

**L'EMPRENEDORIA FEMENINA A LA
COMARCA D'OSONA**

EL CAS DE LES DONES IMMIGRADES

Anna Pérez - Quintana

Grup de Recerca Emprèn

UVIC Universitat de Vic
Facultat d'Empresa
i Comunicació

L'emprenedoria femenina a la comarca d'Osona. El cas de les dones immigrades.

Autora: Anna Pérez-Quintana (anna.perez@uvic.cat)

Novembre 2007

Expedient: U-50/06

Índex abreujat

- 0. Agraïments**
- 1. Introducció**
- 2. Descripció quantitativa**
 - 2.1. La població**
 - 2.2. La població immigrant**
 - 2.3. L'emprenedoria femenina**
 - 2.4. L'emprenedoria femenina immigrant**
 - 2.5. Conclusions de la descripció quantitativa**
- 3. Els organismes municipals compromesos en la promoció de l'emprenedoria a Osona**
 - 3.1. La promoció pública i privada de l'emprenedoria**
 - 3.2. La visió dels serveis municipals de promoció econòmica de l'emprenedoria femenina, autòctona i immigrant**
- 4. Estudi qualitatiu de l'emprenedoria femenina a Osona**
 - 4.1. Descripció de les emprenedores**
 - 4.2. Descripció de les empreses**
 - 4.3. Els processos de creació i posada en marxa dels negocis**
- 5. Estudi qualitatiu de l'emprenedoria femenina immigrant a Osona**
 - 5.1. Descripció de les emprenedores immigrants**
 - 5.2. Descripció de les empreses creades per estrangeres**
 - 5.3. Els processos de creació i posada en marxa dels negocis ètnics**
- 6. Conclusions de l'estudi qualitatiu**
- 7. Bibliografia**
- 8. Annexos**

Índex detallat

Agraïments.....	10
1. Introducció.....	11
2. Descripció quantitativa.....	14
2.1 La població	14
2.1.1 Nombre d'habitants	14
2.1.2 Població, per sexes	14
2.1.3 Creixement de la població 2001-2006, per sexes	15
2.2 La població immigrant.....	16
2.2.1 Població autòctona i immigrant el 2001.....	16
2.2.2 Població autòctona i immigrant el 2006.....	17
2.2.3 Creixement de població autòctona i immigrant en el període 2001-2006	18
2.2.4 Població autòctona i immigrant el 2001, per sexes	18
2.2.5 Població autòctona i immigrant el 2006, per sexes	19
2.2.6 Població immigrant el 2001, per sexes	19
2.2.7 Població immigrant el 2006, per sexes	20
2.2.8 Població immigrant el 2001, per sexes i per edats	21
2.2.9 Població immigrant el 2006, per sexes i per edats	25
2.2.10 Creixement de població immigrant per al període 2001-2006, per sexes i per edats	29
2.2.11 Població immigrant el 2001, per sexes i per continent de procedència	32
2.2.12 Població immigrant el 2006, per sexes i per continent de procedència	35
2.2.13 Creixement de població immigrant en el període 2001-2006, per sexes i per continent de procedència	38
2.2.14 Població immigrant el 2001, per sexes i per país de procedència	41
2.2.15 Població immigrant el 2006, per sexes i per país de procedència	43
2.2.16 Creixement de població immigrant en el període 2001-2006, per sexes i per països de procedència	44
2.3 L'emprenedoria femenina	47
2.3.1 Taxa d'emprenedoria respecte del total de població, per sexes	47
2.3.2 Taxa d'emprenedoria femenina respecte del total d'emprenedors	47
2.3.3 Taxa d'emprenedoria femenina sobre població ocupada femenina	48
2.3.4 Emprenedoria femenina a Catalunya, per comarques. Ubicació d'Osona a la classificació.....	48
2.3.5 Emprenedoria femenina a Osona, per municipis.....	51
2.3.6 Tipus d'empreses creades per dones a Osona, comarques de Barcelona i Catalunya.....	53
2.3.7 Tipus d'empreses creades per dones a Osona, per municipis...	53

