



Nº PROYECTO: 101052145

FORMACIÓN

MANUAL

(Primera parte)

Índice

- 1. Presentación del proyecto**
- 2. Seminario Internacional en El Cairo**
- 3. El espíritu empresarial social entre los jóvenes de la región mediterránea**
 - 3.1. Aspectos metodológicos**
 - 3.2. Resultados cuantitativos del diagnóstico**
 - 3.2.1. España**
 - 3.2.2. Italia**
 - 3.2.3. Grecia**
 - 3.2.4. Egipto**
 - 3.2.5. Jordania**
 - 3.2.6. Túnez**
 - 3.2.7. Análisis global y comparativo**
 - 3.3. Resultados del diagnóstico cualitativo**
 - 3.3.1. Consenso sobre el "joven emprendedor social"**
 - 3.3.2. Limitaciones del espíritu empresarial social entre los jóvenes**
 - 3.3.3. Estrategias para superar las limitaciones**
 - 3.4. Discusión y conclusiones**
- 4. Recursos para el diagnóstico del espíritu emprendedor social entre los jóvenes**
 - 4.1. Índice para la autoevaluación de las competencias emprendedoras sociales entre los jóvenes.**
 - 4.2. Propuesta metodológica para la identificación y análisis de buenas prácticas en la promoción del emprendimiento social entre los jóvenes.**
 - 4.2.1. Directrices generales**
 - 4.2.2. Proceso de recogida de iniciativas**
- 5. Bibliografía**

1. Presentación del proyecto

“EYES: Entrecomp para crear Empleabilidad Juvenil y Valores Sociales” es un proyecto de 24 meses en el que participan seis países de la UE y del sur del Mediterráneo. Se basa en una serie de consideraciones relacionadas con la juventud y los retos de la sociedad durante la pandemia. Además, la idea del proyecto es trabajar juntos por la reconstrucción y un nuevo comienzo.

Nuestro proyecto pretende explotar el potencial del Emprendimiento Social y su atractivo para las nuevas generaciones, incluyendo un enfoque de trabajo juvenil, para dar una respuesta a la carrera profesional de los jóvenes y la posibilidad de responder simultáneamente a los retos de la sociedad.

Con EYES, queremos dotar a las ONG y a los trabajadores juveniles de herramientas para promover y educar a los jóvenes en el Emprendimiento Social y el crecimiento sostenible.

El consorcio combinará las prácticas empresariales, el enfoque del trabajo juvenil y la metodología de la educación no formal para proporcionar un conjunto de competencias útiles para construir su proyecto de emprendimiento social. Analizaremos el concepto de emprendimiento social, especialmente tres aspectos:

- Habilidades necesarias para crear una empresa emprendedora con impacto social, basadas en ENTRECOMP
- Modelos de ideas empresariales, especialmente el modelo CANVAS aplicado a la empresa social
- Diferentes aspectos del impacto social relacionados con los ODS

1.1. Objetivos

Nuestros objetivos específicos son:

- Mapear las necesidades, ideas, herramientas y buenas prácticas relacionadas con el emprendimiento social de los países mediterráneos y de la UE.
- Desarrollar nuevos modelos educativos para proporcionar las habilidades y conocimientos necesarios a los jóvenes para desarrollar empresas sociales y a los jóvenes activistas y trabajadores juveniles para actuar como multiplicadores.

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

- Apoyar la creación de redes intersectoriales locales y en línea que trabajen en la creación de nuevas empresas de impacto social.
- Reforzar la cooperación euromediterránea para dar respuesta a los retos comunes de la juventud, como el desempleo, la migración y la reconstrucción post covid.

1.2. Socios del proyecto EYES:

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

2. Seminario Internacional en el Cairo

El Seminario Internacional tuvo lugar en el Cairo, Egipto, entre el 27 de Enero hasta el 2 de Febrero. El Seminario se estructuró en dos partes fundamentales. En un primer momento, se llevó a cabo la presentación y discusión de los principales hallazgos obtenidos en el estudio exploratorio acerca de la realidad del emprendimiento social entre jóvenes que se había llevado a cabo en el contexto de este proyecto. Una exposición sistemática de dichos resultados se desarrolla a continuación en el siguiente epígrafe.

En un segundo momento, se procedió a organizar la siguiente fase del proyecto cuyo objetivo era el diseño y producción de un itinerario formativo en materia de emprendimiento social para jóvenes. Dichos materiales se encuentran disponibles en la segunda parte de este manual.

El seminario se llevó a cabo con la asistencia de 20 participantes de todos los países colaboradores, incluyendo emprendedores sociales, jóvenes trabajadores, voluntarios, formadores y personas interesadas en el emprendimiento social.

Durante el seminario se desarrollaron algunos debates en el contexto nacional sobre el emprendimiento social y las buenas prácticas de cada país colaborador. Un repositorio de dichas buenas prácticas se encuentra disponible en el Anexo III de este documento.



Las presentaciones creadas para estas discusiones dieron visión sobre el trabajo en emprendimiento social, organización y facilidades, y además menciona las ventajas y desventajas e identifica las oportunidades y retos a los que se enfrentan cada país.

Los participantes han visitado también las empresas locales sociales "Startup Haus Cairo, por enpact", en el centro de Cairo, donde el gerente dio la bienvenida a todos los participantes dándoles información sobre las instalaciones, apoyo y actividades

que ofrecen. Debatieron sobre los retos actuales y los pasos que deben tenerse en cuenta antes de comenzar un negocio social, dando consejos y trucos y respondiendo a las preguntas de los participantes, lo que fue una gran oportunidad de transformar la visión teórica en una visión práctica del mundo.

El último día del Seminario, las sesiones y talleres abordaron principalmente los planes futuros y los siguientes pasos del proyecto, a través de subgrupos que trabajaron sobre los siguientes temas:

- Ideas de empresas no sociales.
- Nuevos proyectos de cooperación internacional/ educativos para jóvenes.
- Pautas para la siguiente fase del proyecto.

Los participantes estuvieron totalmente involucrados en las actividades y mostraron un gran interés declarando altos niveles de satisfacción con la implementación y estuvieron encantados de compartir sus pensamientos y visiones sobre los siguientes pasos del programa. En relación con los comentarios en el seminario, todos ellos fueron positivos y expresaron un alto nivel de satisfacción.



3. El emprendimiento social entre los jóvenes de la región mediterránea

3.1. Aspectos metodológicos

El objetivo central al que pretende dar respuesta este bloque es el de proporcionar una visión profunda de la situación actual y el estado del arte con respecto al emprendimiento social y su conexión con la juventud de los países participantes de este proyecto.

La consecución de dicho objetivo se articulará en torno a dos procesos de recolección y sistematización de información: a) Un estudio empírico, de diseño mixto, cuya finalidad era identificar y analizar la percepción que los diferentes grupos objetivos tienen acerca del emprendedor social (sus principales características definitorias), las necesidades de los grupos objetivo en términos de competencias necesarias y herramientas de formación para crear su propio proyecto de emprendimiento social así como los elementos de carácter contextual que median en sus trayectorias de éxito; b) Un estudio de gabinete, más orientado a identificar y sistematizar buenas prácticas presentes en los diferentes contextos nacionales de los países participantes.

El estudio de carácter empírico se llevó a cabo mediante un diseño mixto, en el que se combinó

- La realización de una encuesta de carácter exploratorio, y autoadministrada on line, con diseño muestral de carácter estructural (cuatro destinatarios tipos: jóvenes interesados por el emprendimiento social, trabajadores de juventud, policy makers y emprendedores sociales) y selección muestral por conveniencia aleatorizada por países.

Una tabla resumen de los datos de participación en la encuesta son los siguientes:

Tabla 1: Cuadro resumen participación en encuesta

	EGIPTO	ESPAÑA	GRECIA	ITALIA	JORDANIA	TÚNEZ	Total
Hombres	10	6	7	7	10	22	62
Mujeres	9	13	14	13	10	15	74
Total	9	19	21	20	20	37	136

La encuesta se estructuró en siete bloques: Cinco de ellos se corresponden con las diferentes dimensiones identificadas con definitorias del emprendedor social (actitudes personales, liderazgo y cambio social, innovación social, valor social y gestión emprendedora), a las que hay que añadir dos bloques. Uno cuyo objetivo era explorar la familiarización del encuestado con el ámbito del emprendimiento y otro que pretendía explorar la percepción que tenían los potenciales usuarios acerca de cuál sería el mejor entorno metodológico para trabajar las diferentes competencias asociadas con el emprendimiento social.

La encuesta se complementa con un panel dedicado a recoger información sociodemográfica, con el objetivo de poder buscar interpretaciones de carácter estructural a los resultados.

Sobre los datos obtenidos en la encuesta se realizaron tres tipos de análisis: un análisis descriptivo, un análisis bivalente de carácter correlacional y un análisis multivalente mediante regresión logística binaria. El análisis se llevó a cabo mediante la utilización del paquete SPSS v 25.

- Un grupo de discusión, cuyo objetivo era poder identificar y analizar la construcción discursiva que hacen los diferentes actores con responsabilidad en el ámbito de juventud en relación con el binomio “jóvenes – emprendimiento social”, con especial énfasis a las dificultades asociadas al propio grupo, así como las posibles soluciones.

El diseño muestral se hizo mediante una perspectiva estructural, atendiendo a los diferentes perfiles de los grupos de interés. La selección se llevó a cabo de forma intencional.

Para el desarrollo del grupo de discusión se consideraron tres dimensiones problematizadoras: a) Consensos acerca del “joven emprendedor social”; b) Limitaciones en el emprendimiento social entre los jóvenes, y c) Estrategias para superar las limitaciones.

El contenido de los grupos de discusión se transcribió de forma literal y mediante el programa [ATLAS.ti](#) se analizó aplicando el método de las comparaciones constantes.

Para un conocimiento más en profundidad del estudio sobre buenas prácticas remitimos al epígrafe 4.2. de este documento.

3.2. Resultados del diagnóstico cuantitativo

3.2.1. España

a) Descripción sociodemográfica

A continuación, vamos a realizar una caracterización sociodemográfica de la muestra participante en la encuesta por el estado de España.

En primer lugar, debemos poner de manifiesto que la media de edad de los participantes es de 24,6 años, con una desviación de 7,2 años. La muestra está compuesta en su 68% por mujeres, frente a un 32% de hombres.

