

Tenancingo estado de México; 31 de marzo de 2016.

L. en R.E.I Elizabeth Estefanía Brito García  
Encargada del departamento de evaluación profesional  
Centro Universitario UAEM Tenancingo

PRESENTE:

Por este medio me permito hacerle llegar la revisión del documento titulado:

“la sucesión de la empresa familiar: el caso del obispo como preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo estado de México” cuyo dictamen considero debe ser como:

**NO APROBADO**

Por las razones que enumero a continuación.

- El título no es congruente con el texto, para poder hablar de la “preservación del patrimonio” tendría que proponerse alguna estrategia concreta y no sólo la descripción del fenómeno, se sugiere cambiar el título.
- El documento presenta una importante cantidad de errores ortográficos, de congruencia y sintaxis desde el título, agradecimientos y el cuerpo mismo del trabajo, se sugiere hacer una revisión exhaustiva posterior a la reescritura del documento.
- En el capítulo 2 se hace la contextualización del concepto de “familia” desde un punto de vista moral cuando debería hacerse un análisis desde las ciencias sociales para poder explicar la línea de descendencia, la estructura familiar en el caso particular de las familias que elaboran obispo en la cabecera municipal de Tenancingo, la forma que sigue la sucesión del negocio (matrilineal, patrilíneal, o alguna distinta y explicar sus características y variables, el cómo y por qué se la dicha

---

sucesión) esto porque en la metodología se plantea hacer un trabajo de corte cualitativo por lo tanto las estrategias de investigación que corresponden a dicho estilo serían la entrevista a profundidad, historia familiar y análisis etnográfico por lo cual se sugiere volver a redactar el capítulo utilizando otro tipo de bibliografía.

- En el apartado de metodología dicen que seguirán el método cualitativo que no está presente en la investigación, al parecer tomaron fragmentos de distintas metodologías para conseguir su trabajo pero no fueron aplicados de forma correcta, por lo cual se sugiere hacer una nueva revisión de lo que es la investigación cualitativa y cuál es su metodología
- El instrumento de medición es deficiente, el uso de preguntas cerradas favorece el análisis estadístico pero no se corresponde con la metodología cualitativa porque justamente este tipo de preguntas sirven para hacer generalizaciones y no estudios de casos particulares a profundidad, por lo cual se sugiere reelaborar el instrumento, hacer el debido pilotaje y posteriormente aplicarlo en conjunto con estudios de caso de las empresas más representativas o con historias particulares para poder hacer un análisis holístico como mencionan en la metodología
- Las preguntas de investigación no están jerarquizadas no se plantea una pregunta general con preguntas específicas, eso complica la estructura de las conclusiones haciéndolas poco claras, se sugiere reescribirlas y utilizarlas como ejes del análisis.
- La hipótesis no se verifica en el trabajo, nunca se hace mención de ella en las conclusiones, se sugiere replantear la hipótesis y centrar en ella las conclusiones.
- En trabajo de análisis estadístico está incompleto, no se hace ninguna interpretación de los resultados obtenidos, se centra únicamente en la descripción de las respuestas en porcentajes lo cual deja el trabajo trunco al carecer de un verdadero análisis de los datos obtenidos, se sugiere hacer un trabajo de análisis de los datos y presentarlo en forma escrita o como matrices de análisis después de las gráficas.
- En relación con los objetivos se plantea realizar un análisis de la situación actual de las empresas, conocer las características de las empresas familiares y conocer la opinión de los productores de obispo acerca de su producto como patrimonio

cultural gastronómico del municipio y ninguno de estos objetivos se menciona claramente en el apartado de análisis y conclusiones, se sugiere volver a revisar el documento en su totalidad para poder ligar todas las partes del mismo y que tenga coherencia y rigor científico

Se hacen las presentes sugerencias para el mejoramiento del trabajo de tesis de los alumnos en un afán de ayudarles a realizar un trabajo de calidad del que puedan hacer uso en el futuro con publicación de artículos especializados ya que el tema elegido es interesante y pertinente.

Atentamente:



L. en G. Andrés José Antonio Juárez Ortega

Profesor de asignatura del Centro Universitario UAEM Tenancingo

Tenancingo estado de México; 25 de mayo, 2016.

L. en R.E.I Elizabeth Estefanía Brito García  
Encargada del departamento de evaluación profesional  
Centro Universitario UAEM Tenancingo

PRESENTE:

Por este medio me permito hacerle llegar la revisión del documento titulado:

“la sucesión de la empresa familiar: el caso del obispo como preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo estado de México” cuyo dictamen considero debe ser como:

APROBADO CON CORRECCIONES

Por las razones que enumero a continuación.

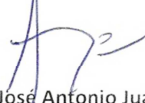
- El título no es congruente con el texto, para poder hablar de la “preservación del patrimonio” tendría que proponerse alguna estrategia concreta y no sólo la descripción del fenómeno, se sugiere cambiar el título o proponer algún tipo de estrategia de preservación.
- Se recomienda hacer una revisión a conciencia de la sintaxis y redacción en el texto
- En el apartado de metodología dicen que seguirán el método cualitativo que no está presente en la investigación, al parecer tomaron fragmentos de distintas metodologías para conseguir su trabajo pero no fueron aplicados de forma correcta, por lo cual se sugiere hacer una nueva revisión de lo que es la investigación cualitativa y cuál es su metodología
- A pesar de que se sugirió reelaborar el instrumento de investigación, hacer el debido pilotaje y posteriormente aplicarlo en conjunto con estudios de caso de las

empresas más representativas o con historias particulares no se realizó ninguna de estas acciones por lo cual sugiero entonces hacer un análisis a profundidad y descriptivo de la información obtenida para empatarlo con la metodología mencionada.

- En relación con los objetivos se plantea realizar un análisis de la situación actual de las empresas, conocer las características de las empresas familiares y conocer la opinión de los productores de obispo acerca de su producto como patrimonio cultural gastronómico del municipio y ninguno de estos objetivos se menciona claramente en el apartado de análisis y conclusiones, se sugiere volver a revisar el documento en su totalidad para poder ligar todas las partes del mismo y que tenga coherencia y rigor científico

Se hacen las presentes sugerencias para el mejoramiento del trabajo de tesis de los alumnos en un afán de ayudarles a realizar un trabajo de calidad del que puedan hacer uso en el futuro con publicación de artículos especializados ya que el tema elegido es interesante y pertinente.

Atentamente:



L. en G. Andrés José Antonio Juárez Ortega

Profesor de asignatura del Centro Universitario UAEM Tenancingo



Tenancingo Estado de México a 30 de marzo de 2016

L. EN R.E.I ELIZABETH ESTEFANIA BRITO GARCÍA  
ENCARGADA DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN  
PROFESIONAL DEL CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO  
P R E S E N T E

Por este medio me permito enviarle un cordial saludo y, en carácter de **REVISOR** del trabajo de **TESIS** titulado:

*“La sucesión en la empresa familiar: caso del obispo como preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo estado de México”*

Presentado por Guadarrama Méndez María Esther y Colín Reyes Carlos Daniel para obtener el título e Licenciados en Gastronomía; le comunico que dicho documento debe ser mejorado sustancialmente antes de ser aceptado, y así para garantizar el alto nivel académico de nuestros egresados, por lo tanto emito el dictamen de **no aprobado**.

Sin embargo, considero que el tema de investigación es interesante y podría contribuir de manera importante en la realización de estudios posteriores.

A continuación detallo los motivos del dictamen:

- El trabajo no tiene la calidad suficiente para ser considerado tesis de licenciatura.
- No refleja lo indicado en el título.
- La estructura del trabajo no es la establecida.
- El apartado de Antecedentes/Marco Contextual es muy escueto, no aborda la tradición del obispo ni el contexto del objeto de estudio.
- No considera un Marco Teórico que dé soporte al tema.
- El trabajo no realza la importancia de la gastronomía como patrimonio.
- No está correctamente escrito, presenta algunas deficiencias de presentación, orden, y ortografía.
- La redacción es fragmentada, las ideas no se expresan de manera ordenada. Hay poco trabajo de interpretación por parte de los alumnos.
- La metodología empleada presenta incoherencias.





Universidad Autónoma del Estado de México

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO



- Los objetivos no contribuyen a contestar las preguntas de investigación.
- El instrumento empleado para llevar a cabo la entrevista no aborda todas las variables planteadas.
- El análisis presentado en cada gráfica es muy breve y no resalta la importancia del estudio.
- No se presenta un análisis integral de la investigación de campo.
- No se hace la descripción de la situación actual de la sucesión en las empresas familiares dedicadas a la producción de obispo en Tenancingo, Estado de México.
- Las conclusiones no retoman las preguntas de investigación ni la hipótesis planteada.
- La sección de fuentes de consulta no se presenta como lo establece la American Psychological Association (APA).
- No se hace referencia a las imágenes presentadas en la sección de Anexos durante el desarrollo del documento, no apoyan sustancialmente ninguna apartado.

Sin otro particular por el momento me despido de usted quedando a sus órdenes.

ATENTAMENTE

“PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO”

“2016, Año del 60 Aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de México.”

L.G. ELIZABETH GETSEMANÍ CRUZ JOUHÁYERK  
PROFESOR DE ASIGNATURA DEL  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO





Tenancingo Estado de México a 31 de mayo de 2016

L. EN R.E.I ELIZABETH ESTEFANIA BRITO GARCÍA  
ENCARGADA DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN  
PROFESIONAL DEL CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO  
P R E S E N T E

Por este medio me permito enviarle un cordial saludo y, en carácter de **REVISOR** del trabajo de **TESIS** titulado:

*“La sucesión en la empresa familiar: caso del obispo como preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo Estado de México”*

Presentado por Guadarrama Méndez María Esther y Colín Reyes Carlos Daniel para obtener el título e Licenciados en Gastronomía; le comunico que dicho documento cuenta con las características para ser aceptado, por lo tanto emito el dictamen de **aprobado con correcciones menores**. Por lo tanto, los estudiantes pueden continuar con los trámites para solicitar la fecha de su examen de grado.

Sin otro particular por el momento me despido de usted quedando a sus órdenes.

ATENTAMENTE

“PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO”

“2016, Año del 60 Aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de México.”

L.G. ELIZABETH GETSEMANÍ CRUZ JOUHÁYERK  
PROFESOR DE ASIGNATURA DEL  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO





Tenancingo, Estado de México a 31 de Mayo del 2016


Lic. en R.E.I. Estefanía Elizabeth Brito Hernández

PRESENTE


Por medio de la presente hago constar que se realizaron las correcciones correspondientes a la segunda revisión marcada por los revisores, quedando lista para su impresión el proyecto de titulación que lleva por nombre "LA SUCESIÓN EN LA EMPRESA FAMILIAR EN EL CASO DEL OBISPO COMO ESTRATEGIA DE PRESERVACION DEL PATRIMONIO GASTRONOMICO EN TENANCINGO ESTADO DE MÉXICO 2015", de los alumnos María Esther Guadarrama Méndez con número de cuenta 0613722, Carlos Daniel Colín Reyes con número de cuenta 0710130 de la Licenciatura en Gastronomía, de la generación 2010 – 2015, del Centro Universitario UAEM Tenancingo perteneciente a la Universidad Autónoma del Estado de México. Sin más por el momento agradezco su atención, enviándole un cordial saludo.

  
María Esther Guadarrama Méndez

Pasante de la L. en Gastronomía

  
Carlos Daniel Colín Reyes

Pasante de la L. en Gastronomía

  
Doc. Francisco José Holguín García

Director de Tesis

  
MARDT Y TA Marisol Orozco Guerrero

Asesora de Tesis



**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México

Tenancingo, Estado de México; 01 de Junio de 2016.

**C. MARÍA ESTHER GUADARRAMA MÉNDEZ**  
**C. CARLOS DANIEL COLÍN REYES**  
**PASANTES DE LA LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA**  
**PRESENTE**

Por este conducto comunico a Usted, que con base en el Reglamento de Facultades y Escuelas Profesionales de la UAEM que en su Capítulo VIII artículo 120, 121 y 122, así como el Reglamento de Opciones de Evaluación Profesional de la UAEM Capítulo I artículo 6º, puede proceder a realizar la elaboración en formato electrónico del trabajo de Tesis, **"LA SUCESIÓN EN LA EMPRESA FAMILIAR EN EL CASO DEL OBISPO COMO ESTRATEGIA DE PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO EN TENANCINGO ESTADO DE MÉXICO"** y continuar con los trámites y requisitos requeridos para efecto de poder sustentar su examen profesional y obtener el título de **LICENCIADOS EN GASTRONOMÍA.**

Sin otro particular, quedo a sus apreciables órdenes.

**ATENTAMENTE**  
**PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO**

*"2016, año del 60 aniversario de la Universidad Autónoma del Estado de México"*

*"2016, Año de Leopoldo Flores Valdés"*

**DRA. EN E. LUZ MARÍA ROBLES HERNÁNDEZ**  
**SUBDIRECTORA ACADÉMICA** Centro Universitario  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO** UAEM Tenancingo



[www.uaemex.mx](http://www.uaemex.mx)

Carretera Tenancingo - Villa Guerrero KM. 1.5, Tenancingo, Estado de México C.P. 52400  
Tels. 017141407724 y 017141407725 • [centrouniversitariotenancingo@outlook.com](mailto:centrouniversitariotenancingo@outlook.com)



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TENANCINGO**



**“LA SUCESIÓN EN LA EMPRESA FAMILIAR, EN EL CASO DEL OBISPO  
COMO ESTRATEGIA DE PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO  
GASTRONÓMICO EN TENANCINGO ESTADO DE MEXICO 2015”**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN GASTRONOMÍA**

**PRESENTA:**

**MARÍA ESTHER GUADARRAMA MÉNDEZ**

**CARLOS DANIEL COLIN REYES**

**DIRECTOR:**

**FRANCISCO JOSÉ HOLGUÍN GARCÍA**

**ASESORA:**

**MARISOL OROZCO GUERRERO**

**TENANCINGO, ESTADO DE MÉXICO**

**JUNIO 2016**

---

## **DEDICATORIA**

***María Esther Guadarrama Méndez***

**A DIOS:**

*Por darme la oportunidad de vivir día tras día, por permitirme logara todas mis metas, sueños y por todas las personas que forman parte de mi vida.*

**A MIS PADRES:**

*Gracias por su apoyo y ayuda incondicional que me han brindado para poder concluir mis estudios, por sus consejos y cariño. Gracias por haber hecho de mí una persona de bien.*

**A MIS HERMANOS:**

*Por darme su apoyo en cada uno de los momentos más importantes de mi vida, por su cariño y haberme dado unos sobrinos maravillosos.*

**A CARLOS:**

*Corazón gracias por cada momento que hemos compartido, por formar parte de mi vida y permitirme formar parte de la tuya. Te Amo.*

**CARLOS DANIEL COLIN REYES**

**PARA MI MAMÁ:**

*Gracias primero por darme la vida y por ser la mejor mamá del mundo, quien me ha apoyado en todas las cosas que he hecho a lo largo de mi vida, además de darme la oportunidad de estudiar la carrera que acabo de culminar, nunca me cansare de agradecerte.*

**† PARA MI PAPÁ:**

*Gracias por todos los momentos que pasamos juntos, gracias por todas la enseñanzas, gracias por siempre estar conmigo en todo momento y sé que seguirás junto a mí siempre, gracias por impulsarme para estudiar lo que quise gracias por todo PAPÁ.*

**PARA MI HERMANA:**

*Gracias por ser mi hermana, por apoyarme en todas las cosas siempre, en darme palabras de aliento cuando las he necesitado.*

**PARA MI NOVIA TETÉ:**

*Gracias amor por ser parte de mi vida, por acompañarme en esta vida, por apoyarme en todas las locuras que hemos hecho, gracias por ser mi novia nunca olvides que te amo.*

*PARA MI FAMILIA: Gracias a todos por apoyarme en esta etapa de mi vida a todos los que me dieron palabras de aliento para culminar mi carrera.*

### **AGRADECIMIENTOS**

*Gracias, a todas las personas que estuvieron presentes en nuestra formación, por los conocimientos transmitidos, apoyo y amistad, a nuestros profesores por haber formado parte de nuestra formación académica.*

*A nuestra universidad por habernos alojado en sus aulas durante estos 5 años y permitirnos formar parte de esta gran institución.*

*Le damos las gracias de manera muy especial al Doc. Holguín y a la MARDT y TA Marisol, por la amistad y apoyo, que nos han brindado, por todas las enseñanzas, gracias por ser buenos maestros comprometidos con los alumnos y la universidad.*

## **RESUMEN**

La presente investigación se enfocó en el análisis de las empresas familiares dedicadas a la producción de obispo, ubicadas en la cabecera municipal de Tenancingo. Respecto al proceso de sucesión familiar en las empresas dedicadas al ramo gastronómico y su significado como parte del patrimonio cultural y gastronómico del municipio, dentro del cual se resalta la importancia del “saber hacer”, de tal manera que es una ayuda, para la conservación del proceso de elaboración del obispo en Tenancingo, siendo este un oficio que se ha transmitido de generación en generación, así como lo han sido las empresas familiares. Para conocer acerca del proceso de sucesión, el proceso de elaboración, los roles dentro de la empresa y la importancia del patrimonio gastronómico para las familias productoras de obispo, se hizo uso de la entrevista y la encuesta mediante el empleo de un cuestionario y una guía para la entrevista como técnicas de investigación, de manera que nos ayudaron a obtener los resultados que nos permitieron conocer el proceso de sucesión que viven las empresas, lo importante que es para ellos seguir con su oficio, y lo orgulloso que se encuentran al saber que el obispo forma parte del patrimonio cultural y gastronómico de Tenancingo.

Bajo esta tesitura, el obispo de Tenancingo ha resultado ser un digno representante del acervo gastronómico y cultural de Estado de México. A su vez, plasma un esfuerzo para la revalorización y rescate de los rasgos patrimoniales del municipio, esperando establecer un precedente como una estrategia de conservación de la cultura mexicana.

Dentro de los resultados obtenidos durante la investigación, se encuentra el interés por parte de los productores por seguir con la tradición de la elaboración del obispo, lo cual se refleja en el proceso de sucesión en la empresa ya que el 40% de ellas se encuentra en la 3ra generación, así como lo importante que es para ellos el poder conservar su receta, el protegerla y evitar que en otros lugares se pueda realizar su elaboración.

De acuerdo a lo descrito por la UNESCO en su descripción de patrimonio cultural inmaterial y a los resultados obtenidos durante la investigación de campo, se encuentra al obispo como parte del patrimonio cultural inmaterial del municipio de Tenancingo Estado de México.



## **INDÍCE GENERAL**

|  |    |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN .....  | 9  |
| 2. ANTECEDENTES .....  | 11 |
| 3. MARCO METODOLÓGICO .....  | 23 |
| 3.1 Preguntas de Investigación. ....   | 23 |
| 3.2 Hipótesis .....  | 23 |
| 3.3 Objetivos. ....  | 23 |
| 3.4 Metodología. ....  | 24 |
| 3.4.1 Técnicas de Investigación. ....  | 26 |
| 3.4.2 Instrumento de Medición. ....  | 28 |
| 3.5 Análisis Estadístico. ....   | 31 |
| 3.5.1 Población Estadística. ....  | 32 |
| 4. MARCO CONCEPTUAL Y TEORICO .....  | 34 |
| 4.1 La Empresa Familiar y la Sucesión. ....                                    | 34 |
| 4.1.1 Importancia de la Sucesión en la Empresa Familiar. ....                  | 37 |
| 4.1.2 Características de la Empresa Familiar. ....                             | 40 |
| 4.1.3 Ventajas y Desventajas de la Empresa Familiar. ....                      | 41 |
| 4.1.4 Los Fines de la Empresa Familiar. ....                                   | 43 |
| 4.1.5 Ciclo de Vida de la Empresa Familiar. ....                               | 43 |
| 4.2 La Importancia de la Gastronomía Como Parte de la Identidad Cultural. .... | 45 |
| 4.2.1 La Gastronomía Mexicana. ....  | 45 |
| 4.2.2 Gastronomía Mexicana Patrimonio Cultural de la Nación. ....              | 47 |
| 5. CARACTERIZACIÓN DEL OBISPO DE TENANCINGO .....                              | 51 |
| 5.1 Historia de Tenancingo. ....   | 51 |
| 5.2 Actividad Económica. ....  | 53 |
| 5.3 Gastronomía. ....  | 54 |
| 5.4 Obispo de Tenancingo. ....   | 54 |
| 6. RESULTADOS .....  | 57 |
| 6.1 Análisis Estadístico a Través del Uso del SPSS. ....                       | 57 |
| 6.2 Interpretación de Resultados y Gráficos. ....                              | 60 |

|  |     |
|--|-----|
| 6.3 Ingredientes .....   | 73  |
| 6.4 Proceso de Elaboración. ....   | 74  |
| 6.5 Equipo para la Producción del Obispo.....  | 76  |
| 6.6 Tipos de Obispo de Tenancingo. ....  | 77  |
| 6.7 Venta del Obispo. ....   | 78  |
| 6.8 El Obispo de Tenancingo Producto Gastronómico.....   | 82  |
| 7. CONCLUSIONES .....  | 88  |
| 8. RECOMENDACIONES .....   | 92  |
| 9. REFERENCIAS.....  | 95  |
| Bibliografía.....  | 95  |
| 10. ANEXOS.....  | 99  |
| Anexo 1: Modelo de aplicación del cuestionario aplicado a los productores de obispo .              | 99  |
| Anexo 2: Modelo del guion semi-estructurado de la entrevista aplicada a productores de obispo..... | 102 |
| Anexo 3: Entrevista realizada a la familia Flores Arriaga .....                                    | 103 |

## **ÍNDICE DE IMÁGENES**

|   |     |
|---|-----|
| Imagen 1. Ubicación del Municipio de Tenancingo Estado de México..... | 51  |
| Imagen 2. Obispo de Tenancingo .....                                  | 55  |
| Imagen 3. Ubicación del Mercado Municipal “Riva Palacio”.....         | 79  |
| Imagen 4. Promocional de la Feria del Obispo 2015 .....               | 80  |
| Imagen 5. Interior del Mercado “Riva Palacio”.....                    | 82  |
| Imagen 6. Interior del Mercado de Tenancingo .....                    | 109 |
| Imagen 7. Interior del Mercado de Tenancingo .....                    | 109 |
| Imagen 8. Precio del Taco de Obispo de “Taquería la Güera” .....      | 110 |

## **ÍNDICE DE CUADROS**

|  |    |
|--|----|
| Cuadro 1. Fortalezas y Debilidades en la Empresa Familiar.....           | 37 |
| Cuadro 2. Ventajas y Desventajas de la Empresa Mexicana.....             | 42 |
| Cuadro3. Ciclo de Vida de una Empresa.....                               | 44 |
| Cuadro 4. Ingredientes para la Elaboración del Obispo de Tenancingo..... | 74 |
| Cuadro 5. Proceso de Elaboración del Obispo .....                        | 75 |
| Cuadro 6. Tipos de Obispo de Tenancingo .....                            | 78 |

## **1. INTRODUCCIÓN**

La empresa familiar es un pilar y una de las instituciones con mayor relevancia para la economía de cualquier país, México no es la excepción, pues contribuyen con la mayor aportación del PIB nacional con el 60% y generan entre el 70% y el 72% de los empleos. (Simón, 2013). A su vez, se hace énfasis a los retos que enfrentan en la empresa familiar, la cual resulta imprescindible la elaboración de una estrategia de sucesión que facilite la delegación de la dirección en la misma mediante un proceso de formación secuencial, de forma tal que el sucesor posea liderazgo, esté familiarizado con el funcionamiento de la empresa y desee darle continuidad, que sea la correcta elección que gradualmente se traducirá en el éxito o fracaso de la empresa . (Doderon, 2012).

En México, alrededor del 70% de los nuevos negocios no llegan al tercer año de vida, en comparación con estudios en EE. UU., que muestran menos del 30% de las empresas familiares avanzan con éxito a la segunda generación, y sólo 12% alcanza la tercera. Según datos obtenidos de *Small Business Administration*, así mismo se tiene que: únicamente el 33% de las empresas familiares pasan a la segunda generación, el 12% a la tercera y el 4% a la cuarta, sumando un total de 52% de éxito, cifra que habla de la incapacidad de estas empresas para continuar con el proceso de crecimiento (KPMG, 2013). Es así como se delimita el caso de estudio donde se analizará el proceso de sucesión de las empresas dedicadas a la elaboración de obispo en el municipio de Tenancingo, Estado de México como preservación del patrimonio gastronómico y cultural del municipio, esperando sentar precedentes para la revalorización y conservación de la elaboración del obispo como actividad gastronómica.

