



NUMÉRO DU PROJET: 101052145

Manuel

De formation (Première partie)

Index

1. **Présentation** du projet
2. **Séminaire International en Caire**
3. **L'entrepreneuriat social chez les jeunes dans la région méditerranéenne**
 - 3.1. **Aspects méthodologiques**
 - 3.2. **Résultats diagnostiques quantitatifs**
 - 3.2.1. **Espagne**
 - 3.2.2. **Italie**
 - 3.2.3. **Grèce**
 - 3.2.4. **Égypte**
 - 3.2.5. **Jordanie**
 - 3.2.6. **Tunisie**
 - 3.2.7. **Analyse globale et comparative**
 - 3.3. **Résultats du diagnostic qualitatif**
 - 3.3.1. **Consensus sur le “jeune entrepreneur social”**
 - 3.3.2. **Limitations de l'entrepreneuriat social chez les jeunes**
 - 3.3.3. **Startégies pour surmonter les limitations**
 - 3.4. **Discussion et conclusions**
4. **Ressources pour le diagnostic de l'entrepreneuriat social chez les jeunes**
 - 4.1. **Index d'auto-évaluation des compétences en entrepreneuriat social chez les jeunes**
 - 4.2. **Proposition méthodologique pour identifier et analyser les bonnes pratiques en matière de promotion de l'entrepreneuriat social chez les jeunes**
 - 4.2.1. **Directives générales**
 - 4.2.2. **Processus de collecte des initiatives**
5. **Bibliographie**
6. **Annexe**

1. Présentation

“EYES: Entrecomp pour créer l'employabilité des jeunes et les valeurs sociales” est un projet de 24 mois impliquant six pays de l'UE et du sud de la Méditerranée. Il repose sur une série de considérations liées à la jeunesse et aux défis de la société pendant la pandémie. De plus, l'idée du projet est de travailler ensemble pour la reconstruction et un nouveau départ.

Notre projet vise à exploiter le potentiel de l'entrepreneuriat social et son attrait pour les nouvelles générations, y compris une approche axée sur le travail des jeunes, afin de fournir une réponse aux carrières des jeunes et la possibilité de répondre simultanément aux défis sociétaux.

Avec EYES, nous souhaitons doter les ONG et les travailleurs jeunesse d'outils pour promouvoir et éduquer les jeunes à l'entrepreneuriat social et à la croissance durable.

Le consortium combinera les pratiques entrepreneuriales, l'approche du travail jeunesse et la méthodologie de l'éducation non formelle pour fournir un ensemble de compétences utiles pour construire leur projet d'entrepreneuriat social. Nous analyserons le concept d'entrepreneuriat social, en particulier trois aspects :

- Compétences nécessaires pour créer une entreprise entrepreneuriale ayant un impact social, basées sur ENTRECOMP
- Modèles pour les idées entrepreneuriales, en particulier le modèle CANVAS appliqué à l'entreprise sociale
- Différents aspects de l'impact social liés aux ODD

1.1. Objectifs

Nos objectifs spécifiques sont :

- Cartographier les besoins, les idées, les outils et les bonnes pratiques liés à l'entrepreneuriat social des pays méditerranéens et de l'UE.
- Développer de nouveaux modèles éducatifs pour fournir les compétences et les connaissances nécessaires aux jeunes pour développer des entreprises sociales et aux militants et travailleurs jeunesse pour agir en tant que multiplicateurs
- Soutenir la création de réseaux locaux et en ligne intersectoriels travaillant pour la création de nouvelles entreprises entrepreneuriales à impact social
- Renforcer la coopération Euromed pour apporter des réponses aux défis communs de la jeunesse tels que le chômage, la migration et la reconstruction post-Covid.

1.2. Les partenaires du projet EYES sont :

- **Associazione TDM 2000**, Italy. (Coordinator)
- **Institute of Entrepreneurship Development, IED**, Greece.
- **Fundación Xul**, Spain.
- **SEEDS**, Jordan.
- **Have a dream**, Egypt.
- **Les Scouts Tunisiens**, LST, Tunisia.

2. Séminaire International en Caire :

Le séminaire international s'est tenu au Caire, en Égypte, du 27 janvier au 2 février. Le séminaire était structuré en deux parties principales.

Tout d'abord, les principales conclusions de l'étude exploratoire sur la réalité de l'entrepreneuriat social chez les jeunes, menée dans le cadre de ce projet, ont été présentées et discutées. Une présentation systématique de ces résultats est développée dans la section suivante. Dans la deuxième étape, la phase suivante du projet a été organisée pour concevoir et produire un itinéraire de formation à l'entrepreneuriat social pour les jeunes. Ces documents sont disponibles dans la deuxième partie de ce manuel.

Le séminaire a réuni 20 participants de tous les pays partenaires, dont des entrepreneurs sociaux, des travailleurs jeunesse, des bénévoles, des formateurs et des personnes intéressées par l'entrepreneuriat social.

Au cours du séminaire, certaines discussions sur le contexte national de l'entrepreneuriat social et les meilleures pratiques des pays partenaires ont été menées. Un répertoire de ces bonnes pratiques est disponible en annexe III de ce document.



Les présentations créées pour cette discussion ont donné un aperçu du travail, de l'organisation et des installations de l'entrepreneuriat social, en plus de mentionner les avantages et les inconvénients et d'identifier les opportunités et les défis auxquels chaque pays est confronté.

De plus, les participants ont visité l'entreprise sociale locale "[Startup Haus Cairo, by enpact](#)", au centre-ville du Caire, où le responsable de la communauté a accueilli tous les participants en leur donnant un aperçu des installations, du soutien et

des activités qu'ils proposent. Ils ont discuté des défis actuels et des étapes à prendre en compte avant de créer une entreprise sociale, en donnant des conseils et astuces et en répondant aux questions des participants, ce qui a été une excellente occasion de passer du côté théorique au côté pratique et engageant du monde.

Lors de la dernière journée du séminaire, les sessions et ateliers ont principalement abordé les plans futurs et les prochaines étapes du projet, à travers des sous-groupes qui ont travaillé sur les sujets de suivi ci-dessous :

- Idées d'entreprises non sociales
- Nouvelle coopération internationale / projets éducatifs pour la jeunesse
- Directives pour la prochaine phase du projet

Les participants étaient pleinement engagés dans les activités et ont montré un grand intérêt en exprimant des niveaux élevés de satisfaction quant à la mise en œuvre, et ils étaient heureux de partager leurs réflexions et points de vue sur les prochaines étapes du programme. Concernant leurs commentaires sur le séminaire, tous étaient positifs et exprimaient leur grande satisfaction.



3. L'entrepreneuriat social parmi les jeunes en région méditerranéenne

3.1. Aspects méthodologiques

L'objectif principal auquel ce bloc entend répondre est de fournir un aperçu approfondi de la situation actuelle et de l'état de l'art concernant l'entrepreneuriat social et sa connexion avec la jeunesse des pays participant à ce projet.

La réalisation de cet objectif s'articulerait autour de deux processus de collecte et de systématisation de l'information : a) Une étude empirique, de conception mixte, dont le but était d'identifier et d'analyser la perception qu'ont différents groupes cibles de l'entrepreneur social (ses principales caractéristiques définissant), les besoins des groupes cibles en termes de compétences nécessaires et d'outils de formation pour créer leur projet d'entrepreneuriat social, ainsi que les éléments contextuels qui médient leurs trajectoires de réussite ; b) Une étude de cabinet, principalement orientée vers l'identification et la systématisation des bonnes pratiques présentes dans les différents réseaux nationaux des pays participants.

L'étude empirique a été réalisée en utilisant une conception mixte, combinant :

➤ La réalisation d'une enquête en ligne exploratoire et auto-administrée, avec une conception d'échantillonnage de nature structurelle (quatre types de destinataires : jeunes intéressés par l'entrepreneuriat social, travailleurs de la jeunesse, décideurs politiques et entrepreneurs sociaux) et une sélection d'échantillons par commodité aléatoire par pays.

Un tableau récapitulatif des données de participation à l'enquête est le suivant
Tableau 1 : Tableau récapitulatif de la participation à l'enquête.

	EGYPTE	ESPAGNE	GRECE	ITALIE	JORDANIE	TUNISIE	Total
Hommes	10	6	7	7	10	22	62
Femmes	9	13	14	13	10	15	74
Total	9	19	21	20	20	37	136

Le sondage est structuré en sept blocs : cinq d'entre eux correspondent aux différentes dimensions identifiées avec l'entrepreneur social (attitudes personnelles, leadership, changement social, innovation sociale, valeur sociale et gestion entrepreneuriale),

auxquelles doivent être ajoutés deux autres blocs. L'un, dont l'objectif était d'explorer la familiarisation du répondant avec le domaine de l'entrepreneuriat, et l'autre destiné à explorer la perception que les utilisateurs potentiels avaient de l'environnement méthodologique le plus approprié pour travailler les différentes compétences associées à l'entrepreneuriat social. Le sondage a été complété par un panel dédié à la collecte d'informations sociodémographiques, afin de pouvoir chercher des interprétations structurelles des résultats.

Avec les données obtenues dans l'enquête, trois types d'analyse ont été réalisés : une analyse descriptive, une analyse bivariée de nature corrélative et une analyse multivariée utilisant la régression logistique binaire. L'analyse a été réalisée à l'aide du package SPSSv25.

- Un groupe de discussion dont l'objectif était d'identifier et d'analyser la construction discursive réalisée par les différents acteurs responsables dans le domaine de la jeunesse en ce qui concerne le binôme "jeunesse - entrepreneuriat social", avec un accent particulier sur les difficultés associées au groupe lui-même, ainsi que sur les solutions possibles.

La conception de l'échantillon a été réalisée en utilisant une perspective structurelle, en tenant compte des différents profils des groupes d'intérêt. La sélection a été effectuée intentionnellement.

Pour le développement du groupe de discussion, trois dimensions problématiques ont été prises en compte : a) Consensus sur le "jeune entrepreneur social" ; b) Limitations de l'entrepreneuriat social chez les jeunes, et c) Stratégies pour surmonter les limitations.

Le contenu des groupes de discussion a été transcrit mot à mot et analysé à l'aide d'['ATLAS.ti](#), un programme appliquant la méthode des comparaisons constantes.

Pour une connaissance plus approfondie de l'étude sur les bonnes pratiques, nous vous renvoyons à la section 4.2. de ce document.

3.2. Résultats du diagnostic quantitatif

3.2.1. Espagne

a) Description sociodémographique

Next, Ensuite, nous allons réaliser une caractérisation sociodémographique de l'échantillon participant à l'enquête menée par l'État espagnol.

Dans un premier temps, nous devons révéler que l'âge moyen des participants est de 24,6 ans, avec un écart de 7,2 ans. L'échantillon est composé de 68% de femmes, contre 32% d'hommes

L'âge moyen nous aide à interpréter les données suivantes. Dans l'échantillon, les sujets sur le point de terminer leurs études post-obligatoires ou ayant déjà terminé celles-ci prédominent de manière presque symétrique et hégémonique. En tant que données résiduelles, les sujets n'ayant terminé que les études obligatoires sont présentés, ce qui renvoie à la dynamique de la scolarisation dans l'État espagnol.

Les données d'âge nous aident également à comprendre la situation d'employabilité de l'échantillon, qui se trouve dans une situation de chômage de 70%. Il faut tenir compte du fait qu'en général, les étudiants en études post-obligatoires en Espagne sont généralement à temps plein, ce qui retarde leur insertion sur le marché du travail, et ce secteur de la population présente généralement l'un des taux de chômage les plus élevés une fois leurs études terminées.

