

# Los emprendimientos gastronómicos familiares: una estrategia para impulsar el desarrollo territorial

*Tanger Rivas Carrero<sup>1</sup>*  
*Amparo Álvarez Montalvo<sup>2</sup>*

Recibido: 21/11/2019

Aceptado: 31/03/2020

## RESUMEN

El objetivo de este artículo es analizar el papel de los emprendimientos gastronómicos familiares y el territorio, en las propuestas de desarrollo territorial. Metodológicamente, se realizó una revisión e interpretación de literatura especializada relacionada con el objeto de estudio. Se concluye que el territorio y los emprendimientos gastronómicos son factores clave del desarrollo, pues sus características, especificidades y potencialidades, constituyen la base para la formulación y ejecución de propuestas de desarrollo con visión territorial.

**Palabras clave:** Desarrollo, territorio, recursos y potencialidades territoriales, gastronomía, emprendedurismo, empresas familiares.

---

<sup>1</sup> Licenciado en Contaduría Pública (Universidad de Los Andes, ULA, Mérida, Venezuela). Licenciado en Administración (ULA); Magister en Administración, Mención Gerencia (ULA). Investigador del Centro de Investigaciones Agroalimentarias «Edgar Abreu Olivo» (CIAAL-FACES-ULA). Doctorando en Ciencias Organizacionales (GILOG-FACES-ULA). Contactos: tanger.rivasc@gmail.com. Teléfono celular: +58 414 371.55.67.

<sup>2</sup> Docente Investigador de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE – Extensión Latacunga, Ecuador, Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio. Licenciada en Ciencias de la Educación. Diplomado Superior en Gestión del Talento Humano. Magister en Administración de Empresas. Doctoranda en Ciencias Organizacionales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes, Mérida – Venezuela. Contactos: P.O. BOX 171-5-231B. Fax: +593(2)810206-0987897920. Email: adalvarez2@espe.edu.ec.

## Family gastronomic ventures: a strategy to promote territorial development

### ABSTRACT

The objective of this article is to analyze the role of family gastronomic ventures and the territory in territorial development proposals. Methodologically, a review and interpretation of specialized literature related to the object of study was performed. It is concluded that the territory and gastronomic ventures are key factors of development, since their characteristics, specificities and potentialities constitute the basis for the formulation and execution of development proposals with a territorial vision.

**Keywords:** Development, territory, resources and territorial potential, gastronomy, entrepreneurship, family businesses

### Introducción

Históricamente, la gastronomía se ha distinguido principalmente desde la arista alimentaria, haciendo especial énfasis en la elaboración y divulgación de recetarios para comida gustosa y bien presentada, dejando a un lado otros aspectos que resultan clave como lo humano y el medio que le rodea, los cuales resultan esenciales para entender la gastronomía como una disciplina del saber que estudia la interrelación existente entre el ser humano, la alimentación y el entorno.

En los últimos años se ha evidenciado un incremento de los emprendimientos gastronómicos familiares tanto en Venezuela como en el mundo; esto se debe a la unión de capitales de miembros de familia a los fines de emprender negocios como mecanismos de inversión para garantizar a las generaciones futuras un sistema económico estable que permita la generación de empleos e ingresos.

El objetivo de este trabajo es disertar sobre la importancia de estas empresas en la promoción del desarrollo territorial, caracterizando el territorio como actor estratégico principal en el proceso de desarrollo considerando sus dimensiones más allá de la económica.

Metodológicamente, el estudio se fundamentó en la revisión e interpretación de literatura especializada sobre la temática, en los programas de investigación relacionados con la gastronomía, el territorio, el desarrollo territorial, el emprendimiento y las empresas familiares.

El trabajo se estructuró en cinco secciones lógicamente articuladas. En la primera, se exponen los aspectos teóricos vinculados con el objeto de estudio, destacando la necesidad de disertar en torno a las bases del emprendimiento familiar como una estrategia alternativa para el alcance de los objetivos propuestos por el enfoque de desarrollo territorial; en la segunda, se precisa la metodología empleada para el desarrollo de la investigación; en la tercera se presentan y discuten los resultados de la investigación, enfatizando la importancia de las empresas familiares y los emprendimientos en gastronomía para la transformación de la dinámica productiva impulsada por los programas de desarrollo territorial; y finalmente en la quinta, se muestran las conclusiones de la investigación.