La gastronomía típica de un lugar representa sus costumbres y tradiciones, así en el caso del obispo en el municipio de Tenancingo, su elaboración surge a partir de los años 60's cuyo principal consumo es para los habitantes de la región, siendo este un producto gastronómico representativo del lugar el cual ha formado parte de la tradición de comer obispo los días de plaza jueves y domingos ya que son

los días en que más se vende, y su elaboración es mayor a la de otros días de la semana.

La presente investigación se describe como un estudio no experimental, cualitativo y analítico-sintético. Se ha utilizado como herramienta principal de recopilación de información a través de la aplicación de encuestas diseñadas con un escalamiento tipo Likert. La metodología empleada para el procesamiento de datos se basa en el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) -paquete estadístico para las ciencias sociales- desarrollado en la Universidad de Chicago, el cual, utiliza el Alfa de Cronbach para el nivel de confiabilidad y aporta un alto nivel de significancia estadística, que permite inferir sobre las premisas evaluadas con un rigor científico aceptable y confiable.

Esta contiene un acercamiento teórico al obispo, en la cual se conoce acerca de su proceso de elaboración, comercialización, ingredientes, utensilios, equipo y técnicas que utilizan para su realización.

Con la cual se obtuvo que el obispo cumpla con las características que marca la UNESCO de patrimonio cultural inmaterial, donde el proceso de elaboración es tradicional, contemporáneo, viviente a un mismo tiempo, representando a la comunidad de Tenancingo.

La importancia que tiene para ellos el poder seguir con la tradición que ha pasado de generación en generación, lo cual ha sido de ayuda para poder preservar la tradición. Sin embargo no conocen los criterios que se deben de tomar en cuenta para llevar acabo la sucesión, o los aspectos relevantes para realizarla de una manera exitosa.

## **2. ANTECEDENTES**

Las empresas familiares representan la fuerza predominante para la economía de las naciones, sin embargo, no se sabe con exactitud qué porcentaje representan. Las cifras más conservadoras muestran que entre el 50% y el 80% de las empresas del mundo son familiares generando, aproximadamente, el 50% del PIB a nivel mundial. En México, no es la excepción, siendo las predominantes sobre otras formas de organización. Actualmente se estima que el 90% de las empresas mexicanas establecidas están bajo el control y propiedad de una familia, lo que revela su importante contribución al desarrollo económico, social y cultural (U. de la Salle, 2014).

El cambio de titularidad en una empresa familiar, es algo que se da de manera general, ya que todas las empresas pasan por este proceso de sucesión.

La sucesión en la empresa, se puede producir por la venta de la empresa, por retiro, tradición o por la muerte del empresario y por tanto se produce la transmisión de la propiedad a sus herederos.

Así mismo, la sucesión es la prueba máxima para las empresas familiares. Una vez que la empresa ha sido transformada de un negocio individual en una empresa familiar, su continuidad y supervivencia debe ser causa de preocupación para la familia. El pasar la empresa de una a otra generación, de manera sana y en condiciones adecuadas, es una meta crucial para este tipo de compañías. (Gersik, 1997)

Planeada o imprevista, la sucesión en negocios familiares presenta retos importantes para empleados, miembros del equipo gerencial, y familia.

El evento genera impacto en la empresa, unas sobreviven precariamente esta etapa en la vida del negocio familiar llevados por circunstancias imprevistas y de último momento. Como resultado de lo anterior, la empresa formada a través del esfuerzo y la dedicación del fundador pasa por períodos de desempeño inadecuado y de pérdida de competitividad. En el peor de los casos, la familia

toma la decisión de cerrar la empresa o transferir su propiedad para no continuar disminuyendo los recursos familiares (recursos tanto financieros como anímicos) y evitar además división familiar, alejándose de algo que se ha tornado en una fuente de problemas y desunión. (Gersik, 1997).

De acuerdo a los datos obtenidos por parte del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) el 98.35% de las empresas familiares se dedican al comercio, dentro del cual se encuentran restaurantes, fondas, taquerías, carnicerías, venta de materias primas, mercados dentro de los cuales se encuentran vendedores de productos gastronómicos entre otros.

Como se ha mencionado en ocasiones anteriores, las empresas familiares son el tipo predominante en todo el mundo. Estas forman parte de nuestra vida económica y social, sin embargo se puede decir que casi son imperceptibles.

El comenzar con un negocio nace de una idea, un compromiso personal y una inversión de los creadores y en algunas ocasiones de sus parientes. Una pareja junta sus ahorros y abre una tienda, donde los hijos crecen y se van involucrando, aprendiendo del negocio familiar y así sus responsabilidades crecen en el negocio de su padre o madre; después de las actividades escolares se les ve frecuentemente detrás del mostrador y en la plataforma de descarga. El éxito y la continuidad de las empresas familiares son un verdadero baluarte económico para gran parte de la población mundial. (Rius, 2010)

En México, como en el resto del mundo, las empresas familiares son un gran generador de riqueza, empleo e innovación. A partir de una idea, un proyecto, un negocio o plan universitario, puede nacer un negocio que crezca y constituya el patrimonio de una familia durante generaciones. Así nacieron cadenas de farmacias, franquicias de comida, empresas constructoras, cines y fabricantes de autopartes, por mencionar algunos. De esta manera, se originaron consorcios industriales de alcance global, construidos por una familia en menos de medio siglo. En México, más de 90% de las firmas que cotizan en la Bolsa Mexicana de

Valores (BMV) tienen una clara representación familiar en el capital y en el control. Por eso es importante hablar de las empresas familiares, de su contribución al desarrollo del país, así como de los esfuerzos para apoyarlas y fortalecer su sostenibilidad. (KPMG, 2013).

Los censos económicos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), que se realizan cada cinco años (el último es de 2009 y la información fue publicada en 2010-12), indican que en el país existen 5.1 millones de unidades económicas que dan empleo a más de 27 millones de personas. Cada año se incorporan otras 400,000, la mayoría micro (menos de 10 empleados) y pequeñas empresas (hasta 50 empleados).

En este caso, la sucesión en México es la verdadera prueba de fuego, para las empresas familiares, así que deben de afrontarla con plena conciencia. Por desgracia muchos empresarios no planifican anticipadamente este momento, tan es así que ni siquiera eligen con tiempo a sus sucesor o sucesores. (Villanueva, 2014)

Un reporte de la Family Business Magazine, dice que diez de las 250 empresas familiares más grandes del mundo son mexicanas, las cuales son ejemplo de los casos de éxito que existen en el país, que han superado el proceso de sucesión.

Sin embargo, las empresas familiares no logran dar continuidad a los negocios madre, es decir aquellos con los cuales iniciaron; trabajando por emigrar a mejores estados, al vivir la calidad continúa en sus empresas. Existiendo en consecuencia, empresas familiares de dos o más generaciones que están siendo adquiridas por sus competidores, tanto de su localidad como de otras regiones, incluso del extranjero.

Lo que nos lleva al constante cambio en la administración de las empresas que deja de ser de una familia para pasar a otra.

Respecto a las empresas familiares el INEGI (2009) señala que en México existen 3, 724,019 unidades de negocios con administración familiar en todo el país, de



los cuales 98.35% se concentran en comercio 49.9% (1, 858,550), servicios 36.7% (1, 367,287) e industrias manufactureras 11.7% (436,851).

Así mismo, de acuerdo a las estadísticas recientes el 70% de los negocios familiares desaparecen después de la muerte de su fundador, sólo entre un 10 y un 15% consiguen llegar a la tercera generación, que por lo general, disuelve los activos creados. (KPMG, 2013)

Con respecto a lo antes mencionado, el porcentaje de empresas que desaparecen, es mayor al número de los negocios que logran llegar a una tercera generación, haciendo que la sucesión en la empresa represente un problema para la supervivencia de la misma, las empresas van desapareciendo por no llevar una adecuada sucesión,

Existen distintos giros comerciales dentro de las empresas familiares, como lo son aquellas empresas dedicadas al comercio, dentro de las cuales se encuentran las enfocadas a la venta y producción, de alimentos y bebidas, que suelen ser producidas de manera artesanal siendo productos representativos de su región, estos con el paso del tiempo van formando parte del patrimonio cultural y gastronómico de cada lugar.

En ese sentido, en México el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) fue creado en 1939 para estudiar, difundir y salvaguardar el patrimonio cultural de nuestro país. (INAH, 2015)

El INAH define o considera como patrimonio cultural inmaterial a los usos de representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales.

En este sentido, el patrimonio cultural inmaterial es:

- Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo.
- Integrador, podemos compartir expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son parecidas a las de otros.

- Representativo, el patrimonio cultural inmaterial no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquéllos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.
- Basado en la comunidad, el patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten.

Por otro lado el Instinto Andaluz del Patrimonio Histórico (IAPH, 1989), señala que el patrimonio cultural es subjetivo y dinámico no depende de los objetos o bienes si no de los valores que la sociedad en general les atribuye en cada momento de la historia y que determinan que bienes son los que hay que proteger y conservar para la posteridad.

Por lo que se refiere a la gastronomía mexicana, es un valor que le asigna la sociedad, la cual busca conservar y proteger como lo hizo la UNESCO el 16 de noviembre de 2010, reconociendo a la gastronomía mexicana como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.

La gastronomía mexicana reúne ingredientes que datan de la época prehispánica, como el maíz, el chile, el cacao, el aguacate y el nopal, con otros que fueron influencia colonial, como las carnes, el arroz y el trigo. Las bebidas, como el pulque, el tequila o el mezcal, también son muy características. (Montaño, 2010)

De ahí que la gastronomía en México ha sido una de las expresiones culturales más importante, ha ido evolucionando a través de los años, así mismo se ha cambiado la idea de que la gastronomía solo gira alrededor de la comida abriéndole paso a la identidad cultural.

Tal como lo menciona la revista digital “Sabores de México y el Mundo” en su artículo *Gastronomía mexicana: una historia que se cuenta por tradiciones*, mayo

2011, la cocina mexicana finalmente ha destacado en el mundo para reclamar su lugar en nuestros tiempos modernos respetando sus tradiciones y honrando sus más de 1000 años de historia, haciendo cada platillo único en cuanto sabores, aroma e identidad.

La gastronomía, las costumbres y tradiciones pasan de generación en generación, así como la sucesión de empresas familiares; por lo tanto tienen el mismo proceso de enriquecimiento con nuevos procesos y técnicas. La gastronomía además incorpora nuevos ingredientes o platillos incluso técnicas.

Es decir, la gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento, que a su vez comprenden las tradiciones, costumbres de una nación, región e incluso las de una familia, las cuales se van arraigando con el paso del tiempo.

Al mismo tiempo se debe entender como una actividad interdisciplinaria. Si se dedica a observar más detenidamente, se puede descubrir que alrededor del alimento existen las Bellas Artes como la danza, teatro, pintura, música, escultura, arquitectura, pero también forman parte de ella las ciencias exactas y naturales como física, matemáticas, química, biología, agronomía. (Alva, 2012).

Tal como se menciona anteriormente las empresas familiares se van fortaleciendo con nuevos conocimientos y herramientas para su buen funcionamiento aportados por sus sucesores. Teniendo como objetivo lograr su preservación a través del tiempo. (Gersik, 1997).

Es así como la cocina tradicional mexicana es un modelo cultural completo, como lo califica la UNESCO (2010) en el Documento: “La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán”:

“La gastronomía mexicana comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias, costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales. Esto ha llegado a ser posible gracias a la participación de la colectividad en toda la cadena alimentaria tradicional: desde la siembra y recogida de las cosechas hasta la preparación culinaria y degustación de los manjares.

Los elementos básicos del sistema son: el maíz, los frijoles y el chile; métodos de cultivo únicos en su género, como la milpa; procedimientos de preparación culinaria como la nixtamalización (descascarillado del maíz con agua de cal para aumentar su valor nutritivo, así como ayudar a la su fácil digestión); y utensilios especiales como metates y morteros de piedra...”

Es decir la cocina, no sólo es el hecho de preparar alimentos sino una serie de actividades que se realizan para llegar a la culminación de alimentos preparados convertidos en platillos típicos representativos de cada lugar. Como se menciona en el mismo documento

“... A los productos alimentarios básicos se añaden ingredientes autóctonos como tomates de variedades diversas, calabazas, aguacates, cacao y vainilla. El arte culinario mexicano es muy elaborado y está cargado de símbolos: las tortillas y los tamales consumidos diariamente forman también parte de las ofrendas realizadas el Día de Muertos. En el Estado de Michoacán y en todo México se pueden encontrar agrupaciones de cocineras y de otras personas practicantes de las tradiciones culinarias que se dedican a la mejora de los cultivos y de la cocina tradicional. Sus conocimientos y técnicas son una expresión de la identidad comunitaria y permiten fortalecer los vínculos sociales y consolidar el sentimiento de identidad a nivel nacional, regional y local. Los esfuerzos realizados en Michoacán para preservar la cocina tradicional destacan también la importancia que ésta tiene como medio de desarrollo sostenible”.

Como se ha dicho, es importante reconocer el patrimonio gastronómico de México, así como sus costumbres y tradiciones, las cuales son transmitidas de generación en generación a lo largo de la historia, teniendo en cuenta que la gastronomía de cada lugar es diferente, a partir de los productos endémicos de cada región.

Dichos productos endémicos, suelen ser el platillo típico de la región, el cual se caracteriza por su buen sabor, haciéndolo representativo de cada lugar, teniéndolo como referencia de una zona específica, al pasar de los años va formando parte del patrimonio cultural.

Para entender el término producto endémico, es necesario entender que un producto es una cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación. Otra definición de producto es, un conjunto de atributos tangibles e

intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y, marca además de servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, servicio, un lugar, una persona o una idea. (Stanton, 2015).

Los productos o alimentos endémicos son aquellos que se pueden encontrar exclusivamente en una sola región. (Fierro, 2013).

Es necesario mencionar que los productos considerados gourmet no son necesariamente los más caros y exclusivos, sino aquellos que provienen de una respetable recolección o elaboración, independientemente de su precio. Pueden pertenecer a la categoría de gourmet, tanto una manzana del mercado como un plato del restaurante más caro de París.

Con respecto a lo antes mencionado, un producto gastronómico hace referencia al objeto de estudio de la presente investigación, en la sucesión de empresas gastronómicas teniendo como tema de investigación el obispo de Tenancingo.

Se sabe de las familias que se dedican a la elaboración del obispo en el municipio, que a su vez forman las empresas gastronómicas familiares en Tenancingo, sin embargo no se tiene registro acerca de un número exacto de productores, ni de las personas que administran dichos negocios o si se cuentan con un proceso de sucesión en la empresa.

Según Pérez (1995) en la *Enciclopedia de los Municipio y Delegaciones de México*. La comida representativa del municipio es el obispo, así como también los chayotes con pipián, tinga agrarista, tinga de pollo o de cerdo, carnero en salsa y chilacayotes con venas de chile.

El arraigo a la tradición del consumo del obispo se observa en el mercado municipal los días jueves o domingos, ya que se acostumbra en familia consumir obispo, se pueden encontrar 2 tipos de obispo, normal como lo llaman los productores y el especial (el cual es llamado así por el uso de diferentes especies para su relleno), actualmente también se elabora con carne de pollo, el cual no es

tan común consumir, ya que el original es el embutido elaborado con carne de cerdo.

Las empresas gastronómicas familiares dedicadas a elaborar obispo en Tenancingo, tienen su origen antes de los años 60's cuando era conocido como rellena de sesos, el cual cambio de nombre a Obispo. Se tienen dos versiones respecto al cambio, en la primera se menciona que los seminaristas al probar la entonces llamada "rellena de sesos" les pareció que era un platillo digno para un obispo y de ahí surgió el nombre. La otra versión surge a partir de una visita realizada por el primer obispo de Toluca Arturo Vélez al municipio.

"En una ocasión visitó el obispo Arturo Vélez a Tenancingo y con el afán de agradarle, le prepararon el taco de rellena de sesos, pero a los demás invitados al preguntarles qué querían, les respondían: yo quiero lo del obispo, yo quiero lo del obispo y así surgió el nombre". (Torres, 2014).

En la actualidad existen productores y vendedores dentro del mercado municipal Riva Palacios en el municipio de Tenancingo, los cuales todos los días venden el tradicional producto, lo ofrecen a los turistas y habitantes de la región, ya sea para consumirlo en el lugar o para llevar.

Es así como las empresas productoras de obispo son un claro ejemplo de sucesión en las empresas familiares, al igual que la receta ambas son transmitidas de generación en generación.

Del mismo modo sucede que miembros de la familia se pueden interesar o no por seguir con esta actividad, poniendo en riesgo la continuidad y la tradición familiar, afectando la preservación del patrimonio gastronómico del municipio.

Se puede observar la falta de información, con respecto a la sucesión en las empresas, aunado a la importancia de un adecuado proceso de sucesión en los negocios familiares productores de obispo en Tenancingo, es un factor para la preservación del patrimonio cultural gastronómico.

El establecer un precedente, en la elaboración de obispo de manera tradicional, para que a través del tiempo no se pierdan o se deforme la receta de dicho producto. Teniendo como referencia los argumentos y datos antes mencionados y el contexto propio de la investigación las empresas dedicadas a la elaboración del obispo en el municipio y por los intereses culturales y gastronómicos que competen a la elaboración de esta investigación.

Por esta razón, partiendo de la importancia de conocer la situación actual de la sucesión generacional en las empresas familiares productoras de obispo, se desarrollara un precedente como una estrategia de preservación del patrimonio cultural inmaterial gastronómico, del municipio de Tenancingo, Estado de México.

La gastronomía del Municipio de Tenancingo, Estado de México, tal como el obispo, el pepeto, el pan de teco (Tecomatlan) y los licores, elaborados de forma tradicional forman parte de la identidad cultural del municipio, como una de las formas de patrimonio inmaterial que existen en el país. (López, 1999)

Por ese motivo es necesario realizar un documento en el cual se conozca el proceso de elaboración del obispo, así como las experiencias de los dueños de las empresas familiares acerca de la sucesión del negocio e interés que muestran los sucesores por seguir con la tradición familiar.

Además los procesos de elaboración son artesanales, estos son transmitidos de generación en generación y representan un legado para los habitantes del mismo, estos se ven amenazados por la falta de interés por parte de los miembros de las familias productoras, y la dificultad en su elaboración, el costo de materia prima y la disminución en su venta; por lo tanto lo convierten en un producto con riesgo a desaparecer.

Hasta el momento no existen investigaciones que muestren la importancia que tiene una adecuada sucesión como estrategia para la preservación del patrimonio gastronómico, dentro de las empresas productoras de obispo. Por tal motivo surge la necesidad de elaborar el presente trabajo de investigación.

Dicho documento servirá como un precedente referencial para los estudios de la gastronomía en sus vertientes y aristas.

Tomándose en cuenta la sucesión de la empresa familiar, se abarcó una serie de circunstancias que son comunes en muchas de las ocasiones, pero que definitivamente son consideradas especiales. (Barragán, Brown. J, 2005). Debido a la complejidad del estudio de las ciencias sociales, particularmente en los ámbitos de carácter cultural, así como la idiosincrasia de los pueblos y sus manifestaciones.

Por otra parte, los fenómenos sociales, culturales y económicos de la actualidad tómesese en cuenta el fast food, representan una amenaza para este tipo de empresas, convirtiéndose en una opción atractiva para los consumidores, que eventualmente amenazan con eliminar a los eslabones más débiles de la cadena productiva, además del eminente crecimiento en los pueblos.

Por tal motivo resultará de vital importancia el rescate de las actividades gastronómicas y culturales, de los pueblos sus costumbres y tradiciones.

Tal caso es evidente en el municipio de San Mateo Atenco, donde la industria del calzado está formada por microempresas familiares, teniendo como característica principal la elaboración de zapatos a mano, con piel de res, cerdo y suelas naturales. (Milenio, 2015).

Dicha actividad se vio afectada con la llegada de productores de otros estados de la república como Jalisco, Guanajuato y la Ciudad de México, además del mercado chino - taiwanés que trae productos a precios más bajos de los que ofrecen los artesanos de la región, creando una competencia desleal y el desplome de los precios. (Barajas, 2000).

A raíz de que los productores de calzado de otros lugares llegan a San Mateo Atenco, el gobierno se vio en la necesidad de atender la situación, ya que el pasado 19 de mayo del 2015 el Gobernador del Estado de México, Eruviel Ávila, inauguró la primera escuela de artes y oficios en el municipio de San Mateo, cuyo



principal propósito es ofrecer el aprendizaje de actividades productivas propias de cada región, su objetivo es el mantener la producción y diseño en la elaboración de calzado, para evitar que se pierda la tradición familiar de este municipio. (Milenio, 2015).

La falta de una asociación o un grupo de representantes por parte de los productores de calzado en San Mateo, hizo que la introducción de nuevos productores de calzado de diferentes regiones se volviera un peligro para este proceso artesanal ya que no se contaba con una protección para evitar la competencia desleal y el aumento de precio, nos deja en claro lo importante que es el proteger el patrimonio cultural inmaterial de cada lugar.

Por tal motivo es necesario seguir realizando investigaciones de la misma naturaleza, para evitar llegar al punto en donde productores de otros municipios comiencen a comercializar su producto dentro del mercado de Tenancingo.

Así mismo, evitar que la receta se transforme en nuevas versiones, perdiendo por completo su esencia. Por lo que es indispensable realizar estudios donde se aborde el proceso de sucesión de empresas familiares para la preservación del proceso de elaboración del obispo dentro del municipio.

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Preguntas de Investigación.**

¿La sucesión familiar es una estrategia para preservar las técnicas artesanales de elaboración del obispo en el municipio de Tenancingo, como patrimonio cultural gastronómico?

¿Hay interés por parte de los sucesores de las empresas dedicadas a la elaboración del obispo en continuar con esta práctica como actividad económica y medio de sustento para sus familias?

¿Existe conocimiento por parte de los productores acerca de la importancia de una adecuada sucesión?

#### **3.2 Hipótesis**

En las empresas familiares que elaboran y comercializan el obispo, existe un proceso de sucesión, como una estrategia de preservación del patrimonio cultural gastronómico

#### **3.3 Objetivos.**

*Objetivo general.*

Analizar la situación actual, del proceso de sucesión en las empresas familiares productoras de obispo en el municipio, como estrategia de preservación del patrimonio cultural gastronómico de Tenancingo.

*Objetivos específicos.*

1. Realizar un análisis de la situación actual de las empresas en cuanto a la sucesión generacional.
2. Conocer la opinión parte de los sucesores en seguir con la producción de obispo.
3. Saber si los productores consideran su producto como patrimonio gastronómico del municipio.

**3.4 Metodología.**

Cuando un investigador realiza en ciencias sociales un experimento, una encuesta o cualquier tipo de estudio, trata de obtener conclusiones generales acerca de una población determinada. Podemos definir a la población como el conjunto de individuos que forman el grupo de interés para una investigación determinada. (Pick, 1998).

En la presente investigación se hará uso de una población finita, que consta de 20 familias dedicadas a la producción de obispo las cuales, serán objeto de estudio.

Para Cerda (2000), en su libro titulado *Investigación total*, la metodología es un conjunto de aspectos operativos indispensables en el proceso investigativo.

A su vez el método científico es el camino planeado o la estrategia que se sigue para descubrir las propiedades del objeto de estudio, es un proceso de razonamiento que intenta no solamente describir los hechos sino también explicarlos.

De acuerdo a lo descrito anteriormente y para cumplir los objetivos planteados, el presente escrito esta soportado bajo los siguientes métodos:

Método analítico-sintético, este método implica el análisis, proviene del griego análisis que significa descomposición, significa examinar, descomponer o estudiar minuciosamente una cosa. Mientras que; la palabra síntesis, del griego synthesis significa composición de un todo mediante la unión de sus partes. (Eliseo, 2009).

En palabras de Cesar Augusto Bernal (2006) dicho método, estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis de las cosas o fenómenos), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral.

Al mismo tiempo se hizo uso del método cualitativo, el cual busca adquirir información en profundidad para poder comprender el comportamiento humano en las razones que gobiernan tal comportamiento. (Cagliani, 2015).

La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

- La investigación cualitativa es inductiva.
- Tiene una perspectiva holística, esto es que considera el fenómeno como un todo.
- Se trata de estudios en pequeña escala que solo se representan a sí mismos
- Hace énfasis en la validez de las investigaciones a través de la proximidad a la realidad empírica que brinda esta metodología. (Ignacio, 2009)

A través de la triangulación, se da validez y confiabilidad a los resultados obtenidos, los cuales se combinan en diferentes formas, técnicas y procedimientos cualitativos y cuantitativos.