Parmi ceux qui sont en situation d'emploi actif, 60% d'entre eux sont liés à des activités économiques ou commerciales d'intérêt public, les activités sociales prédominant avec 34% par rapport à 33% d'activités environnementales. Ce groupe d'échantillons est probablement celui qui pourrait être lié au groupe cible des entrepreneurs sociaux.

Une question particulièrement significative et préoccupante est le fait que tous les sujets liés à une activité professionnelle développée dans des espaces d'intérêt public sont des hommes, ce qui nous renvoie directement à une hyper-masculinisation de ce secteur.

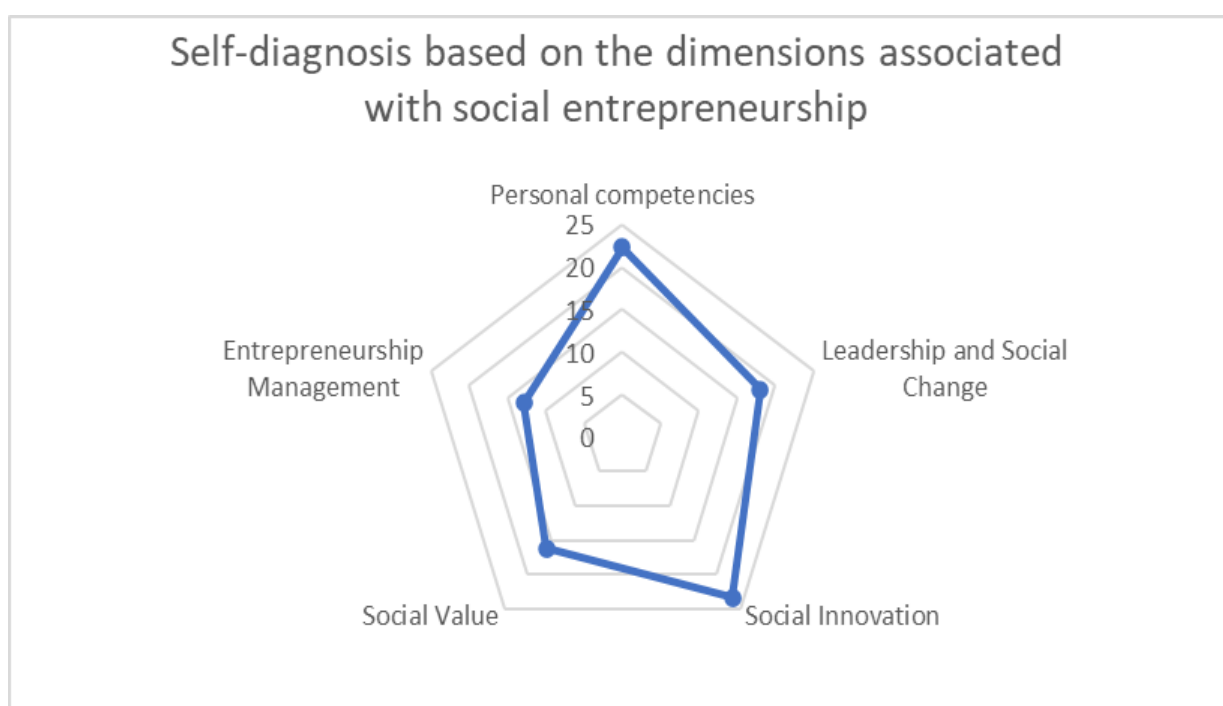
b) Familiarisation avec l'entrepreneuriat social

Si nous utilisons comme indicateur de familiarisation avec l'entrepreneuriat social le fait d'avoir réalisé une activité de formation préalable dans ce domaine, nous verrons que la plupart des participants à l'enquête de la quote-part espagnole (93%) n'ont pas eu de genre d'expérience en ce sens, de sorte que la relation avec ce secteur d'activité se produit principalement à partir d'une perception externe ou déjà directement lorsqu'on commence à travailler dans ce type d'activité.

Néanmoins, malgré leur faible participation aux activités de formation dans ce domaine, le principal genre qui les réalise est les hommes (60% des sujets ayant suivi une formation), ce qui continue de renvoyer au fort caractère masculinisé de ce secteur d'activité.

c) Auto-diagnostic concernant les compétences en entrepreneuriat social

Dans le diagramme suivant, nous pouvons voir les résultats moyens de l'indice d'auto-évaluation des compétences associées à l'entrepreneuriat social. Comme on peut le voir, il y a une distribution relativement symétrique entre les différentes compétences (en considérant les scores en termes absolus), mais dans laquelle on identifie un déficit plus important de compétences associées à la gestion de l'entrepreneuriat et à la capacité de générer de la valeur sociale.



Bien que dans tous les paramètres, le score minimum soit obtenu pour être considéré comme compétent dans le domaine de l'entrepreneuriat social, plus de la moitié de l'échantillon n'a pas cette perception d'eux-mêmes, ce qui peut être lié à une surestimation de l'importance perçue des compétences techniques de gestion.

3.2.2. Italie

a) Description sociodémographique

En ce qui concerne l'échantillon italien, nous constatons qu'il est composé en majorité de femmes, dont l'âge moyen est de 24,6 ans (étant le pays présentant le moins de variabilité dans les données).

Par rapport à l'échantillon espagnol, la composition de l'échantillon italien est polarisée entre les sujets ayant achevé des études obligatoires et ceux ayant achevé des études post-obligatoires (ces derniers prévalant à 80 %). Cependant, les données sur l'employabilité sont très similaires à celles observées dans le cas espagnol, ce qui peut s'expliquer par le fait qu'ils partagent de nombreuses caractéristiques en termes de configuration de leur marché du travail.

Les 100 % des sujets employés travaillent dans le domaine d'intérêt public, ce qui renvoie à la participation massive des entrepreneurs sociaux dans ce groupe, qui, comme dans le cas précédent, est fortement masculinisé, bien qu'il soit possible de trouver une représentation timide (20 %) des femmes.

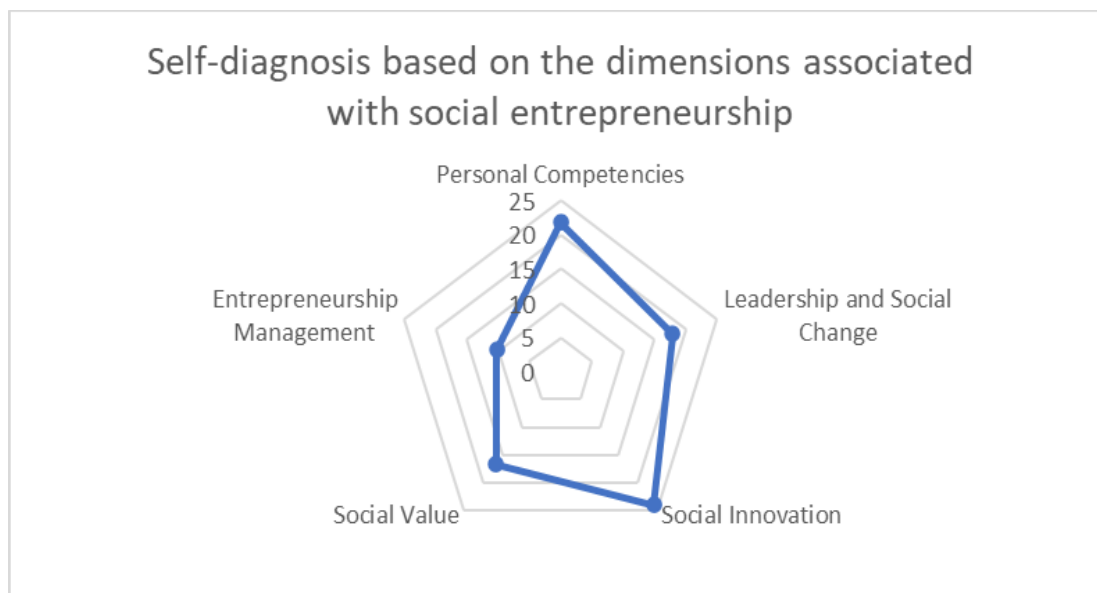
Le champ d'activité dans lequel ces sujets sont employés est entièrement entièrement orienté vers le social.

b) Familiarisation avec l'entrepreneuriat social

Les caractéristiques décrites dans le cas espagnol concernant le niveau de familiarisation de l'échantillon avec le domaine de l'entrepreneuriat social pourraient être également appliquées au cas italien, avec de légères variations (76% de non et 24% de "oui").

c) Auto-diagnostic concernant les compétences en entrepreneuriat social

Les résultats obtenus à partir de l'auto-diagnostic des compétences concernant le domaine de l'entrepreneuriat social nous montrent que, dans ce cas, les compétences associées à la gestion entrepreneuriale ne sont pas suffisantes pour identifier un niveau d'expertise suffisant. La dimension où la meilleure compétence est montrée est l'innovation sociale, un problème que nous avons déjà rencontré dans le cas de l'Espagne.



L'auto-évaluation des compétences se traduit par une plus grande perception de la possibilité de bien performer dans un projet d'entrepreneuriat social concernant le cas de l'Espagne, atteignant des valeurs de 70% de ceux qui prétendent être capables d'agir efficacement dans ce domaine.

3.2.3. Grèce

a) Description démographique

L'échantillon de participants de l'État grec est caractérisé par un âge moyen de 30,4 ans (avec la Jordanie, les deux pays ayant l'âge moyen le plus élevé), et dans lequel il y a une inversion de la participation des genres par rapport aux derniers cas (dans le cas grec, 67% des sujets participants sont des femmes).

Comme dans le cas italien, en Grèce, le sujet ayant terminé des études post-obligatoires prédomine, mais contrairement aux cas précédents, il y a une plus grande présence de sujets ayant terminé des études obligatoires et non terminées post-obligatoires. Néanmoins, nous continuons avec la tendance des pays européens avec une présence nulle des sujets qui n'ont pas terminé leur période de scolarité de base.

La Grèce représente également un changement de tendance par rapport aux pays précédents en ce qui concerne les indices d'employabilité, avec un taux de chômage de seulement 24%.

Comme dans les cas précédents, l'espace d'employabilité est celui de l'intérêt public, principalement social (mais aussi une présence émergente des secteurs environnementaux et autres, avec respectivement 13% et 20%). Dans ce cas, et en suivant la dynamique perturbatrice proposée par la Grèce, l'échantillon de sujets employés est majoritairement féminin.

b) Familiarisation avec l'entrepreneuriat social

Concernant l'expérience précédente en matière de formation en entrepreneuriat social, nous avons découvert que les valeurs en Grèce sont principalement affirmatives (62% de l'échantillon ont suivi une activité de formation dans ce domaine), les femmes étant majoritairement (69%) celles qui ont eu ce type d'expérience.

c) Auto-diagnostic des compétences en entrepreneuriat social

Si nous prenons en compte les résultats moyens obtenus dans l'auto-évaluation des compétences, nous verrons qu'ils s'améliorent considérablement par rapport aux résultats obtenus dans les pays précédemment analysés, mais cela ne renforce pas l'auto-perception du niveau de compétence pour aborder des projets d'entrepreneuriat social. Un peu plus de la moitié de l'échantillon seulement se considère comme ayant suffisamment de compétences pour s'attaquer actuellement à un projet d'entrepreneuriat social.

