

POLITECNICO DI TORINO



Politecnico di Torino

Dipartimento di Ingegneria Gestionale e della Produzione

**Corso di Laurea Magistrale
in Ingegneria Gestionale**

Tesi di Laurea Magistrale

**Educazione imprenditoriale al Politecnico di Torino: analisi
quantitativa dell'impatto di lungo periodo sugli studenti e sulla loro
identità sociale**

Relatore:

Prof. Emilio Paolucci

Correlatore

Dott. Andrea Panelli

Candidato:

Elena Biscotti

Anno Accademico 2021/2022

Sommario

| | |
|---|----|
| Introduzione | 4 |
| 1. Gli effetti dell'educazione imprenditoriale sulla nascita di nuove imprese | 6 |
| 1.1 Situazione delle imprese nascenti in Italia e in Europa | 6 |
| 1.2 L'evoluzione dell'educazione imprenditoriale | 9 |
| 1.3 Educazione imprenditoriale al Politecnico di Torino: Imprenditorialità e Business Planning..... | 12 |
| 2. Analisi della letteratura | 14 |
| 2.1 Premesse | 14 |
| 2.2 Letteratura sull'identità sociale del founder | 19 |
| 2.3 Letteratura sui tratti psicologici del founder..... | 22 |
| 2.4 Letteratura sulla dipendenza dal lavoro..... | 26 |
| 2.5 Ipotesi | 30 |
| 3. Metodo di ricerca | 32 |
| 3.1 Obiettivo e metodologia della ricerca | 32 |
| 3.2 Descrizione del campione e delle variabili | 33 |
| 3.3 Focus descrittivo sui founders..... | 44 |
| 4. Risultati..... | 48 |
| 4.1 Analisi sull'identità sociale dei founders | 48 |
| 4.2 Analisi sui tratti psicologici dei founders..... | 57 |
| 4.3 Analisi sulla dipendenza del lavoro | 64 |
| 4.4 Analisi sulla percezione del rischio | 68 |
| 5. Conclusioni | 72 |
| 6. Appendici..... | 74 |
| 7. Bibliografia..... | 77 |
| 8. Ringraziamenti..... | 79 |

Introduzione

Negli ultimi decenni molti studiosi hanno concentrato le proprie ricerche sull'impatto dell'educazione imprenditoriale a livello accademico, poiché sono state provate relazioni positive tra tali corsi e la scelta di intraprendere una carriera imprenditoriale.

Il presente lavoro di tesi ha come oggetto lo studio quantitativo dell'impatto del corso di "Imprenditorialità e Business Planning" del Politecnico di Torino sulle intenzioni e sulle scelte imprenditoriali degli studenti che ne hanno preso parte negli anni che intercorrono tra il 2012 e il 2020. In particolare, si vuole indagare sulle variabili connesse e potenzialmente influenzabili dal corso, oltre che sulle scelte lavorative ed imprenditoriali stesse degli ex-studenti, tramite la somministrazione di un questionario ad hoc.

Per fare ciò è stato svolto un lavoro in parallelo in collaborazione a due colleghi universitari, in modo da indagare il più a fondo possibile su questo fenomeno.

La tesi è così strutturata:

- Il capitolo introduttivo offre una visione generale sull'educazione imprenditoriale e la sua evoluzione nel tempo, descrivendo come l'attività imprenditoriale e la conseguente creazione di startup incida sull'ecosistema politico Italiano. Infine, presenta il corso di formazione di stampo imprenditoriale del Politecnico di Torino: il corso universitario di Imprenditorialità e Business Planning, oggetto del questionario.
- Il secondo capitolo mostra l'analisi della letteratura utile alla comprensione del progetto di tesi e le relative ipotesi create e verificate in collaborazione con due colleghi, che ne presenteranno alcune più nel dettaglio.

Nello specifico, il presente lavoro tratta alcuni aspetti psicologici e sociali degli ex-studenti che hanno avviato una carriera imprenditoriale, e del loro conseguente comportamento lavorativo.

- La terza sezione illustra la metodologia con cui è stata eseguita la raccolta e l'analisi dei dati, presentando il questionario, le principali dimensioni indagate e la composizione del campione su cui sono state svolte le elaborazioni.
- Successivamente sono riportati i risultati ottenuti sulle variabili d'attenzione principali, quali l'identità sociale, i tratti psicologici e la dipendenza da lavoro degli ex-studenti del corso che hanno scelto di fondare un'attività imprenditoriale.

La sezione propone la verifica delle ipotesi di competenza e la descrizione dei dati e delle relazioni che intercorrono fra di loro.

- In conclusione, il capitolo finale riassume i risultati ottenuti confrontati con la teoria mostrata all'interno dell'"Analisi della letteratura".
- Appendici, bibliografia, sitografia e ringraziamenti terminano il lavoro di tesi.

1. Gli effetti dell'educazione imprenditoriale sulla nascita di nuove imprese

1.1 Situazione delle imprese nascenti in Italia e in Europa

L'attività imprenditoriale è uno dei pilastri dell'economia contemporanea e continua ad espandersi in tutto il mondo influenzando il mondo degli affari.

Le imprese svolgono un duplice ruolo fondamentale all'interno dell'economia di mercato: la prima azione fondamentale riguarda la capacità cruciale di apportare cambiamento ed innovazione tecnologica per favorire un incremento della produttività, oltre ad alterare la struttura del mercato non solo creando cambiamento, ma anche generando nuova concorrenza (Kuratko & Hodgetts, 2004).

Parallelamente, le attività imprenditoriali costituiscono un meccanismo essenziale grazie al quale milioni di persone possono accedere al mondo del lavoro e conseguentemente al flusso economico. Le imprese rappresentano una possibile via per il successo economico anche per coloro che, a causa della struttura sociale esistente, partono da una situazione di svantaggio, tra cui donne, minoranze e immigrati. L'imprenditorialità agisce come un "collante sociale" che lega tra loro le attività high-tech con quelle "Main Street" (Small Business Administration [SBA], 1998).

In Italia, tra le varie imprese di recente fondazione viene definita start-up innovativa un'impresa giovane, ad alto contenuto tecnologico, con forti potenzialità di crescita (D.L. 179/2012). Stando al rapporto del 1° gennaio 2021 del Ministero dello Sviluppo Economico, il numero di start-up presenti sul territorio italiano è pari a 11.899, ovvero il 3,2% di tutte le società di capitali di recente costituzione. La quasi totalità delle start-up innovative sono microimprese e vantano un valore medio della produzione ridotto (184,7 mila €); essendo imprese ad alto rischio, il 52,6% delle start-up innovative sono società in perdita, valore superiore alla media complessiva del 30,9%. Tuttavia, le società in utile vantano indicatori di redditività (ROI, ROE) molto positivi. Tra le

imprese innovative nascenti solo il 13,1% è a partecipazione femminile mentre il 19% dei fondatori appartiene alla categoria di età under 35.

Analizzando il rapporto tra il contesto universitario e l'attività imprenditoriale, secondo il report GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*) del 2018, per l'Italia soltanto il 17,7% degli studenti italiani sta pianificando di avviare una propria attività imprenditoriale, risultato di molto inferiore alla media del 30,7% ottenuto dal campione globale degli studenti intervistati.

I settori nei quali entreranno queste nuove attività sono principalmente quello delle tecnologie di comunicazione e informazione (14,9%), dei servizi sanitari (10,2%) e del marketing (10,9%).

Il 7,2% degli studenti italiani ha invece già avviato il proprio business che nel 67% dei casi ha età inferiore ai 2 anni, mentre solo nel 13% dei casi ha più di 6 anni.

A livello legislativo in Italia le start-up innovative vantano incentivi, fondi di garanzia e programmi di espansione; inoltre, lo stato italiano ha facoltà di investire in maniera diretta o indiretta in Venture capital per agevolare la crescita delle start-up mantenendo comunque un livello di partecipazione che non deve superare il 49% del capitale sociale dell'impresa.

In Europa i dati raccolti all'interno del rapporto *Europe's start-up ecosystem: Heating up, but still facing challenges* realizzato da McKinsey & Company e pubblicato ad ottobre 2020, descrivono un aumento del numero delle start-up che tuttavia faticano a diventare imprese di successo e ancor di più "unicorn", ovvero imprese innovative che posseggono una valutazione di mercato superiore al miliardo di dollari. In Europa, come mostrato in Figura 1, vengono fondate il 36% delle start-up globali, percentuale seconda solo a quella degli Stati Uniti (45%) e migliore rispetto a quella dell'Asia (17%), tuttavia solo il 14% degli "unicorn" è stato fondato in territorio europeo; al contrario ben il 33% di essi nasce in Asia.

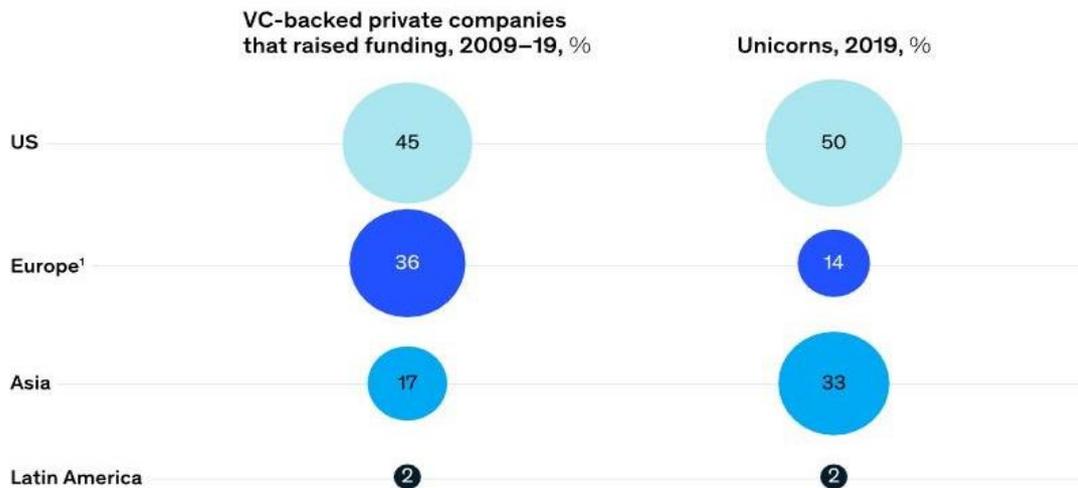


Figura 1 Distribuzione Globale Start-up e Unicorn

Le ragioni di tale insuccesso in Europa sono attribuibili, secondo McKinsey & Company, alla frammentarietà dei sistemi regolatori, delle valute e delle lingue nei vari paesi europei; un altro aspetto determinante è la ridotta capacità di venture capital, pari a circa un quinto di quella degli Stati Uniti. Quest'ultimo dato può essere ritenuto conseguenza del fattore culturale per il quale l'Europa ha una propensione al rischio negli investimenti inferiore rispetto agli USA.

1.2 L'evoluzione dell'educazione imprenditoriale

Il fenomeno sociale ed economico dell'imprenditorialità, data la sua complessità e sfaccettatura, nel mondo accademico non corrisponde esattamente ad una disciplina specifica e consolidata, come può esserlo l'economia. Peter Drucker, economista e saggista del XX secolo, fu tra i primi a credere che alcune caratteristiche imprenditoriali potessero essere oggetti di insegnamento, diceva infatti che "La mistica imprenditoriale non è misteriosa e non ha nulla a che fare con i geni, è solo disciplina. E, come ogni scienza, può essere appresa" (Drucker, 1985).

Negli ultimi decenni la particolare forza economica che caratterizza l'imprenditorialità ha permesso l'espansione dell'imprenditorialità stessa, oltre che l'educazione verso questa. Infatti, i programmi rivolti a tale fenomeno e successivamente rivolti alla creazione di nuove imprese hanno subito una forte crescita: in America i college e le università che negli anni '70 offrivano corsi sull'imprenditorialità erano solo qualche decina, per passare agli inizi del nuovo millennio a 1600. [The emergence of entrepreneurship education: development, trend and challenges; Kuratko]

I primi programmi di formazione rivolti a questa disciplina tenuti in alcune università degli Stati Uniti, come Harvard o la University of Southern Carolina, sono stati esaminati da Zeithaml e Rice (1987) per trovare i punti di forza di quest'insegnamento. Tra i risultati ottenuti hanno concluso che l'educazione all'imprenditorialità riusciva a dare una visione completa dell'amministrazione aziendale, riuscendo a superare le frammentazioni e le specializzazioni sempre più ristrette dei corsi universitari in ambito economico di quel periodo. Gli studenti che aspirano ad essere imprenditori, manager o alti dirigenti avrebbero quindi preferito quest'approccio più completo ed ampio alla disciplina.

Allo stesso modo anche Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) ritrovavano la forza di quest'insegnamento nella sua trasversalità. Per formare al meglio l'educazione

all'imprenditorialità deve includere corsi che sviluppino competenze in negoziazione, leadership, sviluppo di nuovi prodotti, pensiero creativo ed esposizione all'innovazione tecnologica (McMullan & Long, 1987; Vesper & McMullen, 1988). Per far ciò sono stati individuati diversi strumenti di apprendimento, quali: business plan (Gartner & Vesper, 1994); start-up di imprese studentesche (Hills, 1988); consultazioni con imprenditori in attività (Klatt, 1988); simulazioni al computer (Brawer, 1997, casi "Tive" (Gartner & Vesper, 1994); gite scolastiche e uso di video e film (Klatt, 1988).

Gli obiettivi sono molteplici: da un lato, gli studenti grazie a questo corso dovrebbero sviluppare una mentalità imprenditoriale favorevole per affrontare il mondo del lavoro, e non solo, in maniera creativa e fiduciosa, riuscendo quindi ad ottenere un ruolo rilevante ed innovativo nella società e nell'economia; dall'altro la società dovrebbe osservare un maggiore incentivo verso la creazione di startup; [Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education, CE 2012]

I risultati dell'educazione nel mondo imprenditoriale sono controversi. Alcuni autori, come come Bécharde & Grégoire (2005), pongono l'attenzione sul fatto che gli effetti sull'attività della popolazione non sono dimostrati in maniera chiara ed univoca; Levie e Autio (2008), al contrario, dimostrano come i corsi accademici possono aumentare la capacità di riconoscere e cogliere le opportunità economiche imprenditoriali, oltre che fornire una formazione tecnica idonea per supportare la fase di start up delle imprese. Zeithaml e Rice (1987) hanno individuato conseguenze positive del corso anche verso il mondo accademico. Infatti, alcuni programmi potrebbero comportare fonti di finanziamento verso le università stesse.

Per questi motivi, negli anni, l'educazione alle attività imprenditoriali ha preso sempre più importanza, tanto che si è consolidata l'offerta universitaria e post-universitaria di corsi aventi come oggetto l'imprenditorialità.

In Italia il fenomeno è stato indagato tramite un questionario proposto da Guesss (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey). Il sondaggio più recente, condotto su 21 università nel 2018, ha evidenziato come nel nostro paese l'educazione verso questo fenomeno non ha subito la stessa evoluzione avuto negli altri paesi europei. Infatti, la media del campione internazionale GUESSS è pari al 51,9%, mentre i risultati italiani hanno sottolineato come oltre il 60% degli studenti non ha mai frequentato un corso sull'imprenditorialità, nonostante un buon valore relativo agli studenti di Economia, Giurisprudenza e Business. Dal report, infatti, si ottiene che più del 58% degli studenti di questi percorsi formativi ha frequentato un corso sull'imprenditorialità, percependo di avere maggiori capacità imprenditoriali acquisite presso altri campi di studi universitari.

1.3 Educazione imprenditoriale al Politecnico di Torino: Imprenditorialità e Business Planning

Il Politecnico di Torino offre la possibilità di frequentare il corso di laurea magistrale in ingegneria gestionale sia in lingua italiana che in lingua inglese; entrambi i corsi prevedono un percorso comune per i primi 3 semestri, dopo i quali viene offerta agli studenti la possibilità di caratterizzare il proprio profilo secondo diverse aree di competenza. In particolare, concentrandosi sul corso in italiano, le possibilità di scelta degli studenti ricadono su sei differenti aree: Finanza, Informatica, Innovazione, Logistica, Produzione e Servizi. Tra questi, all'interno del percorso Innovazione, viene erogato il corso di Imprenditorialità e Business Planning tenuto dal professore Emilio Paolucci. Tale corso si caratterizza per fornire agli studenti le metodologie di lavoro adeguate a comprendere, sviluppare e gestire processi di creazione di nuove imprese a base tecnologica, fornendo loro oltre che le necessarie metodologie di lavoro anche la possibilità di lavorare attivamente per lo sviluppo di queste idee insieme a delle start-up, scelte dagli studenti a seguito di un elenco di proposte presentate da parte del docente.

Per condurre questo lavoro di sviluppo, gli studenti vengono suddivisi in gruppi da 5/6 componenti, ogni gruppo è tenuto a lavorare con una start-up per rendere possibile l'implementazione delle fasi di sviluppo del business. Questo oltre che permettere l'effettivo sviluppo richiesto per la crescita della start-up offre agli studenti l'opportunità di sviluppare utili soft skill di team-working, autovalutazione, autonomia nello svolgimento di compiti più o meno complessi, capacità di presentazione e comunicazione. Nello specifico, il corso prevede delle lezioni teoriche tenute dal professore in cui vengono esposti una serie di concetti chiave in ottica di creazione di impresa che riguardano per esempio la definizione del concetto di Business Model, le metodologie per la valutazione e validazione di idee imprenditoriali, le metodologie di analisi e segmentazione di mercato, analisi dei competitors ma anche aspetti di

sviluppo strategico e di prospetti e pianificazioni economiche. Queste lezioni sono affiancate a delle altre lezioni prettamente pratiche in cui gli studenti sono tenuti a mettere in pratica gli insegnamenti ricevuti man mano ed applicarli al loro specifico lavoro con la start-up. Durante tutto lo svolgimento del corso gli studenti sono tenuti a produrre differenti documenti, presentare l'avanzamento del loro lavoro, interfacciarsi con differenti figure del mondo imprenditoriale e redigere un business plan completo.

Il corso termina con la presentazione dell'idea di business, arricchita dal lavoro degli studenti, attraverso un pitch fatto direttamente a un panel di imprenditori, business angels o venture capitalist che poi lo giudicheranno. Il conseguimento dell'esame è determinato quindi da un insieme di elementi e la valutazione del professore terrà conto delle varie consegne richieste agli studenti, della stesura del business plan, delle presentazioni condotte durante l'anno e dall'ultima presentazione finale. Il professore inoltre sceglie di chiedere ai suoi alunni di autovalutare il proprio lavoro e il voto quindi di ciascuno studente può essere influenzato dalla valutazione che il gruppo ha attribuito a ciascun membro.

2. Analisi della letteratura

2.1 Premesse

Gli ultimi decenni sono stati caratterizzati da una crescita nell'interesse dell'educazione imprenditoriale principalmente a livello universitario, che ha portato all'introduzione di programmi e progetti imprenditoriali nel percorso di studi di diverse facoltà (Souitaris et al, 2007; Sieger et al., 2016).

Tra le cause di questo fenomeno incide anche, come sottolinea la Commissione Europea nel Piano D'Azione 2020, il fatto che l'imprenditorialità e il lavoro autonomo contribuiscono alla creazione di nuovi posti di lavoro, e quindi alla crescita del paese. Per tali motivazioni molte figure accademiche stanno collaborando con stakeholders di ambienti differenti per incentivare e stimolare la creazione di un ecosistema imprenditoriale locale (Gibb, 2011).

Gli imprenditori sono quindi tra i principali agenti di crescita economica, innovazione e occupazione (Kelley, Bosma & Amorós, 2010), dato il loro ruolo cruciale nel contrastare il declino economico tramite lo sviluppo e il benessere della società. Per tali motivi la questione di ciò che ha un'influenza con buone prestazioni sul lavoro è diventato oggetto rilevante di studi. Tra queste, è evidenziato che lo sviluppo di nuovi prodotti e tecnologie, la creazione di posti di lavoro e una crescita economica positiva si basano su caratteristiche e intenzioni soggettive, come l'ambizione personale e la motivazione degli individui ad avviare e consolidare attività private (Begley & Boyd, 1987; Brandstätter, 2011).

In conseguenza di ciò, nel presente capitolo verrà proposta la letteratura che si basa sugli aspetti personali degli individui – quali identità, tratti psicologici e relazione con l'impegno lavorativo – che hanno scelto di fondare un'impresa.

“An identity is like a compass helping us steer a course of interaction in a sea of social meaning.” – Burke e Reitzes (1981: 91).

La definizione di “identità sociale” può essere ricondotta alla fine del XIX secolo, quando la crescente attenzione verso le scienze sociali ha evidenziato la nuova consapevolezza del bisogno umano elementare di autodefinirsi e di trovare il proprio posto nella società (Mead, 1934; Tajfel, 1972). Gli studiosi sono giunti alla descrizione di identità come "un quadro generale per la comprensione di sé stessi che si forma e si mantiene attraverso l'interazione sociale" (Gioia, 1998: 19).