De acuerdo a Martínez en su libro *Ciencia y Arte en la Metodología Cualitativa*. La triangulación de métodos y técnicas: es la que consiste en el uso de múltiples métodos o técnicas para estudiar un problema determinado (como por ejemplo, el hacer un estudio panorámico primero, con una encuesta, y después utilizar la observación participativa o una técnica de entrevista. (Miguélez, 2006)

Por lo tanto, la presente investigación se define como un estudio no experimental, analítico-sintético y cualitativo. Ya que, no se experimenta con las variables, ni se jugará con los tratamientos, se trata de conocer la situación actual del caso de estudio, el análisis se abordara por medio de la descomposición del objeto de estudio y describe el fenómeno social.

Asimismo consiste en separar los elementos que intervienen en la realización de un fenómeno determinado, después se reúnen los elementos que tienen relación lógica entre sí (como en un rompecabezas) hasta completar y demostrar la verdad del conocimiento. Para poder conocer los diferentes aspectos del porqué del comportamiento humano, dentro de la sucesión en la empresa familiar.

#### **3.4.1 Técnicas de Investigación.**

Así como el tipo de técnicas que se utilizan es la observación, la encuesta, entrevista y el análisis de documentos.

La observación es una práctica que se utiliza tanto en los métodos cualitativos como en los cuantitativos, la diferencia estriba en la forma de ejercerla.

Ruiz Olabuenaga e Ispizua (1989) exponen que los métodos cualitativos parten del supuesto básico de que el mundo social es un mundo construido con significado y símbolos, lo que implica la búsqueda de esta construcción y de sus significados.

El tipo de observación que se lleva a cabo es la observación directa, ordinaria o no participante, es aquella que permite la observación de los fenómenos desde fuera. El investigador se mantiene como agente externo, sin involucrarse como parte del grupo.

Para Briones (2003), la encuesta es un método de obtención de información mediante preguntas orales o escritas, planteadas a una población o muestra de personas que tienen características requeridas por el problema de investigación, en este caso se aplicó a las personas dedicados a la producción de obispo.

En gran medida la confiabilidad de la información dependió de la claridad y pertinencia de las preguntas que se formularon y la calidad de respuestas que se obtuvieron.

Debido a la metodología de investigación el uso de la encuesta y la entrevista nos ayuda a conocer datos más detallados acerca de los proceso de sucesión y producción del obispo.

En cuanto a la entrevista, es una técnica de interrogatorio que se caracteriza por su aplicación interpersonal o “cara a cara”.

Se utiliza con el fin de obtener información en forma amplia y detallada por ello las preguntas suelen ser abiertas y se aplica a las personas que poseen datos y experiencias relevantes para la investigación. (Orozco, 2009).

### **3.4.2 Instrumento de Medición.**

Dentro del diseño de la encuesta como instrumento de medición, se utilizó el escalamiento tipo Likert, presentada por su autor en 1932, destinada a medir actitudes y predisposiciones individuales a actuar de cierta manera en contextos sociales específicos. Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones.

Se tomó en cuenta como principal instrumento de medición el cuestionario, aplicado a través de una encuesta; su aplicación nos permitió conocer la situación actual de las empresas en cuanto a la sucesión familiar, así mismo el saber si los productores consideran el obispo como patrimonio gastronómico, también si la sucesión familiar es una estrategia para la preservación del mismo.

Su objetivo es obtener información relativa, a las características predominantes de una población mediante la aplicación de procesos de interrogación y registro de datos.

Briones (2003), define el cuestionario como el componente principal de una encuesta; la construcción del cuestionario se deriva de los objetivos de la investigación y es la fuente principal para la obtención de datos.

Para conformarse como una herramienta útil a la investigación, el cuestionario debe cubrir mínimamente los requisitos de validez, confiabilidad, comparabilidad y adaptabilidad.

Validez.- El cuestionario debe captar significativamente y con exactitud aquello que es objeto de la investigación que deseamos conocer. Será válido si los datos se ajustan a la realidad sin distorsión.

Se seleccionan los ítems bajo una cuidadosa evaluación, uno por uno. Y si la variable está compuesta por varias dimensiones o facetas, se extrae una muestra probabilística de reactivos, ya sea al azar o estratificada. Se administran los ítems se correlacionan las puntuaciones de éstos entre sí (Bohrnstedt, 1976) y se hacen estimaciones estadísticas para ver si la muestra es representativa (Hernández, 2006).

Confiabilidad.- Tiene que ver con la exactitud y la precisión logradas para obtener resultados parecidos cuando se aplica el cuestionario en repetidas ocasiones a los mismos sujetos, o a poblaciones similares, en el caso particular objeto de este estudio a los directores o fundadores de las empresas familiares en cuestión, o a los actores protagónicos en este ámbito.

Existen diferentes fórmulas matemáticas y estadísticas, que aplican la confiabilidad a los instrumentos de medición y producen Coeficientes de Confiabilidad, como, por ejemplo, medida de estabilidad, método de formas alternativas o paralelas, método de mitades partidas y medidas de consistencia interna, que son las más significativas, desde el punto de vista de la confiabilidad tenemos al Alfa de Cronbach. (Hernández S, Fernández C, McGraw-Hill, 2006).

Comparabilidad.- Se refiere a la capacidad que tiene para que la información obtenida individualmente pueda integrarse en categorías para facilitar el manejo numérico de los datos y asegurar el análisis, con el fin de poder identificar analogías o similitudes, así como diferencias entre los sujetos y las poblaciones o las muestras.

Adaptabilidad.- Es la capacidad de adecuar el cuestionario a los medios con los que se cuenta para efectuar la investigación, que pueden estar involucrados en la posibilidad de elaboración y aplicación del cuestionario, como: el costo, la pertinencia con respecto a la población, la operatividad en el manejo, el tiempo requerido y la aplicación del instrumento entre otros.



Anexo 1 Encuesta realizada a los **productores** de obispo, ubicado en el apartado de anexos pág. 99.

Al igual que el cuestionario es un instrumento de medición para la encuesta, el guion lo es para la entrevista, siendo la lista de preguntas que se planea hacer al entrevistado.

Para Orozco (2003) en su documento *Recolección de datos: técnicas de investigación de campo*, el guion para una entrevista es la lista de preguntas que planeas hacerle al entrevistado durante la entrevista. Un buen guión debe tener un balance entre preguntas directas, preguntas de seguimiento y otros posibles temas que puedan surgir durante la entrevista. La clave para hacer las preguntas adecuadas es prepararse antes de que comience la entrevista.

Anexo 2. El guion de la entrevista semi-estructurada realizada a la familia **productora** de obispo, se puede consultar en el apartado de anexos pág. 102.

De las 20 familias productoras de obispo en el municipio de Tenancingo, solo una familia acepto ser entrevistada, ya que las demás tienen temor al plagio de su receta y no acceden a dar detalles del proceso de elaboración del obispo. Este fue el motivo por el cual se entrevistó únicamente a los productores “Carnitas y Obispo Sabino” que pertenece a la familia Arriaga Flores.

La entrevista se realizó con la ayuda de un guion semi-estructurado, en él se determina, cual es la información relevante que se quiere conseguir, se hacen preguntas abiertas dando oportunidad a recibir más información acerca de las preguntas permitiendo entrelazar temas, que nos permitirá conocer más afondo acerca del tema que nos ocupa así mismo la manera en como llevan a cabo la elaboración del producto, la rutina de trabajo, la estructura de la empresa, los roles que se manejan dentro de ella ,el proceso de sucesión que ha llevado.

### **3.5 Análisis Estadístico.**

Para el análisis estadístico de los datos, se utilizó el Statistical Package for the Social Sciences o Paquete Estadístico Para las Ciencias Sociales (SPSS). Este programa, desarrollado en la Universidad de Chicago, es uno de los más difundidos y contiene todos los análisis estadísticos que se aplican en la metodología científica, desde un análisis de varianza hasta una prueba post-hoc o comparaciones ortogonales, y el paquete se mantiene actualizado de forma constante, desde todas las ópticas, incluyendo por supuesto, los avances cibernéticos y tecnológicos.

Para el nivel de Confiabilidad se aplicó el Alfa de Cronbach, se mide a partir de la cercanía a la que se encuentre el valor del alfa a uno, entre más cerca se encuentra mayor es la consistencia interna de los ítems analizados, la fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra.

Para Goerge y Mallery (2003), sugiere las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de Alfa de Cronbach:

Coeficiente alfa  $> .9$  es excelente.

Coeficiente alfa  $> .8$  es bueno.

Coeficiente alfa  $> .7$  es aceptable.

Coeficiente alfa  $> .6$  es cuestionable.

Coeficiente alfa  $> .5$  es pobre.

Coeficiente alfa  $< .5$  es inaceptable.

En este caso fue de  $.78$ , lo que nos indica que el nivel de confiabilidad obtenido es aceptable para el análisis del estudio.

El análisis de las variables numéricas o cuantitativas, se utilizó como estructura la escala Tipo Likert y un modelo lineal, con un análisis de varianza de una vía (one

way) totalmente al azar para efectos fijos, bajo la premisa del siguiente modelo matemático:

$$X_{ij} \equiv \mu + (\mu_i - \mu) + (X_{ij} - \mu_i)$$

Este modelo expresa matemáticamente la idea de que cada factor puede ser dividido en componentes del siguiente modo:

$X_{ij}$  = Respuesta de la  $j$  –ésima unidad experimental al  $i$ –ésima tratamiento.)

$\mu$  = Media global de la respuesta  $\mu$ .

$(\mu_i - \mu)$  = Desviación de la media global.

$(X_{ij} - \mu_i)$  = Desviación aleatoria

Con un nivel de probabilidad menor a  $p < .05$  y un alfa de significancia de  $.01$

Para el análisis de las variables que correspondan a la escala nominal continua, se utilizará un análisis mediante el coeficiente de correlación de Carl Pearson  $p < .05$  Bajo la premisa del modelo lineal de  $r^2$  ( $r$  cuadrada) Steel and torried.

El cuestionario se manejara mediante dos vertientes:

La primera de ellas se fundamentará en la estadística descriptiva, principalmente con fundamentos en frecuencias, y la segunda bajo el esquema de escalamiento tipo Likert que se ha descrito con antelación.

### **3.5.1 Población Estadística.**

La población estadística, es un conjunto de sujetos o elementos que presentan características comunes. Sobre esta población se realiza el estudio estadístico con el fin de sacar conclusiones. (Cúe, 2002)

El tamaño poblacional, es el número de individuos que constituyen la población. Según el número de sujetos, el tamaño puede ser finito o infinito. Los conjuntos infinitos son algo artificial o conceptual, ya que toda población de entidades físicas es finita.

- **Población finita:** Es el conjunto compuesto por una cantidad limitada de elementos, como el número de especies, el número de estudiantes.
- **Población infinita:** Es la que tiene un número extremadamente grande de componentes, el conjunto de los números positivos.

Para la obtención del tamaño poblacional, con respecto a las familias productoras de obispo, se tomó en cuenta la base de datos obtenidos por la señora Patricia Flores Lara, directora del comité encargado de la realización de la feria del obispo en Tenancingo, quien nos dio los nombres de las familias que participan, así como los puestos dentro del mercado municipal que no participan en la feria, al igual que los puestos a las orillas de la cabecera.

Con los datos proporcionados por la señora Patricia, se obtuvo la población finita de productores y vendedores que existe actualmente en el centro del municipio de Tenancingo, en el cual se encuentran 20 familias dedicadas a la producción y venta de obispo, las cuales conforman el 100%, de la población de tal forma se recurre a todas ellas para que formen del tamaño poblacional.

Al ser un número pequeño para analizar, es conveniente tomar en cuenta las 20 familias dedicadas a la producción y venta de obispo, para la realización de la encuesta.

#### **4. MARCO CONCEPTUAL Y TEORICO**

##### ***4.1 La Empresa Familiar y la Sucesión***

El artículo 44 del Estatuto de los trabajadores de Cataluña, define la sucesión de empresa como el cambio de titularidad, de un centro de trabajo o de una unidad productiva, o cuando la transmisión afecte a una entidad económica para mantenga su identidad, entendida como un conjunto de medios organizados a fin de llevar a cabo una actividad económica, esencial o accesoría.

Si consideramos que en el mundo del 65 a 90% de las empresas son familiares y que en conjunto todas las empresas son las responsables del desempeño económico de los países, se puede asegurar que la aportación a la economía mundial es bastante significativa. (Toledo, 2012)

De acuerdo Echaiz (2011), en los estudios de demografía empresarial, la gran mayoría de las organizaciones de todos los países desarrollados, en los que se ha respetado la libertad de iniciativa, son empresas familiares. Como es natural, esta proporción es mayor en las empresas jóvenes que entre las antiguas; es también superior en las medianas y pequeñas, y resulta diferente según los diversos sectores de actividad económica.

El éxito de las empresas familiares depende de muchos factores como se mencionan anteriormente, es por eso que para poder comprender como funcionan, primero debemos analizar a la familia como ente social, que es uno de los pilares para la formación de una sociedad, dentro de la cual se desarrolla los papeles importantes, como la preservación de la especie, así mismo en la cual se forja la personalidad de cada individuo, el desarrollo individual, se fomentan valores, se da educación, no solo escolar sino también para el transcurso de la vida, a su vez se conserva la relación entre quienes la conforman.

Así mismo la composición familiar en México es más amplia en relación a otros países, ya que no solo comprende el núcleo familiar que es padres e hijos que

viven en el mismo techo, sino que también puede comprender a una segunda y hasta tercera generación las cuales son abuelos y nietos. (Ramos, 2012) Esto mismo se aplica a las “empresas familiares”, en las cuales llegan a participar segundas y hasta terceras generaciones de la familia. (Salle, 2014).

Una vez que se conoce la importancia y el poder de una familia dentro de una empresa, es importante conocer la definición de empresa de acuerdo a diferentes autores.

Ricardo Romero define a la empresa en su libro Marketing del año 2005, como “el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela.”

Otra definición que podemos encontrar es la de Simón Andrade, autor del libro Diccionario de Economía del año 2005, la empresa es aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios" (Thompson, 2006).

Haciendo referencia a las definiciones anteriores, podemos decir que la empresa familiar nace de la idea de uno o más de sus integrantes por cubrir la necesidad de un ingreso económico para el sustento de la misma familia, involucrando en sus filas como principales trabajadores el padre, madre e incluso hijos, cuando los padres consideren que tienen la edad suficiente para participar en ella y aprender del negocio familiar que posteriormente va a pasar a ser de ellos.

De igual manera una familia no sólo se consolida por los lazos sanguíneos, también se hace a través de las ideas en común, actitudes de cada uno de los miembros, fortalezas y debilidades que van adoptando con el paso del tiempo y la convivencia, de esta manera se van alcanzando y creando metas. Como partes de una empresa tienen un papel que desarrollar para el buen funcionamiento, y al mismo tiempo tener en cuenta que se deben separar los lazos familiares del rol

empresarial dentro de la misma, para lograr una convivencia sana dentro y fuera de la empresa.

En México se considera que la familia es la unidad básica de organización social, a partir de la cual se estructuran organizaciones más complejas. Por lo tanto, la familia tiene una estrecha relación con las empresas porque ambas requieren constantes cambios, ya que se refiere al crecimiento y a la madurez que tienen que desarrollar, de cierta forma una genera a la otra. (Salle, 2014).

El crecimiento paulatino de estos dos lazos que los une, debe tener en cuenta que para tener una buena relación se debe de ir fortaleciendo los aspectos sentimentales dentro de la familia y el crecimiento laboral por parte de cada uno de los miembros de la empresa, lo cual se refleja en el éxito o fracaso de la misma.

Para Ramos (2012), en las empresas familiares se encuentran fortalezas y debilidades que las hacen ser más duraderas que las llevan a su desintegración tales como:

Considerando las fortalezas y debilidades propias, una empresa familiar define su rumbo, ya que a través de los diferentes problemas pueden ir consolidando más la empresa al unirse como familia para solucionar los diversos problemas, o en caso contrario hace notorio la rivalidad entre familiares trayendo consigo nuevos retos a los que se tengan que enfrentar.

Así mismo algunos de los retos, será convertir en área de oportunidad a todos los problemas que en su camino se pueda enfrentar, vencer los procesos de transición, problemas estructurales y de flujo de efectivo, problemas de sucesión, poca organización del crecimiento y cambio generacional, falta de información en materia contable legal e impositiva, conflictos familiares, problemas de planeación estratégica, falta de formación en los ámbitos empresa-familia por parte de los miembros de la familia, falta de información. (Toledo, 2012).

**Cuadro 1: Fortalezas y Debilidades en las Empresas Familiares**

| <b>FORTALEZAS:</b> (Se manifiestan fundamentalmente en las primeras etapas) | <b>DEBILIDADES:</b> (Se incrementan con el paso del tiempo)   |
|---|---|
| Lealtad entre sus miembros.   | Historia familiar de cada uno de los integrantes, generalmente puesta en juego neuróticamente dentro de la empresa. |
| Confianza mutua.  | Permisos excesivos para los integrantes familiares.   |
| Ideales e intereses comunes por parte de los integrantes.                   | Justificación de errores por una visión afectiva. Rigidez y poca disposición a las ideas renovadoras.               |
| Comunicación permanente.  | Intereses personales en conflicto.  |
| Sacrificio y gran dedicación personal para lograr el éxito.                 | Exigencia de lealtad absoluta a las ideas y conceptos del padre o abuelo.   |
| Alto nivel de exigencia en cuanto a carga horaria.                          | Formación de subgrupos por afinidad familiar, que llevan a enfrentamientos Internos.                                |
|   | Recelos y rivalidades entre los integrantes.  |

Fuente: Elaboración propia basada en Ramos (2012).

#### **4.1.1 Importancia de la Sucesión en la Empresa Familiar.**

Mencionando lo anterior los procesos de sucesión familiar deben ser planeados y coordinados de manera adecuada. Si la empresa ha de sobrevivir, un nuevo líder eventualmente llegará y para ello se requiere de un proceso adecuado. Dicho proceso, a través del cual se selecciona, decide e instala al nuevo líder de una organización, es conocido como sucesión. (Corral, 2008).

Todos los acontecimientos posteriores de la sucesión, van a tener un peso preponderante para el sucesor, ya que si el fundador tuvo una carrera y sobre todo



una actuación exitosa, y la actuación del nuevo director general no la es, vivirá a la sombra del fundador (Belausteguigoitia , 2002).

En el momento, en que el dueño debe elegir al sucesor de la empresa la cual por mucho tiempo estuvo a su mando, se determina el futuro de la organización, que en algunos casos suele ser el principal sustento de la familia, suele ser una situación que pasa de generación en generación.

El proceso de sucesión puede ocurrir por: muerte o enfermedad que le impida al miembro de la familia seguir al mando o por su retiro. Para ello, habrá que recurrir, a un proceso adecuado para que pueda seguir funcionando, al derecho de sucesiones, por otro, a las formas de transmisión inter vivo. Considerando que la sucesión se da de padre o madre a hijos, esta decisión se toma con base en los conocimientos, habilidades, aptitudes y desempeño que se haya demostrado a lo largo de su participación en la empresa, siendo este el más apto para seguir al frente.

El sucesor debe conocer la parte organizacional, que incluye las competencias formales de la empresa y las estrategias de manejo así como la parte psicológica que involucra los roles y la identidad dentro de la organización. Es así como la sucesión generacional se revela como una de las decisiones más importantes. En conjunto con la permanencia del control de la empresa en el núcleo familiar, esta suele ser causa del fracaso de las empresas por falta de interés de los miembros.

De tal manera que el tema de la presente investigación, es la sucesión en las empresas dedicadas a la producción de obispo en el municipio de Tenancingo.

La sucesión no es algo que ocurre cuando un líder se retira y le pasa la responsabilidad al nuevo, sino un proceso que debe ser desarrollado a través del tiempo y a través de una cuidadosa observación de sus etapas. Siempre lleva tiempo y debe incluir un período de preparación y anticipación, debe incluir la “entrega de la batuta” y un período posterior de ajuste y adaptación. Desgraciadamente, el proceso en muchas ocasiones no es tan cuidadosamente

planeado y racional como se sugiere: aunque algunas familias son pro-activas con respecto a la planeación y anticipan cada etapa de desarrollo familiar en este ámbito. (Corral, 2008).

Muchas veces el fundador no suele estar preparado para dejar su empresa y retrasa la sucesión, aunque siempre que tenga continuidad, pues no en vano ha luchado por ella. Una de las causas fundamentales que inciden en la mortalidad de las empresas familiares es, principalmente por la elección que se debe hacer de quien será el sucesor. Se requiere planear en tiempo y forma, de manera en que la empresa no tenga riesgos de desaparecer. (Ramos, 2012).

Así mismo la sucesión es un proceso, que debe de llevar una organización, también es cierto que no siempre es así, ya que al hablar de sucesión resulta un tanto incomodo por parte de los miembros de la familia, suele ser sinónimo de muerte, pero también se trata de una cuestión hereditaria donde los herederos entran en constante conflicto por saber quién va a ser el sucesor de la empresa, o quien se va a quedar con los bienes de la misma, en el caso de que no exista una repartición igualitaria de los bienes.

De manera tal que el suceder a alguien, es ocupar el puesto que él ocupaba, ser el elegido es un halago. No es extraño que ser el sucesor de una figura relevante, que en realidad es dos en una, padre y emprendedor exitoso, sea algo codiciado. Porque ser el sucesor es ser el elegido, el preferido. Y precisamente esto es lo que desea todo hijo respecto a sus padres, ser el preferido entre los hermanos (Ward, Aronoff, 1994).

Otra cuestión que es totalmente valida es la que el hijo sucesor sienta que el seguir con el negocio familiar no es para él, ya que tiene planes diferentes a los de sus padres, esto no quiere decir que este traicionando a la familia o que niegue sus orígenes, simplemente se trata de una manera distinta de pensar en donde los lazos familiares resultan ser importantes, ya sea de padres a hijos o viceversa para el cumplimiento de sus sueños.

#### **4.1.2 Características de la Empresa Familiar.**

La principal característica de la empresa familiar es que los integrantes de la misma pertenecen a la familia y se apoyan de ella para poder sobresalir.

A esto los integrantes de una empresa familiar se extienden no sólo a la primera generación sino hasta dos o tres generaciones después de fundada. En la primera generación, el padre fundador de la empresa, normalmente es la cabeza de la estructura familiar, al igual que en la organización empresarial, principalmente porque constituye el centro de autoridad en ambas. En la primera etapa de la vida de la empresa familiar es característico que la estructura de capital este concentrada en una sola persona o en un número reducido de socios. Que normalmente es el fundador de la empresa y padre de familia (Ramos, 2012).

La KPMG es una red global que, ofrece servicios de auditoría, impuestos, asesorías fiscales y de negocios, cuyas siglas se deben al nombre de sus 4 fundadores Piat Klynveld, Sir. William Barclay Peat, James Marwick y el doctor Reinhard Goerdeler. Los especialistas de KPMG explican que una empresa familiar es diferente a cualquier otro negocio por muchas razones, empezando por el hecho de que enfrenta el desafío de alinear los intereses de la familia, la propiedad y los objetivos de negocio.

Como se ha mencionado con anterioridad, en México como en el mundo el papel de los negocios familiares ha tenido un lugar predominante en el rol de las economías nacionales proporcionando una cantidad mayoritaria en cuanto al valor agregado. Desafortunadamente muchas de estas empresas no tienen la capacidad de sobrevivir debido a una mala elección en la línea de sucesión.

Las empresas familiares cuentan con ciertos aspectos claves originados de su propia naturaleza a diferencia de las empresas no familiares entre las que se encuentran: propiedad, familia y empresa. (Ramos, 2012). Es así como cada integrante debe separar los aspectos anteriormente mencionados, como en la

mayoría de los casos los padres de familia son los propietarios de la empresa y quienes toman las decisiones.

La situación provoca una particularidad con tantas ventajas como inconvenientes. Dentro de las ventajas, la básica es el mayor compromiso de los integrantes familiares de la empresa con la empresa debido a sus propios lazos familiares (Ginebra, 2005). El rendimiento y productividad estará condicionado a los integrantes de la familia, en todo caso, a la relación propia del fundador con sus empleados. Otra característica recae en la obiedad del nivel de compromiso del fundador para con la supervivencia y desarrollo de la familia, que ciertamente estará encadenada al éxito o fracaso de su empresa.

#### **4.1.3 Ventajas y Desventajas de la Empresa Familiar.**

Dos de los grandes problemas a los que se enfrentan las empresas familiares son la dificultad para crecer y la falta de continuidad, al igual que cualquier otra empresa. Aunque las empresas familiares son las que más tienen estos problemas, debido a que en algunas ocasiones las circunstancias son distintas a otro tipo de empresa. (Ramos, 2012).