3.2.4. Egypte

a) Description sociodémographique

L'échantillon considéré en Égypte se caractérise par une légère prédominance féminine (57% de l'échantillon), avec un âge moyen d'environ 24,74 ans, et dans lequel les sujets ayant terminé des études post-obligatoires (75%) et des études obligatoires (25%) prédominent.

La situation de l'emploi de cet échantillon est nettement supérieure à celle des pays méditerranéens du Nord précédemment considérés (à l'exception de la Grèce, 74% des répondants sont employés et le marché du travail est principalement dans l'intérêt public.

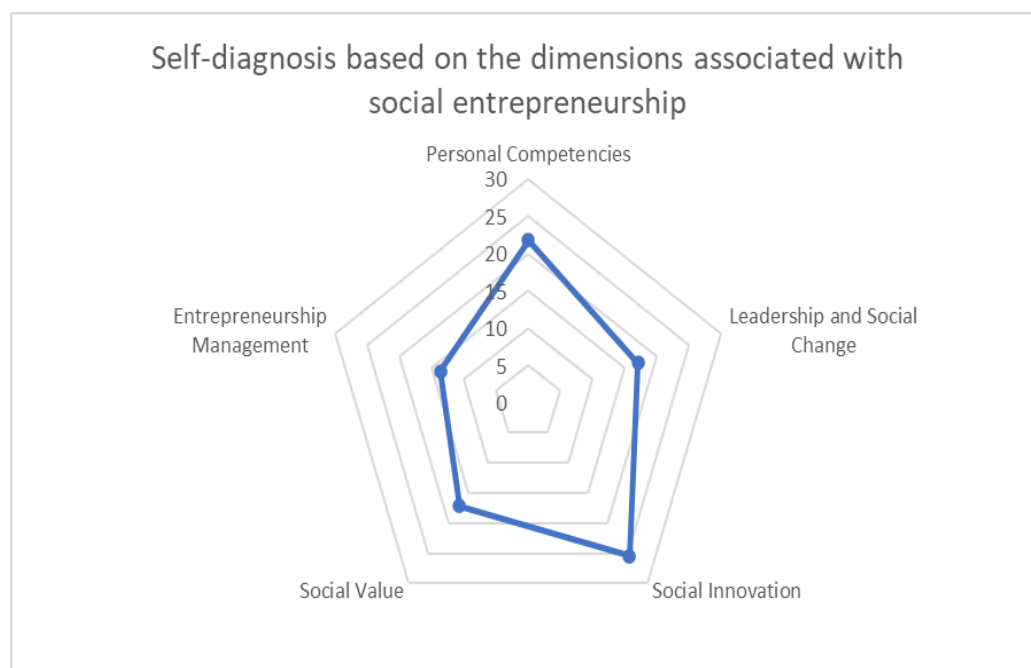
Comme dans le cas de l'Espagne et de l'Italie, nous constatons que l'employabilité est une question fortement dominée par les hommes, bien que dans une proportion moindre que dans les pays précédemment mentionnés (42% des personnes actuellement employées sont des femmes), et bien que le secteur social prédomine en tant que domaine de travail, il est également possible de trouver des individus qui travaillent dans le domaine environnemental (29%) et d'autres types de domaines (7%).

b) Familiarisation avec l'entrepreneuriat social

L'échantillon fourni par l'Égypte présente des chiffres égaux concernant la familiarité préalable avec ce domaine grâce à des activités de formation (53% de l'échantillon a réalisé une activité dans ce domaine), et nous pouvons trouver une représentation symétrique entre les hommes et les femmes dans la participation à de telles activités.

c) Auto-diagnostic concernant les compétences en entrepreneuriat social

Concernant les résultats de l'auto-évaluation, nous trouvons des résultats très similaires aux cas précédents, dans lesquels la gestion de l'entrepreneuriat et la création de valeur sociale sont les dimensions les moins développées, bien qu'elles atteignent les valeurs minimales souhaitées pour une évaluation positive.



Les évaluations auto-diagnostiques sont projetées dans une perception majoritairement positive (84%) concernant la possibilité d'un entrepreneuriat social efficace à l'heure actuelle.

3.2.5. Jordanie

a) Description sociodémographique

Dans le cas de la Jordanie, nous trouvons l'échantillon le plus âgé, environ 32 ans, et avec une répartition égale entre les sexes. Si nous prenons en compte le niveau d'éducation, nous constatons que tous les échantillons ont terminé des études post-obligatoires, ce qui se traduit par un taux d'emploi absolu pour l'échantillon.

Contrairement aux exemples précédents, dans le cas de la Jordanie, nous constatons que le marché du travail n'est pas dominé par les secteurs d'intérêt public, mais qu'il y a une présence significative (50%) d'individus travaillant dans d'autres secteurs d'activité. Parmi ceux qui travaillent dans le secteur d'intérêt public, 78% travaillent dans des activités du secteur social.

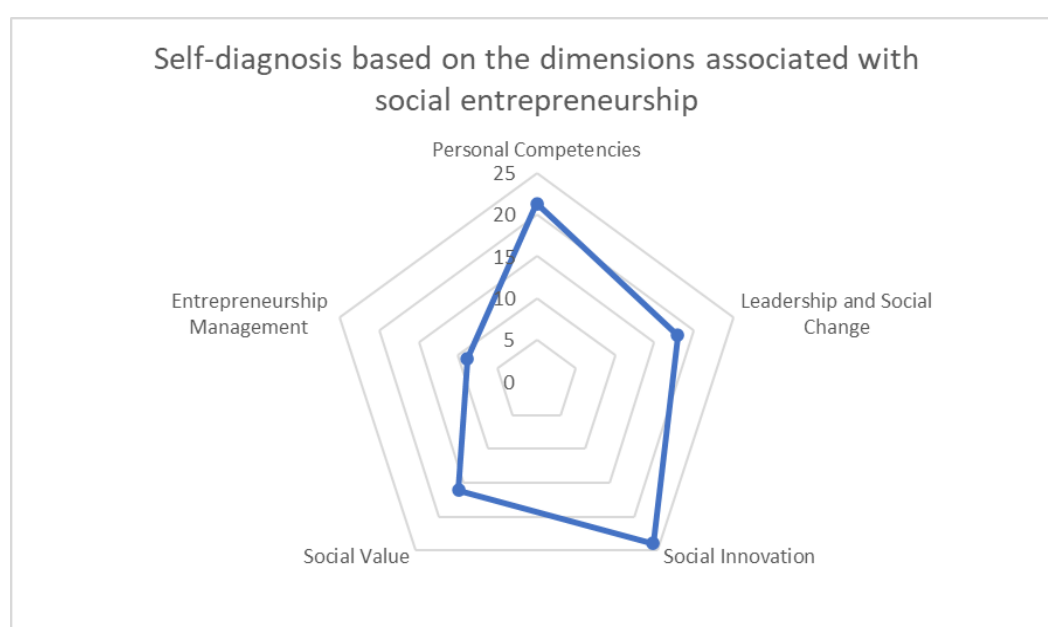
Enfin, il est important de souligner que l'activité professionnelle dans le secteur d'intérêt public est légèrement occupée par les femmes (56% de la population active totale).

b) Familiarisation avec l'entrepreneuriat social

En Jordanie, nous observons la tendance que nous avons constatée dans les pays précédents, où il n'y a pas eu de contact préalable avec l'entrepreneuriat social par le biais d'activités de formation (seuls 38% des personnes interrogées en Jordanie ont développé un type d'activité de ce genre), bien qu'il y ait une répartition égale entre les hommes et les femmes en ce qui concerne la réalisation de ce type d'activité.

c) Auto-diagnostic concernant les compétences en entrepreneuriat social

En ce qui concerne les résultats obtenus dans l'auto-évaluation des compétences, le plus notable est que la Jordanie est le pays ayant les valeurs les plus basses en termes de compétences en gestion d'entreprise, mais cela ne traduit pas excessivement par une perception négative de la possibilité d'entreprendre. Comme on peut le voir sur le graphique, au moins 40% des personnes interrogées en Jordanie estiment qu'elles pourraient mener à bien un entrepreneuriat social efficace en ce moment.



3.2.6. Tunisie

a) Description sociodémographique

L'échantillon des participants à l'enquête en Tunisie se caractérise par un âge moyen de 26,57 ans, étant majoritairement des femmes (65%), ayant terminé des études post-obligatoires (seulement 13% de l'échantillon n'a pas atteint ce niveau académique) et ayant un indice d'occupation professionnelle de 45%.

Le niveau d'employabilité dans les secteurs d'intérêt social ou public est très similaire à celui des autres pays de la côte sud de la Méditerranée, bien qu'il se caractérise par une présence majoritairement masculine (75%) dans ces secteurs.

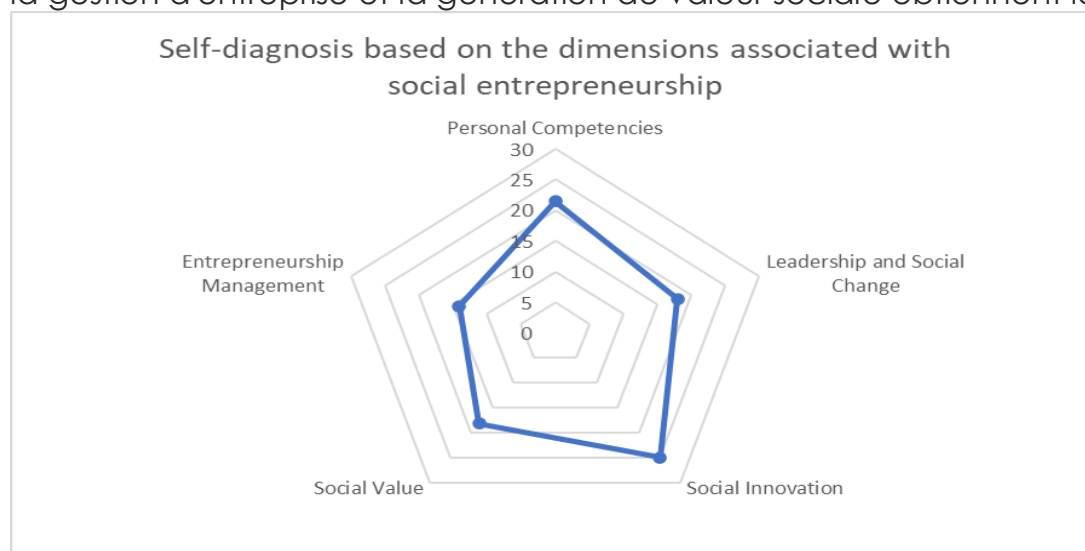
La répartition par thèmes concernant les domaines de travail dans lesquels ils sont engagés est très similaire à ce qui a déjà été indiqué pour d'autres pays comme la Jordanie (l'employabilité dans les activités à orientation sociale prédomine avec 73%, suivie par les activités de durabilité et environnementales avec 18% et d'autres activités avec 9%).

b) Familiarisation avec l'entrepreneuriat social

En termes de familiarité préalable avec le domaine de l'entrepreneuriat social, nous constatons que légèrement moins de la moitié (49%) ont suivi un certain type de formation, avec un intérêt majoritaire de la part des hommes (72% de ceux qui ont participé à une activité de formation sont des hommes).

c) Auto-diagnostic des compétences en entrepreneuriat social

Pour conclure l'analyse pays par pays, il est nécessaire de souligner que la Tunisie suit la tendance déjà identifiée dans d'autres cas, où l'innovation sociale est la dimension ayant les meilleurs résultats en auto-évaluation, tandis que les compétences associées à la gestion d'entreprise et la génération de valeur sociale obtiennent les scores les plus bas



Les résultats de l'auto-évaluation reflètent majoritairement une perception négative concernant la possibilité de mener des activités d'entrepreneuriat social actuellement, avec 84% de la population ayant cette auto-perception.

