La Confederación General de la Industria Italiana frente a los desafíos de la globalización

Viviana Lebedinsky

El presente trabajo analiza el rol preponderante de la innovación en la estrategia desarrollada por la Confederación General de la Industria Italiana (CONFINDUSTRIA). A su vez, el análisis destaca el papel fundamental de los emprendedores, y las familias en la generación, transmisión y difusión del conocimiento.

En una primera parte, el artículo define la importancia del capital humano en la estrategia desarrollada por la CONFINDUSTRIA sintetizando el "Rapporto Education 2004" de la misma. En una segunda parte, la autora ofrece una definición de los distritos industriales italianos, enmarcando el análisis en cómo su estructura se articula con la generación, la transmisión y la circulación del conocimiento. En este contexto, el paper destaca el caso de los jóvenes emprendedores y la importancia del componente familiar en el fenómeno de la innovación. El análisis está sustentado en trabajos previos de campo, a partir de los cuales se ofrece una serie de estadísticas que dan cuenta del período histórico de fundación de la empresa, del tipo de control (si es familar, o no) de la empresa, y otros conceptos.

A continuación, el trabajo brinda conceptos teóricos acerca del papel de los jóvenes emprendedores como grupo de innovación, aportando definiciones de autores como: Say, Schumpeter, Cole, Redlich, y Galbraith sobre el tema. Estos conceptos permiten entender los fundamentos sobre los cuales se estructura la estrategia de la CONFINDUSTRIA, reflejados en dos papers fundamentales de la misma: "El Rapporto Pirelli" (1970) y "Una Política para la Industria" (1969).

Por último, el paper concluye remarcando la importancia sistémica de los Jóvenes Emprendedores, en un ámbito de "familias locales abiertas al mundo", valorizando la relevancia de la dimensión local en el proceso de acumulación de recursos y capacidades, en su relación con la dimensión global.

Viviana Lebedinsky es Doctora en Antropología Social y Etnología, École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), París, Francia, 1995-2002; Master (DIPLOME D'ETUDES APPROFONDIES) en Antropología Social y Etnología, École des Hautes Études en Sciences Sociales, París, Francia, 1995-96; Master en Antropología Social Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), São Paulo, Brasil, 1991-95; Licenciada en Ciencias Antropológicas, Universidad de Buenos Aires, Argentina, 1982-89. Ha desarrollado actividades docentes en la Universidad de Buenos Aires y ha realizado trabajos de investigación sobre comunidades científicas y en el análisis de la temática industrial desde un abordaje antropológico, específicamente en los casos de la Confederación General de la Industria Italiana (tesis de doctorado en l'EHESS) y de la Unión Industrial Argentina (UNICAMP). Actualmente desarrolla actividades de investigación en el Instituto de Industria de la UNGS.

En la elaboración del presente artículo nos hemos basado, en parte, en algunos aspectos de los hallazgos realizados en el transcurso de una investigación sobre la Confederación General de la Industria Italiana (CONFINDUSTRIA), la que sirvió de base a la elaboración de una tesis de doctorado en Antropología Social y Etnología sobre la CONFINDUSTRIA, en l'École des Hautes Études en Sciences Sociales, París, Francia (2002).

Globalización e innovación en el contexto de la Confederación General de la Industria Italiana

Reflexionar acerca de cómo la Confederación General de la Industria Italiana (CONFINDUSTRIA)[1] aborda los desafíos de la globalización, implica la necesidad de referirnos, de manera insoslayable, a una temática clave en dicho contexto altamente competitivo: la temática de la innovación.

La innovación, preocupación permanente en CONFINDUSTRIA fundamentalmente a partir de la década de 1970, –tal como expondremos más adelante en base al análisis del Rapporto Pirelli, de *Una política para la Industria* así como de la institucionalización del grupo Jóvenes Emprendedores–, adquiere renovada importancia en el contexto de la globalización. Esto se debería al hecho de que en la actualidad, *la producción deviene cada vez más conocimiento* y de que su adquisición, transmisión y acumulación, de gran relevancia en el desarrollo de la innovación, requiere nuevas elaboraciones y nuevos estudios (Rapporto Education 2004)[2].

La CONFINDUSTRIA aborda los desafíos de la globalización con una estrategia: desarrollar el *capital humano*, *los recursos humanos conceptualizados como riquezas* en el Rapporto Education 2004, y aumentar la competitividad y la cohesión social. Esta estrategia global adquiere pleno sentido en un país como Italia en el cual la *cultura de la innovación,* es decir, *la esencia de la empresa,* constituye un fenómeno de una magnitud considerable; el mismo concierne a 5 millones de empresas en un país en el cual la figura del emprendedor es considerada *una profesión mucho o bastante calificada y prestigiosa* por el 68% de los italianos.

La estrategia de la CONFINDUSTRIA frente a los desafíos de la globalización en un contexto en el que la información y la *adquisición, transmisión y acumulación del conocimiento constituyen cada vez más el corazón de la economía, del cambio industrial* y de la sociedad, enfatiza, por un lado, la relación local/global, la cual es enriquecida por el descubrimiento de lo que el Rapporto Education 2004 denomina *distritos formativos.* La formulación de este concepto en alusión a los centros de formación profesional, licenciaturas e institutos profesionales, institutos técnicos, *masters,* formación continua e investigación industrial, así como la puesta en correspondencia de los *distritos formativos* con los ya conocidos *distritos industriales,* está indicando la conciencia de la importancia y de la necesidad de una *formación de calidad y abierta al mundo* en un contexto altamente competitivo en el que el crecimiento supone productos y procesos productivos de gran calidad.

La estrategia de la CONFINDUSTRIA frente a los desafíos de la globalización enfatiza, asimismo, la importancia del *capital humano,* otorgándole a dicho concepto un lugar de preeminencia en el conjunto de las *riquezas de las naciones.*

En el Rapporto Education 2004 el concepto de *capital humano* refiere a los *conocimientos, capacidades y competencias de los individuos* que, por un lado, contribuyen al *bienestar personal, social y económico* y por el otro, al hacerlo, crean las condiciones para *mejorar y sostener la productividad, la innovación y la ocupación.*

La inversión en *capital humano,* fuertemente aconsejada por la CONFINDUSTRIA, está estimada en Europa y en Estados Unidos en cerca de 250 mil euros y 500 mil euros por persona respectivamente (Rapporto Education 2004). Esto es así, por un lado, porque –según el Rapporto Education 2004–, la inversión en capital humano

[1] *La Confederación General de la Industria Italiana (CONFINDUSTRIA), fundada en 1910, es la principal organización de empresas y servicios en Italia. Está constituida por más de 117.000 empresas (4.250.000 asalariados). Sitio oficial de la CONFINDUSTRIA en Internet, 2004.*

[2] *Con el título:* Capitale umano, qualità e competitività: quando la formazione anticipa lo sviluppo, *el Rapporto Education 2004 fue elaborado por el Area Welfare e Risorse Umane. Formazione e Scuola de CONFINDUSTRIA.*

permite la creación de *mayor cantidad de empleos* y de *mejor calidad*, que *valorice los talentos* y que propicie un mayor nivel de *cohesión social* y, por el otro, porque dicha inversión contribuye a disminuir la *incertidumbre*, la *inestabilidad* y la *falta de transparencia* referidas a los procesos de adquisición, transmisión y acumulación de conocimientos.

La estrategia de la CONFINDUSTRIA frente a los desafíos de la globalización considera y analiza las nuevas características que la formación del capital humano requiere en dicho contexto y realiza una serie de propuestas.