L'analisi specifica del presente lavoro di tesi si concentra sull'iniziativa imprenditoriale, impiegando teorie complementari che supportano questo campo, come la Teoria dell'Effettuazione (Sarasvathy, 2001) e la Teoria dell'Identità Sociale (Tajfel, 1972; Tajfel & Turner, 1979), nonostante quest'ultima sia stata applicata solo di recente alla ricerca sull'imprenditorialità (Alsos et al., 2016; Fauchart & Gruber, 2011; Powell & Baker, 2014 ; Sieger et al., 2016).

L'influenza dell'identità sul comportamento, sulle azioni e sui risultati economici fornisce ulteriore potere esplicativo all'analisi dell'iniziativa imprenditoriale. La ricerca parte dai contributi di Schumpeter (1912) e Knight (1921), il cui lavoro comprende l'individuazione degli attributi più essenziali dell'imprenditore: innovazione, riconoscimento delle opportunità e tolleranza di un certo grado di rischio (Baumol, 1968).

Inoltre, Baum e Locke (2004) propongono di identificare gli obiettivi che i founders predispongono per la propria impresa come fattori che identificano la stessa. Tali obiettivi, però non sono comuni e uniformati, ma nascono da aspirazioni e atteggiamenti dei founders (Barringer, Jones e Neubaum, 2005), che portano inevitabilmente a risultati e prestazioni aziendali diverse, non solo in campo economico. Per questo motivo, l'identità sociale e personale si può intendere come

predittore di decisioni e azioni imprenditoriali (Cardon et al. 2009, Wincent, Singh e Drnovsek, 2009; Conger, York, & Wry, 2012; Hoang e Gimeno, 2010; Murnieks & Mosakowski, 2007; Navis & Glynn, 2011; Shepherd & Haynie, 2009), e di conseguenza, della performance del business rispetto alla concorrenza.

Nell'ambiente aziendale, le azioni e i comportamenti di un fondatore o di un team fondatore che si presentano durante la fase di creazione e nella successiva fase di sviluppo di un'impresa evolvono insieme, poiché le attività aziendali sono infuse di significato risultante dall'espressione dell'identità individuale (Fauchart & Gruber, 2011), cioè da come essi si percepiscono in relazione agli altri, oltre che essere un'attività intrinsecamente sociale (Whetten & Mackey, 2002).

Una novità nella ricerca è svolta nel campo della psicologia e cognizione sociale dalla Teoria dell'identità Sociale (Tajfel, 1972; Tajfel & Turner, 1979), che studia gli atteggiamenti, i comportamenti e le attività intraprese dagli individui creatori di nuovi business (Alsos, Clausen, Hytti e Solvoll (2016); Davidsson & Honig, 2003). Tale teoria è utile quindi per una migliore comprensione della diversità nei significati che i fondatori associano ai loro sforzi imprenditoriali e agli effetti sull'impresa. Introdurre il concetto di Identità del fondatore può incorporare i pensieri, i sentimenti e le convinzioni dell'individuo come imprenditore (Rosenberg, 1979).

Questo corpo di ricerca fornisce un collegamento utile alla comprensione di come l'identificazione sociale porti gli individui a comportarsi e ad agire in modi che confermano le loro identità (Hogg & Terry, 2000; Tajfel & Turner, 1979) anche in un contesto aziendale.

Secondo quanto sopra, in conclusione, la Teoria dell'Identità Sociale aiuta a spiegare l'eterogeneità dei comportamenti aziendali dei fondatori durante il processo di creazione di una nuova iniziativa imprenditoriale e l'orientamento di tale iniziativa verso i risultati.

Ulteriori ricerche nella letteratura hanno sottolineato come il processo imprenditoriale possa essere considerato un insieme di mezzi dati che possono essere combinati in diversi possibili effetti dagli imprenditori, in base a chi sono, cosa sanno e chi conoscono: in base cioè, alla loro identità (Sarasvathy & Dew, 2013).

Oltre alle identità sociali dei founders, è utile focalizzarsi su una parte definita della loro sfera psicologica.

Sarà effettuato un focus su un costrutto che Paulhus & Williams (2002) hanno definito come Triade Oscura, che consiste in tre sotto-costrutti associati alla malevolenza e alla personalità oscura: Narcisismo, Psicopatia e Machiavellismo. Hmieleski e Lerner (2013) hanno dimostrata un'associazione tra i tratti psicologici appartenenti alla triade con le scelte di carriera imprenditoriali.

Le ricerche si sono intensificate nell'ultimo decennio (Furnham, Richards & Paulhus, 2013; O'Boyle et al., 2012; Jonason, Luévano & Adams, 2012; Jonason Luévano, 2013; Jonason & Webster, 2013 ; Jonason, Luévano & Schmitt, 2009), ma la letteratura che indaga le relazioni della Triade Oscure nel campo imprenditoriale continua ad avere alcune lacune, anche a causa della rarità della presenza di tale costrutto in contesti organizzativi (O'Boyle et al., 2012).

In generale, il costrutto triadico cattura una mentalità e i conseguenti comportamenti maligni incentrati sul guadagno personale, l'aggressività, la grandiosità, l'insensibilità e una fredda mente calcolatrice (Jones & Paulhus, 2010; McDonald, Donnellan & Navarrete, 2012; Rauthmann, 2012), definibili come manifestazioni di strategie sociali che hanno il fine ultimo di raggiungere obiettivi strettamente personali (O'Boyle et al., 2012).

I risultati dell'indagine verso ciò che ha relazione con una buona prestazione hanno posto l'attenzione anche sulla "passione per il lavoro", in quanto è un fattore che si cela dietro la performance di alto livello di un'impresa.

Da uno studio empirico, infatti, si è mostrato come la passione, generalmente intesa, è una variabile che influisce positivamente sulle performance dell'impresa (Baum & Locke, 2004), poiché dietro l'impegno dei founders è spesso presente un amore appassionato ed egoistico per il lavoro (Locke, 2000; Shane, Locke & Collins, 2003).

Il termine "Passione per il lavoro" ha preso piede nella letteratura relativa all'imprenditorialità da una ricerca qualitativa sulla motivazione degli imprenditori (Locke, 2000), ma da allora per la concettualizzazione vera e propria di tale costrutto, non solo nella ricerca sul fenomeno imprenditoriale, ma anche più in generale nella psicologia del lavoro e dell'organizzazione, purtroppo sono stati fatti pochi tentativi che rendono la letteratura in questo campo scarsa.

2.2 Letteratura sull'identità sociale del founder

Per uno studio sulla tipologia di ex-studenti partecipanti al corso di Imprenditorialità e Business Planning che hanno scelto di intraprendere un'attività imprenditoriale, si è scelto di indagare una delle variabili che influenza la performance aziendale: L'identità Sociale dei fondatori.

Nella letteratura sono state individuate tre tipologie principali di identità sociale dei fondatori delle imprese: "Darwiniana", "Comunitaria" e "Missionaria" (Fauchart e Gruber, 2011), definite utilizzando una valutazione sistematica delle personalità derivata dalla Teoria dell'Identità Sociale (Brewer & Gardner, 1996). Queste tre identità riflettono le interazioni sociali degli individui con altre persone, oltre che il livello di inclusione sociale.

Inoltre, in base alla personalità, i fondatori si contraddistinguono nella concezione stessa di essere imprenditore, che influenza fortemente il loro modo di agire e di creare le loro imprese (Fauchart & Gruber, 2011).

La letteratura negli anni ha offerto le definizioni approfondite delle tre tipologie pure di personalità sociali:

1. *L'identità Darwiniana* descrive il classico uomo d'affari, con le tradizionali azioni orientate al business. Il principale obiettivo è quindi riuscire a creare un'impresa solida e redditizia, focalizzandosi sull'aspetto economico. Gli impegni principali del founder si concentrano perciò sull'assicurare non tanto la sopravvivenza, ma specialmente il successo dell'azienda (Van Praag, 1990), oltre che indubbiamente a creare aziende forti e produttive (Fauchart & Gruber, 2011). I founders imprenditoriali caratterizzati da tale identità sociale utilizzano gli altri imprenditori e le altre aziende concorrenti come riferimento, come gruppo sociale esterno rispetto al quale si valutano e si confrontano.

2. *L'identità Comunitaria* descrive individui caratterizzati da una forte motivazione verso la creazione o la fornitura di un prodotto o servizio utili ad aiutare un gruppo di persone con cui condividono idee o valori. Le loro imprese sono utilizzate come Oggetti Sociali che supportano e sono supportati da una particolare comunità motivata da relazioni reciprocamente vantaggiose: questi fondatori sono entusiasti della loro capacità di contribuire alla comunità con i loro prodotti e apprezzano il supporto che ricevono dai membri della società nei loro sforzi imprenditoriali (Fauchart & Gruber, 2011). Di conseguenza, i comunitari riconoscono le loro attività come un importante catalizzatore per lo sviluppo e per ottenere il riconoscimento dai loro coetanei.

Perciò, per appartenere alla presente categoria sociale è necessario creare un'identità autentica (Lewis, 2013) che condivida la conoscenza intima con la comunità in cui ci si identifica. Il fine primario dei founders comunitari è quello di apportare un contributo alla società attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti o servizi (Fauchart & Gruber, 2011), ponendo invece solo secondariamente gli obiettivi di crescita delle vendite, della quota di mercato e di profitto, che comunque mantengono la loro importanza strutturale.

Il rapporto che lo lega alla comunità è un rapporto fortemente emotivo, ispirato dalla passione condivisa nel settore in cui questa è insediata.

3. *L'identità Missionaria* è motivata dalla volontà di agire con una condotta responsabile e dal desiderio di promuovere azioni verso problemi sociali di grande interesse. Le imprese fondate da imprenditori missionari sono utilizzate da essi come Oggetto Politico: è un'opportunità da sfruttare e da cui partire per promuovere e raggiungere i loro obiettivi generalmente sociali o ambientali (Fauchart & Gruber, 2011), in modo da adattarsi al mercato esistente, cercando nuove soluzioni creative e applicando la loro capacità di innovazione (Fauchart & Gruber, 2011). Proprio quest'ultima capacità innovativa si può considerare

come risorsa particolarmente vantaggiosa per sopravvivere e continuare a competere in maniera attiva in ambienti che cambiano rapidamente (McGrath, 2001), oltre che per favorire lo sviluppo e l'innovazione di nuovi prodotti (Sirmon & Hitt, 2003). Inoltre, l'identità missionaria viene considerata come orientata al miglioramento del carattere innovativo contro la concorrenza, ed è per questi motivi una variabile che costituisce una parte fondamentale della performance aziendale (Eddleston, Kellermanns, & Sarathy, 2008).

Gli imprenditori missionari agiscono secondo il principio per cui le loro azioni possono influenzare positivamente il benessere degli altri e cercano di agire in modo responsabile, trasparente ed empatico per rendere il mondo "un posto migliore". Per portare avanti la loro causa, i missionari non solo offrono prodotti o servizi, ma vedono anche la loro intera azienda e il modo in cui vengono condotti gli affari come un modello per la società.

Tali identità, definite "pure", non esauriscono la caratterizzazione dei founders, in quanto è possibile trovare identità "ibride", con tratti e obiettivi comuni tra più appartenenze sociali.

2.3 Letteratura sui tratti psicologici del founder

L'aspetto psicologico della natura umana è un concetto estremamente ampio, per cui si è scelto di fare riferimento esclusivamente a ciò che nella letteratura viene definito come Triade oscura, ossia: Narcisismo, Psicopatia e Machiavellismo.

In particolare, questi tratti sono stati caratterizzati come:

- *Narcisismo*: tratto psicologico riconosciuto tra dipendenti nelle organizzazioni (Jonason, Slomski & Partyka, 2012; Jonason, Wee & Jackson, 2014; O'Boyle, 2012), caratterizzato da ostentazione di superiorità e grandiosità (Rauthmann & Kolar, 2013; Paulhus & Williams, 2002), oltre che un senso celato di inferiorità e vulnerabilità (Jones & Paulhus, 2014), che li conduce alla continua e costante ricerca di conferme e ammirazione. Quando queste vengono a mancare, spesso il modo di reagire li contraddistingue: non reagiscono in maniera costruttiva alla critica, ma anzi diventano ostili e aggressivi (O'Reilly, Doerr, Caldwell & Chatman, 2013). Non sono caratterizzata da empatia, il che rende più facile per il narcisista abusare delle persone che gli stanno intorno e agire subdolamente per un guadagno personale. Il fine principale è ottenere un'immagine di sé forte davanti agli altri, al contrario degli individui caratterizzati da Machiavellismo o Psicopatia che mirano ad obiettivi materiali, come un maggior guadagno. Un'altra differenza sostanziale con le altre psicologie è il fatto che i narcisisti, per affermare la loro impressione positiva nella società (Holtzman, Vasiri & Mehi, 2010), non disdegnano essere coinvolti in attività relazionali, mostrando un carattere estroverso e aperto (Paulhus & Williams, 2002).

Infine, hanno la tendenza di sopravvalutare alcune loro capacità, come l'intelligenza, pur essendo oggettivamente ingegnosi. Alla luce di ciò, in sintesi i narcisisti hanno una propensione verso la ricerca di professioni lavorative

dove possano essere apprezzati dagli altri individui e dove riescano a raggiungere il dominio sociale (Jonason et al. 2014).

Essendo una caratteristica estremamente sfaccettata e ampia, oltre che difficile da indagare, esistono svariate contraddizioni nella letteratura. L'immagine di sé grandiosa di un narcisista può portare a una rapida carriera grazie alle capacità di autopromozione; tuttavia, potrebbe non essere in grado di mantenere ciò che promette a causa di una sopravvalutazione delle proprie capacità (O'Boyle et al., 2012). Di conseguenza, O'Boyle et al. (2012) hanno scoperto che i narcisisti sono sovra-rappresentati nelle posizioni di leadership, specialmente grazie alla loro indole prepotente, alla loro grandiosa percezione di sé e al fatto che le persone tendono ad accettarli come capi, poiché è comune considerare le qualità rappresentative di un narcisista, come carisma, mascolinità e forza, le caratteristiche che un leader dovrebbe avere (O'Reilly et al., 2014). Il paradosso che ne deriva, anche in questo caso, è che da una parte sono stimolanti e creativi ma allo stesso tempo contribuiscono a creare un ambiente di lavoro disfunzionale. Per questo, una leadership narcisistica può contribuire al successo dell'azienda nel breve periodo, ma a tendere potrebbe impedire il progresso finanziario dell'azienda, sempre a causa di una cattiva oggettività nel valutare le proprie capacità (O'Reilly et al., 2014).

- *Machiavellismo*: termine che prende il nome da Niccolò Machiavelli, diplomatico e scrittore italiano, impegnato nella politica nel corso del XVI secolo. Molti considerano il suo libro "Il principe" il primo e più letto manuale di leadership (Graham, 1996). I leader descritti nel libro presentano le caratteristiche principali che definiscono una persona machiavellica: spietatezza, la manipolazione, la mancanza di moralità e l'inganno incoraggiato dall'idea che i "fini giustificano i mezzi" (Nelson & Gilbertson, 1991). Qualsiasi azione non etica necessaria non crea loro alcun tipo di disturbo (Jones &

Paulhus, 2014; Rauthmann & Will, 2011; Swain, 2002), perché hanno obiettivi a lungo termine presi tramite decisioni ben ponderate e strategiche. I Machiavellici sono retoricamente abili e in grado di nascondere i loro veri valori, le loro intenzioni e i loro pregiudizi sugli altri se ciò li aiuterà a rafforzare la posizione di dominanza (Nelson & Gilbertson, 1991). Per riassumere l'individualità machiavellica, si possono usare tre aggettivi: manipolatori, spietati e strategici (Jones & Paulhus, 2014).

Come per i Narcisisti, la letteratura è ambigua su alcuni risultati sociali. Da un lato la loro capacità di manipolare gli altri può portare alla costruzione di forti reti sociali; ma, al contrario, la loro mancanza di volontà di creare relazioni interpersonali potrebbe causare problemi di cooperazione e quindi di sviluppo (O'Boyle et al., 2012).

- *Psicopatia*: le persone che sono contraddistinte da questo tratto psicologico sono incapaci di percepire, comprendere o affrontare le emozioni, poiché privi della cosiddetta Intelligenza Emotiva (Visser, 2011). La conseguenza è che possono essere definiti come uomini emotivamente disinvolti e insensibili (Crysel, Crosier & Webster, 2012), caratteristiche comuni ai machiavellici, da cui però si differenziano significativamente a causa della loro impulsività. Infatti, gli individui che presentano un maggiore grado di psicopatia non utilizzano strategie a lungo termine ben ponderate, ma anzi si lasciano trasportare dal momento e dalla loro impulsività (Jones & Paulhus, 2014), esponendosi anche a comportamenti rischiosi con facilità. Tra le peculiarità indagate, è emersa la preferenza verso posti di lavoro in cui non c'è bisogno di socialità, ma anzi preferiscono posizioni isolate e spesso posizioni in cui possono evitare di essere monitorati (Jonason et al., 2013). Anche in questo caso le limitate capacità emotive degli psicopatici possono avere un duplice effetto: da un lato essere vantaggiose in posizioni in cui devono essere

impassibili e insensibili (O'Boyle et al., 2012), ma dall'altro se la posizione richiede comportamenti collaborativi rispetto agli altri e verso le regole come rispettare le scadenze, allora è meno probabile che si impegnino in tale lavoro. L'intelligenza emotiva limitata e la tendenza a controllare le emozioni predice anche che difficilmente sarà possibile sviluppare una leadership trasformazionale positiva (Palmer, Walls, Burgess & Stough, 2001) che si concentri sul far crescere e prosperare le altre persone (Rapp-Ricciardi, Schaller, Garcia & Archer, 2015).

2.4 Letteratura sulla dipendenza dal lavoro

Un'altra variabile di interesse per le elaborazioni successive è la dipendenza da lavoro degli ex-studenti del Politecnico di Torino che hanno deciso di fondare un'impresa.

Come detto nel capitolo precedente, in generale, per introdurre l'argomento è utile descrivere la Passione per il Lavoro.

Dal punto di vista imprenditoriale una delle definizioni utilizzate in letteratura di "Passione per il Lavoro" è quella nata da una ricerca su passione e performance del business di Cardon, Wincent, Singh & Drnovsek (2009), che definisce la passione come "intensi sentimenti positivi vissuti dall'impegno in attività imprenditoriali associate a ruoli significativi e salienti per l'identità personale dell'imprenditore". Questa definizione però, non fa alcun tipo di riferimento alle conseguenze negative di tale caratteristica, ed è per questo che risulta poco utile se si osserva il fenomeno da una prospettiva dualistica. È stato mostrato infatti, che esistono due approcci qualitativamente diversi verso la passione:

1. La passione armoniosa
2. La passione ossessiva

Non possono essere considerati quindi come due diversi livelli secondo cui la passione ossessiva sarebbe più estrema rispetto alla passione armoniosa (Mageau, Vallerand, Charest, et al., 2009), ma come due costrutti indipendenti.

Dal secondo approccio – Passione Ossessiva – si può concettualizzare la definizione della Dipendenza da lavoro, "Workaholism": unione tra il lavoro eccessivo e una spinta interiore forte ed irresistibile al lavoro (Schaufeli, Taris, & Bakker, 2008). Il Lavoro Eccessivo è una variabile esaminata anche tramite il nostro questionario, che consiste nel dedicare un'alta quantità di tempo all'attività lavorativa anche quando non necessario, che caratterizza specialmente i maniaci del lavoro.

Nell'ultimo decennio, alcune ricerche hanno verificato che la teoria duale della passione è applicabile anche all'ambiente lavorativo, con relazioni e risultati diversi. La passione armoniosa è correlata positivamente alla vitalità, alla salute mentale, alla soddisfazione dei bisogni psicologici e al controllo sulla propria vita professionale e divertimento nel lavoro. Al contrario, la passione ossessiva è correlata positivamente all'angoscia, al portare il lavoro a casa e al pensare al lavoro quando si è fuori dal posto di lavoro (Forest, Mageau, Sarrazin & Morin, 2011).

Esistono forti analogie tra la passione armoniosa e ossessiva verso il lavoro e altri due concetti ben convalidati nella psicologia del lavoro e dell'organizzazione, o addirittura possono essere considerate al meglio come precursori rispettivamente dell'Impegno Lavorativo (Work Engagement) e della Dipendenza dal Lavoro (Workaholism) (Vallerand, et al., 2003).

Un ultimo parallelo con la letteratura della passione è spiegato dalla recente ricerca sull'Impegno Lavorativo e sulla Dipendenza da Lavoro. Tale ricerca ha dimostrato che questi due costrutti sono ampiamente indipendenti, con fattori e conseguenze qualitativamente diversi (Van Beek, Taris e Schaufeli, 2011).