2.3.8	Nombre d'empresàries, per edats	55
2.3.9	Tipus d'empresàries, per edats	56
2.3.10	Sectors d'activitat de l'emprenedoria femenina.....	58
2.3.11	Tipus d'empreses creades per dones, per branques d'activitat.	62
2.4	L'emprenedoria immigrant femenina	65
2.4.1	Taxa d'emprenedoria immigrant respecte del total de població, per sexes.....	65
2.4.2	Taxa d'emprenedoria femenina immigrant respecte del total d'emprenedors	66
2.4.3	Taxa d'emprenedoria femenina immigrant respecte del total d'emprenedores	66
2.4.4	Taxa d'emprenedoria immigrant femenina sobre la població ocupada femenina.....	66
2.4.5	Emprenedoria immigrant femenina a Catalunya, per comarques. Ubicació d'Osona a la classificació.....	67
2.4.6	Emprenedoria immigrant femenina a Osona, per municipis.....	68
2.4.7	Tipus d'empreses creades per dones immigrants a Osona, comarques de Barcelona i Catalunya.....	70
2.4.8	Tipus d'empreses creades per dones immigrants a Osona, per municipis	71
2.4.9	Nombre d'emprenedores immigrants, per edats	72
2.4.10	Nombre d'emprenedores immigrants segons continent de procedència	73
2.4.11	Nombre d'emprenedores immigrants, per edats i continent de procedència	77
2.4.12	Tipus d'emprenedores immigrants, per edats	78
2.4.13	Tipus d'emprenedores immigrants segons continent de procedència	81
2.4.14	Tipus d'emprenedores immigrants, per edats i continent de procedència	82
2.4.15	Nombre d'emprenedores immigrants segons país de procedència	88
2.4.16	Nombre d'emprenedores immigrants per edats i país de procedència	90
2.4.17	Tipus d'emprenedores immigrants segons país de procedència	94
2.4.18	Sectors d'activitat de l'emprenedoria femenina immigrant	95
2.4.19	Sectors d'activitat de l'emprenedoria femenina immigrant, per continent de procedència.....	101
2.5	Conclusions de la descripció quantitativa	105
3	Els organismes municipals compromesos en la promoció de l'emprenedoria a Osona	113
3.1	La promoció pública i privada de l'emprenedoria a Osona	113
3.1.1	Antiguitat dels SMPE.....	118
3.1.2	Nombre de tècnics de què disposa el servei per a l'assessorament d'emprenedors	118
3.1.3	Elaboració i publicació d'informes on es reculli l'activitat anual realitzada per l'SMPE	118

3.1.4	Nivell de comunicació i coordinació entre els diversos SMPE d'Osona	119
3.1.5	Serveis prestats pels SMPE	119
3.1.6	Iniciatives endegades dels SMPE per promocionar l'emprenedoria o autoocupació	120
3.1.7	Ajuts i subvencions existents per a les empreses de nova creació	121
3.1.8	Fonts de finançament de què disposen els usuaris dels SMPE per endegar el seu negoci	124
3.1.9	Opinió sobre les limitacions dels SMPE a l'hora de prestar els serveis	125
3.1.10	Índex de supervivència de les empreses que han passat pels SMPE	125
3.1.11	Iniciatives empresarials aparegudes gràcies a la grossa de loteria de Nadal de 2005	126
3.2	Visió dels serveis municipals de promoció econòmica d'Osona de l'emprenedoria femenina, autòctona i immigrada	127
3.2.1	Ajuts públics específics per a empreses creades per dones ...	127
3.2.2	Iniciatives dels SMPE adreçades a promoure l'emprenedoria femenina	127
3.2.3	Opinió sobre la necessitat de polítiques específiques per a promoure l'emprenedoria femenina	128
3.2.4	Perfil de les usuàries dels SMPE en comparació als usuaris ...	128
3.2.5	Diferències per sexes pel que fa a la font de finançament emprada per al projecte de negoci	129
3.2.6	Casos d'usuàries dels SMPE que hagin optat per sectors d'activitat típicament masculins	130
3.2.7	Perfil de les usuàries immigrants dels SMPE en comparació a les autòctones	130
3.2.8	Altres dificultats afegides per a les dones immigrants respecte de les autòctones a l'hora d'engegar el seu negoci	131
3.2.9	Tipus de producte i tipus de mercat de les emprenedores immigrants	132
3.2.10	Grau d'utilització dels SMPE per part de les emprenedores immigrants	135
3.2.11	Diferències entre els ajuts públics a la creació d'empreses oferts a autòctons i a immigrants	136
4	Estudi qualitatiu de l'emprenedoria femenina a Osona	137
4.1	Descripció de les emprenedores	138
	Edat	138
	Nivell d'estudis	138
	Estat civil	139
	Nombre de fills	139
	Municipis de residència	139
4.2	Descripció de les empreses	141
	Any de creació	141
	Forma jurídica	141

Nombre de socis	142
Càrrec que ocupen a l'empresa.....	143
Municipi on s'ubica el negoci	143
Sector econòmic de l'activitat	144
Àmbit territorial del mercat	146
Nombre de treballadors.....	146
Necessitats futures d'ampliació de personal	147
Volum anual de facturació	147
Perspectives de creixement.....	148
Internacionalització	149
Grau d'innovació del producte o servei.....	151
Incorporació de noves tecnologies a la gestió	151
4.3 Els processos de creació i posada en marxa dels negocis	157
Passat emprenedor o assalariat.....	157
Entorn familiar emprenedor	158
Motivacions per a emprendre	159
Grau de satisfacció.....	160
Fonts de finançament.....	162
Endeutament	164
Inversió inicial.....	165
Ajuts, subvencions financeres i subvencions a fons perdut.....	166
Accés als serveis municipals d'assessorament a emprenedors	168
Prestacions rebudes dels SMPE i valoració.....	170
Acompanyament durant el primer any i principals dificultats.....	171
Elaboració del Pla d'Empresa.....	171
Principals dificultats en la creació de l'empresa	173
Principals dificultats en l'engegada de l'empresa	173
Factors que expliquen la supervivència o l'èxit de l'empresa.....	174
5 Estudi qualitatiu de l'emprenedoria femenina immigrant a Osona.....	175
5.1 Descripció de les emprenedores immigrades	175
Nacionalitat	175
Edat.....	176
Any d'arribada a Osona o a Espanya.....	177
Nivell d'estudis	177
Estat civil	178
Nombre de fills.....	179
Municipis de residència	179
Llengua materna	180
Domini del català i castellà parlats. Necessitat per al negoci.....	180