De acuerdo al autor Gonzalo Castañeda Ramos (1998) en su libro “la empresa mexicana y su gobierno corporativo” menciona las siguientes ventajas y desventajas de la empresa familiar.

**Cuadro 2: Ventajas y Desventajas de la Empresa Mexicana.**

| Ventajas   | Desventajas  |
|--|--|
| Incentivos socioculturales. Los vínculos y lazos familiares suelen ser una ayuda pero también un impedimento para el crecimiento de las empresas familiares al mezclarse las relaciones productivas con las familiares se refuerzan el mecanismo de recompensa y castigo.  | Profundización de conflicto: Aunque los lazos familiares pueden ser fuente de armonía, el conflicto y las rivalidades también pueden trascender al ámbito familiar y desestabilizar las relaciones productivas   |
| Monitoreo familiar: los miembros de la familia se conocen y al estar conviviendo mucho tiempo también conocen sus hábitos, su forma de actuar, su conducta, sus principios etc., por otra parte es más fácil que entre los miembros exista mayor comunicación.   | Tolerancia hacia el personal incompetente: esto no es una dificultad, sin embargo los puestos que se asignan a los familiares normalmente no son de acuerdo al buen desempeño que pudieran realizar.   |
| Altruismo: los miembros de la familia buscan el bien común y en el caso de las empresas su crecimiento. Al inicio de la empresa cuando no se tiene suficiente capital y es necesario hacer ciertos sacrificios, como el no tener un salario o realizar horas extras, los miembros familiares están más dispuestos a realizarlos por el bien de la empresa y de la familia. | Dificultad para conseguir el personal adecuado: algunas familias tratan de solucionar estos problemas, mandando a sus hijos a estudiar una carrera que pudiera servir en la empresa, sin embargo esto algunas veces no funciona ya que a los hijos algunas veces no les gusta la carrera que sus padres escogieron para ellos. |
| Lealtad familiar: es una de las principales ventajas, los miembros familiares de la empresa no sólo tienen responsabilidad social con la empresa también con la familia. Los miembros están más comprometidos con el beneficio de la empresa pues forma parte de su patrimonio.  | Dificultad para alcanzar economías de escala: en algunas ocasiones los fundadores de la empresa pueden llegar a tener miedo de perder el control de su empresa, por lo que tienen miedo a cambio de sus estructuras y prácticas.   |
|  | Dificultades para flexibilizar la producción: cuando los vaivenes de la demanda y el costo de las inversiones hacen conveniente establecer redes de producción, la familia tendrá problemas para fincar compromisos de largo plazo con miembros de la red con los que no se esté emparentando.                                 |

Fuente: Elaboración propia basada en Ramos (1998).

#### **4.1.4 Los Fines de la Empresa Familiar.**

Según Ginebra (2005), el fin de un negocio es hacer dinero significa un valor económico y productividad. La familia en cambio tiene por fin la convivencia y por consecuencia el desarrollo y maduración de sus miembros individual y socialmente. La familia es un bien superior por ello no puede nunca, en nombre del negocio romper los lazos familiares ya que si esto sucede se acaba rompiendo todo.

Las empresas familiares tiene el fin de buscar el beneficio económico para los que trabajan en ella, así mismo el dejar un patrimonio a los hijos o familiares más allegados a los dueños de la empresa siendo este el principal fin, posterior el buscar una estabilidad económica para poder disfrutar de los beneficios del trabajo. (Craig E. Aronoff).

Para Doderó (2002), el sistema familiar es el que surge naturalmente del hombre, en donde recibe los primeros patrones de socialización. Las normas van surgiendo según la tradición y los valores de cada familia y los roles desempeñados van de acuerdo al padre o madre, el del hermano o hermana. Al mismo tiempo, cada miembro aporta su propio sistema de personalidad, que se armoniza con los roles y la cultura de la familia. La empresa es una sociedad y la familia una comunidad, la empresa considera a cada uno por lo que hace y en la familia cada uno es considerado por ser quien es, en la empresa cada uno es un puesto, en la familia la individualidad es irreductible. (Ginebra, 2005).

#### **4.1.5 Ciclo de Vida de la Empresa Familiar.**

Cada empresas viven un ciclo y también es el caso de las empresas familiares; las cuales su ciclo de vida es diferente al de las empresas convencionales, en ellas se puede tener crisis las cuales afectan a la empresa y también a la familia, si la familia no se involucra en la empresa esta puede ver su fracaso o por lo contrario

esta puede llegar a tener éxito, así como el buscar soluciones a problemas que se presenten, ayudará a prevenir problemas futuros que se lleguen a presentar. (Doderon, 2012).

Existen 4 etapas en el ciclo de vida de una empresa familiar.

Cuadro 3: Ciclo de Vida de una Empresa

|  |
|--|
| <b>Primera Etapa: Etapa del fundador, emprende el negocio</b>  |
| Es la etapa inicial de la vida de la empresa, en la que el que inicia el emprendimiento –hombre o mujer- pone el acento en aprovechar una oportunidad de negocio que percibe y se entusiasma por llevarla adelante. Se podría decir que el fundador “ve la oportunidad donde los demás viendo no ven”. Su plan de negocio podría estar escrito en una servilleta de papel en la que escribe para contarle a un amigo o familiar.   |
| <b>Segunda Etapa: Crecimiento de la empresa por el nuevo estilo de liderazgo del fundador</b>  |
| Para esta nueva etapa el fundador tiene que desarrollar nuevas competencias como son las de liderar un equipo con las personas que ha incorporado a la organización o que ha desarrollado internamente. Esto supone una cierta estructura funcional en la que se asignan tareas a personas que deberán tomar decisiones y dar cuenta de ellas. La comunicación sigue siendo bastante informal pero más compleja por la nueva estructura organizativa que da origen a esta etapa. |
| <b>Tercera Etapa: Crecimiento por el aporte emprendedor de los hijos</b>   |
| En esta nueva etapa se da un paso muy importante para el fundador ya que se da la incorporación de los hijos a la empresa y así seguir creciendo en virtud de la sinergia que los hijos habrán logrado con sus padres para emprender nuevos negocios, dirigir mejor la empresa y por el compromiso que los empleados siguen manteniendo por la empresa. “Fundador, hijos y empleados poniendo lo mejor de sí por sacar la empresa adelante”.                                     |
| <b>Cuarta etapa: El gobierno corporativo profesional</b>   |
| Al pasar a la etapa de los hijos, el poder que antes estaba concentrado en una sola persona (el fundador) ahora debe compartirse entre los hijos, quienes deben consensuar el poder en pos de tomar decisiones que beneficien a la empresa por encima de sus intereses personales. Esto supone incorporar buenas prácticas para el gobierno corporativo.   |

Fuente: Elaboración propia basada en Doderon. (2012).

Por lo tanto se concluye que el proceso de sucesión en las empresas familiares así como sus fortalezas y debilidades propias de las características de este tipo de negocios son iguales en México como en el resto del mundo ya que tienen las mismas ventajas y desventajas.

Dentro de las empresas familiares en México, se encuentran aquellas que se dedican a la venta de alimentos y bebidas, en las cuales se ofrecen productos típicos de cada región, formando parte del patrimonio cultural de cada lugar.

## **4.2 La Importancia de la Gastronomía Como Parte de la Identidad Cultural.**

### **4.2.1 La Gastronomía Mexicana.**

No podemos separar la comida en México de la experiencia histórica y cultural de sus pueblos. México es muy famoso por su gastronomía. Pero más allá de los tacos y el guacamole, que gozan de renombre internacional, hay ricas y variadas tradiciones culinarias a lo largo de todo el país. Los sabores, aromas y texturas de la cocina tradicional mexicana son una grata sorpresa para los sentidos.

La creación cultural expresada en la comida no ha sido azarosa, mecánica o imitativa; durante 500 años los pueblos de México utilizaron conocimiento, gustos y formas de procesamiento ya existentes para integrar a sus respectivas cocinas nuevos ingredientes, utensilios, técnicas, estilos de guisar y combinaciones de sabores, bebidas y platillos. (Catharine Good Eshelma, 2012).

De acuerdo al diccionario gastronómico (2007), se define como gastronomía “el arte del buen comer”. Otra definición que podemos encontrar de gastronomía: “es el estudio de la relación del hombre, entre su alimentación y su medio ambiente (entorno)” (Muñoz, 2000).

De acuerdo a lo anterior la gastronomía no sólo se enfoca en la comida, sino que tiene relación con la cultura y tradiciones de los pueblos, donde el “comer es un acto biológico; cocinar es un acto cultural la cocina es cultura”. (N. Iturriaga, 1998).

La cocina mexicana no es sólo lo que puedes encontrar en un restaurante promedio mexicano. Para hallarla, primero debemos entender de donde viene y



como ha cambiado y creado hasta leyendas e historias que se cuentan de generación en generación.

Primero, debe quedarnos claro que México no fue una colonia sino un virreinato, en donde una colonia es un territorio alejado de las fronteras de un país y dominado por este administrativamente, militar y económicamente, mientras que un virreinato es una institución local y administrativa de la corona española creada a fines del siglo XV para el gobierno de sus posesiones en América. Aplicando el sistema de gobierno que se utilizaba en Europa, lo que causó que la colisión de dos formas de entender la comida fuera inmensa. (Sifontes, 1993).

Antes de la llegada de los españoles, la dieta de la cultura prehispánica se basaba en platillos de maíz con chiles y hierbas, usualmente complementados con frijoles, jitomates o nopales. Para la segunda década del siglo XVI, la invasión española también significó la llegada de una gran variedad de animales como el ganado vacuno, gallina, cabras, ovejas y cerdos y no solo eso, también llegó el arroz, trigo, la avena, el aceite de oliva, el vino, almendras y muchas otras especies que se funcionaron con las culturas y eventualmente, se convirtieron en parte de la cultura indígena. (Mendéz, Sabores de Mexico y el Mundo, 2011).

La gastronomía en México ha sido una de las expresiones culturales más importante, que ha ido evolucionando a través de los años, es así como se ha cambiado la idea de que la gastronomía sólo gira alrededor de la comida abriéndole paso a la identidad cultural.

Al igual que la gastronomía, costumbres y tradiciones pasa de generación en generación la sucesión de empresas familiares tienen el mismo proceso mientras que en la gastronomía se enriquece con nuevos ingredientes, platillos incluso técnicas. Las empresas familiares se van fortaleciendo con nuevos conocimientos y herramientas para su buen funcionamiento a portados por sus sucesores. Teniendo como objetivo lograr su preservación a través del tiempo.

Las empresas familiares dedicadas a la gastronomía, son creadas para brindar un producto gastronómico el cual suele ser el platillo típico de la región, se suele caracterizar por su buen sabor haciéndolo representativo de cada lugar, teniendo como referencia de una zona en específico el cual al pasar los años, como en las empresas familiares los hijos van tomando o formando parte de ella y aportando su trabajo e ideas en esta empresa.

Este tipo de empresas en México ayudan a proteger y rescatar la gastronomía del país, la cual está reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.

#### **4.2.2 Gastronomía Mexicana Patrimonio Cultural de la Nación.**

El termino patrimonio ha tenido diferentes definiciones legales y culturales desde el siglo XIX. En México el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) fue creado en 1939 para estudiar, difundir y salvaguardar el patrimonio cultural de nuestro país. (Catharine Good Eshelma, 2012).

Usamos patrimonio cultural para referirnos a lo que se trasmite de generación en generación y que consiste en formas de entender y relacionarse con el mundo; es decir, el conjunto de ideas, comportamientos y objetos que expresan la experiencia y conocimientos de un grupo que le dan una identidad colectiva. Los alimentos y la comida forman parte del patrimonio cultural de los grupos humanos. (UNESCO, 2010).

De acuerdo a la clasificación por parte el Instituto Latinoamericano de Museos, otorgada para patrimonio cultural tangible y patrimonio cultural intangible. (Ilam, 2009). Los clasifica de la siguiente manera:

**El Patrimonio Tangible.** Está constituido por objetos que tienen sustancia física y pueden ser conservados y restaurados por algún tipo de intervención; son

aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales productos de la arquitectura, el urbanismo, la arqueología, la artesanía, entre otros.

- Bienes muebles: son los productos materiales de la cultura, susceptibles de ser trasladados de un lugar a otro.
- Bienes inmuebles: son bienes amovibles que son expresión o testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y por tanto tiene un valor arqueológico, histórico, artístico, científico y/o técnico.

**El Patrimonio Intangible.** Puede ser definido como el conjunto de elementos sin sustancia física, o formas de conducta que procede de una cultura tradicional, popular o indígena; y el cual se transmite oralmente o mediante gestos y se modifica con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Son las manifestaciones no materiales que emanan de una cultura en forma de:

- Saberes (conocimientos y modos de hacer enraizados en la vida cotidiana de las comunidades).
- Celebraciones (rituales, festividades, y prácticas de la vida social).
- Formas de expresión (manifestaciones literarias, musicales, plásticas, escénicas, lúdicas, entre otras).
- Lugares (mercados, ferias, santuarios, plazas y demás espacios donde tienen lugar prácticas culturales).

La gastronomía mexicana, forma parte del patrimonio tangible e intangible debido a que tiene manifestaciones de ambos, fue reconocida como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO el 16 de noviembre de 2010. La gastronomía mexicana reúne ingredientes que datan de la época prehispánica, como el maíz, el chile, el cacao, el aguacate y el nopal, con otros que fueron influencia colonial, como las carnes, el arroz y el trigo. Las bebidas, como el pulque, el tequila o el mezcal, también son muy características. (Montaño, 2010).

La cocina tradicional mexicana es un modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias y costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales. Esto ha llegado a ser posible gracias a la participación de la colectividad en toda la cadena alimentaria tradicional: desde la siembra y recogida de las cosechas hasta la preparación culinaria y degustación de los manjares. Los elementos básicos del sistema son: el maíz, los frijoles y el chile; métodos de cultivo únicos en su género, como la milpa; procedimientos de preparación culinaria como la nixtamalización (descascarillado del maíz con agua de cal para aumentar su valor nutritivo, así mismo facilitar su digestión); y utensilios especiales como metates y molcajete de piedra. A los productos alimentarios básicos se añaden ingredientes autóctonos como tomates de variedades diversas, calabazas, aguacates, cacao y vainilla.

El arte culinario mexicano es muy elaborado y está cargado de símbolos: las tortillas y los tamales consumidos diariamente forman también parte de las ofrendas realizadas el Día de Muertos. En el Estado de Michoacán y en todo México se pueden encontrar agrupaciones de cocineras y de otras personas practicantes de las tradiciones culinarias que se dedican a la mejora de los cultivos y de la cocina tradicional. Sus conocimientos y técnicas son una expresión de la identidad comunitaria y permiten fortalecer los vínculos sociales y consolidar el sentimiento de identidad a nivel nacional, regional y local. Los esfuerzos realizados en Michoacán para preservar la cocina tradicional destacan también la importancia que ésta tiene como medio de desarrollo sostenible. (UNESCO, 2010).

Estos son los criterios que tomo la UNESCO (2007), para otorgar el nombramiento a la cocina mexicana como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, en el 2010.

- La cocina tradicional mexicana es un elemento fundamental de la identidad cultural de las comunidades que la practican y transmiten de generación en generación.

- Su inscripción en la Lista Representativa podrá incrementar la notoriedad del patrimonio cultural inmaterial y fomentar el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.
- Las medidas de salvaguardia aplicadas actualmente, así como las previstas para el futuro, comprenden la realización de consultas y proyectos de investigación, así como una formación práctica, con el apoyo del Estado y las comunidades interesadas.
- Los que practican esta tradición culinaria han participado activamente en el proceso de preparación de la candidatura y han otorgado su consentimiento libre, previo y con conocimiento de causa.
- La cocina tradicional mexicana está incluida en el Inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial de México administrado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Al ser reconocida la gastronomía mexicana como Patrimonio cultural Inmaterial de la Humanidad, se está preservando también la cultura y tradiciones de México a través de la gastronomía, a su vez conservado las diversas cocinas regionales mexicanas, con la ayuda de las diversas empresas familiares gastronomías las cuales cuentan con una gran riqueza para ser transmitidas de generación en generación. Como lo es el caso de las empresas productoras de obispo en Tenancingo, Estado de México.

## **5. CARACTERIZACIÓN DEL OBISPO DE TENANCINGO**

La ciudad de Tenancingo de Degollado es la cabecera del municipio con el mismo nombre; ésta se encuentra entre los 18°57'05" y 19°02'25" la latitud Norte, entre los 98°35'45" y 99°38' 37" de longitud Oeste 1, con relación al meridiano de Greenwich. (Medina, 1997).

Limita al Norte con los municipios de Tenango del Valle y Joquicingo; al Sur con el municipio de Zumpahuacán; al Este con el municipio de Malinalco; al Oeste con el municipio de Villa Guerrero.(Imagen 1).

Imagen 1: Ubicación del Municipio de Tenancingo Estado de México



Fuente: López, 1999.

Tomando en cuenta al climatólogo Köppen, la región tenancinguense presenta un clima CW (templado con lluvias en verano).

### **5.1 Historia de Tenancingo.**

Los primeros asentamientos, corresponden a la época prehispánica de 1800 a 1300 a.C., fueron encontrados sobre Ixpuichiapan y el cerro de las Tres Marías.

Evidencia una influencia Olmeca, posteriormente fue ocupada por el pueblo Purépecha y Matlazinca. (López, 1999).

En 1551, se fundó el Tenancingo de los españoles, iniciando sus construcciones en el cerro de las Tres Marías. Concentraron a los nativos en lo que es hoy el Barrio del Salitre y los obligaron a construir la ermita en honor a la Virgen del Refugio de 1565 a 1577 se concedieron mercedes de tierras de esta comarca a los españoles: Ángel Villafaña, Catalina de Albornoz, Francisco Bullón, Melchor Pérez Simal, entre otros. (López, 1999).

La actividad ganadera fue muy redituable durante la época colonial, a tal grado que el encomendado Juan Salcedo era el único que proveía de cárnicos a las carnicerías establecidas en Xochimilco (AGN, expediente 020, 1602). Así mismo con lo antes mencionado se manifiesta la importancia ganadera que alcanzó la región Tenancingo en el virreinato.

De igual manera en la época independiente, el municipio tuvo una alta productividad ganadera, gran parte de la producción agrícola y ganadera, incluyendo el agua que se consume para nutrir nuestro cuerpo. En el municipio se cuenta con la construcción de presas y bordos de almacenamiento de agua pluvial, ubicadas en: San José Tenería, Ejido de Tenancingo, San Nicolás, Tepetzingo, Colonia San Isidro e Ixpuchiapan. (Zamora, 1985).

La flora silvestre, dentro de la cual sobresalen: árnica, borraja, carrizo, capulín, cedro, ciprés, chayotillo, chichicaxtle, encino, fresno, ortiga, jara, madroño, malva, manzanilla, mirasol, mirto, nabo, nopal, ocote, pericón, poleo, quintonil, romero, ruda, cedrón, té de monte, tepozán, yerbabuena, zacatón, guayabo, higuera, mejorana, salvia, chirimoya, naranjo, granada, chabacano, álamo sauce, entre otras; podemos mencionar también la flora en la que intervienen la tecnología y la mano del hombre, por ejemplo: el cultivo de la gladiola, rosales, plantas comestibles y frutales. (López, 1999).

## **5.2 Actividad Económica.**

Para el uso de la agricultura, el municipio cuenta con una extensión territorial de 1,640 hectáreas de riego y 4,550 de temporal, en las cuales se cultiva floricultura, legumbres, cereales, fruticultura y forrajes. Cuenta con una infraestructura hidráulica de canales revistos mientras que la actividad ganadera se limita a la reproducción en pequeña escala de ganado bovino, porcino, ovino, caprino y aves de corral. (López, 1999).

De acuerdo a López (1999), otras de las actividades que se realizan en el municipio son la fabricación y comercialización de suéteres, vinos y licores de fruta, y muebles coloniales.

Dentro de los recursos turísticos con los que cuenta el municipio se encuentran Parque Hermenegildo Galeana, el cual ofrece hospedaje, palapas y canchas deportivas; tres kilómetros más adelante se localiza la ex-hacienda de Monte de Pozo. Caídas de agua de Santa Ana, la Ex-haciendas de Santa Ana Ixtlahuatzingo. Vista panorámica del Balcón del Diablo y Balcón de San Elías, ambas se encuentran en la comunidad del Carmen. Se recorre 1 km a partir de la comunidad por camino de terracería; vista del Cerro de las Tres Marías, donde se encuentra el monumento a Cristo Rey, se llega haciendo uso de la escalinata de concreto de 1,030 escalones, la Parroquia de San Francisco de Asís, Basílica de San Clemente ubicadas en la ciudad de Tenancingo y la Ex Hacienda de San José Tenería. (López, 1999).

El comercio es una fuente de ingreso en Tenancingo que se lleva a cabo los días jueves y domingo, con la comercialización de productos agrícolas, ganaderos e industriales. Por lo tanto se puede decir que el municipio cuenta con un gran potencial para su crecimiento, tanto en el turismo como industrial teniendo como base los productos gastronómicos que en él se producen.



### **5.3 Gastronomía.**

Dentro del municipio existe una gran variedad de productos alimenticios que integran la gastronomía habitual, sin embargo la comida representativa del municipio son los chayotes con pipián, tinga agrarista, tinga de pollo o de cerdo, carnero en salsa, chilacayotes con venas de chile y el obispo. (López, 1999). Siendo el obispo, el platillo representativo, poco se ha escrito acerca de él.

### **5.4 Obispo de Tenancingo.**

Mucho se puede escuchar acerca del obispo, principalmente versiones que indican su origen y definición, sin embargo lo que se tienen documentado es poco, por ello a partir de una revisión bibliográfica, se encontró que el obispo es un embutido que consiste en una panza de cerdo rellena de viseras de cerdo fritas y picadas finamente, condimentadas con hierbas de olor. (Muñoz, 2000).

El obispo de Tenancingo (Imagen 2), no sólo es el principal platillo gastronómico del municipio sino también turístico, puesto que es una de las principales razones por la que los turistas visitan al municipio además de la elaboración de canastas, rebozos y sillas artesanales, sin dejar a un lado el monumento a Cristo Rey que se encuentra en lo alto del municipio.

*Imagen 2: Obispo de Tenancingo.*



*Fuente:* mercado municipal de Tenancingo, Carlos Daniel Colín. (2016).

La elaboración del embutido tiene sus orígenes antes de los años 60's, el cual era conocido como rellena de sesos y cambio de nombre a Obispo, se tienen dos versiones del porqué este cambio de nombre, una es que los seminaristas al probar la entonces llamada "rellena de sesos" les pareció que era un platillo digno para un obispo y de ahí surgió el nombre.

La otra versión surgió de una visita realizada el primer obispo de Toluca Arturo Vélez a este municipio, años atrás una familia se dedicaba a la elaboración del 'obispo', aunque se conocía como rellena de sesos, pero a raíz de la visita del obispo fue cambiando su nombre.

El obispo Alfredo Vélez visitó Tenancingo y con el afán de agradecerle le prepararon el taco de rellena de sesos, y al preguntarles a los demás invitados qué querían respondían: yo quiero lo del obispo, yo quiero lo del obispo y así surgió el nombre de obispo. (Torres, 2014).

En la actualidad existen diferentes tipos de obispo, los cuales han ido surgiendo con el paso de los años y las exigencias de los consumidores, la manera tradicional de consumir el obispo dentro del mercado municipal “Riva Palacio”, es a través de tacos de plaza, lo que se conoce como tortilla de mano acompañada de un trozo o pedazo de obispo en cualquiera de sus versiones, al cual se le puede agregar salsa verde, roja, de aguacate o chiles con nopales y chicharon a un lado, también es común acompañarlo con un poco de limón según el gusto de los clientes y pápalo quelite.

En un entorno más familiar el obispo se consume acompañado de un guacamole (aguacate, jitomate, cebolla, chicharrón, chiles manzanos y cilantro), en donde se coloca al centro de la mesa, el obispo, tortillas, chicharon, salsas y el guacamole para ser compartido y así cada quien se haga su taco, esto sucede con más frecuencia los días jueves y domingos por ser día de plaza en el municipio.

Así mismo dentro de los resultados, se detallara el proceso de elaboración en el cual se utilizan como principales técnicas de elaboración el pochado y la fritura los cuales ayudan a su singular sabor y color, los ingredientes que se utilizan son de fácil acceso para los productores ya que la mayoría de ellos se adquieren dentro del municipio, los tipos de obispo que se realizan son 2 principalmente, el obispo normal y el obispo especial y su versión de obispo de carne molida de pollo.