Según el Rapporto Education 2004, las empresas propician que la formación desarrolle en los jóvenes: *los conocimientos lingüísticos y lógico-matemáticos; el dominio del idioma inglés y de los instrumentos informáticos;* las capacidades *relacional, diagnóstica, decisional, de análisis y de síntesis de las situaciones, de resolución de problemas, de adaptación a nuevas experiencias, de comunicar claramente.*

En opinión de la CONFINDUSTRIA, una escuela para la *sociedad del conocimiento* debería fomentar en los estudiantes:

- La interiorización de las reglas de la democracia y del pluralismo teniendo en cuenta que tolerancia y democracia son las condiciones de base para el crecimiento y el funcionamiento de los sistemas sociales complejos.
- La enseñanza de la importancia de la *dimensión histórica.*
- Una formación personalizada *en términos de estilos de vida, de intereses y de actitudes profesionales fundamentales.*
- Una formación permanente, necesaria, en gran medida, por el desarrollo vertiginoso de la ciencia y la tecnología y que supone una formación de base, humanística, científica y tecnológica, de gran calidad.

Teniendo en cuenta que en el sistema productivo *las competencias técnicas intermedias* son indispensables, tanto en lo que atañe a las grandes como a las pequeñas empresas para ser competitivas en el mercado global, la CONFINDUSTRIA propone un nuevo *itinerario formativo,* con el objetivo de alcanzar la *formación técnico profesional superior* que las empresas requieren. Dicha propuesta consiste en la *integración de escuelas, centros de formación profesional, universidad y empresas.* La idea es lograr un *modelo formativo* equilibrado y eficiente que contemple *conocimientos de base, conocimientos técnico-especializados, aplicaciones operativas, conocimiento organizativo y competencias decisionales, relacionales y diagnósticas.*

La CONFINDUSTRIA aborda los desafíos de la globalización *aggiornando* su rol de emprendedor en la sociedad, enfatizando la importancia de la formación del *capital humano* en el contexto de una *sociedad de la información* y del *conocimiento* y de una economía que deviene cada vez más, *economía del conocimiento.*

Es de notar que la percepción por parte de la CONFINDUSTRIA de la importancia de las temáticas que, en la década de 1970, relacionaban formación e innovación y que dedicaban especial atención a la *educación managerial,* se fue consolidando al tiempo que se afianzaba en Italia el rol del emprendedor en la sociedad y, más particularmente, el *rol del emprendedor como* partner *en el proceso educativo.* Ese rol, proyectado hacia la sociedad, se acompaña en la CONFINDUSTRIA con la constitución de áreas de formación e investigación interna hasta la más reciente constitución del Area Welfare e Risorse Umane, responsable, entre muchas otras actividades, de la elaboración del Rapporto Education 2004.

La especificidad de los distritos industriales italianos en la estrategia de la CONFINDUSTRIA frente a los desafíos de la globalización

El análisis de la estrategia de la CONFINDUSTRIA frente a los desafíos de la globalización no puede ser abordado prescindiendo del estudio de una especificidad italiana: los distritos industriales. Esto es así por un lado, porque el conocimiento constituye un elemento clave en la conceptualización de los distritos industriales, ya sea en lo que atañe a su generación y circulación, así como en lo que concierne a la valorización del mismo respecto del fenómeno de la innovación, en los planos local y global. Por otro lado, porque los Jóvenes Emprendedores, uno de los componentes más importantes de la CONFINDUSTRIA en el análisis que la relevancia de la temática de la innovación adquiere en el sistema de representación, pertenecen mayoritariamente a los distritos industriales italianos. Asimismo, sostendremos que la formulación de los distritos formativos en el Rapporto Education 2004 se explica como una necesidad: la de contribuir al desarrollo de los distritos industriales en los aspectos local y global. Esta última dimensión se encuentra vinculada al proceso de apertura de los distritos industriales italianos hacia el exterior, a mediados de la década de 1990.

El *triángulo industrial italiano* y la *Terza Italia*

Como numerosos autores señalan, es a partir de la década de 1960 que se asiste en Italia a una reestructuración de la industria, la que trajo aparejada un crecimiento considerable en las regiones de la denominada *Terza Italia (*Tercera Italia) (Tattara, Volpe 2003). Así, el desarrollo económico alcanzado en las regiones del Véneto, Emilia Romagna, Toscana y Marche, superó ampliamente al logrado en Piamonte, Lombardía y Liguria, regiones en las cuales, el fenómeno industrial se encontraba fuertemente arraigado. Situadas en el noroeste de Italia, dichas regiones pertenecientes al llamado triángulo industrial, habían basado su desarrollo en la industria pesada y en los sectores de la metalurgia, la energía eléctrica, química y automotriz. Las regiones de la *Terza Italia,* por su parte, se caracterizan por un importante desarrollo de la industria mecánica con presencia de empresas innovadoras y tradicionales. El mismo se acompaña de un crecimiento considerable en los sectores textil, amoblamiento, calzado, pieles, anteojos y orfebrería, crecimiento que incluye además, el de las máquinas y herramientas necesarias para la producción de dichos bienes (Tattara, Volpe 2003).

Es importante señalar que la coincidencia entre las regiones de la *Terza Italia* y las de los distritos industriales es casi completa, a lo cual habría que añadir la región de Lombardía. En la conceptualización del distrito industrial existirían dos características importantes. Por un lado, se trata de un sistema local de pequeñas empresas; por el otro, las mismas presentan un elevado grado de especialización en el sector manufacturero y se encuentran organizadas alrededor de pequeños núcleos de gran tradición artesanal (Tattara, Volpe 2003). Así, en Italia, de los aproximadamente 200 sistemas manufactureros locales de pequeñas empresas, no todos pueden ser definidos como *distritos industriales.* Las áreas de Véneto, Emilia-Romagna, Toscana y Marche, por ejemplo, concentran unos 100 distritos industriales con alrededor de 500.000 ocupados; en otras regiones de Italia, los distritos industriales son inferiores a 100, la mitad de los cuales se concentra en Lombardía (Tattara, Volpe 2003).

Generación, transmisión y circulación del conocimiento: el caso de los distritos industriales

Según Tattara y Volpe, los distritos industriales se caracterizan por la cantidad y calidad de los vínculos sociales, los cuales favorecen la creación y circulación del conocimiento así como una valorización y acumulación de *know-how* (saber hacer), de gran relevancia respecto del fenómeno de la innovación. Dicha generación y circulación del conocimiento es clave no sólo en lo que atañe a la constitución y desarrollo de los distritos industriales, sino en lo que respecta a los procesos de descentralización y externalización ya sea hacia el exterior de los distritos, en otros territorios y sectores, ya sea, fuera del territorio italiano.

En relación con el análisis de la generación y circulación del conocimiento es importante hacer notar que el objetivo de la descentralización productiva de los años 1990, no se limitó simplemente a la reducción de costos de la mano de obra. El objetivo era el de compartir y generar conocimientos asociándose con proveedores estratégicos en el extranjero (mayormente en Europa occidental y en EE.UU), cuya característica respecto de dicho proceso de conocimiento es la de operar, con gran eficacia, en los mercados más avanzados. Las empresas de los distritos italianos se relacionan asimismo con el exterior, vinculándose con empresas de producción; creando establecimientos de producción; descentralizando algunas fases del proceso productivo (Tattara, Volpe 2003).