5.2	Descripció de les empreses creades per estrangeres.....	182
	Any de creació	182
	Forma jurídica	182
	Nombre de socis	183
	Càrrec que ocupen a l'empresa.....	184
	Negoci familiar o Individual	184
	Municipi on s'ubica el negoci	185
	Sector econòmic de l'activitat	186
	Àmbit territorial del mercat	188
	Tipus de producte i tipus de mercat	188
	Nombre de treballadors.....	191
	Necessitats futures d'ampliació de personal	193
	Volum anual de facturació	193
	Perspectives de creixement.....	194
	Internacionalització	195
	Grau d'innovació del producte o servei.....	197
	Incorporació de noves tecnologies a la gestió	198
5.3	Els processos de creació i posada en marxa dels negocis ètnics..	208
	Ocupació en el país d'origen	208
	Passat emprenedor o assalariat.....	209
	Entorn familiar emprenedor	210
	Motivacions per a emprendre	211
	Grau de satisfacció.....	213
	Fonts de finançament.....	215
	Endeutament	217
	Inversió inicial.....	218
	Ajuts, subvencions financeres i subvencions a fons perdut.....	218
	Accés als serveis municipals d'assessorament a emprenedors	220
	Prestacions rebudes dels SMPE i valoració.....	223
	Acompanyament durant el primer any i principals dificultats	225
	Elaboració del Pla d'Empresa.....	225
	Principals dificultats en la creació de l'empresa	227
	Principals dificultats en l'engegada de l'empresa	228
	Factors que expliquen la supervivència o èxit de l'empresa	229
	Grau de complexitat de la legislació espanyola	229
	Altres diferències entre país d'origen i país d'acollida en el procés de creació de l'empresa	230
	Associacions de compatriotes	232
6	Conclusions de l'estudi qualitatiu	233

7	Bibliografia	244
8	Annexos	246
8.1	Qüestionari als SMPE	246
8.2	Qüestionari a les emprenedores.....	251

Agraïments

Aquest estudi ha estat realitzat gràcies a un ajut de l'Institut Català de les Dones. Manifesto aquí el meu agraïment, que vull fer extensiu a totes les persones que han col·laborat en l'elaboració del treball i a les que m'han assessorat i m'han donat el seu suport.

En primer lloc vull destacar la feina realitzada pels membres de l'equip, Joan Ubach (entrevistador) i Cristina Seuva (becària), que han treballat amb dedicació i professionalitat.

En segon lloc, vull recordar les protagonistes de l'estudi: d'una banda, les emprenedores d'Osona que hi han participat, responent el qüestionari que els varem passar; de l'altra, el personal de les oficines o serveis municipals de promoció econòmica de la comarca, que ens ha dedicat una part del seu temps i ens ha facilitat les informacions sol·licitades.

En tercer lloc, he d'esmentar amb especial significació la Dra. Manuela Bosch i la Dra. Alejandra Aramayo, autèntiques incitadores de la present recerca. També voldria destacar el constant i oportú assessorament tècnic realitzat pel Dr. Joan Carles Martori, sense el qual la tasca hauria molt més difícil, així com la revisió final que ha dut a terme el Dr. Rafa Madariaga.

També he de remarcar els serveis prestats per l'Institut Català d'Estadística (IDESCAT) i les col·laboracions puntuals de Sílvia Cordoní i Judit Montal (Consell Comarcal d'Osona), Llum Ureña, Anna Mates (Fundació Eduard Soler de Ripoll), Dr. César Duch, Ignasi Coll i Sara Puigví (professors de la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic), així com els de la resta de professorat i personal d'administració i serveis d'aquesta Universitat que han col·laborat en la recerca d'emprenedores a entrevistar. Vull tenir també un reconeixement a Joan Vera i Carme Roquer, membres de *Veus diverses* (col·lectiu centrat en la integració de la població immigrada a Osona) per les seves orientacions i comentaris en el present treball de recerca.

Finalment, he d'agrair la comprensió que ha demostrat la meua família, ja que aquesta recerca ha estat realitzada, en bona part, durant el temps que li correspon. A ella dedico aquest treball.

A totes aquestes persones i institucions, moltes gràcies.

1. Introducció

L'estudi que es presenta a continuació tracta sobre l'emprenedoria femenina a la comarca d'Osona i analitza, d'una banda, el col·lectiu de dones emprenedores en general i, de l'altra, les emprenedores immigrades en particular.