La media de edad nos ayuda a interpretar los dos siguientes datos. En la muestra prevalecen casi de una forma simétrica y hegemónica los sujetos que se encuentran a punto de culminar sus estudios postobligatorios o ya los han finalizado. Como dato residual se presentan aquellos sujetos que sólo tienen los estudios obligatorios finalizados, lo que nos remite a la propia dinámica de escolarización en el estado español.

El dato de la edad también nos ayuda a entender la situación de empleabilidad de la muestra, que se encuentra en situación de desempleo en un 70 %. Debemos tener en cuenta que, por tónica general, los estudiantes de estudios postobligatorios en España suelen serlo a tiempo completo, lo que retrasa su inserción al mercado laboral,

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

así como que este sector de población suele presentar una de las mayores tasas de desempleo una vez finalizados sus estudios.

Entre los que nos encontramos que se encuentran en situación de laboralmente activos, nos encontramos con que un 60% de ellos están vinculados a actividades económicas o empresariales de interés público, en las que prevalecen con un 34% las actividades sociales frente a un 33% de las actividades medioambientales. Este grupo muestral es posiblemente el que se pueda vincular con el grupo objetivo de emprendedores sociales.

Una cuestión que es especialmente significativa, además de preocupante, es el hecho de que la totalidad de los sujetos vinculados a una actividad profesional que se desarrolla en los espacios de interés público son hombres, lo que nos refiere directamente a una hiper-masculinización de este sector.

b) Familiarización con el emprendimiento social

Si utilizamos como indicador de familiarización con el emprendimiento social el hecho de haber realizado alguna actividad formativa previa en este ámbito, nos daremos cuenta que la mayoría de los participantes en la encuesta desde el cupo español (un 93%) no han tenido ningún tipo de experiencia en este sentido, por lo que la relación con este sector de actividad se da mayoritariamente desde una percepción externa o ya directamente cuando uno se inicia laboralmente en este tipo de actividad.

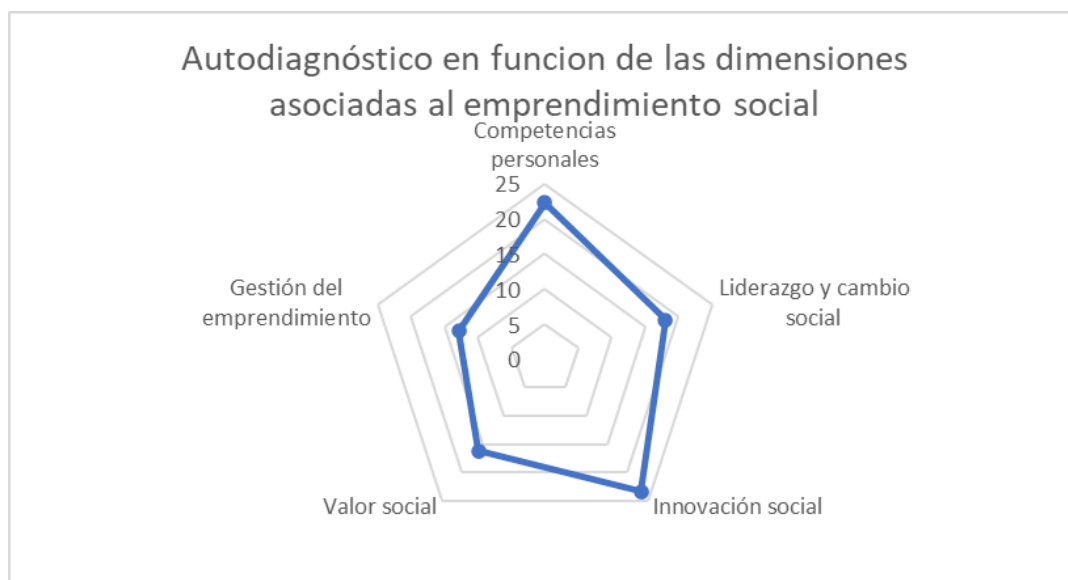
No obstante, pese a la baja participación en actividades formativas en este ámbito, el género mayoritario que las lleva a cabo son los hombres (suponen un 60% de los sujetos que han realizado formaciones), lo que sigue remitiéndose al fuerte carácter masculinizado de este sector de actividad.

c) Autodiagnóstico con respecto a las competencias de emprendimiento social

En el siguiente diagrama podemos ver representado los resultados medios del Índice de Autoevaluación de competencias asociadas con el emprendimiento social. Como se puede observar, existe una distribución relativamente simétrica entre las diferentes competencias (considerando las puntuaciones en términos absolutos), pero en

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

los que se identifica un mayor déficit de competencias asociadas con la gestión del emprendimiento y la capacidad de generar valor social.



Pese a que en todos los parámetros se obtiene la puntuación mínima para poder ser considerado como competente en materia de emprendimiento social, más de la mitad de la muestra no tiene esa percepción sobre sí mismo, lo que puede relacionarse con un sobredimensionamiento de la importancia percibida sobre las competencias técnicas de gestión.

3.2.2. Italia

a) Descripción sociodemográfica

En lo que refiere a la muestra italiana nos encontramos con que está compuesta por un grupo mayoritariamente femenino, en el que la media de edad se encuentra en valores medios de 24,6 años (siendo el país que presenta menor variabilidad en este dato).

Frente a la muestra española, la composición de la muestra italiana se polariza entre los sujetos que se encuentran con estudios obligatorios finalizados y los postobligatorios finalizados (prevaleciendo estos en un 80%). No obstante, los datos de empleabilidad son muy parecidos a los vistos en el caso español, lo que se puede

explicar por el hecho de compartir muchas características en lo que refiere a la configuración de su mercado de trabajo.

El 100% de los sujetos que se encuentran empleados lo están en un ámbito de interés público, lo que nos refiere a una participación masiva de emprendedores sociales en este grupo, que como en el caso anterior está fuertemente masculinizado, aunque es posible encontrar una tímida representación (20%) de mujeres.

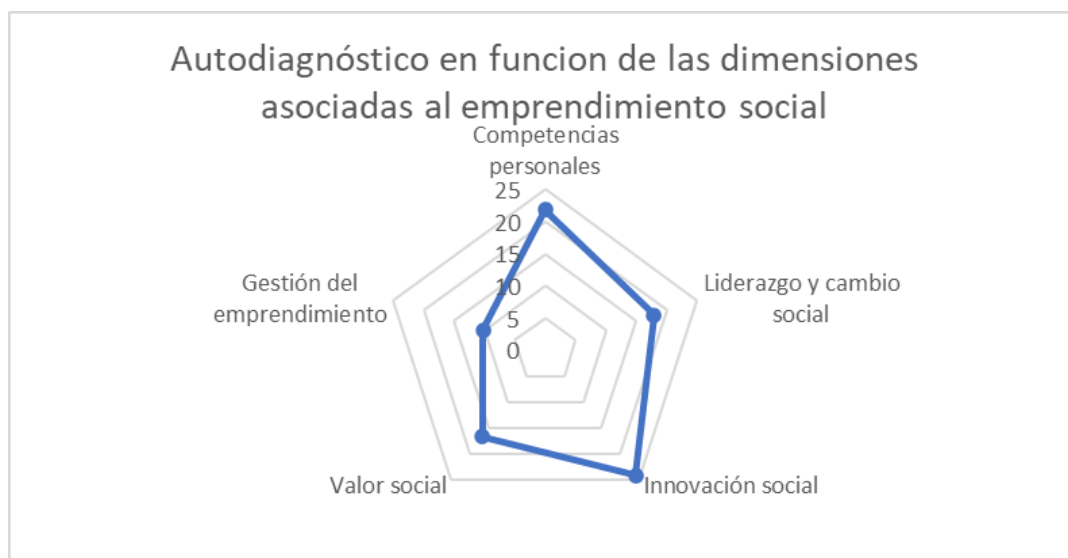
El ámbito de actividad en el que se emplean estos sujetos es de orientación social en su totalidad.

b) Familiarización con el emprendimiento social

Los rasgos descritos en el caso español en lo que refiere al nivel de familiarización de la muestra con el ámbito del emprendimiento social puede ser igualmente aplicados al caso italiano, con leves variaciones de las cifras (76% “no” y 24% “sí”).

c) Autodiagnóstico con respecto a las competencias de emprendimiento social

Los resultados obtenidos acerca del autodiagnóstico de competencias asociadas al ámbito del emprendimiento social nos muestran que, en este caso, en las competencias asociados a la gestión emprendedora no se alcanzan los valores mínimos para poder identificar un nivel de experticia suficiente. La dimensión donde mejor competencia se demuestra es en la de innovación social, cuestión que ya habíamos encontrado en el caso de España.



La autovaloración sobre competencias se proyecta en una mayor percepción sobre la posibilidad de desempeñarse adecuadamente en un proyecto de emprendimiento social con respecto al caso de España, alcanzando unos valores del 70% los que afirman poder actuar eficazmente en este ámbito.

3.2.3. Grecia

a) Descripción sociodemográfica

La muestra de participantes desde el estado griego se caracteriza por tener una edad media de 30,4 años (siendo junto con Jordania los dos países con una edad media más elevada), y en la que se da una inversión de la participación de género con respecto a los casos anteriores (en el caso griego, el 67% de los sujetos participantes son mujeres).

Como en el caso italiano, en Grecia predominan los sujetos que se encuentran con estudios post-obligatorios finalizados, pero a diferencia de los casos anteriores, hay una mayor presencia de sujetos con estudios obligatorios finalizados y post-obligatorios no finalizados. No obstante, continuamos con la tendencia de los países europeos de una presencia nula de sujetos que no han finalizado su periodo de escolarización básica.

Grecia supone también un cambio de tendencia con respecto a los países anteriores en lo que refiere a los índices de empleabilidad, presentando un índice de desempleo de tan sólo el 24%.

Como en los casos anteriores, el espacio de empleabilidad es el del interés público, mayoritariamente social (aunque también hay una presencia emergente de sectores ambientales y de otro tipo, con un 13% y 20% respectivamente). En este caso, y

siguiendo la dinámica rupturista planteada por Grecia, la muestra de sujetos empleados es mayoritariamente femenina.

b) Familiarización con el emprendimiento social

Con lo que respecta a la experiencia previa en formaciones relativas al emprendimiento social, nos encontramos con que los valores en Grecia son predominantemente afirmativos (el 62% de la muestra ha realizado alguna actividad formativa en este ámbito), siendo las mujeres mayoritariamente (69%) las que han tenido este tipo de experiencia.

c) Autodiagnóstico con respecto a las competencias de emprendimiento social

Si consideramos los resultados medios obtenidos en la autoevaluación de competencias, nos daremos cuenta que mejoran notablemente los resultados obtenidos en los dos anteriores países analizados, pero no obstante eso no fortalece su autopercepción acerca de su nivel de destreza para abordar proyectos de emprendimiento social. Sólo algo más de la mitad de la muestra se considera con competencias suficientes para abordar la tarea de un proyecto de emprendimiento social en el momento actual.