3.2.7. Analyse globale et comparative

a) Description sociodémographique

Nous présenterons maintenant les données dans leur ensemble après avoir discuté des principales caractéristiques des participants à l'enquête pour chaque pays.

Tout d'abord, il convient de noter que l'échantillon recueilli dans l'enquête se caractérise par un âge moyen de 27,1 ans (avec un écart-type de 7,3 ans) et est composé d'un nombre significativement plus élevé de femmes (54%).

À son tour, l'échantillon est principalement composé d'individus ayant terminé des études post-obligatoires (81%), suivis par des individus n'ayant pas encore terminé ces études (12%).

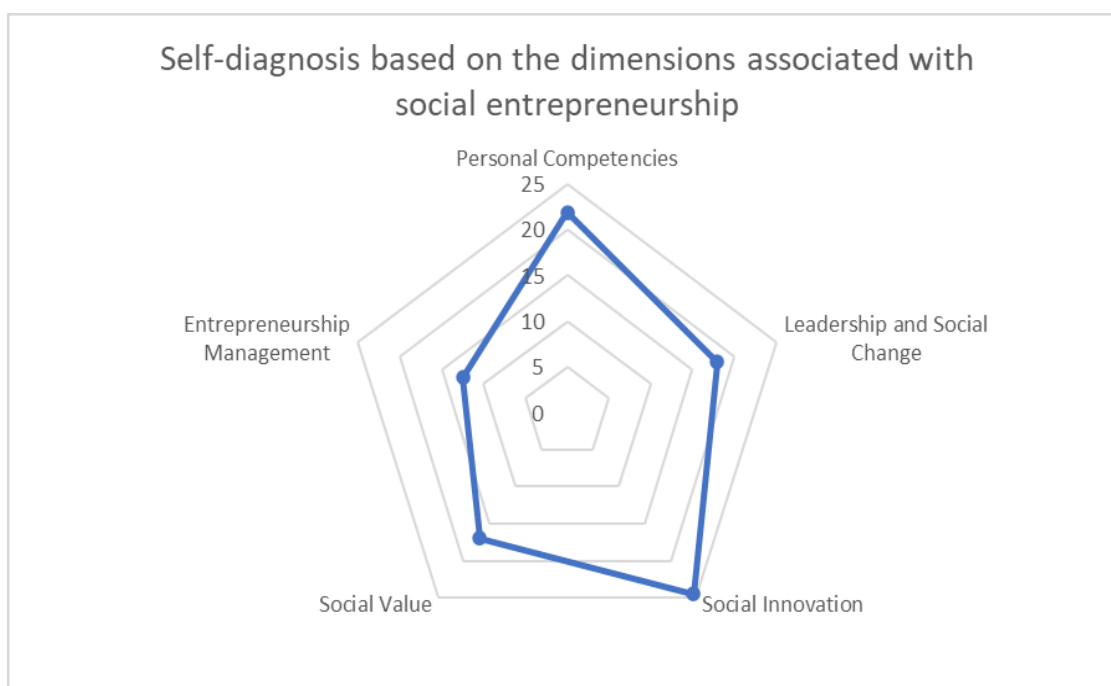
En ce qui concerne l'activité professionnelle des participants, plus de 60% sont sans emploi, tandis que le reste est principalement engagé (61%) dans des activités pouvant être caractérisées d'intérêt public, en particulier dans le secteur social (71% de ceux qui travaillent dans le secteur d'intérêt public le font dans ce domaine). De plus, il convient de noter que la performance professionnelle dans ce secteur est majoritairement masculine (55% d'hommes contre 45% de femmes).

b) Familiarisation avec l'entrepreneuriat social

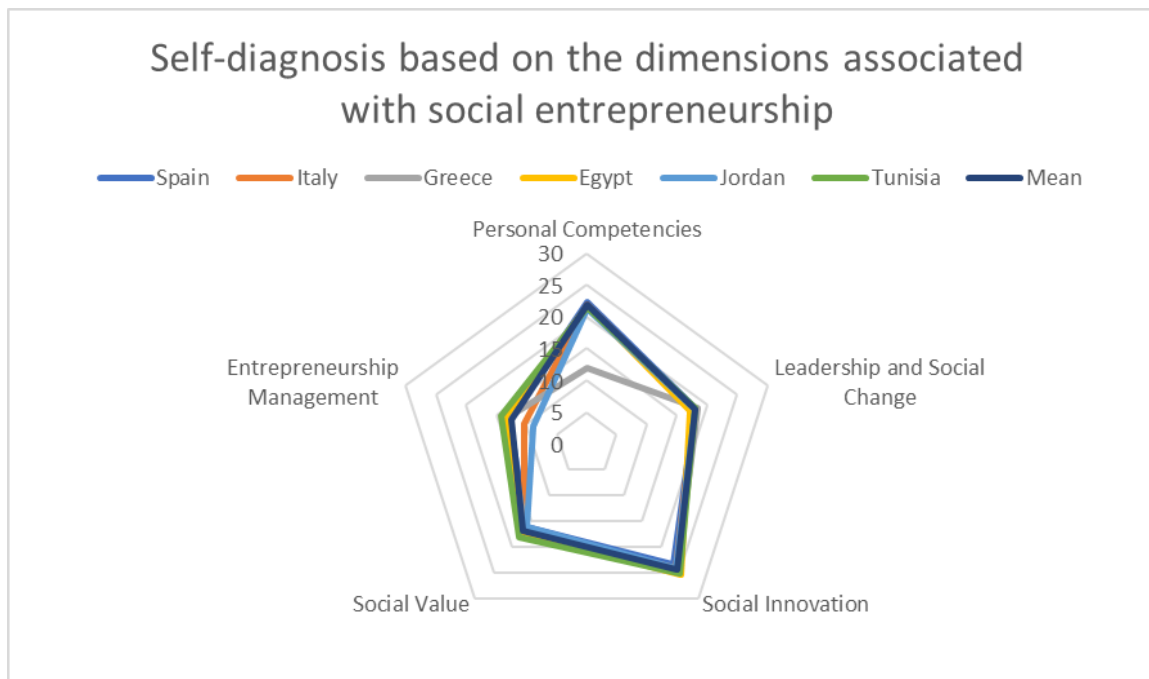
Si nous examinons la question concernant les activités de formation antérieures dans le domaine de l'entrepreneuriat social, nous constaterons que seulement 45% des participants à l'enquête ont mené un type d'activité à cet égard, et la plupart (55%) sont des hommes qui entreprennent ces types d'activités.

c) Auto-diagnostic des compétences en entrepreneuriat social

La représentation graphique des résultats obtenus dans l'auto-diagnostic montre un développement perçu plus important des compétences dans les dimensions liées aux qualités personnelles et à l'innovation sociale, en particulier, tandis que celles liées à la gestion de l'entrepreneuriat et à la création de valeur sociale obtiennent les scores les plus bas.

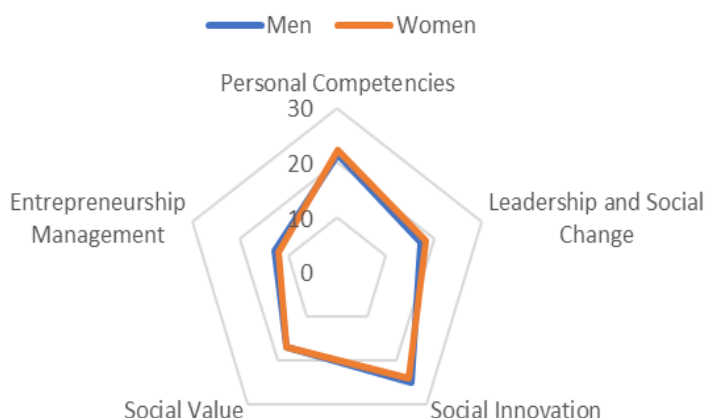


Une analyse comparative par pays montre que presque tous les pays ont des scores très similaires en termes de compétences en leadership et en changement social, en innovation sociale et en génération de valeur sociale, les plus grandes différences se situant dans les compétences de nature personnelle et dans la gestion de l'entrepreneuriat : la Grèce serait le pays ayant le score le plus bas en compétences personnelles, tandis que la Jordanie et l'Italie seraient les pays ayant les scores les plus bas en compétences liées à la gestion de l'entrepreneuriat.



Si nous appliquons une analyse comparative par genre, nous découvririons, comme le montre le graphique suivant, que les scores sont très similaires, bien qu'il soit possible d'identifier quelques relations subtiles : les femmes ont tendance à obtenir de meilleurs résultats dans les compétences de nature personnelle, le leadership et la création de valeur sociale, tandis que les hommes ont tendance à le faire dans les compétences de gestion et d'innovation sociale.

Self-diagnosis based on the dimensions associated with social entrepreneurship



En termes généraux, nous constatons qu'une grande majorité des personnes interrogées, dans l'enquête ont déclaré que, pour le moment et compte tenu de leur formation et de leurs compétences, elles ne seraient pas en mesure de mettre en œuvre efficacement un projet d'entrepreneuriat social (seuls 43% des participants affirment pouvoir le faire).

d) Corrélations bivariées et comparaison des moyennes

Pour atteindre l'un des objectifs de ce travail, une étude exploratoire sur la situation de l'entrepreneuriat social dans le champ territorial des pays participants a été réalisée. Pour ce faire, une exposition descriptive de la manière dont l'univers du groupe cible est configuré dans chaque territoire a été fournie, ainsi qu'un aperçu du "micro-univers" composé de ces étapes. Cependant, la construction d'un rapport sur l'état de l'art n'est pas seulement liée à une dimension descriptive, mais implique également le défi d'identifier les dynamiques internes sous-jacentes à ce phénomène. En d'autres termes, une exploration de l'état de l'art de l'entrepreneuriat social sur un territoire doit également tenir compte des interactions possibles entre les facteurs qui peuvent le conditionner.

Dans cette section, nous tenterons de relever ce défi en utilisant une analyse bivariée de différentes variables individuelles (genre, âge), structurelles (niveau d'éducation, nationalité, pays de résidence, statut d'employabilité) et expérimentales ex-post facto (niveau de familiarité avec l'entrepreneuriat social grâce à des activités de formation), telles qu'une série de variables de résultat, y compris la perception d'être compétent dans la mise en œuvre d'un projet d'entrepreneuriat social et le score sur les différentes dimensions de l'indice d'auto-évaluation mentionné ci-dessus (compétences

personnelles ; leadership et changement social ; innovation sociale ; création de valeur sociale ; et gestion de l'entrepreneuriat).

La tabulation croisée résultante des variables, visant à établir la relation significative entre elles, est présentée dans le tableau suivant. Au-delà de l'établissement des relations entre les variables d'intérêt sociologique, nous suggérons de nous concentrer sur l'ensemble des relations qui sont ombrées en gris, car elles sont celles qui sont pertinentes pour ce travail.