L'impegno lavorativo si riconduce a uno "stato mentale positivo, appagante, legato al lavoro, caratterizzato da vigore, dedizione e assorbimento" (Schaufeli, Salanova, González-Romá & Bakker, 2002). Le persone ad alto impegno lavorativo hanno un senso di connessione energetica e affettiva con le loro attività lavorative. In altre parole, "gli individui impegnati lavorano duramente, sono coinvolti e si sentono felicemente assorbiti nel loro lavoro" [*engaged individuals work hard (vigor), are involved (dedicated) and feel happily engrossed (absorbed) in their work*] (Bakker, Schaufeli, Leiter e Taris, 2008). I dipendenti coinvolti sperimentano vitalità e divertimento mentre svolgono il loro lavoro, e durante questa attività soddisfano importanti bisogni psicologici. Inoltre, tale caratteristica influenza positivamente

anche sulla loro vita: si dichiarano dipendenti auto-efficaci¹ e armoniosamente appassionati (Xanthopoulou, Bakker, Demerouti & Schaufeli, 2009).

Al contrario, il Workaholism è stato collegato a livelli elevati di stress causati dal lavoro, disturbi della salute mentale e della salute fisica, oltre che bassi livelli di soddisfazione, di qualità delle relazioni e funzionamento sociale alterati, felicità ridotta e benessere più scarso (Bakker, Demerouti & Burke, 2009).

Il presente lavoro di tesi si soffermerà sul secondo costrutto: La Dipendenza da Lavoro. Quest'ultima agisce prettamente a livello mentale e può essere definita come ossessione per il lavoro: implica una presenza costante di pensieri relativi a tutto ciò che può concernere il lavoro durante qualsiasi fase della giornata (Robinson 1999 e Spence 1992). Esistono diverse concettualizzazioni del Workaholism, alcune delle quali si avvicinano più di altre al concetto di passione (Cantarow, 1979; Oates; 1971; Peiperl & Jones, 2001; Scott, Moore & Miceli, 1997). Prendendo in considerazione l'esempio di Scott et al. (1997), si possono sintetizzare tre caratteristiche principali in linea con la letteratura in esame:

1. I maniaci del lavoro lavorano troppo duramente.
2. I maniaci del lavoro sono riluttanti a disimpegnarsi dal lavoro e pensano costantemente e frequentemente al lavoro quando non sono al lavoro
3. I maniaci del lavoro lavorano al di là di quanto ragionevolmente ci si aspetta da loro per soddisfare i requisiti organizzativi o economici

Queste caratteristiche sono simili ai risultati comportamentali della passione ossessiva menzionati sopra.

Come anticipato in precedenza, la letteratura ha svolto ricerche per trovare le cause e le relazioni per una buona performance, e nell'ambito della passione duale verso il

¹ L'autoefficacia si riferisce alla convinzione di un individuo della propria capacità di compiere comportamenti necessari per produrre specifici risultati di prestazione (Bandura, 1977, 1986, 1997).

lavoro ha riscontrato che entrambi i fattori hanno una connessione con una performance positiva, ma che l'impegno lavorativo ha risultati più robusti rispetto al workaholism (Gorgievski & Bakker, 2010; Gorgievski, et al., 2010a).

Per ciò che concerne la relazione tra la dipendenza dal lavoro e le performances aziendali, i risultati in letteratura sono ambigui. Da un lato alcuni studiosi hanno dimostrato come il workaholism renda i maniaci del lavoro "iper-performers", estremamente produttivi (Korn, Pratt & Lambrou, 1987; Machlowitz, 1980; Peiperl & Jones, 2001); mentre altri affermano che i lavoratori compulsivi ed eccessivi non sono efficienti, in quanto lavorano tanto, ma non in maniera intelligente (Flowers & Robinson 2002; Oates, 1971; Porter, 2001; Schaufeli, Taris & Bakker, 2006). Nonostante queste discordanze, l'opinione comune nella letteratura è che i maniaci del lavoro sfruttino il loro tempo e impegno per soddisfare i loro obiettivi, cioè il loro fine principale è ottenere prestazioni lavorative di alto livello (Clark, Lechhook & Taylor, 2010; Ng, Sorensen & Feldman, 2007).

2.5 Ipotesi

Sulla base della letteratura illustrata in precedenza sono state formulate diverse ipotesi da testare in collaborazione con due colleghi universitari, racchiuse in tre categorie principali:

1. Influenza del corso
2. Determinanti esterne
3. Identità degli Imprenditori: attraverso la formulazione delle ipotesi specifiche sotto riportate, si vuole comprendere in questo lavoro di tesi, se e quali differenti identità sociali e psicologiche esistano tra i founders; il rapporto di questi ultimi con l'impegno lavorativo dovuto all'impresa creata e infine ed infine se le scelte imprenditoriali intraprese coincidano con un diverso livello di propensione al rischio.

Nello specifico le ipotesi testate nell'elaborato sono:

- a. *Gli imprenditori attivi presentano tratti psicologici comuni.*

Alla luce dell'analisi della letteratura, si può presumere che il tratto psicologico predominante rispetto agli altri due sotto-costrutti della Triade Oscura all'interno del campione in esame sia il "Narcisismo", che è la personalità psicologica che meglio descrive, e maggiormente presente tra gli imprenditori.

Le analisi, infatti, saranno svolte esclusivamente sui founders di nuove attività imprenditoriali.

- b. *Gli imprenditori attivi presentano un'identità sociale comune.*

Come per l'ipotesi precedente ci si soffermerà esclusivamente sui founders attivi di imprese.

In questo caso l'ipotesi potrà sembrare estremamente rigida, in quanto non è emerso nella letteratura una relazione robusta tra identità sociale e imprenditori, ma si è ipotizzato che individui con lo stesso background

di studi e con le stesse scelte lavorative, potessero avere questa caratteristica in comune.

c. *Gli imprenditori attivi presentano un alto grado di dipendenza da lavoro.*

Quest'ipotesi è stata formulata facendo riferimento all'impegno necessario per avviare e far sopravvivere una propria impresa.

Creare una nuova impresa personale, infatti, si crede possa portare ad un elevato bisogno di obblighi, responsabilità e doveri a cui, specialmente all'inizio, c'è bisogno di rispondere attraverso un carico lavorativo elevato. Perciò, si è ipotizzato che una volta avviata la propria impresa, i fondatori utilizzino gran parte del proprio tempo e delle proprie risorse per il successo e la continuità aziendale.

d. *Gli imprenditori che avviano la loro attività in team hanno una maggiore percezione del rischio.*

Si è ipotizzato che le persone che hanno o che vogliono creare una start-up in collaborazione con altre persone abbiano una maggiore consapevolezza del rischio a cui quest'attività imprenditoriale espone, grazie anche alla preparazione ricevuta dal corso di Imprenditorialità e Business Planning. Infatti, un modo per ridurre le conseguenze del rischio è allocarlo su più persone, e quindi attraverso la creazione di un team di avviamento.

Per la verifica di tale assunzione sono state esaminate le risposte appartenenti agli imprenditori attivi (founders) e agli imprenditori nascenti, che hanno intenzione o che stanno avviando un'impresa.

3. Metodo di ricerca

3.1 Obiettivo e metodologia della ricerca

Lo studio, svolto in collaborazione con due colleghi universitari, ha l'obiettivo generale di comprendere in che maniera il corso di Imprenditorialità e Business Planning abbia influito sulle scelte lavorative, nello specifico imprenditoriali, degli ex-studenti del Politecnico di Torino, focalizzando questo progetto individuale sull'identità e sui tratti psicologici di coloro che hanno scelto di fondare nuove imprese.

Per raggiungere tale obiettivo sono stati analizzati questionari convalidati come Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) ed Almalaurea, che indagano le intenzioni e lo spirito imprenditoriale degli studenti in Italia e nel mondo. Sulla loro base è stato creato un questionario ad hoc per lo studio di tutte le ipotesi precedentemente esposte e per l'analisi generale dell'impatto del corso universitario sugli individui in esame.

Grazie ad un lavoro di tesi concluso nel 2020 da un'ex-studentessa del Politecnico di Torino, ci è stato fornito un database contenente le informazioni necessarie relative a tutti gli studenti laureati che hanno preso parte al corso di Imprenditorialità e Business Planning negli anni intercorsi tra il 2012 e il 2020. In questo modo si è riusciti a contattare tramite il social network LinkedIn ognuno di essi e richiedere di partecipare al questionario web-based attraverso un link, che verte sulle loro intenzioni imprenditoriali.

Le risposte ottenute sono state successivamente analizzate tramite il software statistico Stata, oltre che con l'utilizzo di Excel ed un suo ulteriore software statistico integrato, XLSTAT.

3.2 Descrizione del campione e delle variabili

Il questionario è stato inviato ad un totale di 680 studenti che hanno frequentato il corso di Imprenditorialità e Business Planning al Politecnico di Torino tra gli anni 2012 e 2020. Tutti gli studenti inclusi nel database di partenza hanno superato l'esame del corso di Imprenditorialità e Business planning nel periodo compreso tra Gennaio 2012 e Dicembre 2020, oltre ad aver conseguito il titolo di Laurea Magistrale presso il Politecnico di Torino nel medesimo periodo.

Le risposte ottenute sono state complessivamente 260, che corrisponde ad un tasso di risposta del 39% circa. Di queste sono state eliminate quattro risposte considerate non valide, poiché contenenti valori casuali e non realistici al fine delle nostre analisi. Il campione finale su cui sono state svolte le elaborazioni è quindi costituito da un totale di 256 risposte.

Per svolgere le analisi statistiche e descrittive sul campione di riferimento, le domande e le relative variabili sono state suddivise su alcune dimensioni presentate di seguito:

1. *Anagrafica*: sono state inserite in questa categoria le risposte alle domande strettamente personali come genere, età, paese di nascita e situazione coniugale. Tale dimensione è stata creata per avere informazioni generali dei rispondenti e per fare analisi comparative, come ad esempio tra uomo e donna. Tramite analisi di tipo descrittivo si è ottenuta la composizione del campione. In primo luogo, le risposte appartengono al 70% a uomini: tale risultato è in linea con quanto ci si poteva aspettare: il database di partenza da cui si è partiti per la somministrazione del questionario, infatti, è caratterizzato da una percentuale di donne pari al 36,8%.

Tabella 1 Differenze di genere nel campione

| Genere | Valore Assoluto | Valore Percentuale |
|-----------------------------|-----------------|--------------------|
| Donna | 75 | 29,3% |
| Uomo | 180 | 70,3% |
| Preferisco non specificarlo | 1 | 0,4% |
| TOTALE | 256 | 100,0% |

La variabile età, ai fini di una discussione più chiara e lineare, è stata trasformata in un secondo momento in “Anno di Laurea”, assumendo che gli studenti di minimo 35 anni si fossero laureati nel 2012, fino ad arrivare ai rispondenti di massimo 27 anni associati all’anno di laurea nel 2020. Gli ex-studenti che hanno risposto in maggior numero sono stati i laureati più recenti, come ci si poteva aspettare per un fattore di give-back e di freschezza nei contenuti. Si nota come il numero di risposte aumenti con il passare degli anni, raggiungendo il 50% intorno al 2016.

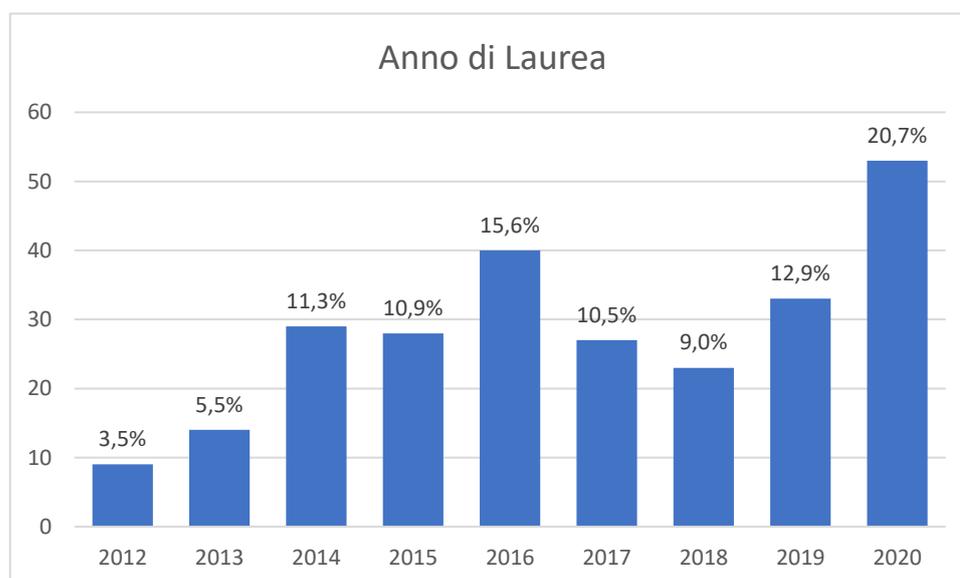


Figura 2 Anno di Laurea dei partecipanti

Per quanto riguarda la situazione coniugale, il campione è caratterizzato da una predominanza di conviventi e fidanzati, spiegabile anche se si fa riferimento all’età media dei rispondenti (circa 30 anni).

Tabella 2: Valori assoluti e percentuali della situazione coniugale dei rispondenti al questionario

| Situazione coniugale | Valore Assoluto | Valore Percentuale |
|----------------------|-----------------|--------------------|
| Single | 64 | 25% |
| Convivente | 81 | 32% |
| Fidanzato | 74 | 29% |
| Sposato | 37 | 14% |
| TOTALE | 256 | 100% |

2. *Università*: include le domande sul nome dell'università (variabile di controllo, in quanto tutto il campione ha ricevuto la formazione universitaria magistrale al Politecnico di Torino), rendimento negli studi ed ultimo titolo conseguito.

Tabella 3: Valore assoluto e percentuale degli studenti che hanno scelto di proseguire o meno la formazione accademica

| Ultimo titolo conseguito | Valore Assoluto | Valore Percentuale |
|-------------------------------|-----------------|--------------------|
| Laurea magistrale/ciclo unico | 241 | 94% |
| Master | 13 | 5% |
| Dottorato | 2 | 1% |
| TOTALE | 256 | 100,0% |

3. *Impatto del corso di Imprenditorialità e Business Planning*: le variabili contenute all'interno di questa dimensione - come l'influenza del corso sulle competenze, sulle abilità e sul lavoro - prendono significato tramite riflessioni più strutturate, come l'analisi di regressione, in relazione ad altre variabili presenti non ancora citate. Di queste analisi e dei relativi risultati si discuterà più avanti.

Dal punto di vista strettamente descrittivo del campione, si può presentare la risposta puntuale su quanto il corso di Imprenditorialità e Business Planning ha influenzato le intenzioni imprenditoriali. È stato domandato, infatti, quanto in una scala da 1 a 7, il corso abbia influito su tali fattori.

Si evince come il corso abbia avuto un impatto importante sulle intenzioni imprenditoriali: più di 270 ex-studenti (il 78,5% dell'intero campione di riferimento) crede che il corso sia stato determinante (si è assunto punteggio >3) per le proprie scelte lavorative imprenditoriali.

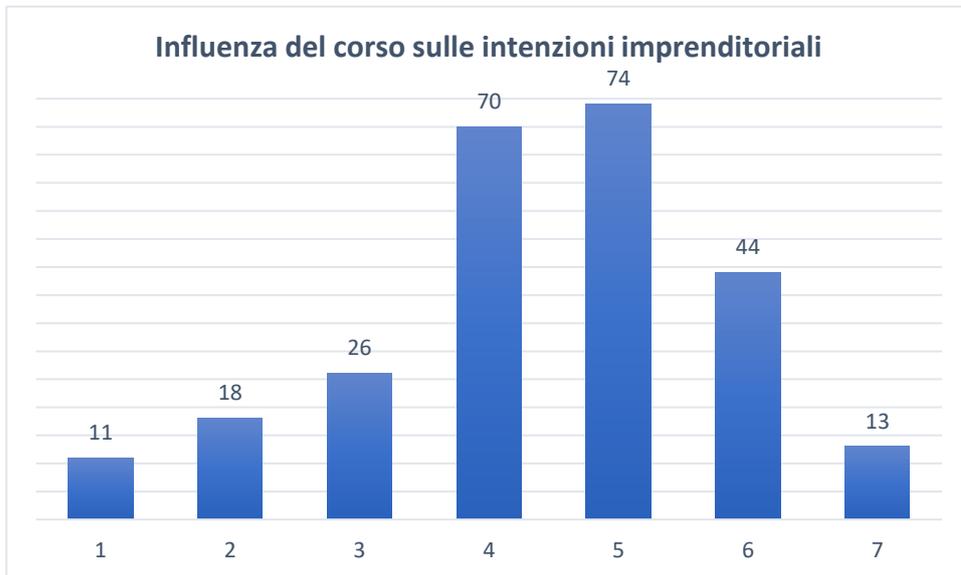


Figura 3 Frequenza dei punteggi da 1 a 7 dell'influenza del corso sulle intenzioni imprenditoriali

4. **Contesto familiare/socioculturale:** sono state poste domande relative al lavoro dei genitori e a possibili reazioni dei parenti e degli amici alla notizia di un'intenzione di avviare un'attività imprenditoriale. Da un'analisi descrittiva è emerso che più della metà dei rispondenti non avesse genitori – né padre, né madre – libero professionista.

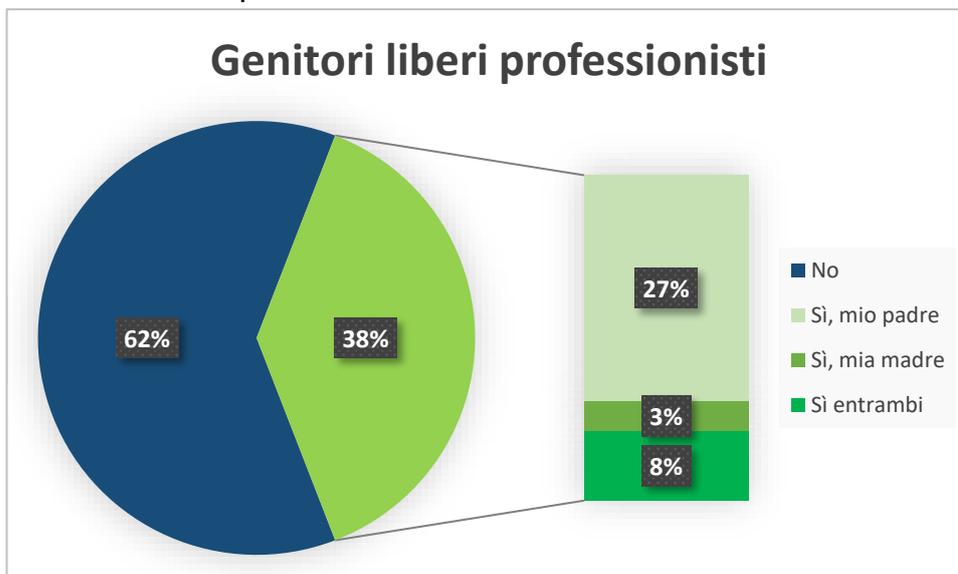


Figura 4: Percentuale dei genitori liberi professionisti

5. *Motivazioni*: comprende le variabili che indicano i motivi per cui si è scelto di intraprendere una determinata scelta imprenditoriale. Tra queste è stata inserita anche la variabile “attività imprenditoriale” che mostra se gli studenti hanno o meno intenzione di avviare un’attività imprenditoriale (o l’hanno già avviata). Tale variabile è stata utile come filtro per le analisi successive. Nello specifico, poco meno di 180 rispondenti al questionario (circa il 31%) ha intenzione di avviare o ha già intrapreso un percorso imprenditoriale, mentre il restante ha scelto di non voler fondare alcuna start-up.

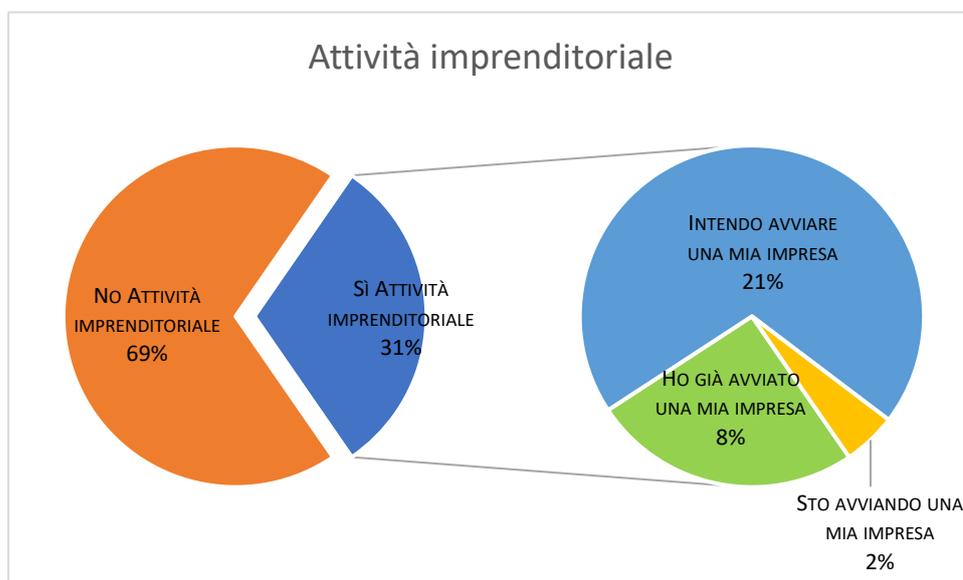


Figura 5 Diverse scelte imprenditoriali degli ex-studenti

Per le analisi presentate nei capitoli successivi sono state considerate esclusivamente le risposte di coloro che hanno già intrapreso un’attività imprenditoriale (20 ex-studenti a cui ci si riferirà con il termine “Imprenditori Attivi”), e di coloro che invece hanno intenzione e stanno avviando un’impresa (59 ex-studenti definiti “Imprenditori Nascenti”), per un totale di un campione complessivo di 79 individui, presentati più in dettaglio successivamente.