Teniendo en consideración la necesidad de los distritos industriales italianos de adaptarse rápidamente a los cambios en el mundo global, podríamos preguntarnos de qué manera el proceso de internalización se relaciona con los procesos de conocimiento y de innovación. Los procesos de generación y circulación del conocimiento constituyen una dimensión clave en el estudio de los distritos industriales en la globalización. Basándonos en Tattara y Volpe 2003, podríamos argumentar, entonces, que a la búsqueda de *partners* estratégicos que contribuyan, por ejemplo, en el mejoramiento de los procesos de innovación de producto, habría que añadir por un lado, el reposicionamiento internacional de los distritos industriales. El mismo trae aparejado mayores economías de escala vinculadas a la creación y uso del conocimiento ligado a la producción. Por otro lado, es importante remarcar que el traslado de las fases de producción al exterior implica especializaciones productivas de mayor valor agregado, lo que supone incrementar los esfuerzos en el desarrollo de la innovación y de la creatividad así como impulsar procesos de investigación y desarrollo más completos y complejos. Es atendiendo esta necesidad de potenciar la dimensión local, que en el Rapporto Education 2004 se propone la formulación de los distritos formativos, con el objetivo de favorecer aún más el desarrollo de los distritos industriales, permitiendo a una mayor cantidad de empresas, el acceso a redes internacionales de investigación científica, a través del incremento de sus capacidades. En este sentido, es importante considerar a los sistemas de producción local no como sistemas encerrados en ellos mismos, sino como *segmentos activos de un circuito de aprendizaje y de producción de un nuevo conocimiento que abarca el conjunto de los procesos cognitivos y económicos a nivel global* (Becattini, Rullani 1995). Hipotetizamos que esta conceptualización de los sistemas de producción local se corresponde con una idea según la cual, siendo el conocimiento una característica clave de los distritos industriales, las capacidades cognitivas a nivel local se habrían potenciado en su vinculación con la dimensión global, en el transcurso de la descentralización productiva de los distritos industriales, ocurrida a mediados de la década de 1990. En lo que a los procesos de aprendizaje y generación y circulación del conocimiento

concierne, no habría habido entonces, oposición entre lo local y lo global. Más bien estaríamos en presencia de un fenómeno que ha permitido una formulación según la cual, *un lugar no es un sistema local si no dispone de ramificaciones que lo ligan con el circuito global* (Becattini, Rullani 1995).

A la vez, el proceso de integración del conocimiento local y global debe ser potenciado por la existencia de un *mecanismo que consiste en la aplicación del saber científico y tecnológico a la resolución de problemas* (Becattini, Rullani 1995). La implementación de dicho mecanismo supone, en parte, la relevancia que la formulación de los distritos formativos adquiere en el Rapporto Education 2004.

Una característica muy importante de los distritos industriales italianos es la capacidad de innovación contínua, la que va acompañada por un aumento considerable en la variedad de los productos. Asimismo, los productos fabricados en los distritos industriales son individualizados y personalizados, elaborados con un elevando componente de *know-how* transmitido empíricamente y en cuya creación se privilegia la relación con el cliente (Tattara, Volpe 2003). Uno de los factores que ha permitido a los distritos industriales mantener una elevada capacidad competitiva a lo largo del tiempo, se vincula con que los mismos están constituidos por un conjunto de agentes que establecen relaciones interpersonales intensas. En el caso de los Jóvenes Emprendedores, dicha premisa se encuentra potenciada por el hecho de que los mismos son los integrantes de empresas familiares que además, en muchos casos, constituyen redes familiares extensas. Así, una explicación al hecho de por qué la tecnología aplicada a la producción puede ser provechosamente utilizada en los distritos industriales, se manifiesta en parte por la existencia de relaciones que, a menudo, no adquieren características de mercado, como las que estarían presentes, por ejemplo, en el caso de los Jóvenes Emprendedores de CONFINDUSTRIA.

El *milieu* innovador en el análisis de los sistemas locales de producción. El caso de los jóvenes emprendedores

Hemos sostenido que la temática de la innovación es una preocupación permanente en la CONFINDUSTRIA. Basándonos en el análisis de algunos aspectos de sus sistemas de representación, distinguimos por lo menos dos grandes grupos: el de las grandes familias italianas de la industria y el de los Jóvenes Emprendedores. A continuación argumentaremos que así como los sistemas de representación considerados tienen características diferenciales, las *culturas de la innovación* respectivas presentan una serie de especificidades.

Comenzaremos el análisis por el caso de los Jóvenes Emprendedores quienes, a diferencia de otros grupos de pequeñas y medianas empresas que componen el sistema de representación en CONFINDUSTRIA, pertenecen a *sistemas locales de producción* a los que, basándonos en Camagni (1995), caracterizaremos de *milieu* innovador.

Inscripto en las reflexiones acerca de los procesos que el autor denomina de desarrollo *endógeno,* la formulación del concepto de *milieu* innovador refiere a un *conjunto de relaciones que reúnen un sistema local de producción, un conjunto de actores, representaciones y una cultura industrial*. El concepto mencionado permitiría distinguir, del conjunto de los sistemas locales de producción, aquel sistema en el cual se genera un proceso

dinámico localizado de aprendizaje colectivo. Por consiguiente, para que un sistema local de producción pueda ser considerado como un *milieu* innovador, se tienen que dar al menos dos condiciones: que el espacio económico, conceptualizado como espacio relacional, suponga la existencia de relaciones de cooperación para el desarrollo territorial, (relaciones que incluyen redes de empresa, redes sociales y redes territoriales); que al interior del sistema local de producción se genere un proceso dinámico localizado de aprendizajes colectivos.

La ventaja de los *milieux* innovadores estaría relacionada en parte, con la existencia de abundante información; los mismos se potenciarían entonces, si las relaciones de cooperación fueran acompañadas de un mecanismo dinámico que generara un proceso de creación de conocimiento, es decir, si a la información existente se la complejizara otorgándole sentido y creando nuevo conocimiento.

En segundo lugar, sostendremos que además de formar parte de un *milieu* innovador, los Jóvenes Emprendedores pertenecen a familias de emprendedores que, por generaciones, acumulan conocimiento tácito, es decir, un conjunto de saberes especializados transmitidos empíricamente en el transcurso del tiempo, que adquieren gran relevancia en el fenómeno de la innovación. En muchos casos, además, los Jóvenes Emprendedores pertenecen a redes familiares extensas, las cuales están insertas en un *milieu* innovador a cuya construcción contribuyen. En este sentido, basándonos en algunas reflexiones de Camagni (1995) podríamos argumentar que en el caso de los Jóvenes Emprendedores, *el sustrato durable a los procesos de aprendizaje así como la transferencia de* know-how *y de activos inmateriales* está garantizado, en parte, por el hecho de que el milieu innovador está constituido por familias de emprendedores que trabajan en red.

La reconceptualización de la dimensión espacial que subyace a la noción de distrito industrial está relacionada con la formulación de una noción de *milieu* innovador en la cual los procesos de aprendizaje y de producción de conocimiento adquieren especial relevancia. A lo anterior se añade que así como *el concepto de* milieu *permitiría la construcción de la noción de "espacio económico de relaciones", el elemento de innovación tiene sus raíces en el concepto de tiempo.* Dicho concepto refiere al *tiempo contenido en la creación de algo nuevo, ya sea por combinación y/o auto-organización* (Camagni 1995). Según el autor, el tiempo en Economía, puede ser pensado como *"ritmando" los fenómenos de innovación que se realizan en el espacio.* En este sentido, la innovación puede ser conceptualizada como: discontinuidad y ruptura *en la estática de un proceso de producción;* irreversibilidad; creación de recursos y de tecnologías; secuencialidad y capacidad de acumulación. En este último caso, *la innovación se basa en procesos de aprendizaje, fundados en la acumulación de "recursos específicos" (y por lo tanto "localizados"), es decir, propios a cada tecnología. Se trata, por consiguiente, de procesos no instantáneos, ya que los mismos se desarrollan en el tiempo según una duración y ritmos propios* (Camagni 1995).

