el caso estudiado la empresa conoce las necesidades del cliente y quiere plantear soluciones y propuestas que permitan mejorar su relación con él, pero uno de sus problemas es la falta de recurso para invertir en los cambios o modificaciones que requiere el negocio. Se ha planteado que esos cambios no buscan tener una mejor ganancia sino prestar servicios adicionales que satisfagan las necesidades de los consumidores, esto en respuesta a la lealtad que el cliente ha tenido con ellos.

Las razones por las que el negocio ha permanecido en el mercado es la calidad de su producto dado que cuidan sobre manera que sus materias primas sean de la calidad de antaño sin agregar otros materiales que actualmente se utilizan, así mismo, buscan cuidar las recetas para aplicarlas tal como lo hicieron el abuelo y el padre.

Entre los valores que aplican los integrantes de la familia para que la empresa permanezca en el mercado y en el tiempo está: la pasión o el gusto por hacer pan, creer en el producto y la tenacidad para seguir adelante aún cuando tuvieron serias dificultades para continuar, hubo momentos de flaqueza para cambiar su forma de obtener recursos económicos para vivir, pero no se dejaron vencer por eso, así se puede observar que no tienen definidos por escrito sus valores, pero si los viven en el día a día, aplicando otro elemento de la filosofía de la empresa.

Este negocio ha permitido que la familia se mantenga unida, tanto el padre como la madre ha tenido tiempo para la convivencia familiar y el cuidado de los hijos, porque administran su tiempo dando horas de trabajo a la empresa y horas muy definidas para su familia, además tienen día de descanso que es el domingo.

El empresario considera que el éxito está definido por no quebrar y permanecer en el tiempo por lo que al reflexionarlo piensan que si son exitosos. Exitosa, por naturaleza por contar con la preferencia de sus clientes, por la atención, el buen trato y el cuidado de su presentación en los productos, exitosas por dar crecimiento a una familia, por la permanencia y la constancia, por estar presente para la familia, verla crecer, exitosa porque aún cuando no tiene nombre el negocio ha permanecido a través de los años.

RECOMENDACIONES

Se va a continuar con la investigación para profundizar sobre este tema, dado que esto permitirá contar con una gran diversidad de variables y líneas de investigación, factores que afectan el éxito de las empresas, desde el punto de vista social, económico, administrativo, de calidad, producción, tiempos y movimientos, control interno, crecimiento, publicidad, entre otros conceptos.

REFERENCIAS

Bastar, S. (2013). ***Familia y empresa familiar: Un caso de éxito en la intersección de estas instituciones***. DOI: 978-607-02-4474-2. México: UNAM.

Martínez, P. (2006). ***El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica*** *Pensamiento & Gestión*. (20), pp. 165-193. Colombia: Universidad del Norte de Barranquilla.

Parra, M. (2016). ***Empresas de familia: conceptos y modelos para su análisis***. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/646/64650087006.pdf>

Pérez, J. y Gardey, A. (2012). ***Definición de éxito***. Recuperado de: <https://definicion.de/exito/>

Saldaña, Y., Ruiz, F., Gaona L., Castillo M. (2016). ***Familia empresaria y toma de decisiones en el negocio familiar: estudio de caso***. DOI: 1/2448-5101.

Villafranco, G. (2015). ***Los retos para la supervivencia de las empresas familiares***. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/los-retos-para-la-supervivencia-de-las-empresas-familiares/>

ÍNDICE REMISSIVO

A

Agricultura orgânica 1, 17, 18, 21
Agroecologia 1, 2, 3, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 21

C

Capital humano 36, 37, 38, 39, 40, 66, 67
Cultura regional 59

D

Desemprego 31
Desenvolvimento sustentável 29

E

Economia 1, 5, 12, 13, 14, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 68, 69, 73, 74, 75
Economia regional 59, 75
Economia solidária 1, 5, 12, 13, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35
Educação 14, 29
Empresas familiares 52, 53, 54, 55, 56, 58
Empresas panaderas 52, 54
Eslavitud 41
Estratégias de marketing 1, 2, 3, 20, 21
Éxito 52, 53, 54, 55, 57, 58

F

Factores 52, 54, 55, 58
Feiras 1, 2, 10, 11, 12, 14, 18
Formas de trabajo 39, 41

H

Hidalgo 36, 37, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 50, 51, 52, 53, 54

I

Implementação 23, 27, 31, 63

M

Marketing 1, 2, 3, 6, 7, 12, 20, 21, 22

Mercado de trabalho 26, 31, 72

Mercados de proximidade 1, 2, 3

Mix de marketing 3

Modelo 28, 60, 63, 68, 69, 72

P

Pequenas empresas 53, 54

Pobreza 36, 37, 38, 41, 42, 44, 45, 47, 48, 49, 50

Política pública 23, 24

Políticas públicas 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 32, 34, 35, 41, 63

Pós-pandemia 72

R

Redes 2, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 29, 34, 59, 60, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72

S

Sociedade globalizada 59

T

Trabajo infantil 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 45, 46, 47, 48, 49, 50

Trabalho autogestionário 23


🌐 www.atenaeditora.com.br
✉ contato@atenaeditora.com.br
📷 @atenaeditora
📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

ECONOMIA:

Mercado e relações de trabalho

2



 www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br
 @atenaeditora
 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

ECONOMIA:

Mercado e relações de trabalho

2