## **1. Aspectos teóricos**

### *1.1. El emprendedor como agente innovador en el desarrollo territorial*

Partiendo de la teoría que propone Joseph Alois Schumpeter con respecto al empresario innovador, cuyas enunciaciones teóricas instauraron un giro en la economía neoclásica tradicional; se puede decir que dichos aportes representaron el primer intento por enlazar el mundo estático del pensamiento económico marginalista de Walras, Pareto y Marshall, con los hechos del crecimiento y desarrollo. Tal relación consistía en aplicar la innovación, conceptualizada por Schumpeter<sup>3</sup> como un progreso técnico, la cual aumenta la productividad económica, reduce los costos del empresario y permite obtener una mejor ganancia. Por consiguiente, en la actualidad están vigentes estos aportes en relación con los elementos de interés para la definición de políticas de innovación y el mejoramiento de la cultura de innovación en el ámbito empresarial.

En este sentido, las fuerzas que promueven las transformaciones endógenas, según Schumpeter<sup>4</sup> no se generan en el ámbito del

---

<sup>3</sup> Schumpeter, Joseph, *Teoría del desenvolvimiento económico*, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica, 1944.

<sup>4</sup> *Ibidem*.

consumo, sino que aparecen en el ámbito de la producción. En su pensamiento el desarrollo económico, está conformado por la introducción interrumpida de nuevas composiciones de medios de producción. Estas nuevas composiciones expresan el concepto de innovación utilizado por él y relacionadas con el conjunto amplio de factores que va más allá de la visión innovadora meramente técnica o tecnológica. Tales factores o mecanismos son:

a) *El mecanismo de cambio: la innovación*

En su obra sobre la Teoría del Desarrollo Económico, editada en español, Schumpeter destaca:

Mis teorías pueden ser equivocadas; mis esquemas, con seguridad, no son más que una de tantas posibilidades; pero hay dos cosas de las que estoy seguro: primero, que se debe tratar el capitalismo como un proceso de evolución, y que todos sus problemas fundamentales arrancan en el hecho de que es un proceso de evolución; y, segundo, que esta evolución no consiste en los efectos externos (incluso factores políticos) sobre el proceso capitalista, ni en los efectos de un lento crecimiento del capital, de la población, etc. (...), sino de esa especie de mutación económica, me atrevo a usar un término biológico, la que he dado el nombre de innovación<sup>5</sup>.

Bajo esta conceptualización schumpeteriana, la innovación es fundamentalmente una novedosa mezcla de factores propios de la producción. Por tanto, la innovación no necesariamente enfrenta un problema exclusivo de índole técnico o tecnológico. Su definición de innovación abarca cinco aspectos, a saber:

i) La introducción de un nuevo bien –de conocimiento para los consumidores– o de una novedosa calidad de un producto.

ii) La introducción de un nuevo método de producción, es decir, de algo no probado por la experiencia del sector manufacturero, que no necesariamente representa un descubrimiento nuevo desde el punto de vista científico, y que puede consistir simplemente en una forma novedosa de manejar comercialmente una mercancía.

iii) La apertura de un nuevo mercado, esto es, un mercado en el cual no haya entrado la rama especial de la manufactura del país de que se trate, a pesar de que existiera anteriormente dicho mercado.

iv) La obtención de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semi-elaborados, que hayan o no existido con anterioridad, como en los demás casos.

---

<sup>5</sup> *Ibidem*, p.12.

v) La creación de una nueva organización de cualquier industria, como la de una posición de monopolio o bien la anulación de una posición de monopolio existente con anterioridad<sup>6</sup>.

