



NUMERO DI
PROGETTO: 101052145

TRAINING

MANUAL

(Prima parte)

Indice

- 1. Presentazione** del progetto
- 2. Seminario internazionale al Cairo**
- 3. Imprenditorialità sociale tra i giovani della regione mediterranea**
 - 3.1. Aspetti metodologici**
 - 3.2. Risultati diagnostici quantitativi**
 - 3.2.1. Spagna**
 - 3.2.2. Italia**
 - 3.2.3. Grecia**
 - 3.2.4. Egitto**
 - 3.2.5. Giordania**
 - 3.2.6. Tunisia**
 - 3.2.7. Analisi globale e comparativa**
 - 3.3. Risultati della diagnosi qualitativa**
 - 3.3.1. Definizione condivisa sul "giovane imprenditore sociale"**
 - 3.3.2. Limiti dell'imprenditorialità sociale tra i giovani**
 - 3.3.3. Strategie per superare le limitazioni**
 - 3.4. Discussione e conclusioni**
- 4. Risorse per la diagnosi dell'imprenditorialità sociale tra i giovani**
 - 4.1. Indice di autovalutazione delle competenze di imprenditorialità sociale tra i giovani**
 - 4.2. Proposta metodologica per l'identificazione e l'analisi delle buone pratiche di promozione dell'imprenditorialità sociale tra i giovani**
 - 4.2.1. Linee guida generali**
 - 4.2.2. Processo di raccolta delle iniziative**
- 5. Bibliografia**
- 6. Siti web**

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

1. Presentazione del progetto

"**EYES: Entrecomp to create Youth Employability and Social Values**" è un progetto di 24 mesi che coinvolge sei Paesi dell'UE e del Mediterraneo meridionale. Si basa su una serie di considerazioni relative ai giovani e alle sfide della società durante la pandemia. Inoltre, l'idea del progetto è quella di lavorare insieme per la ricostruzione e un nuovo inizio.

Il nostro progetto mira a sfruttare il potenziale dell'imprenditoria sociale e il suo fascino per le nuove generazioni, includendo un approccio allo youth work, per fornire una risposta alla carriera dei giovani e la possibilità di rispondere contemporaneamente alle sfide della società.

Con EYES vogliamo fornire alle ONG e agli operatori giovanili gli strumenti per promuovere ed educare i giovani all'imprenditorialità sociale e alla crescita sostenibile.

Il consorzio combinerà le pratiche imprenditoriali, l'approccio allo youth work e la metodologia dell'educazione non formale per fornire un insieme di competenze utili a costruire il loro progetto di imprenditorialità sociale. Analizzeremo il concetto di imprenditorialità sociale, in particolare tre aspetti:

- Competenze necessarie per creare un'iniziativa imprenditoriale con un impatto sociale, sulla base di ENTRECOMP
- Modelli per le idee imprenditoriali, in particolare il modello CANVAS applicato all'impresa sociale
- Diversi aspetti dell'impatto sociale legati agli SDGs

1.1. Obiettivi

I nostri obiettivi specifici sono:

- Mappare le esigenze, le idee, gli strumenti e le buone pratiche relative all'imprenditoria sociale dei Paesi del Mediterraneo e dell'UE.
- Sviluppare nuovi modelli educativi per fornire le competenze e le conoscenze necessarie ai giovani per sviluppare imprese sociali e agli attivisti e operatori giovanili per agire come moltiplicatori.
- Sostenere la creazione di reti intersettoriali locali e online che lavorino per la creazione di nuove iniziative imprenditoriali di impatto sociale.
- Rafforzare la cooperazione euromediterranea per fornire risposte alle sfide comuni dei giovani, come la disoccupazione, la migrazione e la ricostruzione post-covida.

1.2. I partner del progetto EYES sono:

- **Associazione TDM 2000**, Italia. (Coordinatore)

- **Istituto per lo sviluppo dell'imprenditorialità, IED**, Grecia.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

- **Fundación Xul**, Spagna.
- **SEEDS**, Giordania.
- **Have a Dream**, Egitto.
- **Les Scouts Tunisiens**, LST, Tunisia.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

2. Seminario internazionale al Cairo

Il seminario internazionale si è tenuto al Cairo, in Egitto, dal 27 gennaio al 2 febbraio.

Il seminario è stato strutturato in due parti principali. In primo luogo, sono stati presentati e discussi i principali risultati dello studio esplorativo sulla realtà dell'imprenditoria sociale tra i giovani, condotto nel contesto di questo progetto. Una presentazione sistematica di questi risultati viene sviluppata nella sezione successiva.

Nella seconda fase del progetto è stata organizzata la progettazione e la realizzazione di un itinerario formativo sull'imprenditoria sociale per i giovani. Questi materiali sono disponibili nella seconda parte di questo manuale.

Al seminario hanno partecipato 20 persone provenienti da tutti i Paesi partner, tra cui imprenditori sociali, operatori giovanili, volontari, formatori e persone interessate all'imprenditoria sociale.

Durante il seminario si è discusso del contesto nazionale dell'imprenditoria sociale e delle migliori pratiche dei Paesi partner. Un archivio di queste buone pratiche è disponibile nell'Appendice III del presente documento.



Le presentazioni create per questa discussione hanno fornito approfondimenti sul lavoro, l'organizzazione e le strutture dell'imprenditoria sociale, oltre a menzionare i vantaggi e gli svantaggi e a identificare le opportunità e le sfide che ciascun Paese deve affrontare.

Inoltre, i partecipanti hanno visitato l'impresa sociale locale "[Startup Haus Cairo, by enpact](#)", nel centro del Cairo, dove il community manager ha accolto tutti i partecipanti dando loro informazioni sulle strutture, il supporto e le attività offerte. Hanno discusso le sfide attuali e i passi da prendere in considerazione prima di

avviare un'impresa sociale, fornendo suggerimenti e trucchi e rispondendo alle domande dei partecipanti, il che ha rappresentato una grande opportunità per passare dal lato teorico a quello pratico e coinvolgente del mondo.

L'ultimo giorno del seminario, le sessioni e i workshop hanno affrontato principalmente i piani futuri e i passi successivi del progetto, attraverso sottogruppi che hanno lavorato sui seguenti argomenti di follow-up:

- Idee di impresa non sociale
- Nuovi progetti di cooperazione internazionale/educazione dei giovani

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

- Linee guida per la fase successiva del progetto

I partecipanti sono stati pienamente coinvolti nelle attività e hanno mostrato grande interesse, dichiarando alti livelli di soddisfazione per l'implementazione e sono stati felici di condividere i loro pensieri e punti di vista sulle prossime fasi del programma. Per quanto riguarda i loro commenti sul seminario, tutti sono stati positivi e hanno espresso un alto livello di soddisfazione.



Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

3. Imprenditorialità sociale tra i giovani della regione mediterranea

3.1. Aspetti metodologici

L'obiettivo principale a cui questo blocco intende rispondere è quello di fornire una visione approfondita della situazione attuale e dello stato dell'arte dell'imprenditoria sociale e del suo legame con i giovani dei Paesi partecipanti al progetto.

Il raggiungimento di questo obiettivo si articolerebbe intorno a due processi di raccolta e sistematizzazione delle informazioni: a) uno studio empirico, di concezione mista, il cui scopo era quello di identificare e analizzare la percezione che i diversi gruppi target hanno dell'imprenditore sociale (le sue caratteristiche principali), i bisogni dei gruppi target in termini di competenze necessarie e di strumenti di formazione per creare il proprio progetto di imprenditorialità sociale, così come gli elementi contestuali che mediano le loro traiettorie di successo; b) uno studio di gabinetto, orientato principalmente a identificare e sistematizzare le buone pratiche presenti nelle diverse reti nazionali dei Paesi partecipanti.

Lo studio empirico è stato condotto utilizzando un disegno misto, combinando:

- La realizzazione di un sondaggio online esplorativo e autosomministrato, con un disegno del campione di natura strutturale (quattro tipi di destinatari: giovani interessati all'imprenditoria sociale, operatori giovanili, responsabili politici e imprenditori sociali) e una selezione del campione per convenienza casuale per Paesi.

Di seguito è riportata una tabella riassuntiva dei dati di partecipazione all'indagine:
Tabella 1: Tabella riassuntiva della partecipazione al sondaggio.

	EGITTO	SPAGNA	GRECIA	ITALIA	GIORDAN O	TUNISIA	Totale
Uomini	10	6	7	7	10	22	62
Donne	9	13	14	13	10	15	74
Totale	19	19	21	20	20	37	136

L'indagine è strutturata in sette blocchi: Cinque di questi corrispondono alle diverse dimensioni identificate con l'imprenditore sociale (attitudini personali, leadership, cambiamento sociale, innovazione sociale, valore sociale e gestione imprenditoriale), a cui vanno aggiunti altri due blocchi. Uno, il cui obiettivo era esplorare la familiarità del rispondente all'indagine con il campo dell'imprenditorialità, e un altro che pretendeva di esplorare la percezione che i potenziali utenti avevano su quale fosse l'ambiente metodologico migliore per lavorare le diverse competenze associate all'imprenditorialità sociale. L'indagine è stata integrata da un panel dedicato alla raccolta di informazioni sociodemografiche, per poter cercare interpretazioni strutturali dei risultati.

Con i dati ottenuti nell'indagine, sono stati effettuati tre tipi di analisi: un'analisi descrittiva, un'analisi bivariata di natura correlazionale e un'analisi multivariata utilizzando la regressione logistica binaria. L'analisi è stata condotta utilizzando il pacchetto SPSSv25.

- Un gruppo di discussione il cui obiettivo era identificare e analizzare la costruzione discorsiva fatta dai diversi attori con responsabilità nel campo della gioventù al binomio "gioventù - imprenditorialità sociale", con particolare attenzione alle difficoltà associate al gruppo stesso, nonché alle possibili soluzioni.

Il disegno del campione è stato realizzato secondo una prospettiva strutturale, tenendo conto dei diversi profili dei gruppi di interesse. La selezione è stata effettuata intenzionalmente.

Per lo sviluppo del gruppo di discussione sono state prese in considerazione tre dimensioni problematiche: a) la definizione condivisa sul "giovane imprenditore sociale"; b) i limiti dell'imprenditorialità sociale tra i giovani e c) le strategie per superare i limiti.

Il contenuto dei gruppi di discussione è stato trascritto verbatim e analizzato con [ATLAS.ti](#), un programma che applica il metodo dei confronti costanti.

Per una conoscenza più approfondita dello studio sulle buone pratiche, si rimanda alla sezione 4.2. del presente documento.

3.2. Risultati diagnostici quantitativi

3.2.1. Spagna

a) Descrizione sociodemografica

In seguito, effettueremo una caratterizzazione sociodemografica del campione che ha partecipato all'indagine dello Stato spagnolo.

In primo luogo, va detto che l'età media dei partecipanti è di 24,6 anni, con una deviazione di 7,2 anni. Il campione è composto per il 68% da donne, contro il 32% di uomini.

L'età media ci aiuta a interpretare i dati che seguono. Nel campione prevalgono quasi in modo simmetrico ed egemonico i soggetti che stanno per completare gli studi post-obbligatorie o che li hanno già completati. Come dato residuale, vengono presentati i soggetti che hanno completato solo gli studi obbligatori, il che rimanda alla dinamica della scolarizzazione nello Stato spagnolo.

I dati sull'età ci aiutano anche a capire la situazione di occupabilità del campione, che si trova in una situazione di disoccupazione del 70%. Dobbiamo considerare che, in generale, gli studenti degli studi post-obbligatorie in Spagna sono di solito a tempo pieno, il che ritarda il loro inserimento nel mercato del lavoro; inoltre, questo settore della popolazione presenta di solito uno dei più alti tassi di disoccupazione una volta terminati gli studi.

Tra coloro che sono in una situazione lavorativa attiva, il 60% è legato ad attività economiche o imprenditoriali di interesse pubblico, in cui prevalgono le attività sociali con il 34% rispetto al 33% delle attività ambientali. Questo gruppo di persone potrebbe essere collegato al gruppo target degli imprenditori sociali.