## **6. RESULTADOS.**

### **6.1 Análisis Estadístico a Través del Uso del SPSS.**

A través del análisis estadístico se mide la variación entre las posibles respuestas de los encuestados para obtener una validez estadística, para un mayor rigor científico.

La estrategia que se utilizó fue la escala tipo Likert la cual ayuda a medir actitudes y predisposiciones individuales al actuar de cierta manera en contextos sociales en específico. Para el análisis de datos estadísticos arrojados por la encuesta aplicada a los productores de obispo se hizo uso del Paquete Estadístico Para las Ciencias Sociales (SPSS) por sus siglas en inglés.

Escala: Análisis de Fiabilidad todas las variables

Resumen del procesamiento de los casos

|           | No. | %     |
|-----------|-----|-------|
| Casos     |     |       |
| Validos   | 20  | 100.0 |
| Excluidos | 0   | .0    |
| Total     | 20  | 100.0 |

(Excluidos) Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento

Lista de productores

1. Concepción Flores Lara
2. Alejandra Flores Lara
3. Lucía Martínez Flores
4. Sandra Morales

5. Gabriel Arizmendi
6. Alejandra Domínguez Ayón
7. Patricia Flores Lara
8. Claudia Concepción Díaz
9. Sra. Zita
10. Julián Flores Lara
11. Valentina Monroy Flores
12. Rosa María Ceballos Sánchez
13. Noé Becerril
14. Sabino Arriaga
15. Armando Castro
16. Humberto Castro
17. Juan José Hernández Rosales
18. Hermelindo Flores
19. Yolanda Escobar Velázquez
20. Consuelo Escobar

El número de casos obtenidos para el análisis, es de 20 familias productoras las cuales forman la población, al ser un número pequeño se tomó el total para ser parte del estudio, por tal motivo no se excluirá ninguna entrevista, para obtener el total de resultados.

#### Estadísticos de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | No. de elementos |
|------------------|------------------|
| .78              | 9                |

Para el nivel de confiabilidad se aplicó el alfa de Cronbach, se utiliza para conocer el nivel de fiabilidad, para la magnitud inobservable construida a partir de las variables, el cual nos indica que el nivel de confiabilidad es aceptable para el análisis del caso.

*La sucesión en la empresa familiar, en el caso del obispo como estrategia de preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo Estado de México 2015*

---

Estadístico total – elementos.

| <b>Estadístico total – elementos</b>   | <b>Media de la escala si se elimina el elemento</b> | <b>Varianza de la escala si se elimina el elemento</b> | <b>Correlación elemento-total corregida</b> | <b>Alfa de Cronbach si se elimina el elemento</b> |
|--|---|--|---|---|
| 1.- ¿Cuántas personas integran su empresa?   | 17.18   | 3.54   | .350  | .781  |
| 2.- ¿Hace cuantos años se dedica a esta actividad?   | 17.35   | 3.11   | .42   | .658  |
| 3.- ¿Cuántas generaciones han pasado en su negocio de elaboración de obispo?   | 17.35   | 3.42   | .392  | .721  |
| 4.- ¿Es importante que sus descendientes se interesen en formar parte de su empresa?   | 18.85   | 3.28   | .44   | .715  |
| 5.- ¿Sus familiares se interesan en aprender las técnicas de elaboración del obispo?   | 18.95   | 3.01   | .493  | .712  |
| 6.- ¿Considera que la falta de interés en las prácticas gastronómicas en la elaboración de obispo, por parte de las nuevas generaciones, amenace con la desaparición de estas? | 18.99   | 3.09   | .47   | .723  |
| 7.- ¿Es importante programar la sucesión en su empresa?  | 18.55   | 4.31   | .091  | .725  |
| 8.- ¿Considera que el programar un sucesor al que le transmita sus conocimientos pueda ser una estrategia de preservación en la elaboración de obispo?                         | 17.71   | 4.35   | .088  | .712  |
| 9.- ¿De acuerdo a su experiencia, su producto atrae foráneos a su comunidad?   | 18.92   | 4.07   | .489  | .703  |
| 10.- ¿Considera que la elaboración tradicional de sus productos es un elemento representativo de la cultura del Municipio de Tenancingo México?                                | 18.98   | 4.11   | .457  | .701  |

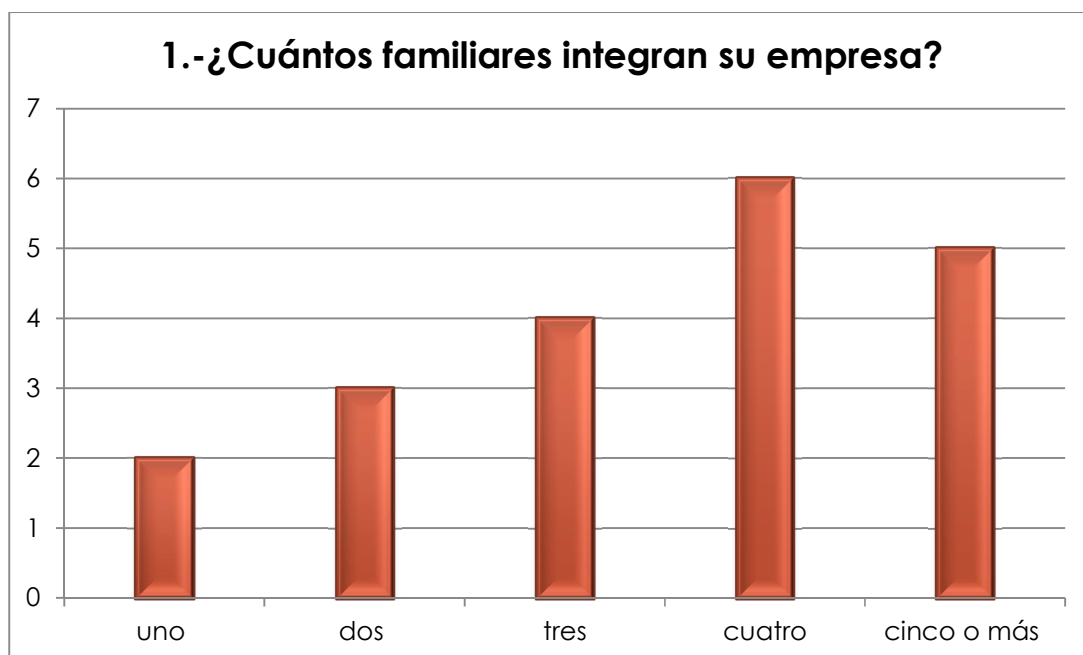
Fuente: Elaboración propia basada en los datos obtenidos en la encuesta.

## **6.2 Interpretación de Resultados y Gráficos.**

Para el análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas a los productores y vendedores de obispo, se hizo uso de la gráfica de barras, mediante el porcentaje se demuestran las respuestas de los productores con respecto a las preguntas realizadas, así mismo nos permite conocer su opinión acerca de temas en específico como la sucesión en la empresa familiar y el patrimonio gastronómico cultural.

De acuerdo a las 20 familias encuestadas que conforman el 100% de la muestra, las cuales se dedican a la elaboración del obispo.

*Gráfica 1*

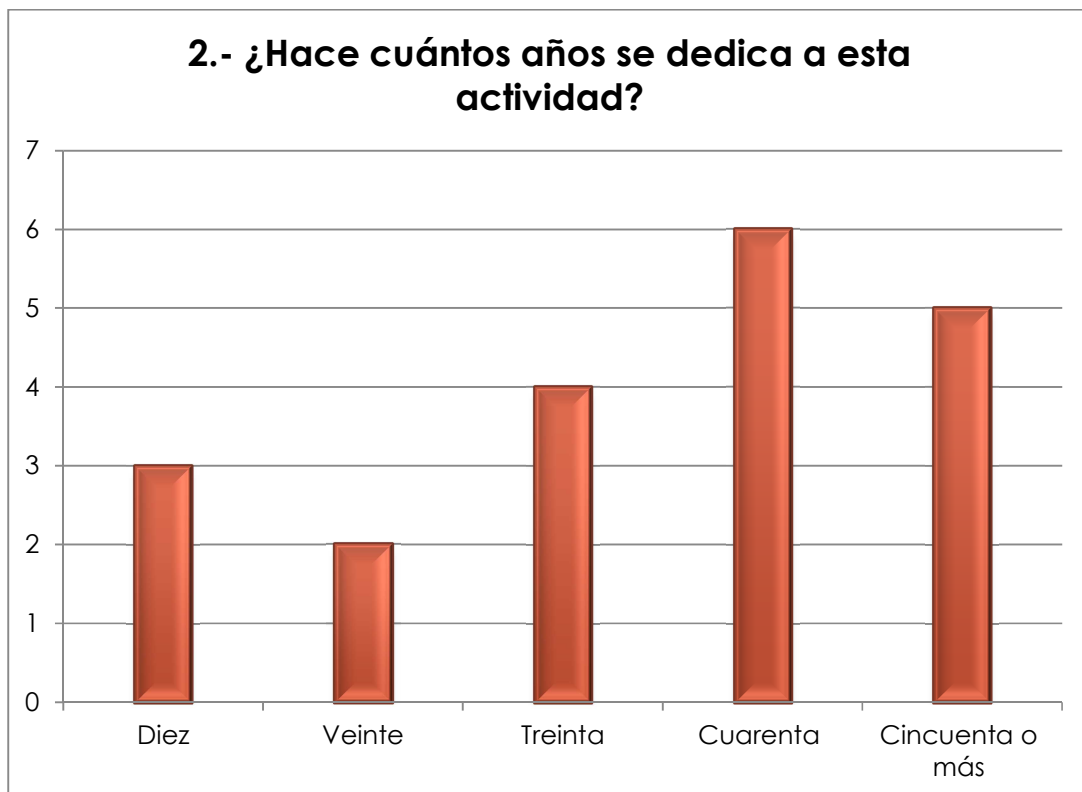


P<.05 (fuente de datos originales)

Los resultados obtenidos muestran que el 30% de las empresas están formadas por cuatro miembros de la familia, mientras un 25% las conforman cinco o

más integrantes, así mismo el 20% las conforman tres familiares, en un 15% solo participan 2 miembros y tan sólo el 10% de las empresas familiares están formadas por una sola persona.

*Grafica 2*

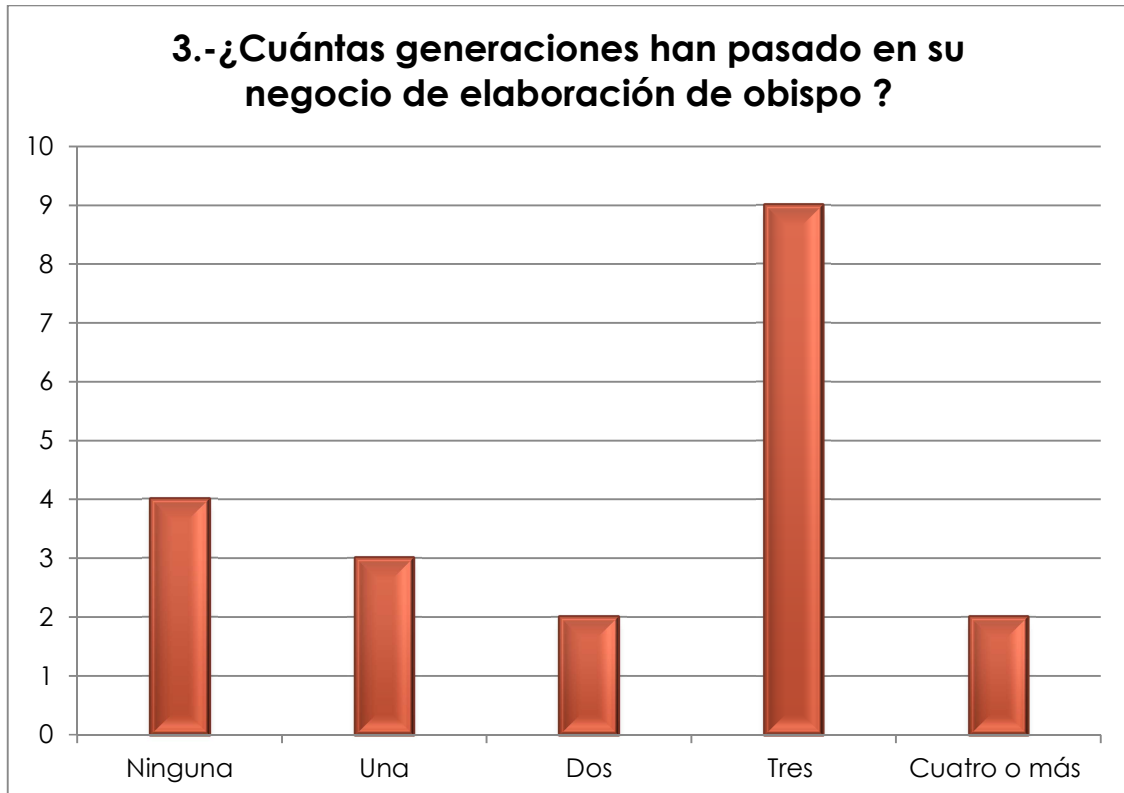


P<.05 (fuente de datos originales)

El 30% de ellas tienen al menos 40 años elaborando el obispo como actividad comercial, un 25% tienen más de 50 años dedicados a la elaboración del producto, el 20% de las empresas tienen alrededor de 30 años así mismo el 15% cuentan con mínimo 10 años de experiencia y un 10% de los encuestados tienen 20 años como productores de obispo.



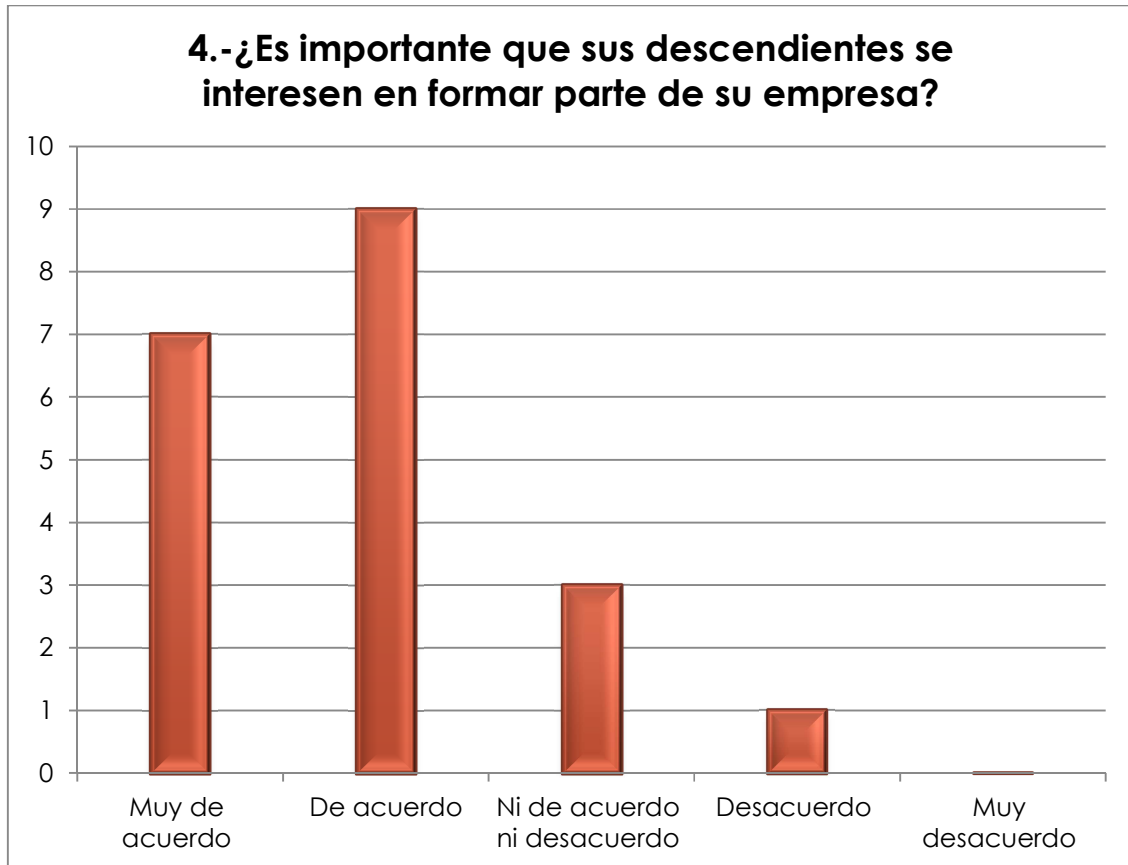
Grafica 3



P<.05 (fuente de datos originales)

La sucesión generacional del negocio familiar ha sido continúa en la mayoría de los casos. Los resultados muestran que sólo en dos casos se encuentran en la cuarta generación representando el 10%, mientras que 9 de los casos están en la tercera generación equivalente a un 45%, de igual manera en 2 de los casos corresponden a la segunda representando un 10%, tres de los casos corresponden a un 15% en la primera generación, los últimos cuatro casos todavía no han pasado por una sucesión generacional estas conforman un 20%.

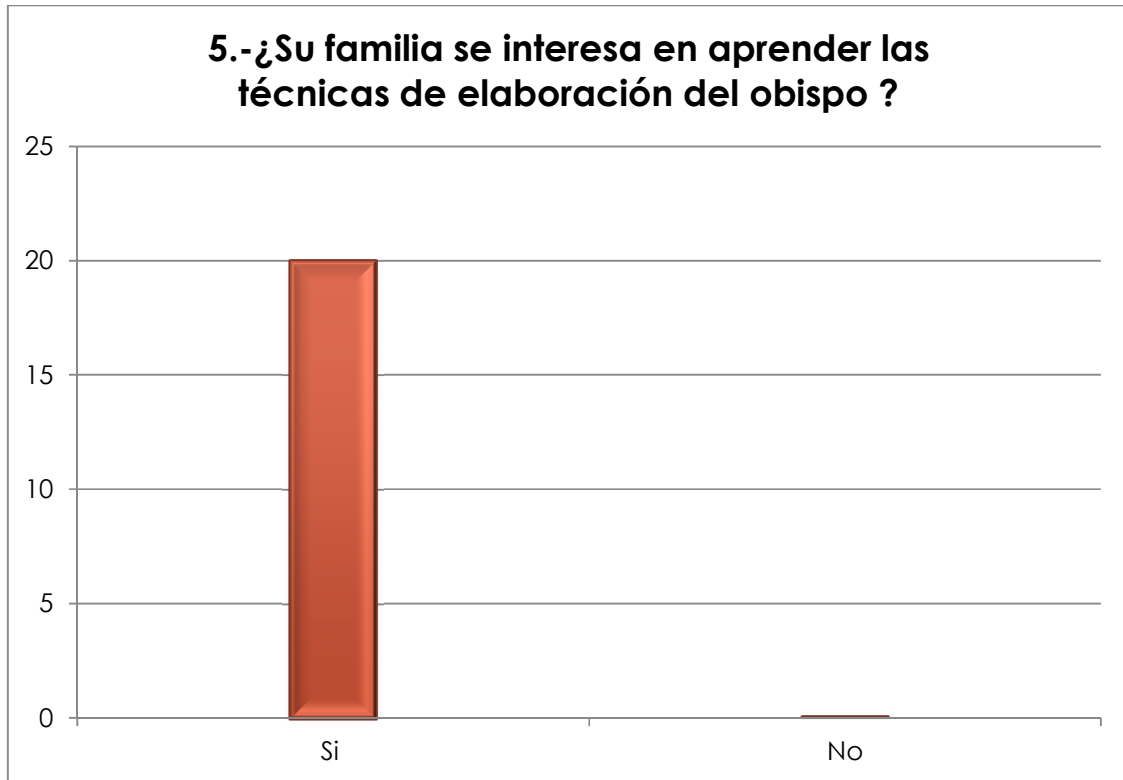
Grafica 4



P<.05 (fuente de datos originales)

De acuerdo a los datos obtenidos el 45% de los encuestados están de acuerdo en que sus descendientes se interesen en formar parte de la empresa, un 35% se encuentran muy de acuerdo en que sus familiares se interesen por la empresa, el 15% no está de acuerdo ni en desacuerdo, solamente 5% se encuentra en desacuerdo en que sus familiares se interesen en formar parte de la empresa.

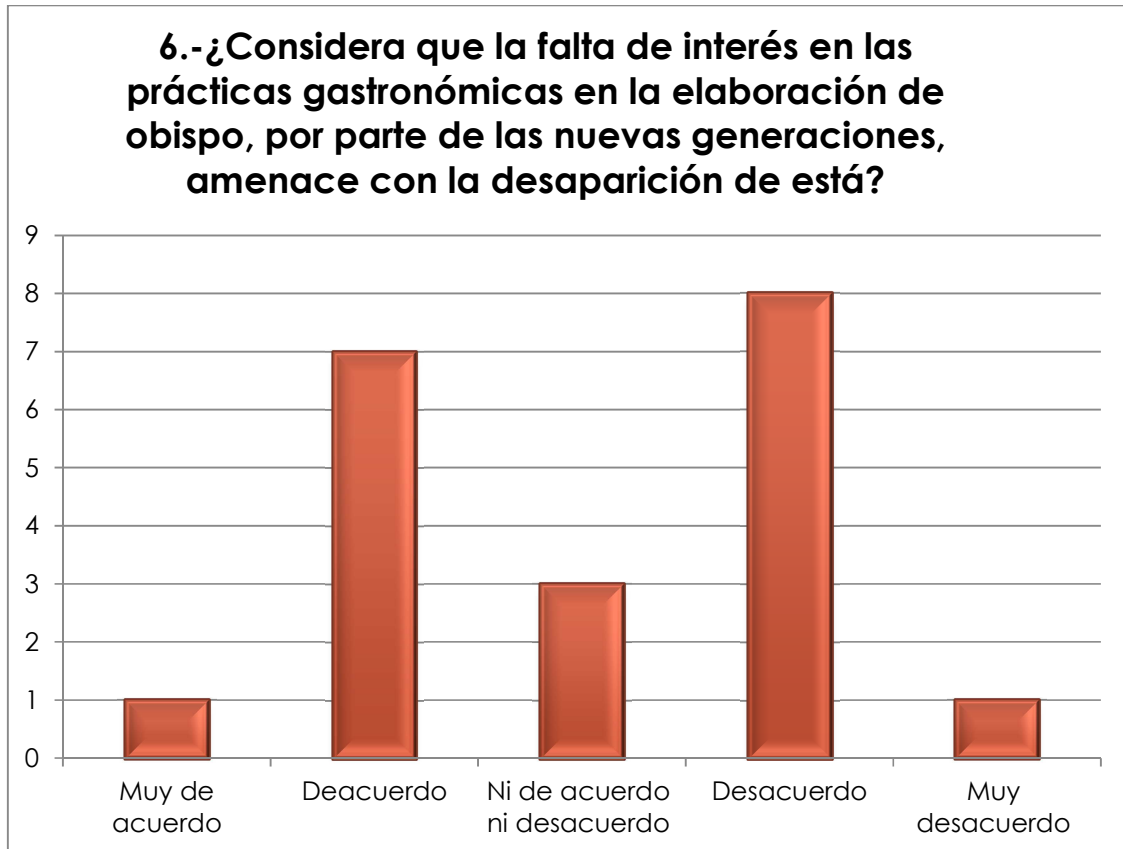
Grafica 5



P<.05 (fuente de datos originales)

De acuerdo a los resultados por parte de la entrevista realizada a los productores en todos los casos los familiares se encuentran interesados en aprender la técnica de elaboración del obispo, este resultado se puede comprobar ya que durante la aplicación de la entrevista se pudo observar a integrantes de la familia participando en el proceso lo que lleva a pensar que si se encuentran interesados.