El capitalismo es un proceso de evolución, por tanto como se deriva del concepto schumpeteriano de innovación, no se trata de un proceso evolutivo lineal, gradual y continuo, en el cual las innovaciones se distribuirían de manera continua a lo largo del tiempo, por lo contrario el capitalismo se desarrolla por ciclos que alternan períodos de auge, ligados a la aparición de innovaciones, y depresión, que conduce a una nueva posición de equilibrio que incorpora innovaciones<sup>7</sup>.

b) *El agente del cambio: el empresario como sujeto de la innovación*

Schumpeter define la empresa como «la realización de nuevas combinaciones»<sup>8</sup>, y a los empresarios como «los individuos encargados de dirigir dicha realización»<sup>9</sup>. En tal sentido, expresa que sólo se es empresario cuando se llevan efectivamente a la práctica nuevas combinaciones, esto es, cuando se producen innovaciones exitosas; y se pierde este carácter en cuanto se pone en marcha el negocio.

De manera que el empresario se convierte en un agente innovador para el cambio; mientras que la empresa, es el sitio donde se desarrollan las combinaciones para someterlas a la aceptación del mercado. Si existe innovación, señala Schumpeter es porque existen los empresarios, definidos como persona con voluntad y energía muy distintas y superiores a lo normal; los empresarios son individuos con capacidad para hacer que las cosas se hagan.

Por lo tanto, los empresarios constituyen los agentes económicos que dinamizan el desarrollo en todas sus dimensiones. Pudiera expresarse que los empresarios innovan por distintas razones, por ejemplo, en el sentido psicológico, los empresarios están llenos de expectativas y de voluntades por alcanzar un estatus económico con éxito, no solo desde los resultados económicos *per se*, sino a una necesidad de satisfacción propia con reconocimiento.

Un empresario se caracteriza por su capacidad emprendedora y su potencial para someter al mercado nuevos productos y/o nuevas empresas en un entorno en el que predomina la incertidumbre y la indiferencia social frente a las mejoras y el cambio. Todo emprende-

<sup>6</sup> *Ibidem*, p. 77.

<sup>7</sup> Segura, Ramiro. «Innovación, empresario y destrucción creativa. Una lectura de Schumpeter como teórico de la modernidad», junio 2006, disponible en: <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2003-2006%20Segura.pdf> (consulta: 20 de diciembre de 2018).

<sup>8</sup> Schumpeter, J., *op. cit.*, p. 84.

<sup>9</sup> *Ibidem*.

dor lo mueve el hecho de obtener beneficios extraordinarios a través del ofrecimiento al mercado de productos o servicios con valor agregado, buscando la innovación.

*c) La conducta innovadora del empresario: eje central del desarrollo económico*

La ejecución de nuevas combinaciones por parte del empresario con visión schumpeteriana, es una cuestión de conducta con perspectiva al cambio, es decir, para realizar las innovaciones en el plano económico, necesita voluntad y acción; de tal forma, el emprendedor se pudiera decir que se hace con su experiencia, capacitación, disciplina, constancia y sobre todo por la pasión que lo impulsa a crear e innovar. Por consiguiente, el principal cambio no se opera en el campo económico, más bien, en el interior del ser, el cual experimenta la necesidad o el deseo de cambiar lo que ya existe, ideando cosas nuevas; de allí la teoría de la destrucción creativa, el deseo se convierte en acción a través de la innovación.

Sin embargo, Schumpeter reconoce que romper con la tradición o la costumbre no es tarea fácil, de allí que no toda la población de un país logre desarrollar la actividad empresarial<sup>10</sup>.

## *1.2. Las empresas familiares y su contribución al desarrollo territorial*

Antes de exponer lo relacionado con el territorio y el desarrollo territorial, es conveniente describir el surgimiento de la economía del desarrollo, como parte del análisis económico luego de la Segunda Guerra Mundial, siendo sus autores más representativos W. Arthur Lewis, Gunnar Myrdal, Albert Hirschman, Dudley Seers, François Perroux, Celso Furtado, Raúl Prebisch y André Gunder Frank, ansiosos por el interés de encontrar solución a las dificultades existentes en los países subdesarrollados, algunos de los cuales alcanzaban en esos años su independencia política<sup>11</sup>.