3.2.4. Egipto

a) Descripción sociodemográfica

La muestra considerada en Egipto se caracteriza por ser ligeramente más femenina (un 57% de la muestra), con una edad media en torno a los 24,74 años y en la que predominan los sujetos con estudios postobligatorios finalizados (75%) y obligatorios finalizados (25%).

La situación de empleabilidad de esta muestra es sensiblemente mayor que en la de los países del norte mediterráneo anteriormente considerados (salvo Grecia) y el espacio de ejercicio laboral es mayoritariamente de interés público.

Como en el caso de España e Italia, nos encontramos con que la empleabilidad es una cuestión fuertemente masculinizada, aunque en menor proporción que los países

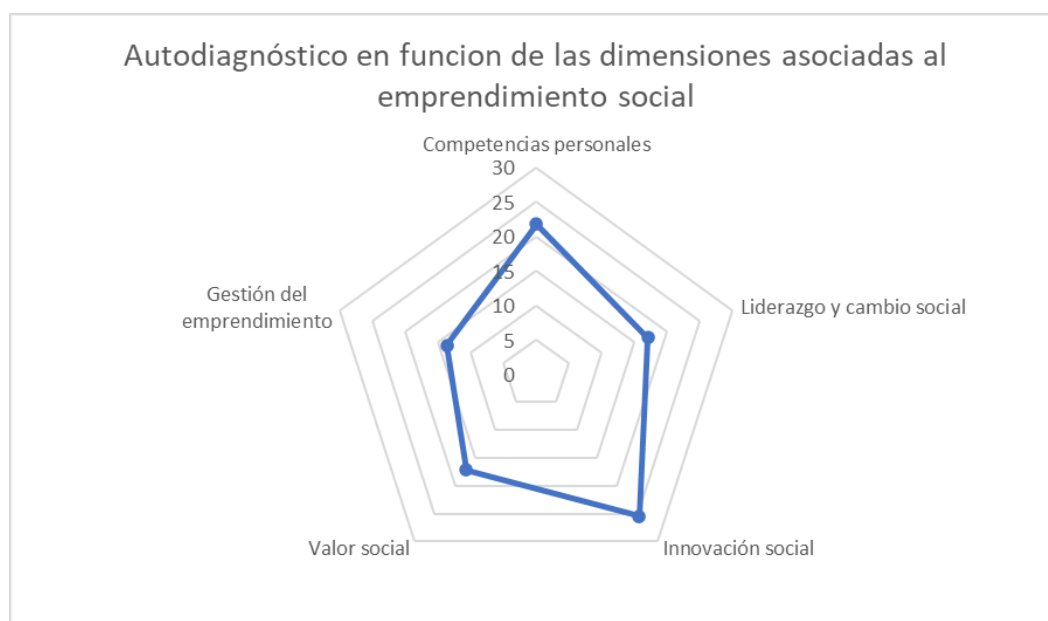
comentados (un 42% de las personas que se encuentran activas laboralmente son mujeres), y aunque predomina el sector social como ámbito de desempeño laboral, también es posible encontrar sujetos que se dedican al ámbito medio-ambiental (29%) y de otro tipo (7%).

b) Familiarización con el emprendimiento social

La muestra proporcionada por Egipto presenta unas cifras paritarias en cuanto a la familiarización previa con este ámbito a partir de actividades formativas (el 53% de la muestra ha realizado alguna actividad en este campo), pudiéndose encontrar con una representación simétrica entre hombres y mujeres en la participación de dichas actividades.

c) Autodiagnóstico con respecto a las competencias de emprendimiento social

En lo que respecta a los resultados del autodiagnóstico nos encontramos con resultados muy similares a los casos anteriores, en los que la Gestión del emprendimiento y la creación de valor social son las dimensiones con menor desarrollo, aunque alcanzan los valores mínimos deseados para una valoración positiva.



Las valoraciones del autodiagnóstico se proyectan en una percepción mayoritariamente (el 84%) positiva acerca de la posibilidad de emprender socialmente de una forma eficaz en este momento.

3.2.5. Jordania

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

a) Descripción sociodemográfica

En el caso de Jordania, nos encontramos la muestra de mayor edad, en torno a los 32 años y con una distribución paritaria por género. Si tenemos en cuenta el nivel de estudios, nos encontramos con que la totalidad de la muestra tienen estudios postobligatorios finalizados, lo que su vez se traduce en una empleabilidad absoluta de la muestra.

Frente a ejemplos anteriores, nos encontramos que en el caso de Jordania, el desempeño laboral no se encuentra copado por los sectores de interés público, sino que hay una presencia significativa (el 50%) de sujetos que se desempeñan en otros sectores de actividad. Entre los que se desempeñan en el sector de interés público, el 78% lo hace en actividades del sector social.

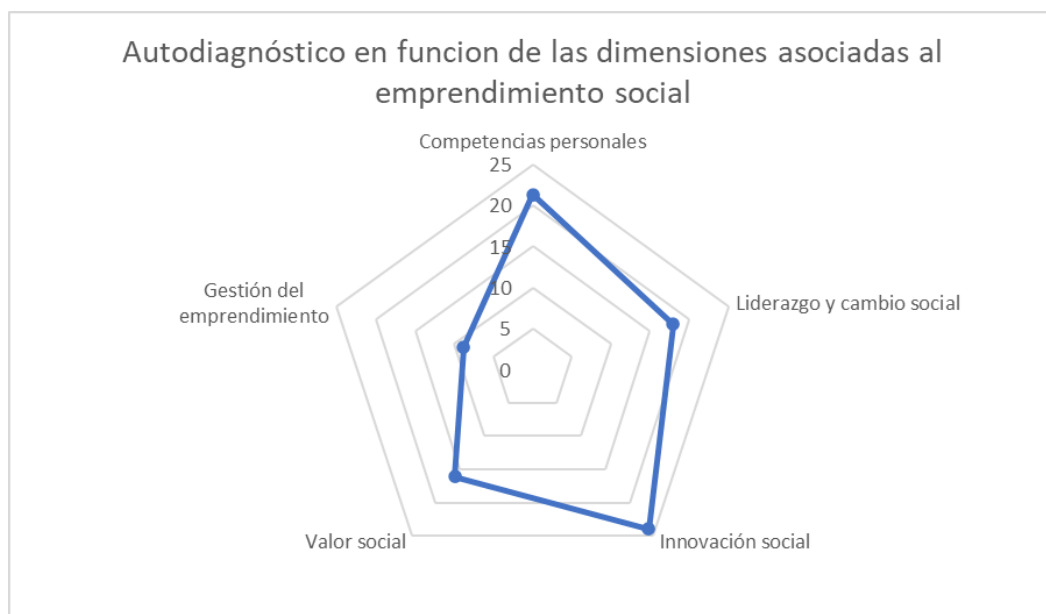
Por último, es importante poner de relieve, que la actividad profesional en el sector de interés público está ocupada ligeramente a favor de las mujeres (56% del total de la población con empleo).

b) Familiarización con el emprendimiento social

En Jordania se recupera la tendencia que hemos observado en países anteriores a que no se haya tenido contacto previo con el emprendimiento social a través de actividades formativas (tan sólo el 38% de los encuestados en Jordania han desarrollado algún tipo de actividad de este tipo), aunque hay una distribución paritaria entre hombres y mujeres con respecto a la realización de este tipo de actividades.

c) Autodiagnóstico con respecto a las competencias de emprendimiento social

Con respecto a los resultados obtenidos en el autodiagnóstico de competencias, lo más reseñable es que es el país que presenta peores valores en lo que refiere a las competencias de gestión del emprendimiento, pero eso no se traduce excesivamente en una percepción negativa acerca de la posibilidad de emprender. Tal y como se puede observar en el gráfico, al menos el 40% de los encuestados en Jordania consideran que sí podrían llevar a cabo un emprendimiento social eficaz en este momento.



3.2.6. Túnez

a) Descripción sociodemográfica

La muestra de los participantes de la encuesta en Túnez se caracteriza por tener una edad media de 26,57 años, ser mayoritariamente mujeres (65%), con estudios postobligatorios finalizados (sólo el 13% de la muestra no tienen este nivel académico) y tener un índice de ocupación laboral del 45%.

El nivel de empleabilidad en sectores de interés social o público son muy similares a los de otros países de la costa sur del mediterráneo, aunque se caracteriza por una presencia mayoritariamente masculina (el 75%) en estos sectores.

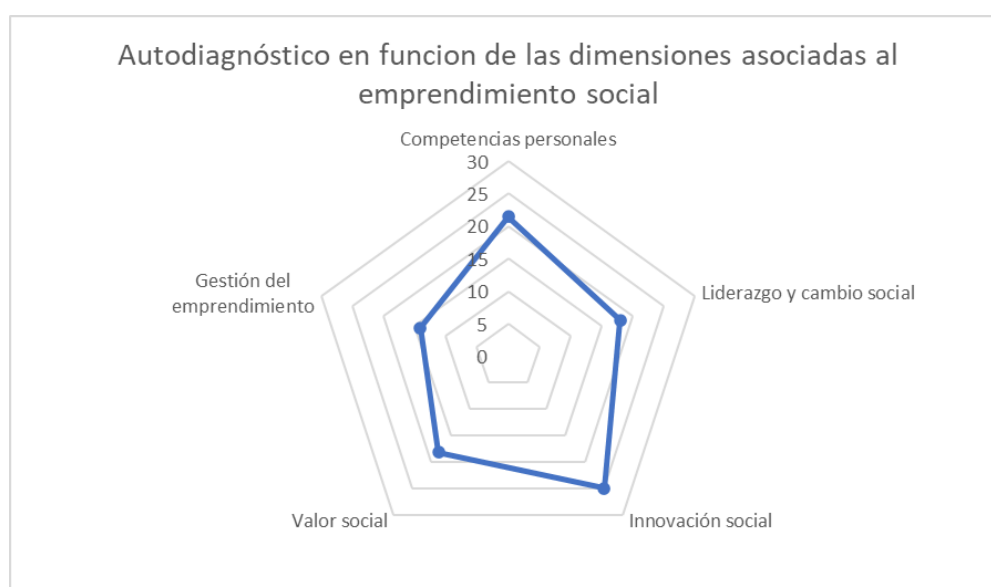
La distribución por temáticas con respecto a los ámbitos laborales en los que se involucran es similar a lo ya indicado para otros países como Jordania (The distribution by themes regarding the work areas in which they are engaged is very similar to what has already been indicated for other countries such as Jordan (predomina la empleabilidad en actividades de orientación social con un 73%, seguida de actividades de sostenibilidad y medioambientales con un 18% y otras actividades con un 9%).

b) Familiarización con el emprendimiento social

En el aspecto relacionado con la familiarización previa con el ámbito del emprendimiento social, nos encontramos con que ligeramente menos de la mitad (49% sí han desarrollado algún tipo de formación, siendo mayoritariamente un interés masculino (el 72% de los participantes en alguna actividad formativa son hombres).

c) Autodiagnóstico con respecto a las competencias de emprendimiento social

Para cerrar el análisis desglosado por países, es preciso poner de manifiesto que Túnez sigue la tendencia ya identificada en otros casos, en los que la innovación social es la dimensión con mejores resultados en el autodiagnóstico, mientras que las competencias asociadas la gestión del emprendimiento y a la generación del valor social son las que puntúan más bajo.