Una questione particolarmente significativa e preoccupante è il fatto che tutti i soggetti legati a un'attività professionale sviluppata in spazi di interesse pubblico sono uomini, il che ci rimanda direttamente a un'iper-mascolinizzazione di questo settore.

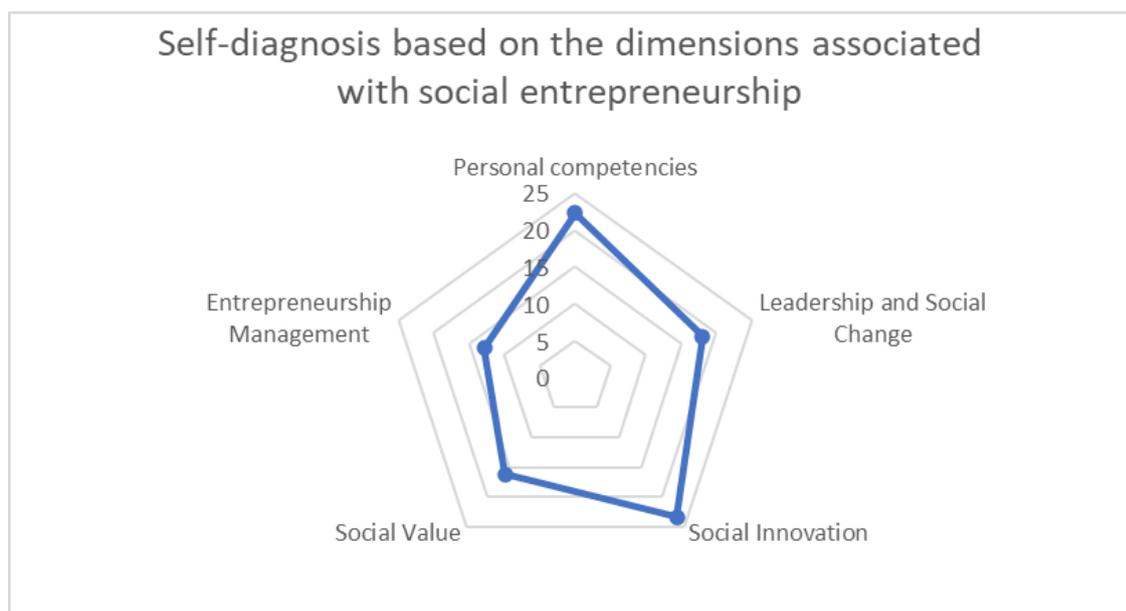
b) Familiarizzazione con l'imprenditoria sociale

Se utilizziamo come indicatore di familiarità con l'imprenditoria sociale il fatto di aver svolto qualche precedente attività di formazione in questo ambito, vedremo che la maggior parte dei partecipanti all'indagine della quota spagnola (93%) non ha avuto alcun tipo di formazione ed esperienza in questo senso, quindi il rapporto con questo settore di attività avviene principalmente da una percezione esterna o già direttamente quando si inizia a lavorare in questo tipo di attività.

Tuttavia, nonostante la loro scarsa partecipazione alle attività di formazione in questo campo, il genere principale che le svolge è quello maschile (60% dei soggetti che hanno svolto formazione), il che continua a rimandare al carattere fortemente mascolinizzato di questo settore di attività.

c) Autodiagnosi delle competenze in materia di imprenditoria sociale

Nel grafico seguente, si possono vedere i risultati medi dell'indice di autovalutazione delle competenze associate all'imprenditorialità sociale. Come si può notare, vi è una distribuzione relativamente simmetrica tra le diverse competenze (considerando i punteggi in termini assoluti), ma in cui si individua un maggiore deficit delle competenze associate alla gestione dell'imprenditorialità e alla capacità di generare valore sociale.



Sebbene in tutti i parametri si ottenga il punteggio minimo per essere considerati competenti nel campo dell'imprenditoria sociale, più della metà del campione non ha questa percezione di sé, il che può essere legato a un sovradimensionamento dell'importanza percepita delle competenze tecniche di gestione.

3.2.2. Italia

a) Descrizione sociodemografica

Per quanto riguarda il campione italiano, troviamo che è composto da un gruppo a maggioranza femminile, in cui l'età media è di 24,6 anni (essendo il Paese con la minore variabilità nei dati).

Rispetto al campione spagnolo, la composizione del campione italiano è polarizzata tra soggetti che hanno completato gli studi obbligatori e quelli che hanno completato gli studi post-obbligatori (questi ultimi prevalgono per l'80%). Tuttavia, i dati sull'occupabilità sono molto simili a quelli del caso spagnolo, il che si spiega con il fatto che i due paesi condividono molte caratteristiche in termini di configurazione del mercato del lavoro.

Il 100% del soggetto che viene impiegato, si colloca nel campo dell'interesse pubblico, il che rimanda alla massiccia partecipazione di imprenditori sociali in questo gruppo che, come nel caso precedente, è fortemente mascolinizzato, anche se è possibile trovare una timida rappresentanza (20%) di donne.

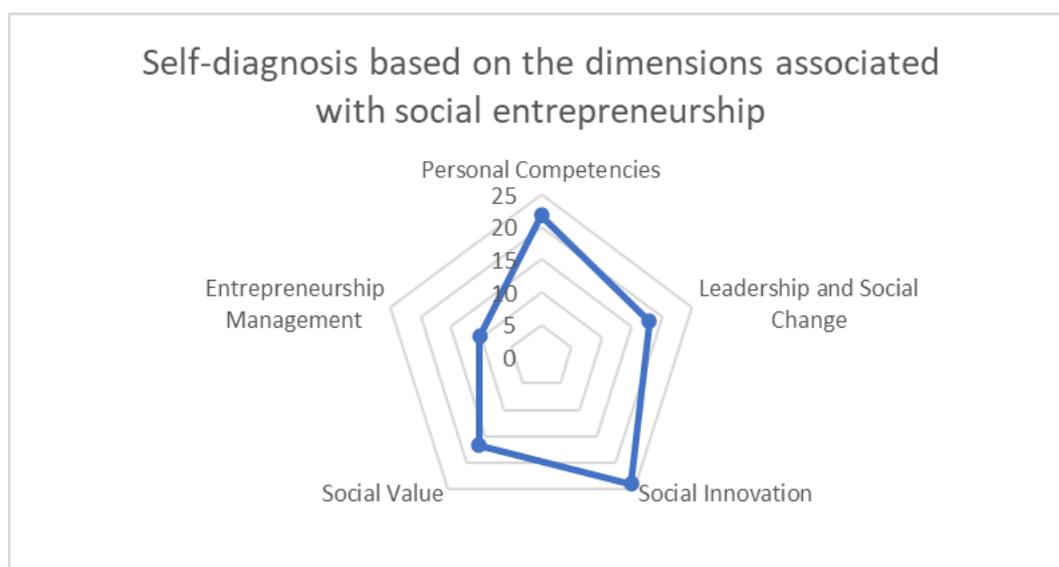
L'ambito di attività in cui questi soggetti sono impiegati è interamente orientato al sociale.

b) Familiarizzazione con l'imprenditoria sociale

Le caratteristiche descritte nel caso spagnolo riguardo al livello di familiarizzazione del campione con il settore dell'imprenditoria sociale potrebbero essere applicate anche al caso italiano, con lievi variazioni (76% di no e 24% di "sì").

c) Autodiagnosi delle competenze in materia di imprenditoria sociale

I risultati ottenuti dall'autodiagnosi delle competenze relative al campo dell'imprenditoria sociale ci mostrano che, in questo caso, nelle competenze associate alla gestione imprenditoriale non si raggiungono i valori minimi per identificare un livello sufficiente di competenza. La dimensione in cui si evidenzia la migliore competenza è l'innovazione sociale, un tema che abbiamo già riscontrato nel caso della Spagna.



L'autovalutazione delle competenze si proietta in una maggiore percezione della possibilità di agire correttamente in un progetto di imprenditoria sociale per quanto riguarda il caso della Spagna, raggiungendo valori del 70% di coloro che affermano di essere in grado di agire efficacemente in questo ambito.

3.2.3. Grecia

a) Descrizione sociodemografica

Il campione di partecipanti dello Stato greco è caratterizzato da un'età media di 30,4 anni (insieme alla Giordania i due Paesi con l'età media più alta), e in cui si registra un'inversione della partecipazione di genere rispetto agli ultimi casi (nel caso greco, il 67% dei soggetti partecipanti sono donne).

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Come nel caso italiano, anche in Grecia prevale il soggetto con studi post-obbligatorî completati, ma a differenza dei casi precedenti, vi è una maggiore presenza di soggetti con studi post-obbligatorî completati e non completati. Tuttavia, si conferma la tendenza dei Paesi europei con una presenza nulla di soggetti che non hanno completato il periodo di scolarizzazione di base.

La Grecia rappresenta anche un'inversione di tendenza rispetto ai Paesi precedenti per quanto riguarda gli indici di occupabilità, presentando un tasso di disoccupazione di solo il 24%.

Come nei casi precedenti, lo spazio di occupabilità è quello del pubblico interesse, soprattutto sociale (ma emerge anche la presenza di settori ambientali e di altro tipo, rispettivamente con il 13% e il 20%). In questo caso, e seguendo la dinamica dirompente proposta dalla Grecia, il campione di soggetti occupati è prevalentemente femminile.

b) Familiarizzazione con l'imprenditoria sociale

Per quanto riguarda le precedenti esperienze di formazione all'imprenditorialità sociale, abbiamo riscontrato che i valori in Grecia sono prevalentemente affermativi (il 62% del campione ha svolto attività di formazione in questo campo), essendo soprattutto le donne (69%) quelle che hanno avuto questo tipo di esperienza.

c) Autodiagnosi delle competenze in materia di imprenditorialità sociale

Se consideriamo i risultati medi ottenuti nell'autovalutazione delle competenze, vedremo che migliorano notevolmente rispetto ai risultati ottenuti nei Paesi analizzati in precedenza, ma ciò non rafforza l'autopercezione del livello di competenze per affrontare progetti di imprenditoria sociale. Solo poco più della metà del campione ritiene di avere competenze sufficienti per affrontare un progetto di imprenditoria sociale.

3.2.4. Egitto

a) Descrizione sociodemografica

Il campione considerato in Egitto si caratterizza per essere leggermente più femminile (57% del campione), con un'età media di circa 24,74 anni, e in cui prevalgono i soggetti con studi post-obbligatorî completati (75%) e con studi obbligatorî completati (25%).

La situazione occupazionale di questo campione è notevolmente più elevata rispetto ai Paesi del Nord Mediterraneo precedentemente considerati (ad eccezione della Grecia, il 74% degli intervistati è occupato e il mercato del lavoro è per lo più di interesse pubblico).