A continuación, analizaremos cómo los conceptos de *milieu* innovador y tiempo se combinan en el caso de los Jóvenes Emprendedores. Hipotetizaremos que el hecho de que los Jóvenes Emprendedores enfaticen en su sistema de representación la importancia de la innovación, guarda estrecha relación con las especificidades del sistema local de producción al cual pertenecen. Sostendremos que el énfasis que la temática de la innovación adquiere en el sistema de representación de los Jóvenes Emprendedores de la CONFINDUSTRIA guarda similitud con el hecho de que por

morfología, los Jóvenes Emprendedores pertenecen a familias de emprendedores que por generaciones han acumulado una serie de recursos complejos en los distritos industriales. Argumentaremos que la dimensión temporal subyacente a las características morfológicas de los Jóvenes Emprendedores incide en la comprensión y valorización de la importancia que dicha dimensión adquiere en relación con el fenómeno de la innovación.

Jóvenes Emprendedores: la importancia del componente familiar en el fenómeno de la innovación

El componente familiar de las empresas de los integrantes del grupo Jóvenes Emprendedores constituye uno de los elementos fundamentales en el análisis de la transmisión de saberes, tecnologías, capitales, etc., así como en el estudio del fenómeno de la innovación, de gran importancia en el contexto de la globalización.

En lo que sigue, expondremos los rasgos distintivos de quienes integran los grupos *Jóvenes Emprendedores* y examinaremos el componente familiar de las empresas del grupo.

Bajo el título: *Perfil socio-económico,* la sección Documentos de la revista de los Jóvenes Emprendedores *Quale Impresa?* publicó en 1991, una investigación llevada a cabo por Alberto Martinelli y Antonio Chiesi[3] en 1989, en la cual nos basaremos para sintetizar las características socio-económicas principales de los Jóvenes Emprendedores.

[3] *Alberto Martinelli y Antonio Chiesi son profesores del Instituto Superior de Sociología de Milán.*

La investigación fue elaborada a partir de un cuestionario enviado en 1989 a los 7.000 miembros de los grupos Jóvenes Emprendedores y cuya tasa de respuesta fue de 25%. En total, fueron recibidos 1.882 cuestionarios provenientes de los 91 grupos presentes en todo el territorio italiano.

Refiriéndose a los Jóvenes Emprendedores, los autores subrayan en primer lugar, que se trata de una *asociación de personas* en una *asociación de empresas.* En efecto, en el sistema de representación de la CONFINDUSTRIA, son las empresas las que se asocian y no las personas físicas. La segunda característica señalada por los autores refiere a la variable *edad:* los Jóvenes Emprendedores pueden ser miembros del grupo entre los 18 y los 40 años. Por el hecho de pertenecer a una nueva generación, los *Jóvenes Emprendedores* se encontrarían en una situación favorable para detectar elementos de transformación de la sociedad y para analizar, de manera crítica, los peligros y las oportunidades para el mundo de los emprendedores en su conjunto.

Características generales de los Jóvenes Emprendedores

El universo de aquellos que respondieron al cuestionario muestra una primera diferencia en relación con el correspondiente a otro de los grandes estudios realizados sobre los Jóvenes Emprendedores, en 1971, por el Centro de investigaciones de la Escuela de formación superior de Génova y que fue publicado en Roma, en 1972: el *Check up del joven emprendedor.* En 1991, el porcentaje de mujeres se eleva al 18,3% del total mientras que, según el *Check up,* el porcentaje de hombres ascendía a 97% del total del grupo Jóvenes Emprendedores. Según la investigación de 1991,

la clase de edad más numerosa es la de los 26 a los 30 años. El 34,6% de aquellos que respondieron al cuestionario obtuvieron su diploma universitario, mientras que 25% todavía no había terminado los estudios universitarios. El 35,9% disponía de título secundario y 2,2% solamente terminó la escuela primaria. Aquellos que tenían entre 26 y 30 años continuaban sus estudios con retraso o decidieron dejar la universidad para ocuparse, prioritariamente, de su empresa. La tendencia a abandonar los estudios aumenta entre los herederos y responsables de las empresas de dirección familiar, mientras que ella disminuye en las empresas en las que pueden encontrarse dirigentes externos.

El nivel de instrucción tiende a variar en función del sector productivo de pertenencia. Los titulares de un diploma universitario pertenecen, sobre todo, al sector de la alimentación (41,5%). En el sector textil y de la madera, el diploma obtenido por los dirigentes es de un nivel inferior. El diploma está relacionado con el tamaño de la empresa. En las empresas de hasta 25 empleados se encuentra el 56,7% de aquellos que solamente han terminado la escuela secundaria. Sin embargo, los diplomas correspondientes a la enseñanza superior están distribuidos de una manera bastante uniforme en las empresas de todas las dimensiones.

A diferencia de la investigación de 1971, para Martinelli y Chiesi no es verdad que la pequeña empresa se acompañe necesariamente de un bajo nivel de instrucción o que un alto nivel de instrucción caracterice a las grandes empresas. La variable que mejor explica el nivel de instrucción del emprendedor es, según los autores, la edad mucho más que el tamaño de la empresa.

Respecto del puesto desempeñado en la empresa, –según la investigación de 1991–, el de *titular* es ocupado por las personas de más edad. Las mujeres son, en su gran mayoría, miembros del Consejo de administración.

Distribución de personas que respondieron al cuestionario según el área geográfica de residencia

Las regiones del Norte de Italia totalizan el 71% de las respuestas, de las cuales, la mayoría provienen de la región nord oriental. Martinelli y Chiesi afirman que esos datos son el *reflejo de la consolidación reciente de una estructura industrial extendida*, en pleno desarrollo desde una veintena de años, desde el inicio de la investigación de los autores.

Los Jóvenes Emprendedores de la región nord oriental pertenecen a un sector de Italia caracterizado por el rol fundamental de la familia en el sistema de producción económica. En dicha región, el tejido de ciudades pequeñas y medianas tiene amplias tradiciones comerciales, artesanales, financieras y culturales; las tradiciones y relaciones sociales se encuentran insertas en el contexto local y abiertas al mundo (Bagnasco 1977:VII).

Las tasas de respuesta más bajas corresponden a los grupos del Sur e Islas, lo que pone en evidencia, según los autores, un tejido industrial más débil y más reciente que el del Norte.

El contexto de la empresa. Distribución de la empresa por período histórico de fundación

	Respuestas	%
Antes de 1922	198	10,8
1923-1945	161	8,8
1946-1951	180	9,8
1952-1963	467	25,5
1964-1970	219	12,0
1971-1980	293	16,0
1981-1989	314	17,1
Total	**1.832**	**100,0**
Sin respuesta	**50**	

Fuente: *Perfil socio-económico*, 1991.

La mayoría de las empresas se encuentran bajo control familiar: 89,1% de los casos

	Respuestas	%
Dirección y control familiares	1.149	61,6
Control familiar y dirección con asistencia de *managers* externos	513	27,5
Dirección y control de *managers* externos	203	10,9
Total	**1.865**	**100,0**
Sin respuesta	**17**	

Fuente: *Perfil socio-económico*, 1991.