Corrélations bivariées (explication du tableau ci-dessous)

Le tableau suivant montre le résultat de l'analyse binomiale entre les variables, c'est-à-dire l'établissement, par des calculs statistiques, si la relation entre deux variables est statistiquement significative, c'est-à-dire si elle va au-delà du hasard pur. Le niveau de signification statistique choisi a été de 99% et 95% (identifié par les couleurs vert et jaune respectivement). Lorsque, dans le tableau, nous trouvons que la valeur qui apparaît lors du croisement de deux variables est inférieure à 0,01 ou 0,05, nous pouvons affirmer que dans 99% ou 95% des cas, respectivement, la relation entre ces variables n'est pas le produit du hasard.

La direction de cette relation, c'est-à-dire si elles sont directement liées (lorsque la variable indépendante augmente, la variable de résultat augmente également) ou inversement liées (lorsque la variable indépendante augmente, la variable de résultat diminue), ainsi que la force de cette relation, nous l'observerons dans l'épigraphe suivante en utilisant la régression logistique binomiale.

Corrélations bivariées

		G	Age	CR	N	F	ES	PPES	EFES	PC	LSC	SI	SV	EM
Genre (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
Age	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
Pays de résidence	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
Nationalité (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
Entraînement	C de Pearson	-,036	,250	,258	,157	1	,191	,016	,212	-,099	-,008	-,056	-,018	,008

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

	Sig. (B)	,680	,003	,002	,068		,026	,849	,013	,253	,922	,516	,835	,930
Situation de l'emploi	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
Possibilité perçue SE (PPSE)	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
Expérience formative 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
Compétences personnelles (CP)	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 et changement social (LCS)	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
Innovation sociale (IS)	C de Pearson	-,156	,139	,116	,093	-,056	,129	,331	,245	,187	,177	1	,545	,474
	Sig. (B)	,069	,106	,178	,282	,516	,134	,000	,004	,029	,039		,000	,000
Valeur sociale (VS)	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
Gestion entrepreneurship (GM)	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 corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

** La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

Comme on peut le voir dans le tableau, nous trouvons plusieurs relations significatives entre les variables d'entrée ou dépendantes et la variable résultante "Possibilité perçue d'entrepreneuriat social (PPES)", avec différents niveaux de signification. En vert, nous présentons les relations significatives au niveau 0,01 (bilatéral), tandis qu'en jaune sont présentées celles avec un niveau de signification de 0,05.

Le résultat principal que nous trouvons dans ce sens est que, en considérant l'échantillon obtenu à partir de l'enquête, la variable PPSE est fortement associée au pays de résidence du répondant, et dans une moindre mesure, à la nationalité de l'individu. Ces deux variables sont fortement liées (dans la plupart des cas, la nationalité correspondra au pays de résidence), mais nous trouverons également des cas où un nombre suffisant d'individus appartiennent à une nationalité différente de celle du pays de résidence.

En tenant compte de la première de ces relations, nous pouvons affirmer qu'il existe des différences significatives dans la capacité d'entrepreneuriat social en fonction du pays de résidence, de telle sorte que les pays ayant une plus grande volonté d'entreprendre seraient l'Égypte et la Tunisie (avec une valeur moyenne de 0,84 dans une plage entre 0 et 1), tandis que l'Italie serait le pays ayant la moins grande volonté de le faire (avec des valeurs de 0,30 dans la moyenne de cette variable). À leur tour, la Grèce, la Jordanie et l'Espagne présenteraient des valeurs très similaires (0,40, 0,38 et 0,37 respectivement). Comme nous le verrons plus tard, lors de l'explication du modèle qui est apparu à partir d'une analyse multivariée basée sur la régression logistique binaire, la localisation dans un pays ou dans un autre sera un facteur conditionnant la possibilité de développer des activités entrepreneuriales.

En tenant compte de la nationalité, nous pouvons découvrir comment l'Égypte et la Tunisie continuent d'être les pays ayant une plus grande prédisposition à l'entrepreneuriat social (avec des valeurs de 0,84), suivis par la Grèce (0,48). Parmi les ressortissants grecs et jordaniens (0,38), espagnols (0,35) et italiens (0,32), un groupe de nationalités non défini émerge qui faciliterait ce comportement avec des valeurs de 0,40.

Bien que le genre ne soit pas une variable qui montre une relation significative avec la possibilité d'entrepreneuriat, nous considérons important d'analyser son comportement et nous constatons que, pour l'échantillon obtenu, il existe une différence significative dans la détermination à entreprendre en fonction du genre. Nous pouvons affirmer que les hommes se perçoivent comme ayant une plus grande capacité d'entreprendre dans une plus grande mesure que les femmes (avec des valeurs de 0,65 et 0,61), ce qui est frappant dans un échantillon caractérisé par sa forte masculinisation, comme cela a déjà été vu précédemment.

Si nous analysons le comportement de la variable de niveau d'éducation en ce qui concerne la capacité d'entreprendre, nous verrons qu'il n'y a pas de différences statistiquement significatives dans l'auto-perception que les individus ont dans les différents niveaux d'éducation.

Dans le domaine de l'éducation, un élément qui aura une relation significativement positive avec la perception de la compétence pour l'entrepreneuriat est de suivre une formation spécifique dans ce domaine. Les personnes qui ont reçu une formation dans ce domaine ont une valeur de compétence auto-perçue de 0,68 (sur une échelle de 0 à 1) par rapport à ceux qui n'ont pas reçu une telle formation (qui ont des valeurs de 0,49). Ce résultat soutient l'hypothèse qu'il est nécessaire de continuer à développer des activités de formation spécifiques dans le domaine de l'entrepreneuriat social pour promouvoir la mise en œuvre de telles activités.

Pour conclure cette section, nous aimerions présenter quelques résultats que nous considérons comme extrêmement importants dans la relation possible entre le développement de compétences associées aux cinq dimensions que nous avons déjà discutées.

Nous ne pouvons pas ignorer que ces déclarations doivent être prises en compte pour l'échantillon étudié, qui présente des limites en termes de taille d'échantillon et du fait que nous ne connaissons pas le contenu spécifique de la formation que les individus ont suivie.

En tenant compte de cela, nous pouvons affirmer qu'il existe une relation statistiquement significative entre le développement d'activités de formation et deux des cinq dimensions : l'innovation sociale et la gestion de l'entrepreneuriat.

Bien que dans l'analyse binomiale, il n'y ait pas de relation significative entre le comportement des compétences personnelles et l'expérience dans les activités de formation, nous avons trouvé un comportement paradoxal de ces variables lors de la comparaison des moyennes. Ce comportement paradoxal est qu'il y a une différence significative de scores entre ceux qui effectuent ces types d'activités et ceux qui ne le font pas, de telle sorte que les sujets qui ont reçu une formation spécifique dans ce domaine ont des scores moins bons que ceux qui n'en ont pas reçu. Dans le cas de la relation entre la création de valeur sociale et l'expérience dans les activités de formation précédentes, elle va être différente de la précédente, de sorte que les individus qui ont effectué des activités de formation ont tendance à avoir des scores significativement meilleurs que ceux qui n'en ont pas (une moyenne de 17,21 par rapport à 16,74 respectivement).

Il se passe quelque chose de similaire avec la variable de gestion de l'entrepreneuriat. Les individus qui ont effectué des activités de formation ont de meilleures moyennes de gestion de l'entrepreneuriat (13,35) que ceux qui n'en ont pas (11,65).

d) Analyse multivariée à l'aide de la régression logistique binaire

Pour terminer l'analyse des résultats, nous allons construire deux modèles en utilisant l'application d'une analyse de régression logistique binaire. L'objectif de ce type de technique est de pouvoir fournir une explication sur le comportement d'une variable (dans ce cas, la capacité à entreprendre des initiatives d'entrepreneuriat) en utilisant la concurrence d'une série de variables.

Le premier modèle est construit en utilisant des variables individuelles (sexe et âge), structurelles (niveau d'éducation, pays de résidence) et expérimentales ex-post facto (activités de formation). Comme on peut le voir dans le tableau suivant, dans la concurrence de toutes les variables, la seule qui a une signification statistique est le pays de résidence, de sorte que nous pouvons affirmer que la capacité à entreprendre l'entrepreneuriat social de l'échantillon est mesurée uniquement et exclusivement par cette variable.

Cela nous amène à penser qu'il est nécessaire d'étudier les aspects socio-économiques et culturels des pays qui agissent comme déterminants. Comme on peut le voir dans le modèle, le fait de résider en Égypte ou en Tunisie augmente significativement la compétence auto-perçue dans le domaine de l'entrepreneuriat social. L'analyse plus détaillée des dynamiques qui se développent dans ces pays autour de l'entrepreneuriat peut nous guider de manière très appropriée pour prendre des décisions qui se traduisent par une amélioration dans ce domaine.

Composantes structurelles de la possibilité d'entrepreneuriat

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1(a) Homme (ref Femme)	,050	,421	,014	1	,905	1,052
Age	,035	,037	,923	1	,337	1,036
Poste occupé(ref)			,702	2	,704	
Obligatoire terminé	,276	,784	,124	1	,725	1,318
Postes non terminés	,588	,732	,646	1	,422	1,800
Pas d'expérience (vs oui)	-,694	,450	2,382	1	,123	,499
Jordanie			23,010	5	,000	
Espagne	,082	,781	,011	1	,916	1,086
Italie	,041	,742	,003	1	,956	1,042
Grèce	,281	,661	,181	1	,671	1,325

Egypte	2,404	,843	8,134	1	,004	11,065
Tunisie	2,391	,716	11,167	1	,001	10,927
Constante	-1,311	1,311	,999	1	,317	,270

Légende des abréviations

B= Beta
 E.T.= error estandar (standard error)
 Wald= Prueba de Wald (Wald Test)
 gl= grados de libertad(degrees of freedom)
 Sig= Significacion (Signification)
 : Exp(B)= exponencial de Bet (Exponential of Bet)

Le deuxième modèle proposé est établi à partir de l'interaction des différentes dimensions de l'entrepreneuriat concernant la variable de résultat. Dans ce cas, la variable faisant référence à la compétence en gestion entrepreneuriale est celle qui explique le plus efficacement si les individus se sentent compétents ou non pour effectuer des tâches d'entrepreneuriat social à l'heure actuelle

Dimensions de l'entrepreneuriat liées à la possibilité d'entrepreneuriat

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1(a) Compétences personnelles	-,083	,133	,385	1	,535	,921
Leadership et changement social	-,017	,130	,017	1	,896	,983
Innovation sociale	,073	,086	,715	1	,398	1,075
Création de Valeur sociale	,081	,107	,570	1	,450	1,084
Gestion de l'entrepreneuriat	,318	,072	19,732	1	,000	1,375
Constante	-4,569	2,809	2,647	1	,104	,010

a Variable(s) introduced (s) in step 1: CP_Completa_Sum, LCS_Completa_sum, IS_Completa_Sum, VS_Completa_Sum, GE_Completa_Sum.

3.3. Resultats du diagnostic qualitatif

Comme indiqué au début de ce chapitre, les caractéristiques de l'objectif global ont nécessité une approche mixte, qui a combiné une étude empirique avec une identification et une catégorisation systématiques des meilleures pratiques.

La dimension qualitative de l'étude empirique était principalement axée sur l'identification et l'analyse de la construction discursive des différents acteurs responsables du domaine de la jeunesse en ce qui concerne le binôme "jeunesse-entrepreneuriat social", en mettant l'accent sur les difficultés associées au groupe lui-même, ainsi que sur les solutions possibles.

Pour ce faire, la technique de groupe de discussion a été utilisée, comme expliqué dans la section sur les caractéristiques méthodologiques.

Les résultats principaux qui ont émergé de l'application de cette technique sont présentés ci-dessous, ainsi qu'une discussion sur ces résultats.

