

Capitale sociale e capitale intellettuale

Le organizzazioni costruiscono e mantengono il loro vantaggio attraverso interrelazioni dinamiche e complesse tra capitale sociale (rete di relazioni personali e collettive sviluppatesi nel tempo) e intellettuale (conoscenza e capacità conoscitiva di una collettività sociale, per esempio una organizzazione o un territorio).

Ruigrok (2000) sottolinea come il termine "internazionalizzazione" possa adeguatamente qualificare proprio il processo di apertura internazionale delle PMI, mentre con il termine "globalizzazione", sempre riferendosi al campo della piccola e media impresa, si possa fare riferimento alla crescente interdipendenza dei mercati internazionali, che in qualche modo influenza andamenti e comportamenti di queste imprese.

Se nei decenni scorsi è stata la grande impresa globale a costituire il cuore della discussione negli studi di international management, oggi uno spazio sempre crescente della stessa letteratura si occupa delle dinamiche che riguardano le piccole e medie imprese (Coviello, McAuley, 1999; Zucchella, Maccarini, 1999; Lu, Beamish, 2001; Caroli, Lipparini, 2002). Le prospettive di analisi ricadono prevalentemente nello studio di quei fattori capaci di facilitare od ostacolare lo sviluppo internazionale delle PMI.

In questo contesto il presente capitolo intende soffermarsi proprio sull'analisi dell'internazionalizzazione delle PMI, con l'obiettivo di tracciarne per quanto possibile i confini, a partire dagli sviluppi teorici e dalle nuove esperienze emergenti dalla pratica d'impresa.

Centrale nella riflessione è lo spostamento del focus, nella teoria e nella pratica, dalle variabili economiche quali primi e unici fattori in grado di spiegare esperienze di successo, a nuove determinanti, il capitale intellettuale e sociale in primo luogo, in grado di spiegare come l'impresa sia in grado di superare i limiti posti dalla piccola dimensione nell'apertura internazionale. Gli studi che si sviluppano nel solco tracciato dalla resource based view, e in particolare dalla network theory, costituiscono il riferimento primario, sottolineando la centralità delle esperienze e delle competenze presenti nell'impresa, e del sistema di relazioni nel quale questa si inserisce. La combinazione di capitale intellettuale e capitale sociale – con riferimento alle conoscenze, ai rapporti interni e alle relazioni che l'impresa costruisce a livello locale e istituzionale – risulta centrale e deve essere ricercata indipendentemente dai contesti internazionali nel quale l'impresa approda. Questi fattori costituiscono le leve strategiche per i percorsi di sviluppo delle imprese e quindi anche per le scelte di internazionalizzazione.

9.2 Teorie e modelli di internazionalizzazione delle PMI

A partire da una prospettiva molto generale, l'internazionalizzazione può essere definita come l'espansione geografica delle attività economiche di un'impresa oltre i confini nazionali del Paese nel quale questa è nata e ha operato dalla nascita, un'espansione, dunque, oltre il mercato domestico (Ruzzier, Hisrich, Antončič, 2006). Sono identificabili casi in cui il concetto di internazionalizzazione e quello di crescita delle imprese sono stati considerati come strettamente correlati e talvolta sovrapponibili (Buckley, Ghauri, 1993). È indubbio, infatti, come buona parte delle strategie di crescita delle imprese non possa prescindere dall'apertura a nuovi mercati. Tuttavia, in questo capitolo, per internazionalizzazione intendiamo il processo di crescita che implica il trasferimento o il sourcing di servizi o risorse al di fuori dei confini nazionali (Dana, Welppe, Ratten, 2008).

Focalizzando l'attenzione su alcune definizioni (Tabella 9.1) che sono state sviluppate per delineare i confini del concetto, è possibile evidenziare i diversi punti di vista da cui il fenomeno è stato studiato. La rassegna, organizzata in base al focus intorno a cui le teorie si sviluppano, mostra il passaggio da una definizione di internazionalizzazione in termini di attività internazionali intraprese dall'azienda a un'attenzione alle risorse necessarie all'apertura internazionale, nonché alla rete di relazioni interne ed esterne costruita per intraprendere il processo.

A partire dall'iniziale focus sulle attività internazionali, il processo di internazionalizzazione è definito come crescente coinvolgimento dell'impresa in attività su scala internazionale (Luostarinen 1979; Johanson, Mattson, 1993) ed è studiato principalmente con l'approccio riservato alla gestione delle attività e all'analisi di mercato.

La definizione di internazionalizzazione come processo cumulativo si riferisce comunque al coinvolgimento dell'impresa in attività su scala internazionale, che avviene attraverso un processo graduale costituito dalla successione di diverse fasi di crescente