Primeramente, la discusión se enfocó también en las debilidades para la reconstrucción económica en Europa Occidental. En tal sentido, se priorizaba la necesidad e importancia de la intervención del

---

<sup>10</sup> *Ibídem*.

<sup>11</sup> Albuquerque, Francisco. *Apuntes sobre la economía del desarrollo y el desarrollo territorial ¿Dónde situar el enfoque del desarrollo territorial dentro de los estudios sobre el desarrollo económico?*, marzo 2015, disponible en: <http://www.delalburquerque.es/images/subidas/EaDesarrollo-y-Desarrollo-Territorial-2015.pdf> (consulta: el 13 de diciembre de 2018.).

Estado en la tarea de reconstrucción de los países. Allí predominó de forma decisiva la supremacía de la interpretación keynesiana, que ayudó a legitimar la intervención del sector público en la economía<sup>12</sup>.

En consecuencia, la Economía del Desarrollo surge con la certeza en el rechazo absoluto de la concepción del análisis económico tradicional sustentado en el libre juego de las fuerzas del mercado; por lo contrario predominaba una decidida política de planificación e intervención pública para impulsar la industrialización en los países afectados. Sin embargo, eran los momentos de la Guerra Fría y, por consiguiente, el interés por el llamado Tercer Mundo se vio restringido por las dos teorías rivales que se disputaban la hegemonía ideológica en el plano mundial. De este modo, los estudios sobre el desarrollo del Tercer Mundo se separaron en dos cuerpos de pensamiento distintos que se reúnen tras las teorías de la modernización, de un lado, y las teorías del subdesarrollo, de otro. Esta competencia entre las diferentes concepciones teóricas tuvo lugar en el contexto de una fase importante de auge económico mundial, como fueron los años que van desde 1945 hasta la primera crisis del petróleo en los años setenta<sup>13</sup>. Como se observa en lo expuesto anteriormente, el desarrollo surge inicialmente para dar respuesta a un contexto problemático con preeminencia sobre lo económico.

Frente a los grandes desafíos que supone la profundización del proceso de globalización a partir de la década de 1970 y la persistencia de los problemas del desarrollo en las últimas décadas, especialmente en los países no desarrollados, en los que se han acentuado la pobreza, la desigualdad en la distribución del ingreso, el desempleo y el incremento de la economía informal; ha cobrado fuerza el debate en torno al enfoque territorial del desarrollo, implicando no sólo tomar en cuenta las variables de índole económica.

En este sentido, es importante considerar el territorio como un espacio abstracto, caracterizado por una dinámica social, donde se

---

<sup>12</sup> *Ibidem*.

<sup>13</sup> *Ibidem*.

<sup>14</sup> Abramovay, Ricardo. «Para una teoría de los estudios territoriales», en: Manzanal, Mabel; Guillermo Neiman, y Mario Lattuada (comps.). *Desarrollo rural. Organizaciones, instituciones y territorios*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus, 2006, pp. 51-70; Gallo, V. «Cualificando los conceptos y la praxis del desarrollo rural con enfoque de desarrollo territorial», en: Albarracín, J.; Núñez, J.; Uribe, M., y Gallo, V. (eds.). *Seminario Enfoques de Desarrollo Territorial y Rural. Serie Desarrollo Rural no. 1*, Ecuador, Plural Editores, pp. 127 – 146; Schejtman, Alexander y Berdegué, Julio. *Desarrollo territorial rural*, Santiago de Chile, RIMISP- Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, 2004, disponible en: <http://www.femica.org/noticias/docNoticias/desarrolloterritorial.pdf> (consulta: 7 de enero de 2018).

promueve un proyecto de desarrollo concertado por los diferentes actores sociales (públicos y privados) anclados geográficamente, orientado a la utilización de los recursos territoriales para proponer soluciones en función de las condiciones y características territoriales<sup>14</sup>. Pero el territorio es además una construcción social, de acuerdo con la perspectiva normativa o cognitiva de quienes en él habitan y de sus poblaciones vecinas<sup>15</sup>.

En este orden de ideas, se parte de una visión interdisciplinaria del territorio, que trasciende lo meramente geográfico para abarcar el conjunto de relaciones sociales que originan y que –al mismo tiempo– expresan una identidad y un destino común. Dichas relaciones son ampliamente compartidas por los diversos agentes públicos y privados que forman parte del territorio.

