

Poloni Alessandra

Matricola:1001576

Titolo Tesi: Csv e EdC: modelli per uno sviluppo sostenibile dei mercati emergenti

Relatore: Gianpaolo Baronchelli

Anno Scolastico:2011/2012

La tesi prende spunto dalla considerazione di Jansson H. (2007) secondo cui un business per rivelarsi sostenibile nel tempo deve essere in grado di generare tre tipi di valore: valore economico, sociale ed 'ambientale'.

La creazione di valore sociale si è rivelata una tematica attuale al centro di due modelli teorici recenti: 'Creating Shared Value' ed 'Economia di Comunione'. Il primo modello teorico è stato ideato da Porter M. e Kramer M. e suggerisce la promozione di politiche ed operazioni pratiche che permettano di migliorare la competitività aziendale e, al contempo, di far avanzare le condizioni economiche e sociali nelle comunità in cui si opera. Il secondo modello teorico è stato ideato da Chiara Lubich ed invita all'istituzione di un mercato premiante le innovazioni e promuovente il primato della persona. Entrambi i modelli invitano le imprese ad una conversione culturale, ad un cambiamento che implichi la valorizzazione dell'individuo in quanto tale ed il riconoscimento della sua conoscenza tacita quale risorsa preziosa all'interno dell'azienda. Comune a queste teorie è l'invito alla collaborazione e alla valorizzazione del contesto comunitario quale premessa per la risoluzione delle problematiche sociali. L'impegno congiunto di attori istituzionali, comunitari e privati permetterebbe l'ottenimento di risultati altrimenti non raggiungibili; l'interesse personale andrebbe nel lungo termine a coincidere con quello comunitario.

Questi modelli hanno mostrato la loro particolare efficacia nell'approccio alle realtà emergenti in cui è necessaria un'azione proattiva delle imprese occidentali per lo sviluppo del paese ed in cui la creazione di rapporti personali ed il rispetto per la cultura ed i valori locali paiono essere la chiave d'ingresso e di successo. Nell'approcciarsi a queste realtà, le imprese sono invitate ad evitare l'imposizione di business model occidentali e a partire dall'identificazione dei bisogni effettivi dei consumatori (reali e potenziali) all'interno del loro contesto culturale e delle loro abitudini giornaliere.

La tesi ha focalizzato il proprio sguardo sull'India quale realtà emergente da prendere in considerazione nell'internazionalizzazione delle imprese occidentali. L'India si è dimostrata essere al contempo paese caratterizzato da molteplici problematiche sociali da tenere in considerazione e sorgente di innovazioni e di idee non ancora esplorate. Forti disuguaglianze caratterizzano diversi aspetti della realtà indiana, dal sistema educativo a quello economico. Il sistema delle caste, per quanto ufficialmente abolito, detiene ancora una forte influenza sullo stile di vita delle persone e la corruzione sembra caratterizzare sia il sistema politico che il settore giurisdizionale che i settori di rilevanza cruciale per lo sviluppo dell'economia. Vengono riscontrate numerose inefficienze nel sistema educativo, in quello finanziario, in quello sanitario e in quello agricolo. La povertà dilagante richiede celeri risposte ed un impegno attivo su più fronti per essere superata. Notevole è l'impegno attuale di molte imprese multinazionali che, seguendo la filosofia proposta da Porter M. e Kramer M., sono state in grado di partire dalla constatazione di queste problematiche e dalla valutazione delle proprie abilità per promuovere attività in grado di indurre lo sviluppo sociale ed essere fonte di profitto e di nuovi mercati per le stesse.

La tesi conclude il proprio excursus con la presentazione di Comelit Group Spa, un'azienda locale attiva nel settore della videocitofonia, della videosorveglianza, delle TV a circuito chiuso e dell'automazione domestica. Partendo da una valutazione dei punti forza dell'azienda e dalla considerazione di eventuali ostacoli nell'ingresso al mercato indiano, viene delineata una proposta, una modalità d'approccio secondo le indicazioni dei modelli di CSV ed EdC.