Come nel caso della Spagna e dell'Italia, troviamo che l'occupabilità è una questione fortemente dominata dagli uomini, anche se in proporzione minore rispetto ai Paesi precedentemente citati (il 42% delle persone attualmente occupate sono donne), e

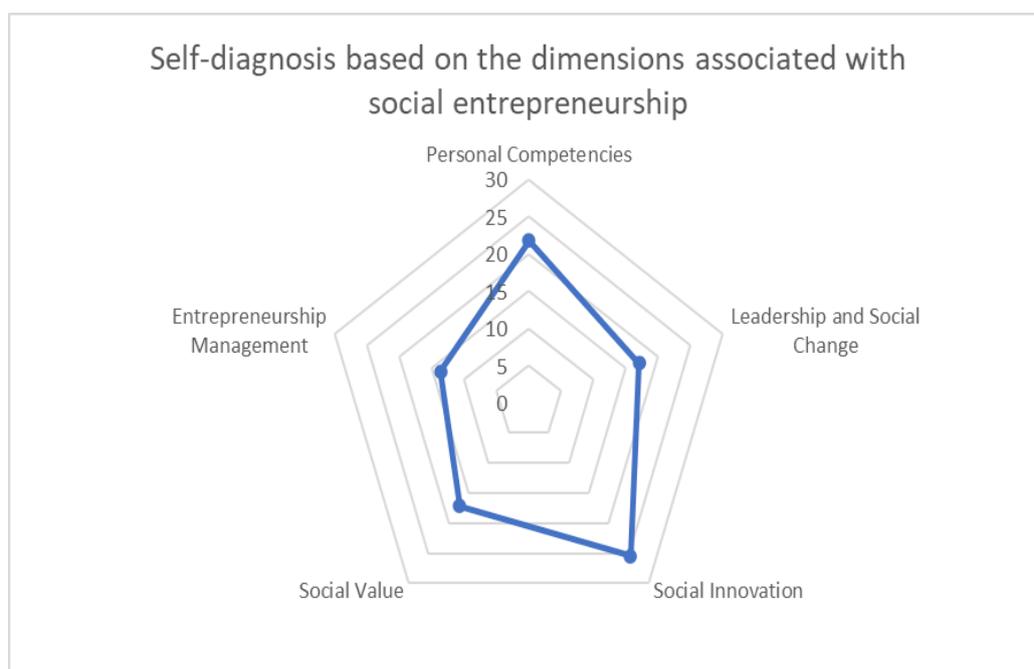
mentre il settore sociale predomina come ambito di lavoro, è possibile trovare anche individui che lavorano nel settore ambientale (29%) e in un altro tipo di aree (7%).

b) Familiarizzazione con l'imprenditoria sociale

Il campione fornito dall'Egitto presenta cifre uguali per quanto riguarda la precedente familiarità con questo settore attraverso attività di formazione (il 53% del campione ha svolto qualche attività in questo campo), e possiamo trovare una rappresentazione simmetrica tra uomini e donne nella partecipazione a tali attività.

c) Autodiagnosi delle competenze in materia di imprenditoria sociale

Per quanto riguarda i risultati dell'autovalutazione, troviamo risultati molto simili ai casi precedenti, in cui la gestione dell'imprenditorialità e la creazione di valore sociale sono le dimensioni con il minor sviluppo, sebbene raggiungano i valori minimi desiderati per una valutazione positiva.



Le valutazioni autodiagnostiche si proiettano in una percezione per lo più positiva (84%) sulla possibilità di fare impresa sociale in questo momento.

3.2.5. Giordania

a) Descrizione sociodemografica

Nel caso della Giordania, troviamo il campione più anziano, con un'età di circa 32 anni e un'equa distribuzione per genere. Se prendiamo in considerazione il livello di istruzione, troviamo che

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

tutto il campione ha completato gli studi post-obbligatori, il che si è tradotto in un tasso di occupazione assoluto per il campione.

A differenza degli esempi precedenti, nel caso della Giordania, troviamo che il mercato del lavoro non è dominato dai settori di interesse pubblico, ma c'è una presenza significativa (50%) di individui che lavorano in altri settori di attività. Tra coloro che lavorano nel settore di interesse pubblico, il 78% lavora in attività del settore sociale.

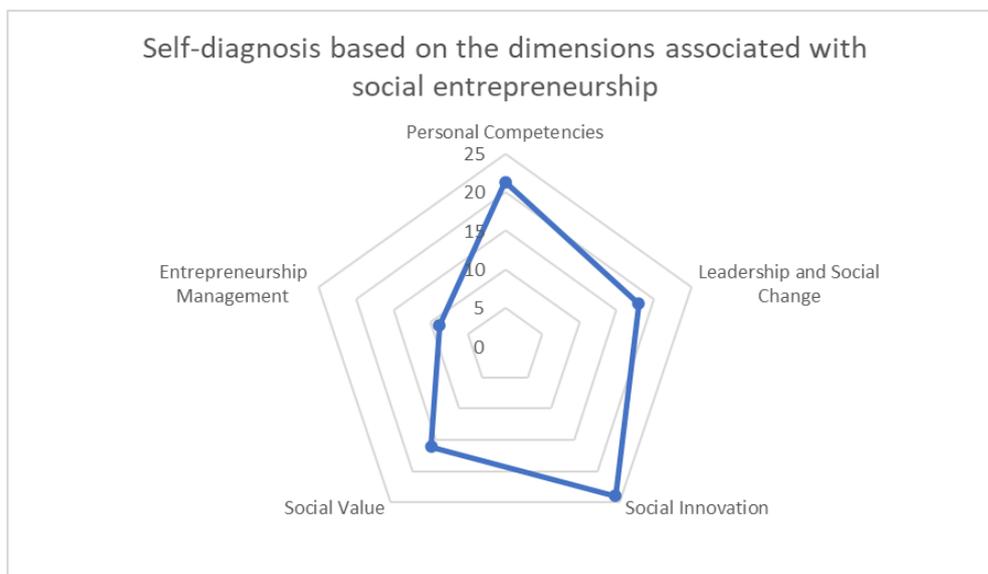
Infine, è importante sottolineare che l'attività professionale nel settore del pubblico interesse è occupata in misura minore dalle donne (56% del totale degli occupati).

b) Familiarizzazione con l'imprenditoria sociale

In Giordania si osserva la tendenza già riscontrata nei Paesi precedenti, dove non c'è stato alcun contatto precedente con l'imprenditoria sociale attraverso attività di formazione (solo il 38% degli intervistati in Giordania ha sviluppato un qualsiasi tipo di attività di questo tipo), anche se c'è un'equa distribuzione tra uomini e donne per quanto riguarda lo svolgimento di questo tipo di attività.

c) Autodiagnosi delle competenze in materia di imprenditoria sociale

Per quanto riguarda i risultati ottenuti nell'autovalutazione delle competenze, l'aspetto più rilevante è che la Giordania è il Paese con i valori più bassi in termini di competenze di gestione dell'imprenditorialità, ma questo non si traduce eccessivamente in una percezione negativa sulla possibilità di fare impresa. Come si può vedere nel grafico, almeno il 40% degli intervistati in Giordania ritiene di poter svolgere un'efficace attività imprenditoriale sociale in questo momento.



3.2.6. Tunisia

a) Descrizione socio-demografica

Il campione dei partecipanti all'indagine in Tunisia si caratterizza per avere un'età media di 26,57 anni, essere prevalentemente femminile (65%), aver completato gli studi post-obbligatori (solo il 13% del campione non ha raggiunto questo livello accademico) e avere un indice di occupazione lavorativa del 45%.

Il livello di occupabilità nei settori sociali o di interesse pubblico è molto simile a quello di altri Paesi della costa meridionale del Mediterraneo, sebbene sia caratterizzato da una presenza prevalentemente maschile (75%) in questi settori.

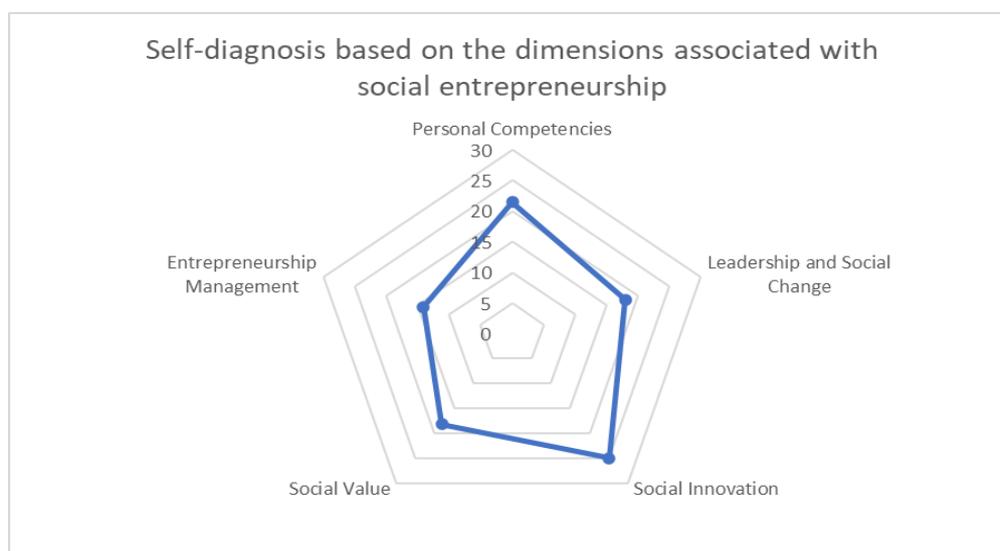
La distribuzione per temi delle aree di lavoro in cui sono impegnati è molto simile a quanto già indicato per altri Paesi come la Giordania (l'occupabilità in attività a orientamento sociale prevale con il 73%, seguita da sostenibilità e attività ambientali con il 18% e altre attività con il 9%).

b) Familiarizzazione con l'imprenditoria sociale

In termini di familiarità precedente con il settore dell'imprenditoria sociale, scopriamo che poco meno della metà (49%) ha seguito un qualche tipo di formazione, con una maggioranza di interesse da parte degli uomini (il 72% di coloro che hanno partecipato ad attività di formazione sono uomini).

c) Autodiagnosi delle competenze in materia di imprenditorialità sociale

Per concludere con l'analisi Paese per Paese, è necessario sottolineare che la Tunisia segue la tendenza già individuata in altri casi, dove l'innovazione sociale è la dimensione con i migliori risultati nell'autovalutazione, mentre le competenze associate alla gestione dell'imprenditorialità e alla generazione di valore sociale ottengono i punteggi più bassi.



I risultati dell'autovalutazione mostrano una percezione negativa della possibilità di svolgere attività di imprenditoria sociale, con l'84% della popolazione che ha questa percezione.

3.2.7. Analisi globale e comparativa

a) Descrizione sociodemografica

Presenteremo ora i dati nel loro complesso, dopo aver discusso le principali caratteristiche dei partecipanti all'indagine per ciascun Paese.

Innanzitutto, va notato che il campione raccolto nell'indagine è caratterizzato da un'età media di 27,1 anni (con una deviazione standard di 7,3 anni) ed è composto da un numero significativamente maggiore di donne (54%).

A sua volta, il campione è composto principalmente da persone che hanno completato gli studi post-obbligatori (81%), seguite da persone che non hanno ancora completato tali studi (12%).

Per quanto riguarda l'attività lavorativa dei partecipanti, oltre il 60% è disoccupato, mentre il resto è principalmente impegnato (61%) in attività che possono essere caratterizzate come di interesse pubblico, soprattutto nel settore sociale (il 71% di coloro che lavorano nel settore di interesse pubblico lo fa in questo campo). Inoltre, va notato che le prestazioni lavorative in questo settore sono prevalentemente maschili (55% uomini contro 45% donne).