Así mismo, esta concepción del territorio se fundamenta en la propuesta de Alburquerque bajo la cual se entiende el desarrollo territorial como un proceso amplio e integrador que incluye las diferentes dimensiones -enunciadas en lo adelante- que conforman el territorio (institucional, política, cultural, social, económica, tecnológica, financiera y ambiental), que se articulan para fundamentar programas de desarrollo basados en los recursos y las potencialidades de cada territorio. De este modo, el territorio se configura como un actor estratégico dentro de las propuestas de desarrollo con enfoque territorial<sup>16</sup>.

Es así como el proceso de desarrollo territorial, en lo económico, abarca la transformación estructural y diversificación de la dinámica productiva característica de los territorios. Esto se fundamenta en la incorporación de nuevas actividades, como por ejemplo los emprendimientos gastronómicos familiares, los cuales promueven la generación de nuevos bienes, servicios, empleos e ingresos que contribuyen con el bienestar de la población. También, comprende la utilización de los recursos disponibles como potencial de desarrollo, así como el fomento de la competitividad territorial que favorece la inserción de estos territorios en los mercados globalizados.

En relación con lo social, comprende la equidad de género; la revalorización del trabajo de la mujer en las actividades productivas

---

<sup>15</sup> Llambí, Luis y Pérez, Edelmira. «Nuevas ruralidades y viejos campesinismos. Agenda para una nueva sociología rural latinoamericana», *Cuadernos de Desarrollo Rural*, vol. 4, no. 59, pp. 37 – 61.

<sup>16</sup> Alburquerque, Francisco. «Evolución del desarrollo territorial: situación actual, crisis y perspectivas», *Elementos de Innovación y Estrategia*, no. 6, junio de 2014, pp. s/no., disponible en: <http://www1.diba.cat/uliep/pdf/54057.pdf> (consulta: 16 de noviembre de 2017).



que caracterizan el desarrollo territorial; la conformación de redes de empresas y, la adopción de nuevas formas de organización social, como un mecanismo que favorece el desarrollo de las actividades que conforman la dinámica productiva de los territorios.

En cuanto a lo cultural, se destaca la importancia de los aspectos socioculturales que conforman el capital social del territorio, los cuales imprimen diferenciaciones importantes en cada uno de ellos. Entre éstos se encuentran la identidad cultural, destacando la lengua, el saber hacer o los conocimientos tácitos locales, los conocimientos científicos endógenos, el turismo, la gastronomía local, las festividades, las costumbres y tradiciones, entre otros aspectos.

En lo político-institucional, se destaca la movilización y participación ciudadana, el fortalecimiento de los gobiernos locales, la coordinación de las instituciones públicas, así como las redes de cooperación o alianzas estratégicas entre el sector público y privado.

Otra dimensión de significativa importancia es la ambiental, soportando el desarrollo basado en los criterios de sustentabilidad y sostenibilidad ambiental, los cuales promueven la utilización de los recursos territoriales disponibles de manera racional para asegurar su existencia para las generaciones actuales y futuras.

Finalmente, la dimensión tecnológica, enfatiza en la gestión del conocimiento como principal factor de producción que promueve la innovación y el desarrollo tecnológico requerido para encauzar el cambio en la dinámica productiva, favoreciendo la inserción competitiva de los territorios rurales en los mercados altamente globalizados, tomando en cuenta el binomio local-global pues no se pretende en ningún caso promover la autarquía.

Bajo esta visión territorial, la gastronomía se contextualiza como una actividad vinculada estrechamente con las dimensiones cultural y social del territorio, entre otras, por tanto articula el ser humano, la alimentación y el territorio en una estrategia clave que puede promover y dinamizar el desarrollo territorial. En consecuencia, surge entonces la necesidad de gestionar eficientemente los procesos que fundamentan el desempeño de las organizaciones gastronómicas familiares, pues estos favorecen –de modo particular– el desarrollo territorial. El mundo globalizado actual ha introducido cambios en la dinámica productiva de estos territorios, lo que ha provocado incorporar otras actividades alternativas (como la gastronomía y el turismo gastronómico) para sustentar mejoras en el bienestar social, como consecuencia de la generación de nuevos empleos e ingresos que contribuyan con la diversificación de los negocios y el territorio.

