

Del núcleo familiar al modelo empresarial

por **Laura Gómez**

Laura Gómez

Licenciada en Comunicación Social. Docente de la FPyCS, UNLP. Asistente Pedagógica del Programa de Mejoramiento del Sistema Educativo (PROMSE) para las escuelas bonaerenses, programa del Ministerio de Educación de la Nación.

Han surgido de manera no planificada, impulsados por la mano del mercado, y hoy se los percibe como centros productivos en diferentes ramos. El 10 de junio pasado, en Roma, se renovó la *Federazione Distretti Italiani*. Este hecho se produce en un momento delicado, pero de pleno movimiento ya que en la actualidad económica y social del país sobrevuela una importante coyuntura y está presente la presión de mantener vivo el *Made in Italy*.

Al comienzo se trataba de simples embriones de industrialización, de producciones artesanales de carácter familiar que, paulatinamente, incrementaron la variedad de los bienes producidos, destinados a satisfacer la nueva tipología de consumo asociada al individuo y al hogar. Los empresarios, por otra parte, cuando percibieron la posibilidad de ampliación y diversificación del mercado para sus productos impulsaron la inversión y el aumento de la actividad industrial. Estos factores se extendieron más rápidamente

en la década del 80 y obtuvieron un ulterior impulso por los avances en los procesos de integración de la Unión Europea en los años 90. Las regiones del nordeste del país, que integran el llamado arco alpino, la macro región más rica y dinámica de Europa, a la que estos territorios están unidos por pertenencia geográfica y por la fuerte caracterización industrial, pudieron aprovechar este proceso de una manera particular.

Un modelo importado

El modelo de los Distritos Industriales encuentra su origen en Italia. Allí la actual estructura económica es resultado de una dinámica social centrada en el núcleo familiar –el 50 por ciento de las unidades productivas de pequeñas dimensiones pertenece a una sola familia– y además surge otra característica peculiar: la concentración geográfica.

Los distritos en sus orígenes se enmarcaron en una cuestión re-

lacionada con la supervivencia, el abastecimiento, o el resultado de las tradiciones y de los vínculos comerciales y productivos entre familias. Este modelo empresarial que se podría relacionar, en nuestro país, a lo que conocemos como PyMES, se caracteriza por grupos de pequeñas y medianas empresas interdependientes que operan en un área geográfica reducida. Una peculiaridad es la ausencia de una “cabeza directiva”. El sistema funciona al estilo de los antiguos “laboratorios” del Renacimiento, en los que se comparten valores, cultura e historia.

Este sistema es uno de los aspectos sobresalientes de la economía italiana, tanto así que los logros económicos y sociales hablan de un verdadero camino de

país hacia el desarrollo. Es importante remarcar que este espíritu corporativo crea un capital social que beneficia a toda la comunidad y al área geográfica en la que se encuentran insertos los distritos.

Estos se concentran principalmente en el norte del país. Según fuentes del Ministerio de Economía y Finanzas italiano, el número aproximado es de 200, lo que representa más del 80 por ciento del total de la industria manufacturera. La región con el número más alto de distritos es la Lombardia, mientras que la concentración más importante está en el área del nordeste.

En el transcurso de los años 80 y 90 se produjo un desplazamiento de la región del noroeste, tradicionalmente más desarrollada de

la península, hacia el nordeste, que ha registrado las más altas tasas de crecimiento de renta y de la producción superior. Sin embargo, estas tendencias positivas pueden encontrarse también en las zonas menos desarrolladas del sur.

Un club para crear identidad

Desde la organización no gubernamental Distretti, espacio que nuclea a los distritos productivos italianos, se expresa –mediante la publicación de su Manifiesto– que “los sistemas locales son el desarrollo de las distintas regiones del país”. Desde este espacio se llama a tener presente la relevancia de los procesos de desarrollo endógenos que se han dado en muchas

Características de los emprendimientos

por L.G.

El distrito constituye una entidad socio territorial caracterizada por una activa convivencia común, en un área territorial natural e históricamente determinada, de una comunidad de personas y de un conjunto de empresas industriales que operan en el marco de un sistema local de producción específico. Es así como el distrito constituye un entramado de personas, de un territorio y de empresas. El sistema local principal de pequeña empresa, que tiene su centro geográfico en el distrito, a menudo contribuye a su denominación; otros sistemas de producción pueden trabajar en el mismo espacio pero manteniendo una importancia secundaria.

Por ello, los Distritos Productivos poseen una estrecha vinculación con el territorio en el que se asientan; además existe una relación considerada estable entre productor y consumidor; sus producciones presentan un elevado valor agregado; poseen una

producción de beneficios con reducidos conflictos laborales y salarios promedios elevados y se considera que mantienen un desarrollo y crecimiento equilibrados que se extienden al conjunto total del territorio.