Los resultados del autodiagnóstico se proyectan de una forma abrumadora en una percepción negativa acerca de la posibilidad de poder llevar a cabo actividades de emprendimiento social en la actualidad, con un 84% de la población teniendo esta percepción.

3.2.7. Análisis global y comparado

a) Descripción sociodemográfica

Tras haber realizado una exposición de las principales características de los sujetos participantes en la encuesta por cada uno de los países.

En primer lugar, debemos decir, que la muestra recogida por la encuesta se caracteriza por tener una edad media de 27,1 años, (considerando una desviación de 7,3 años) y estar compuesta por un número sensible mayor de mujeres (54%).

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

A su vez, la muestra está compuesta mayoritariamente por sujetos con estudios postobligatorios finalizados (81%), seguida de sujetos que aún no han finalizado dichos estudios (12%).

En relación con la actividad laboral de los participantes, más del 60% se encuentran desempleados, mientras que el resto se dedican mayoritariamente (un 61%) a actividades que se pueden caracterizar como de interés público, especialmente en el sector social (un 71% de los que se encuentran trabajando en el ámbito de interés público lo hacen en este sector).

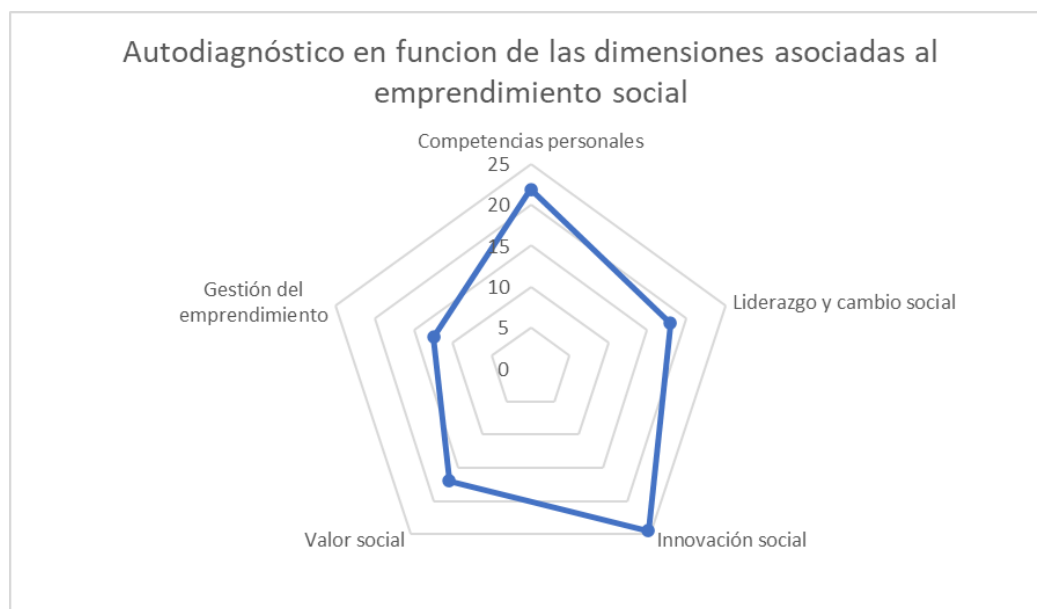
Además, debe destacarse que el desempeño laboral en este sector es predominantemente masculino (un 55% hombres y un 45% mujeres).

b) Familiarización con el emprendimiento social

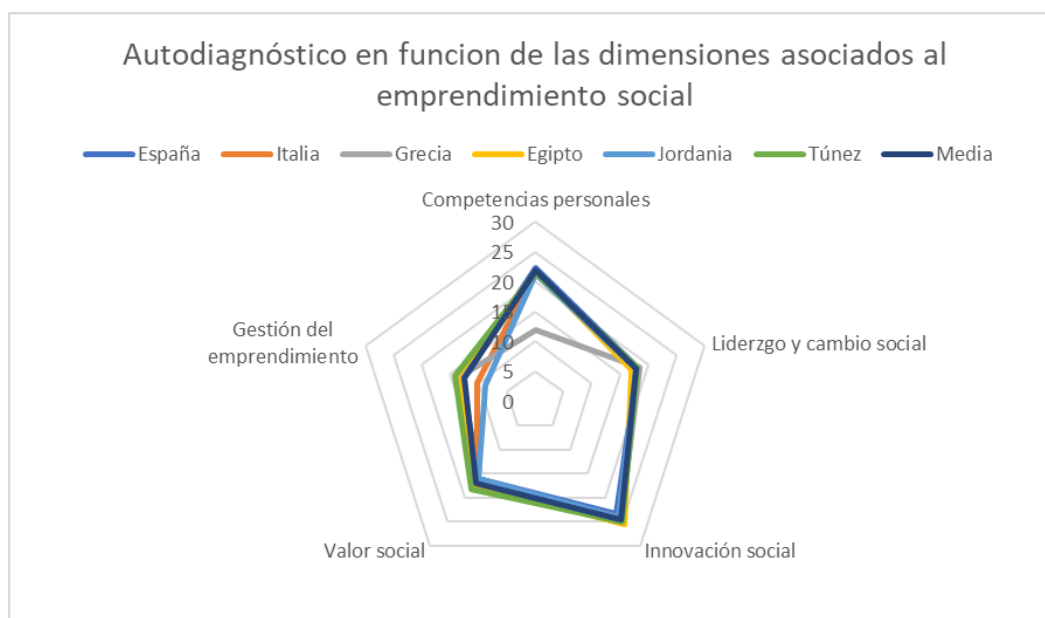
Si atendemos a la cuestión de la realización previa de actividades formativas en el ámbito del emprendimiento social, nos daremos cuenta que tan sólo el 46% de los participantes de la encuesta han realizado algún tipo de actividad en este sentido, y que mayoritariamente (el 55%) son hombres los que realizan este tipo de actividades.

c) Autodiagnóstico con respecto a las competencias de emprendimiento social

La representación gráfica de los resultados obtenidos en el autodiagnóstico nos muestra cómo se auto-percibe un mayor desarrollo competencial en las dimensiones que tienen que ver con cualidades personales e innovación social especialmente, mientras que las que puntúan más bajo son las relacionadas con la gestión del emprendimiento y las de creación de valor social.



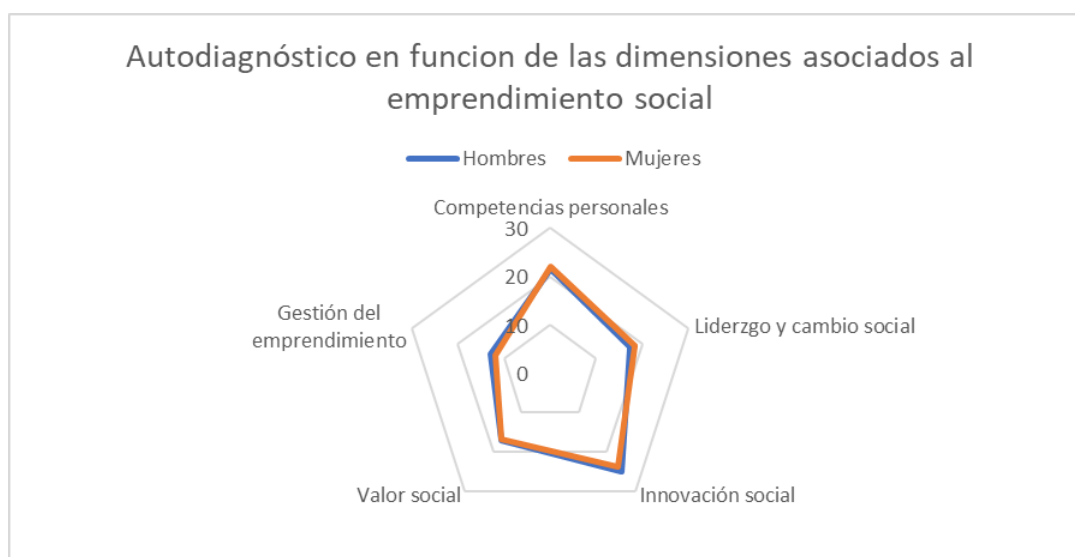
Un análisis comparado por países pone de manifiesto que la práctica totalidad de los países presentan puntuaciones muy similares en lo que refiere a las competencias de liderazgo y cambio social, innovación social y generación de valor social, siendo en las competencias de carácter personal y de gestión del emprendimiento las que presentan mayores diferencias: Grecia sería el país con peor puntuación en competencias personales mientras que Jordania e Italia serían los países con peor puntuación en competencias relacionadas con la gestión del emprendimiento.



Si aplicamos un análisis comparado por género, descubriremos tal y como aparece reflejada en la siguiente representación que las puntuaciones son muy similares,

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

aunque es posible identificar algunas relaciones sutiles: las mujeres tienden a puntuar mejor en competencias de carácter persona, de liderazgo y de creación de valor social mientras que los hombres tienden a hacerlos en competencias de gestión y de innovación social.