El treball té dues parts clarament diferenciades: la primera (capítol 2) fa una anàlisi quantitativa de:

- Població
- Població immigrant
- Emprenedoria femenina
- Emprenedoria femenina immigrant

i compara, en cadascuna d'aquestes qüestions, la situació a la comarca d'Osona amb la que es produeix a Catalunya.

La segona part de l'estudi, qualitativa, descriu diversos aspectes dels agents implicats en el fenomen de l'emprenedoria femenina a Osona; aquests agents són els serveis municipals de promoció econòmica (SMPE), així com les mateixes emprenedores (tant autòctones com immigrades). Pel que fa a aquest col·lectiu, hem volgut:

- a) analitzar les principals dificultats amb què es troben les emprenedores a l'hora de crear i engegar els seus negocis, estudiant si hi ha algun tipus de problemàtica específica per al col·lectiu immigrant. També es tracta detalladament la qüestió del finançament del projecte d'autoempresa.
- b) analitzar els factors que fan sobreviure les empreses que han posat en marxa les autòctones, subratllant les diferències amb les de les dones immigrades.
- c) descriure i quantificar la qualitat percebuda per les usuàries dels serveis municipals de promoció econòmica (SMPE) d'Osona.

Per realitzar la part quantitativa de l'estudi, s'han consultat diverses fonts. Els apartats corresponents a població i immigració s'han elaborat en base al padró continu de població de 2006, dades que s'han comparat amb les del Cens de població de 2001, per tal d'observar-ne l'evolució.

Pel que fa als apartats referits a l'emprenedoria femenina —autòctona i immigrada—, s'ha consultat el Cens de 2001 ja que és l'única font estadística que ens ofereix les xifres referides a la població, classificada segons la situació professional, per sexes i per comarques catalanes. Totes aquestes informacions han estat creuades amb diverses variables, com ara l'edat, els municipis, el tipus d'empreses (empresàries amb treballadors, sense treballadors i les qui són membres de cooperatives), els sectors i les branques d'activitat, així com el continent i el país de procedència.

Malauradament, al nostre país no disposem de cap altra possibilitat d'aconseguir dades més recents sobre aquest col·lectiu, segregades per

comarques. La resta de fonts estadístiques ofereixen una visió parcial o bé no diferencien per sexes: en aquest sentit, els ajuntaments compten amb la informació referida als permisos d'activitat que han concedit (però no inclouen totes les empreses que es creen, sinó únicament les que requereixen un local de negoci); altres institucions, com ara el Ministeri d'Economia i Hisenda o la Tresoreria General de la Seguretat Social, no distingeixen les informacions per sexes (aquest és el cas del imprès d'alta censal que cal complimentar a les delegacions d'Hisenda en crear una empresa). D'altra banda, les dades referides als empresaris autònoms estan disponibles (per sexe i per procedència), però no abasten tot el col·lectiu de l'empresariat.

Així, doncs, des de la certesa que el fenomen de l'emprenedoria femenina, i especialment l'immigrada, ha crescut de manera destacada en els darrers cinc anys (perquè així ho ha fet la població estrangera al nostre país), hem hagut de referir-nos a les dades estadístiques corresponents a 2001, any en què es va realitzar el darrer Cens de població.

Per realitzar la part qualitativa del present treball de recerca, i com ja hem comentat amb anterioritat, s'ha pres contacte amb dos col·lectius diferenciats:

- Els serveis municipals de promoció econòmica (SMPE) que operen a la comarca d'Osona, autèntics elements dinamitzadors de l'emprenedoria des de la iniciativa pública.
- Les dones emprenedores d'Osona: en concret s'han entrevistat 32 emprenedores, la meitat de les quals són autòctones i l'altra meitat, immigrades.

Als dos col·lectius descrits els hem realitzat entrevistes en profunditat. Pel que fa als SMPE, hem analitzat l'actitud o sensibilitat que tenen cap al col·lectiu objecte d'estudi, així com les iniciatives engegades des de l'àmbit municipal per tal de promoure l'esperit emprenedor de les osonenques (capítol 3).

Pel que fa a les emprenedores —autòctones i immigrades— es tracta de visualitzar les experiències que han viscut en el procés de creació de l'empresa, mitjançant la informació sol·licitada en els qüestionaris. Per a l'estudi s'han emprat qüestionaris diversos, valoratius, oberts i diferencials, de suficiència documental, amb l'objectiu d'aprofundir en la descripció d'aquestes dones, de les seves empreses i dels processos de creació i posada en marxa dels negocis que han engegat, per acabar comparant els trets d'aquests dos grups i destacant-ne les diferències. Tanmateix, s'ha donat una atenció especial a l'aprofundiment de la valoració que fan les emprenedores que han rebut l'assessorament dels SMPE. En el capítol 4 s'han analitzat les respostes donades per totes les emprenedores entrevistades, mentre que en el capítol 5 hem procedit a la comparació entre les respostes donades per autòctones i immigrades.