Este éxito se basa en algunos puntos clave a tener en cuenta:

- cultura del producto, con técnicas de elaboración que se van acumulando y traspasando a través del tiempo;
- homogeneidad política, social y cultural que se extiende a todo el territorio, abarcando a las mismas instituciones;
- mentalidad empresarial basada en la autonomía y en la libre iniciativa, asociada con una organización tal que mantienen diálogo permanente con el gobierno central;
- circulación rápida de la información y difusión de la innovación en un escenario caracterizado por la fuerte competencia.

áreas del país, a tal punto que la contribución de los mismos a la actividad económica nacional se estima que ronda del 20 al 25 por ciento del producto interno. Además es de destacar que su aporte a la cuota total de exportaciones de Italia trepa al 25 por ciento, llegando a superar este número.

Los sistemas locales italianos se caracterizan por ser una pluralidad de sectores y modos de organizar la producción, basados en la diversidad, y se presentan con fuerte personalidad asociada a pocos elementos como ser: la especiali-

zación del sector manufacturero, la división del trabajo en la empresa, el alto grado de emprendimientos y la compenetración entre vida social y económica.

En este marco, en 1944 fue creado el *Club dei distretti industriali*, para intentar dar respuesta a un vacío de representación de los intereses específicos de esta realidad económica. Entre las misiones de este club se encuentran: crear una red de comunicación entre operarios del distrito para favorecer el intercambio de información y de experiencias so-

bre problemas comunes; brindar mayor visibilidad al rol que desempeñan los distritos industriales dentro del sistema económico nacional; sostener los intereses de los distritos en el diálogo con el gobierno nacional y la Unión Europea; promover la búsqueda y estudio sobre los mismos.

Qué sucede en la provincia de Buenos Aires

En el plano local, la provincia de Buenos Aires está llevando adelante una política de **impul-**

Made in Italy

por **L.G.**

El concepto *Made in Italy*¹ es una de las bases del desarrollo industrial italiano y engloba diferentes grupos de ventajas competitivas que están interconectadas.

El primer grupo hace referencia a bienes de consumo durables para la persona como pueden ser los tejidos e indumentaria de varios tipos (pañuelos, *pulloveres*, calzados, artículos en cuero y piel, anteojos, joyas y artículos de regalos, entre otros); en tanto, el segundo grupo está constituido por artículos para la decoración de la casa (muebles de estilo, iluminación, pisos de cerámica, etc.). Finalmente, un tercer grupo –cuyo eje se encuentra en su valor de exportación– está constituido por productos mecánicos, excluidos los de la industria automotriz.

A su vez, los cuatro elementos que caracterizan *Made in Italy* son: la calidad de fabricación, la calidad de la materia prima utilizada, la innovación del producto y el diseño.

Este tipo de bienes es, en gran parte, generado en

los distritos industriales. Junto con los espacios históricos reconocidos en el rubro textil (Prato, Como y Biella), el de la cerámica (Sassuolo), están otros más pequeños que se especializan en determinados nichos de mercado como, por ejemplo, el distrito de Bergamo de los botones, o el de Vicenza de asientos para bicicleta.

Los elementos que unen las producciones típicas de consumo, los semielaborados y las máquinas para la producción son tres:

- 1) la circulación intensa del conocimiento productivo y comercial que se realiza especialmente debido a la característica de las concentraciones territoriales;
- 2) la germinación de pequeñas innovaciones en proceso y producto, y
- 3) la atención particular que prestan los productores –de bienes de consumo y de equipo– a las necesidades especiales del consumidor.

Notas

¹ Becattini, Giacomo. *Distretti industriali e Made in Italy*, Bollati Boringhieri, 1998, p. 117.

so de la asociatividad de empresas. Para ello se estimula a las pertenecientes al mismo rubro ya que, según sondeos, estas nuclean a 2.500 Micro Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMES) que ocupan a 34.000 personas.

El programa Distritos Productivos puesto en marcha desde el Ministerio de Asuntos Agrarios y de la Producción bonaerense promueve la asociatividad de PyMES del mismo rubro de actividad que se encuentran en una región determinada, por ejemplo: La Plata, Mar del Plata, Ba-

hía Blanca, Olavarría, 9 de Julio, entre otros.

En todos los casos, la provincia brinda asistencia técnica a los distritos productivos, compra máquinas y herramientas de última generación, tanto para capacitación standard como para su utilización común en Centros de Servicios locales por parte de las empresas que integran cada uno de ellos. A esto se suma el desarrollo conjunto de nuevos productos y servicios, la participación en eventos, rondas de negocios, misiones comerciales, exposiciones

y la articulación institucional a nivel nacional, provincial y local, en programas de capacitación y asistencia técnica, entre otros.

Fuentes consultadas

Subsecretaría de Medios - Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.

Portal *Distretti Italiani*

www.distretti.org

Diario *Il Corriere della Sera*

<http://www.corriere.it>

Ministerio de Economía y Finanzas Italiano

<http://www.finanze.gov.it>