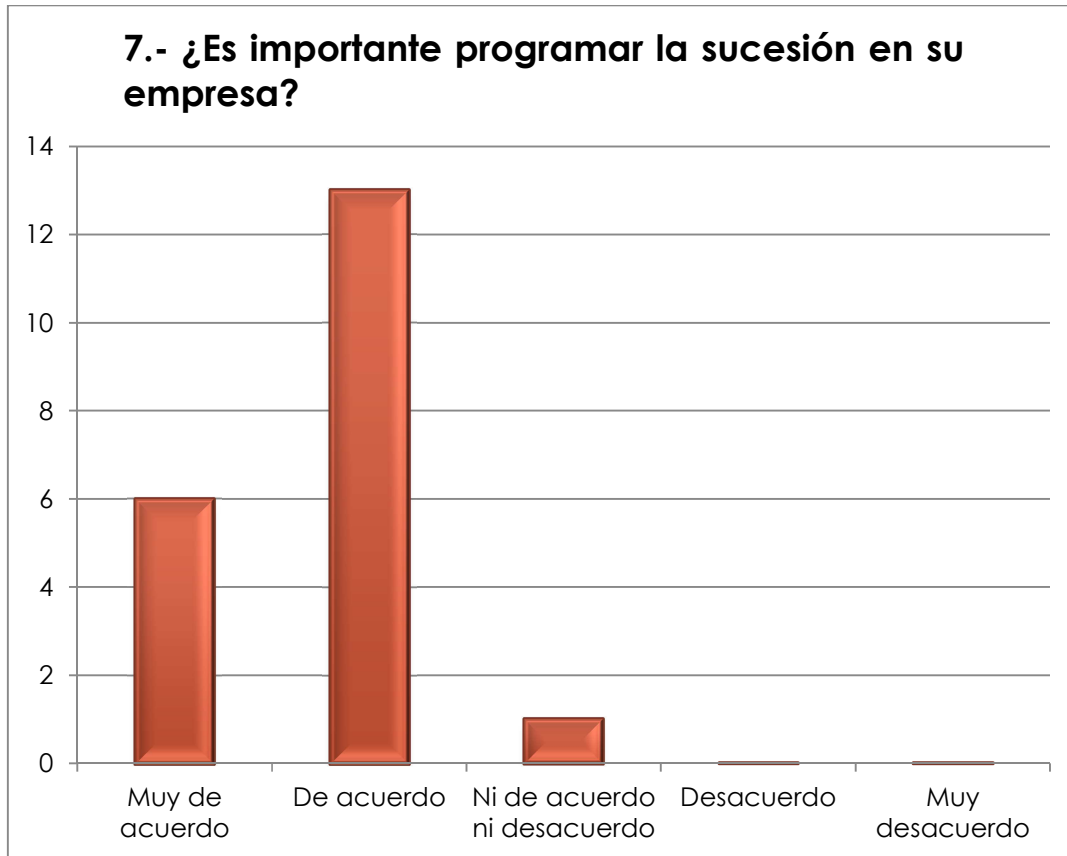
Grafica 6



P<.05 (fuente de datos originales)

El panorama para la producción de obispo es alentador de acuerdo a las cifras arrojadas, como resultado de la encuesta, ya que el 40% se encuentra en desacuerdo debido a que no consideran como tal una amenaza que las nuevas generaciones no se interesen en aprender las técnicas, mientras el 35% si creen que pueda ser una amenaza, el 15% no están ni a favor ni en contra, mientras el 10% restante, 5% están muy de acuerdo y el otro 5% están muy desacuerdo en que llegue a ser una amenaza la falta de interés. Ya que como lo mencionan siempre va haber alguien interesado en aprender por esta razón no es posible que se pierda.

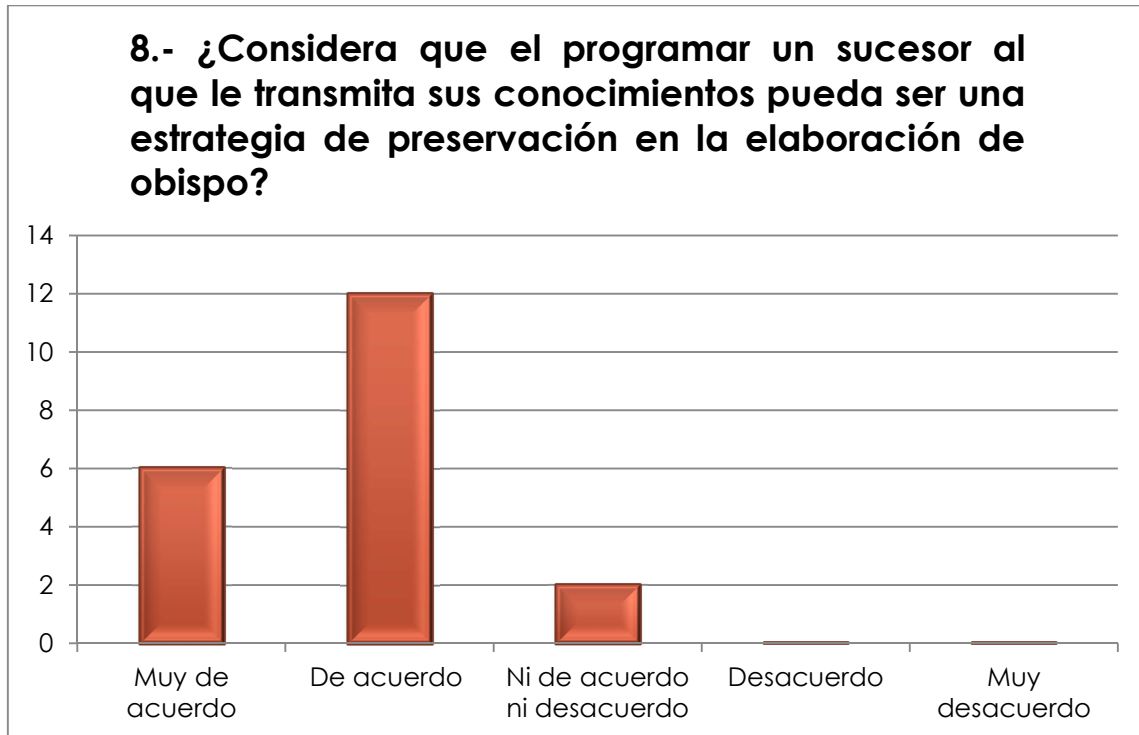
Grafica 7



P<.05 (fuente de datos originales)

Del total de las encuestas realizadas el 30% dijo estar muy de acuerdo en programar la sucesión en su empresa, el 65% de los encuestados dijo estar de acuerdo en programar la sucesión, mientras el 5% no está ni acuerdo ni desacuerdo.

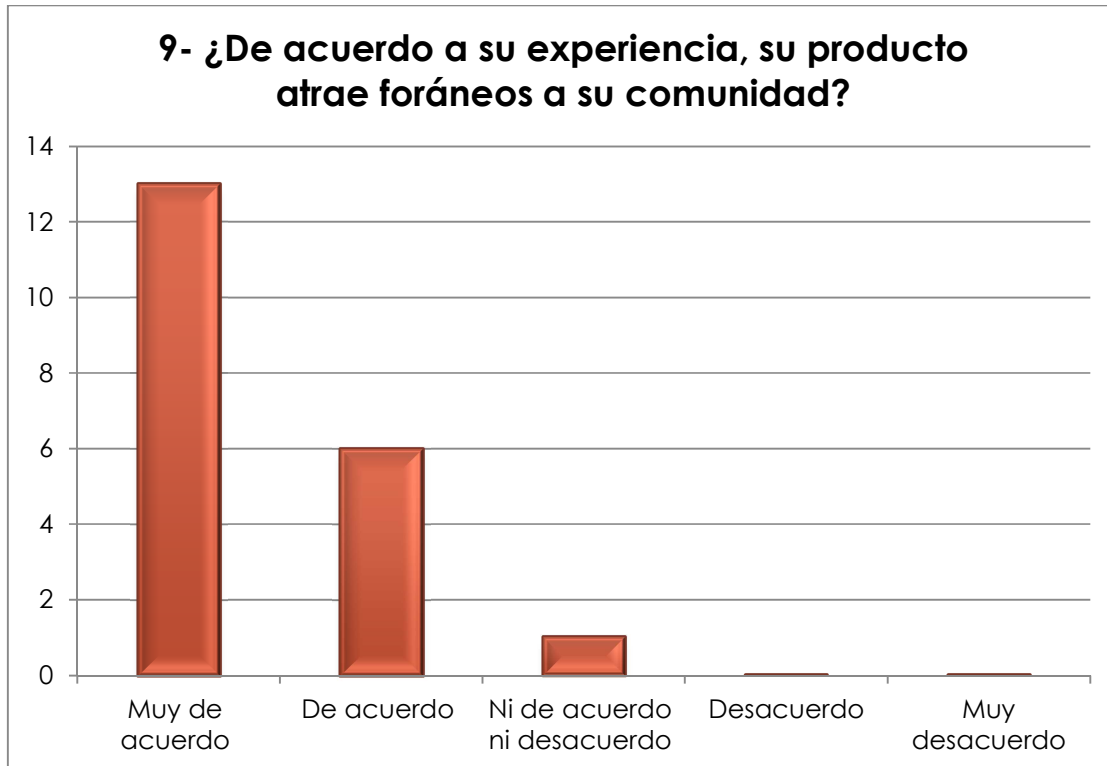
Grafica 8



P<.05 (fuente de datos originales)

De la encuesta realizada obtuvimos que el 30% se encuentran muy de acuerdo en transmitir los conocimientos, porque puede servir como una estrategia de preservación, un 60% están de acuerdo a sí mismo el 10% restante no están ni acuerdo ni desacuerdo.

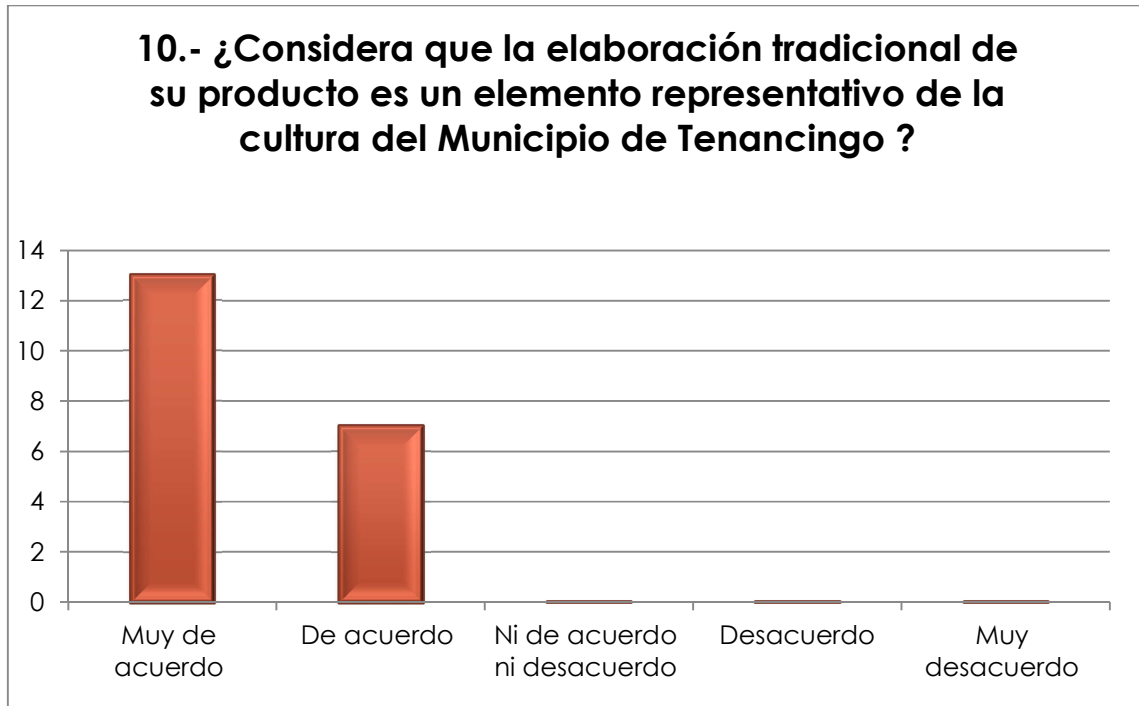
Grafica 9



$P < .05$  (fuente de datos originales)

La mayoría de los productores consideran que su producto atrae a foráneos, con el 65% los productores dijeron estar muy de acuerdo, el 35% solamente está de acuerdo y un 5% no está ni a favor ni en contra.

Grafica 10

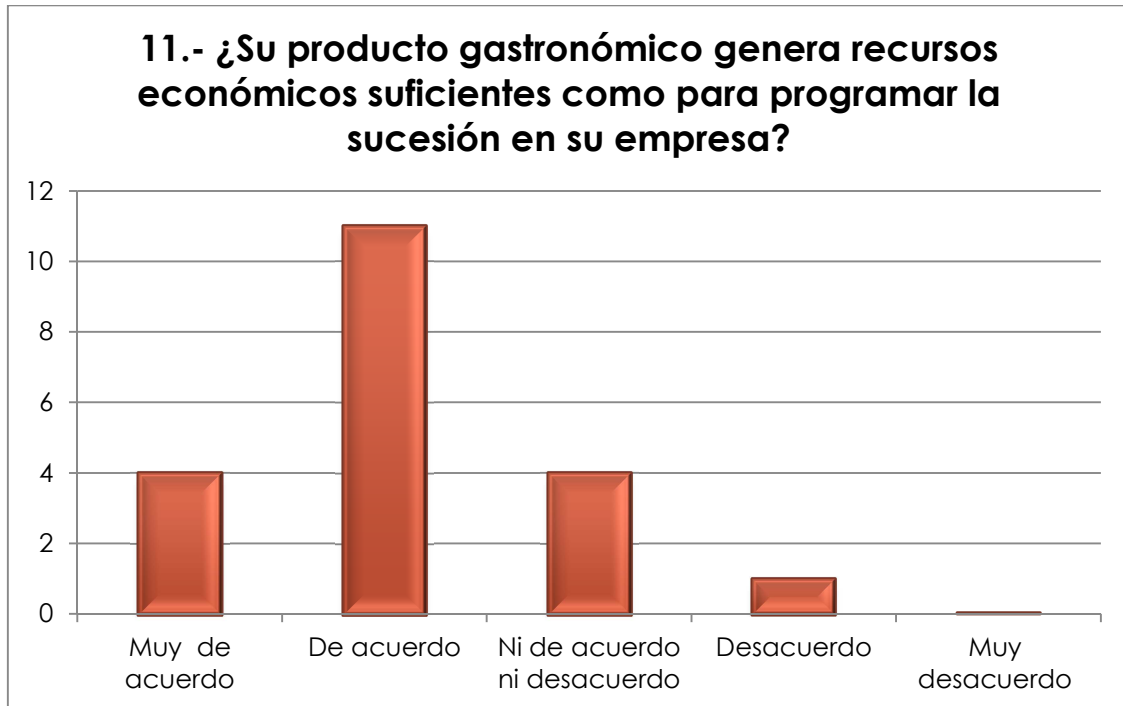


P<.05 (fuente de datos originales)

El 65% de los productores de obispo consideran que la elaboración tradicional de su producto es un elemento representativo de municipio de Tenancingo, el 35% de los productores están de acuerdo.



Grafica 11



P<.05 (fuente de datos originales)

En la última grafica la encuesta arrojo que el 55% de los productores están de acuerdo en que genera recursos suficientes, así mismo con el 20% se muestran muy de acuerdo, de igual manera con un 20% no están ni acuerdo ni desacuerdo, y con el 5% restante se muestra en desacuerdo que su producto genere recursos necesarios.

Una vez interpretado los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta se puede decir que: el problema al que se enfrentan los productores es que no existe una planeación para la sucesión, a pesar de que para ellos el programar este proceso es importante no lo han realizado de manera consiente ya que no conocen el proceso de sucesión de manera teórica y solo lo han realizado de

manera empírica, en la mayoría de los casos han sido situaciones económicas las que han llevado a seguir con la producción, de acuerdo a palabras de los propietarios los cuales han pasado por el mismo proceso de sucesión en donde la falta de interés por seguir estudiando, o la formación de su propia familia los llevó a tener que involucrarse en el negocio familiar, donde cada uno de los hijos tenía un día en específico para la elaboración y venta del obispo dentro del puesto familiar.

Al igual que ahora con sus hijos, aunque se muestren interesados en el proceso de elaboración, no lo están con el proceso de sucesión. Dentro de las observaciones realizadas por uno de los productores menciona que: “todos los miembros de mi familia saben cómo se hace el obispo, pero a mí no me gustaría que se dediquen a esto, yo prefiero que tengan una carrera pero eso ya no depende de mí, sino de ellos”.

Es así como la sucesión se da en la mayoría de empresas familiares productoras de obispo, los hijos son los que deciden seguir o no con el negocio, sin importar que cuenten con el conocimiento para hacerlo o la edad suficiente para poder dirigir el negocio.

Como se muestra en los resultados obtenidos, la mayoría de los propietarios se encuentran entre los 40 y 50 años, y un 40% de ellos están en la tercera generación, en donde el fundador fue el abuelo, posteriormente lo heredó a sus hijos quienes lo heredaron a sus hijos y actualmente son quienes los administran.

Haciendo referencia a los datos obtenidos por la red global que ofrece servicios de auditoría, impuestos, asesorías fiscales y de negocios la KPMG, quien señala que, solo entre un 10 y 15% consiguen llegar a la tercera generación, lo que podemos deducir con respecto a las empresas familiares dedicadas a la producción de obispo, es que el porcentaje de las empresas familiares que se encuentran en la tercera generación es mayor a los datos dados por la KPMG, por lo que se

confirmaría que la sucesión en la empresa familiar ha ayudado como estrategia de preservación del patrimonio gastronómico de Tenancingo.

En base a la observación realizada, la encuesta y la entrevista realizada se tienen un análisis de la situación actual de las empresas productoras de obispo.

- Son empresas familiares, ya que se encuentran conformadas por familiares.
- Son micro empresas
- El 45% de los encuestados se encuentran en la tercera generación.
- Los hombres son los que se dedican principalmente a la elaboración del obispo, así como de los trabajos pesados.
- En la mayoría de los casos las mujeres son quienes venden el producto dentro del mercado municipal o negocio.
- Los hijos ayudan a labores sencillas como el cobrar, poner salsa, entrega de pedidos chicos, entre otros.
- Se trabaja toda la semana.
- Los principales días de venta son los días jueves y domingos.
- Su mercado está dirigido a las personas del municipio y turistas en general.
- El precio del obispo por kilo se encuentra en \$180.00 el obispo normal y \$200.00 el obispo especial.
- La materia prima es adquirida en su mayoría en el propio municipio.

De acuerdo a un productor encuestado, comentó que la mayoría de las personas que vendemos aquí no tenemos una carrera y si se llega a tener no la practican, por esta razón nos dedicamos a la venta de obispo. Algo semejante pasa con sus hijos, quienes al concluir la secundaria no quieren seguir estudiando, por lo que forman parte de la empresa familiar, y es a ellos a quienes se dejan a cargo. De esta manera es como se da la sucesión en las empresas familiares productoras de obispo.

De igual manera existen beneficios en la sucesión en la empresa familiar, ya que los sucesores se han expandido dentro de la región para la venta de su producto lo que representa nuevas oportunidades para crecer, el poder contar con conocimientos de administración en algunos de los integrantes de la familia es algo favorable para la empresa, el poder seguir con una tradición como lo es la producción del obispo y formar parte del patrimonio gastronómico del municipio.

Las desventajas que se enfrentan en la sucesión de una empresa, son los problemas que puede haber dentro de la familia por la designación del sucesor. Otro de los problemas es la clientela; ya que muchas de las empresas tienen a sus clientes regulares y estos al encontrarse con un cambio en la administración de la empresa suelen evaluar nuevamente el servicio y el producto y si no les gusta como los atienden, van dejando de frecuentar el local para cambiar de vendedor. Así mismo el mal manejo por parte de los sucesores es el detonante para que el negocio desaparezca.

### **6.3 Ingredientes**

De acuerdo a la investigación realizada y la información proporcionada por los productores de obispo, los ingredientes que utilizan para la elaboración del embutido, consta de materia prima simple pero específica la cual consiste en: carne de cerdo, tripa de res, jitomate, epazote, cebolla, ajo, sal, pimienta y chile manzano. En la tabla 4 se describen los ingredientes utilizados así como su nombre científico.

**Cuadro 4: Ingredientes para la Elaboración del Obispo de Tenancingo**

| <b>Ingredientes</b>          | <b>Nombre científico</b>        |
|------------------------------|---------------------------------|
| Carne de cerdo(pierna, lomo) | <i>Sus scrofa</i>               |
| Tripas de res                | <i>Bos Taurus</i>               |
| Cebolla                      | <i>Allium cepa</i>              |
| Chile manzano                | <i>Capsicum pubenses</i>        |
| Jitomate                     | <i>Lycopersicum esculentum</i>  |
| Epazote                      | <i>Chenopodium ambrosioides</i> |
| Sal                          | ---                             |
| Ajo                          | <i>Alluim sativum</i>           |

*Fuente: Elaboración propia basada en la información de productores (C. F. Lara, A. F. Lara, S. Arriaga, V. Monroy) (Muñoz, 2000).*

Debido a que los productores son cuidadosos con la receta, no fue posible conseguir el porcentaje de la cantidad de los ingredientes que utilizan para la elaboración del obispo.

Al contrario de lo que se piensa, que el obispo está elaborado con excedentes (sobrantes) del cerdo y productos de baja calidad, este se elabora principalmente de carne maciza de cerdo como lo son la pierna y el lomo, así como ingredientes de la mejor calidad, ya que se compran frescos para su proceso de elaboración. La mayoría de ellos son obtenidos dentro del mercado municipal a excepción de la tripa de res, la cual la compran en la ciudad de Toluca.

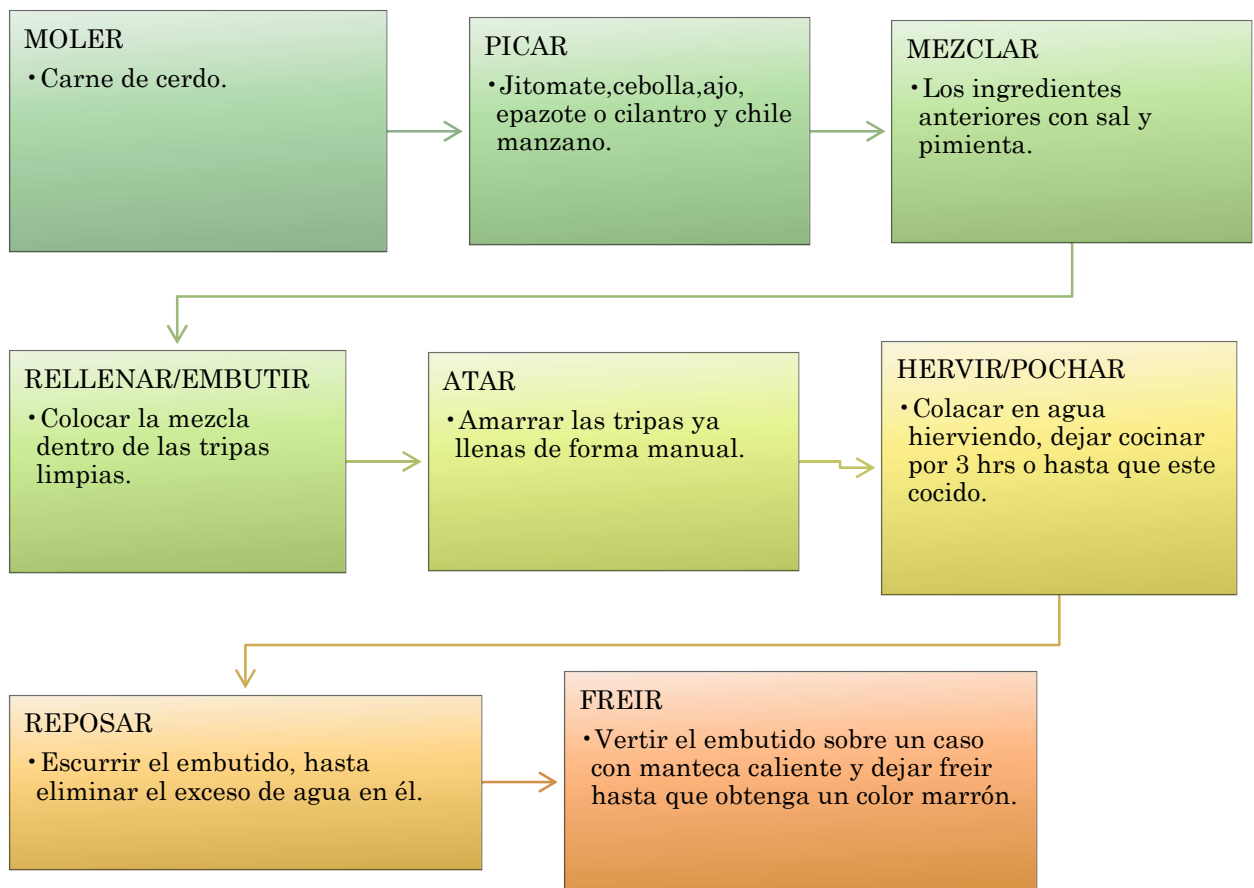
#### **6.4 Proceso de Elaboración.**

El proceso de elaboración del obispo es muy largo, ya que requiere de un día entero o varios días, y es muy complejo por lo que los productores no acceden a dar un proceso detallado.