La motivació que ha empès aquest estudi respon al convenciment que l'emprenedoria femenina requereix una anàlisi específica i separada de l'emprenedoria com a fenomen global, ja que es caracteritza per uns trets diferenciats: és evident que hi ha més homes emprenedors que no pas dones (les proporcions el 2001 per a Catalunya varen ser 70%-30%, respectivament¹) i que, en general, el tipus d'emprenedoria masculina (d'oportunitat) difereix clarament de la femenina (de necessitat).

1. IDESCAT. Cens de població de 2001.

També és cert que es produeix el que podríem anomenar «emprenedoria femenina encoberta»: moltes dones constitueixen el pal de paller dels negocis familiars, però no en són les titulars. Com que aquest fenomen és impossible de quantificar, ens centrarem en les dones que han engegat un negoci i en són les propietàries o copropietàries.

D'altra banda, cal destacar la innovació que suposa analitzar aquesta qüestió a la comarca d'Osona, on encara no s'havia dut a terme cap recerca d'aquest tipus.

Pel que fa a la part de l'estudi referida a les emprenedores ètniques, cal tenir presents determinats aspectes per justificar-ne la inclusió:

1. L'augment de població immigrant esdevingut a Osona en els darrers anys.
2. El tarannà emprenedor dels estrangers i estrangeres (el fet de deixar el propi país i començar una vida nova al primer món ja denota un esperit emprenedor).
3. La diferència entre autòctones i immigrades a l'hora d'emprendre un negoci.
4. Contrastar amb els SMPE (serveis municipals de promoció econòmica) les informacions malintencionades sobre l'accés dels immigrants als ajuts a la creació de noves empreses.

L'autora del treball és professora del Departament d'Empresa de la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic, així com membre del Grup de Recerca Emprèn (<<http://www.uvic.cat/fec/recerca/ca/empren/inici.html>>) de la mateixa universitat. L'estudi s'emmarca dins l'àmbit d'Emprenedoria i Societat del citat grup de recerca.

Cal afegir que la investigació s'ha dut a terme gràcies a un ajut concedit per l'Institut Català de les Dones de la Generalitat de Catalunya,² i que ha estat seleccionat per participar en el projecte europeu *Women in local development* (<<http://www.qec-eran.org/>>).

La recerca que aquí es presenta ha estat realitzada entre els mesos de setembre de 2006 i novembre de 2007. Les entrevistes als SMPE i a les emprenedores s'han realitzat durant els mesos de maig i juny de 2007.

2. Dins la convocatòria per a la concessió de subvencions a universitats públiques o privades corresponent als anys 2006-2007.

2. Descripció quantitativa

En la primera part de l'estudi realitzarem una anàlisi quantitativa de les següents qüestions: població, empenedoria femenina, població immigrant i empenedoria femenina immigrant. Cal afegir que tota aquesta anàlisi es du a terme per a dos àmbits territorials diferents: la comarca d'Osona i Catalunya, amb les corresponents comparacions.

2.1 La població

2.1.1 Nombre d'habitants

La població de la comarca d'Osona l'any 2006 era de 145.790 persones, que representen el 2% del total de la població catalana:

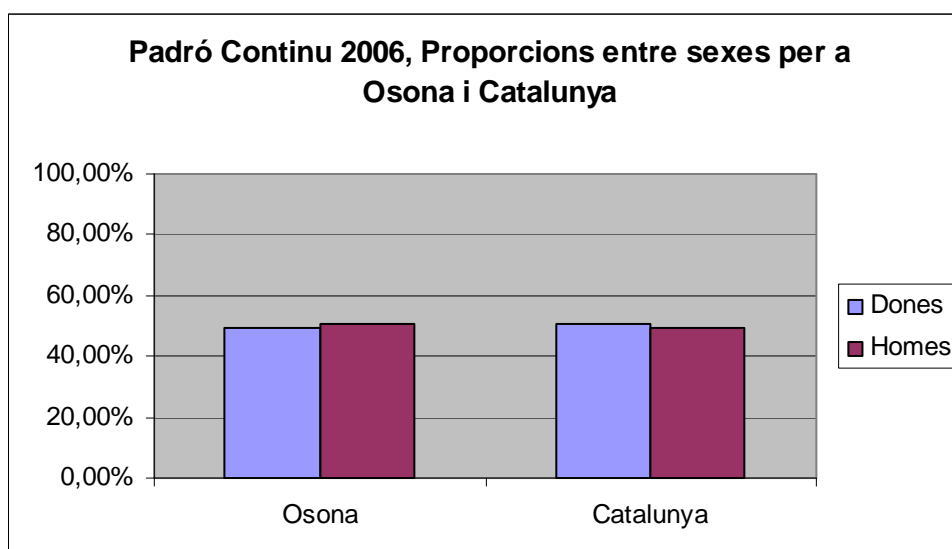
Població, 2006	Dones		Homes		Total
Osona	72.262	49,57%	73.528	50,43%	145.790
Catalunya	3.590.991	50,33%	3.543.706	49,67%	7.134.697

Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006



2.1.2 Població, per sexes

Les proporcions en què es divideix la població osonenca entre dones i homes són força equitatives i també similars a les de tot Catalunya:



Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006

2.1.3 Creixement de la població 2001-2006, per sexes

Mentre que a Osona el 2001 hi havia més dones que homes, el 2006 la majoria s'inverteix, tot i que els dos grups se situen al voltant del 50% de la població.