Tipo de gestión de la empresa por período de fundación (en %)

Período de fundación	1922	1923-1945	1945-1951	1952-1963	1964-1970	1971-1980	1981-1989
Dirección familiar	59,6	66,3	70,2	69,2	59,9	57,4	49,8
Familiar con managers	34,8	30,6	25,8	25,9	34,1	27,0	20,1
Managers externos	5,6	3,1	3,9	5,0	6,0	15,6	30,1
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fuente: *Perfil socio-económico*, 1991.

El período anterior a 1922 constituye lo que los autores de la investigación denominan *primera industrialización* en Italia. Sólo 8,8% de las empresas fueron fundadas entre las dos guerras mundiales, 25,5% corresponde al período de *despegue industrial* de los años 1950 (1952-1963) y más de la mitad de las empresas fueron fundadas en los años 1970 y 1980.

Las empresas con dirección managerial fueron fundadas recientemente: 3 a 5% en el período que precede los años 1970; 15,6% en los años 1970 y 31,1% en los años 1980.

La cifra de *managers externos* en el período 1981-1989 (30,1%) es el doble respecto del período 1971-1980 (15,6%).

¿Quién fundó la empresa?

	Respuestas	%
La persona que responde	214	11,4
El padre de la persona que responde	974	51,9
Otro pariente de la persona que responde	323	17,2
El abuelo o generaciones aún más antiguas de la persona que responde	251	13,4
El fundador no es un pariente	116	6,2
Total	**1.878**	**100,0**
Sin respuesta	**4**	

Fuente: *Perfil socio-económico*, 1991.

Distribución de empresas según el número de empleados

Grupo de asalariados	Respuestas	%
Hasta 10	209	12,0
11-25	481	27,2
26-50	450	25,9
51-100	301	17,3
101-250	212	12,2
251-500	59	3,4
Más de 500	26	1,5
Total	**1.738**	**100,0**
Sin respuesta	**144**	

Fuente: *Perfil socio-económico*, 1991.

80% de las empresas han sido fundadas por un miembro de la familia de la persona que responde al cuestionario, la mitad de las cuales, por el padre (51,9%). Los autores subrayan también el porcentaje de empresas familiares que han sido fundadas desde, al menos, tres generaciones (13,4%).

El carácter familiar se encuentra asimismo en relación con la estructura en red: 31,6% de las empresas forman parte de un grupo más extendido.

Los sectores principales son: el metal mecánico (26,3%) y el de la construcción (23%), seguido del textil (14,7%) y el de la alimentación (9,1%).

El sector terciario (o de servicios) representa sólo el 8,4% de los casos. El sector metalmecánico cuenta con una presencia relativa mayor en Lombardía, mientras que el de la construcción predomina en el Sur e Islas, abarcando más de la mitad de las empresas. El sector textil se encuentra presente sobre todo en la región de Venecia y el de la alimentación, en la de Emilia Romagna; la expansión del sector terciario es mayor en el Centro.

Las empresas más grandes de la muestra se sitúan, sobre todo, en el Piamonte (102 asalariados promedio), seguidas por las empresas de la región de Venecia (80 asalariados promedio) y de las empresas de la Emilia Romagna (76 asalariados promedio). En Lombardía, el tamaño de las empresas es superior al promedio general; en el Sur e Islas, es de 57 asalariados y en el Centro, de 60 asalariados.

Más de un cuarto del valor producido es exportado (24,4%). Las empresas que más exportan se sitúan, sobre todo, en la región de Venecia (el valor medio se eleva a 35,1%), y en la de Toscana (29,2%).

La disposición a la exportación aumenta en función del tamaño de la empresa y está fuertemente influida por el sector productivo de pertenencia. El sector que más exporta es el textil y el de la indumentaria (38,2%), seguido del metalmecánico y el de la metalurgia (31,3%).

En las conclusiones del estudio, Martinelli y Chiesi subrayan –refiriéndose a las empresas de los Jóvenes Emprendedores– que las mismas son pequeñas y medianas, con una buena capacidad de adaptación a las condiciones cambiantes del mercado y en gran medida, presentes en el mercado internacional.

Otra característica específica que distingue a las empresas es la estructura familiar, desde el punto de vista del control del capital y de la gestión cotidiana. El arraigo en la tradición familiar, en sus valores y en su estructura en términos de administración y control, lejos de representar una falta de adecuación y un freno al desarrollo constituye un elemento de fuerza. Se trata de un sistema que motiva la profesionalización y que promueve la socialización del rol y de los mecanismos de ahorro, de acumulación y de inversión, los que se transmiten por la red de relaciones familiares.

Cuando la empresa deviene demasiado grande para ser administrada de una manera eficaz por un núcleo familiar restringido, contrata *managers* externos, cuya tendencia es, sin embargo, compartir el espíritu y los métodos de la empresa familiar.

A continuación, haremos referencia a una serie de dificultades detectadas por algunos autores, respecto del desarrollo de los distritos industriales de la *Terza Italia:*

> Existiría una serie de casos en los que se constata, por ejemplo, una brusca interrupción en la transición generacional y por ende, de la transmisión de los procesos de aprendizaje y de acumulación, generación y circulación del conocimiento. El aumento en el nivel de escolarización, por ejemplo, se acompaña del hecho de que muchos hijos emprenden carreras que difieren de las actividades artesanales desarrolladas por sus padres. Al respecto, de lo que se desprende del estudio de Martinelli y Chiesi, el caso de los Jóvenes Emprendedores muestra, por el contrario, que cuando los integrantes del grupo se encuentran ante la disyuntiva de dejar la empresa o los estudios, optan por abandonar estos últimos; otra posibilidad es que las empresas a las que los Jóvenes Emprendedores pertenecen, recurran a dirigentes externos. Esto se correspondería en el estudio de Martinelli y Chiesi, con un aumento del porcentaje de managers, en empresas en las que el control sigue siendo familiar. En relación con las dificultades indicadas acerca del desarrollo de los distritos industriales es necesario complejizar lo dicho anteriormente en el siguiente sentido. Los Jóvenes Emprendedores representan en CONFINDUSTRIA un componente de los distritos industriales que, si bien por estructura familiar adquiere gran relevancia, no constituye el único elemento a considerar en el análisis. Los integrantes del grupo Jóvenes Emprendedores forman parte de un conjunto más amplio que incluye a emprendedores recientes surgidos del artesanado; trabajadores calificados que instalaron su propia empresa; y obreros especializados, capacitados en escuelas técnicas, entre otros.

> Respecto de las dificultades detectadas en el desarrollo de los distritos industriales se ha sostenido, asimismo, que la reproducción contínua de la capacidad innovadora del *milieu* innovador no puede ser garantizada, solamente, por la dinámica generada en su interior. Como la reciente crisis de numerosos distritos industriales de la *Terza Italia* lo muestra bien –sostiene Camagni–, el déficit en los distritos industriales necesita aportes externos de energía: informaciones de naturaleza tecnológica, comercial y organizacional. A las importantes redes territoriales, sociales y de cooperación, se añaden, entonces, las redes transterritoriales, es decir, redes de empresas y acuerdos de cooperación, que incrementan el conocimiento producido en el *milieu* innovador, a través de las competencias desarrolladas en el proceso de globalización (Camagni 1995).

Ante estas u otras dificultades vinculadas al desarrollo de los distritos industriales, el *milieu* innovador puede –como lo sugiere Camagni (1995)–, *presentar un cambio estructural relacionado con una simplificación/jerarquización de la estructura interna del* milieu, *a través de la emergencia de una empresa leader que organice, de manera explícita, la división del trabajo entre unidades locales de producción*.