### 1.3. *El emprendimiento gastronómico familiar*

Emprender significa producir nuevas ideas con valor agregado, ideas que al ejecutarlas y captar la aceptación del mercado llegan a ser innovadoras. Desde la perspectiva económica y social, en los últimos años Venezuela ha experimentado profundos procesos de cambio y desafíos que han motivado al sector empresarial a mejorar sus niveles de competitividad y productividad para hacer frente a la realidad actual de los mercados tanto nacionales como externos. Una de las acciones promovidas ha sido que las familias han reunido capital para emprender negocios; son de interés para esta investigación aquellas iniciativas orientadas al campo de la gastronomía. Según Palacios y Rodrigo, la familia se define como:

La unión de personas que comparten un proyecto de vida en común que se espera que sea duradero, en el que se generan fuertes sentimientos de pertenencia a dicho grupo, donde existe un compromiso personal entre sus miembros y se establecen intensas relaciones de intimidad, reciprocidad y dependencia<sup>17</sup>,

Con esta unión de personas, capital, dirección y control, se gestan las empresas de carácter familiar, que han sido definidas por la Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid como aquellas en las que una familia ostenta el control y la dirección de la estrategia general de la empresa, manteniendo viva la voluntad de continuidad generacional y desarrollo futuro<sup>18</sup>. De este modo, existen criterios distintivos de las empresas familiares, entre ellos la propiedad, la continuidad y la dirección en manos de la familia.

De acuerdo con Castillo y González, la gastronomía es un hecho social no solo como un acto alimentario, pues existen aspectos de interrelación por compartir un mismo estilo de vida en lo alimenticio, lo diferenciador en lo social de acuerdo al consumo, y hasta un toque artístico al innovar con los sabores, texturas, y aromas, mostrando el sentimiento por la cocina y lo local. En tal sentido, describir lo gastronómico como emprendimiento familiar, conlleva describir un modelo de negocio en el que deben prevalecer factores internos importantes propios de las empresas familiares, entre ellos la sucesión

---

<sup>17</sup> Palacios, Jesús y Rodrigo, María José. *Familia y desarrollo humano*, España, editorial Alianza, 1998.

<sup>18</sup> Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid, ADEFAM. *Concepto de empresa familiar*, 2017, disponible en: <https://www.edefam.com/empresa/empresaFamiliar.html> (consulta: 13 de enero de 2018).

–traspaso de una generación a otra-, continuidad –mantener la propiedad de generación en generación-, financiamiento –práctica para endeudarse o incrementar capital propio con el recelo de incluir capital externo-, espíritu emprendedor –habilidad para innovar y distinguirse de la competencia-, profesionalización y directivos externos -decisión de incorporar profesionales externos en la dirección de la empresa-, empleando la diversificación como estrategia de supervivencia en tiempos de crisis y globalización<sup>19</sup>.

Cabe señalar que el tema de la gastronomía va más allá de una mesa bien servida y una comida gustosa, es necesario entender que existe arte y cultura en cada una de las preparaciones y que desde las familias son muchos los secretos que van de generación en generación con características particulares que terminan en emprendimientos para comercializar y extender sus productos culturalmente.

## 2. Metodología

Metodológicamente, el estudio se fundamentó en un diseño documental basado en la revisión de literatura especializada en las líneas de investigación relacionadas con la gastronomía, territorio, desarrollo territorial y empresas familiares. En tal sentido, Arias explica que la investigación documental se concibe como un tipo de estudio orientado hacia la búsqueda, análisis, crítica e interpretación de datos e información recopilada y socializada por otros investigadores a través de fuentes documentales impresas y electrónicas<sup>20</sup>.