Pel que fa a Catalunya, durant el període d'anys analitzat sempre hi ha hagut més dones que homes, malgrat que el 2006 el diferencial es redueix i els homes guanyen pes:

Població	2001				2006			
	Osona		Catalunya		Osona		Catalunya	
Dones	65.153	50,33%	3.246.029	51,03%	72.262	49,57%	3.590.991	50,33%
Homes	64.302	49,67%	3.115.336	48,97%	73.528	50,43%	3.543.706	49,67%
Total	129.455	100,00%	6.361.365	100,00%	145.790	100,00%	7.134.697	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001 i Padró Continu de 2006

En la comparació entre Osona i Catalunya pel que fa al creixement de la població entre 2001 i 2006, s'observa que l'impacte ha estat molt similar en els dos àmbits territorials, ja que hi ha hagut un increment de població del 12%: a Osona el creixement ha estat del 12,61%, lleugerament superior al 12,15% corresponent a tot Catalunya.

Creixement població, 2001/2006	Dones	Homes	Total
Osona	10,91%	14,35%	12,61%
Catalunya	10,63%	13,75%	12,15%

El mateix es pot afirmar del repartiment de la població entre dones i homes: durant el període 2001-2006 no hi ha hagut canvis substancials en les proporcions que representen cada un dels dos gèneres sobre la població total. En tot cas, cal posar en relleu l'increment de població masculina a Osona en l'interval dels anys 2001-2006, que ha estat del 14,35%. A nivell català també és superior el creixement de la població masculina, però es tracta de xifres que no fan alterar les distribucions: el 2006 continua havent-hi més dones que homes.

2.2 La població immigrant

El fenomen de la immigració ha arribat al territori espanyol més tard que a d'altres països europeus però, quan ho ha fet, ha tingut la característica de ser un procés ràpid i intens. En pocs anys hem passat de ser un país d'emigrants a ser-ne un que acull immigrants dins les seves fronteres.

Cal tenir present, d'altra banda, el procés de regularització de població estrangera que es va produir a l'Estat espanyol entre els mesos de març i juny de 2005: «L'any 2006 va ser l'any immediatament posterior al procés de regularització desenvolupat el 2005, el més gran dels que s'han produït a l'Estat espanyol.»³

Pel que fa a Catalunya, aquest fenomen s'ha produït de manera més intensa que a la resta de l'Estat: «Catalunya, amb 966.004 ciutadans de nacionalitat estrangera, és a dir, el 13,4% d'un total de 7.197.174 habitants, és la comunitat autònoma amb més població estrangera empadronada a 1 de gener de 2007 (dades provisionals del INE). De fet, el 21,6% de tota la població estrangera resident a Espanya viu a Catalunya.»⁴

Tenint en compte que els índexs de població immigrada a la comarca són força similars als de tot el territori català —com tot seguit comprovarem—, queda clarament justificada l'anàlisi comparativa de l'emprenedoria immigrant femenina entre Osona i Catalunya, que tractarem en el següent apartat.

2.2.1 Població autòctona i immigrant el 2001

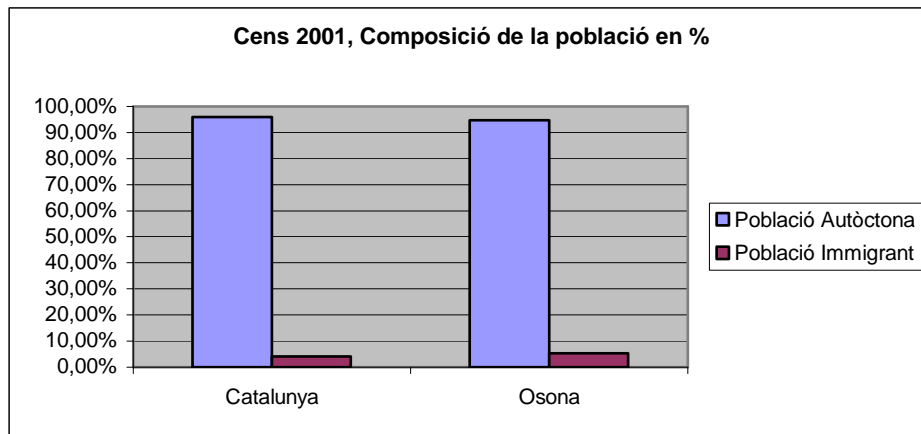
Cens de població, 2001: Població autòctona i immigrant				
	Catalunya		Osona	
Nacionalitat Espanyola	6.104.045	95,95%	122.558	94,67%
Nacionalitat Estrangera	257.320	4,05%	6.897	5,33%
Total	6.361.365	100,00%	129.455	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Com es pot observar, l'any 2001 la comarca d'Osona havia rebut un punt percentual més de població immigrant (5,33%) que el conjunt de Catalunya (4,05%).