El fenómeno del *milieu* innovador respecto de las pequeñas y medianas, y de las grandes empresas

El *milieu* innovador incide de manera diferencial en su carácter de proveedor de recursos vinculados a los procesos de aprendizaje y de la transferencia de *know-how* (con su componente tácito), ya se trate de grandes, o de pequeñas empresas.

El elemento de continuidad es distinto en ambos casos: en el de las grandes empresas, el mismo está garantizado por la presencia de importantes departamentos de I+D, cuya existencia estaría asegurada, a su vez, por la permanencia, en el largo plazo, de las empresas mismas. En el caso de las pequeñas empresas, por el contrario, el elemento de continuidad es exterior a la empresa. El mismo se sitúa en el mercado de trabajo; en la cultura de la producción local; en las instituciones locales; en las ligazones interpersonales e intergeneracionales.

La continuidad en los procesos de aprendizaje y en la transferencia tácita de *saber hacer* y de activos inmateriales, al ser interior en el caso de las grandes empresas y exterior, en el de las pequeñas empresas, puede producir algunas dificultades en estas últimas: las pequeña empresas se encuentran muy afectadas en caso de turbulencia.

Luego de haber analizado la temática del conocimiento en el *milieu* innovador y el elemento de continuidad respecto de las grandes y de las pequeñas empresas, a continuación –y tal como hiciéramos referencia al inicio de este trabajo–, reflexionaremos acerca de la relevancia que la temática de la innovación adquiere en el sistema de representación de la CONFINDUSTRIA.

CONFINDUSTRIA: la innovación como preocupación permanente. El Rapporto Pirelli y *Una política para la industria*

La temática de la innovación aparece con fuerza en dos documentos de la CONFINDUSTRIA que comparten preocupaciones semejantes acerca del rol del emprendedor en la sociedad, en la década de 1970: el Rapporto Pirelli (1970) y en *Una política para la industria* (1969). El Rapporto Pirelli sintetiza fundamentalmente el pensamiento de las grandes familias italianas de la industria (Fiat, Pirelli, Olivetti), mientras que *Una política para la industria* es el resultado de la elaboración del grupo Jóvenes Emprendedores[4], uno de los sectores más dinámicos de la pequeña y mediana industria de CONFINDUSTRIA, con la colaboración del Centro Einaudi[5].

El Rapporto Pirelli es el resultado de los trabajos desarrollados por la comisión presidida por el ingeniero Leopoldo Pirelli[6], constituida a solicitud de la asamblea de la CONFINDUSTRIA, durante la presidencia de Angelo Costa[7] y, encargada de la revisión de los estatutos de la Confederación.

Del análisis del primer capítulo del Rapporto Pirelli se desprende que los emprendedores debían optar entre constituirse en *grupo de presión*, con el fin de defender intereses específicos ya adquiridos, o en proponerse como *grupo de innovación*, siendo esta última opción, fuertemente alentada por el texto, la que permitiría desarrollar el país así como promoverlo y organizarlo.

En el Rapporto Pirelli la innovación se encuentra estrechamente relacionada con el concepto de *visión*. Ser emprendedor significa actuar con el objetivo de obtener resultados previamente fijados, anticipando las demandas de una sociedad con el fin de satisfacerlas. Dicha tarea requería la creación de un Centro de Estudios encargado de la elaboración de valores e ideas.

Institucionalizados en CONFINDUSTRIA como una *fuerza nueva*, los Jóvenes Emprendedores eran conceptualizados por la Comisión Pirelli como *el cambio en la continuidad*, la continuidad en la conciencia de la importancia de la función social del emprendedor y de su visión innovadora.

El concepto de visión ligado al de innovación, ocupa asimismo un lugar importante en *Una política para la industria*, conjunto de ideas y propuestas acerca del rol del emprendedor en tanto *sujeto social*. Dichas ideas y propuestas se fueron elaborando fuera de un marco estrictamente institucional desde fines de los años 1950, en la región de la Lombardía y en la región veneciana, si bien es necesario aclarar que desde 1959, bajo la presidencia de Alighiero De Micheli[8], la CONFINDUSTRIA había solicitado a sus instituciones recibir y promover a los *grupos jóvenes*.

La significación que los Jóvenes Emprendedores otorgan a la noción de emprendedor, puede ser analizada en *Una política para la industria*. Los autores del trabajo, integrantes de la comisión sobre los problemas organizativos del comité central de los grupos *Jóvenes Emprendedores*, realizaron una revisión de las doctrinas económicas considerando los criterios propuestos por los especialistas, con el fin de identificar, en términos concretos, la figura del emprendedor y fundamentar así, las razones de la denominación del grupo.

[4] El grupo Jóvenes Emprendedores se compone de más de 10.000 asociados, organizados en 105 grupos territoriales y 20 comités regionales. Sitio oficial de los Jóvenes Emprendedores de CONFINDUSTRIA en Internet, 2004.

[5] El Centro de estudios Einaudi fue fundado en 1962 por el Secretario General del Partido Liberal, Giovanni Malagodi, para rendir homenaje a la memoria de Luigi Einaudi, fallecido en 1961. Sitio oficial de la Fondazione Einaudi en Internet, 2000.

[6] Leopoldo Pirelli nació en Velate, una ciudad próxima a Varese, el 27 de agosto de 1925. Nieto de Gian Battista Pirelli, fundador de la compañía italiana de neumáticos, sucedió en la dirección de la empresa a su padre Alberto y a su tío Piero. Los últimos años ocupó un cargo más honorario que ejecutivo, dejando toda la responsabilidad de la gestión al marido de su hija mayor, Cecilia Pirelli, Marco Tronchetti Provera. Tronchetti Provera realizó un convenio con la compañía Cooper Tires, para lograr una mayor expansión en el mercado americano. Leopoldo Pirelli, Toute une vie consacrée aux pneus, *Magazine Motor & Viajes, 29 de mayo de 1999.*

[7] Angelo Costa (1901-1976) fue Presidente de la CONFINDUSTRIA en el período 1945-1955 y 1966-1970. Nacido en Génova, en una familia de antigua tradición comercial, Angelo Costa se especializó en el refinamiento del aceite de oliva y en el armado de barcos. Struttura, ruolo e funzioni del Sistema CONFINDUSTRIA. Area Scuola, Formazione e Ricerca de CONFINDUSTRIA. *s/d. En 1940, la familia Costa funda* Filanda Costa *(industria de la seda). Desde 1941, la familia Costa añade a sus actividades la producción de vino, la administración de bienes inmobiliarios y, a partir de 1942, amplía sus actividades al sector de la construcción y al sector metal mecánico. C. Cassani - P. Craveri 1984:146.*

[8] *Alighiero De Micheli nació en Milán, el 20 de diciembre de 1904, en una familia de origen veneciano. Siendo muy joven, ingresa en la empresa de su padre, una fábrica de tejidos elásticos, cuando todavía estaba cursando estudios de derecho en la Universidad de Milán. En 1946, en el momento en que se hace cargo de la dirección de la empresa (la cual deviene una de las más importantes de Europa en su sector), es nombrado Presidente de l'Assolombarda, asociación empresarial de Milán. Administrador de numerosas sociedades industriales y bancarias, participa también en organizaciones empresariales europeas. Fue presidente de la CONFINDUSTRIA del 8 de febrero de 1955 al 8 de febrero de 1961.* Profilo storico de la CONFINDUSTRIA 1910-1993. Area Communicazione e Imagine, Roma, CONFINDUSTRIA, *s/d, p. 340.*

Los Jóvenes Emprendedores como grupo de innovación. Jean-Baptiste Say y Joseph A. Schumpeter

La contribución schumpeteriana a la teoría de la empresa ocupa un lugar de relieve en *Una política para la Industria*. Joseph. A. Schumpeter retuvo la definición propuesta por Say según la cual el emprendedor es aquel que preside la combinación de factores productivos y sostuvo que el único criterio para identificar al emprendedor es la capacidad de innovación, es decir, que es en la propuesta de nuevas combinaciones productivas, que el emprendedor se distingue. Las nuevas combinaciones se definen de la siguiente manera:

1. La producción de un nuevo bien o de una nueva calidad de un cierto bien, que no es conocido por los consumidores.
2. La introducción de un nuevo método de producción, hasta ese entonces desconocido por la industria.
3. La apertura de un nuevo mercado para la industria.
4. La conquista de una nueva fuente de materias primas o de productos semi-terminados.
5. La puesta en marcha de una nueva organización.