Para la elaboración del obispo se requiere de un espacio amplio el cual recibe el nombre de obrador, este espacio está destinado exclusivamente a la producción de obispo, cuenta con todo lo necesario para su elaboración de este producto típico al igual que de chicharrón y carnitas.

Las principales técnicas de elaboración que se utilizan para la producción de obispo son, cortar, moler, mezclar, amarrar, hervir y freír. Tal como lo muestra el siguiente diagrama de flujo.

*Cuadro 5: Proceso de Elaboración del Obispo*



Fuente: Elaboración propia basada en la información de los productores de obispo. (C. F. Lara, A. F. Lara, S. Arriaga, V. Monroy).

La producción comienza con la molienda de la carne de cerdo en el molino, (anteriormente se picaba finamente), se almacena en recipientes para posteriormente utilizarla. Al igual que la carne el jitomate, cebolla, chile, ajo y el epazote o cilantro son molidos o picados, estos se incorporan a la carne molida, se mezclan y se agrega sal y pimienta. Para la elaboración del obispo especial se le añaden pasas, almendras, piñones, nueces y sesos, a la mezcla principal.

Una vez mezclada la carne se introduce en la maquina embutidora, en la cual se coloca la tripa de res previamente lavada, para rellenar y darle forma al embutido. Se continúa con el amarre de los extremos de la tripa para evitar que se salga el relleno. El siguiente paso es la cocción del producto en agua caliente, lo cual en términos de gastronomía se conoce como pochar, este proceso se realiza durante 3 horas aproximadamente o hasta que esté cocido, una vez listo el producto se deja escurrir para retirar el exceso de agua, haciendo unas pequeñas incisiones. Por último se fríe en un cazo con manteca caliente para que obtenga el color característico del obispo.

Una vez que se tiene el producto final, se continúa con la distribución o almacenaje para su venta en los diferentes puntos del municipio.

### ***6.5 Equipo para la Producción del Obispo.***

Como se ha mencionado anteriormente, debido a que los productores toman precauciones para salvaguardar la receta familiar, no fue posible obtener fotos de su equipo que utilizan para la realización del obispo. Sin embargo, de acuerdo a lo observado durante las entrevistas y lo dicho por los productores se pudo obtener de manera general una lista de los utensilios principales.

Lista de equipo.

1. Molino eléctrico
2. Embutidora
3. Refrigeradores, congeladores
4. Tinas, cubetas, botes
5. Cuchillos
6. Tablas para picar
7. Palas de madera
8. Gancho
9. Cazos
10. Charolas
11. Báscula
12. Coladeras
13. Mesas de trabajo
14. Tarjas o piletas de lavado
15. Bolsas de plástico
16. Pinzas
17. Hilo
18. Transporte

**6.6 Tipos de Obispo de Tenancingo.**

De acuerdo a los gustos de las personas, se han creado distintos tipos de obispo y variedades, dentro de los cuales destacan el obispo elaborado con carne de cerdo y el obispo que se elabora con carne de pollo cualquiera de los dos se pueden encontrar en el municipio, tal como se menciona en el cuadro 6 .



Cuadro 6: Tipos de obispo en Tenancingo

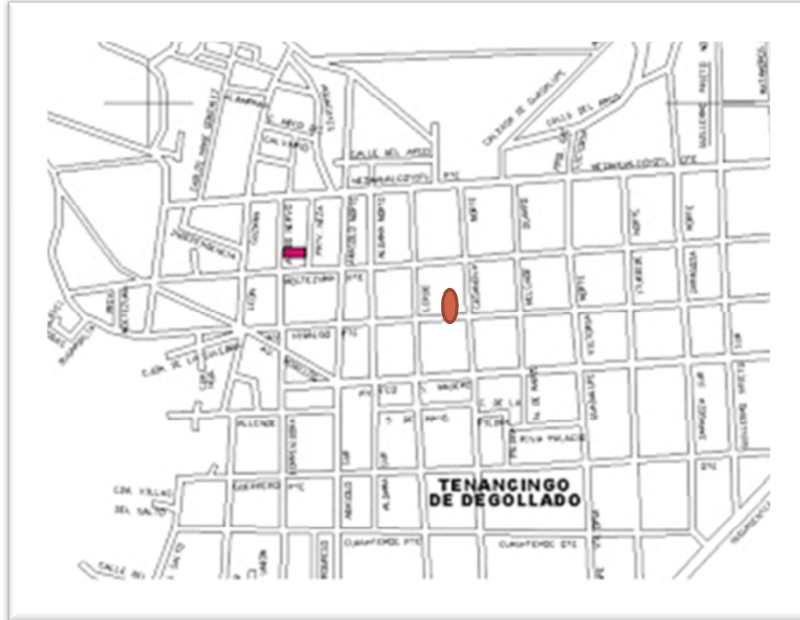
| Tipo de obispo  | Ingredientes  | Descripción   |
|-----------------|---|---|
| Obispo normal   | <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Carne de cerdo</li> <li>❖ Jitomate</li> <li>❖ Cebolla</li> <li>❖ Epazote</li> <li>❖ Chile manzano</li> <li>❖ Sal</li> <li>❖ Pimienta</li> <li>❖ Ajo</li> </ul>   | Es la receta principal, de la elaboración del obispo y la más tradicional.  |
| Obispo especial | <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Carne de cerdo</li> <li>❖ Jitomate</li> <li>❖ Cebolla</li> <li>❖ Epazote</li> <li>❖ Chile manzano</li> <li>❖ Sal</li> <li>❖ Pimienta</li> <li>❖ Ajo</li> <li>❖ Sesos</li> <li>❖ Pasas</li> <li>❖ Piñones</li> <li>❖ Nuez</li> <li>❖ Cacahuates</li> <li>❖ Almendras</li> </ul> | El obispo especial recibe su nombre, por el uso de ingredientes extras al del normal, se usa para eventos especiales                    |
| Obispo de pollo | <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Carne magra de pollo</li> <li>❖ Jitomate</li> <li>❖ Cebolla</li> <li>❖ Epazote</li> <li>❖ Chile manzano</li> <li>❖ Sal</li> <li>❖ Pimienta</li> <li>❖ Ajo</li> </ul>   | El proceso de elaboración es semejante al del obispo normal, la única diferencia se da en la sustitución de la carne de cerdo por pollo |

Fuente: Elaboración propia basada en información proporcionada por productores (2016)

### **6.7 Venta del Obispo.**

La principal comercialización del obispo de Tenancingo, se da en el mercado municipal de la localidad Riva Palacio, el cual se encuentra dentro de la cabecera municipal del municipio. (Imagen 3).

*Imagen 3: Ubicación del Mercado Municipal*



Fuente: Cuaderno de planeación, facultad de planeación urbana y regional UAEM, 2007.

La venta del obispo se hace de manera diaria dentro del mercado municipal, sin embargo los días jueves y domingos los días de plaza, es cuando las personas de los alrededores y turistas acuden principalmente a consumirlo. También se puede encontrar en los mercados principales de la región del valle de Toluca y valle de México.

Hace apenas 12 años, el municipio cuenta con la ya tradicional feria del obispo (Imagen 4), que se realiza el tercer fin de semana del mes de julio, en la explanada del céntrico jardín Morelos de Tenancingo, siendo una idea del aquel entonces regidor de turismo del municipio el Lic. Domingo Flores. En la cual se presentan los principales productores y vendedores de obispo.

*Imagen 4: Promocional de la Feria del Obispo 2015*



Fuente: Feria Tradicional del Obispo Tenancingo 2015

El obispo es un producto, que se puede comprar por taco o por kilogramos, el cual varía de acuerdo al tipo de obispo, el precio promedio por taco es de \$13.00 ya sea de obispo normal o especial, sin embargo el kilo de obispo normal se encuentra en un precio promedio al público de \$180.00, mientras que el kilo de obispo especial oscila en \$200.00 esto debido al uso de ingredientes extras para su elaboración.

En el interior del mercado municipal “Riva Palacio” en Tenancingo se encuentra la barra de comida donde se localizan los puestos de obispo, en los cuales al pasar por los pasillos las vendedoras regalan muestras de obispo a los clientes para atraerlos con frases como “aquí me compra”, “pruébelo sin compromiso”, “me acaba de llegar”, “es de hoy” “pásele güera”, todas estas frases suenan durante todo el día para atraer a los clientes. Sin embargo la mayoría de los consumidores

ya cuentan con su principal proveedor. Es común acompañarlo de tortilla de mano blanca o azul dependiendo la temporada, salsa verde, roja, de aguacate o chiles así como de un pedazo de chicharrón que la vendedora regala en la compra del taco.

El margen de ganancia depende de cada una de las familias productoras, y de la calidad y cantidad de la materia prima que inviertan, ya que el costo de producción que cada uno utiliza varía, hay quienes compran la carne en canal, por kilo o tienen sus propios animales y lo único que hacen es llevarlos al rastro. Asimismo, los productores mencionan que les es redituable dedicarse a la producción y venta.

En la actualidad existen productores y vendedores dentro del mercado municipal Riva Palacio (Imagen 5), en el municipio de Tenancingo, los cuales todos los días venden este tradicional producto, que se ofrece a los turistas y gente de la región, ya sea para consumirlo en el mercado o para llevar, no se cuenta con un número exacto de productores pero se tiene un aproximado de 20 familias dedicadas a la producción de obispo. (Anexos 6, 7, 8).

Cada vendedor tiene su propio espacio, que constan de pequeñas barras donde colocan su producto, son separadas una de otra por una pequeña pared, en las barras se colocan las tripas de obispo, la moronga o rellena y el chicharrón esta manera hace fácil apreciar el producto de cada puesto, al cual lo acompaña una mezcla de olores y colores que te invitan a probarlo.

*Imagen 5: Interior del Mercado “Riva Palacio”*



Fuente: Mercado municipal de Tenancingo, Carlos Daniel Colín (2016)

La venta de obispo es un claro ejemplo de empresas familiares, al igual que la receta ambas son transmitidas de generación en generación, siendo un ejemplo de sucesión en la empresa familiar, la cual ha ayudado a conservar esta bonita tradición del municipio.

### **6.8 El Obispo de Tenancingo Producto Gastronómico.**

Al hablar de gastronomía, hablamos de productos gastronómicos y como se dice “que la cocina no existe sin producto, pero que sin la ocurrencia de un cocinero no es cocina” (Arenós, 2013).

Así mismo para poder entender la relación que existe entre un producto y la gastronomía, es necesario conocer la definición de producto gastronómico.

Para lo cual conoceremos algunas de las definiciones que existe de producto y las definiciones de gastronomía. Un producto es, una cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación. Otra definición de producto es, un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y, marca además de servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, servicio, un lugar, una persona o una idea. (Stanton William, 2004).

El concepto de producto no está limitado a objetos físicos. Cualquier cosa capaz de satisfacer una necesidad puede denominarse producto. Son bienes tangibles e intangibles.

La gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. Se debe entender como una actividad interdisciplinaria. Si nos dedicamos a observar más, podemos descubrir que alrededor del alimento existen las Bellas Artes como la danza, teatro, pintura, música, escultura, arquitectura, pero también forman parte de ella las ciencias exactas y naturales como física, matemáticas, química, biología, agronomía. (Alva, 2012).

Dr. Antonio Mortecinos, define producto gastronómico como, “el conjunto de productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas materiales e inmateriales en rutas, circuitos o itinerarios en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista, es un producto compuesto que debe ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: mercados, productos, atracciones y actividades, alojamiento, infraestructura interna y externa, estructura o equipamiento y superestructura.”

Una vez que se conoce la definición de producto y gastronomía podemos definir, que un producto gastronómico: es cualquier cosa que se ofrece en un mercado para la atención, adquisición, uso o consumo capaces de satisfacer una necesidad o un deseo.

De acuerdo a lo antes mencionado y con base a los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a los productores de obispo, se puede decir que el obispo de Tenancingo es un producto gastronómico el cual tiene su origen en el municipio hace aproximadamente 56 años, fue formando parte de la gastronomía del municipio, que lo llevo a convertirse en un platillo principal, por la peculiaridad de su nombre y su sabor, siendo parte de la economía de algunas de las familias del municipio, las cuales se dedicaron a su producción desde que se inició con su proceso de elaboración y ha ido pasando de generación en generación junto con su receta, formando parte actualmente de las empresas familiares dedicadas a la producción de obispo.

De acuerdo a lo descrito por la UNESCO la cocina mexicana cuenta con las características necesarias, que la hacen ser Patrimonio Cultural de la Humanidad, las empresas familiares dedicadas a la gastronomía contribuyen a proteger y rescatar la gastronomía del país, al igual los productores de obispo en Tenancingo consideran que el obispo actualmente, si forma parte del patrimonio gastronómico del municipio, ya que como lo mencionan los turistas viene a Tenancingo a probar el obispo, por ser un platillo representativo del lugar.

Por medio de la entrevista realizada a la familia Arriaga Flores “Carnitas y Obispo Sabino”, nos permitió conocer y observar el proceso de elaboración del obispo dentro de su empresa, se obtuvo información relevante para esta investigación.

Se decidió a partir de que los productores de obispo son muy celosos con la receta familiar, ya que temen ser víctimas de plagio, y guardan con recelo su proceso de elaboración, sin embargo el Sr. Sabino Arriaga fue el único que nos permitió realizarla.

De acuerdo a la entrevista realizada al señor Sabino se obtuvo lo siguiente: Tiene 15 años dedicándose a la elaboración del obispo. Fue su abuelo quien comenzó con la tradición de la producción dentro de su familia ya que era carnicero y él fue una de las primeras personas en elaborar la rellena de sesos (obispo).

Nos comenta que tienen alrededor de 60 años dedicados al negocio y que actualmente su familia se encuentra en la tercera generación, dedicándose a la producción.

Su empresa está conformada por el propietario el señor Sabino Arriaga, su esposa Dolores Flores, sus dos hijos pequeños Fabián y Fátima, su mamá la señora María de Lourdes y su empleado José Gonzales. Durante la semana el señor Sabino, su esposa y su trabajador quienes se preparan para realizar la producción del obispo, para su venta los días jueves y domingos.

Su proceso de producción comienza desde el día lunes con la compra de los cueros (piel del cerdo) para la elaboración del chicharrón, lo limpian y lo dejan secando desde el lunes hasta el jueves que se fríe para hacer el chicharrón.

El miércoles temprano se recoge el puerco, y ese mismo día se compra el resto de los ingredientes; cebolla, ajo, jitomate, epazote y chile manzano todo en el mercado de Tenancingo por mayoreo, a excepción de las tripas de res, las cuales el señor Sabino va a traerlas a Toluca con su proveedor.

El miércoles por la tarde se comienza con la preparación del embutido, la molienda de la carne, el picado de verduras y especias; así mismo se preparan las salsas con las que se acompaña el obispo. El proceso de elaboración del obispo lo realizan entre el día miércoles y jueves en la madrugada, ya que a partir de las 2:00 a.m. comienzan a hervir la carne en cazo con agua, aproximadamente por 3 horas, posteriormente sacan el embutido, lo dejan escurrir y alrededor de las 6



a.m. empieza a freír el obispo en un cazo con manteca caliente, después fríe los cueros del cerdo que previamente se secaron para hacer el chicharrón.

El día jueves produce alrededor de 30 a 35 kilos, este mismo proceso se repite para la venta del día domingo el cual comienza el día jueves y termina el domingo por la tarde.

Sólo sus hijos les ayudan el día domingo, dentro de las actividades que realizan está el cobrar, poner las salsa, bolsas, y a entregar los pedidos.

El señor Sabino se sienten satisfechos con su trabajo ya que les es redituable y ven ganancias en sus ventas, actualmente el precio del obispo es de \$180.00 el normal y \$200.00 el especial.

Al preguntar si les gustaría, que sus hijos siguieran con la tradición familiar de la venta y producción de obispo, ellos respondieron que sí les gustaría por tradición pero al señor Sabino no, ya que es un trabajo muy pesado y prefieren que tengan estudios para no depender de la producción y venta, ya que ellos sólo cuentan con la secundaria y preparatoria.

El Sr. Sabino platico acerca de los problemas de sucesión a los que él se enfrentó cuando vivió ese cambio en la empresa, el principal problema fue que él no estaba preparado para hacerse cargo del negocio ya que fue de manera repentina la muerte de su padre, él tenía 18 años y a partir de ese suceso los miembros de la empresa empezaron a separarse para formar cada quien su propia empresa quedando él a cargo de su propio negocio, ya no solo era el ayudar en la elaboración del obispo, sino que ahora tenía que comprar la materia prima, realizar la elaboración del obispo solo, volver a comprar el equipo y utensilios, así como el conservar los clientes de su padre con la ayuda de la receta que su padre

*La sucesión en la empresa familiar, en el caso del obispo como estrategia de preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo Estado de México 2015*

---

elaboraba para obtener las ganancias que le ayudara al sustento de su familia ya que es el único hijo y su mamá y hermana dependían de él.

Ellos consideran que el obispo ya es un platillo representativo de la región y que mucha gente viene a consumirlo, así mismo ellos creen que es difícil que se pierda la tradición de consumir obispo, pero que la calidad en algunos puestos dentro del mercado no es buena y quizás por eso sí se pueda perder.

## **7. CONCLUSIONES**

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos y la información existente se concluye que el obispo de Tenancingo es un embutido artesanal, el cual tiene su origen en el mismo municipio cuyo antecedente se remota a la “rellena de sesos”.

Del análisis derivado de los resultados y de las fuentes consultadas al respecto, se emiten las siguientes conclusiones acerca del objeto de estudio:

Los procesos de elaboración del obispo son de origen artesanal, el conocimiento ha sido heredado a los hijos por medio de sus padres, que a su vez lo heredaron de sus padres respectivamente, formando una cadena que en algunos casos llega a más de 3 generaciones. Sin embargo, ha sufrido cambios tanto en su nombre, como en la receta y el tipo de equipo que utilizan, incluso en el proceso de su elaboración apoyándose de nueva maquinaria. Así mismo los productores han visto cambios con respecto a los costos de elaboración del obispo debido al aumento del precio en la materia prima para su elaboración, algo que ha sido muy notorio en los últimos años ya que de estar en un precio de \$100.00 por kilo hace aproximadamente 5 años, hoy en día se vende entre \$180.00 y \$200.00 el kilo, sin embargo sigue siendo un buen negocio para las futuras generaciones, ya que de acuerdo con los comentarios expresados durante la entrevista, los productores no están de acuerdo en que sus hijos se dediquen a la producción y venta del obispo, por lo que comentan que es un trabajo arduo y pesado que requiere de varias horas y a veces no se obtienen las ganancias deseadas, por eso ellos prefieren que tengan una profesión. Sin embargo creen importante que conozcan los procesos de elaboración, porque les gustaría que siguieran con la elaboración del obispo por la tradición familiar.

En la actualidad el obispo sigue siendo una fuente de ingresos para los productores además de ser un motivo de convivencia familiar, generando una identidad entre las personas del municipio.

En contexto con lo sentenciado por la UNESCO (2000) en donde enmarca las características principales del patrimonio cultural inmaterial: se puede afirmar que la elaboración del obispo, cumple con cada una de las características mencionadas, el proceso de elaboración es tradicional, a su vez es contemporáneo y viviente en un mismo tiempo, representa a la comunidad de Tenancingo, como el único productor del obispo.

Resulta relevante subrayar, que analizando la pregunta de investigación. ¿La sucesión familiar es una estrategia para preservar las técnicas artesanales de elaboración del obispo en el municipio de Tenancingo, como patrimonio cultural gastronómico?, los resultados dieron cuenta en los párrafos anteriores.

Sin lugar a dudas, el tema de la sucesión en las empresas gastronómicas dedicadas a la elaboración del obispo que fueron objeto del presente estudio son de vital importancia, principalmente como estrategia de preservación del obispo como patrimonio gastronómico, así mismo darle continuidad al negocio familiar y a la tradición, con el fin de seguir fomentando el consumo para su permanencia ante las adversidades y eventualidades.

En base a la globalización y la reproducción de productos artesanales, de diferentes municipios del estado de México, como lo es el caso de San Mateo Atenco, se tiene la probabilidad de que “la receta y el origen del obispo de Tenancingo esté en riesgo de plagio” por eso la importancia de dar a conocer su lugar de origen así como su proceso de sucesión y producción.

Con respecto a la pregunta de que si existe o no interés por parte de los sucesores en seguir dedicándose a la elaboración del obispo, como actividad económica y sustento para su familia, encontramos que para los productores el dedicarse a la elaboración del obispo ya es algo que forma parte de su vida, así como se menciona que a pesar del aumento de precio en la materia prima sigue siendo redituable porque también aumenta el precio del obispo a la par.

Al igual sobre la pregunta de que si existe conocimiento por parte de los productores acerca de la importancia de una adecuada sucesión, encontramos que los productores no cuentan con un conocimiento teórico acerca de la sucesión en la empresa familiar, de igual manera desconocen los procesos para realizarla de manera óptima. Sin embargo la han llevado acabo de manera empírica en base a la experiencia vivida, la cual ha resultado satisfactoria ya que como se muestra en los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los productores, donde se muestra que el 40% de las empresas familiares están en la 3ra generación.

Por último con respecto a la hipótesis planteada al principio de esta investigación la cual es: En las empresas familiares que elaboran y comercializan el obispo, existe un proceso de sucesión, como una estrategia de preservación del patrimonio cultural gastronómico.

La hipótesis se confirma, con el análisis estadístico realizado a las encuestas plasmados en las gráficas y a la entrevista realizada, en donde se acepta y confirma que existe un proceso de sucesión en las empresas familiares, aunque no lo realizan con base a la teoría ya que se lleva acabo de manera empírica y de acuerdo al interés por parte de cada uno de los miembros de la familia, siendo esta una estrategia para la preservación del proceso de elaboración del obispo. La cual ha resultado ser eficaz para la preservación del patrimonio gastronómico de Tenancingo.

Es conveniente dar a conocer a los productores de obispo los resultados obtenidos de la presente investigación, ya que es algo que les ayudará a conocer acerca de la sucesión en las empresas familiares, particularmente de las productoras de obispo.

Así mismo les ayudara a salvaguardar el producto para evitar que sufra alteraciones, esto se puede realizar a través de la obtención de una marca colectiva, marca de certificación o alguna denominación que garantice que sólo productores de Tenancingo puedan realizarlo.

Los productores consideran que no han recibido el reconocimiento por parte del municipio, de la importancia que tiene la producción del obispo y que no les han brindado el apoyo necesario el cual les ayude en una mejor organización de la feria del obispo o con otro tipo de actividades. Piensan que el formar un registro con todos los nombres de los productores puede resultar contraproducente porque cada quien tienen su manera de realizar el obispo y su sazón como ellos lo mencionan, sin embargo no se cierran al poder formar una asociación.

## **8. RECOMENDACIONES**

Teniendo como fundamento los resultados obtenidos en la presente investigación, y desde nuestro punto de vista en particular, se proponen las siguientes recomendaciones, todas y cada una de ellas con el objetivo de potenciar la actividad gastronómica en el municipio de Tenancingo, y de alguna manera dejar un precedente de la sucesión en la empresa familiar como una estrategia de preservación del patrimonio cultural inmaterial de la región. Siguiendo con el propósito principal de este trabajo que consiste en situar la presente investigación como un antecedente dentro de un conjunto más amplio de trabajos relacionados con la sucesión en las empresas familiares.

En primer término, resulta de particular relevancia el hecho de dar a conocer a los actores involucrados de este tipo de empresas, el resultado de la presente investigación con la finalidad de prepararlos con mayor consciencia y profesionalismo al respecto del tema de la sucesión, sobre todo en aspectos que atañen a la propia cultura que ha imperado a través de los tiempos y que por ende, nos involucra y nos interesa como país.

Otra de las recomendaciones es buscar la forma de salvaguardar el nombre del obispo como producto típico de Tenancingo, así como su receta, de esta manera se evitaría que otros municipios realicen productos similares o parecidos al obispo y lo denominen con el mismo nombre, a su vez se evitaría que sufra una modificación en su proceso de elaboración, constituyendo un factor predominante que pone en riesgo la identidad típica de Tenancingo.