3.3.1. Consensus sur “le jeune entrepreneur social”

La représentation sociale que les différents profils d'informateurs ont dans les pays participants est assez similaire, il est donc possible d'identifier une série de descripteurs communs, que nous présenterons brièvement.

a) L'entrepreneur social en tant que “sujet de valeurs”

Le premier élément qui articule la construction sociale autour de la figure de l'entrepreneur social est sa dimension éthique-morale. L'entrepreneur social est caractérisé par la possession d'une série de traits éthiques et de valeurs qui le conduisent nécessairement à s'engager à améliorer les conditions sociales dans lesquelles il opère, et par extension, à transformer la réalité vers un modèle plus juste, équitable et solidaire.

“En termes de valeurs, ils ont précisé que l'entrepreneur social devrait avoir confiance dans le problème qu'il/elle traite et réfléchir aux solutions possibles et à l'impact”.

Dans ce sens, l'entrepreneur social est positionné comme un acteur principal et actif, tout en agissant comme un facilitateur de changements autour de lui.

“L'entrepreneur social est quelqu'un qui croit aux valeurs sociales et partage de nombreux principes en tant que citoyen actif dans ce monde”.

De même, le cadre éthique-cognitif dans lequel l'activité d'entrepreneuriat social est développée n'est pas décontextualisé ou historique, mais est guidé par le principe de mesure de l'impact et de la durabilité.

“Un entrepreneur social devrait être guidé par l'impact social et durable que son entreprise entrepreneuriale aura”

“Ils cherchent toujours des solutions créatives pour aborder un problème spécifique, bénéficier de grandes opportunités ou tirer parti du succès pour faire prospérer la communauté”.

b) L'entrepreneur social en tant que “sujet connecté et engagé dans la réalité qui l'entoure”

Un deuxième élément fondamental dans la définition de l'entrepreneur social est son caractère aimé et enraciné. L'entrepreneur social n'est compris que d'une communauté de référence, dans laquelle il développe son activité et à laquelle il consacre ses efforts. L'entrepreneur social n'est pas un "parachutiste" mais développe une forte connexion avec la communauté.

“Le principal facteur qui contribue au talent est la communauté”.

“L'entrepreneur social devrait être un leader dans la communauté locale”

“Ils devraient avoir des compétences améliorées de collaboration et de réseautage”.

La connexion avec la communauté n'a pas nécessairement besoin d'avoir une connexion biographique, mais elle nécessite un niveau élevé et intense d'empathie pour être significative.

“Les expériences personnelles peuvent générer une passion particulière chez les entrepreneurs sociaux pour un problème social”.

Cet entrelacement lui fournit une connaissance située et expérientielle, qui améliore sa capacité à influencer et à être efficace dans la réalisation de ses actions.

“Parfois, les gens peuvent poursuivre des idées à la mode parce qu'elles sont clairement énoncées, et c'est important parce que les gens les connaissent. Cependant, les vrais problèmes sont encore cachés, peu connus et profondément enracinés dans la société. Le véritable entrepreneur social doit être capable de voir les principaux problèmes sociaux et de créer une solution adéquate pour eux”.

“Effectuer une analyse sociale à l'endroit où le projet sera mis en œuvre est crucial car les entrepreneurs sociaux doivent être conscients de l'aspect traditionnel et de la façon dont les gens perçoivent le problème”.

“Les entrepreneurs sociaux doivent “écouter” les besoins sociaux pour trouver des moyens d'y répondre”

c) L'entrepreneur social en tant que sujet “compétent”

Un troisième élément particulièrement significatif est que l'entrepreneur social est perçu comme un sujet possédant une série de connaissances, de compétences et d'aptitudes qui résultent de la performance efficace de ses actions. Parmi ces savoir-faire, la capacité à identifier les besoins et à formuler des solutions novatrices, efficaces et à fort impact se distingue, toutes orientées par une certaine manière de comprendre le monde sur le plan éthique.

“Un entrepreneur social qui a un niveau significatif d'empathie et de passion pour les problèmes sociaux (talent) n'est pas nécessairement réussi. L'entrepreneur social doit être intelligent et avoir les compétences nécessaires pour fournir des services appropriés à la communauté”.

“Premièrement, ils doivent avoir une vision et une mission pour leur idée. Ils demandent quel pourrait être le problème dans tous les aspects, pourquoi ils veulent y répondre et comment il sera abordé. De plus, la mission et la vision doivent être alignées sur la réalité et être applicables. Deuxièmement, ils doivent être capables de créer un modèle d'entreprise, d'analyser des données et de réfléchir à la qualité et à la quantité ; les entrepreneurs sociaux doivent avoir des compétences commerciales de base. Troisièmement, l'entrepreneur social peut mesurer l'impact souhaité avec des résultats réels, quantitatifs et de qualité et lire les données avec précision pour être en mesure d'articuler l'étape suivante. Quatrièmement, être décisif, cohérent, résilient et capable de développement. Par conséquent, ils seront en mesure de s'adapter à différentes circonstances, de rechercher des solutions innovantes et de surmonter les obstacles. Cinquièmement, les participants discutent d'autres caractéristiques qui peuvent soutenir les entrepreneurs sociaux, telles que l'expérience personnelle et une idée créative”.

En plus des connaissances, compétences et aptitudes techniques, des éléments liés à la gestion des processus et aux relations interpersonnelles sont également préconisés

“Ils doivent être flexibles pour surmonter les obstacles et considérer d'autres alternatives. Les participants ont déclaré qu'une des compétences principales qui peuvent aider à surmonter les limites est la promotion et que les entrepreneurs sociaux doivent être capables de convaincre les donateurs et les publics cibles de leurs idées”

“La vision, la persévérance et les compétences en planification stratégique, ainsi que la résilience mentale et la volonté de recevoir une formation et un développement continu, sont des qualités très importantes pour l'entrepreneur social”.

d) L'entrepreneur social comme "sujet en construction"

En ce qui concerne la nature innée-acquise des qualités de l'entrepreneur social, il existe un consensus généralisé selon lequel elles ne sont pas mutuellement exclusives, mais se manifestent plutôt souvent de manière synergique. Cela signifie qu'à travers la reconnaissance de soi de sensibilités et de compétences spécifiques (étroitement liées à des éléments autobiographiques), un processus d'orientation et de formation objectif a lieu.

"Lorsqu'il est question d'entrepreneuriat social comme élément inné, les participants différencient les talents et les compétences innés et acquis"

"La question de savoir si l'entrepreneuriat social est un élément inné ou quelque chose qui peut être incorporé, tous les participants ont convenu qu'il s'agit d'une combinaison de la prise de conscience des problèmes sociaux dès le plus jeune âge..., avec une sensibilité accrue tout au long de sa croissance et de son interaction avec les problèmes sociaux".

À ce stade, le rôle de formation structurée, qu'elle soit formelle ou informelle, est souligné en ce qui concerne l'entrepreneuriat social.

"L'entrepreneuriat social ne devrait pas être un produit de formation, mais plutôt une partie de l'éducation que les gens reçoivent pendant leurs années scolaires, et la formation censée aider ce groupe cible particulier dans leur vie ultérieure n'est pas la formation qui devrait être"

3.3.2. Limitations de l'entrepreneuriat social chez les jeunes

En ce qui concerne les principaux éléments qui limitent l'entrepreneuriat chez les jeunes en tant qu'entrepreneurs sociaux, nous trouvons un consensus consolidé qui nous donne l'idée que les problèmes associés à ce type d'activité sont structurels, quel que soit le territoire considéré.

Nous présentons les limitations regroupées en blocs thématiques et classes selon le niveau de saturation atteint dans le discours tout au long des différents groupes de discussion.

a) Limitations sociales

Le premier bloc de limitations est lié à l'image sociale projetée sur l'entrepreneuriat social. Dans la plupart des cas, il y a une forte ignorance des caractéristiques de ce type d'activité, ce qui se traduit par un désincitatif à y participer.

“La mauvaise idée que le grand public a des entreprises sociales est qu'elles sont des organisations à but non lucratif qui offrent leurs produits gratuitement et devraient avoir de grandes réductions sur leurs services.”

“Le concept d'entrepreneuriat social n'est pas une connaissance commune, ce qui rend la mission des jeunes plus difficile pour convaincre leur famille et leur réseau proche.”

Cette ignorance générale de l'entrepreneuriat social coexiste avec une perception d'être une pratique "contre-culturelle", qui a tendance à l'idéologiser et à l'idéaliser, en supposant que c'est un mécanisme de sélection concernant les sujets intéressés possibles dans ces activités.

b) Limitations politico-légales

Un deuxième bloc de difficultés est lié au domaine politique et juridique, où ce qui ressort le plus est un déficit de soutien institutionnel accessible et abordable qui permet l'accès et la consolidation dans la pratique de l'entrepreneuriat social.

Tous les pays n'ont pas de réglementations spécifiques qui régissent ce type d'activité et tous les pays conviennent qu'il y a un fardeau bureaucratique élevé pour accéder aux ressources de soutien ou pour mettre en œuvre l'activité. Tout cela se traduit par une difficulté supplémentaire pour la performance de l'activité entrepreneuriale et devient un incitatif à l'abandon précoce de cette activité.

“Il n'y a pas de loi spécifique pour l'entrepreneuriat social”.

“La bureaucratie que les entreprises doivent surmonter est énorme pour pouvoir travailler légalement et dans différents endroits”.

b) Limitations économiques

Les limitations politiques et juridiques sont intimement liées à la difficulté d'accéder à un financement suffisant pour démarrer l'activité entrepreneuriale jusqu'à ce qu'elle soit autosuffisante. Ce bloc coïncide avec une disponibilité insuffisante de ressources de différents types (pas seulement monétaires), mais aussi la difficulté d'accéder au financement ou de l'utiliser.

“Pour démarrer une entreprise sociale, il faut avoir une grande quantité de capital”.

“Le problème financier émerge avec les limitations légales. Les entreprises sociales paient des impôts élevés qui pourraient bloquer la durabilité de l'entreprise”

“Limitations de financement ; le manque de connaissance de qui est responsable de la distribution des fonds pose un gros problème”.

d) Limitations de formation

The Les limitations de formation liées aux formats et aux méthodologies qui soutiennent l'activité de l'entrepreneuriat social sont l'un des blocs les plus importants lorsqu'il s'agit de conditionner la pratique de l'entrepreneuriat social

“Il est extrêmement difficile de trouver et de recevoir une éducation ou une formation formelle pour l'entrepreneuriat social”

Il y a un consensus parmi les différents participants pour affirmer qu'il existe une distance significative entre les besoins de formation, tant en termes de contenu que de pratiques méthodologiques, et les activités de formation proposées

Concernant les questions méthodologiques, on réclame un modèle basé sur le mentorat, l'apprentissage par les problèmes et l'apprentissage basé sur la pratique plutôt que sur des méthodologies de nature magistrale. En ce qui concerne les contenus, on réclame l'incorporation d'un ensemble plus choral de connaissances et de compétences, en accord avec les cinq dimensions de l'entrepreneuriat social qui ont été soulevées à différents moments dans ce travail.