En *Una política para la industria* se sostiene que son las combinaciones productivas las que permiten a la empresa dar un salto cualitativo, diferenciándola de aquellas que producen y operan siempre de la misma manera. La introducción de la innovación posibilita a la empresa salir de la rutina diaria y el emprendedor obtiene entonces, una serie de beneficios otorgándole, de esta manera, un cierto impulso al sistema económico. Lucro y desarrollo son, para Schumpeter, dos elementos indisociables de un mismo proceso, a tal punto que sostendrá: *ningún desarrollo sin ganancia, ninguna ganancia sin desarrollo.* El actor de este proceso es el emprendedor, quien progresa e introduce numerosas innovaciones siendo considerado como el motor del sistema económico. Por tal motivo, el emprendedor necesita un ambiente institucional conveniente y condiciones técnicas particulares, tales como la presencia de fuentes de crédito adecuadas para la realización de proyectos. Schumpeter afirma que las fuentes de financiación tradicionales al interior de la empresa no son suficientes para iniciar nuevas combinaciones productivas. Esta observación es útil para poner en evidencia el hecho de que el emprendedor schumpeteriano está presente como uno de los principales protagonistas de la vida económica y social, en el marco de un sistema económico en el cual, la organización bancaria y financiera esté suficientemente desarrollada.

La concepción plurifuncional del emprendedor. Las contribuciones de Arthur C. Cole y Fritz Redlich

Una política para la industria resume en una fórmula el conjunto de los estudios y de las investigaciones inspiradas en el pensamiento de Schumpeter: *Del emprendedor a la empresa.* No es por casualidad si con el paso de los años, la atención de los investigadores se alejó de la persona o de la noción individual de emprendedor para focalizarse en una noción más amplia de empresa, la cual define un colectivo de personas que, en tiempos y de manera diferente, convergen en una acción emprendedora.

Una política para la industria toma aquí por ejemplos, a los trabajos de dos historiadores de empresas de la Universidad de Harvard en los años 1940 y 1950, ambos ligados personalmente a Schumpeter: Arthur Cole y Fritz Redlich.

Los elementos a destacar en la definición de Cole son la referencia a una organización productiva, la mención explícita de un equipo de emprendedores y la presentación de la gama de funciones de la empresa. Estas últimas consisten en la introducción de la innovación, la dirección, la decisión y la adaptación de la actividad de la empresa al medio que la rodea. El emprendedor no se identifica más a una persona sino a un equipo.

Del emprendedor schumpeteriano a la tecnoestructrura de Galbraith

En *Una política para la industria,* la noción de emprendedor colectivo emerge de la manera siguiente: un grupo de personas al que le corresponde la función de emprender. La composición del grupo es diferente de un autor al otro, pero las características del grupo no cambian. De la población restringida de *managers* a la cual han hecho referencia Berle y Means, se pasa a la *tecnoestructura* analizada por J. K. Galbraith. Esta es más amplia y se extiende desde las personas que ocupan lugares inferiores en la escala jerárquica hasta los *managers,* pero, progresivamente, aquella absorbe las funciones de éstos últimos.

La gran empresa tiende a descentralizar y a responsabilizar a los *managers* y a los ejecutivos de empresas. La toma de conciencia de los emprendedores se torna cada vez más necesaria ya que si ellos quieren continuar siendo emprendedores en una sociedad pluralista y democrática, sus decisiones no pueden limitarse al proceso de introducción de la innovación en el sistema económico, sino que deben englobar otros aspectos de la vida económica, social y política de la colectividad.

La empresa italiana

Según *Una política para la industria,* los emprendedores y las empresas en Italia se encuentran todavía bien lejos, en su conjunto, de la situación esbozada por Galbraith para los Estados Unidos y para otros grandes países industriales. Además, el sistema no puede ser considerado en términos de tecnoestructura. Se trata sobre todo de una pirámide cuya base está compuesta por empresas pequeñas y medianas, de las cuales dependen la gran mayoría de los asalariados italianos. La mayor parte de los emprendedores italianos está representado todavía por el industrial tal como ha sido caracterizado por los economistas clásicos, a cuyo lado se encuentra un pequeño número de emprendedores schumpeterianos y emprendedores modernos.

El punto fundamental del problema se encuentra, según los autores, en las ideas y no en el tamaño de la empresa. Las ideas son importantes, que se trate del buen funcionamiento de la empresa o de su lugar en la sociedad. Es evidente que el dirigente de la gran empresa es llevado a tratar de congeniar los intereses de la misma y de la sociedad, mucho más que el pequeño y medio emprendedor italiano. Es natural que las grandes empresas tengan un interés mayor en la solución de los problemas sociales porque son ellas las que se encuentran relacionadas con un mercado más vasto.

Jóvenes Emprendedores y empresas innovadoras

Del examen de los presupuestos conceptuales implícitos en la denominación del grupo Jóvenes Emprendedores analizados en *Una política para la industria,* surge que la misma es de neta influencia schumpeteriana. Por otra parte, un estudio elaborado en la década de 1990 denominado *Cultura y comportamiento del pequeño emprendedor*[9], realiza las siguientes distinciones:

[9] *Dicho estudio, realizado por la CENSIS a pedido del Comité Nacional de la Pequeña Industria de la CONFINDUSTRIA, fue publicado por la SIPI, Roma, en abril de 1991, datando de la misma época de la publicación de* Perfil socio-económico *de los Jóvenes Emprendedores.*

- Empresas *schumpeterianas*. Se trata de pequeñas empresas que se desarrollan en sectores de alto contenido científico o tecnológico (electrónico, mecánico, químico) y cuyo crecimiento está ligado a la utilización de una única innovación.

- Empresas en las cuales la innovación es una actividad de rutina. Se trata de empresas que consagran una gran atención a la calidad de la producción, dirigiendo un proceso de innovación continua. Estas empresas trabajan en colaboración estrecha con sus clientes y dicha colaboración, constituye el centro de la actividad de innovación.

- Empresas *tradicionales*. Se trata de empresas que producen bienes finales o intermedios y que carecen de un elevado nivel de especialización. La innovación es una función accesoria de la política de inversión de la empresa.

En relación con la clasificación anterior, los autores del trabajo afirman que si se excluye la *punta de diamante* que representan las empresas *schumpeterianas*, pequeñas solamente en tanto que una etapa provisoria en un proceso de crecimiento rápido o de absorción de una empresa exterior, la *carta victoriosa* de la estrategia innovadora de las pequeñas empresas ha sido la capacidad de activar las relaciones de colaboración con otras empresas, clientes y proveedores. El desarrollo de la innovación y del crecimiento por *redes externas* a través de colaboraciones estrechas con la pequeña o la gran empresa, está vinculado con la capacidad de mantener relaciones vitales con otras empresas.

