

Negli ultimi anni, le donne sono state protagoniste di un fenomeno economico e sociale che ha notevolmente cambiato il contesto lavorativo: l'assunzione in prima persona del ruolo di imprenditrici. Una tendenza, questa, che ha coinvolto sia i Paesi occidentali, sia quelli in via di sviluppo, acquisendo una rilevanza sempre maggiore.

L'esperienza dell'imprenditoria femminile, caratterizzata da un approccio "a rete" (networking approach), è contraddistinta dalla tendenza delle donne a integrare la dimensione lavorativo-professionale con quella privata e familiare e, da questo punto di vista, si riscontrano profonde differenze rispetto all'atteggiamento degli imprenditori, più orientati alla separazione tra le varie sfere della propria vita.

Il capitale relazionale, importante intangibile aziendale si configura, nelle imprese femminili, come l'insieme di relazioni formali o informali, temporanee o permanenti, che fanno capo alla donna imprenditrice e che possono facilitarla nell'accesso a risorse fondamentali per l'andamento dell'azienda.

Il presente lavoro, estendendo all'esperienza dell'imprenditoria femminile le ricerche esistenti sul capitale relazionale, intende approfondirne il ruolo nella fase di start-up, cercando di identificare il contributo che le relazioni costruite apportano all'impresa e il loro impatto rispetto alle opportunità di successo.

Si ritiene, infatti, che le relazioni costruite dalla donna imprenditrice in questa fase rispondano a specifici bisogni, il cui soddisfacimento è indispensabile per il buon esito dell'iniziativa imprenditoriale.

L'indagine ha pertanto la finalità di consentire l'individuazione della natura dei bisogni prevalentemente manifestati dalle imprenditrici e di indagare sulle modalità con cui gli stessi vengono soddisfatti, anche allo scopo di scegliere eventuali alternative più efficaci.

*Paola Paoloni* è ricercatrice di Economia aziendale nella Facoltà di Economia dell'Università Telematica delle Scienze Umane "Niccolò Cusano" di Roma dove insegna Economia Aziendale ed Economia delle Aziende e delle Amministrazioni Pubbliche.

365.855

**P. Paoloni**  
**LA DIMENSIONE RELAZIONALE  
DELLE IMPRESE FEMMINILI**



**Paola Paoloni**

## **LA DIMENSIONE RELAZIONALE DELLE IMPRESE FEMMINILI**

**FrancoAngeli**

**Facoltà di Economia  
dell'Università Telematica delle  
Scienze Umane "Niccolò Cusano"**

 **FrancoAngeli**  
La passione per le conoscenze

€ 35,00 (U)

ISBN 978-88-568-3653-0



9 788856 836530

**Paola Paoloni**

**LA DIMENSIONE  
RELAZIONALE DELLE  
IMPRESE FEMMINILI**

*Facoltà di Economia  
dell'Università Telematica delle  
Scienze Umane "Niccolò Cusano"*

**FrancoAngeli**