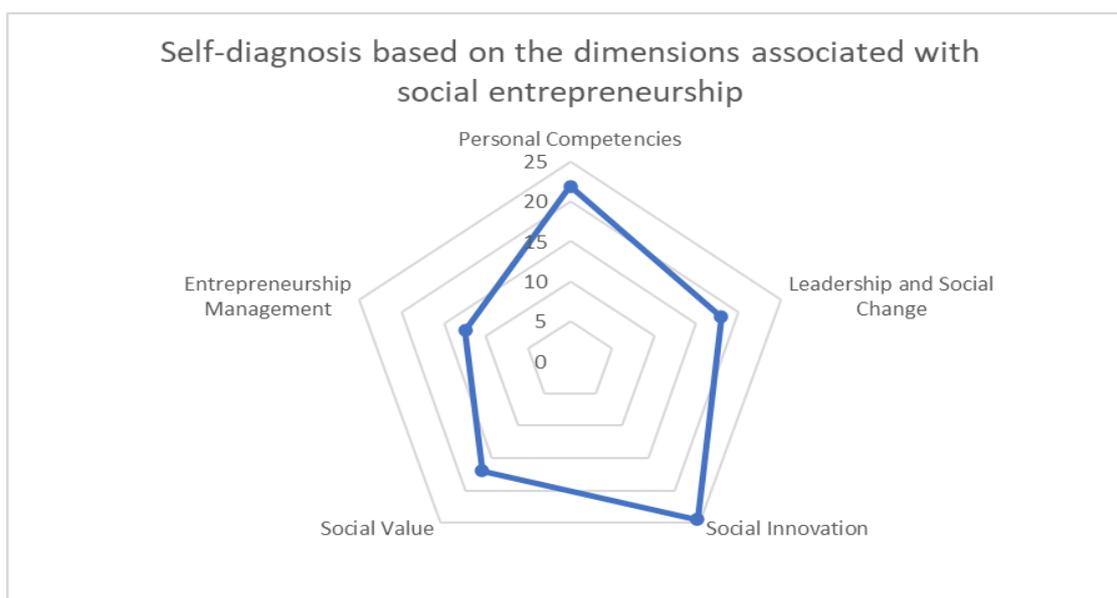
Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

b) Familiarizzazione con l'imprenditoria sociale

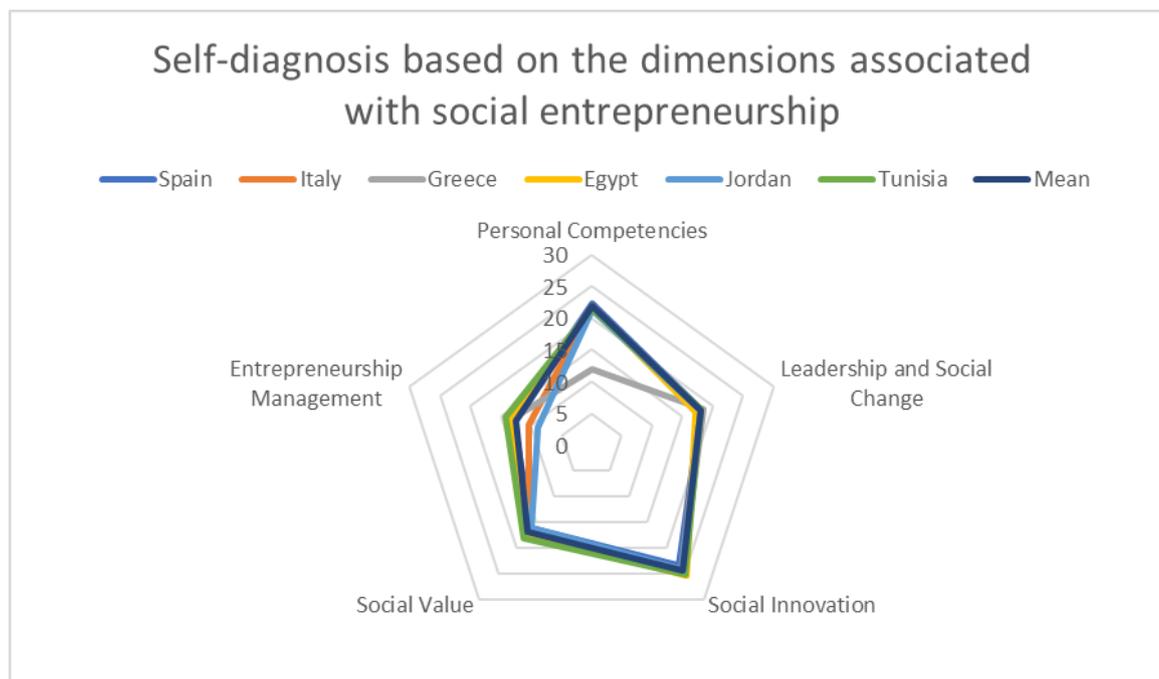
Se esaminiamo la domanda sulle precedenti attività di formazione nel campo dell'imprenditoria sociale, vedremo che solo il 45% dei partecipanti all'indagine ha svolto un qualsiasi tipo di attività in questo senso, e la maggior parte (55%) sono uomini che intraprendono questo tipo di attività.

c) Autodiagnosi delle competenze in materia di imprenditorialità sociale

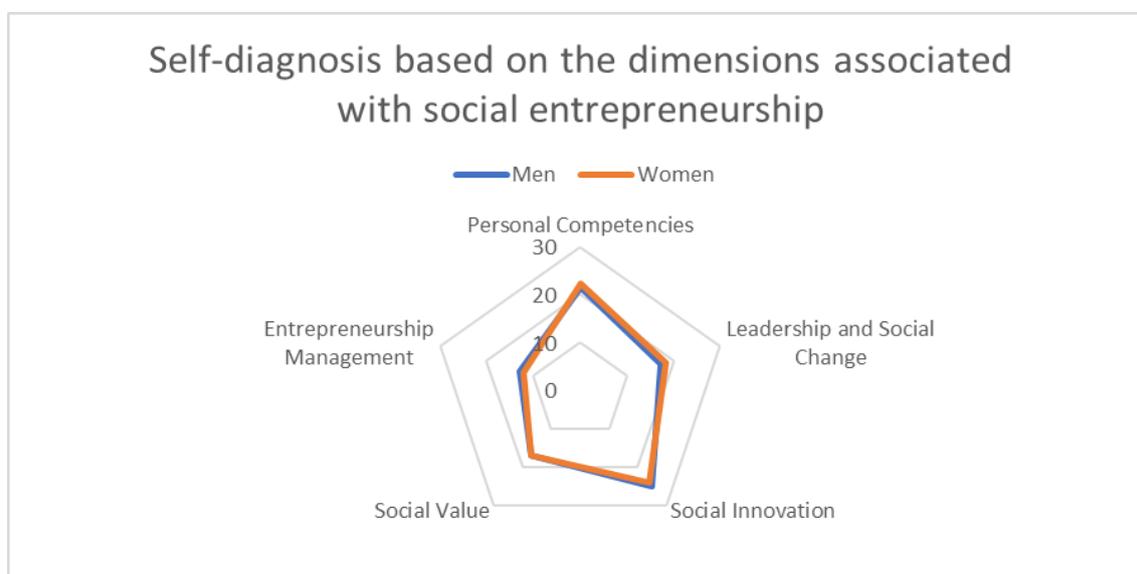
La rappresentazione grafica dei risultati ottenuti nell'autodiagnosi mostra un maggiore sviluppo delle competenze percepite soprattutto nelle dimensioni relative alle qualità personali e all'innovazione sociale, mentre quelle relative alla gestione dell'imprenditorialità e alla creazione di valore sociale ottengono i punteggi più bassi.



Un'analisi comparativa per Paesi mostra che quasi tutti i Paesi hanno punteggi molto simili in termini di competenze di leadership e cambiamento sociale, innovazione sociale e generazione di valore sociale, mentre le differenze maggiori si riscontrano nelle competenze di natura personale e gestione dell'imprenditorialità: La Grecia sarebbe il Paese con il punteggio più basso nelle competenze personali, mentre la Giordania e l'Italia sarebbero i Paesi con i punteggi più bassi nelle competenze relative alla gestione dell'imprenditorialità.



Se applicassimo un'analisi comparativa per genere, scopriremmo, come si evince dal grafico seguente, che i punteggi sono molto simili, anche se è possibile individuare alcune sottili relazioni: le donne tendono a ottenere punteggi migliori nelle competenze di natura personale, nella leadership e nella creazione di valore sociale, mentre gli uomini tendono a farlo nelle competenze di gestione e innovazione sociale.



In termini generali, si rileva che la grande maggioranza dei partecipanti all'indagine ha dichiarato che, al momento attuale e considerando le proprie capacità formative e di competenza, non sarebbe in grado di implementare efficacemente un progetto di imprenditoria sociale (solo il 43% dei partecipanti afferma di poterlo fare).

d) Correlazioni bivariate e confronto delle medie

Per raggiungere uno degli obiettivi di questo lavoro, è stato condotto uno studio esplorativo sulla situazione dell'imprenditoria sociale nell'ambito territoriale dei Paesi partecipanti. A tal fine, è stata fornita un'esposizione descrittiva di come si configura l'universo del gruppo target in ciascun territorio, nonché una panoramica del "micro-universo" composto da queste fasi. Tuttavia, la costruzione di un rapporto sullo stato dell'arte non è legata solo a una dimensione descrittiva, ma implica anche la sfida di individuare le dinamiche interne che sottendono il fenomeno. In altre parole, un'esplorazione dello stato dell'arte dell'imprenditoria sociale in un territorio dovrebbe anche tenere conto delle possibili interazioni tra i fattori che possono condizionarlo.

In questa sezione, cercheremo di affrontare questa sfida utilizzando l'analisi bivariata di diverse variabili individuali (sesso, età), strutturali (livello di istruzione, nazionalità, paese di residenza, status di occupabilità) e sperimentali ex-post facto (livello di familiarità con l'imprenditorialità sociale attraverso le attività di formazione), come una serie di variabili di esito, tra cui la percezione di essere competenti nell'implementazione di un'impresa sociale.

di un progetto di imprenditoria sociale e il punteggio sulle diverse dimensioni dell'indice di autovalutazione sopra menzionato (competenze personali; leadership e cambiamento sociale; innovazione sociale; creazione di valore sociale e gestione dell'imprenditorialità).

La conseguente tabulazione incrociata delle variabili, volta a stabilire le relazioni significative tra di esse, è presentata nella tabella seguente. Oltre a stabilire le relazioni tra le variabili di interesse sociologico, suggeriamo di concentrarsi sull'insieme di relazioni che sono ombreggiate in grigio, in quanto sono quelle rilevanti per questo lavoro.

Correlazioni bivariate (spiegazione della tabella sottostante)

La tabella seguente mostra il risultato dell'analisi binomiale tra le variabili, cioè stabilire attraverso calcoli statistici se la relazione tra due variabili è statisticamente significativa, cioè se va oltre il puro caso. Il livello di significatività statistica scelto è stato del 99% e del 95% (identificati rispettivamente con il colore verde e giallo). Quando nella tabella troviamo che il valore che appare incrociando due variabili è inferiore a 0,01 o 0,05, possiamo affermare che nel 99% o nel 95% delle occasioni, rispettivamente, la relazione tra queste variabili non è il prodotto del caso.

La direzione di questa relazione, cioè se sono direttamente correlate (quando la variabile indipendente cresce, cresce anche la variabile risultato) o inversamente correlate (quando la variabile indipendente cresce, la variabile risultato diminuisce), così come la forza di questa relazione, la osserveremo nella seguente epigrafe utilizzando la regressione logistica binomiale.