Rispetto ai valori medi ottenuti da GUESSS la percentuale di studenti che sta avviando un'impresa (23%) è maggiore rispetto al valore nazionale del 17,7%, ma comunque inferiore al valore medio internazionale (30,7%).

Gli imprenditori attivi seguono lo stesso andamento: nel nostro campione l'8% degli studenti ha fondato un'azienda, maggiore del valore medio italiano 7.2%, ma comunque minore rispetto al valore internazionale (11.2%)

6. *Orientamento all'imprenditorialità*: questa dimensione è stata analizzata considerando esclusivamente coloro che hanno scelto di avviare o stanno avviando un'attività imprenditoriale – utilizzando appunto la variabile precedentemente presentata “attività imprenditoriale”.

È utile evidenziare due variabili:

- a. La variabile che misura la propensione al rischio: tramite la media dei valori ottenuti dalla risposta ad ognuno delle tre affermazioni mostrate in *appendice 1* si ottiene la variabile “Rischio Percepito”;
- b. La variabile che indaga sul grado di sicurezza delle motivazioni delle scelte lavorative, “Aspirazione Carriera Lavorativa”, ricavata dalla media dei valori delle affermazioni mostrate in *appendice 2*.

7. *Intenzioni*: coloro che hanno intenzione e hanno già avviato un'attività imprenditoriale sono stati sottoposti a domande riguardanti quanto della proprietà e dell'equity si vorrebbe raggiungere o si ha già raggiunto. Anche queste variabili saranno analizzate più specificatamente nel lavoro di tesi dei colleghi.

Nella figura sottostante si mostra come gli imprenditori che stanno avviando un'impresa, hanno intenzione di possedere una quota maggiore di business

rispetto a quella che i founders attivi posseggono effettivamente.

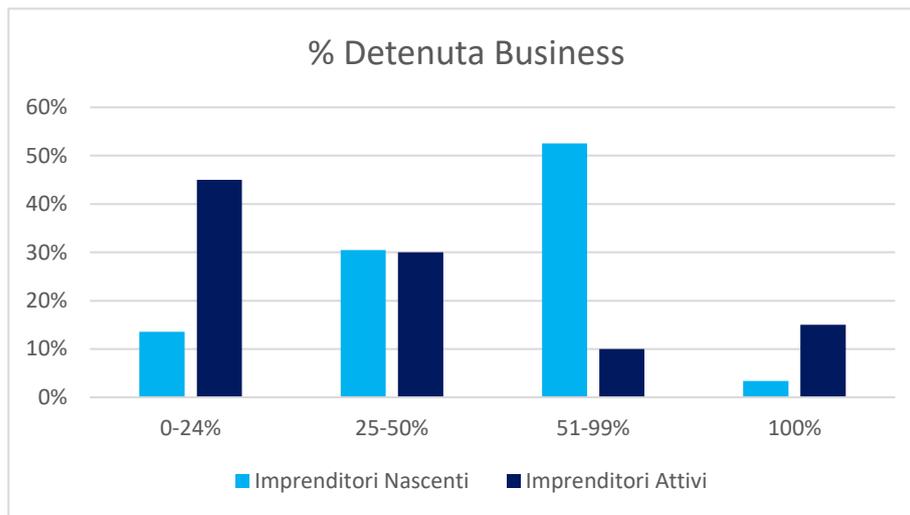


Figura 6 Percentuale di detenuta Business desiderata ed effettiva

8. *Tendenza comportamentali*: questa dimensione è l’oggetto principale su cui sono state svolte le analisi presentate nel capitolo “Risultati”.

In particolare, all’interno del lavoro di tesi sono state indagate le seguenti variabili:

- **Workaholism**: ciò a cui si fa riferimento in italiano con il concetto di “Dipendenza da lavoro”. Per cercare di rendere quantificabile e comparabile questa variabile è stata utilizzata una scala: la Dutch Work Addiction Scale (DUWAS; Schaufeli, Shimazu, & Taris, 2009), composta da dieci elementi che valutano principalmente le due componenti del Workaholism – da una parte il Lavoro Eccessivo: Working Excessively WE, e dall’altra il Lavoro Compulsivo: Working Compulsively, WC – attraverso cinque elementi ciascuna, ripresi nelle domande del questionario a cui abbiamo sottoposto gli ex-studenti del corso. In particolare, è stato richiesto quanto fossero d’accordo da 1 (fortemente in disaccordo), a 7 (fortemente d’accordo), con le seguenti affermazioni sul loro lavoro da imprenditore:

Tabella 4 Domande del questionario sulla dipendenza del lavoro dei founders e relativa suddivisione

| | |
|--|------|
| 1. Mi sembra di essere sempre di fretta e di correre contro il tempo | (WE) |
| 2. Mi ritrovo a continuare il lavoro dopo che i miei colleghi hanno smesso | (WE) |
| 3. Sono molto occupato e ho molta carne sul fuoco | (WE) |
| 4. Spendo più tempo lavorando piuttosto che con gli amici, nei miei hobbies e nel tempo libero | (WE) |
| 5. Mi trovo a fare più cose nello stesso momento (come mangiare mentre rispondo al telefono) | (WE) |
| 6. Per me è importante lavorare sodo anche quando non mi piace quello che sto facendo | (WC) |
| 7. Sento che c'è qualcosa dentro di me che mi porta a lavorare duramente | (WC) |
| 8. Mi sento obbligato a lavorare duramente anche quando non è piacevole | (WC) |
| 9. Mi sento in colpa quando prendo del tempo libero dal lavoro | (WC) |
| 10. Per me è difficile rilassarmi quando non sono a lavoro | (WC) |

Tale domanda è stata ricavata dal questionario GUESSS, che ha convalidato la ripartizione delle affermazioni tra lavoro eccessivo e lavoro compulsivo. Nella sezione risultati saranno mostrate oltre che le analisi di conferma, ulteriori analisi approfondite.

- Tratti psicologici: allo stesso modo, tramite una domanda appartenente al questionario “GUESSS” sono stati valutate da 1 (fortemente in disaccordo) a 7 (fortemente d’accordo), un totale di dodici affermazioni che identificano tre componenti psicologiche: Psicopatia, Narcisismo e Machiavellismo, definita nella letteratura come Triade Oscura. Nello specifico:

Come per la variabile precedente, anche in questo caso l’associazione delle affermazioni alle tre variabili in esame si può considerare validata tramite il questionario GUESSS, da cui è stata estrapolata la domanda, che misura le variabili della Triade Oscura attraverso la versione Svedese della *Dark Triad*

Dirty Dozen, DTDD (Garcia, MacDonald & Rapp-Ricciardi, 2017), un test della personalità.

Tabella 5 Domanda da questionario per i tratti psicologici dei founders e relativa suddivisione

| | |
|--|----------------|
| 1. Tendo a manipolare gli altri per ottenere ciò che voglio | Machiavellismo |
| 2. Ho usato l'inganno o ho mentito per ottenere ciò che volevo | Machiavellismo |
| 3. Ho usato l'adulazione per ottenere quello che volevo | Machiavellismo |
| 4. Tendo a sfruttare gli altri per i miei scopi | Machiavellismo |
| 5. Tendo a non avere rimorsi | Psicopatia |
| 6. Tendo a non preoccuparmi della moralità delle mie azioni | Psicopatia |
| 7. Tendo a essere insensibile | Psicopatia |
| 8. Tendo a essere cinico | Psicopatia |
| 9. Tendo a volere che gli altri mi ammirino | Narcisismo |
| 10. Tendo a volere che gli altri mi diano attenzioni | Narcisismo |
| 11. Tendo a desiderare prestigio o status | Narcisismo |
| 12. Tendo ad aspettarmi favori speciali dagli altri | Narcisismo |

- **Identità sociale:** per indagare tale variabile sono state utilizzate tre domande, raffigurate in tabella 6. Come per le due variabili precedentemente esposte si vogliono indagare principalmente tre identità sociali: i Darwiniani, i Comunitari e i Missionari, associate ognuna a sei affermazioni diverse, convalidate dal questionario GUESSS.

Tabella 6 Domande da questionario per l'identità sociale dei founders, e relativa suddivisione

| | |
|---|-------------|
| 1. Ho creato la mia impresa per fare soldi e diventare ricco | Darwiniana |
| 2. Ho creato la mia impresa per fare carriera nel mondo del business | Darwiniana |
| 3. Ho creato la mia impresa per risolvere un problema specifico per un gruppo di persone con cui mi identifico | Comunitaria |
| 4. Ho creato la mia impresa per giocare un ruolo proattivo nel modellare le attività di un gruppo con cui mi identifico | Comunitaria |

| | |
|---|-------------|
| 5. Ho creato la mia impresa per risolvere un problema sociale nel quale solitamente gli altri business falliscono | Missionaria |
| 6. Ho creato la mia impresa per giocare un ruolo proattivo nel cambiare il modo in cui opera il mondo | Missionaria |
| 1. Come fondatore di un'impresa, è molto importante per me operare in un'impresa sulla base di solide pratiche manageriali | Darwiniana |
| 2. Come fondatore di un'impresa, è molto importante per me avere analizzato a fondo le prospettive finanziarie del mio business | Darwiniana |
| 3. Come fondatore di un'impresa, è molto importante per me fornire un prodotto/servizio utile per un gruppo di persone con cui mi identifico | Comunitaria |
| 4. Come fondatore di un'impresa, è molto importante per me essere capace di esprimere ai miei clienti che condivido i loro interessi e valori | Comunitaria |
| 5. Come fondatore di un'impresa, è molto importante per me essere un "cittadino responsabile" del nostro mondo | Missionaria |
| 6. Come fondatore di un'impresa, è molto importante per me rendere il mondo un "posto migliore" | Missionaria |
| 1. Quando gestisco la mia impresa, è molto importante per me avere chiaro cosa l'impresa può raggiungere rispetto alla concorrenza | Darwiniana |
| 2. Quando gestisco la mia impresa, è molto importante per me stabilire un forte vantaggio competitivo surclassando le altre imprese del settore | Darwiniana |
| 3. Quando gestisco la mia impresa, è molto importante per me avere un forte focus sul gruppo di persone con le quali mi identifico | Comunitaria |
| 4. Quando gestisco la mia impresa, è molto importante per me sostenere e far progredire il gruppo di persone con cui mi identifico fortemente (es. amici, colleghi) | Comunitaria |
| 5. Quando gestisco la mia impresa, è molto importante per me avere un forte focus su cosa la mia impresa è capace di ottenere per la società | Missionaria |
| 6. Quando gestisco la mia impresa, è molto importante per me convincere gli altri che le imprese private sono in grado di affrontare sfide sociali | Missionaria |

Nel capitolo successivo "Risultati" verranno proposte tutte le analisi approfondite riguardanti questa dimensioni.

9. *Informazioni impresa nascente ed attiva*: sono variabili di descrizione delle imprese già fondate e imprese nascenti mostrate più in dettaglio nel paragrafo sottostante. Una variabile appartenente a questa dimensione a cui si fa riferimento nelle analisi proposte è la variabile che misura il livello di prestazione dell'azienda creata, "Performance Impresa", calcolata da una

media di cinque domande poste ai founders sulle prestazioni rispetto ai competitors, mostrata in *appendice 3*.

10. *Team di progetto*: le variabili appartenenti a questa categoria sono relative alla scelta di fondare un'impresa individualmente o in collaborazione con altri imprenditori, e alle relative motivazioni. In particolare:
- a. Co-founder attivi: variabile che indica il numero di collaboratori con cui gli Imprenditori Attivi hanno avviato l'attività. Varia da 0 – attività imprenditoriale individuale – a più di 3 co-founders.
 - b. Co-founder nascenti: variabile che indica il numero di collaboratori con cui gli Imprenditori Nascenti hanno intenzione di avviare l'attività. Anche in questo caso varia da 0 a 3+.
 - c. Team: variabile creata elaborando le risposte in un secondo momento. Non si distingueranno più le due tipologie di imprenditori, nascenti o attivi, ma al contrario verranno considerate in maniera aggregata solo le scelte rispetto al numero di co-founders.

3.3 Focus descrittivo sui founders

Le analisi, i cui risultati sono presentati nel capitolo successivo, si rivolgono principalmente a due sotto-campioni di riferimento. Tramite la variabile “Attività imprenditoriale” sono state filtrate le risposte di:

1. Ex-studenti che stanno avviando un’attività imprenditoriale, classificati come Imprenditori Nascenti, per un totale di 59 risposte;
2. Ex-studenti che hanno già avviato un’attività imprenditoriale: Imprenditori Attivi, per un totale di 20 individui.

Il campione che fa riferimento ad entrambe le tipologie di imprenditore è composto da un totale di 79 rispondenti, mostrati nella tabella sottostante.

Tabella 7 Caratteristiche Imprenditori attivi e nascenti

| Imprenditori | Numerosità | Anno di laurea medio | Uomini / Donne | Imprese individuali | Imprese in Team |
|--------------|------------|----------------------|----------------|---------------------|-----------------|
| Nascenti | 59 | 2017 | 42/16* | 14 | 45 |
| Attivi | 20 | 2015 | 18/2 | 4 | 16 |

*Tra gli imprenditori nascenti è presente una (1) risposta “Preferisco non specificare”

Anche in questo caso la percentuale di Donne all’interno del campione è minore rispetto agli uomini imprenditori, superando la soglia del 20% se si considerano gli imprenditori attivi, ma rimanendo ben distante dal 30% di Donne appartenente al campione totale dei rispondenti.

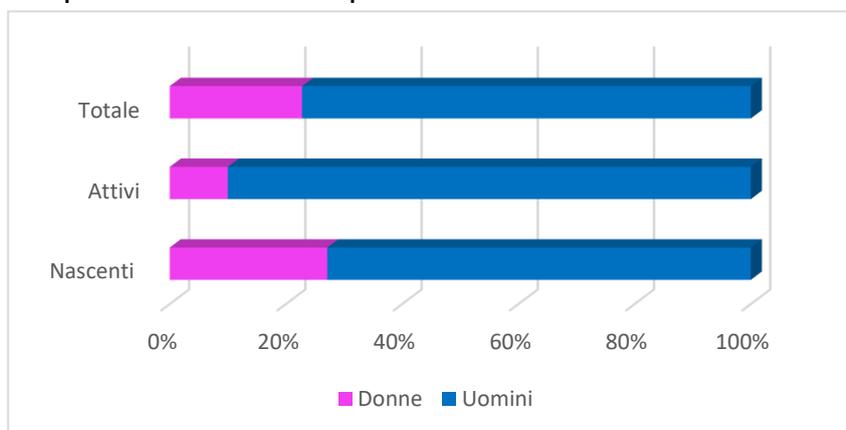


Figura 7 Differenze di Genere tra gli imprenditori

Per la composizione del team di avviamento, gli imprenditori attivi e gli imprenditori nascenti hanno una probabilità simile di non avere co-founder, tra il 15% e il 20%. Ciò che cambia è che gli imprenditori nascenti hanno intenzione di avere meno collaboratori rispetto alle scelte effettive degli imprenditori attivi.

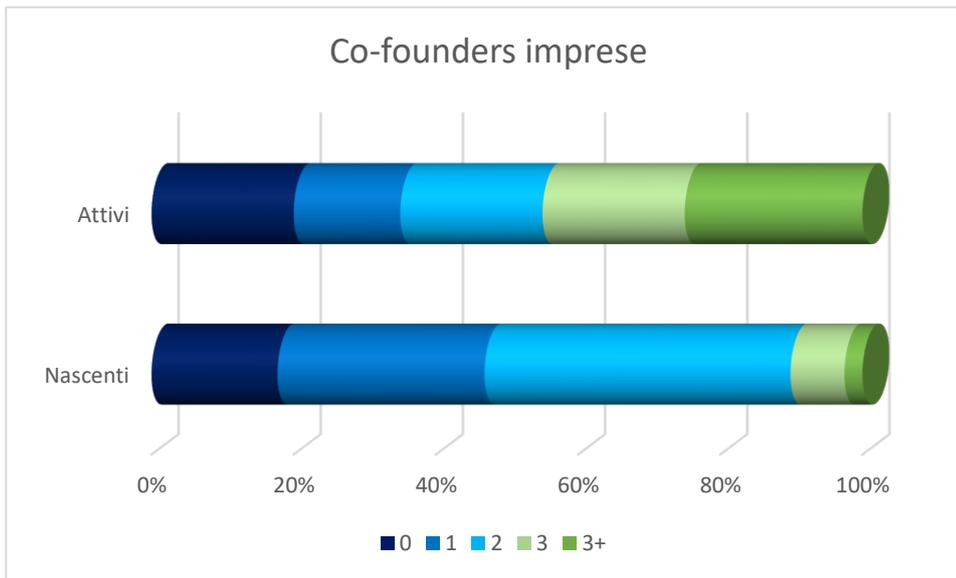


Figura 8 Composizione del team per numero di co-founders

Il valore relativo agli imprenditori nascenti, se confrontato con i dati nazionali ricavati dal più recente rapporto nazionale italiano di GUESSS relativo all'anno 2018, fa notare l'insolita tendenza degli ex-studenti del Politecnico di fondare l'impresa in collaborazione di altre persone, rispetto alla scelta individuale. Infatti, solo il 17% ha intenzione di non avere co-fondatori, molto al di sotto della media nazionale di 30,8%.

Facendo riferimento alle imprese già avviate si nota come gran parte delle attività siano state fondate in anni relativamente recenti. Più del 50% delle imprese, infatti, è stata avviata dal 2018 in poi.

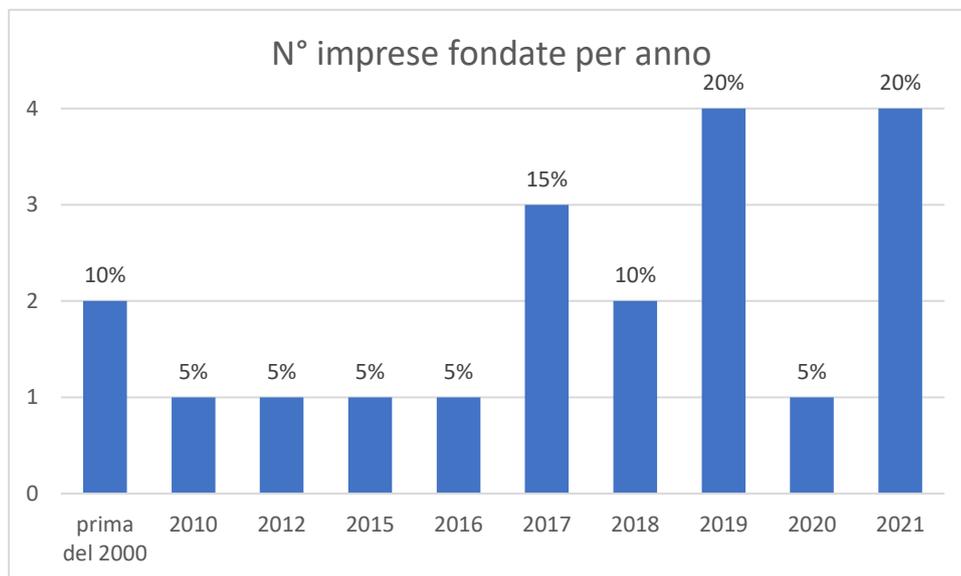


Figura 9 Anno di avviamento imprese

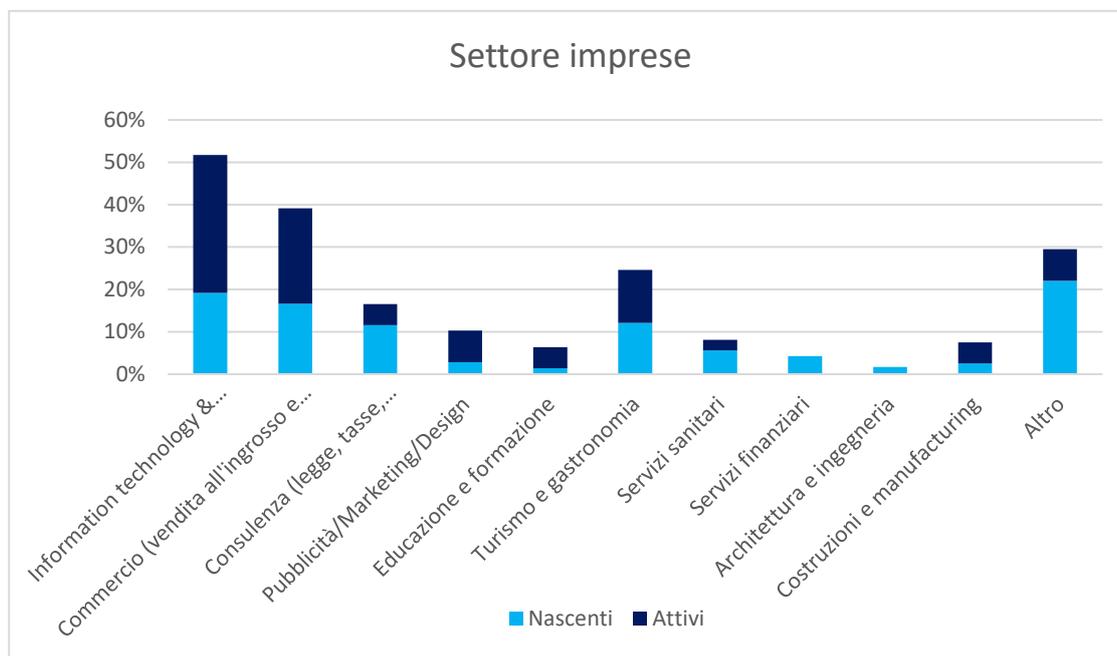


Figura 10 Settore di avviamento imprese

Senza considerare la generica variabile “Altro”, i dati confermano il trend evidenziato dal report nazionale di Guesss del 2018, mostrato in fig. 11, riguardante il settore in cui si sceglie di avviare le imprese.