De igual manera se recomienda que se continúe con la feria del obispo, la cual se realiza desde el año 2003, y que actualmente se ha realizado por décimo segunda ocasión en el año del 2015, así como el buscar mejorías dentro de la feria analizando las fallas de las anteriores y haciendo uso de una mayor publicidad dentro y fuera del municipio a través del uso de radiodifusoras, programas de

televisión, redes sociales incluso de espacios destinados a este tipo de eventos o el contar con la participación de la feria en otros estados. El seguir invitando a los productores que no participan en la feria para que formen parte de ella, ya que es una forma de salvaguardar la tradición.

Con esta actividad cultural se atrae a un gran número de turistas, de manera que, a través de ellos se da conocer en diferentes estados de la República.

Es relevante destacar la importancia económica que representaría para los productores del obispo, contar con el apoyo de la regiduría de turismo de Tenancingo, de manera logística y financiera para llevar a cabo la realización de la feria del obispo, además de que los productores del obispo pudieran asistir a ferias gastronómicas dentro del estado de México y la república mexicana

Otra sugerencia se encuentra en la posibilidad de dar cursos y orientación a los productores involucrados sobre la cultura organizacional y de transición que opera particularmente en empresas de esta naturaleza, además de dar a conocer los resultados obtenidos que fueron analizados y que son el producto de esta investigación. Quizá esto serviría como termómetro para pulsar y diagnosticar lo que realmente está ocurriendo con las empresas que nos ocupan en la presente investigación.

Finalmente la creación de una sociedad con todos productores de obispo, la que eventualmente potenciará sus productos y la importancia que reviste para la cultura gastronómica mexicana, que a su vez pueda romper las barreras de comercialización que existen hoy en día, sobre todo por las exigencias propias de la globalización, que sin duda alguna inducen a preservar los estándares de calidad y productividad, amenera de fomentar esta tradición de elaboración del obispo, como una de las actividades representativas de esta región sur del Estado como parte del patrimonio gastronómico cultural típico de la entidad.



El hacerles ver a los productores de obispo, que la labor que desarrollan al elaborar el obispo es muy importante, ya que gracias a ellos se está rescatando el patrimonio gastronómico del municipio y México y no solo se trata de un oficio más, al mismo tiempo contribuyen a generar un mayor turismo trayendo consigo una derrama económica en el municipio.

Desde la perspectiva de la sucesión en la empresa familiar, resulta de notable importancia este documento como un referente del estado que guardan las empresas dedicadas a la elaboración del obispo, de forma tal, que constituya un antecedente importante para la gran tarea que concierne a la difícil toma de decisiones, desde su tradicional historia, hasta el futuro que le depara a la elaboración del obispo en esta bella región del sur del Estado.

Es importante mencionar que como estudiantes de la licenciatura en gastronomía, es nuestra responsabilidad, el buscar la salvaguarda de la gastronomía mexicana la cual forma parte del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, no solo del municipio si no la de todo el país.

## 9. REFERENCIAS

### Bibliografía

- Alva, C. I. (2012). *Historia de la Gastronomía*. Mexico : Red tercer milenio.
- Arenós, P. (19 de 11 de 2013). los super productos gastronomicos. Madrid , España.
- Barajas, E. A. (25 de Diciembre de 2000). Peligra la industria del calzado en san mateo .  
*El Universal* .
- Bohrstedt, G. W. (1976). *Evaluación en la confiabilidad y validez en la medición de actitudes*. México: Trillas.
- Briones, G. (2003). *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*. México: Trillas.
- Cagliani, M. (18 de Octubre de 2015). *Tendencias.com*. Recuperado el 22 de Abril de 2016, de [tendencias.com/ciencia/que-es-el-metodo-cualitativo/](http://tendencias.com/ciencia/que-es-el-metodo-cualitativo/)
- Catharine Good Eshelma, C. d. (2012). Comida y Patrimonio Cultural. *Soy Chef*, 32-37.
- Catharine Good Eshelman y Laura E, C. d. (2012). Comida y Patrimonio Cultural . *Soy Chef* , 32-37.
- Corral, S. V. (diciembre de 2008). *Centro Emprsariales*. Recuperado el 29 de octubre de 2015, de [http://coparmex.org.mx/upload/bibVirtualDocs/8\\_entorno\\_diciembre\\_08.pdf](http://coparmex.org.mx/upload/bibVirtualDocs/8_entorno_diciembre_08.pdf)
- Craig E. Aronoff, J. L. (s.f.). *Preparing successor to be leaders*. Nation´s Businiess.
- Cúe, J. L. (mayo de 2002). *Programa de estadística*. Recuperado el 27 de mayo de 2016, de <http://colposfesgaleon.com/est501/suma/sumahtml/conceptos/estadistica.htm>
- Doderon, S. (09 de Abril de 2012). *Tu empresa familiar*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2015, de [http://www.tuempresafamiliar.com/?El\\_Ciclo\\_de\\_vida\\_de\\_la\\_empresa\\_familiar&page=ampliada&id=749&\\_s=&\\_page=articulos](http://www.tuempresafamiliar.com/?El_Ciclo_de_vida_de_la_empresa_familiar&page=ampliada&id=749&_s=&_page=articulos)

*La sucesión en la empresa familiar, en el caso del obispo como estrategia de preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo Estado de México 2015*

---

- Eliseo, R. (30 de junio de 2009). *Técnicas de investigación de Campo*. Recuperado el 22 de Abril de 2016, de <http://niveldostic.blogspot.mx/2009/06/metodo-analitico-sintetico.html>
- Fierro, R. D. (2013). *Fundación Universitaria CAFAM*. Recuperado el 07 de Mayo de 2016, de [http://unicafam2.bligoo.com.co/media/users/28/1428900/files/472215/Productos\\_Endemicos\\_y\\_no\\_endemicos.pdf](http://unicafam2.bligoo.com.co/media/users/28/1428900/files/472215/Productos_Endemicos_y_no_endemicos.pdf)
- Gersik, K. E. (1997). *Generation to Generation, Life Cycles of the Family Business*. Boston, Massachuse: Harvard Business School Press. .
- Ginebra, J. (2005). *Las empresas familiares, su dirección y su continuidad* . México: Panorama.
- Hernández, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Ilam. (2009). *La diversificación del patrimonio*. Costa Rica: Fundación ILAM.
- ILAM. (2009). *La diversificación del patrimonio* . Costa Rica : Fundación ILAM.
- INAH. (10 de junio de 2015). *INAH*. Recuperado el 22 de abril de 2016, de <http://www.inah.gob.mx/es/quienes-somos>
- KPMG. (2013). *KPMG*. Obtenido de [http://www.kpmg.com/MX/es/PublishingImages/E-mails-externos/2013/CONFERENCIA\\_DE\\_PRENSA/EMPRESAS\\_FAMILIARES/Empresas%20familiares\\_130913.pdf](http://www.kpmg.com/MX/es/PublishingImages/E-mails-externos/2013/CONFERENCIA_DE_PRENSA/EMPRESAS_FAMILIARES/Empresas%20familiares_130913.pdf)
- López, M. (1999). *Tenancingo Monografía Municipal*. tenancingo: Instituto Mexiquense de Cultura.
- Martínez, A. C. (10 de Mayo de 2012). *La Jornada*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2015, de <http://www.jornada.unam.mx/2012/05/10/sociedad/041n1soc>
- Medina, J. L. (1997). *inafed*. Recuperado el 14 de enero de 2016, de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15088a.html>
- Mendéz, C. D. (2011). *Sabores de Mexico y el Mundo*. Recuperado el 06 de 11 de 2015, de [www. los.saboresdemexico.com](http://www.los.saboresdemexico.com)
- Mendéz, C. D. (s.f.). *Sabores de Mexico y el Mundo* . Recuperado el 06 de 11 de 2015, de [www. los.saboresdemexico.com](http://www.los.saboresdemexico.com)

*La sucesión en la empresa familiar, en el caso del obispo como estrategia de preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo Estado de México 2015*

---

- Milenio, g. (2015). pone en marcha eruviel centro especializado en calzado. *Milenio*.
- Montaño, A. V. (17 de noviembre de 2010). *La Jornada*. Recuperado el 06 de noviembre de 2015, de <http://www.jornada.unam.mx/2010/11/17/politica/002n1pol>
- Muñoz, R. (2000). *Diccionario Enciclopédico de la gastronomía Mexicana*. Mexico: Clio.
- N. Iturriaga, J. (1998). *Las Cocinas de Mexico 1*. Mexico: Fondo 2000.
- Orozco, R. L. (2009). *Recolección de datos: técnicas de investigación de campo*. Recuperado el 08 de Abril de 2016, de <http://www.geocities.ws/roxloubet/investigacioncampo.html>
- Pérez, E. S. (1995). *Enciclopedia de los Municipio y Delegaciones de Mexico*. Recuperado el 10 de 11 de 2015, de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15088a.html>
- Pick, A. L. (1998). *Cómo investigar en ciencias sociales*. México: Trillas.
- Ramos, G. C. (2012). *catarina*. Recuperado el 28 de Octubre de 2015, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lcp/rueda\\_d\\_g/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/rueda_d_g/capitulo3.pdf)
- Rius, I. B. (2010). *Empresas familiares*. México: Mc Graw Hill.
- Salle, L. (junio de 2014). Recuperado el 29 de noviembre de 2015, de [http://www.empresasfamiliares-lasalle.mx/sites/default/files/descargables/Historia\\_de\\_la\\_Empresa\\_Familiar\\_en\\_Mexico.pdf](http://www.empresasfamiliares-lasalle.mx/sites/default/files/descargables/Historia_de_la_Empresa_Familiar_en_Mexico.pdf)
- Sifontes, F. P. (1993). *Historia de Guatemala*. Guatemala: CENALTEX.
- Simón, J. C. (29 de enero de 2013). *El economista*. Recuperado el 14 de enero de 2016, de <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/01/29/pymes-familiares-mexicanas-optimistas-ante-futuro-pwc>
- Stanton William, E. M. (2004). En *Fundamentos del marketing* (págs. 597-598). Mc Graw Hill.
- Stanton, E. W. (2015). Obtenido de INTI: [www.inti.gob.ar](http://www.inti.gob.ar)

*La sucesión en la empresa familiar, en el caso del obispo como estrategia de preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo Estado de México 2015*

---

- Thompson, I. (Enero de 2006). *Promonegocios*. Recuperado el 28 de Octubre de 2015, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>
- Toledo, A. M. (26 de Mayo de 2012). *Ensayo Sobre Empresa Familiar . Actividad Nebrija*.
- Torres, R. M. (13 de julio de 2014). El "obispo" de Tenancingo, un manjar para flechar al turismo. *El sol de toluca*.
- UNESCO. (17 de Noviembre de 2010). *UNESCO*. Recuperado el 06 de noviembre de 2015, de <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00011&RL=00400>
- Villanueva, B. D. (03 de abril de 2014). *inovacion contable* . Obtenido de <http://www.soyconta.mx/plan-de-sucesion-e-importancia-en-las-empresas-familiares/>
- Zamora, G. (1985). *El santo desierto de tenancingo sus anteceddentes, su historia ,sus leyendas*. Mexico .

## 10. ANEXOS

Anexo 1: Modelo de aplicación del cuestionario aplicado a los productores de obispo



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**

**CENTRO UNIVERSITARIO TENANCINGO**

**LICENCIATURA EN GASTRONOMIA**



El objetivo del presente cuestionario es meramente académico, por lo tanto se manejará bajo total confidencialidad.

Instrucciones: seleccione la opción que considere apropiada, de acuerdo a las condiciones actuales de su empresa y su opinión.

### 1.- ¿Cuántos familiares integran su empresa?

1).- Solo usted      2).- 2      3).- 3      4).- 4      5).- 5 o más

### 2.- ¿Hace cuantos años se dedica a esta actividad?

1).- 10 o menos      2).- 20      3).- 30      4).- 40      5).- 50 o más.

### 3.- ¿Cuántas generaciones han pasado en su negocio de elaboración de obispo?

1).- Ninguna      2).- Una      3).- Dos      4).- Tres      5).- Cuatro o más.

### 4.- ¿Es importante que sus descendientes se interesen en formar parte de su empresa?

1).- Muy de acuerdo      2).- De acuerdo      3).- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo      4).- En desacuerdo      5).- Muy en desacuerdo

### 5.- ¿Sus familiares se interesan en aprender las técnicas de elaboración del obispo?

1).- Si      2).- No

### 6.- ¿Considera que la falta de interés en las prácticas gastronómicas en la elaboración de obispo, por parte de las nuevas generaciones, amenace con la desaparición de está?

1).- Muy de acuerdo      2).- De acuerdo      3).- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4).- En desacuerdo      5).- Muy en desacuerdo.

**7.- ¿Es importante programar la sucesión en su empresa?**

1).- Muy de acuerdo      2).- De acuerdo      3).- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4).- En desacuerdo      5).- Muy en desacuerdo.

**8.- ¿Considera que el programar un sucesor al que le transmita sus conocimientos pueda ser una estrategia de preservación en la elaboración de obispo?**

1).- Muy de acuerdo      2).- De acuerdo      3).- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4).- En desacuerdo      5).- Muy en desacuerdo

**9.- ¿De acuerdo a su experiencia, su producto atrae foráneos a su comunidad?**

1).- Muy de acuerdo      2).- De acuerdo      3).- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4).- En desacuerdo      5).- Muy en desacuerdo.

**10.- ¿Considera que la elaboración tradicional de su producto es un elemento representativo de la cultura del Municipio de Tenancingo México?**

1).- Muy de acuerdo      2).- De acuerdo      3).- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4).- En desacuerdo      5).- Muy en desacuerdo

**11.- ¿Su producto gastronómico genera recursos económicos suficientes para seguir con la sucesión en su empresa?**

1).- Muy de acuerdo      2).- De acuerdo      3).- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4).- En desacuerdo      5).- Muy en desacuerdo

Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¡Gracias!

**Nombre de las variables dentro del SPSS.**

- 1.- Familiares
- 2.- Años dedicados
- 3.- Generaciones
- 4.- Descendientes
- 5.- Técnicas de elaboración
- 6.- Amenace
- 7.- Programar- sucesión
- 8.- Estrategia
- 9.- Atrae -foráneos
- 10.- Elemento - representativo
- 11.- Recursos- suficientes

Todas las variables son de tipo numérico con cero decimales y de medida ordinal. Los posibles resultados para cada una de las variables se indicaron previamente en la descripción del instrumento.



Anexo 2: Modelo del guion semi-estructurado de la entrevista aplicada a productores de obispo.



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**

**CENTRO UNIVERSITARIO TENANCINGO**



**LICENCIATURA EN GASTRONOMIA**

El presente guion de entrevista está enfocado en conocer las generalidades y particularidades de las empresas familiares dedicadas a la producción de obispo.

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

No. de integrantes: \_\_\_\_\_

Generalidades

*¿Hace cuánto comenzó con la elaboración del obispo?*

*¿Quién le heredo el oficio de la elaboración del obispo?*

*¿Quién fundo la empresa?*

*¿Cuántas generaciones han pasado?*

*¿Quiénes integran su empres actualmente?*

*¿Cuáles son sus roles dentro de la empresa?*

*¿Cuáles son los días de producción?*

*¿Cómo es el proceso de elaboración?*

*¿Cuántos tipos de obispo realiza?*

*¿Qué tipo de equipo e instrumentos utiliza?*

*¿Cuáles son las técnicas de elaboración?*

*¿Cuál es el mercado a quien está dirigido?*

*¿Le gustaría que algunos de sus hijos sigan con la producción de obispo?*

*¿Si, no porque?*

*¿Cómo vivió usted el proceso de sucesión en su familia?*

*¿Cuáles fueron los problemas a los que se enfrentó?*

*¿Cuenta con algún proceso de sucesión?*

*¿Creé usted que en un futuro su negocio seguirá siendo redituable?*

*¿Desde su punto de vista considera que el obispo forma parte del patrimonio gastronómico de Tenancingo?*

*¿Creé que algún día se pueda perder la tradición de elaborar obispo en Tenancingo?*

**¡Gracias!**

De acuerdo a la entrevista realizada el señor Sabino, se obtuvo lo siguiente:

**Entrevistador:** *¿Hace cuánto comenzó con la elaboración del obispo?*

**Entrevistado:** Tiene 15 años dedicándose a la elaboración del obispo.

**Entrevistador:** *¿Quién fundo la empresa?*

**Entrevistado:** Fue su abuelo quien comenzó con la tradición de la producción dentro de su familia ya que era carnicero y quien fue uno de las primeras personas en la elaboración de obispo antes conocida como rellena de sesos,

**Entrevistador:** *¿Quién le heredo el oficio de la elaboración del obispo?*

**Entrevistado:** Su abuelo, fue quien transmitió su conocimiento a sus hijos, entre los cuales se encontraba el padre del señor Sabino Arriaga, quien actualmente sigue con la tradición.

**Entrevistador:** *¿Cuántas generaciones han pasado?*

**Entrevistado:** Nos comenta que tienen alrededor de 60 años dedicados al negocio y que actualmente se encuentran en la tercera generación.

**Entrevistador:** *¿Quiénes integran su empres actualmente?*

**Entrevistado:** Su empresa está conformada por el propietario el señor Sabino Arriaga, su esposa Dolores Flores, sus dos hijos pequeños Fabián y Fátima, su mamá la señora María de Lourdes y su empleado José Gonzales.

**Entrevistador:** *¿Cuáles son sus roles dentro de la empresa?*

**Entrevistado:** Al preguntarle acerca de la participación de su familia en la producción del obispo, nos comenta que principalmente él y su esposa realizan todo el trabajo y que sólo sus hijos les ayudan el día domingo. Dentro de las actividades que realizan está el cobrar, poner las salsa, bolsas, y a entregar los pedidos.

**Entrevistador:** *¿Cuáles son los días de producción?*

**Entrevistado:** Los días de producción son durante toda la semana, para el señor Sabino, su esposa y su trabajador quienes realizan la producción del obispo, para su venta los días jueves y domingos.

**Entrevistador:** *¿Qué tipo de equipo e instrumentos utiliza?*

**Entrevistado:** Para la producción del obispo cuentan con un lugar designado llamado obrador que es donde se encuentra todo el equipo necesario para la producción, dentro del cual se encuentra un molino, mezcladora, embutidora, refrigerado, congelador, cazo, palas, charolas, pinza, cortadora, báscula, etc. Todo este material lo han ido comprando a través del tiempo como lo mencionan.

**Entrevistador:** *¿Cómo es el proceso de elaboración?*

**Entrevistado:** Su proceso de producción comienza desde el día lunes con la compra de los cueros (piel del cerdo) para la elaboración del chicharon, lo limpian y lo dejan secando desde el lunes hasta el jueves que se fríe para hacer el chicharrón.

El día martes lo dedican para llevar al puerco al rastro, para ser sacrificado y se lo entregan en canal al día siguiente.

El miércoles temprano se recoge el puerco, y ese mismo día se compran el resto de los ingredientes cebolla, ajo, jitomate, epazote y chile manzano todo en el mercado de Tenancingo por mayoreo, a excepción de las tripas de res, las cuales el señor Sabino va a traerlas a Toluca con su proveedor.

El miércoles por la tarde se comienza con la preparación del embutido, la molienda de la carne, el picado de verduras y especias; así mismo se prepara la salsa. El proceso de elaboración del obispo lo realizan entre el día miércoles y jueves en la madrugada, ya que a partir de las 2:00 a.m. comienzan a hervir la carne en cazo con agua, aproximadamente por 3 horas, posteriormente sacan el

embutido, lo dejan escurrir y alrededor de las 6 a.m. empieza a freír el obispo en un cazo con manteca caliente, después fríe los cueros del cerdo que previamente se secaron para hacer el chicharrón.

A la par del proceso del obispo, se realiza la elaboración de las carnitas con la carne de cerdo que le sobra (patas, costillas, espinazo, nana, buche, cuero, chamorro, etc.).

El día jueves produce alrededor de 30 a 35 kilos, este mismo proceso se repite para la venta del día domingo el cual comienza el día jueves y termina el domingo por la tarde.

**Entrevistador:** *¿Cuál es el mercado a quien está dirigido?*

**Entrevistado:** Principalmente está dirigido a las personas que viven en el municipio y sus alrededores, y a turistas que ya forman parte de su clientela.

A partir de las 7:30 a.m. comienza a preparar la mercancía para llevarla a entregar a su mamá quien vende en el local “Cárnicas y Obispo Lulú”, ubicado en la calle Cuauhtémoc # 106, cp. 52400 en Tenancingo.

**Entrevistador:** *¿Cuántos tipos de obispo realiza?*

**Entrevistado:** Los tipos de obispo que elabora son: el especial y normal, también realizan obispo para eventos sociales y lo pueden cocer en horno de piedra, si así se los piden dependiendo el día que deban prepararlo, organizan su elaboración y programan sus actividades para tenerlo a tiempo.

Cabe mencionar que ellos no descansan ningún día a la semana, sólo hay días en los que tiene menos cosas que hacer, como lo es el lunes, martes y viernes que son los días que utilizan para realizar fiestas familiares o festejar algún acontecimiento importante, y si los llegan a invitar a una fiesta simplemente no asisten.

**Entrevistador:** *¿Le gustaría que algunos de sus hijos sigan con la producción de obispo? ¿Si, no porque?*

Al preguntar si les gustaría, que sus hijos siguieran con la tradición familiar de la venta y producción de obispo.

**Entrevistado:** ellos respondieron que sí nos gustaría por tradición, pero no ya que es un trabajo muy pesado y prefieren que tengan estudios para no depender de la producción y venta, ellos sólo cuentan con la secundaria y preparatoria.

**Entrevistador:** *¿Cómo vivió usted el proceso de sucesión en su familia? ¿Cuáles fueron los problemas a los que se enfrentó?*

El Sr. Sabino platico acerca de los problemas de sucesión a los que él se enfrentó cuando vivió ese cambio en la empresa, el

**Entrevistado:** Principal problema fue el que él no estuviera preparado para hacerse cargo del negocio ya que fue de manera repentina la muerte de su padre, él tenía 18 años y a partir de ese suceso los miembros de la empresa empezaron a separarse para formar cada quien su propia empresa quedando el a cargo de su propio negocio, ya no solo era el ayudar en la elaboración del obispo, sino que ahora tenía que comprar la materia prima, realizar la elaboración del obispo solo, volver a comprar el equipo y utensilios, así como el conservar los clientes de su padre con la ayuda de la receta que su padre elaboraba para obtener las ganancias que le ayudara al sustento de su familia ya que es el único hijo y su mamá y hermana dependían de él.

**Entrevistador:** *¿Cuenta con algún proceso de sucesión?*

**Entrevistado:** No hemos pensado en eso, pero si ellos se quieren dedicar a la producción de obispo, por nuestra parte está bien.

**Entrevistador:** *¿Creé usted que en un futuro su negocio seguirá siendo redituable?*

**Entrevistado:** Sí, porque a pesar del aumento en el precio las personas lo siguen consumiendo ya que es un producto característico del municipio.

**Entrevistador:** *¿Desde su punto de vista considera que el obispo forma parte del patrimonio gastronómico de Tenancingo?*

Ellos consideran que el obispo es un platillo representativo de la región y que mucha gente viene a consumirlo, así mismo ellos creen que es difícil que se pierda la tradición de consumir obispo, pero que la calidad en algunos puestos dentro del mercado no es buena y quizás por eso si se pueda perder. No han querido participar en la feria del obispo, por razones personales, pero si han tenido la oportunidad de probar otros productos y comentan que el sabor del obispo no se compara con el que ellos elaboran.

**Entrevistador:** *¿Creé que algún día se pueda perder la tradición de elaborar obispo en Tenancingo?*

**Entrevistado:** De tal modo que ellos ven difícil que en otros lugares lleguen a copiar, adueñarse de la receta o el nombre del producto, por la tradición que existe en el municipio, la manera en que se elabora y el sazón; ya que mencionan que aunque la receta la elaboren 1000 personas el sabor de cada uno va a ser distinto y que en Tenancingo es el único lugar que lo saben hacer como debe de ser.

Se agrade a la familia Arriaga Flores por la realización de la entrevista

**¡Gracias**

*Imágenes*

Imagen 6. Interior del Mercado de Tenancingo

*La sucesión en la empresa familiar, en el caso del obispo como estrategia de preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo Estado de México 2015*

---



Fuente: María Esther Guadarrama, Mercado de Tenancingo (2016)

Imagen 7. Interior del Mercado de Tenancingo



Fuente: María Esther Guadarrama, Mercado de Tenancingo (2016)

Imagen 8. Precio del Taco de Obispo en "Taquería la Güera"



*La sucesión en la empresa familiar, en el caso del obispo como estrategia de preservación del patrimonio gastronómico en Tenancingo Estado de México 2015*

---



Fuente: María Esther Guadarrama, Mercado de Tenancingo (2016)