“En ce qui concerne la formation, les participants des deux groupes de discussion ont convenu que la formation nécessaire, selon leur point de vue, comprenait la sensibilisation à l'entrepreneuriat, la constitution d'équipes et le réseautage, la gestion financière, la gestion des données et l'intelligence émotionnelle. De plus, ils ont suggéré que l'expérience pratique peut renforcer l'esprit et maîtriser les compétences. La capacité à développer de meilleures capacités et à identifier chaque cas sont des compétences cruciales, mais les gens auront des connaissances approximatives lorsqu'ils essaieront”

En plus des idées exprimées précédemment, la formation dans ce domaine est préconisée dans une perspective d'apprentissage tout au long de la vie, en tant que système ouvert et flexible grâce à des mises à jour progressives, plutôt que comme une acquisition unique de connaissances

"Cependant, les participants ont précisé que la formation appropriée devrait être basée sur un processus et une analyse. Il devrait y avoir une évaluation pour les entreprises sociales afin de déterminer ce qu'elles doivent développer, acquérir ou éliminer pour offrir un meilleur résultat. L'analyse de la formation devrait préciser ce dont les gens ont besoin en termes de compétences, comment cela peut se rapporter au problème qu'ils abordent et à la mise en œuvre au sein de la communauté. Les participants au groupe de discussion ont souligné l'importance de comment apprendre plutôt que de quoi apprendre ; en théorie, toute formation peut bien s'adapter, mais l'aspect pratique est ce qui compte".

e) Limitations technologiques

En plus des limitations mentionnées précédemment, et avec un certain niveau de connexion avec les limitations économiques, nous trouvons les limitations de nature scientifique et technique, qui se traduisent par des difficultés dans la gestion des connaissances, la compétitivité et la durabilité.

"En ce qui concerne l'obstacle technologique, la plupart des entrepreneurs sociaux n'ont pas suffisamment de ressources technologiques, de formation ou de connaissances".

f) Limitations environnementales

Le dernier bloc de limitations qui a émergé dans cette phase du projet était lié aux difficultés de configuration et d'accès aux écosystèmes entrepreneuriaux qui entraîneront des synergies pour les participants, tant du point de vue de la logistique matérielle que de la génération et de la gestion des dynamiques entrepreneuriales.

"Les participants ont mentionné certaines limitations liées à l'environnement de travail ; les collègues qui travaillent dans l'entreprise doivent partager les valeurs en fonction de l'impact social pour lequel ils travaillent".

"Par conséquent, les entreprises sociales devraient avoir une équipe de travail solide pour pouvoir prêter attention aux communications fragiles et s'adapter à différentes situations"

3.3.3. Stratégies pour surmonter les limitations

En réponse aux limitations précédemment identifiées, un ensemble de stratégies regroupées autour de quatre thèmes sont proposées.

a) Transformations institutionnelles

Le premier axe articule une série de propositions ayant en commun la transformation institutionnelle à différents niveaux. Cette transformation institutionnelle doit être accompagnée d'un soutien explicite à l'entrepreneuriat social de la part des différents acteurs sociaux responsables, afin qu'il soit visible en tant qu'option et opportunité pour l'employabilité et l'intervention sociale standardisée qui se différencie des autres propositions.

Parallèlement, la transformation institutionnelle doit également être accompagnée d'une réduction de la bureaucratie et d'un soutien plus important et plus explicite à l'activité d'entrepreneuriat social, qui se traduira par une réglementation, un soutien économique et une gestion.

“Il est nécessaire de développer une stratégie gouvernementale avec des programmes de sensibilisation et de développement des compétences à court terme au niveau de l'enseignement secondaire pour s'adresser directement aux jeunes”

“Écart institutionnel et bureaucratie”

b) Nouveaux modèles de formation pour soutenir l'entrepreneuriat social

Un deuxième enjeu qui ressort est particulièrement pertinent pour la reformulation de la stratégie de formation dans le domaine de l'entrepreneuriat social, de manière à répondre efficacement et efficacement aux besoins de formation dans ce domaine. Cette reformulation passe nécessairement par une révision des contenus, pour les faire coïncider avec les pratiques réelles, ainsi que par les méthodologies d'apprentissage, en privilégiant la formation continue, spécialisée et collaborative.

“Il devrait y avoir deux piliers importants : la connaissance de la personnalité et l'analyse personnalisée. Les entrepreneurs doivent être conscients de leurs faiblesses et de leurs forces pour développer l'état d'esprit nécessaire à l'entrepreneuriat social. La formation efficace doit être pratique, pas théorique. Le cycle de formation a des fournisseurs, des apprentis et des exécutants. L'objectif principal est de transformer les étudiants en exécutants de leurs communautés”

“Le mentorat sera nécessaire pour que l'entreprise sociale passe au niveau supérieur”

c) Génération de réseaux

En troisième lieu, il est identifié comme essentiel de générer des dynamiques et des processus conduisant à la création de réseaux et d'écosystèmes entrepreneuriaux, auxquels participent de multiples acteurs et dont le champ d'application est multiscalair.

"Ainsi, la diffusion des initiatives sociales pourrait contribuer au changement nécessaire dans la communauté. De plus, les participants ont suggéré d'adopter une politique de porte ouverte ; saisir chaque opportunité et construire un réseau qui aide les entreprises sociales. Ils ont recommandé un réseau ayant des intérêts similaires ou une expérience en entrepreneuriat social. Il sera plus facile pour les entrepreneurs sociaux d'être entourés de personnes expérimentées qui pourraient suggérer ou aider à résoudre un problème. Pendant ce temps, l'entrepreneur social ne devrait pas traiter tous les problèmes seul et devrait bénéficier du soutien du réseau, de la communauté et du gouvernement".

"De plus, les entrepreneurs sociaux devraient connaître tous les acteurs avec lesquels ils vont traiter et les identifier".

3.4. Discussion et conclusions

Mener une discussion appropriée des résultats précédemment présentés est extrêmement compliqué en raison de deux problèmes fondamentaux : a) d'abord, la difficulté de comparer les résultats obtenus à partir de différentes méthodologies, en particulier dans un environnement de travail caractérisé par un manque de consensus concernant ses fondements théoriques, méthodologiques et appliqués. La réalité de l'entrepreneuriat social varie considérablement en fonction du contexte géographique, culturel et académique que nous considérons ; b) deuxièmement, il existe un déficit clair de matériel empirique consolidé dans la région méditerranéenne, ce qui rend difficile de déterminer si les résultats de cette étude sont alignés avec ceux d'autres études produites dans le même contexte.

En tenant compte de ces deux limitations, nous procédons à la discussion des résultats de notre enquête avec la principale référence en termes d'entrepreneuriat social disponible dans le monde (en tenant compte que les données mentionnées dans ce document sont de 2015 et qu'il n'a pas été possible d'identifier une mise à jour de celles-ci). Nous faisons référence au Rapport spécial sur l'entrepreneuriat social proposé par le réseau Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Cette enquête sur les activités entrepreneuriales est basée sur des entretiens avec 167 793 adultes dans 58 économies en 2015, et constitue donc la plus grande étude comparative sur l'entrepreneuriat social dans le monde jusqu'à présent.

Les résultats de notre étude coïncident avec ceux de ce travail en termes de caractérisation sociodémographique de l'entrepreneur social.

La proportion mondiale d'entrepreneurs sociaux dans le monde est de 55% d'hommes contre 45% de femmes. L'écart entre les sexes dans ce domaine est significatif, mais il tend à être moins important que ce que l'on trouve dans l'activité entrepreneuriale traditionnelle ou commerciale. De plus, on constate qu'il y a une segmentation horizontale par genre, les femmes étant davantage dédiées à un créneau d'activité à orientation sociale.

L'entrepreneuriat social est fortement associé aux jeunes, car il reconnaît en eux les attributs les plus idéalistes concernant le désir de changement social. Les résultats de notre étude et du rapport GEM montrent que c'est partiellement vrai, puisque la tranche d'âge entre 20 et 34 ans, dans le cas de notre étude, et de 18 à 34 ans dans le cas de GEM, est celle qui présente une plus grande représentation d'entrepreneurs sociaux ou de sujets intéressés par ce sujet.

En ce qui concerne le niveau d'éducation, on constate qu'il y a une variabilité en fonction de la zone territoriale, même si l'intérêt pour ce type d'activité est tendanciellement plus lié à la disponibilité de l'enseignement supérieur. L'étude GEM suggère que, dans le cas de la zone euro-méditerranéenne, au moins 62% des sujets intéressés par l'entrepreneuriat social ont des études post-obligatoires.

En ce qui concerne la raison d'être et la nature de l'entrepreneuriat social, leur "vocation sociale" est confirmée. Les résultats de l'étude GEM, comme dans notre cas, confirment que les entrepreneurs sociaux cherchent constamment à créer de la valeur, c'est-à-dire que leurs objectifs dominants sont sociaux (bien que dans certains cas, le choix soit justifié par la capture de valeur) en ligne avec la déclaration "Pour mon organisation, générer de la valeur pour la société et l'environnement est plus important que générer de la valeur financière pour l'entreprise".

La nécessité de lier l'activité entrepreneuriale à la connaissance située, à la pratique innovante et à la collaboration écosystémique est quelque chose qui apparaît de manière cohérente dans les deux études. Comme dans le cas de l'entrepreneuriat traditionnel, les utilisateurs potentiels de l'entrepreneuriat social exigent de plus en plus des produits et services innovants qui répondent adéquatement à leurs besoins. Les différents groupes cibles participant à cette étude maintiennent que l'entrepreneuriat social nécessite des solutions ou des approches innovantes, car le problème social n'existerait pas s'il pouvait être résolu par une adoption traditionnelle.

Une question émergente dans l'entrepreneuriat social mais encore non résolue est la capacité à générer de la valeur sociale et à mesurer son impact. Une grande partie du processus de professionnalisation de l'entrepreneuriat social a à voir avec l'incorporation de compétences et de compétences à cet égard, ainsi que dans le domaine de la gestion stratégique de l'entrepreneuriat. Mesurer les impacts est un mécanisme de validation et d'orientation pour les actions tout en servant de stratégie de responsabilisation nécessaire.

Parmi les principales difficultés rencontrées, on constate que l'entrepreneuriat social est une activité qui se déroule dans un contexte de marché, de sorte que des aspects tels que la réglementation, l'accès aux ressources ou la tension entre la nécessité de créer de la valeur sociale et la nécessité de créer de la valeur financière pour l'entreprise sont importants. capture value act as strong conditioning factors for the practice of social entrepreneurship, becoming focal points for proposing corrective actions.

L'image sociale perçue de l'entrepreneuriat social est considérée comme une limitation, mais aussi comme un potentiel. Dans la mesure où une vision plus claire de la fonction sociale de l'entrepreneuriat social peut être donnée, ainsi qu'une plus grande légitimité en tant qu'activité développée dans un environnement économique, son acceptabilité sera plus grande et cela peut se traduire par une normalisation de son choix en tant qu'activité socio-professionnelle.