Es importante subrayar que si en 1991, Michel Albert explicaba que después de la caída del Muro de Berlín, era necesario elegir entre dos fórmulas de capitalismo, asociadas a dos formas de sociedad: la fórmula *neo-americana*, que enfatiza el éxito individual y la fórmula *renana*, que asocia el Estado a los emprendedores, Denis Segrestin (Segrestin 1996) sugiere que sería asimismo necesario tener en cuenta la contribución aportada por el economista Masahiko Aoki. Según Aoki, la empresa japonesa funcionaría sobre un modo de cooperación que otorga una mayor autonomía a los actores, sin dejar de reforzar, por tanto, las ligazones entre ellos (Segrestin 1996).

La CONFINDUSTRIA frente a los desafíos de la globalización. Algunas consideraciones acerca del caso italiano

Nos hemos detenido con tanto detalle en la importancia que la temática de la innovación y del desarrollo del *capital humano* adquiere en CONFINDUSTRIA, en sus sistemas de representación, y en las características morfológicas de algunos de los grupos que la componen porque tener en cuenta lo que interpretamos como la estrategia de la CONFINDUSTRIA frente a los desafíos de la globalización puede, con su preocupación por una *formación de calidad y abierta al mundo*, aportar elementos a los desafíos que se plantean, en el contexto de una *sociedad de la información* y del *conocimiento* en la que la economía deviene cada vez más, *economía del conocimiento*.

El análisis de lo que interpretamos como la estrategia de la CONFINDUSTRIA frente a los desafíos de la globalización, nos permite afirmar que en dicha estrategia el *capital humano* ha pasado a ser la riqueza más valorizada entre las riquezas.

Que dicha estrategia, caracterizada en CONFINDUSTRIA por una preocupación permanente por la innovación y la formación es, en realidad, un aggiornamiento del rol del emprendedor en la sociedad el cual, desde la década de 1970 deviene, cada vez más, un rol de *partner* en el proceso educativo y en la formación de lo que en la actualidad se denomina, *capital humano.*

Que en dicha estrategia los Jóvenes Emprendedores, uno de los sectores más dinámicos de la pequeña y mediana industria, no solamente dejaron plasmado el aspecto innovador en la denominación de su grupo compartiendo así una temática relevante enfatizada por las grandes familias italianas de la industria, sino que el componente familiar de las empresas de los integrantes del grupo representa un elemento clave en la transmisión de saberes, tecnologías, capitales, etc., de gran relevancia en el desarrollo del fenómeno de la innovación. Que por morfología y en su sistema de representación los Jóvenes Emprendedores, grupo de *familias locales abiertas al mundo,* valorizan la relevancia de la dimensión local en el proceso de acumulación de recursos y capacidades, en su relación con la dimensión global.

Hemos sostenido que la CONFINDUSTRIA aborda los desafíos de la globalización con una estrategia y que dicha estrategia tiene una base de sustentación considerable en la existencia de fenómenos tales como los distritos industriales, una especificidad italiana, en cuyo ámbito se acumula conocimiento tácito por generaciones.

Hemos focalizado el análisis en algunos aspectos de las dimensiones culturales del fenómeno industrial en Italia, sobre todo los que conciernen a la importancia atribuida a la innovación y al desarrollo del capital humano en los distritos industriales italianos conceptualizados como *milieux* innovadores, de modo tal que la propuesta de desarrollar el capital humano para potenciar competencias que existen de larga data, debe ser comprendida en ese contexto. En tal sentido hemos reflexionado acerca de:

- El enriquecimiento que supone la reelaboración de la dimensión espacial subyacente a los distritos industriales a partir de los procesos de aprendizaje y de creación de conocimiento.
- El conocimiento tácito acumulado en los distritos industriales, en la continuidad de las pequeñas y medianas empresas familiares, en la continuidad de las grandes empresas, potenciadas con la creación de centros de I+D, lo cual supone la valorización de la dimensión temporal en los procesos de innovación.
- La formulación de los distritos formativos (en analogía con los distritos industriales) y la relevancia de los mismos respecto de la dinámica que impulsa en los distritos industriales.
- La caracterización de la dimensión espacial en la cual la dimensión local no se encuentra conceptualizada por oposición a la dimensión global.

La continuidad en el tiempo en el caso de las pequeñas y medianas empresas se complementa con la continuidad de las grandes familias italianas de la industria, que pueden contar, además, con acumulación y creación de conocimiento a partir de la existencia de grandes centros de investigación y desarrollo. La importancia atribuida a la temática de la innovación en el sistema de representación en CONFINDUSTRIA, considerada en su espesor temporal, permite a sus integrantes mejorar su estrategia frente a los desafíos de la globalización.

Referencias bibliográficas y fuentes

Commissione problemi organizzativi del Comitato centrale dei gruppi Giovani Industriali, *Una politica per l'industria.* Rapporto sulla figura dell'imprenditore e sulla Organizzazione industriale nella società italiana. Roma, 1969.

Confindustria, Rapporto Pirelli. 1970.

Centro ricerche della scuola di formazione superiore di Genova, *Check up del giovane imprenditore.* Roma, 1972.

Angelini Pierangelo *La Confindustria: profilo storico e organizzativo.* Federazione regionale fra le Associzioni Industriali della Lombardia, Milán, 1981.

Confindustria, *Un profilo socio-economico,* Quale Impresa? 1991 .

SIPI, *Cultura e comportamenti del piccolo imprenditore.* Roma, 1991.

Area Welfare e Risorse Umane. Formazione e Scuola. Rapporto Education 2004. *Capitale umano, qualità e competitività: quando la formazione anticipa lo sviluppo*.

Area Communicazione e Imagine, Confindustria, Roma. Profilo storico de la CONFINDUSTRIA 1910-1993.

Area Scuola, Formazione e Ricerca de Confindustria. Struttura, ruolo e funzioni del Sistema CONFINDUSTRIA.

Bagnasco, Arnaldo, *re Italie. La problemática territoriale dello sviluppo italiano.* Bologna, Il Mulino. 1977.

Becattini, Giacomo y Rullani, Enzo, *Système local et marché global. Le district industriel,* en Économie industrielle et Économie spatiale. Bajo la dirección de: Alain Rallet y André Torre, pp. 171-192. Paris, Economica. 1995.

Camagni, Roberto, *Espace et temps dans le concept de milieu innovateur,* en Économie industrielle et Économie spatiale. Bajo la dirección de: Alain Rallet y André Torre, pp. 191-210. Paris, Economica. 1995.

Craveri, Piero, *Angelo Costa,* en Dizionario biografico degli italiani, Roma, Instituo della Enciclopedia Italiana fondata da Giovanni Treccani, p. 144-162. 1984.

Lanzalaco, Luca. *Dall'impresa all'associazione. Le organizzazioni degli imprenditori: La CONFINDUSTRIA in prospettiva comparata.* Milán, Franco Angeli Libri s.r.l. 1990.

Tattara, Giuseppe y Volpe, Mario. *Las redes en los distritos industriales italianos: la Terza Italia,* en Nuevas tecnologías de información y comunicación. Los límites en la economía del conocimiento. Comp.: Boscherini Fabio, Novick Marta, Yoguel Gabriel, pp. 75-107. Buenos Aires, Miño y Dávila s.r.l. 2003.

Segrestin, Denis, *Sociologie de l'entreprise,* Paris, Armand Colin/Masson. 1996.