En términos generales nos encontramos con que una amplia mayoría de los sujetos participantes de la encuesta manifiestan que, para el momento actual y teniendo en cuenta sus circunstancias de capacitación y destreza competencial no estarían en condiciones de implementar de manera eficaz un proyecto de emprendimiento social (tan sólo un 43% de los participantes afirman que sí podrían hacerlo).

d) Correlaciones Bivariadas y comparación de medias

Uno de los objetivos que se pretendía cubrir con este trabajo era llevar a cabo un estudio exploratorio sobre la situación del arte del emprendimiento social en el ámbito territorial de los países participantes. Para ello, se ha recurrido a una exposición descriptiva de cómo se configura el universo del grupo objetivo de esta temática en cada territorio, así como se ha proporcionado una visión de conjunto del “micro universo” compuesto por dichos pasos. Pero la construcción de un estado del arte no sólo tiene que ver con una dimensión descriptiva, sino que tiene también el reto de

ii) identificar las dinámicas internas que subyacen a dicho fenómeno. Expresado de otra manera, una exploración del estado del arte del emprendimiento social en un territorio también debe dar cuenta de las posibles interacciones entre factores que puedan estar condicionándolo.

En este epígrafe vamos a intentar abordar este reto y para ello vamos a recurrir al análisis bivalente de diferentes variables de carácter individual (género, edad), estructural (nivel de formación, nacionalidad, país de residencia, situación de empleabilidad), y experimental ex post facto (nivel de familiaridad con el emprendimiento social mediante actividades formativas) como son una serie de variables – resultado tales como la percepción de ser competente en la implementación de un proyecto de emprendimiento social y la puntuación en las diferentes dimensiones del Índice de Autoevaluación ya comentado (Competencias personales; Liderazgo y cambio social; Innovación social; Creación de valor social; y Gestión del Emprendimiento).

Fruto del cruce de variables, a fin de establecer la relación significativa o no entre las mismas es la siguiente tabla. Más allá de que se establecen relaciones entre variables que tienen un interés sociológico, sugerimos centrar la atención en el conjunto de relaciones que se encuentran sombreadas de gris, ya que son las que las pertinentes para este trabajo.

Correlaciones Bivariadas (explicación de la tabla)

La siguiente tabla muestra el resultado de llevar a cabo un análisis binomial entre variables, es decir, estableciendo a través de cálculos estadísticos si la relación entre dos variables es estadísticamente significativa, es decir, si va más allá de la casualidad. El nivel de significación estadístico elegido ha sido del 99% y del 95% (identificados con el color verde y amarillo respectivamente). Cuando en la tabla encontramos que el valor que aparece al cruzar dos variables es menor a 0.01 o 0.05, podemos afirmar que en el 99% o en el 95% de los casos respectivamente, la relación entre las variables no es producto del azar.

La dirección de esta relación, es decir, si están directamente relacionadas (cuando la variable independiente crece, la variable resultado también crece) o

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

inversamente relacionadas (cuando la variable independiente crece, la variable resultado decrece), así como la intensidad de esta relación, la observaremos en el siguiente epígrafe usando la regresión logística binomial.

Correlaciones Bivariadas

		GE	Age	PR	N	F	SL	PPE S	EFE S	CP	LCS	IS	VS	GE
Género (GE)	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
Edad (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
País de residencia (PR)	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
Nacionalidad (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
Formación (F)	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
Situación laboral (SL)	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
Posibilidad Percibida 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
Experiencia 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
Competencias personales (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

Liderazgo y cambio social (LCS)	C de Pearson	,243	,072	-,010	,028	-,008	-,012	,023	,101	,573	1	,177	,352	,083
	Sig. (B)	,004	,405	,907	,745	,922	,890	,792	,241	,000		,039	,000	,327
Innovación Social (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
Valor Social (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
Gestión del emprendimiento (GE)	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 correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral).

** La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

Tal y como y como se puede ver en la tabla, encontramos varias relaciones significativas entre variables denominadas como de entrada o independientes y la variable resultada “Posibilidad percibida sobre emprendimiento social (PPES), con diferentes niveles de significación. En verde presentamos las relaciones significativas al nivel 0,01 (bilateral) mientras que en amarillo se presentan las que tienen un nivel de significación al 0,05.

El principal resultado que podemos encontrar en este sentido es que, considerando la muestra obtenida a través de la encuesta, la variable PPES está fuertemente relacionada con el país de residencia del informante, y en menor medida, la nacionalidad del sujeto. Estas dos variables están fuertemente relacionadas (en la mayoría de las ocasiones la nacionalidad coincidirá con el país de residencia) pero también nos encontraremos casos en un número suficiente de sujetos que pertenecen a una nacionalidad diferente al del país en el que residen.

Teniendo en cuenta la primera de las relaciones, y haciendo un análisis de ANOVA para un factor (véase la tabla) podemos afirmar que existen diferencias significativas entre la capacidad de emprendimiento social en función del país de residencia de tal forma que los países en los que habría una mayor disposición a emprender serían Egipto y Túnez (presentan una media de 0,84 en un intervalo entre 0 y 1), mientras que el país que presentaría una menor disposición para ello sería Italia (con valores de 0,30 en la media de esta variable). A su vez, Grecia, Jordania y España presentan valores muy

próximos (0,40; 0,38 y 0,37 respectivamente). Como veremos más adelante, cuando expliquemos el modelo surgido a partir de un análisis multivariante basado en una regresión logística binaria, la ubicación en un país o en otro va a ser condicionador en la posibilidad de desarrollar actividades de emprendimiento.

Al tener en cuenta la nacionalidad, podemos comprobar como Egipto y Túnez siguen siendo los países con mayor predisposición al emprendimiento social (con valores de 0,84), seguidos de Grecia (0,48). Entre los nacionales griegos y los jordanos (0,38), españoles (0,35) e italianos (0,32) emerge un grupo no definido de nacionalidades que facilitan este comportamiento con valores de 0,40.

Aunque el género no es una variable que plantee una relación significativa con la posibilidad de emprender, consideramos importante analizar su comportamiento y vemos que, para la muestra recabada a través de la encuesta, sí hay una diferencia significativa en la determinación a emprender en función del género. Podemos afirmar que los hombres se perciben con mayor capacidad de emprender en mayor medida que las mujeres (con valores 0,65 y 0,61), lo que es realmente llamativo en una muestra que se caracteriza por su fuerte masculinización, como ya se ha visto con anterioridad.

Si analizamos el comportamiento de la variable nivel de estudios en relación a la capacidad de emprendimiento nos daremos cuenta de que no existen diferencias estadísticamente significativas entre la autopercepción que tienen los sujetos en los diferentes niveles educativos entre sí.

En el ámbito de la formación, un elemento que sí va a tener una relación significativamente positiva en la percepción acerca de la competencia para emprender es realizar formaciones específicas sobre esta materia. Los sujetos que han realizado formaciones en este ámbito presentan un valor medio de 0,68 (en un intervalo entre 0 y 19) de destreza autopercebida frente a los que no han realizado dichas actividades (que arrojan valores de 0,49). Este resultado avala la hipótesis de que es preciso seguir desarrollando actividades formativas específicas en el ámbito del emprendimiento social para desarrollar la implementación de este tipo de actividades.

Para acabar este bloque, queremos presentar algunos resultados que nos parecen sumamente importantes en la posible relación entre el desarrollo de actividades formativas específicas en materia de emprendimiento social con el desarrollo de las competencias asociadas a las cinco dimensiones que ya hemos comentado con anterioridad.

No podemos dejar de señalar que las afirmaciones al respecto deben ser tenidos en cuenta para la muestra estudiada, que tiene sus limitaciones en cuanto a tamaño muestral y por el hecho de que no conocemos el contenido concreto de las formaciones que han llevado a cabo los sujetos.

Teniendo en cuenta esto, podemos afirmar que hay una relación estadísticamente significativa entre desarrollar actividades formativas y dos de las cinco dimensiones: innovación social y gestión emprendedora.

Aunque en el análisis binomial no ha aparecido una relación significativa entre el comportamiento de las variables Competencias personales y Experiencia en actividades formativas, al hacer una comparación de medias descubrimos un comportamiento paradójico de estas variables. Este comportamiento paradójico es que sí existe una diferencia significativa en las puntuaciones entre los que realizan este tipo de actividades y los que no, de tal forma que los sujetos que han realizado formaciones específicas en este ámbito puntúan peor que los que no las han realizado.

En el caso de la relación entre la variable Creación de Valor Social y la Experiencia previa en actividades formativas va a ser a la diferencia que en la anterior, de tal forma que aquellos sujetos que han realizado actividades formativas tienden a puntuar de una forma significativamente mejor que los que no (un media de 17,21 frente a 16,74 respectivamente).

Algo similar a lo expresado anteriormente va a ocurrir con la variable Gestión emprendedora. Los sujetos que han realizado actividades formativas presentan mejores medias en Gestión emprendedora (13,35) que los que no (11,65).

d) Análisis multivariante mediante regresión logística binaria

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Para finalizar el análisis de resultados vamos a proceder a la construcción de dos modelos mediante la aplicación de un análisis de regresión logística binaria. El objetivo de este tipo de técnicas es poder proporcionar una explicación acerca del comportamiento de una variable resultado (en este caso la capacidad percibida de poder llevar a cabo iniciativas de emprendimiento) a partir de la concurrencia de una serie de variables.

El primer de los modelos lo hemos construido utilizando variables individuales (género y edad), estructurales (nivel de estudios, país de residencia) y variables experimentales (poseer formación previa o no). Como se puede ver en la siguiente tabla, en la concurrencia de todas esas variables, la única que tiene significación estadística es el país de residencia de tal forma que podemos afirmar que la capacidad de emprendimiento social de la muestra está única y exclusivamente mediada por esta variable.

Esto nos lleva a pensar que es preciso indagar acerca de los aspectos socioeconómicos y culturales de los países que actúan como determinantes. Como se puede observar en el modelo, el hecho de residir en Egipto o Túnez aumenta notablemente la competencia autopercebida en el ámbito del emprendimiento social. Analizar de forma más precisa las dinámicas que se desarrollan en estos países en torno al emprendimiento nos pueden orientar de manera muy adecuada para tomar decisiones que redunden en una mejora en este ámbito.