Correlazioni bivariate

		G	Età	CR	N	F	ES	PPE S	EFE S	PC	LSC	SI	SV	EM
Genere (G)	C de Pearson	1	-,192	-,192	-,128	-,036	,273)	-,133	-,170	,150	,243	-,156	-,016	-,127
	Sig. (B)		,025	,025	,136	,680	,001	,124	,048	,082	,004	,069	,853	,142
Età	C de Pearson	-,192	1	,217	,179	,250	,464	,055	,379	,104	,072	,139	,077	,069
	Sig. (B)		,025	,011	,037	,003	,000	,529	,000	,227	,405	,106	,371	,424
Paese di residenza	C de Pearson	-,192	,217	1	,877	,258	,364	,246	,219	-,166	-,010	,116	,143	-,046
	Sig. (B)		,025	,011	,000	,002	,000	,004	,010	,053	,907	,178	,097	,597
Nazionalità (N)	C de Pearson	-,128	,179	,877	1	,157	,370	,201	,247)	-,150	,028	,093	,164	-,058
	Sig. (B)		,136	,037	,000	,068	,000	,019	,004	,080	,745	,282	,057	,504
Formazione	C de Pearson	-,036	,250	,258	,157	1	,191	,016	,212	-,099	-,008	-,056	-,018	,008
	Sig. (B)		,680	,003	,002	,068	,026	,849	,013	,253	,922	,516	,835	,930
Situazione occupazionale	C de Pearson	-,273	,464	,364	,370	,191	1	,107	,393	-,046	-,012	,129	,015	,055
	Sig. (B)		,001	,000	,000	,000	,026	,213	,000	,594	,890	,134	,859	,522
Possibilità percepita ES (PPES)	C de Pearson	-,133	,055	,246	,201	,016	,107	1	,192	,092	,023	,331	,245)	,516
	Sig. (B)		,124	,529	,004	,019	,849	,213	,025	,287	,792	,000	,004	,000
Esperienza formativa ES (EFES)	C de Pearson	-,170	,379	,219	,247	,212	,393	,192	1	-,017	,101	,245	,093	,217
	Sig. (B)		,048	,000	,010	,004	,013	,000	,025	,845	,241	,004	,284	,011
Competenze personali (PC)	C de Pearson	,150	,104	-,166	-,150	-,099	-,046	,092	-,017	1	,573	,187	,198	,291
	Sig. (B)		,082	,227	,053	,080	,253	,594	,287	,845	,000	,029	,021	,001
Leadership e cambiamento sociale (LSC)	C de Pearson	,243	,072	-,010	,028	-,008	-,012	,023	,101	,573	1	,177	,352	,085
	Sig. (B)		,004	,405	,907	,745	,922	,890	,792	,241	,000	,039	,000	,327
Innovazione sociale (SI)	C de Pearson	-,156	,139	,116	,093	-,056	,129	,331	,245	,187	,177	1	,545	,474

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

	Sig. (B)	,069	,106	,178	,282	,516	,134	,000	,004	,029	,039		,000	,000
Valore sociale (SV)	C de Pearson	-,016	,077	,143	,164	-,018	,015	,245	,093	,198	,352	,545	1	,308
	Sig. (B)	,853	,371	,097	,057	,835	,859	,004	,284	,021	,000	,000		,000
Gestione dell'imprenditorialità (EM)	C de Pearson	-,127	,069	-,046	-,058	,008	,055	,516	,217	,291	,085	,474	,308	1
	Sig. (B)	,142	,424	,597	,504	,930	,522	,000	,011	,001	,327	,000	,000	

* La correlazione è significativa al livello 0,05 (bilaterale).

** La correlazione è significativa al livello 0,01 (bilaterale).

Come si può vedere nella tabella, troviamo diverse relazioni significative tra le variabili di input o dipendenti e la variabile risultante "Perceived possibility of social entrepreneurship (PPSE)", con diversi livelli di significatività. In verde sono riportate le relazioni significative al livello 0,01 (a due code), mentre in giallo sono presentate quelle con un livello di significatività di 0,05.

Il risultato principale che troviamo in questo senso è che, considerando il campione ottenuto dall'indagine, la variabile PPSE è fortemente associata al Paese di residenza dell'intervistato e, in misura minore, alla nazionalità dell'individuo. Queste due variabili sono fortemente correlate (nella maggior parte dei casi la nazionalità coincide con il Paese di residenza), ma si trovano anche casi in cui un numero sufficiente di individui appartiene a una nazionalità diversa da quella del Paese di residenza.

Prendendo in considerazione la prima di queste relazioni possiamo affermare che esistono differenze significative nella capacità di imprenditorialità sociale a seconda del Paese di residenza, tanto che i Paesi con una maggiore disponibilità a intraprendere sarebbero l'Egitto e la Tunisia (con un valore medio di 0,84 in un range compreso tra 0 e 1) mentre l'Italia sarebbe nel Paese con la minore disponibilità a farlo (con valori di 0,30 nella media di questa variabile). A loro volta, Grecia, Giordania e Spagna presenterebbero valori molto simili (rispettivamente 0,40, 0,38 e 0,37). Come vedremo in seguito, nell'illustrare il modello emerso dall'analisi multivariata basata sulla regressione logistica binaria, la localizzazione in un Paese o in un altro sarà un fattore condizionante la possibilità di sviluppare attività imprenditoriali.

Tenendo conto della nazionalità si può rilevare come Egitto e Tunisia continuano ad essere i Paesi con una maggiore predisposizione all'imprenditorialità sociale (con valori di 0,84), seguita dalla Grecia (0,48). Tra i cittadini greci e giordani (0,38), spagnoli (0,35) e italiani (0,32) emerge un gruppo non definito di nazionalità che faciliterebbe questo comportamento con valori di 0,40.

Anche se il genere non è una variabile che mostra una relazione significativa con la possibilità di intraprendere, riteniamo importante analizzarne il comportamento e vediamo

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

che, per il campione ottenuto, esiste una differenza significativa nella determinazione a intraprendere in base al genere. Possiamo affermare che gli uomini si percepiscono come maggiormente capaci di intraprendere rispetto alle donne (con valori di 0,65 e 0,61), il che colpisce in un campione che si caratterizza per la sua forte mascolinizzazione, come già visto in precedenza.

Se analizziamo il comportamento della variabile relativa al livello di istruzione riguardo alla capacità di intraprendere un'attività imprenditoriale, vedremo che non ci sono differenze statisticamente significative nell'autopercezione che gli individui hanno nei diversi livelli di istruzione.

Nel campo dell'istruzione, un elemento che avrà una relazione significativamente positiva con la percezione di competenza per l'imprenditorialità è l'aver seguito una formazione specifica in questo settore. Gli individui che hanno ricevuto una formazione in questo ambito hanno un valore di autopercezione di competenza maschile pari a 0,68 (su una scala da 0 a 1) rispetto a coloro che non hanno ricevuto tale formazione (che ottengono un valore di 0,49). Questo risultato supporta l'ipotesi che sia necessario continuare a sviluppare attività di formazione specifiche nel campo dell'imprenditoria sociale per promuovere l'implementazione di tali attività.

Per concludere questa sezione, vorremmo presentare alcuni risultati che riteniamo estremamente importanti nella possibile relazione tra lo sviluppo delle competenze associate alle cinque dimensioni che abbiamo già discusso.

Non possiamo ignorare che queste affermazioni devono essere prese in considerazione per il campione studiato, che ha dei limiti in termini di dimensione del campione e del fatto che non conosciamo il contenuto specifico della formazione a cui gli individui sono stati sottoposti.

Tenendo conto di ciò, possiamo affermare che esiste una relazione statisticamente significativa tra lo sviluppo di attività formative e due delle cinque dimensioni: innovazione sociale e gestione dell'imprenditorialità.

Sebbene nell'analisi binomiale non vi sia una relazione significativa tra il comportamento delle variabili Competenze personali ed Esperienza nelle attività di formazione, abbiamo riscontrato un comportamento paradossale di queste variabili quando si confrontano le medie. Questo comportamento paradossale consiste nel fatto che esiste una differenza significativa nei punteggi tra coloro che svolgono questo tipo di attività e coloro che non le svolgono, in modo tale che i soggetti che hanno ricevuto una formazione specifica in questo campo ottengono punteggi peggiori di quelli che non l'hanno ricevuta.

Nel caso della relazione tra Creazione di Valore Sociale ed Esperienza in attività di formazione precedenti, essa sarà diversa dalla precedente, per cui gli individui che hanno svolto attività di formazione tendono a ottenere un punteggio significativamente migliore rispetto a quelli che non l'hanno fatto (una media di 17,21 rispetto a 16,74 rispettivamente).

Qualcosa di simile accade con la variabile gestione dell'imprenditorialità. Gli individui che hanno svolto attività di formazione hanno migliori mezzi di gestione dell'imprenditorialità (13,35), rispetto a quelli che non l'hanno svolta (11,65).

d) Analisi multivariata con la regressione logistica binaria

Per concludere l'analisi dei risultati, costruiremo due modelli applicando l'analisi di regressione logistica binaria. L'obiettivo di questo tipo di tecnica è quello di riuscire a fornire una spiegazione del comportamento di una variabile (in questo caso la capacità di intraprendere iniziative imprenditoriali) utilizzando la concomitanza di una serie di variabili.

Il primo modello è stato costruito utilizzando variabili individuali (sesso ed età), strutturali (livello di istruzione, paese di residenza) e sperimentali ex-post facto (attività di formazione). Come si può vedere nella tabella seguente, nella concomitanza di tutte le variabili, l'unica che ha una significatività statistica è il Paese di residenza, per cui possiamo affermare che la capacità di intraprendere l'imprenditoria sociale del campione è misurata solo ed esclusivamente da questa variabile.

Questo ci porta a pensare che sia necessario indagare gli aspetti socio-economici e culturali dei Paesi che agiscono da determinanti. Come si evince dal modello, risiedere in Egitto o in Tunisia aumenta significativamente la competenza auto-percepita nel campo dell'imprenditoria sociale. Analizzare più in dettaglio le dinamiche che si sviluppano in questi Paesi intorno all'imprenditorialità può guidarci in modo molto appropriato a prendere decisioni che portino a un miglioramento in questo settore.

Componenti strutturali della possibilità di fare impresa.

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1(a)						
Uomo (rif. Donna)	,050	,421	,014	1	,905	1,052
Età	,035	,037	,923	1	,337	1,036
Post completato(rif.)			,702	2	,704	
Completato Obbligatorio	,276	,784	,124	1	,725	1,318
Messaggi non completati	,588	,732	,646	1	,422	1,800
Nessun esperimento. (vs sì)	-,694	,450	2,382	1	,123	,499
Giordania			23,010	5	,000	
Spagna	,082	,781	,011	1	,916	1,086
Italia	,041	,742	,003	1	,956	1,042

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Grecia	,281	,661	,181	1	,671	1,325
Egitto	2,404	,843	8,134	1	,004	11,065
Tunisia	2,391	,716	11,167	1	,001	10,927
Costante	-1,311	1,311	,999	1	,317	,270

Legenda delle abbreviazioni:

B= Beta
 E.T.= error estandar (errore standard)
 Wald= Prueba de Wald (Test di Wald)
 gl= gradi di libertà (gradi di libertà)
 Sig= Significacion (Significato)
 : Exp(B)= esponenziale di Bet (esponenziale di Bet)

Il secondo modello proposto si basa sull'interazione tra le diverse dimensioni dell'imprenditorialità e la variabile di risultato. In questo caso, la variabile relativa alla competenza gestionale imprenditoriale è quella che spiega più efficacemente se gli individui si sentono competenti o meno a svolgere compiti di imprenditoria sociale in questo momento.

Le dimensioni dell'imprenditorialità legate alla possibilità di fare impresa

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1(a) Competenze personali	-,083	,133	,385	1	,535	,921
Leadership e cambiamento sociale	-,017	,130	,017	1	,896	,983
Innovazione sociale	,073	,086	,715	1	,398	1,075
Creazione di valore sociale	,081	,107	,570	1	,450	1,084
Gestione dell'imprenditorialità	,318	,072	19,732	1	,000	1,375
Costante	-4,569	2,809	2,647	1	,104	,010

a Variabili introdotte nel passo 1: CP_Completa_Sum, LCS_Completa_Sum, IS_Completa_Sum, VS_Completa_Sum, GE_Completa_Sum.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

3.3. Risultati della diagnosi qualitativa

Come si è detto all'inizio di questo capitolo, le caratteristiche dell'obiettivo generale hanno reso necessario un approccio di tipo misto, che ha combinato uno studio empirico con l'identificazione e la categorizzazione sistematica delle migliori pratiche.

La dimensione qualitativa dello studio empirico ha riguardato principalmente l'identificazione e l'analisi della costruzione discorsiva dei diversi attori responsabili del settore giovanile riguardo al binomio "giovani-imprenditorialità sociale", con particolare enfasi sulle difficoltà associate al gruppo stesso e sulle possibili soluzioni.

A tal fine è stata utilizzata la tecnica del focus group, come spiegato nella sezione sulle caratteristiche metodologiche.

Di seguito vengono presentati i principali risultati emersi dall'applicazione di questa tecnica e una discussione su tali risultati.

3.3.1. Definizione condivisa sul "giovane imprenditore sociale"

La rappresentazione sociale che i diversi profili di informatori hanno nei vari Paesi partecipanti è abbastanza simile, quindi è possibile identificare una serie di descrittori comuni, che presenteremo brevemente.

a) L'imprenditore sociale come "soggetto di valori"

Il primo elemento che articola la costruzione sociale intorno alla figura dell'imprenditore sociale è la sua dimensione etico-morale. L'imprenditore sociale si caratterizza per il possesso di una serie di tratti etici e valoriali che lo portano necessariamente a impegnarsi per migliorare le condizioni sociali in cui opera e, come estensione di ciò, a trasformare la realtà verso un modello più giusto, equo e solidale.