Il existe une perception persistante d'un manque de soutien institutionnel à l'entrepreneuriat social, allant du soutien économique (selon GEM, près de 63% des entrepreneurs sociaux ont du mal à trouver des financements pour mener à bien leur projet, et 38% des entrepreneurs sociaux dans le monde dépendent des financements gouvernementaux, familiaux et bancaires) à la réglementation ou au soutien dans les questions transversales. Cette dernière question se connecte directement avec la nécessité de consolider une pratique basée sur des preuves dans la formation et le soutien à l'entrepreneuriat social, car les ressources et les directives disponibles jusqu'à présent ont été redondantes et inefficaces

4 Ressources pour le diagnostic de l'entrepreneuriat social chez les jeunes

4.1. Index d'auto-évaluation des compétences en entrepreneuriat social chez les jeunes

L'éducation à l'entrepreneuriat social est devenue un élément de premier ordre pour une multitude d'entités de l'administration, du secteur éducatif (formel ou non formel) ou des organisations du troisième secteur, à tel point que l'entrepreneuriat est reconnu comme un aspect pertinent pour l'éducation des jeunes dans le cadre de l'objectif 4 du développement durable (UNESCO, 2019)

Heureusement, de nos jours, il est possible d'identifier une certaine disponibilité d'analyse dans le domaine de l'entrepreneuriat social qui prend en compte les aspects formateurs et éducatifs. Parmi les travaux les plus significatifs figurent les contributions de Hamizan-Roslan, Taha Ijab et Bukhari (2019) qui font valoir de manière raisonnée l'intégration de la formation en entrepreneuriat social dans le domaine de l'enseignement supérieur ; ainsi que Solomon, Alabduljader et Ramani (2019) qui montrent comment la demande de formation dans ce domaine a considérablement augmenté chez les étudiants universitaires et indiquent quelles sont les tendances les plus consolidées dans ce domaine

Étant donné l'intérêt et le potentiel de la formation en entrepreneuriat social avec les jeunes comme sujets de référence, il est nécessaire de consolider des outils qui permettent d'avancer et de consolider les connaissances dans ce domaine ainsi que d'être opérationnels et conçus d'un point de vue appliqué dans les processus de formation dans le domaine de l'entrepreneuriat social

Dans le domaine de l'entrepreneuriat social, des instruments d'évaluation fiables sont nécessaires pour remplir cet objectif de valeur. C'est un domaine relativement nouveau et c'est pourquoi il reste encore un large champ de recherche dans ses différentes dimensions ; mais, plus spécifiquement, l'évaluation est clairement dans une phase d'initiation. Nous comptons sur des études sur la personnalité entrepreneuriale (Becherer et Mauer, 1999 ; Crant, 1996), les variables déterminantes de l'intention entrepreneuriale (Liñan, Santos et Fernandez, 2001 ; Sánchez, Lanero et Yurrebaso, 2005) et quelques enquêtes sur la personnalité entrepreneuriale (Sánchez, 2010) ou les attitudes du jeune entrepreneur (Athayde, 2009).

Dans ce sens, l'objectif de ce document est de proposer un instrument d'auto-évaluation des compétences en entrepreneuriat social dont le sujet préférentiel serait les jeunes, basé sur une revue systématique de la littérature.

Dans la revue systématique de la littérature, nous pouvons identifier différents travaux (Lackéus, 2014 ; Sáenz-Bilbao et López-Vélez, 2015 ; Orhei, Nandram et Vinke, 2015 ; Miller et al. 2012 ; Portuguez, Valenzuela et Navarro, 2018 ; Capella-Peris, Gil-Gómez, Martí-Puig, et Ruiz-Bernardo, 2016 ; Capella-Peris, Gil-Gómez, Martí-Puig, et Ruíz-Bernardo, 2019) dont l'objectif est de traiter l'opérationnalisation des compétences associées à l'entrepreneuriat social, et même certaines propositions pour un instrument de mesure, bien qu'il y ait un déficit clair dans ces approches qui ont les jeunes comme sujet principal.

À partir de la revue théorique de chacune des études mentionnées précédemment, nous avons continué à construire une définition opérationnelle selon le cadre contextuel du projet dans lequel le présent outil sera appliqué et qui est également en accord avec la bibliographie consultée.

En annexe 1 du présent document, il y a une concrétisation sous forme d'index de l'opérationnalisation précédemment exprimée.

4.2. Proposition méthodologique pour l'identification et l'analyse des bonnes pratiques dans la promotion de l'entrepreneuriat social chez les jeunes

4.2.1. Lignes directrices générales

Ces dernières années, on a constaté une augmentation du développement de programmes et d'initiatives dont l'objectif est de promouvoir l'entrepreneuriat social, en particulier chez les jeunes. Il est donc d'autant plus nécessaire de s'inquiéter de l'évaluation de la qualité de ces projets, de leur degré de réussite, et d'essayer d'informer sur les éventuelles faiblesses et forces qu'ils peuvent présenter. Une stratégie, qui en plus d'être évaluative, est orientée vers l'apprentissage croisé, est l'identification des bonnes pratiques.

Les bonnes pratiques pourraient être définies de multiples façons. Cependant, un fil conducteur commun à la plupart des définitions implique des stratégies, des approches et/ou des activités qui ont montré leur efficacité, leur efficience, leur durabilité et/ou leur transférabilité, et qui mènent de manière fiable au résultat souhaité. Les bonnes pratiques dans l'EWSI (European Website on Integration) ont été recueillies grâce à un modèle qui a été développé spécifiquement à cet effet.

Dans ce document, nous avons l'intention de faciliter le processus d'identification et d'analyse de projets et d'actions susceptibles d'être considérés comme des bonnes pratiques, sur la base d'une série de critères généraux qui sont présentés dans les parties ultérieures de ce document.

4.2.2. Processus de collecte d'initiatives

Une fois que les critères généraux pour l'identification des bonnes pratiques ont été définis, il est nécessaire de donner quelques directives dans le processus de recherche et d'identification des bonnes pratiques.

➤ En premier lieu, il est important d'influencer l'idée qu'il existe des bonnes pratiques en cours d'utilisation. Il est important que les exemples de bonnes pratiques ne soient pas basés uniquement sur des idées abstraites, mais qu'ils soient appliqués au moment de l'identification.

➤ En second lieu, il convient de noter la différence entre le concept de bonnes pratiques utilisé ici et le terme bonnes pratiques, qui fait référence aux "meilleures pratiques". Dans ce document, il a été décidé de proposer une série d'indicateurs, de manière à permettre la sélection des expériences qui répondent à une série de critères, qui sont utiles pour l'application par d'autres entités, et qui couvrent la représentation dans divers domaines. L'application de ces indicateurs n'implique pas une évaluation hiérarchique des pratiques possibles choisies, mais plutôt qu'ils garantissent des normes de sélection.

➤ Pour être évalué positivement comme une bonne pratique, un cas doit avoir au moins 6 de ces traits distinctifs.

➤ À titre de guide, l'annexe II suggère un formulaire pour identifier et collecter systématiquement les bonnes pratiques, tandis que l'annexe III sert de référentiel pour certaines des bonnes pratiques identifiées au cours du développement de ce projet.

5. Bibliographie

Athayde, R. (2009). Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, 33 (2): 481-500.

Austin, J. and Rangan, V.K. (2018) Reflections on 25 years of building social enterprise education. *Social Enterprise Journal*, Vol. 15, No 1, pp. 2–21. DOI: 10.1108/sej-09-2018-0057.

Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J. (2006) "Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?" *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 30, No 1, pp. 1–22. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x.

Alemanya, L., Alvarez, C., Planellas, M. y Urbano, D. (2011). Libro Blanco de la Iniciativa emprendedora en España. Barcelona: Fundación Príncipe de Girona ESADE.

Athayde, R. (2009). “Measuring enterprise potential in young people”. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, 33 (2): 481-500.

Becherer, R.C. y Maver, J.G. (1999). “The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small business presidents”. *Journal of Small Business Management*, 37(1): 28-36.

Bornstein, D. (2005). *Cómo cambiar el mundo: Los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas*. Madrid: Debate.

Bueno, E. y Casani, F. (2007). “La tercera misión de la Universidad: enfoques e indicadores básicos para su evaluación”. *Economía Industrial*, 366: 43-59.

Capella-Peris, C., Gil-Gómez, J., Martí-Puig, M. and Ruiz-Bernardo, P. (2016) “Construcción de un cuestionario para medir el emprendimiento social en educación física, Pedagogía Social”. *Revista Interuniversitaria*, No 28, pp. 169–188. DOI: 10. sE7179/PsRi_2016.28.13.

Capella-Peris, C., Gil-Gómez, J., Martí-Puig, M. and 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. y Gekas, G. (2011). “Social entrepreneurship: A content análisis”. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7 (1), 99-119.

González, R. y Zúñiga, A. (2011). “Método CEPACES 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). *The process of social entrepreneurship: Creating opportunities worthy of serious pursuit*. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE). Fuqua School of Business: Duke University.

Hamizan-Roslan, M.H., Hamid, S., Taha Ijab, M. and Bukhari, S. (2019) “Social Entrepreneurship Learning Model in Higher Education using Social Network Analysis”. *Journal of Physics: Conference Series*, Vol. 1339, Institute of Physics Publishing, Padang, Indonesia, available at: <https://DOI.org/10.1088/1742-6596/1339/1/012029>.

Lackéus, M. (2014) “An emotion based approach to assessing entrepreneurial education”. *International Journal of Management Education, Elsevier Ltd*, Vol. 12, No 3, pp. 374–396. DOI: 10.1016/j.ijme.2014.06.005.

Liñán, F., Santos, F.J. y Fernández, J. (2011). “The influence of perceptions on potential entrepreneurs”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (3): 373-390.

Miller, T.L., Wesley, C.L. and Williams, D.E. (2012) “Educating the minds of caring hearts: Comparing the views of practitioners and educators on the importance of social entrepreneurship competencies”. *Academy of Management Learning and Education*, Vol. 11, No 3, pp. 349–370. DOI: 10.5465/amle.2011.0017.

Orhei, L.E., Nandram, S.S. and Vinke, J. (2015) “Social entrepreneurship competence: evidence from founders of social enterprises in Romania”. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 25, No 1, p. 80. DOI: 10.1504/ijesb.2015.068780.

Podestá, P. y 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. and Navarro, C. (2018) “Development and validation of the assessment test of social entrepreneurial potential”. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Segundo Cuatrimestre*, N° 128, pp. 192–211. DOI: 10.5209/REVE.60207.

Sáenz-Bilbao, N. and 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). “Evaluación de la personalidad emprendedora: Validez factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE)”. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42 (1): 41-52.

Sánchez, J.C., Lanero, A. y Yurrebaso, A. (2005). “Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto 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. and Ramani, R.S. (2019) “Knowledge management and social entrepreneurship education: lessons learned from an exploratory two-country study”. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 23, No 10, pp. 1984–2006. DOI: 10.1108/JKM-12-2018-0738.

Stake, Robert E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Thousand Oaks: SAGE

UNESCO. (2019) *ODS 4-Educación 2030 – Parte II – Educación Para El Desarrollo Sostenible Después de 2019*. Disponible en: <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: Are students qualified to start a business?” *Business: Theory and Practice*, Vol. 13, No 1, pp. 27–35. DOI: 10.3846/btp.2012.03.

Winarno, A., Rahayu, W.P., Wijjayanti, T. and Agustina, Y. (2019) “The failure of entrepreneurship education of vocational high school students and college students: Perspective of evaluation

instrument of learning results”. *Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 22, No 1, pp. 1–16.
Disponible en: <https://www.abacademies.org/journals/journal-of-entrepreneurship-education-current-issue.html>.

Anexxe I Enquête utilisée: https://drive.google.com/file/d/16paV_wGp4F6_pOr-wq95WQ0jBhuXEr6r/view?usp=share_link

Anexxe II. Bonnes pratiques:

https://docs.google.com/document/d/1dERQluiVNckFJq3QYo9YaKWxdLKPviogMf-Y_FKmvB0/edit?usp=share_link

Anexxe III. Exemples de bonnes pratiques:

https://drive.google.com/drive/folders/1M1Lmp1Xd8U3SHxSTYqoP9HcLMkLsbJmq?usp=share_link



PARTNERS



ASSOCIAZIONE
TDM2000

XUL Fundación