3. M. PAJARES (2007) «La inserció laboral de la població immigrada». Dins: *L'estat de la immigració a Catalunya. Anuari 2006*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill.

4. GIL I DOMINGO (2007). «Estructura i dinàmica demogràfica de la població estrangera a Catalunya: canvis recents». Dins: *L'estat de la immigració a Catalunya. Anuari 2006*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill.

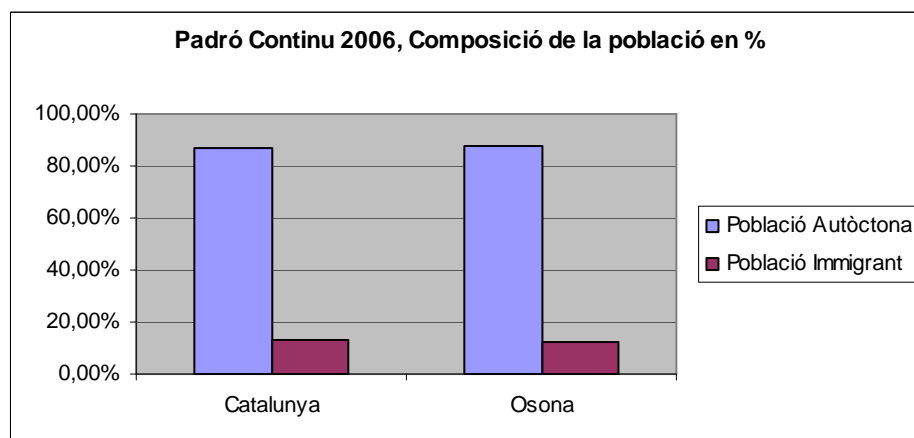


2.2.2 Població autòctona i immigrant el 2006

El 2006 el percentatge de població immigrada sobre el total augmenta considerablement: passa del 4-5% al 12,7% (aquest fenomen succeeix tant a la comarca d'Osona com en el conjunt de Catalunya). Pel que fa a la proporció que aquesta població representa dels totals respectius, constatem que Osona (12,69%) s'equipara a Catalunya (12,82%).

Padró Continu, 2006: Població autòctona i immigrant				
	Catalunya		Osona	
Nacionalitat Espanyola	6.220.940	87,19%	127.286	87,31%
Nacionalitat Estrangera	913.757	12,82%	18.504	12,69%
Total	7.134.697	100,00%	145.790	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006



2.2.3 Creixement de població autòctona i immigrant en el període 2001-2006

En el període 2001-2006, el percentatge de creixement de població autòctona a Osona (3,86%) és el doble del percentatge català (1,92%).

Pel que fa a la població estrangera, destaca el creixement superior que s'ha produït a Catalunya (increment del 255,11%) en comparació al que hi ha hagut a Osona (168,29%).

Δ 2001-2006	Catalunya	Osona
Nacionalitat Espanyola	1,92%	3,86%
Nacionalitat Estrangera	255,11%	168,29%

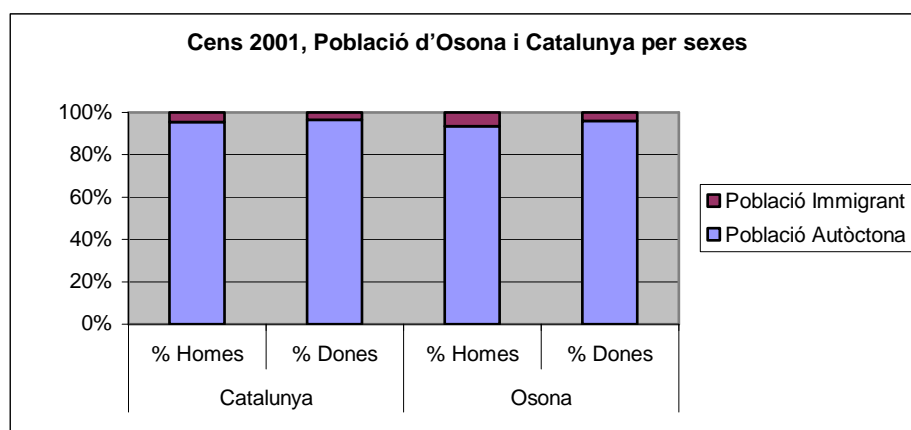
2.2.4 Població autòctona i immigrant el 2001, per sexes

El 2001 tant a Osona com a Catalunya el percentatge de població immigrada masculina era superior al de la femenina (a Catalunya un 4,5% de la població total d'homes i un 3,61% de la població total de dones; a Osona un 6,63% d'homes i un 4,04% de dones).