"In termini di valori, hanno chiarito che l'imprenditore sociale deve avere fiducia nel problema che affronta e pensare alle possibili soluzioni e all'impatto".

In questo senso, l'imprenditore sociale si posiziona come attore principale e attivo, allo stesso tempo, agisce come facilitatore dei cambiamenti intorno a lui.

"L'imprenditore sociale è una persona che crede nei valori sociali e condivide molti principi come cittadino attivo in questo mondo".

Allo stesso modo, il quadro etico-cognitivo in cui si sviluppa l'attività di imprenditoria sociale non è decontestualizzato o storico, ma è guidato dal principio della misurazione dell'impatto e della sostenibilità.

"Un imprenditore sociale dovrebbe essere guidato dall'impatto sociale e sostenibile che la sua iniziativa imprenditoriale avrà".

"Sono sempre alla ricerca di soluzioni creative per affrontare un problema specifico, trarre vantaggio da grandi opportunità o sfruttare il successo per far prosperare la comunità".

b) L'imprenditore sociale come "soggetto connesso e impegnato con la realtà che lo circonda".

Un secondo elemento fondamentale nella definizione dell'imprenditore sociale è il suo carattere simpatico e radicato. L'imprenditore sociale si comprende solo a partire da una comunità di riferimento, nella quale sviluppa la sua attività e alla quale dedica i suoi sforzi. L'imprenditore sociale non è un "paracadutista", ma sviluppa un forte legame con la comunità.

"Il fattore principale che contribuisce al talento è la comunità".

"L'imprenditore sociale deve essere un leader della comunità locale".

"Dovrebbero avere maggiori capacità di collaborazione e di networking".

La connessione con la comunità non deve necessariamente avere un legame biografico, ma richiede un livello elevato e intenso di empatia per essere significativa.

"Le esperienze personali possono generare negli imprenditori sociali una passione speciale verso un problema sociale".

Questo intreccio gli fornisce una conoscenza situata ed esperienziale, che migliora la sua capacità di influenzare e di essere efficace nel portare avanti le sue azioni.

"A volte le persone possono perseguire idee di tendenza perché sono chiaramente enunciate ed è importante che la gente le conosca. Tuttavia, i problemi reali sono ancora nascosti, poco conosciuti e profondamente radicati nella società. Il vero imprenditore sociale dovrebbe essere in grado di vedere i principali problemi sociali e creare una soluzione adeguata per essi".

"Condurre un'analisi sociale nel luogo in cui verrà realizzato il progetto è fondamentale, poiché gli imprenditori sociali devono essere consapevoli dell'aspetto tradizionale e di come la gente percepisce il problema".

"Gli imprenditori sociali devono "ascoltare" i bisogni sociali per trovare il modo di rispondervi".

c) L'imprenditore sociale come soggetto "competente"

Un terzo elemento particolarmente significativo è che l'imprenditore sociale è percepito come un soggetto in possesso di una serie di conoscenze, competenze e abilità che si traducono in un efficace svolgimento delle sue azioni. Tra queste conoscenze spicca la capacità di individuare i bisogni e di formulare soluzioni inedite, efficaci e di grande impatto, il tutto orientato da un certo modo di intendere il mondo in termini etici.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

"Un imprenditore sociale che ha un livello significativo di empatia e passione per i problemi sociali (talento) non ha necessariamente successo. L'imprenditore sociale deve essere intelligente e avere le competenze necessarie per fornire servizi adeguati alla comunità".

"Innanzitutto, devono avere una visione e una missione per la loro idea. Si chiedono quale potrebbe essere il problema in tutti i suoi aspetti, perché lo si vuole affrontare e come lo si affronterà. Inoltre, la missione e la visione devono essere in linea con la realtà e applicabili. In secondo luogo, devono essere in grado di creare un modello di business, analizzare i dati e pensare alla qualità e alla quantità; gli imprenditori sociali devono avere competenze di base in materia di business. In terzo luogo, l'imprenditore sociale può

misurare l'impatto desiderato con risultati reali, quantitativi e di qualità e leggere i dati con precisione per poter articolare il passo successivo. Quarto, essere decisi, coerenti, resilienti e capaci di sviluppo. Pertanto, saranno in grado di adattarsi alle diverse circostanze, di cercare soluzioni innovative e di superare gli ostacoli. In quinto luogo, i partecipanti discutono di altre caratteristiche che possono sostenere gli imprenditori sociali, come l'esperienza personale e l'idea creativa".

Oltre alle conoscenze, alle competenze e alle abilità più tecniche, si raccomanda di utilizzare anche elementi legati alla gestione dei processi e alle relazioni interpersonali.

"Devono essere flessibili per superare gli ostacoli e considerare altre alternative. I partecipanti hanno affermato che una delle abilità principali che può aiutare a superare le limitazioni è la promozione e che gli imprenditori sociali devono essere in grado di convincere i donatori e i destinatari delle loro idee".

"Visione, perseveranza e capacità di pianificazione strategica, così come la resilienza mentale e la disponibilità a ricevere formazione e sviluppo continuo sono qualità molto importanti per l'imprenditore sociale".

d) L'imprenditore sociale come "soggetto in costruzione".

Per quanto riguarda la natura innata-acquisita delle qualità dell'imprenditore sociale, è opinione diffusa che esse non si escludano a vicenda, ma anzi spesso si manifestino in modo sinergico. Ciò significa che attraverso l'auto-riconoscimento di specifiche sensibilità e competenze (strettamente legate a elementi autobiografici), si realizza un processo di orientamento e formazione oggettivo.

"Quando si è parlato di imprenditorialità sociale come elemento innato, i partecipanti hanno differenziato tra talento e competenze innate e acquisite".

"Alla domanda se l'imprenditorialità sociale sia un elemento innato o qualcosa che può essere incorporato, tutti i partecipanti hanno concordato che si tratta di una combinazione di consapevolezza delle questioni sociali fin dalla giovane età..., con una maggiore sensibilità nel corso della crescita e dell'interazione con le questioni sociali".

A questo punto, si sottolinea il ruolo formativo dei programmi di formazione strutturati, formali o informali, per quanto riguarda l'imprenditorialità sociale.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

"L'imprenditorialità sociale non dovrebbe essere un prodotto della formazione, ma piuttosto una parte dell'educazione che le persone ricevono durante gli anni scolastici, e la formazione che si suppone possa aiutare questo particolare gruppo target nella loro vita successiva non è la formazione che dovrebbe essere".

3.3.2. Limiti dell'imprenditorialità sociale tra i giovani

Per quanto riguarda i principali elementi che limitano l'imprenditorialità dei giovani come imprenditori sociali, troviamo un consenso consolidato che ci dà l'idea che i problemi associati a questo tipo di attività siano strutturali indipendentemente dal territorio considerato.

Presentiamo le limitazioni raggruppate in blocchi tematici e ordinate in base al livello di saturazione del discorso raggiunto nei diversi focus group.

a) Limiti sociali

Il primo blocco di limitazioni è legato all'immagine sociale che viene proiettata dell'imprenditoria sociale. Nella maggior parte dei casi, c'è una forte ignoranza sulle caratteristiche di questo tipo di attività, che si traduce in un disincentivo a parteciparvi.

"L'idea sbagliata sulle imprese sociali da parte del grande pubblico, che crede che le imprese sociali siano organizzazioni senza scopo di lucro che offrono i loro prodotti gratuitamente e dovrebbero avere grandi sconti nei loro servizi".

"Il concetto di imprenditorialità sociale non è di dominio comune, il che rende la missione dei giovani più difficile da convincere per le loro famiglie e la loro rete di contatti".

Questa generale ignoranza sull'imprenditoria sociale convive con la percezione che si tratti di una "pratica di controcultura", che tende a ideologizzarla e idealizzarla, ipotizzando che questo sia un meccanismo di selezione dei possibili soggetti interessati a queste attività.

b) Limiti politico-giuridici

Un secondo blocco di difficoltà è legato all'ambito politico e legale, dove spicca il deficit di un supporto istituzionale accessibile e conveniente che permetta l'accesso e il consolidamento della pratica dell'imprenditoria sociale.

Non tutti i Paesi hanno normative specifiche che regolano questo tipo di attività e tutti i Paesi concordano nel ritenere che vi sia un elevato carico burocratico per accedere alle risorse di supporto o per implementare l'attività. Tutto ciò si traduce in un'ulteriore

difficoltà per lo svolgimento dell'attività imprenditoriale e diventa un incentivo all'abbandono precoce di tale attività.

"Non esiste una legge specifica per l'imprenditoria sociale".

"La burocrazia che le imprese dovrebbero superare è enorme per poter lavorare legalmente e in luoghi diversi".

c) Limiti economici

Le limitazioni politiche e legali sono intimamente legate alla difficoltà di accedere a finanziamenti sufficienti per avviare l'attività imprenditoriale fino a renderla autosufficiente. Questo blocco coincide con l'insufficiente disponibilità di risorse di vario tipo (non solo monetarie), ma anche con la difficoltà di accedere ai finanziamenti o di utilizzarli.

"Per avviare un'impresa sociale, questa dovrebbe disporre di un grande capitale".

"Il problema finanziario emerge con le limitazioni legali. Le imprese sociali pagano tasse elevate che potrebbero bloccare la sostenibilità dell'impresa".

"Limiti di finanziamento; la mancanza di conoscenza di chi è responsabile della distribuzione dei fondi causa un grosso problema".

d) Limiti della formazione

I limiti formativi legati sia ai formati che alle metodologie che supportano l'attività dell'imprenditoria sociale sono uno dei blocchi più significativi quando si tratta di condizionare la pratica dell'imprenditoria sociale.

"È estremamente difficile trovare e ricevere istruzione o formazione formale sull'imprenditoria sociale".

I diversi partecipanti sono concordi nell'affermare che esiste una distanza significativa tra i bisogni formativi, sia in termini di contenuti che di pratiche metodologiche, e le attività formative proposte.

Per quanto riguarda le questioni metodologiche, si sostiene che il modello si basa sul tutoraggio, sull'apprendimento per problemi e sull'apprendimento basato sulla pratica piuttosto che su metodologie di natura magistrale.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Per quanto riguarda i contenuti, si sostiene l'incorporazione di un insieme più corale di conoscenze e competenze, molto in linea con le cinque dimensioni dell'imprenditorialità sociale che sono state sollevate in diversi momenti di questo lavoro.

"Per quanto riguarda la formazione, i partecipanti a entrambi i focus group hanno concordato sul fatto che la formazione necessaria dal loro punto di vista comprende la consapevolezza imprenditoriale, la creazione di team e reti, la gestione finanziaria, la gestione dei dati e l'intelligenza emotiva. Inoltre, hanno suggerito che l'esperienza pratica può costruire uno spirito forte e padroneggiare le competenze. La capacità di sviluppare una migliore capacità e di identificare ogni caso sono abilità cruciali, ma le persone avranno una conoscenza approssimativa quando lo proveranno".

Insieme alle idee espresse in precedenza, la formazione in questo campo è sostenuta da una prospettiva di apprendimento permanente, come un sistema aperto e flessibile attraverso aggiornamenti progressivi, piuttosto che una semplice acquisizione di conoscenze una tantum.

"Tuttavia, i partecipanti hanno chiarito che una formazione adeguata dovrebbe basarsi su un processo e un'analisi. Le imprese sociali dovrebbero effettuare una valutazione per determinare ciò che devono sviluppare, acquisire o eliminare per offrire un risultato migliore. L'analisi della formazione dovrebbe specificare quali sono le competenze di cui le persone hanno bisogno, come queste possono essere collegate al problema che stanno affrontando e all'implementazione all'interno della comunità. I partecipanti al focus group hanno sottolineato l'importanza di come imparare piuttosto che di cosa imparare; in teoria, tutta la formazione può andare bene, ma l'aspetto pratico è quello che conta".

e) Limiti tecnologici

Accanto alle limitazioni già citate, e con un certo grado di connessione con le limitazioni economiche, troviamo le limitazioni di natura tecnico-scientifica, che si traducono in difficoltà nella gestione della conoscenza, nella competitività e nella sostenibilità.