Componentes estructurales de la posibilidad de emprendimiento

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1(a) Hombre (ref Mujer)	,050	,421	,014	1	,905	1,052
Edad	,035	,037	,923	1	,337	1,036
Post finalizados (ref)			,702	2	,704	
Obligatorios finalizados	,276	,784	,124	1	,725	1,318
Posts no finalizados	,588	,732	,646	1	,422	1,800
No posee exper. (vs sí)	-,694	,450	2,382	1	,123	,499
Jordania			23,010	5	,000	

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

España	,082	,781	,011	1	,916	1,086
Italia	,041	,742	,003	1	,956	1,042
Grecia	,281	,661	,181	1	,671	1,325
Egipto	2,404	,843	8,134	1	,004	11,065
Túnez	2,391	,716	11,167	1	,001	10,927
Constante	-1,311	1,311	,999	1	,317	,270

Leyenda de abreviaturas:

B= Beta
E.T.= Error estándar
Wald= Prueba de Wald
gl= Grados de libertad
Sig= Significación
: Exp(B)= Exponencial de Bet

El segundo modelo propuesto es el que se establece a partir de la interacción de las diferentes dimensiones del emprendimiento con respecto a la variable resultado planteada. En este caso, la variable que hace referencia a la Competencia de Gestión Emprendedora es la que explica de manera más eficaz que los sujetos se sientan competentes o no para llevar a cabo tareas de emprendimiento social en este momento.

Dimensiones del emprendimiento vinculadas a la posibilidad de emprendimiento

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1(a)						
Competencias personales	-,083	,133	,385	1	,535	,921
Liderazgo y cambio social	-,017	,130	,017	1	,896	,983
Innovación social	,073	,086	,715	1	,398	1,075
Creación de valor social	,081	,107	,570	1	,450	1,084
Gestión emprendedora	,318	,072	19,732	1	,000	1,375
Constante	-4,569	2,809	2,647	1	,104	,010

a Variable(s) introducida (s) en el paso 1: CP_Completa_Sumatorio, LCS_Completa_Sumatorio, IS_Completa_Sumatorio, VS_Completa_Sumatorio, GE_Completa_Sumatorio.

3.3. Resultados del diagnóstico cualitativo

Como ya se dijo al inicio del presente capítulo, las propias características del objetivo general que se perseguía conseguir plantean necesariamente una estrategia

de combinación metodológica, en el que se ha articulado un estudio empírico de diseño mixto y una identificación y sistematización de buenas prácticas.

La dimensión cualitativa del estudio empírico tenía como principal interés identificar y analizar la construcción discursiva que hacen los diferentes actores con responsabilidad en el ámbito de juventud en relación con el binomio “jóvenes – emprendimiento social”, con especial énfasis a las dificultades asociadas al propio grupo, así como las posibles soluciones.

Para ello se recurrió a la técnica del grupo focal, tal y como se ha planteado en el epígrafe explicativo de las características metodológicas.

A continuación, se exponen los principales hallazgos que han emergido en la aplicación de dicha técnica, así como se plantea una discusión acerca de dichos hallazgos.

3.3.1. Consensos acerca del “joven emprendedor social”

La representación social que tienen los diferentes perfiles de informantes de forma transversal entre los diferentes países participantes es bastante similar, de tal forma que es posible identificar una serie de descriptores comunes, que pasamos a presentar de manera sintética.

a) El emprendedor social como “sujeto de valores”

El primer elemento que articula la construcción social en torno a la figura del emprendedor social es su dimensión ético – moral. El emprendedor social se caracteriza sobremanera por poseer una serie de rasgos éticos y valores, que le llevan necesariamente a comprometerse con la mejora de las condiciones sociales en las que se inserta, y como extensión de esto, a una transformación de la realidad hacia un modelo más justo, más equitativo y solidario.

“En cuanto a los valores, aclararon que el emprendedor social debe tener fe en el problema que está afrontando y pensar en las posibles soluciones y el impacto”.

En este sentido, el emprendedor social se sitúa como un actor protagonista y activo, a la misma vez que actúa como facilitador de cambios a su alrededor.

“El emprendedor social es alguien que cree en los valores sociales y comparte muchos principios como ciudadano activo en este mundo”.

Así mismo, el marco ético – cognitivo en el que desarrolla la actividad del emprendimiento social no es descontextualizada ni ahistórica, sino que se rige por el principio de medición de impacto y de sustentabilidad.

“Un emprendedor social debe guiarse por el impacto social y sostenible que tendrá su emprendimiento empresarial”.

“Siempre está buscando soluciones creativas para abordar un problema específico o beneficiarse de grandes oportunidades o aprovechar el éxito para hacer que la comunidad prospere”.

b) El emprendedor social como “sujeto conectado y comprometido con la realidad que le rodea”

Un segundo elemento fundamental en la definición del emprendedor social es su carácter vinculado y arraigado. El emprendedor social sólo se comprende desde una comunidad de referencia, en la que desarrolla su actividad y a la cual dedica sus esfuerzos. El emprendedor social no es un “paracaidista” sino que desarrolla una fuerte imbricación con la comunidad.

“El principal factor que contribuye a los talentos es la comunidad”

“El emprendedor social debe ser un líder en la comunidad local”

“Deben tener habilidades mejoradas de colaboración y trabajo en red”

El vínculo con la comunidad no tiene por qué tener necesariamente una conexión biográfica, pero sí precisa de un alto e intenso nivel de empatía para que pueda ser significativa.

“Las experiencias personales pueden generar una pasión especial en los emprendedores sociales hacia un problema social”.

Esta imbricación le dota de un conocimiento situado y experiencial, que mejora su capacidad de incidencia y de eficacia en la realización de sus acciones.

“A veces las personas pueden perseguir ideas de moda porque están claramente enunciadas, y es importante porque las personas las conocen. Sin embargo, los problemas reales aún están ocultos, no son bien conocidos y están profundamente arraigados en la sociedad. El verdadero emprendedor social debería ser capaz de ver los principales problemas sociales y crear una solución adecuada para ellos”

“Hacer un análisis social en el lugar donde se implementará el proyecto es crucial ya que los emprendedores sociales deben ser conscientes del aspecto tradicional y de cómo las personas perciben el problema”.

“Los emprendedores sociales necesitan “escuchar” las necesidades sociales para buscar para encontrar formas de responder a ellos”

c) El emprendedor social como sujeto “competente”

Un tercer elemento especialmente significativo es que se percibe al emprendedor social como un sujeto posee una serie de conocimientos, habilidades y destrezas que redundan en un desempeño eficaz en sus actuaciones. Entre este saber – hacer, se destacan la capacidad de identificación de necesidades y de formulación de soluciones novedosas, eficaces y de alto impacto positivo, todo ello orientado por una determinada manera de comprender el mundo en términos éticos.

“Un emprendedor social que tiene un nivel importante de empatía y pasión por los problemas sociales (talento), no necesariamente es exitoso. El emprendedor social debe ser inteligente y tener las habilidades necesarias para brindar los servicios adecuados a la comunidad”.

“Primero, deben tener una visión y una misión para su idea. Preguntan cuál puede ser el problema en todos los aspectos, por qué quieren abordarlo y cómo se abordará. Además, la misión y la visión deben coincidir con la realidad y se pueden aplicar. Segundo, poder hacer un modelo de negocio, analizar los datos, pensar en la calidad y la cantidad; los emprendedores sociales deben tener habilidades comerciales básicas. En tercer lugar, el emprendedor social tiene la capacidad de medir el impacto deseado con

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

resultados reales, cuantitativamente y con calidad y de leer los datos con precisión para poder enunciar el siguiente paso. Cuarto, ser decididos, consistentes, resistentes y capaces de desarrollarse. Por tanto, serán capaces de adaptarse a diferentes circunstancias, buscar soluciones innovadoras y ser capaces de sortear obstáculos. Quinto, los participantes discuten qué otras características pueden apoyar a los emprendedores sociales, cómo tener una experiencia personal y una idea creativa".

Junto con conocimientos, habilidades y destrezas de carácter más técnico, también se reivindican elementos relacionados con la gestión de procesos y de relaciones interpersonales

"Deben ser flexibles para superar obstáculos y comprobar otras alternativas. Los participantes afirmaron que una de las principales habilidades que pueden ayudar a superar las limitaciones es la promoción y los emprendedores sociales deberían poder convencer a los donantes y al público objetivo sobre sus ideas".

"Las habilidades de visión, perseverancia y planificación estratégica, así como la resiliencia mental y la voluntad de capacitación y desarrollo continuos son cualidades muy importantes para el emprendedor social".

d) El emprendedor social como "sujeto en construcción"

En lo que refiere al carácter innato – adquirido de las cualidades propias del emprendedor social hay un consenso bastante extendido en que no son naturalezas excluyentes, sino que en la mayoría de las ocasiones se manifiestan de una manera sinérgica, de tal forma que a partir del autorreconocimiento de unas sensibilidades y habilidades específicas (muy vinculadas a elementos de carácter autobiográfico) se lleva a cabo un proceso de orientación y entrenamiento objetivado.

"Hablando sobre el emprendimiento social como un elemento innato, los participantes diferenciaron entre talento y habilidades innatos e incorporados

"La pregunta sobre si el emprendimiento social es un elemento innato o es un elemento que se puede incorporar, todos los participantes también coincidieron en que es una combinación de tener conciencia sobre temas sociales desde una edad temprana, ..., con aumento de la sensibilidad a lo largo del crecimiento y la interacción de la persona con los asuntos sociales".

En este punto, se reivindica el papel configurador que sobre el emprendimiento social tienen los itinerarios formativos estructurados, ya sean de carácter formal o informal

“El emprendimiento social no debe ser producto de la capacitación sino parte de la educación que las personas reciben durante su etapa escolar. años y la formación que en teoría puede ayudar a este grupo objetivo particular en su vida posterior no es la formación que debería ser”.

3.3.2. Limitaciones en el emprendimiento social entre los jóvenes

En lo que respecta a cuáles son los principales elementos que actúan como limitaciones para el desempeño de los jóvenes como emprendedores sociales, nos encontramos con un consenso bastante consolidado, lo que nos da una idea de que las problemáticas asociadas a este tipo de actividad son estructurales con independencia del territorio en concreto que estemos considerando.

Presentamos las limitaciones agrupadas en bloques temáticos y ordenadas en función del nivel de saturación alcanzado en el discurso a lo largo de los diferentes grupos focales.

a) Limitaciones sociales

El primer bloque de limitaciones tiene que ver con la imagen social que sobre el emprendimiento social se proyecta. En la mayoría de las ocasiones, hay un fuerte desconocimiento acerca de las características de este tipo de actividad, lo que termina traducándose en una desincentivación a participar en la misma.