Il settore in cui gli imprenditori nascenti hanno intenzione di avviare la loro impresa è Information Technology and Communication (con una percentuale media nazionale del 14,9% vs il 19% del nostro campione). Fa eccezione il settore sanitario: sia i nascenti che gli attivi a livello nazionale avviano più del 10% (rispettivamente il 10,2% e il 10,4%), mentre nel nostro campione è molto al di sotto rispetto alla media: solo il 3% degli imprenditori nascenti ha scelto tale settore di avviamento.

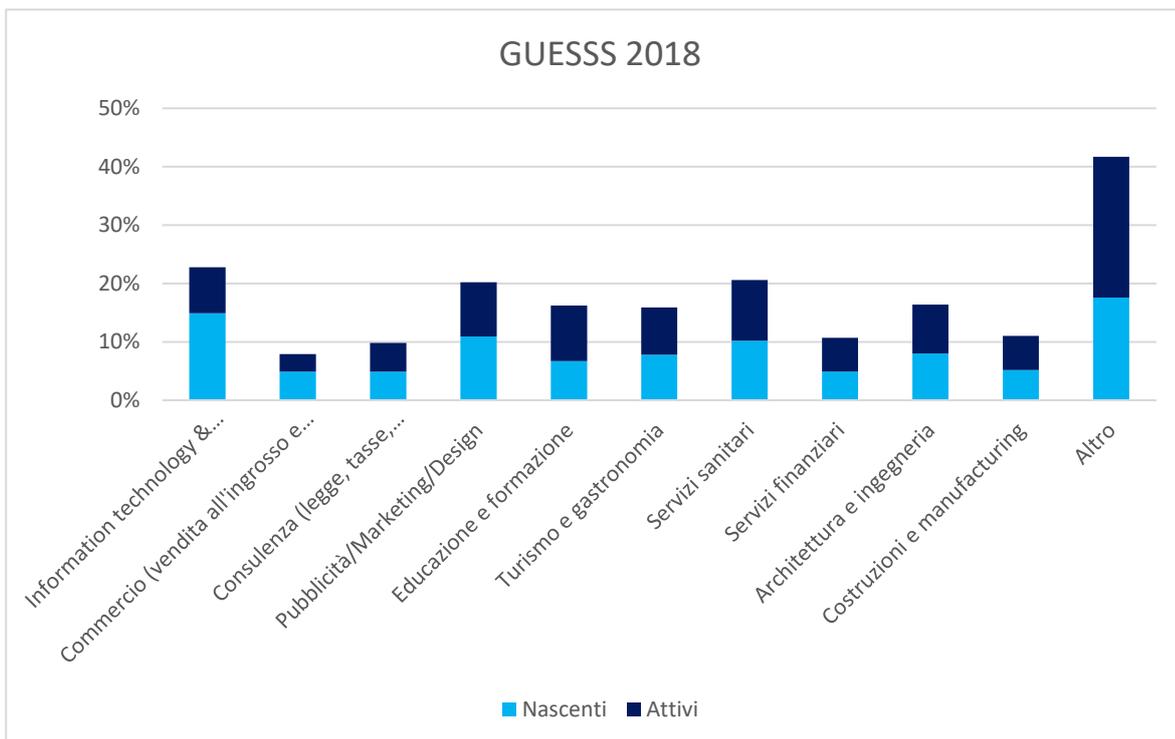


Figura 11 Settore di avviamento imprese secondo i dati raccolti da GUESSS nel 2018, Italia

4. Risultati

4.1 Analisi sull'identità sociale dei founders

Nella sezione “metodologia” è mostrato in che modo sono valutate le variabili relative all'Identità Sociale degli ex-studenti che hanno intrapreso un'attività imprenditoriale. Le personalità – Darwiniana, Comunitaria e Missionaria - non sono direttamente misurabili e per questo sono state indagate attraverso più affermazioni.

In primo luogo, quindi, è stata svolta un'analisi fattoriale per confermare il legame tra le affermazioni presenti nel questionario e le tre identità sociali sopra citate.

Tabella 8 Media, Deviazione Standard e Factor Loadings per le identità sociali, XLSTAT

| | Mean | Std. Dev | Darwinian | Communitarian | Missionary |
|---|------|----------|-----------|---------------|------------|
| Interesse monetario | 4,35 | 1,387 | 0,762 | - | - |
| Fare carriera | 4,30 | 1,780 | 0,566 | - | - |
| Solide pratiche manageriali | 5,10 | 1,410 | 0,708 | - | - |
| Analisi finanziarie complete | 5,20 | 1,196 | 0,726 | - | - |
| Consapevolezza di posizionamento | 6,30 | 1,081 | 0,517 | - | - |
| Vantaggio competitivo | 6,20 | 1,005 | 0,244 | - | - |
| Risolvere problema per persone con cui mi identifico | 4,50 | 1,850 | - | 0,269 | - |
| Ruolo proattivo in un gruppo in cui mi identifico | 4,80 | 1,795 | - | 0,115 | - |
| Prodotto/Servizio per persone con cui mi identifico | 5,30 | 1,689 | - | 0,403 | - |
| Condividere interessi/valori dei clienti | 5,80 | 1,056 | - | 0,740 | - |
| Focus su persone con cui mi identifico | 5,20 | 1,436 | - | 0,151 | - |
| Sostenere persone con cui mi identifico | 5,00 | 1,487 | - | 0,549 | - |
| Risolvere problema sociale dove gli altri falliscono | 3,95 | 1,877 | - | - | 0,809 |
| Cambiare il modo in cui opera il mondo | 4,75 | 1,860 | - | - | 0,564 |
| Essere un "cittadino responsabile" | 5,35 | 1,565 | - | - | 0,521 |
| Rendere il mondo un "posto migliore" | 5,10 | 1,553 | - | - | 0,500 |
| Focus su goal sociali | 4,95 | 1,191 | - | - | 0,833 |
| Provare che imp. private possono affrontare sfide sociali | 4,40 | 1,667 | - | - | 0,765 |

L'effettività del legame affermazione-variabile latente (identità) è illustrato attraverso il valore del Factor Loadings standardizzato, o fattore di saturazione, che mostra quanto effettivamente del fattore viene misurato dall'affermazione.

Tra le attinenze delle asserzioni alle tre identità sociali, si noti come le relazioni tra fattore e variabile più forti siano riguardanti l'identità Missionaria. Tutti i fattori di saturazione sono infatti al di sopra di 0,5; arrivando al fattore di saturazione maggiore tra tutti, quello relativo alla frase "Risolvere un problema sociale dove gli altri falliscono" (0,809), estremamente rappresentativo per gli individui con questa caratterizzazione.

Al contrario, l'identità che non presenta una forza statisticamente significativa, e che quindi, purtroppo, non ha risultati che possono essere considerati robusti, è quella dei Comunitari: solo le affermazioni "Condividere interessi e valori dei clienti" e "Sostenere persone con cui mi identifico" sono statisticamente riconducibili a questa tipologia di identità. Nell'*appendice 4* sono presentati tutti i factor loadings ottenuti. Quest'anomalia può essere dovuta alla ridotta numerosità del campione in esame, oltre che dalla presenza di un outlier appartenente all'identità Comunitaria – di cui si discuterà nel paragrafo seguente – che pesa in maniera significativa a causa, appunto, dei pochi individui rappresentativi.

Per verificare l'ipotesi secondo cui *gli imprenditori attivi presentano un'identità comune* si è scelto di procedere attraverso un'analisi delle statistiche descrittive mostrate in tabella 9.

Tabella 9 Sintesi statistiche descrittive Identità Sociali, XLSTAT

| | <i>Darwinian</i> | <i>Communitarian</i> | <i>Missionary</i> |
|----------------------|------------------|----------------------|-------------------|
| Media | 5,242 | 5,092 | 4,75 |
| Errore standard | 0,22 | 0,287 | 0,284 |
| Mediana | 5,333 | 5,667 | 4,917 |
| Moda | 5,833 | 6 | 5 |
| Deviazione standard | 0,984 | 1,284 | 1,270 |
| Varianza campionaria | 0,969 | 1,648 | 1,613 |
| Intervallo | 3,833 | 4,833 | 4 |
| Minimo | 2,833 | 1,667 | 2,667 |
| Massimo | 6,667 | 6,5 | 6,667 |
| Somma | 104,833 | 101,833 | 95 |

| | | | |
|-------------------------------|-------|-------|-------|
| Conteggio | 20 | 20 | 20 |
| Livello di confidenza (95,0%) | 0,461 | 0,601 | 0,594 |

I parametri ottenuti mostrano che l'identità Darwiniana è quella definita più nettamente tra le altre identità sociali, avendo una deviazione standard maggiormente contenuta rispetto alle altre. Tale risultato si conferma attraverso l'analisi grafica dei box-plot sottostanti.

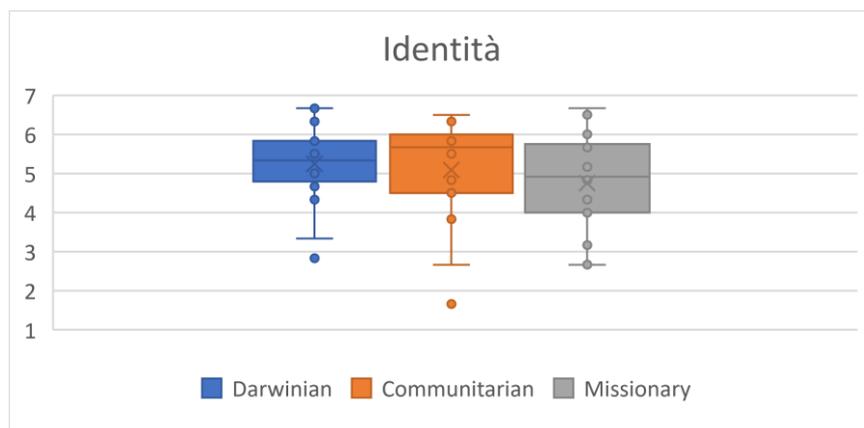


Figura 12 Grafico di distribuzione Identità Sociali

Tramite il diagramma si individuano due outliers: il primo rappresenta il valore minore raggiunto dell'identità Darwiniana (2,883), e il secondo, che rappresenta un'anomalia maggiore, è il valore minimo (1,667) dell'identità comunitaria. In generale, per tutte e tre le tipologie di personaggio sociale i valori sono relativamente elevati, con una media contenuta tra 4,75 e il 5,25, e non troppo differenti. Attraverso questa semplice analisi quindi non si può dare una verifica all'ipotesi di partenza, per cui si è provveduto ad effettuare ulteriori elaborazioni.

In secondo luogo, si è voluta fare un'analisi aggregata, associando ad ogni individuo un'identità sociale: considerando i valori medi ottenuti per ognuna delle tre identità, ad ogni founder è stata associata l'identità che presenta il valore medio maggiore tra le tre. In questo modo i founders sono stati differenziati in base alle loro risposte, e quindi alla loro identità sociale dominante.

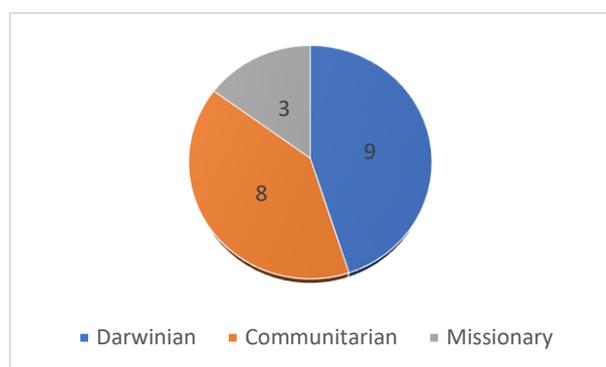
Si è arrivati così alla composizione del nostro campione di fondatori mostrata nella tabella 10.

Tabella 10 Distribuzione identità nel campione

| Caratteristiche | Darwinian | Communitarian | Missionary | TOT |
|---------------------------------|-----------|---------------|------------|-----|
| Numero di imprese (=fondatori) | 9 | 8 | 3 | 20 |
| Anno medio di fondazione | 2015 | 2013 | 2019 | |
| Età media founders | 34 | 32 | 30 | |
| Settore | | | | |
| IT & Communication | 1 | 3 | 2,5 | 6,5 |
| Commercio | 2,5 | 2 | 0 | 4,5 |
| Consulenza | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Pubblicità/Marketing and Design | 1,5 | 0 | 0 | 1,5 |
| Turismo e Gastronomia | 1 | 1 | 0,5 | 2,5 |
| Educazione e Formazione | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Servizi Sanitari | 0 | 0,5 | 0 | 0,5 |
| Costruzioni e Manufacturing | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Altro | 1 | 0,5 | 0 | 1,5 |
| Imprese con Co-founders | 6 | 7 | 3 | 16 |
| Imprese senza Co-founders | 3 | 1 | 0 | 4 |
| N° medio di dipendenti | 2,33 | 2,25 | 1 | |

All'interno del campione sono presenti principalmente due classificazioni: i darwiniani (45%) e i comunitari (40%); solo una piccola percentuale di founders invece sono classificati come missionari.

Figura 13 Classificazione dei founders in base alla loro identità sociale



Non si può quindi concludere che gli imprenditori attivi abbiano un'identità comune, in quanto considerando i valori medi, sono presenti in maniera predominante due identità sociali. L'ipotesi di partenza quindi non è verificata, i founders non sono associabili ad una comune tipologia di personalità sociale.

Nella figura 13 sono mostrati i settori in cui le imprese sono state avviate. I risultati ottenuti mostrano un'anomalia verso i Missionari. Da ricerche esterne è emersa la tendenza di questi ultimi verso la creazione di imprese di Servizi Sanitari: nel nostro campione non esiste alcuna attività inerente a tale settore, probabilmente a causa anche del numero estremamente ridotto di persone considerate missionarie: solamente tre.

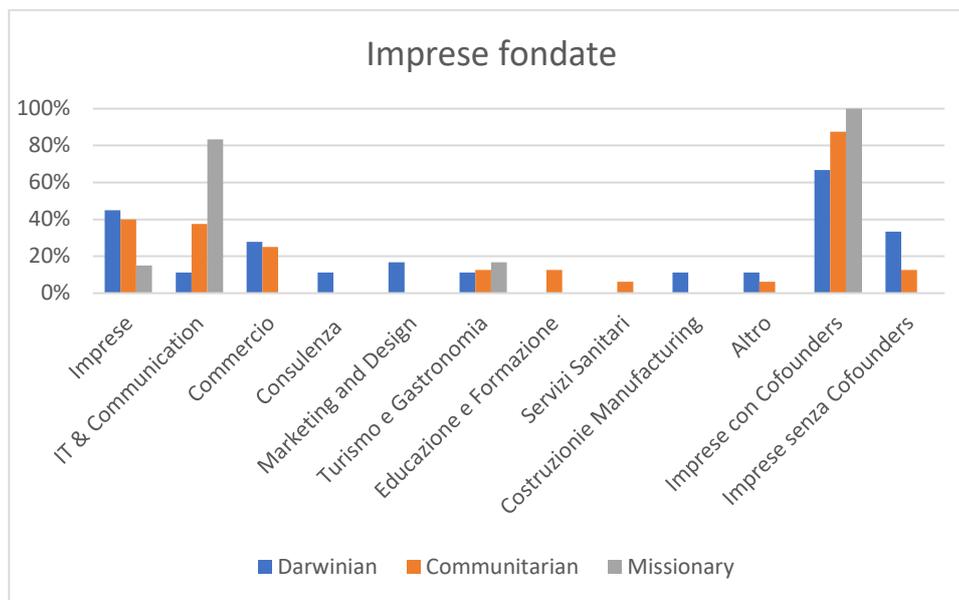


Figura 14 Tipologia di imprese per identità sociale dei founders

Inoltre, al fine di certificare che i dati potessero resistere ai test parametrici è stato effettuato un test di normalità Shapiro-Wilk per verificare la loro normalità. Tutte le variabili hanno mostrato una distribuzione normale ($p > 0,05$); perciò grazie a tale affermazione, si possono definire i risultati ottenuti successivamente come robusti.

. swilk Darwinian Communitarian Missionary

Shapiro-Wilk W test for normal data

| Variable | Obs | W | V | z | Prob>z |
|---------------|-----|---------|-------|-------|---------|
| Darwinian | 20 | 0.94687 | 1.258 | 0.462 | 0.32202 |
| Communitarian | 20 | 0.90585 | 2.229 | 1.615 | 0.05315 |
| Missionary | 20 | 0.94174 | 1.379 | 0.648 | 0.25854 |

Tabella 11 Risultato Test di Normalità su Identità sociale, STATA

Facendo riferimento alla personalità identitaria dei Comunitari, il valore della probabilità minore rispetto alle altre identità si può spiegare dalla presenza dell'outlier descritto precedentemente, che probabilmente ha influito negativamente sul test di normalità.

Nell'appendice 5 si possono ritrovare i test di Shapiro-Wilk (verificati) effettuati per le variabili esaminate oltre all'identità sociale.

Dopo aver confermato le proprietà necessarie per le analisi, è stato possibile ricavare i coefficienti di correlazione tra alcune variabili che sono state considerate significative.

Tabella 12 Correlazioni tra identità e Performance dell'impresa, XLSTAT

| | <i>Media</i> | <i>Dev. St.</i> | <i>D</i> | <i>C</i> | <i>M</i> | <i>P</i> | <i>W</i> |
|-------------------|--------------|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Darwinian (D) | 5,24 | 0,98 | 1 | 0,278 | 0,459 | -0,265 | 0,395 |
| Communitarian (C) | 5,09 | 1,28 | | 1 | 0,773 | 0,250 | 0,501 |
| Missionary (M) | 4,75 | 1,27 | | | 1 | 0,199 | 0,520 |
| Performance (P) | 3,97 | 1,01 | | | | 1 | -0,071 |
| Workaholism (W) | 4,45 | 1,35 | | | | | 1 |

Si è scelto di esaminare la correlazione tra i tre tratti psicologici definiti in precedenza, la dipendenza da lavoro (Workaholism), e la performance dell'impresa, variabile descritta nel capitolo relativo alla metodologia di ricerca.

Tra i risultati è interessante notare:

1. Rispetto alla letteratura esiste una discrepanza notevole. I Darwiniani, infatti, dovrebbero avere una correlazione positiva con la performance dell'impresa, in quanto il loro obiettivo primario è creare un'impresa redditizia.