"Per quanto riguarda l'ostacolo tecnologico, la maggior parte degli imprenditori sociali non dispone di risorse tecnologiche, formazione o conoscenze sufficienti".

f) Limiti ambientali

L'ultimo blocco di limitazioni emerse in questa fase del progetto è legato alla difficoltà di configurare e accedere a ecosistemi imprenditoriali che si traducano in sinergie

per i partecipanti sia dal punto di vista della logistica materiale sia da quello della generazione e gestione delle dinamiche imprenditoriali.

"I partecipanti hanno menzionato alcuni limiti legati all'ambiente di lavoro; i colleghi che lavorano nell'impresa dovrebbero condividere i valori in base all'impatto sociale per cui lavorano".

"Pertanto, le imprese sociali dovrebbero avere un team di lavoro solido, in grado di prestare attenzione alle comunicazioni fragili e di adattarsi alle diverse situazioni".

3.3.3. Strategie per superare le limitazioni

In risposta alle limitazioni precedentemente individuate, sono state raggruppate una serie di strategie che ruotano attorno a quattro temi.

a) Trasformazioni istituzionali

Il primo asse articola una serie di proposte che hanno in comune la trasformazione istituzionale a diversi livelli. Questa trasformazione istituzionale deve avvenire con un sostegno esplicito all'imprenditoria sociale da parte dei diversi attori sociali responsabili, in modo che sia visibile come un'opzione e un'opportunità per l'occupabilità e un intervento sociale standardizzato che si differenzia da altre proposte.

Oltre a ciò, la trasformazione istituzionale deve avvenire con una riduzione della burocrazia e un maggiore e più esplicito sostegno all'attività imprenditoriale sociale, che si tradurrà in regolamentazione, sostegno economico e gestione.

"È necessario sviluppare una strategia governativa con programmi di sensibilizzazione e sviluppo di competenze a breve termine a livello di istruzione secondaria per rivolgersi direttamente ai giovani".

"Divario istituzionale e burocrazia".

b) Nuovi modelli di formazione a sostegno dell'imprenditoria sociale

Una seconda questione per la quale i risultati sono particolarmente rilevanti è la riformulazione della strategia formativa nel campo dell'imprenditoria sociale, in modo tale da rispondere in modo efficace ed efficiente ai bisogni formativi in questo campo. Questa riformulazione passa necessariamente attraverso una revisione dei contenuti, per farli coincidere con le pratiche reali, e delle metodologie di apprendimento, privilegiando la formazione continua, specializzata e collaborativa.

"Ci dovrebbero essere due pilastri importanti: la conoscenza della personalità e l'analisi personalizzata. Gli imprenditori devono essere consapevoli delle loro debolezze e dei loro punti di forza per sviluppare la mentalità necessaria per l'imprenditoria sociale. Una formazione efficace dovrebbe essere pratica, non teorica. Il ciclo di formazione prevede fornitori, apprendisti ed esecutori. L'obiettivo principale è trasformare gli studenti in esecutori delle loro comunità".

"Il tutoraggio sarà necessario affinché l'impresa sociale possa passare al livello successivo".



c) Generazione di rete

In terzo luogo, si ritiene essenziale generare dinamiche e processi che portino alla creazione di reti ed ecosistemi imprenditoriali, a cui partecipano più attori e il cui ambito di applicazione è multilivello.

Pertanto, la diffusione delle iniziative sociali potrebbe contribuire al cambiamento richiesto nella comunità". Inoltre, i partecipanti hanno suggerito di avere una politica di porte aperte; di sfruttare ogni opportunità e di costruire una rete che aiuti le imprese sociali. Hanno raccomandato di creare una rete con interessi o esperienze simili nell'imprenditoria sociale. Sarà più facile per gli imprenditori sociali essere circondati da persone esperte che possano suggerire o aiutare a risolvere un problema. Nel frattempo, l'imprenditore sociale non dovrebbe affrontare tutti i problemi da solo e dovrebbe avere il sostegno della rete, della comunità e del governo".

"Inoltre, gli imprenditori sociali dovrebbero conoscere tutti gli attori con cui hanno a che fare e identificarli".

3.4. Discussione e conclusioni

La possibilità di discutere adeguatamente i risultati presentati in precedenza è estremamente complicata a causa di due questioni fondamentali: a) in primo luogo, la difficoltà di confrontare i risultati ottenuti da metodologie diverse, soprattutto in un ambiente di lavoro caratterizzato da una mancanza di consenso per quanto riguarda i suoi fondamenti teorici, metodologici e applicativi. La realtà dell'imprenditoria sociale varia notevolmente a seconda del contesto geografico, culturale e accademico che si prende in considerazione; b) in secondo luogo, esiste una chiara carenza di materiale empirico consolidato nella regione mediterranea, che rende difficile determinare se i risultati di questo studio sono allineati con quelli di altri studi prodotti nello stesso contesto.

Tenendo conto di queste due limitazioni, procediamo a discutere i risultati della nostra indagine con il principale riferimento in termini di imprenditorialità sociale disponibile a livello mondiale (tenendo conto che i dati riferiti in questo documento sono del 2015 e non è stato possibile individuare alcun aggiornamento degli stessi). Ci riferiamo al Rapporto speciale sull'imprenditoria sociale proposto dalla rete Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Questa indagine sulle attività imprenditoriali si basa su interviste a 167.793 adulti in 58 economie nel 2015, ed è quindi il più grande studio comparativo sull'imprenditorialità sociale nel mondo fino ad ora.

I risultati del nostro studio coincidono con quelli di questo lavoro in termini di caratterizzazione sociodemografica dell'imprenditore sociale.

La percentuale globale di imprenditori sociali nel mondo è del 55% di uomini rispetto al 45% di donne. Il divario di genere in questo campo è significativo, ma tende a essere

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

inferiore a quello che si riscontra nell'attività imprenditoriale tradizionale o commerciale. Inoltre, troviamo che esiste una segmentazione orizzontale per genere, che dedica le donne a una nicchia di attività con orientamenti sociali in modo più marcato.

L'imprenditorialità sociale è fortemente associata ai giovani, in quanto riconosce in loro gli attributi più idealistici per quanto riguarda il desiderio di cambiamento sociale. I risultati del nostro studio e del Rapporto GEM dimostrano che questo è in parte vero, poiché la fascia d'età tra i 20 e i 34 anni, nel caso del nostro studio, e tra i 18 e i 34 anni nel caso del GEM, sono quelle che presentano una maggiore rappresentanza di imprenditori sociali o di soggetti interessati a questo tema.

Per quanto riguarda il livello di istruzione, si riscontra una variabilità a seconda dell'area territoriale, anche se l'interesse per questo tipo di attività è tendenzialmente più legato alla disponibilità di istruzione superiore. Lo studio GEM suggerisce che, nel caso dell'area euro-mediterranea, almeno il 62% dei soggetti interessati all'imprenditoria sociale ha un percorso di studi post-obbligatorio.

Per quanto riguarda la ragione d'essere e la natura dell'imprenditoria sociale, si conferma la loro "vocazione sociale". I risultati dello studio GEM, come nel nostro caso, confermano che gli imprenditori sociali mirano costantemente a creare valore, cioè i loro obiettivi dominanti sono sociali (anche se in alcuni casi la scelta di catturare valore è giustificata), in linea con l'affermazione *"Per la mia organizzazione, generare valore per la società e l'ambiente è più importante che generare valore finanziario per l'azienda"*.

La necessità di collegare l'attività imprenditoriale con la conoscenza situata, la pratica innovativa e la collaborazione ecosistemica è un aspetto che appare costantemente in entrambi gli studi. Come nel caso dell'imprenditoria tradizionale, i potenziali utenti dell'imprenditoria sociale chiedono sempre più spesso prodotti e servizi innovativi che rispondano adeguatamente alle loro esigenze. I diversi gruppi target che hanno partecipato a questo studio sostengono che l'imprenditoria sociale richiede soluzioni o approcci innovativi, poiché il problema sociale non esisterebbe se potesse essere risolto attraverso l'adozione tradizionale.

Una questione emergente nell'imprenditoria sociale, ma ancora irrisolta, è la capacità di generare valore sociale e di misurarne l'impatto. Gran parte del processo di professionalizzazione dell'imprenditoria sociale ha a che fare con l'incorporazione di abilità e competenze in questo senso, così come nel campo della gestione strategica dell'imprenditoria. La misurazione dell'impatto è un meccanismo di convalida e di guida per le azioni, oltre che una necessaria strategia di responsabilità.

Tra le principali difficoltà riscontrate c'è il fatto che l'imprenditoria sociale è un'attività che si svolge in un contesto di mercato, per cui aspetti come la regolamentazione, l'accesso alle risorse o la tensione tra la necessità di creare valore sociale e quella di catturare valore agiscono come forti fattori condizionanti per la pratica dell'imprenditoria sociale, diventando punti focali per proporre azioni correttive.

L'immagine sociale percepita dell'imprenditoria sociale è vista come un limite, ma anche come un potenziale. Nella misura in cui si riesce a dare una visione più chiara della funzione sociale dell'imprenditoria sociale, nonché una maggiore legittimità come attività sviluppata in un ambiente economico, la sua accettabilità sarà maggiore e questo può tradursi in una normalizzazione della sua scelta come attività socio-professionale.

Si ha la persistente percezione di una mancanza di sostegno istituzionale all'imprenditoria sociale, che va dal sostegno economico (secondo GEM, quasi il 63% degli imprenditori sociali fatica a trovare finanziamenti per portare avanti il proprio progetto e il 38% degli imprenditori sociali di tutto il mondo si affida a fondi governativi, familiari e bancari) alla regolamentazione o al sostegno nelle questioni trasversali. Quest'ultima questione si collega direttamente alla necessità di consolidare una prassi basata sull'evidenza nella formazione e nel sostegno all'imprenditoria sociale, poiché le risorse e le linee guida disponibili finora sono risultate ridondanti e inefficaci.

4. Risorse per la diagnosi dell'imprenditorialità sociale tra i giovani

4.1. Indice di autovalutazione delle competenze di imprenditorialità sociale dei giovani

L'educazione all'imprenditorialità sociale è diventata un elemento di primo ordine per una moltitudine di enti dell'amministrazione, del settore educativo (formale o non formale) o delle organizzazioni del terzo settore, a tal punto che l'imprenditorialità è riconosciuta come un aspetto rilevante per l'educazione dei giovani nell'ambito dell'obiettivo 4 per lo sviluppo sostenibile (UNESCO, 2019).

Fortunatamente, oggi è possibile individuare una certa disponibilità di analisi nel campo dell'imprenditoria sociale che prende in considerazione gli aspetti formativi ed educativi. Tra i lavori più significativi si segnalano i contributi di Hamizan-Roslan, Taha Ijab e Bukhari (2019) che argomentano in modo ragionato sull'integrazione della formazione con l'educazione.

nell'ambito dell'imprenditoria sociale nel settore dell'istruzione superiore; così come Solomon, Alabduljader e Ramani (2019) che mostrano come sia aumentata in modo significativo la domanda di formazione in questo campo da parte degli studenti universitari e indicano quali sono le tendenze più consolidate in questo settore.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Dato l'interesse e le potenzialità della formazione all'imprenditorialità sociale con i giovani come soggetti di riferimento, è necessario consolidare strumenti che permettano di far progredire e consolidare le conoscenze in questo campo e che siano operativi e progettati da un punto di vista applicativo nei processi formativi nel campo dell'imprenditorialità sociale.