“La idea errónea sobre las empresas sociales entre el público general que cree que las empresas sociales son organizaciones benéficas, ofrecen productos gratis y deben tener grandes descuentos en sus servicios”.

“El concepto de emprendimiento social no es muy conocido en general. Lo que hace que la misión de los jóvenes sea un poco difícil de convencer a sus familias o a su red cercana”.

Este desconocimiento generalizado sobre el emprendimiento social coexiste con una percepción de ser una “práctica contracultural”, que tiende a ideologizarla y a

idealizarla, suponiendo esto un mecanismo de selección con respecto a posibles sujetos interesados en acercarse a este tipo de actividades.

b) Limitaciones político - legales

Un segundo bloque de dificultades tiene que ver con el ámbito político – legal, donde lo que más destaca es un déficit de apoyos institucionales accesibles y asequibles que posibiliten el acceso y la consolidación en la práctica del emprendimiento social.

No todos los países cuentan con una normativa específica que regule este tipo de actividad y todos los países coinciden en tener una elevada carga burocrática para acceder a recursos de apoyo o para la implementación de la actividad. Todo esto se traslada como una dificultad añadida para el desempeño de la actividad emprendedora y se convierte en un incentivo para el abandono precoz de dicha actividad.

“No existe una ley específica para el emprendimiento social”

“La burocracia que deben superar las empresas sociales es enorme para poder trabajar legalmente y en diferentes lugares”.

c) Limitaciones económicas

Las limitaciones de carácter político legal están íntimamente relacionadas con la dificultad para acceder a una financiación suficiente con la que poder dar inicio a la actividad emprendedora hasta que ésta sea autosuficiente. En este bloque coincide una disponibilidad insuficiente de recursos de diferente índole (no sólo monetarios) sino también la dificultad para acceder a la financiación o hacer uso de la misma.

“Para iniciar una empresa social, deben tener una gran cantidad de capital”.

“El problema financiero surge con las limitaciones de la ley. Las empresas sociales pagan altos impuestos que pueden obstaculizar la sostenibilidad de la empresa”.

“Las limitaciones de los fondos; la falta de conocimiento de quién es responsable de la distribución de fondos causa un gran problema”.

d) Limitaciones formativas

Las limitaciones formativas, que tienen que ver tanto con los formatos como con las metodologías que dan soporte a la actividad del emprendimiento social son otro de los bloques con mayor significación a la hora de condicionar la práctica del emprendimiento social.

“Es extremadamente difícil encontrar y recibir educación o capacitación formal sobre emprendimiento social”

Existe un consenso entre los diferentes participantes a la hora de afirmar que hay una distancia significativa entre las necesidades de formación, tanto en términos de contenidos como de prácticas metodológicas, con las actividades formativas que se proponen.

En lo que refiere a cuestiones metodológicas, se reivindica un modelo más basado en la mentoría, en el aprendizaje por problemas y en el aprendizaje basado en la práctica que en metodológicas de carácter magistral.

Con respecto a los contenidos, se reivindica la incorporación de un conjunto más coral de saberes y destrezas, muy en la línea de las cinco dimensiones que sobre emprendimiento social se han ido planteando en diferentes momentos de este trabajo.

“Con respecto a la capacitación, los participantes en ambos grupos focales acordaron la capacitación necesaria desde la perspectiva de los participantes incluía conciencia empresarial, formación de equipos y cómo a la red, cómo administrar el estado financiero, la gestión de datos y cómo ser emocionalmente inteligente. Además, sugirieron que la experiencia práctica puede construir un espíritu sólido y habilidades maestras. La capacidad de desarrollar una mejor capacidad e identificar cada caso son habilidades cruciales, pero las personas tendrán suficiente conocimiento cuando lo prueben”.

Junto con lo anteriormente expresado se reivindica la formación en este ámbito desde una lógica del aprendizaje a lo largo de todo el ciclo vital y como sistema abierto

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

y flexible, mediante actualizaciones progresivas y no sólo como una adquisición puntual de conocimientos.

“Sin embargo, los participantes aclararon que la capacitación adecuada debe basarse en un proceso y análisis.

Debe haber una evaluación para que las empresas sociales determinen lo que necesitan desarrollar, adquirir o eliminar para ofrecer un mejor resultado. El análisis de la capacitación debe especificar qué necesitan las personas como habilidades, cómo se puede relacionar esto con el problema que abordan y la implementación dentro de la comunidad. Los participantes en el foco manifestaron la importancia de cómo aprender en lugar de qué aprender; en teoría, toda la formación puede encajar bien, pero lo importante es el aspecto práctico.

e) Limitaciones tecnológicas

Junto con las limitaciones anteriormente expuestas, y con un cierto nivel de vinculación con las limitaciones de carácter económico nos encontramos las limitaciones de carácter científico-técnico, que se traducen en dificultades de gestión del conocimiento, de competitividad y de sostenibilidad.

“En cuanto al obstáculo tecnológico, la mayoría de los emprendedores sociales no cuentan con suficientes recursos tecnológicos, capacitación o conocimiento”.

f) Limitaciones ambientales

El último bloque de limitaciones que emergieron en esta fase del proyecto tenía que ver con las dificultades para configurar y acceder a ecosistemas de emprendimiento que redundará en sinergias para los participantes tanto desde el punto de vista logístico material como de generación y gestión de dinámicas de emprendimiento.

“Los participantes han mencionado algunas limitaciones dentro del ambiente de trabajo; los compañeros que están trabajando en la empresa deben tener valores acordes con el impacto social por el que están trabajando”.

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

“Por lo tanto, las empresas sociales deben tener un sólido trabajo en equipo para poder atender comunidades frágiles y adaptarse a diferentes situaciones”.

3.3.3. Estrategias para superar las limitaciones

Como respuesta a las limitaciones anteriormente identificadas se proponen una serie de estrategias, que se agrupan en torno a cuatro ejes temáticos.

a) Transformaciones institucionales

El primer eje articula una serie de propuestas que tienen en común una transformación institucional a diferentes niveles. Esta transformación institucional tendría que ver con un apoyo explícito al emprendimiento social por parte de los diferentes actores sociales con responsabilidad, de tal forma que se visibiliza como una opción y una oportunidad de empleabilidad y de intervención social normalizada y claramente diferenciada con respecto a otras propuestas.

Junto con esto, la transformación de las instituciones tendría que ver también con una disminución de la burocracia y en un mayor y más explícito apoyo a la actividad de emprendimiento social que se tradujera en regulación, soporte económico y gestión.

“Se necesita desarrollar una estrategia gubernamental con programas de sensibilización y desarrollo de capacidades de corta duración en el nivel secundario de educación para dirigirse directamente a los jóvenes”.

“Brecha institucional y la burocracia”.

b) Nuevos modelos formativos de apoyo al emprendimiento social

Una segunda cuestión especialmente relevante es la reformulación de la estrategia formativa en el ámbito del emprendimiento social, de tal forma que se responda de una forma eficaz y eficiente a las necesidades formativas en este ámbito. Esta reformulación pasa necesariamente por una revisión de los contenidos, con la finalidad de hacerlos coincidentes con las prácticas reales, así como de las metodologías de aprendizaje, primando la formación continua, especializada y colaborativa.

“Debe haber dos pilares importantes; conocimiento de la personalidad y análisis personalizado. Los emprendedores deben ser conscientes de sus puntos débiles y fortalezas para desarrollar la mentalidad necesaria para el emprendimiento social. La formación eficaz debe ser práctica, no teórica. El ciclo de formación tiene proveedores, aprendices y

ejecutores. El objetivo principal es convertir a los educandos en ejecutores de sus comunidades”.

“La tutoría será necesaria para que la empresa social pueda pasar al siguiente nivel”.

c) Generación de redes

En tercer lugar, se identifica como imprescindible generar dinámicas y procesos conducentes a la creación de redes y ecosistemas de emprendimiento, de los que participan múltiples actores y cuyo ámbito de aplicación sea multinivel.

“Por lo tanto, la difusión de iniciativas sociales puede contribuir al cambio requerido en la comunidad. Además, los participantes sugirieron tener una política de puertas abiertas; para aprovechar cada oportunidad y construir una red que ayude con las empresas sociales. Recomendaron que la red debiera tener intereses similares o experiencia en emprendimiento social. Será más fácil para los emprendedores sociales estar rodeados de personas con experiencia que puedan sugerir o ayudar a resolver un problema. Mientras tanto, el emprendedor social no debe lidiar solo con todos los problemas, debe contar con el apoyo de la red, la comunidad y el gobierno”

“Además, los emprendedores sociales deben conocer a todos los actores con los que van a tratar e identificarlos”.

3.4. Discusión y conclusiones

Poder llevar a cabo una discusión adecuada de los resultados anteriormente expuestos resulta sumamente complicados por dos cuestiones fundamentales: a) en primer lugar, la dificultad de comparar resultados emanados de metodologías diferentes, y más cuando se trata de un ámbito de trabajo que se caracteriza por una falta de consenso en lo que tienen que ver con sus fundamentos teóricos, metodológicos y

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

aplicados. La realidad del emprendimiento social es muy diversa en función del contexto geográfico, cultural y académico que estemos considerando; b) En segundo lugar, hay un claro déficit de material empírico consolidado en el área geográfica del Mediterráneo, por lo que resulta un reto poder ver si los resultados del presente trabajo están alineados con los resultados de otros trabajos producidos en el mismo contexto.

Teniendo en cuenta estas dos limitaciones, procedemos a discutir los resultados emanados de nuestra investigación con la principal referencia en materia de emprendimiento social disponible a nivel mundial (teniendo en cuenta que los datos referidos en este documento son de 2015 y no ha sido posible identificar ninguna actualización de los mismos). Nos referimos al Informe Especial sobre Emprendimiento Social propuesto por la red de trabajo del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Esta investigación de la actividad emprendedora se basa en entrevistas, con 167 793 adultos en 58 economías en 2015, y por lo tanto es el mayor estudio comparativo de emprendimiento social en el mundo hasta el momento.

Los resultados de nuestro estudio son coincidentes con los de este trabajo en lo que refiere a la caracterización sociodemográfica del emprendedor social.

La proporción mundial de emprendedores sociales en el mundo es de un 55% de hombres frente a un 45% de mujeres. La brecha de género en este ámbito es significativa, pero tiende a ser menor de lo que nos encontramos en la actividad emprendedora tradicional o comercial. Así mismo, nos encontramos con que sí existe una segmentación horizontal por género, dedicándose las mujeres a un nicho de actividad con orientaciones sociales de una forma más pronunciada.