Figura 15 Analisi di regressione Performance, STATA

. regress Performanceimpresa Darwinian Communitarian Missionary

| Source | SS | df | MS | Number of obs | = | 20 |
|----------|------------|----|------------|---------------|---|--------|
| Model | 4.27305157 | 3 | 1.42435052 | F(3, 16) | = | 1.33 |
| Residual | 17.1889484 | 16 | 1.07430928 | Prob > F | = | 0.3008 |
| | | | | R-squared | = | 0.1991 |
| | | | | Adj R-squared | = | 0.0489 |
| Total | 21.462 | 19 | 1.12957895 | Root MSE | = | 1.0365 |

| Performance _{impresa} | Coef. | Std. Err. | t | P> t | [95% Conf. Interval] | |
|--------------------------------|-----------|-----------|-------|-------|----------------------|-----------|
| Darwinian | -.3968527 | .2493946 | -3.18 | 0.025 | -1.432987 | -.1508086 |
| Communitarian | .3162103 | .2920583 | 0.42 | 0.693 | -.6285447 | .8729748 |
| Missionary | .4486131 | .3031507 | 1.48 | 0.548 | -.8802765 | .4848995 |
| _cons | 5.179153 | 1.438275 | 3.60 | 0.002 | 2.130146 | 8.22816 |

Nello specifico, tramite un'analisi di regressione, si può notare come il coefficiente relativo all'identità darwiniana sia l'unico significativo al 5%, oltre che negativo. Questo significa che, nel nostro campione di riferimento, all'aumentare del valore che caratterizza l'identità darwiniana, la performance dell'impresa diminuisce.

2. Per le altre due tipologie di identità invece, il rapporto è inverso, anche se statisticamente non significativo. Se si fa riferimento però, alla variabile missionaria, il coefficiente positivo è in linea con la letteratura, in quanto spesso il loro carattere innovativo comporta miglioramenti nella performance.
3. La correlazione più alta tra quelle in tabella, pari a 0,773, è quella tra l'identità comunitaria e l'identità missionaria, che si può facilmente spiegare per gli obiettivi comuni verso la società.

Per avere chiari i risultati si può svolgere un confronto con i dati ottenuti dal rapporto di GUESS del 2013/2014.

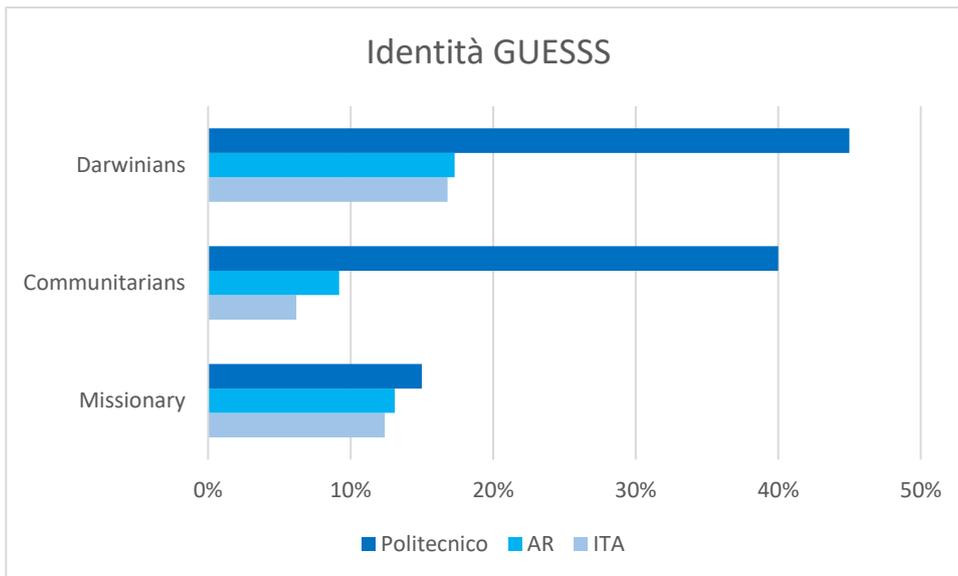


Figura 16 Distribuzione delle Identità Sociali secondo il report Italiano 2013-2014, GUESSS

I dati mostrati, appartenenti alla ricerca a livello nazionale svolta da GUESSS tra il 2013 e il 2014 – mostrata integralmente nell'appendice 6 – sono riferiti esclusivamente alle identità pure, in questo lavoro di tesi, infatti, si è scelto di non considerare le cosiddette identità Ibride, in quanto il campione di riferimento era estremamente ridotto e i risultati potevano risultare altamente frammentati e poco significativi.

Dal confronto emerge la stessa tendenza: la personalità sociale dominante è in Italia come nelle Regioni Alpine dell'Europa Occidentale, il Darwinismo. Al contrario, però, la seconda presenza in termini percentuali è l'identità missionaria, che invece nel nostro campione appartiene ad una minoranza.

Allo stesso modo, i risultati più recenti presenti all'interno del report a livello globale di GUESSS 2016:

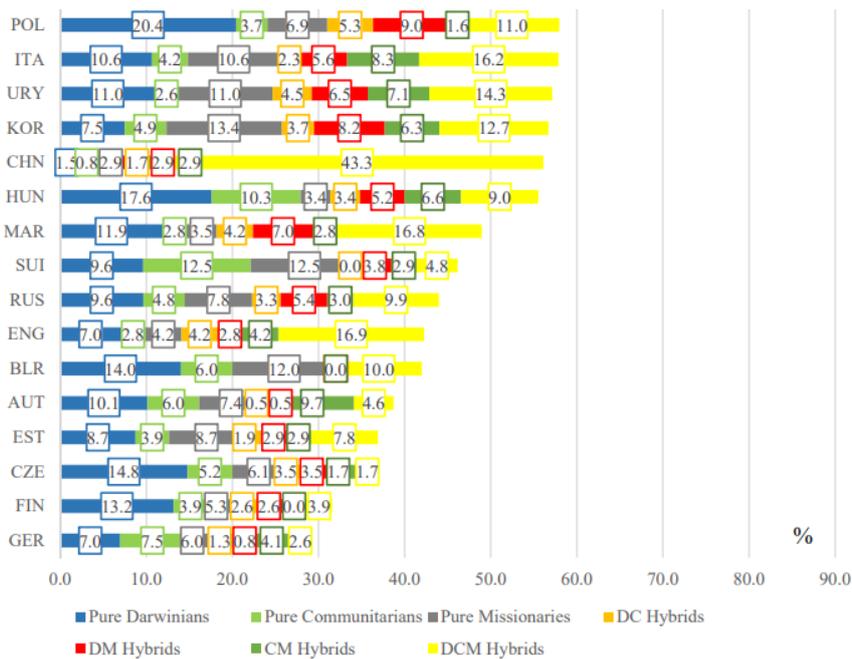


Figura 17 Distribuzione Identità Sociali per Stati, 2016

Considerando ancora una volta esclusivamente le identità ibride, emerge che la quota di "Darwiniani Puri" è nella maggior parte dei casi quella dominante, seguita dai Missionari puri, che con una quota superiore al 10% si trovano in diversi paesi (es. Argentina, Portogallo, Italia e Uruguay) , ed infine i Comunitari. Tra il 2013 e il 2018 l'Italia ha quindi mantenuto una tendenza simile sulla distribuzione delle identità sociali.

4.2 Analisi sui tratti psicologici dei founders

Nel presente lavoro di tesi si è scelto di approfondire la variabile relativa ai tratti psicologici che caratterizzano gli ex-studenti del corso di Imprenditorialità e Business Planning su cui è stata svolta l'indagine. In particolare, il focus verterà su ciò che la letteratura definisce "Triade Oscura": Psicopatia, Machiavellismo e Narcisismo.

Come mostrato nella metodologia per ogni tratto caratteristico sono state esaminate quattro affermazioni, consolidate attraverso il questionario GUESSS da cui è stata estrapolata la domanda.

Si è proceduto, come per le identità sociali dei founders, a sottoporre le dodici affermazioni del questionario ad un'analisi fattoriale per confermare l'effettiva appartenenza ai tre fattori psicologici indagati.

Tabella 13 Media, Deviazione Standard e Factor Loadings per i tratti psicologici, XLSTAT

| | Mean | Std. Dev | Factor loadings on Psicopatia | Factor loadings on Machiavellismo | Factor loadings on Narcisismo |
|--|------|----------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Tendo a manipolare per ottenere ciò che voglio | 2,85 | 1,461 | 0,642 | - | - |
| Ho usato l'inganno per ottenere ciò che volevo | 1,65 | 1,182 | 0,497 | - | - |
| Ho usato l'adulazione per ottenere quello che volevo | 2,45 | 1,669 | 0,825 | - | - |
| Tendo a sfruttare gli altri per i miei scopi | 2,05 | 1,701 | 0,755 | - | - |
| Tendo a non avere rimorsi | 2,35 | 1,785 | - | 0,714 | - |
| Tendo a non preoccuparmi della moralità delle azioni | 2,20 | 1,765 | - | 0,813 | - |
| Tendo a essere insensibile | 2,05 | 1,504 | - | 0,568 | - |
| Tendo a essere cinico | 2,75 | 1,832 | - | 0,552 | - |
| Tendo a volere che gli altri mi ammirino | 3,55 | 2,328 | - | - | 0,918 |
| Tendo a volere che gli altri mi diano attenzioni | 2,90 | 1,774 | - | - | 0,776 |
| Tendo a desiderare prestigio o status | 3,90 | 1,518 | - | - | 0,878 |
| Tendo ad aspettarmi favori dagli altri | 1,70 | 0,865 | - | - | 0,107 |

Il risultato ottenuto è ottimale: attraverso i factor loadings, che indicano la saturazione, la forza della relazione tra il fattore e la variabile misurata, si è verificata la pertinenza effettiva tra le varie affermazioni al tratto psicologico esaminato, in quanto superano il valore soglia di 0,45.

Nello specifico, Psicopatia e Machiavellismo hanno la totalità dei valori dei factor loadings che conferma la suddivisione di partenza, in quanto il risultato più basso è circa 0,5. Il fattore Narcisismo invece, ha tre valori su quattro che confermano con estrema significatività statistica l'ipotesi di partenza ($0,78 < FL < 0,92$), ma è presente un valore anomalo relativo all'affermazione "Tendo ad aspettarmi favori dagli altri". Secondo la teoria convalidata dovrebbe fare riferimento al Narcisismo, ma dall'analisi svolta risulterebbe più in linea con il tratto psicologico della "Psicopatia" (0,789) – nell'appendice 7 è presentato il risultato dell'analisi fattoriale integrale, da cui è possibile ricavare questo valore. Tale anomalia, essendo circoscritta, non inficerà sulla robustezza della totalità dei risultati.

Per presentare la distribuzione dei tratti psicologici all'interno del campione si è svolta un'analisi considerando le medie di ogni variabile utilizzata al fine di creare grafici rappresentativi.

Tabella 14 Statistiche descrittive dei tratti psicologici, XLSTAT

| | <i>Machiavellismo</i> | <i>Psicopatia</i> | <i>Narcisismo</i> |
|------------------------------|-----------------------|-------------------|-------------------|
| Media | 2,25 | 2,3375 | 3,0125 |
| Errore standard | 0,27506 | 0,336524 | 0,299931 |
| Mediana | 1,875 | 1,75 | 2,5 |
| Moda | 1 | 1,25 | 4,75 |
| Deviazione standard | 1,230105 | 1,504981 | 1,341334 |
| Varianza campionaria | 1,513158 | 2,264967 | 1,799178 |
| Intervallo | 4,25 | 4,5 | 4 |
| Minimo | 1 | 1 | 1 |
| Massimo | 5,25 | 5,5 | 5 |
| Somma | 45 | 46,75 | 60,25 |
| Conteggio | 20 | 20 | 20 |
| Livello di confidenza(95,0%) | 0,575707 | 0,704353 | 0,627764 |

Gli istogrammi relativi ai tre tratti psicologici presi in esame mostrano come:

1. Il tratto psicologico "Psicopatia" è caratterizzato da valori estremamente bassi: il 70% delle risposte varia dal valore unitario a 2,5. Solo il 25% delle risposte è al di sopra di 2,5 con un valore massimo di 5.5.

Si può concludere che il campione presenta un livello notevolmente basso di Psicopatia, anche considerando che la somma totale, esposta nelle statistiche descrittive (tab. 14), è la più bassa in assoluto.

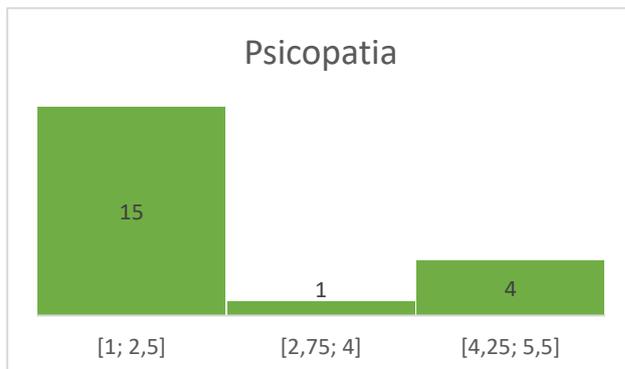


Figura 18 Distribuzione del tratto psicologico psicopatico all'interno del campione

2. Anche il tratto psicologico “Machiavellismo” nei founders ex-studenti del Politecnico di Torino è presente principalmente con bassi valori.

Infatti, il 70% dei valori medi è al di sotto di 2,5: sempre meno rispondenti hanno votato un punteggio più alto per questa variabile.

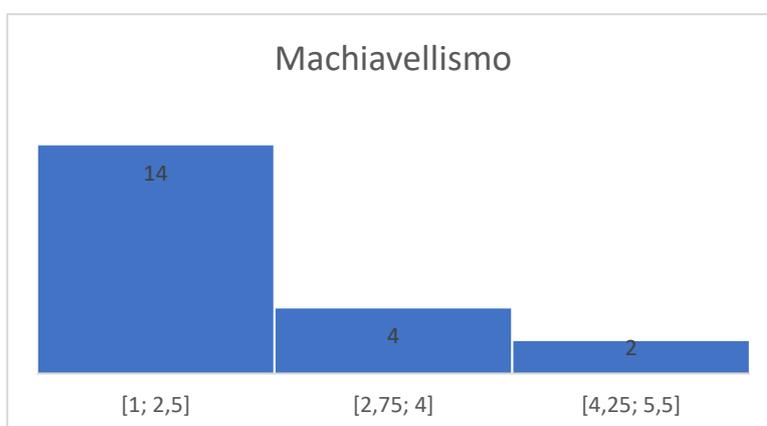


Figura 19 Distribuzione del tratto psicologico Machiavellico all'interno del campione

Si possono definire quindi come founders caratterizzati da un basso livello di Machiavellismo, pur considerando che contiene il valore medio più alto raggiunto tra nei tre intervalli, 5.5.

3. I valori relativi al tratto "Narcisismo" seguono invece una distribuzione meno definita rispetto alle altre componenti della Triade Oscura. Esattamente il 50% delle risposte, infatti, è al di sotto del valore mediano 2,5.

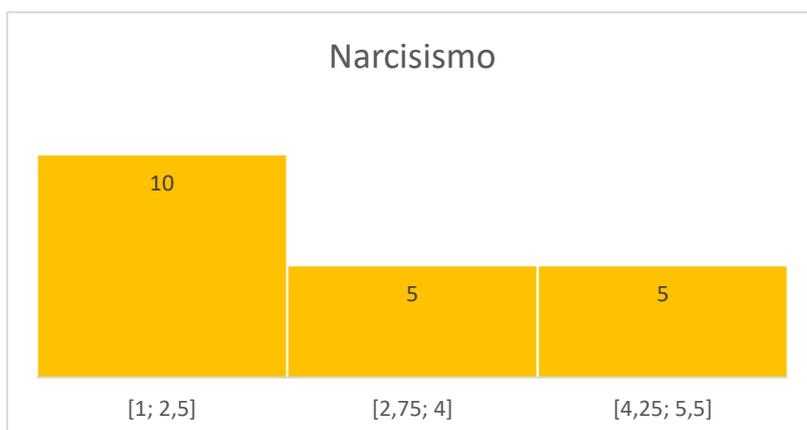


Figura 20 Distribuzione del tratto psicologico Narcisistico all'interno del campione

Facendo nuovamente riferimento alla tabella 14 emerge che la somma complessiva e il valore medio rappresenta un livello maggiore di narcisismo rispetto alle altre due psicologie.

Tramite queste analisi grafiche e descrittive, l'ipotesi secondo cui *gli imprenditori attivi presentano tratti psicologici comuni* si può dire verificata.

A favore di tale verifica si può utilizzare la stessa metodologia di classificazione dei founders usata per le identità sociali. Anche in questo caso ogni ad ogni fondatore è stato ricondotto il tratto psicologico avente il valore medio maggiore rispetto agli altri.

Tabella 15 Tratti psicologici dei founders e relative imprese

| Caratteristiche | Machiavellismo | Psicopatia | Narcisismo | TOT |
|---------------------------------|----------------|------------|------------|-----|
| Numero di imprese (=fondatori) | 3 | 5 | 12 | 20 |
| Anno medio di fondazione | 2013 | 2016 | 2018 | |
| Età media founders | 32 | 31 | 33 | |
| Settore | | | | |
| IT & Communication | 1 | 2,5 | 3 | 6,5 |
| Commercio | 2 | 1 | 1,5 | 4,5 |
| Consulenza | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Pubblicità/Marketing and Design | 0 | 0,5 | 1 | 1,5 |
| Turismo e Gastronomia | 0 | 0 | 2,5 | 2,5 |
| Educazione e Formazione | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Servizi Sanitari | 0 | 0 | 0,5 | 0,5 |

| | | | | |
|-----------------------------|------|------|------|-----|
| Costruzioni e Manufacturing | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Altro | 0 | 1 | 0,5 | 1,5 |
| Imprese con Co-founders | 2 | 5 | 9 | 16 |
| Imprese senza Co-founders | 1 | 0 | 3 | 4 |
| N° Medio Dipendenti | 2,33 | 2,40 | 1,92 | |

Secondo la letteratura, il tratto psicologico maggiormente caratterizzante gli imprenditori è il narcisismo. Questo postulato si può anche riscontrare all'interno del campione degli ex-studenti: tra i fondatori esaminati quasi il 64% sono considerati narcisisti secondo la regola precedentemente esposta. L'ipotesi secondo cui *gli imprenditori attivi presentano tratti psicologici comuni* può quindi essere considerata verificata attraverso ogni analisi svolta sul campione.

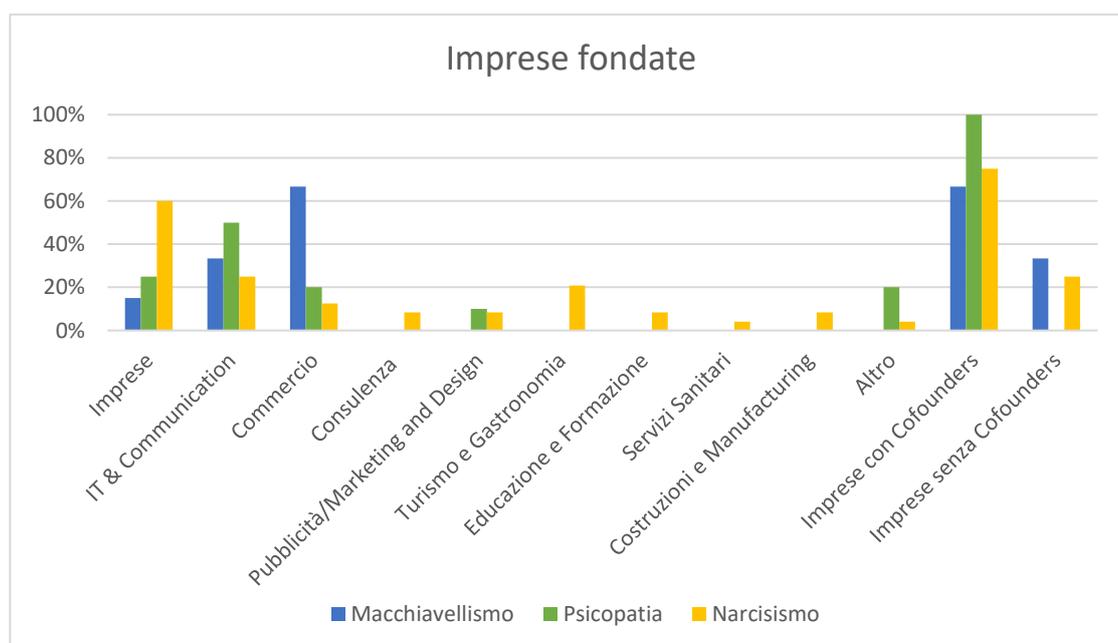


Figura 21 Tipologia di imprese avviate per tratto psicologico dei fondatori

Concentrandosi sulla loro attività imprenditoriale:

- La prima grande differenza con la letteratura riguarda le imprese fondate da individui con predominanza del tratto Psicopatico. Infatti, ci si aspettava principalmente attività individuali, invece i risultati contrastano su tutta la linea questa ipotesi. Infatti, il primo risultato evidente è il fatto che il 100% (#5) delle imprese sono state fondate in collaborazione con altri imprenditori, il secondo risultato è relativo al numero di dipendenti. Se si considera il numero medio

per azienda, le imprese fondate dai founders con tratto psicopatico dominante, hanno il numero maggiore di dipendenti.