Nel campo dell'imprenditoria sociale, sono necessari strumenti di valutazione affidabili per soddisfare questo obiettivo di valore. Si tratta di un campo relativamente nuovo e per questo c'è ancora un ampio margine di ricerca nelle sue diverse dimensioni; ma, nello specifico, la valutazione è chiaramente in una fase di avvio. Si contano studi sulla personalità imprenditoriale (Becherer e Mauer, 1999; Crant, 1996), sulle variabili determinanti dell'intenzione imprenditoriale (Liñan, Santos e Fernandez, 2001; Sánchez, Lanero e Yurrebaso, 2005) e alcune indagini sulla personalità imprenditoriale (Sánchez, 2010) o sugli atteggiamenti del giovane imprenditore (Athayde, 2009).

In questo senso, l'obiettivo di questo documento è proporre uno strumento di autovalutazione delle competenze dell'imprenditorialità sociale il cui soggetto preferenziale sarebbero i giovani, sulla base di una revisione sistematica della letteratura.

Nella revisione sistematica della letteratura, possiamo individuare diversi lavori (Lackéus, 2014; Sáenz-Bilbao e López-Vélez, 2015; Orhei, Nandram e Vinke, 2015; Miller et al. 2012; Portuguez, Valenzuela, e Navarro, 2018; Capella-Peris, Gil-Gómez, Martí-Puig, e Ruiz-Bernardo, 2016; Capella-Peris, Gil-Gómez, Martí-Puig, e Ruíz-Bernardo, 2019) che si pongono l'obiettivo di affrontare l'operazionalizzazione delle competenze associate all'imprenditorialità sociale, e anche qualche proposta di strumento di misurazione, sebbene vi sia un chiaro deficit in quegli approcci che hanno come soggetto principale i giovani.

Dalla revisione teorica di ciascuno degli studi precedentemente citati, abbiamo continuato a costruire una definizione operativa in base al quadro contestuale del progetto in cui verrà applicato il presente strumento e che è anche in linea con la bibliografia consultata.

Nell'appendice 1 del presente documento, è presente una concretizzazione sotto forma di indice dell'operazionalizzazione precedentemente espressa.

4.2. Proposta metodologica per l'identificazione e l'analisi delle buone pratiche di promozione dell'imprenditorialità sociale tra i giovani

4.2.1. Linee guida generali

Negli ultimi anni è stato registrato un aumento nello sviluppo di programmi e iniziative il cui obiettivo è promuovere l'imprenditorialità sociale, soprattutto tra i giovani, per cui è

ancora più necessario preoccuparsi della valutazione della qualità di questi progetti, del loro grado di successo, per cercare di informare sui possibili punti di debolezza e di forza che possono presentare. Una strategia che, oltre a essere valutativa, è orientata all'apprendimento incrociato, è l'identificazione delle buone pratiche.

Le buone pratiche possono essere definite in molti modi. Tuttavia, un filo conduttore che attraversa la maggior parte delle definizioni implica strategie, approcci e/o attività che hanno dimostrato di essere efficaci, efficienti, sostenibili e/o trasferibili e che portano in modo affidabile al risultato desiderato. Le buone pratiche dell'EWSI (European Website on Integration) sono state raccolte attraverso un modello sviluppato appositamente per questo scopo, che include tutte le informazioni necessarie per giudicare se la pratica è adattabile ad altri contesti.

In questo documento si intende facilitare il processo di identificazione e l'analisi dei progetti e delle azioni che possono essere considerati buone pratiche, sulla base di una serie di criteri generali che vengono presentati nelle parti successive del documento.

4.2.2. Processo di raccolta delle iniziative

Una volta definiti i criteri generali per l'identificazione delle buone pratiche, è necessario fornire alcune linee guida nel processo di ricerca e identificazione delle buone pratiche.

- In primo luogo, è importante influenzare l'idea che si tratti di buone pratiche in uso. È importante che gli esempi di buone pratiche non si basino solo su idee astratte, ma che vengano applicate al momento dell'identificazione.
- In secondo luogo, è opportuno sottolineare la differenza tra il concetto di buone pratiche qui utilizzato e il termine buone pratiche, che si riferisce alle "migliori pratiche". In questo documento si è deciso di proporre una serie di indicatori, in modo tale da consentire la selezione di quelle esperienze che rispondono a una serie di criteri, che sono utili per l'applicazione da parte di altri enti e che coprono la rappresentazione in vari campi. L'applicazione di questi indicatori non implica una valutazione gerarchica delle possibili pratiche scelte, ma garantisce piuttosto degli standard di selezione.
- Per essere valutato positivamente come una buona pratica, un caso deve presentare almeno 6 di questi tratti distintivi.
- Come guida, l'Appendice II suggerisce un modulo per identificare e raccogliere sistematicamente le buone pratiche, mentre l'Appendice III funge da archivio per alcune delle buone pratiche identificate durante lo sviluppo di questo progetto.

5. Bibliografia

Athayde, R. (2009). Misurare il potenziale imprenditoriale dei giovani. *Imprenditorialità. Teoria e pratica*, 33 (2): 481-500.

Austin, J. e Rangan, V.K. (2018) Riflessioni su 25 anni di formazione all'impresa sociale. *Social Enterprise Journal*, Vol. 15, n. 1, pp. 2-21. DOI: 10.1108/sej-09-2018-0057.

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Austin, J., Stevenson, H. e Wei-Skillern, J. (2006) "Imprenditorialità sociale e commerciale: Uguale, diversa o entrambe?". *Imprenditorialità: Theory and Practice*, vol. 30, n. 1, pp. 1-22. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x.

Alemany, L., Alvarez, C., Planellas, M. e Urbano, D. (2011). Libro bianco dell'iniziativa imprenditoriale in Spagna. Barcellona: Fundación Príncipe de Girona ESADE.

Athayde, R. (2009). "Misurare il potenziale imprenditoriale dei giovani". *Imprenditorialità. Teoria e pratica*, 33 (2): 481-500.

Becherer, R.C. y Maver, J.G. (1999). "La disposizione della personalità proattiva e il comportamento imprenditoriale dei presidenti di piccole imprese". *Journal of Small Business Management*, 37(1): 28-36.

Bornstein, D. (2005). *Come cambiare il mondo: Los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas*. Madrid: Debate.

Bueno, E. e Casani, F. (2007). "La terza missione dell'Università: idee e indicatori di base per la sua valutazione". *Economía Industrial*, 366: 43-59.

Capella-Peris, C., Gil-Gómez, J., Martí-Puig, M. e Ruiz-Bernardo, P. (2016) "Construcción de un cuestionario para medir el emprendimiento social en educación física, Pedagogía Social". *Revista Interuniversitaria*, n. 28, pp. 169-188. DOI: 10. sE7179/PsRi_2016.28.13.

Capella-Peris, C., Gil-Gómez, J., Martí-Puig, M. e Ruíz-Bernardo, P. (2019) "Development and Validation of a Scale to Assess Social Entrepreneurship Competency in Higher Education". *Journal of Social Entrepreneurship*. DOI: 10.1080/19420676.2018.1545686.

Cukier, W., Trenholms, S., Carl, D. e Gekas, G. (2011). "Imprenditorialità sociale: A content análisis". *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7 (1), 99-119.

González, R. y Zúñiga, A. (2011). "Método CEPCES para la evaluación del Potencial Emprendedor". *Journal of Technology Management & Innovation*, 6 (1): 77-99.

Guclu, A., Dees, J.G. y Anderson, B.B. (2002). *Il processo di imprenditorialità sociale: Creare opportunità degne di essere perseguite seriamente*. Centro per l'avanzamento dell'imprenditoria sociale (CASE). Fuqua School of Business: Duke University.

Hamizan-Roslan, M.H., Hamid, S., Taha Ijab, M. e Bukhari, S. (2019) "Modello di apprendimento dell'imprenditorialità sociale nell'istruzione superiore utilizzando l'analisi delle reti sociali". *Rivista di Fisica: Conference Series*, Vol. 1339, Institute of Physics Publishing, Padang, Indonesia, disponibile all'indirizzo: <https://DOI.org/10.1088/1742-6596/1339/1/012029>.

Lackéus, M. (2014) "Un approccio basato sulle emozioni per valutare la formazione imprenditoriale". *International Journal of Management Education, Elsevier Ltd*, Vol. 12, n. 3, pp. 374-396. DOI: 10.1016/j.ijme.2014.06.005.

Liñán, F., Santos, F.J. y Fernández, J. (2011). "L'influenza delle percezioni sui potenziali imprenditori". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (3): 373-390.

Miller, T.L., Wesley, C.L. e Williams, D.E. (2012) "Educare le menti dei cuori premurosi: Confrontando i punti di vista di professionisti ed educatori sull'importanza delle competenze di imprenditorialità sociale". *Academy of Management Learning and Education*, vol. 11, n. 3, pagg. 349-370. DOI: 10.5465/amle.2011.0017.

Orhei, L.E., Nandram, S.S. e Vinke, J. (2015) "Social entrepreneurship competence: evidence from founders of social enterprises in Romania". *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 25, n. 1, pag. 80. DOI: 10.1504/ijesb.2015.068780.

Podestà, P. e Hernández, M.C. (2010). "Formulación de una metodología de formación y evaluación en empresarismo, bajo un modelo de competencias". *TecEmpresarial*, 4 (2): 21-29.

Portuguez, M., Valenzuela, J.R. e Navarro, C. (2018) "Sviluppo e validazione del test di valutazione del potenziale imprenditoriale sociale". *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Segundo Cuatrimestre*, N° 128, pp. 192-211. DOI: 10.5209/REVE.60207.

Sáenz-Bilbao, N. e López-Vélez, A.L. (2015) "Las competencias de emprendimiento social, coems: Aproximación a través de programas de formación universitaria en Iberoamérica". *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Tercer Cuatrimestre*, N° 119, pp. 159-182. DOI: 10.5209/rev-REVE.2015.n119.49066.

Sánchez, J.C. (2010). "Valutazione della personalità imprenditoriale: Validez factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE)". *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42 (1): 41-52.

Sánchez, J.C., Lanero, A. e Yurrebaso, A. (2005). "Variabili determinanti dell'intenzione imprenditoriale nel contesto universitario". *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15 (1-2): 37-60.

Serra, A., (2002) "Una aproximación a la calidad en el ámbito de la Acción Social: Elementos para comprender la calidad", *Documentación Social*, 128: 19- 36.

Solomon, G.T., Alabduljader, N. e Ramani, R.S. (2019) "Gestione della conoscenza e formazione all'imprenditorialità sociale: lezioni apprese da uno studio esplorativo su due Paesi". *Journal of Knowledge Management*, Vol. 23, n. 10, pp. 1984-2006. DOI: 10.1108/JKM-12-2018-0738.

Stake, Robert E. (1995). *L'arte della ricerca sui casi*. Thousand Oaks: SAGE

UNESCO. (2019) *ODS 4-Educación 2030 - Parte II - Educación Para El Desarrollo Sostenible Después de 2019*. Disponibile in: <https://es.unesco.org/themes/educacion-desarrollo-sostenible>.

Vázquez-Burgete, J.L., Lanero, A., Raisiene, A.G., and García, M.P. (2012) "Entrepreneurship education in humanities and social sciences: Gli studenti sono qualificati per avviare un'impresa?". *Business: Theory and Practice*, vol. 13, n. 1, pp. 27-35. DOI: 10.3846/btp.2012.03.

Winarno, A., Rahayu, W.P., Wijijayanti, T. e Agustina, Y. (2019) "Il fallimento dell'educazione all'imprenditorialità degli studenti delle scuole superiori professionali e degli studenti universitari: Prospettiva di valutazione e strumento di apprendimento". *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 22, No 1, pp. 1-16. Disponibile su: <https://www.abacademies.org/journals/journal-of-entrepreneurship-education-current-issue.html>.

Maggiori informazioni sulla ricerca, sul sondaggio utilizzato e sulle buone pratiche raccolte sono disponibili sul nostro sito web:

<https://www.socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.



Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.

PARTNER



Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.