El emprendimiento social está fuertemente asociado con jóvenes, al reconocer en ellos atributos más idealistas con respecto a los deseos de cambios sociales. Los resultados tanto de nuestro estudio como del Informe de GEM muestran que esto es parcialmente cierto, ya que la horquilla de edad entre los 20 y los 34, en el caso de nuestro estudio, y 18 a 34 en el caso de GEM son los que presentan una mayor representación de emprendedores sociales o de sujetos interesados por esta temática.

Con respecto a los niveles de educación, nos encontramos que hay una variabilidad en función del ámbito territorial, aunque hay una tendencia a que el interés

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

por este tipo de actividad esté más vinculada a la disponibilidad de estudios superiores. El estudio GEM plantea que para el caso de la zona euromediterránea, al menos el 62% de los sujetos interesados por el emprendimiento social poseen estudios postobligatorios.

En lo que refiere a la razón de ser y naturaleza del emprendedor social, se confirma su “vocación social”. Los resultados del trabajo de GEM, como en nuestro caso confirman que los emprendedores sociales tienen de forma consistente como objetivo la creación de valor, es decir, los objetivos dominantes son claramente los sociales (aunque en algunos casos eligiendo porque la captura de valor está justificada) en consonancia con la afirmación *“Para mi organización, generar valor a la sociedad y al medio ambiente es más importante que generar valor financiero para la empresa”*.

La necesidad de vincular la actividad emprendedora con un conocimiento situado, una práctica innovadora y una colaboración ecosistémica es algo que aparece de forma consolidada en ambos estudios. Al igual que con el emprendimiento tradicional, los potenciales usuarios de los resultados de emprendimiento social demandan cada vez más productos y servicios innovadores que se ajusten de forma adecuada a sus necesidades. Los diferentes grupos objetivos participantes en este estudio sostienen que el emprendimiento social requiere soluciones o enfoques innovadores, ya que el problema social no existiría si hubiera podido solucionarse mediante la adopción de tradicionales.

Un tema emergente en el emprendimiento social, pero aún no resuelto es la capacidad de generar valor social y cómo medir su impacto. Buena parte del proceso de profesionalización del emprendimiento social tiene que ver con la incorporación de habilidades y competencias en este sentido, así como en el ámbito de la gestión estratégica del emprendimiento. La medición de impactos resulta un mecanismo de validación y orientación de las actuaciones a la misma vez que supone una estrategia de rendición de cuentas necesaria.

Entre las principales dificultades encontradas está que el emprendimiento social es una actividad que se desarrolla en un contexto de mercado por lo que aspectos tales como la regulación, el acceso a recursos o la tensión entre la necesidad de crear valor

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

social y la de hacer una captura de valor son elementos que actúan como fuertes condicionadores de la práctica del emprendimiento social, convirtiéndose a su vez en puntos focales para la propuesta de acciones correctoras.

La imagen social percibida del emprendimiento social se percibe como una limitación, pero también como una potencialidad. En la medida en la que se sea capaz de dar una visión más clara de la función social del emprendimiento social, así como de dotarle de mayor legitimidad como actividad que se desarrolla en un entorno económico, su aceptabilidad será mayor y esto podrá traducirse en una normalización de su elección como actividad socio-profesional.

Se percibe de una forma insistente una falta de apoyos institucionales a la actividad del emprendimiento social, apoyos que van desde el económico (Según GEM, casi el 63% de los emprendedores sociales tiene dificultades para encontrar financiación para llevar a cabo su proyecto y el 38% de los emprendedores sociales del mundo dependen de la financiación del gobierno, familia y bancos) al de regulación o de soporte en cuestiones transversales. Esta última cuestión conecta directamente con la necesidad de consolidar una práctica basada en la evidencia en materia de formación y acompañamiento en materia de emprendimiento social, ya que los recursos y orientaciones disponibles hasta el momento resultan redundantes e ineficaces.

4. Recursos para el diagnóstico de emprendimiento social entre jóvenes

4.1. Índice para la autoevaluación en competencias de emprendimiento social entre jóvenes

La educación en emprendimiento social se ha convertido en un elemento de primer orden para multitud de entidades que van desde la administración, el sector educativo (ya sea formal o informal) o las organizaciones del tercer sector hasta tal punto que se reconoce el emprendimiento como un aspecto relevante en la educación de los jóvenes dentro del objetivo 4 para el desarrollo sostenible (UNESCO, 2019).

Afortunadamente, en la actualidad ya es posible identificar una cierta disponibilidad de análisis en el ámbito del emprendimiento social que tienen en

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

consideración los aspectos formativos y educativos. Algunos de los trabajos más significativos los constituyen las aportaciones de Hamizan-Roslan, Hamid, Taha Ijab, y Bukhari (2019) quienes argumentan de manera fundamentada la integración de la formación en emprendimiento social dentro del ámbito de la educación superior; así mismo, Solomon, Alabduljader, y Ramani (2019) evidencian cómo aumentado de manera importante la demanda de formación en este ámbito por parte del alumnado universitario además de indicar cuáles son las tendencias más consolidadas en este temática.

Dado el interés y potencial de la formación en emprendimiento social teniendo a los jóvenes como sujeto de referencia, es preciso ir consolidando herramientas que permitan ir avanzando y consolidando conocimiento en este ámbito a la misma vez que sean operativas y estén diseñadas desde un punto de vista aplicado para su uso en procesos de formación en materia de emprendimiento social.

Dentro del campo del emprendimiento social, se precisa instrumentos de evaluación fiables para el cumplimiento de este propósito valorativo. Se trata de un ámbito relativamente novedoso y, por consiguiente, hay aún un amplio margen para la investigación en sus distintas dimensiones; pero, concretamente, la evaluativa está claramente en una fase de iniciación. Contamos con estudios sobre la personalidad emprendedora (Becherer y Mauer, 1999; Crant, 1996), sobre las variables determinantes de la intención emprendedora (Liñán, Santos y Fernández, 2001; Sánchez, Lanero y Yurrebaso, 2005) e incluso con algún cuestionario sobre la personalidad emprendedora (Sánchez, 2010), o sobre las actitudes del joven emprendedor (Athayde, 2009).

En este sentido, el objetivo del presente documento es proponer un instrumento de autoevaluación de las competencias de emprendimiento social cuyo sujeto preferencial sean los jóvenes a partir de una revisión sistemática de la literatura.

En la revisión sistemática de la literatura se han identificado diferentes trabajos (Lackéus, 2014; Sáenz-Bilbao y López-Vélez, 2015; Orhei, Nandram, y Vinke, 2015; Miller et al. 2012; Portuguese, Valenzuela, y Navarro, 2018; Capella-Peris, Gil-Gómez, Martí-Puig, y Ruiz-Bernardo, 2016; Capella-Peris, Gil-Gómez, Martí-Puig, y Ruíz-Bernardo, 2019) cuyo objetivo es abordar la operacionalización de las competencias asociadas al emprendimiento social, e incluso alguna propuesta de instrumento de medición, aunque

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

existe un claro déficit en aquellos enfoques que tienen como sujeto principal a los jóvenes.

A partir de la revisión teórica de cada uno de los estudios arriba mencionados se procedió a la construcción de una definición operacional acorde al marco contextual del proyecto en la que se aplicará la presente herramienta y que además está en consonancia con la bibliografía consultada.

En el anexo I del presente documento se encuentra una concreción en forma de índice de la operacionalización anteriormente expresada.

4.2. Propuesta metodológica para la identificación y análisis de buenas prácticas en la promoción del emprendimiento social entre jóvenes

4.2.1. Orientaciones generales

En los últimos años se ha constatado un aumento en el desarrollo de programas e iniciativas cuyo objetivo es fomentar el emprendimiento social, especialmente entre los jóvenes, por lo que resulta cada vez más necesario ir preocupándonos por la valoración de la calidad de dichos proyectos, por su grado de éxito, para tratar de informar sobre las posibles debilidades y fortalezas que puedan presentar. Una estrategia, que además de evaluadora va orientada al aprendizaje cruzado, es la identificación de buenas prácticas.

Las buenas prácticas pueden definirse de múltiples maneras. Sin embargo, tienen un hilo común en todas las definiciones que implica estrategias, enfoques y/o actividades que han demostrado ser efectivas, eficientes, sostenibles y/o transferibles y conducir de forma fiable al resultado deseado. Las buenas prácticas en EWSI (European Website on Integration) se han recogido en una planilla que ha sido específicamente desarrollada para este propósito e incluye toda la información necesaria para juzgar si una práctica puede adaptarse a otros contextos.

En este documento, pretendemos facilitar el proceso de identificación y el análisis de proyectos y acciones que tenderán a ser consideradas buenas prácticas, basándose en una serie de criterios generales que se presentarán más tarde en este documento.

4.2.2. Proceso de recopilación de iniciativas

Una vez definidos los criterios generales para la identificación de buenas prácticas es preciso dar algunas orientaciones en el proceso de búsqueda e identificación de buenas prácticas.

- En primer lugar, es importante incidir en la idea que sean Buenas prácticas en uso. Es importante que los ejemplos de buenas prácticas no estén basados sólo en ideas abstractas, sino que se estén aplicando en el momento de realizar la identificación.
- En segundo lugar, cabe destacar la diferencia entre el concepto de buenas prácticas aquí utilizado y el término best practices, que hace referencia a las “mejores prácticas”. En este documento de trabajo se ha optado por proponer una serie de indicadores, de tal forma que permitan la selección de aquellas experiencias que cumplan con una serie de criterios, que sean útiles de cara a la aplicación por parte de otras entidades y que cubran la representatividad en diversos ámbitos. La aplicación de estos indicadores no supone una evaluación jerárquica de las posibles prácticas escogidas, sino que garantizan unos estándares de selección.
- Un caso para poder ser evaluado positivamente como buena práctica debería poseer al menos 6 de estos rasgos distintivos.
- A título orientativo, en el Anexo II se sugiere una ficha para identificar y recoger de forma sistemática buenas prácticas así como el Anexo III supone un repositorio de algunas de las Buenas prácticas identificadas durante el desarrollo de este proyecto.

5. Bibliografía

- 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.

- Alemany, 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 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). *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”.

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

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., Wijijayanti, 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>.

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Encontrará más información sobre la investigación, la encuesta utilizada y las buenas prácticas recogidas en nuestro sitio web:

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



PARTNERS



Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.