- I narcisisti invece, secondo Jonason e altri studiosi, hanno la tendenza di ricercare posizioni lavorative dove possono essere apprezzati, quindi, spesso ricercano una pluralità di lavoratori. In questo caso i risultati sono ambigui: gran parte delle imprese hanno co-founders, ma il numero di dipendenti risulta il minore tra tutti.

Sviluppando un'elaborazione più di dettaglio, la tabella 16 mostra la media e la deviazione standard delle variabili che sono state scelte per un'analisi di correlazione.

Tabella 16 Media e Deviazione standard delle variabili e relativi coefficienti di correlazione, XLSTAT

| | <i>Media</i> | <i>Dev. St.</i> | <i>Machiavellismo</i> | <i>Psicopatia</i> | <i>Narcisismo</i> | <i>Performance</i> | <i>Workaholism</i> |
|----------------|--------------|-----------------|-----------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| Machiavellismo | 2,25 | 1,23 | 1 | 0,705 | 0,277 | 0,403 | 0,415 |
| Psicopatia | 2,34 | 1,50 | | 1 | 0,316 | 0,165 | 0,175 |
| Narcisismo | 3,01 | 1,34 | | | 1 | -0,210 | 0,333 |
| Performance | 3,97 | 1,01 | | | | 1 | -0,071 |
| Workaholism | 4,45 | 1,35 | | | | | 1 |

Si è scelto di esaminare la correlazione tra i tre tratti psicologici definiti in precedenza, la dipendenza da lavoro (Workaholism), e la Performance dell'impresa, variabile descritta nel capitolo relativo alla metodologia di ricerca.

In primo luogo, si può notare come tra i tratti psicologici, il Narcisismo sia la caratteristica avente il valore medio più alto, e una deviazione standard relativamente bassa, che indica sia il tratto maggiormente caratterizzante la psicologia dei founders, considerando la Triade Oscura.

Esistono alcune relazioni con ciò che è stato mostrato nella sezione inerente alla letteratura:

- Machiavellismo e Psicopatia presentano alcune somiglianze, come lo sfruttamento altrui pur di ottenere propri tornaconti: tale relazione si può

riscontrare anche nei risultati presentati in tabella, in quanto il coefficiente di correlazione tra questi tratti è elevato, pari a 0,705.

- La tendenza dei machiavellici a ponderare ogni decisione strategica, a non lasciare nulla al caso può riflettersi sulla dedizione al lavoro, infatti, il coefficiente di correlazione tra il Workaholism e il machiavellismo è il più elevato tra i tratti psicologici. In generale, confermato anche dall'analisi di regressione mostrata in tabella, si è riscontrata in ogni identità psicologica una relazione positiva con la dipendenza da lavoro.

```
. regress Workaholism Macchiavellismo Psicopatia Narcisismo
```

| Source | SS | df | MS | Number of obs | = | 20 |
|----------|------------|----|------------|---------------|---|--------|
| Model | 9.25714062 | 3 | 3.08571354 | F(3, 16) | = | 1.95 |
| Residual | 25.3328594 | 16 | 1.58330371 | Prob > F | = | 0.1624 |
| | | | | R-squared | = | 0.2676 |
| | | | | Adj R-squared | = | 0.1303 |
| Total | 34.59 | 19 | 1.82052632 | Root MSE | = | 1.2583 |

| Workaholism | Coef. | Std. Err. | t | P> t | [95% Conf. Interval] |
|----------------|----------|-----------|------|-------|----------------------|
| Machiavellismo | .6043293 | .33218 | 1.82 | 0.088 | -.0998608 1.30852 |
| Psicopatia | .2689885 | .2749226 | 0.98 | 0.342 | -.8517984 .3138213 |
| Narcisismo | .276237 | .2275496 | 1.21 | 0.242 | -.2061466 .7586207 |
| _cons | 2.886856 | .7944616 | 3.63 | 0.002 | 1.202672 4.571039 |

Tabella 17 Analisi di regressione tra Workaholism e i tratti psicologici, STATA

- La variabile performance deriva da un'auto valutazione dei founders sulle prestazioni dell'azienda. I risultati raggiunti nel nostro campione indicano come la performance migliori all'aumentare del tratto machiavellico, in accordo con la letteratura e con quanto espresso in precedenza. Fa eccezione il tratto Narcisistico che risulta positivo. Le cause di quest'evidenza potrebbero essere ricondotte alla loro tendenza di sopravvalutare le loro capacità.

4.3 Analisi sulla dipendenza del lavoro

Anche per testare l'identità sociale dei founders si è proceduto come per i tratti psicologici.

Come prevede la letteratura la dipendenza da lavoro è stata studiata prendendo in esame due componenti:

- Lavoro eccessivo: Working Excessively, WE
- Lavoro compulsivo: Working Compulsively, WC

Tali componenti sono state indagate attraverso le domande mostrate nel capitolo precedente relativo alla metodologia, su cui è stata svolta un'analisi fattoriale per confermare l'effettiva rappresentanza latente dei due fattori, WE e WC.

Tabella 18 Sintesi statistiche e Factor Loadings sui fattori, XLSTAT

| | Mean | Std. Dev | Factor loadings on WE | Factor Loadings on WC |
|--|------|----------|-----------------------|-----------------------|
| Sempre di fretta | 5,05 | 1,572 | 0,695 | - |
| Lavoro dopo che i colleghi smettono | 4,80 | 1,824 | 0,868 | - |
| Sono molto occupato | 5,35 | 1,387 | 0,551 | - |
| Più tempo a lavoro che nel tempo libero | 4,30 | 1,750 | 0,928 | - |
| Faccio più cose assieme | 5,15 | 1,843 | 0,135 | - |
| Lavoro sodo anche se non mi piace | 4,60 | 1,635 | - | 0,409 |
| Qualcosa in me mi fa lavorare duramente | 5,35 | 1,565 | - | 0,442 |
| Mi sento obbligato a lavorare anche se non è piacevole | 4,35 | 1,954 | - | 0,694 |
| Mi sento in colpa nel tempo libero | 3,30 | 1,922 | - | 0,713 |
| È difficile rilassarmi quando non lavoro | 2,25 | 1,446 | - | 0,419 |

La saturazione (*factor loading*), descrive la forza della relazione tra il fattore e la variabile misurata. Si può notare come l'unico valore per cui realmente il fattore non satura la variabile è nel caso dell'affermazione "Faccio più cose insieme", che invece ha un valore statisticamente significativo se venisse associato al fattore del lavoro compulsivo, come mostrato in *appendice 8*.

Tramite la lettura delle statistiche descrittive delle variabili in esame - eccessivo lavoro e lavoro compulsivo – si può affermare che esse seguano una distribuzione normale dato che:

- Media, moda e mediana hanno valori simili
- L'asimmetria è compresa tra -2 e +2
- La curtosi è vicino al valore 0

Tabella 19 Statistiche descrittive delle variabili per la dipendenza da lavoro, XLSTAT

| | <i>Eccessivo lavoro</i> | <i>Lavoro compulsivo</i> |
|-------------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Media | 4,93 | 3,97 |
| Errore standard | 0,314 | 0,317 |
| Mediana | 5,0 | 3,9 |
| Moda | 5,0 | 3,6 |
| Deviazione standard | 1,406 | 1,419 |
| Varianza campionaria | 1,976 | 2,014 |
| Curtosi | -0,221 | -0,081 |
| Asimmetria | -0,477 | -0,141 |
| Intervallo | 5,2 | 5,6 |
| Minimo | 1,8 | 1 |
| Massimo | 7 | 6,6 |
| Somma | 98,6 | 79,4 |
| Conteggio | 20 | 20 |
| Più grande | 7 | 6,6 |
| Livello di confidenza (95,0%) | 0,658 | 0,664 |

Per una verifica più accurata è stato svolto il test di Normalità Shapiro-Wilk sul software statistico Stata, che ha confermato quanto detto in precedenza:

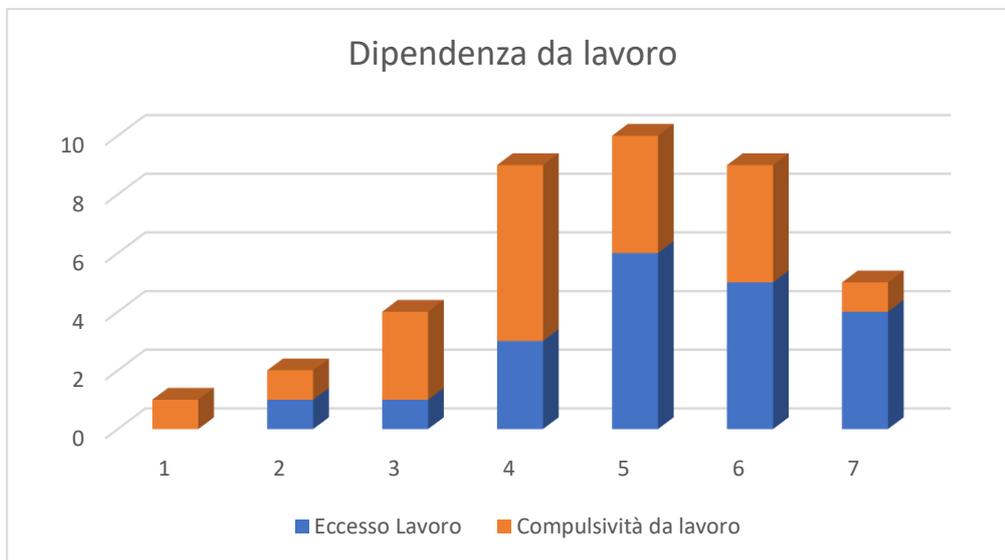
Tabella 20 Test di Normalità Per le variabili WE e WC, STATA

```
. swilk Compulsivitàdalavoro Eccessivolavoro
```

Shapiro-Wilk W test for normal data

| Variable | Obs | W | V | z | Prob>z |
|--------------|-----|---------|-------|--------|---------|
| Compulsivi~o | 20 | 0.98474 | 0.361 | -2.053 | 0.97994 |
| Eccessivol~o | 20 | 0.96511 | 0.826 | -0.386 | 0.65009 |

Per verificare l'ipotesi secondo cui *gli imprenditori attivi presentano un alto grado di dipendenza da lavoro* si è fatta inoltre, un'analisi grafica attraverso un diagramma a colonne.



Dall'analisi dei dati e dal grafico si evince che il valore centrale delle distribuzioni è centrato verso destra, quindi verso valori alti e ciò porta a confermare l'ipotesi che ci sia un'elevata dipendenza dal lavoro.

Facendo riferimento principalmente alla variabile "Eccessivo Lavoro" si può notare come la moda e la mediana coincidano con il valore 5, e la media sia poco inferiore (4,93). Considerando che il range di valori va da 1 a 7, c'è un'alta consapevolezza dell'impegno gravoso verso l'attività imprenditoriale. Allo stesso modo, anche per il "Lavoro Compulsivo" i tre valori sono poco al di sotto di 4.

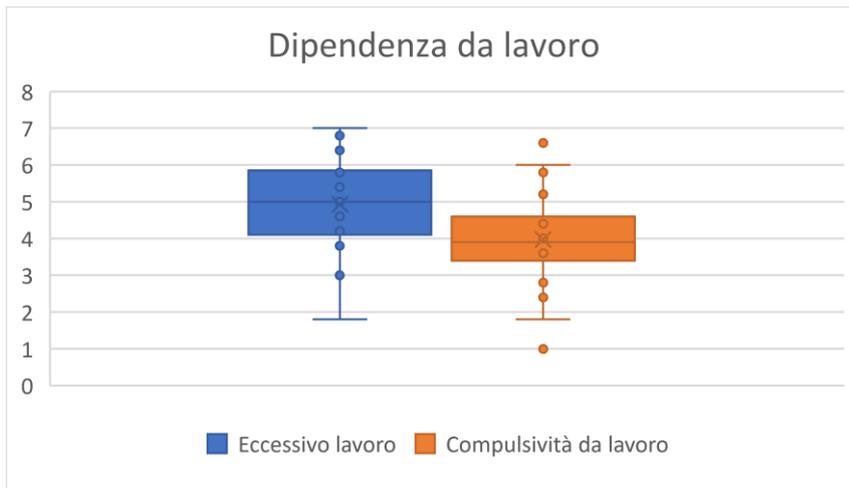


Figura 22 Box-Plot per le variabili della Dipendenza da lavoro

Si può concludere alla luce di quanto detto in precedenza, che gli ex-studenti del corso di Imprenditorialità e Business Planning che hanno fondato un'attività imprenditoriale, abbiano un alto grado di dipendenza da lavoro, costituito principalmente, ma non esclusivamente, dalla variabile "Lavoro Eccessivo". I founders, cioè, impiegano gran parte della loro giornata a lavorare per l'impresa, anche a scapito dei loro hobbies, e del loro tempo libero in generale.

4.4 Analisi sulla percezione del rischio

Per testare l'ipotesi secondo cui *gli imprenditori che avviano la loro attività in team hanno una maggiore percezione del rischio* sono state svolte dapprima delle analisi statistiche come la regressione, per poi utilizzare una metodologia grafica.

Tramite la regressione si è fatto riferimento a due campioni separati:

1. Imprenditori nascenti, 59 ex-studenti
2. Imprenditori attivi, 20 ex-studenti

Nel primo caso, si è scelto di testare la variabile dipendente "RischioPercepito" con il numero di co-founders (CofNasc), l'anno in cui l'imprenditore si è laureato (AnnoLaurea) e l'aspirazione lavorativa attraverso un'analisi di regressione:

```
. regress rischiopercepito CofNasc AnnoLaurea Aspirazionicarrieralavorativa
```

| Source | SS | df | MS | Number of obs | = | 59 |
|----------|------------|----|------------|---------------|---|--------|
| Model | 23.7481583 | 3 | 7.91605276 | F(3, 55) | = | 7.90 |
| Residual | 55.0992993 | 55 | 1.00180544 | Prob > F | = | 0.0002 |
| Total | 78.8474576 | 58 | 1.35943892 | R-squared | = | 0.3012 |
| | | | | Adj R-squared | = | 0.2631 |
| | | | | Root MSE | = | 1.0009 |

| rischiopercepito | Coef. | Std. Err. | t | P> t | [95% Conf. Interval] |
|-------------------------------|-----------|-----------|-------|-------|----------------------|
| CofNasc | .1909713 | .1422752 | 1.34 | 0.185 | -.0941545 .4760971 |
| AnnoLaurea | -.1106948 | .0557383 | -1.99 | 0.052 | -.2223968 .0010071 |
| Aspirazionicarrieralavorativa | .5961814 | .1393868 | 4.28 | 0.000 | .316844 .8755188 |
| _cons | 224.4229 | 112.4082 | 2.00 | 0.051 | -.8482366 449.6941 |

Tabella 21 Regressione RischioPercepito, STATA

Pur non essendo un valore statisticamente significativa ($p\text{-value} > 0,05$), dovuto probabilmente alla ridotta numerosità campionaria e alla non normalità della variabile, il risultato verificherebbe l'ipotesi se si prendessero in esame solo gli imprenditori nascenti. Infatti, il coefficiente positivo indica che all'aumentare del numero di co-founder con cui si vuole avviare l'impresa, aumenta anche il rischio percepito.

Al contrario, le altre due variabili dipendenti possono essere considerate significative al 5%, e indicano da una parte che il rischio percepito diminuisce in base all'anno di laurea, e quindi all'età: un individuo che si è laureato da poco ha una maggior probabilità di avere una percezione del rischio maggiore, probabilmente grazie agli insegnamenti impartiti dal corso sull'imprenditorialità.

In secondo luogo, maggiori sono le aspirazioni di lavoro, quindi più l'ex-studente ha definite le motivazioni e le aspirazioni lavorative, più ha una percezione del rischio elevata.

Se si svolge la stessa tipologia di analisi verso gli imprenditori attivi, purtroppo non si ottengono risultati – mostrati comunque in *appendice 9* – statisticamente significativi al 5%.

Nonostante ciò, si è scelto di calcolare la correlazione che il rischio percepito ha con il numero di co-founders per le due tipologie di imprenditore, e con una variabile creata per quest'analisi, "Team" che vale 0 quando sia gli imprenditori attivi che quelli nascenti hanno intrapreso individualmente l'attività imprenditoriale, altrimenti ha il valore corrispondente al numero di co-founders scelto, indipendentemente dalla tipologia di imprenditore, se nascente o attivo.

```
. pwcorr rischiopercepto CofNasc CofAtt Team
```

| | rischiopercepto | CofNasc | CofAtt | Team |
|-----------------|-----------------|---------|--------|--------|
| rischiopercepto | 1.0000 | | | |
| CofNasc | 0.1457 | 1.0000 | | |
| CofAtt | -0.0426 | . | 1.0000 | |
| Team | 0.0412 | 1.0000 | 1.0000 | 1.0000 |

Tabella 22 Correlazione Rischio percepito e composizione Team, STATA

Come per l'elaborazione precedente, si ha un legame positivo con i co-founders degli imprenditori nascenti, ma una relazione negativa se si considerano quelli attivi. Se, però, si considera la variabile aggregata "Team" l'ipotesi di partenza si può dire verificata.

In maniera più intuitiva si possono ottenere gli stessi risultati attraverso dei grafici utilizzando il valore medio del Rischio Percepito secondo alcune distinzioni.

1. Se si sceglie di analizzare i dati facendo riferimento solo alla decisione binaria di avviare un'attività in collaborazione (indifferentemente se con uno, due o più co-fondatori) o individualmente, si otterrà un valore medio di rischio percepito per coloro che hanno co-founders e uno per chi non ne ha, da una parte distinguendo gli imprenditori attivi da quelli nascenti, e dall'altra considerando solo il valore aggregato degli imprenditori (Tot imprenditori).

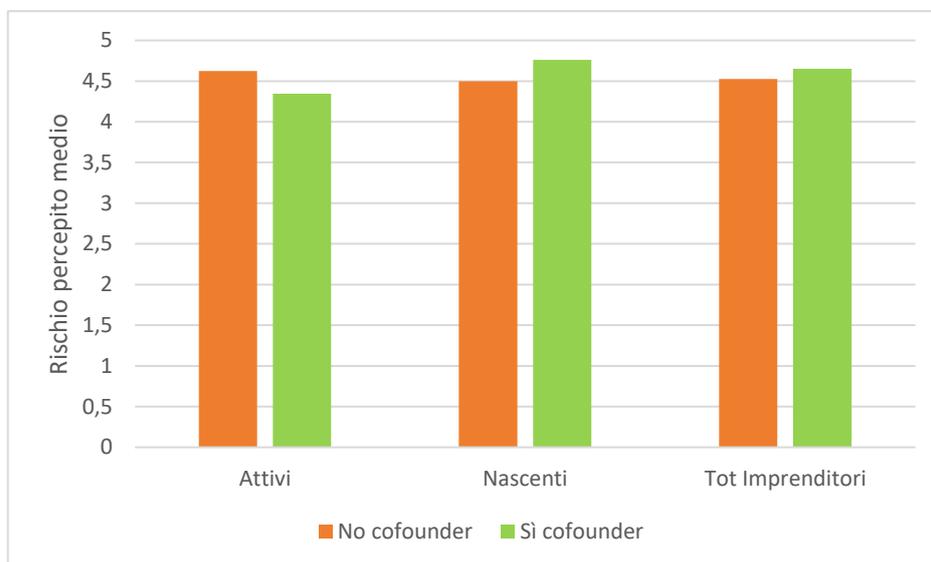


Figura 23 Rischio medio percepito per Scelta imprenditoriale

Come per le analisi precedenti, il risultato mostra un'inversione di tendenza solo per gli imprenditori attivi, che hanno una media di rischio percepito se non hanno co-founders. Sia per gli imprenditori nascenti, che per il valore aggregato però il risultato è favorevole all'ipotesi di partenza.

2. Se si sceglie invece di confrontare il valore del rischio medio percepito in base al numero di co-founders si ottiene il grafico in figura 23.

