"Il successo delle Pmi femminili. Il caso della Lombardia" - M. Azzola

19 ottobre 2014

Â

UNIVERSITÃ€ DEGLI STUDI DI BERGAMO FacoltÃ di Economia
- Corso di Laurea Specialistica in Management, Finanza e International Business
Classe n. 77 - International Business

Â

"IL SUCCESSO DELLE PMI FEMMINILI. Il caso della Lombardia"

Â

Relatore: Prof.ssa GIOVANNA DOSSENA

Tesi di Laurea Specialistica: MARINA AZZOLA

Â

ANNO ACCADEMICO: 2010/2011

Â

Introduzione

Questa tesi sviluppa delle riflessioni sulle dinamiche dellâ€™imprenditorialitÃ di genere, con unâ€™enfasi particolare su quella femminile, perchÃ© a partire dagli anni â€˜80 lâ€™imprenditrice inizia a lasciare la sua impronta sullâ€™impresa e sul benessere sociale.
La letteratura, quindi, ha proposto ipotesi teoriche e ricerche empiriche per ampliarne la comprensione, ma gli studi finora presentati riflettono meno del 10% di tutte le analisi sullâ€™imprenditorialitÃ e si concentrano per lo piÃ¹ sullâ€™area anglosassone. Gli obiettivi di questa tesi, pertanto, sono superare lâ€™attuale gap conoscitivo, capire quali sono i filoni di pensiero che prevalgono, proporre un quadro chiaro, completo e ben dettagliato sullâ€™imprenditorialitÃ femminile, dare una definizione del genere dellâ€™impresa ed analizzare la performance di un campione di imprese lombarde.

La review della letteratura ha permesso di riassumere quanto esposto dagli accademici. Le forze ambientali, sociali ed istituzionali sono i fattori che determinano i capitali umano, sociale e finanziario in possesso dellâ€™imprenditrice. Il capitale cognitivo considera i suoi aspetti personali, soggettivi e psicologici. Al contrario, il capitale relazionale rappresenta lâ€™insieme dei rapporti che lâ€™imprenditrice instaura con chi le sta attorno. Infine, il capitale finanziario, nonostante le barriere fronteggiate per accedervi, Ã¨ rappresentato da risparmi personali e dai prestiti di banche, istituti governativi ed investitori privati. Questi capitali insieme forniscono allâ€™imprenditrice lâ€™abilitÃ di definire le scelte strategiche in termini di business plan e di ambiziose growth intentions.

In particolare, la pianificazione strategica pone le basi per la performance dellâ€™impresa. Purtroppo, su questâ€™ultimo concetto la letteratura ha mostrato visioni contraddittorie: da un lato vi sono accademici che affermano

che la performance Ã¨ minore a causa di inferiori vendite; dallâ€™altro alcuni studiosi non hanno trovato alcuna evidenza. Pertanto, si Ã¨ portata avanti unâ€™analisi empirica ipotizzando che allâ€™aumentare del numero di donne ai vertici aziendali, la performance dellâ€™impresa diminuisce.

Â