En este sentido, se adoptó la técnica de análisis de contenido como instrumento metodológico adecuado, que permite precisar la estructura interna de la información recopilada, en lo que respecta a su composición, organización y dinámica<sup>21</sup>. Esta técnica fundamentó el análisis del discurso teórico para el abordaje de los postulados, características y estrategias propuestas por los emprendimientos gastronómicos y su contribución al desarrollo territorial, así como de

---

<sup>9</sup> Castillo, Ocarina y González, Ernesto. *La gastronomía: Una mirada transversal y un conocimiento transdisciplinario*, Memorias del 1er. Congreso Internacional de Gastronomía, Caracas, Universidad Metropolitana, disponible en: <http://gastronomia.unimet.edu.ve/Congreso/Home.html> (consulta: 22 de noviembre de 2017).

<sup>21</sup> Arias, Fidas. *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología de la investigación*, Caracas, Editorial Episteme, 2006.

<sup>22</sup> López Noguero, Fernando. «El análisis de contenido como método de investigación», *XXI Revista de Educación*, no. 4, 2002, pp. 167-179, disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf> (consulta: 27 de diciembre de 2017).

las bases de la gastronomía como actividad alternativa que favorece el desarrollo territorial. Así mismo, la técnica mencionada también orientó la formulación de los argumentos que revelan la importancia adquirida por el emprendimiento gastronómico familiar como estrategia de desarrollo territorial.

### **3. Resultados y discusión**

Actualmente, a pesar de la crisis venezolana y los procesos de cambios, son muchas las familias que aun apuestan a emprender con creatividad e innovación (incluso manteniendo vigente la Teoría del Empresario Innovador de Shumpeter), por un mejor territorio desde el emprendimiento familiar, en el que confluyan principalmente el aprovechamiento de los recursos territoriales y sus potencialidades, empleos, ingresos, capacitación y producción, para mejorar la calidad de vida de los habitantes de los territorios involucrados y por ende propender a favorecer el bienestar social con equidad.

En este orden de ideas, se incluye la gastronomía como una actividad que promueve la transformación de los recursos endógenos del territorio, con base en la calidad y la competitividad a lo largo de la cadena agroalimentaria, desde la producción primaria hasta el consumo final, adicionando la calidad de los servicios ofertados. Ésta vincula la cultura territorial con la restauración y el turismo gastronómico, como actividades clave que promueven la diversificación de la estructura productiva en un proceso de desarrollo territorial. Así mismo, también dentro de este proceso se incorporan otros aspectos como la creatividad, la innovación y el emprendimiento, los cuales constituyen aspectos centrales para el desarrollo organizativo de las empresas gastronómicas familiares en el contexto de las estrategias o iniciativas de desarrollo territorial.

En función de los argumentos expuestos, se puede destacar que el territorio es la base fundamental para el desarrollo y consolidación de las organizaciones gastronómicas familiares, tomando en cuenta sus recursos naturales, tecnológicos y humanos, así como otras especificidades tales como los productos, saberes y talentos. Por ende, se deben instrumentar estrategias adecuadas para el aprovechamiento de los productos endógenos, autóctonos y tradicionales que forman parte de la identidad cultural, lo cual promueve el desarrollo territorial en la medida que se generan recursos que fundamentan la inversión e impactos territoriales favorables que conducen al desarrollo con una perspectiva territorial.

Así mismo, existen factores internos de las empresas familiares que permiten marcar diferenciación en capital, dirección y control con la idea de mantener continuidad, sucesión y propiedad de la empresa familiar.

## Conclusiones

Sobre la base de los hallazgos teóricos de la investigación, se precisa que las empresas familiares son la unión de capital, dirección y control en manos de la familia, a los fines de lograr sostenibilidad en el tiempo de generación en generación; para ello deben incorporarse algunas estrategias como conocer el entorno nacional e internacional en el que se inserta el desempeño empresarial; incorporar la capacitación y formación constante en la filosofía familiar, de acuerdo con las necesidades territoriales; aplicar la diversificación económica ante los procesos de cambios; distinguir familia de empresa con la formalización de la misma; emplear la creatividad e innovación como elementos conducentes a generar atributos diferenciadores; crear redes de cooperación empresarial como alianzas estrategias con otros actores locales tanto del sector público como privado para apoyarse y mantenerse en el mercado.