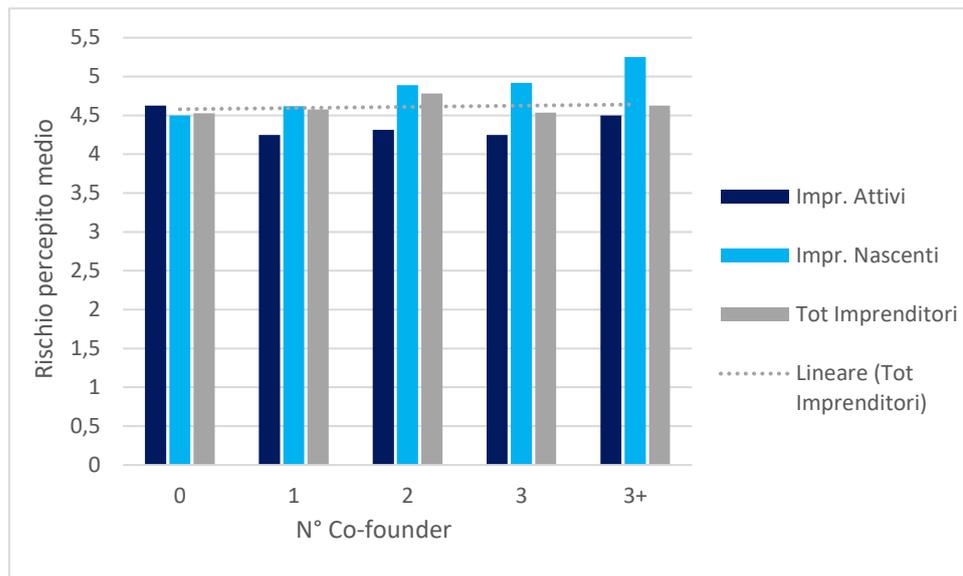


Figura 24 Rischio percepito per numero di Co-founders

Gli imprenditori nascenti hanno un valore di rischio percepito perfettamente crescente rispetto al numero di collaboratori con cui vorrebbero fondare l'impresa.

Anche in questo caso l'ipotesi secondo cui gli imprenditori che avviano un'impresa in team hanno una percezione del rischio maggiore è verificata considerando i valori aggregati, oltre che specificatamente per gli imprenditori nascenti.

5. Conclusioni

Il lavoro di tesi collettivo è stato incentrato sulla comprensione degli effetti del corso di Imprenditorialità e Business Planning tenuto dal professore E. Paolucci, su studenti laureati al Politecnico di Torino.

Dalla ricerca condotta risulta che gli ex-partecipanti del corso abbiano una maggiore tendenza, rispetto alla più recente media nazionale GUESSS del 2018, di avvicinarsi all'attività imprenditoriale. Nello specifico, sia la percentuale di imprenditori attivi che la percentuale di imprenditori nascenti è maggiore rispetto alla media nazionale.

Il presente lavoro di tesi individuale è stato focalizzato sugli imprenditori attivi e sulle relative caratteristiche personali: identità sociale, tratti psicologici e propensione al rischio.

L'analisi svolta evidenzia due principali risultati:

- Il tratto psicologico principale che caratterizza gli ex-studenti che hanno scelto di intraprendere la carriera imprenditoriale è il Narcisismo. Nonostante il campione ridotto su cui sono state svolte le elaborazioni, più del 60% degli individui in esame è caratterizzato da un amore verso sé stesso maggiore rispetto al tratto machiavellico e psicopatico. Tale risultato è coerente con quanto proposto dalla letteratura, che definiva che tra i tratti appartenenti alla Triade Oscura, il miglior corrispondente verso gli imprenditori era, appunto, il Narcisismo.
- Gli ex-studenti fondatori di un'attività imprenditoriale non sono caratterizzati da un'identità sociale pura comune. Infatti, si è indagata la presenza di imprenditori caratterizzati da una personalità "Darwiniana", "Comunitaria" e "Missionaria", concludendo che non esiste un'identità unica dominante, ma che sia la personalità darwiniana che quella comunitaria sono ampiamente presenti. Tale conclusione, rispetto alla media italiana elaborata da GUESSS, è anomala. Se da un lato la personalità Darwiniana è tipica degli imprenditori, in Italia la

percentuale di fondatori Missionari è particolarmente elevata, poco al di sotto rispetto ai Darwiniani; in contrasto con i risultati sociali del nostro campione di riferimento.

Questa discrepanza porta ad un'ulteriore conseguenza singolare: in Italia, tra i principali settori per l'avviamento delle imprese si riscontra il settore relativo alla salute e al servizio sanitario (circa il 10%). Tale risultato ritrova una spiegazione in letteratura: i missionari propendono verso questo settore. Nel nostro campione, infatti, la scarsità di missionari potrebbe avere influito anche sulla scarsa propensione verso tale settore.

Il lavoro svolto, seppur in minima parte, può offrire un contributo alla letteratura presente, in quanto i risultati ottenuti, in particolar modo sull'Identità Sociale e sui Tratti Psicologici dei founders, può essere preso in considerazione per fare nuovi confronti con ulteriori ricerche. La letteratura presente, infatti, si è scoperta avere numerose lacune se si considera questi due aspetti individuali in riferimento all'imprenditorialità.

6. Appendici

Appendice 1 Domanda da questionario, Rischio Percepito

| Indica da 1 a 7 quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni riguardanti il rischio percepito (1=fortemente in disaccordo; 7= fortemente d'accordo) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Considero molto rischioso avviare un mio business | <input type="checkbox"/> |
| Penso che sia rischioso gestire il proprio business | <input type="checkbox"/> |
| Credo che possedere un business sia rischioso | <input type="checkbox"/> |

Appendice 2 Domanda da questionario, Aspirazione Lavorativa

| Indica da 1 a 7 quanto sono importanti per te i seguenti aspetti nella scelta della tua carriera lavorativa (1=fortemente in disaccordo; 7= fortemente d'accordo) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Avere un lavoro stimolante | <input type="checkbox"/> |
| Avere un lavoro eccitante | <input type="checkbox"/> |
| Libertà e flessibilità lavorativa | <input type="checkbox"/> |
| Indipendenza lavorativa | <input type="checkbox"/> |
| Non avere un capo | <input type="checkbox"/> |
| Avere il potere di prendere decisioni | <input type="checkbox"/> |
| Avere autorità | <input type="checkbox"/> |
| Realizzare il mio sogno | <input type="checkbox"/> |
| Creare qualcosa | <input type="checkbox"/> |
| Sfruttare i miei bisogni creativi | <input type="checkbox"/> |

Appendice 3 Domanda da questionario, Performance Impresa

| Valuta da 1 a 7 le performance della tua compagnia comparate con i tuoi competitors secondo i seguenti aspetti (1=molto peggiore; 7= molto migliore) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Crescita delle vendite | <input type="checkbox"/> |
| Crescita delle quote di mercato | <input type="checkbox"/> |
| Crescita del profitto | <input type="checkbox"/> |
| Creazione di posti di lavoro | <input type="checkbox"/> |
| Innovatività | <input type="checkbox"/> |

| | Darwinian | Communitarian | Missionary |
|---|--------------|---------------|--------------|
| Interesse monetario | 0,762 | 0,160 | -0,055 |
| Fare carriera | 0,566 | 0,059 | 0,197 |
| Solide pratiche manageriali | 0,708 | 0,374 | 0,078 |
| Analisi finanziarie complete | 0,726 | 0,153 | 0,097 |
| Consapevolezza di posizionamento | 0,517 | 0,744 | 0,140 |
| Vantaggio competitivo | 0,244 | 0,699 | 0,143 |
| Risolvere problema per persone con cui mi indentifico | 0,124 | 0,269 | 0,777 |
| Ruolo proattivo in un gruppo in cui mi identifico | -0,005 | 0,115 | 0,883 |
| Prod/Serv per persone con cui mi identifico | 0,039 | 0,203 | 0,811 |
| Condividere interessi/valori dei clienti | 0,033 | 0,740 | 0,252 |
| Focus su persone con cui mi identifico | -0,034 | 0,151 | 0,741 |
| Sostenere persone con cui mi identifico | -0,074 | 0,349 | 0,682 |
| Risolvere problema sociale dove gli altri falliscono | 0,267 | -0,145 | 0,809 |
| Cambiare il modo in cui opera il mondo | 0,303 | 0,165 | 0,564 |
| Essere un "cittadino responsabile" | 0,459 | 0,117 | 0,521 |
| Rendere il mondo un "posto migliore" | 0,552 | 0,046 | 0,500 |
| Focus su goal sociali | 0,061 | 0,371 | 0,833 |
| Provare che imp. private possono affrontare sfide sociali | 0,258 | -0,168 | 0,765 |

Shapiro-Wilk W test for normal data

| Variable | Obs | W | V | z | Prob>z |
|--------------|-----|---------|-------|--------|---------|
| Performanc~a | 20 | 0.98094 | 0.451 | -1.604 | 0.94565 |
| Workaholism | 20 | 0.96160 | 0.909 | -0.193 | 0.57637 |
| CofAttivi | 20 | 0.98832 | 0.276 | -2.591 | 0.99521 |

TABLE 11
Founder Social Identity Types and Hybrid Identities Across Countries

| | AR | BRA | GER | ITA | NED | ESP | EST | HUN | RUS | POL | MEX | AAR |
|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Pure Darwinians | 17.3 | 21.2 | 14.0 | 16.8 | 18.6 | 16.0 | 21.1 | 16.9 | 17.8 | 22.8 | 14.0 | 19.2 |
| Pure Communitarians | 9.2 | 2.3 | 8.3 | 6.2 | 8.0 | 4.0 | 4.1 | 6.5 | 2.1 | 2.0 | 0.6 | 8.8 |
| Pure Missionaries | 13.1 | 5.3 | 11.1 | 12.4 | 7.8 | 8.4 | 8.8 | 6.3 | 8.9 | 6.1 | 7.0 | 8.0 |
| <i>Total Pures</i> | <i>39.6</i> | <i>28.8</i> | <i>33.4</i> | <i>35.4</i> | <i>34.4</i> | <i>28.3</i> | <i>34.0</i> | <i>29.7</i> | <i>28.8</i> | <i>31.0</i> | <i>21.7</i> | <i>36.0</i> |
| D/C Hybrids | 5.3 | 7.2 | 3.1 | 4.9 | 2.7 | 6.4 | 2.7 | 8.0 | 5.2 | 5.1 | 5.1 | 6.4 |
| D/M Hybrids | 3.5 | 12.1 | 5.1 | 10.0 | 4.5 | 9.9 | 3.4 | 6.7 | 7.1 | 10.9 | 15.3 | 6.4 |
| C/M Hybrids | 4.9 | 5.5 | 11.4 | 11.6 | 11.9 | 7.6 | 6.8 | 8.0 | 5.2 | 4.3 | 5.7 | 8.0 |
| D/C/M Hybrids | 11.3 | 26.9 | 4.9 | 14.9 | 10.0 | 22.2 | 12.2 | 18.7 | 18.7 | 20.0 | 45.2 | 28.0 |
| <i>Total Hybrids</i> | <i>25.1</i> | <i>51.8</i> | <i>24.6</i> | <i>41.4</i> | <i>29.1</i> | <i>46.1</i> | <i>25.2</i> | <i>41.4</i> | <i>36.1</i> | <i>40.3</i> | <i>71.3</i> | <i>48.8</i> |
| <i>Total Pures & Hybrids</i> | <i>64.7</i> | <i>80.6</i> | <i>58.0</i> | <i>76.8</i> | <i>63.5</i> | <i>74.5</i> | <i>59.2</i> | <i>71.1</i> | <i>64.9</i> | <i>71.3</i> | <i>93.0</i> | <i>84.8</i> |

Note: Numbers are percent of total sample in the respective countries. AR=Alpine Region, AAR=Anglo-American Region.

| | Machiavellismo | Psicopatia | Narcisismo |
|--|----------------|------------|------------|
| Tendo a manipolare gli altri per ottenere ciò che voglio | 0,642 | -0,141 | -0,114 |

| | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Ho usato l'inganno o ho mentito per ottenere ciò che volevo | 0,497 | 0,578 | 0,180 |
| Ho usato l'adulazione per ottenere quello che volevo | 0,825 | 0,280 | 0,179 |
| Tendo a sfruttare gli altri per i miei scopi | 0,755 | 0,346 | 0,057 |
| Tendo a non avere rimorsi | 0,627 | 0,714 | 0,062 |
| Tendo a non preoccuparmi della moralità delle mie azioni | 0,078 | 0,813 | 0,209 |
| Tendo a essere insensibile | 0,675 | 0,568 | -0,110 |
| Tendo a essere cinico | 0,628 | 0,552 | 0,132 |
| Tendo a volere che gli altri mi ammirino | -0,023 | 0,129 | 0,918 |
| Tendo a volere che gli altri mi diano attenzioni | 0,231 | 0,238 | 0,776 |
| Tendo a desiderare prestigio o status | 0,038 | -0,055 | 0,878 |
| Tendo ad aspettarmi favori dagli altri | 0,789 | 0,107 | 0,107 |

Appendice 9 Analisi Fattoriale Workaholism - Dipendenza da Lavoro, XLSTAT

| | WE | WC |
|--|--------------|--------------|
| Mi sembra di essere sempre di fretta e di correre contro il tempo | 0,695 | 0,373 |
| Mi ritrovo a continuare il lavoro dopo chei miei colleghi hanno smesso | 0,868 | 0,252 |
| Sono molto occupato e ho molta carne sul fuoco | 0,551 | 0,651 |
| Spendo più tempo lavorando piuttosto che nel tempo libero | 0,928 | 0,227 |
| Mi trovo a fare più cose nello stesso momento | 0,135 | 0,938 |
| Per me è importante lavorare sodo anche quando non mi piace | 0,605 | 0,409 |
| Sento che c'è qualcosa dentro di me che mi porta a lavorare duramente | 0,548 | 0,442 |
| Mi sento obbligato a lavorare duramente anche quando non è piacevole | 0,621 | 0,694 |
| Mi sento in colpa quando prendo del tempo libero dal lavoro | 0,412 | 0,713 |
| Per me è difficile rilassarmi quando non sono a lavoro | 0,474 | 0,419 |

Appendice 8 Regressione per imprenditori Attivi, STATA

. regress rischiopercepito CofAtt Annolaurea Aspirazionicarrieralavorativa

| Source | SS | df | MS | Number of obs | = | 20 |
|----------|------------|----|------------|---------------|---|---------|
| Model | .960518837 | 3 | .320172946 | F(3, 16) | = | 0.48 |
| Residual | 10.7144812 | 16 | .669655073 | Prob > F | = | 0.7020 |
| | | | | R-squared | = | 0.0823 |
| | | | | Adj R-squared | = | -0.0898 |
| Total | 11.675 | 19 | .614473684 | Root MSE | = | .81832 |

| rischiopercepito | Coef. | Std. Err. | t | P> t | [95% Conf. Interval] |
|-------------------------------|-----------|-----------|-------|-------|----------------------|
| CofAtt | -.0502656 | .1277035 | -0.39 | 0.699 | -.3209849 .2204537 |
| Annolaurea | -.0113944 | .1151897 | -0.10 | 0.922 | -.2555857 .2327968 |
| Aspirazionicarrieralavorativa | -.248015 | .2100283 | -1.18 | 0.255 | -.6932552 .1972251 |
| _cons | 28.87072 | 232.3011 | 0.12 | 0.903 | -463.5856 521.3271 |

7. Bibliografia

- Marina Estrada de la Cruz *, Antonio J. Verdú Jover, Jose M. Gómez Gras - *Influence of the entrepreneur's social identity on business performance through effectuation*, 2017
- Ki Kim - *Connecting founder social identity with social entrepreneurial intentions*, 2020
- Ayob, N., Yap, C.S., Sapuan, D.A. and Rashid, Z.A. - *Social entrepreneurial intention among business undergraduates: an emerging economy perspective*, Gadjah Mada International Journal of Business, Vol. 15 No. 3, pp. 249-267, 2013
- Schaufeli, W., Salanova, M., Gonzalez-Roma, V., & Bakker, A. B. - *The measurement of engagement and burnout: a two sample confirmatory factor analytic approach*, 2002
- Schaufeli, W.B., Bakker, A.B., Van der Heijden, F.M.M.A., & Prins, J.T. - *Workaholism, burnout and well-being among junior doctors: The mediating role of role conflict*. *Work & Stress*, 2009
- Schaufeli, W.B., Bakker, A.B., & Salanova, M. - *The measurement of work engagement with a brief questionnaire: A cross-national study*. *Educational and Psychological Measurement*, 2006
- Peter K. Jonason, Gregory D. Webster - *The Dirty Dozen: A Concise Measure of the Dark Triad*, 2010
- Marjan J. Gorgievski, Juan A Moriano, Arnold B. Bakker - *Relating Work Engagement and Workaholism to Entrepreneurial Performance*, 2014
- Dege Liu, Ting Zhu, Xiaojun Huang, Mansi Wang, and Man Huang - *Narcissism and Entrepreneurship: A Systematic Review and an Agenda for Future Research*, 2021
- Wenqing Wu, Hongxin Wang, Chundong Zheng, and Yenchun Jim Wu - *Effect of Narcissism, Psychopathy, and Machiavellianism on Entrepreneurial Intention—The Mediating of Entrepreneurial Self-Efficacy*, 2019
- Philipp Siegera, Marc Gruberb, Emmanuelle Fauchart, ThomasZellweger - *Measuring the social identity of entrepreneurs: scale development and international validation*, 2016
- Urs Baldegger and Steffen H. Schroeder, Marco R. Furtner - *The self-loving entrepreneur: dual narcissism and entrepreneurial intention*, 2017
- Peter Muris, Harald Merckelbach, Henry Otgaar, and Ewout Meijer - *The Malevolent Side of Human Nature: A Meta-Analysis and Critical Review of the Literature on the Dark Triad (Narcissism, Machiavellianism, and Psychopathy)*, 2017
- Adriano Schimmenti, Peter K Jonason, Alessia Passanisi, Alessia Maria Gervasi - *Exploring the Dark Side of Personality: Emotional Awareness, Empathy, and the Dark Triad Traits in an Italian Sample*, 2017
- Carlo Chiorri, Carlo Garofalo, Patrizia Velotti - *Does the Dark Triad Manifest Similarly in men and Women?Measurement Invariance of the Dirty Dozen across sex*, 2017
- Pruett M, Shinnar R, Toney B, Llopis F & Fox J - *Explaining entrepreneurial intentions of university students: a cross-cultural study*, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2009
- Yik Kiu Leung Ingmar Frank Roy Thurik Martijn Driessen Katsuyuki Kamei Olivier Torrès Ingrid Verheul - *Narcissism and entrepreneurship: Evidence from six datasets*
- Ben-Roy Do, Alaleh Dadvari - *The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University*, 2017

Giovanni Di Stefano and Maria Gaudino - *Differential Effects of Workaholism and Work Engagement on the Interference Between Life and Work Domains*, 2018

Zhao H & Seibert SE - *The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A metaanalytical review*, *Journal of Applied Psychology*, 2006

Lee K & Ashton MC - *Psychopathy, Machiavellianism, and Narcissism in the Five-Factor Model and the HEXACO model of personality structure*, *Personality and Individual Differences*, 2005

Franke, N., Luthje, C. – *Entrepreneurial intentions of business students – A benchmarking Study*, 2004

Matthias Kramer, Beate Cesinger, Dominik Schwarzingler, Petra Gelléri - *Investigating Entrepreneurs' Dark Personality: How Narcissism, Machiavellianism, and Psychopathy Relate to Entrepreneurial Intention*, 2010

Simona Leonelli, Federica Ceci, Francesca Masciarelli - *"I am apt to show off ": exploring the relationship between entrepreneurs' narcissism and start-up innovation*, 2019

8. Ringraziamenti

Per primi voglio ringraziare i miei genitori, che hanno saputo accompagnarmi in questi anni con tenerezza e serenità, lasciandomi libera di vivere al meglio il mio percorso universitario, senza ansie o preoccupazioni.

A te Mamma, la tua incondizionata positività è stata e sarà l'ancora migliore a cui aggrapparsi.

A te Pone, che con la tua sicurezza riesci a trasmettere sempre la giusta forza e determinazione.

Ovviamente un grazie enorme va alle mie sorelle, alle mie compagne di vita che rendono più emozionante ogni traguardo raggiunto.

A te Pata, e alla tua dialettica, a cui mi sarei dovuta ispirare sicuramente di più.

A te Pol, e alla tua capacità di scrittura e sintesi, a cui mi sarei dovuta ispirare anche questa volta.

Sarà per la prossima.

Un ringraziamento va agli amici di sempre:

Issa, la mia sostenitrice numero uno, sempre presente, con cui ho vissuto ogni singolo momento di questo percorso, condividendo tutto. Pure le lauree. Due volte.

A Edo, che forse più di tutti può comprendere la gioia nel portare a termine quest'esperienza. Con la tua ironia e quella dolcezza che nascondi, hai sicuramente reso ogni passo di quest'avventura un po' meno pesante.

Agli Amitici, dal primo all'ultimo – Albi, Ale, Ari, Bud, Chiaretta, Fede, Fra, Giò, Giulietta, Isa, Luca, Mari, Obi, Robi, Ste, Ste, Tini, Zoppi – siete stati e sarete la migliore compagnia con cui crescere.

A tutti gli amici che ho incontrato durante il percorso universitario, dai CiStraSta ai Cinghiali, ottimi compagni di avventura.

A Enrico e Giulia, che mi hanno accompagnato in questo interminabile ultimo capitolo universitario.

A te Dani che sei riuscito a stare al passo con tutto il caos che mi contraddistingue, aiutandomi e sostenendomi nel modo migliore che potessi aspettarmi.