En este sentido, un sector importante que ha cobrado relevancia desde el punto de vista económico, y sobre todo en lo social-cultural, ha sido la gastronomía como disciplina que estudia la interrelación entre el ser humano, la alimentación y su entorno, centrándose en la comida culturalmente hablando, así como en la eficiencia en la prestación de los servicios gastronómicos. De este modo, se puntualiza que los emprendimientos de empresas gastronómicas familiares aportan su grano de arena al desarrollo territorial, ya que el territorio es un actor de desarrollo, pues sus características, especificidades y potencialidades, constituyen la base para la formulación y ejecución de propuestas de desarrollo con visión territorial.

## Referencias

Arias, Fidias. *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología de la investigación*, Caracas, Editorial Episteme, 2006.

Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid, ADEFAM. *Concepto de empresa familiar*, 2017, disponible en: <https://www.edefam.com/empresa/empresaFamiliar.html> (consulta: 13 de enero de 2018).

- Abramovay, Ricardo. «Para una teoría de los estudios territoriales», en: Manzanal, Mabel; Guillermo Neiman; y, Mario Lattuada (comps.). *Desarrollo rural. Organizaciones, instituciones y territorios*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus, 2006, pp. 51-70.
- Alburquerque, Francisco. *Apuntes sobre la economía del desarrollo y el desarrollo territorial ¿Dónde situar el enfoque del desarrollo territorial dentro de los estudios sobre el desarrollo económico?* marzo 2015, disponible en: <http://www.delalburquerque.es/images/subidas/EaDesarrollo-y-Desarrollo-Territorial-2015.pdf> (consulta: 13 de diciembre de 2018).
- Alburquerque, Francisco. «Evolución del desarrollo territorial: situación actual, crisis y perspectivas», *Elementos de Innovación y Estrategia*, no. 6, junio de 2014, pp. s/no., disponible en: <http://www1.diba.cat/uliep/pdf/54057.pdf> (consulta: 16 de noviembre de 2017).
- Castillo, Ocarina y González, Ernesto. *La gastronomía: Una mirada transversal y un conocimiento transdisciplinario*, Memorias del 1er. Congreso Internacional de Gastronomía, Caracas, Universidad Metropolitana, disponible en: <http://gastronomia.unimet.edu.ve/Congreso/Home.html> (consulta: 22 de noviembre de 2017).
- Gallo, V. «Cualificando los conceptos y la praxis del desarrollo rural con enfoque de desarrollo territorial», en: Albarracín, J.; Núñez, J.; Uribe, M., y Gallo, V. (eds.). *Seminario Enfoques de Desarrollo Territorial y Rural. Serie Desarrollo Rural no. 1*, Ecuador, Plural Editores, pp. 127 – 146.
- Llambí, Luis y Pérez, Edelmira. «Nuevas ruralidades y viejos campesinismos. Agenda para una nueva sociología rural latinoamericana», *Cuadernos de Desarrollo Rural*, vol. 4, no. 59, pp. 37 – 61.
- López Noguero, Fernando. «El análisis de contenido como método de investigación», *XXI Revista de Educación*, no. 4, 2002, pp. 167-179, disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf> (consulta: 27 de diciembre de 2017).
- Palacios, Jesús y Rodrigo, María José. *Familia y desarrollo humano*, España, editorial Alianza, 1998.
- Schejtman, Alexander y Berdegué, Julio. *Desarrollo territorial rural*, Santiago de Chile, RIMISP- Centro latinoamericano para el Desarrollo Rural, 2004, disponible en: <http://www.femica.org/noticias/docNoticias/desarrolloterritorial.pdf> (consulta: 7 de enero de 2018).

Segura, Ramiro. *Innovación, empresario y destrucción creativa. Una lectura de Schumpeter como teórico de la modernidad*, junio 2006, disponible en <http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/DT%2003-2006%20Segura.pdf> (consulta: 20 de diciembre de 2018).

Schumpeter, Joseph. *Teoría del desenvolvimiento económico*, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica, 1944.