D'altra banda, comparant les xifres percentuals de l'any 2001 entre Osona i Catalunya es constata que és superior el diferencial de població masculina immigrant (6,63%-4,5%) que el de la femenina (4,04%-3,61%). Amb altres paraules, a Osona els homes immigrants tenen un major pes sobre el total d'homes que a Catalunya, és a dir hi ha major masculinització de la immigració.

Cens població 2001: Població autòctona i immigrant, per sexes								
	Catalunya				Osona			
	Homes		Dones		Homes		Dones	
Nacionalitat Espanyola	2.975.057	95,50%	3.128.988	96,39%	60.038	93,37%	62.520	95,96%
Nacionalitat Estrangera	140.279	4,5%	117.041	3,61%	4.264	6,63%	2.633	4,04%
Total	3.115.336	100,00%	3.246.029	100,00%	64.302	100,00%	65.153	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



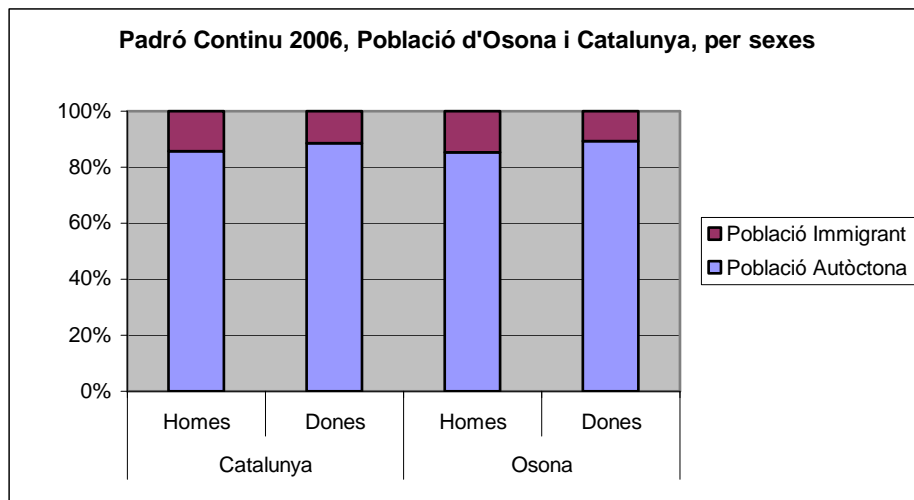
2.2.5 Població autòctona i immigrant el 2006, per sexes

El 2006 tant a Osona com a Catalunya el percentatge de població immigrada masculina continuava sent superior al de la femenina (a Catalunya un 14,25% de la població total d'homes i un 11,39% de la població total de dones; a Osona un 14,62% d'homes i un 10,73% de dones).

D'altra banda, comparant novament les xifres percentuals en aquest cas de l'any 2006 entre Osona i Catalunya, es constata que el percentatge que representa la població immigrant masculina sobre el total d'homes a Osona (14,62%) és superior al de Catalunya (14,25%), però aquesta diferència ha perdut força respecte de la que hi havia el 2001. En canvi, el percentatge que representa la població immigrant femenina sobre el total de dones a Osona (10,73%) és inferior al de Catalunya (11,39%), fet que no succeïa el 2001.

Padró continu 2006: Població autòctona i immigrant, per sexes								
	Catalunya				Osona			
	Homes		Dones		Homes		Dones	
Nacionalitat Espanyola	3.038.848	85,75%	3.182.092	88,61%	62.780	85,38%	64.506	89,27%
Nacionalitat Estrangera	504.858	14,25%	408.899	11,39%	10.748	14,62%	7.756	10,73%
Total	3.543.706	100,00%	3.590.991	100,00%	73.528	100,00%	72.262	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població del 2006

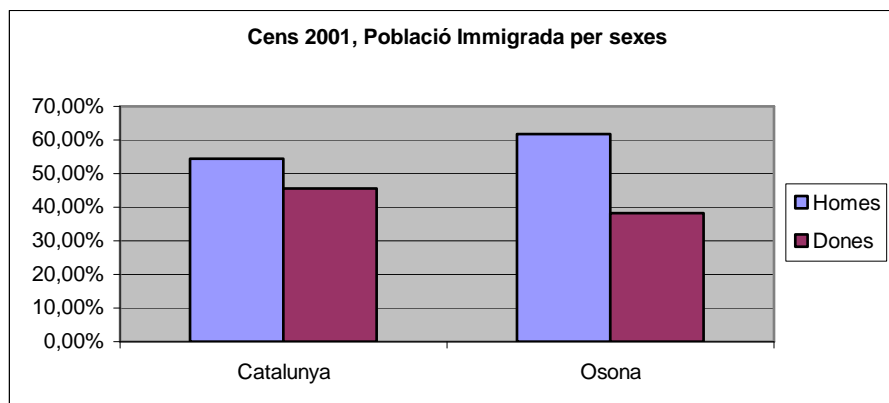


2.2.6 Població immigrant el 2001, per sexes

El 2001 veiem que l'impacte de la immigració masculina a Osona era superior que a Catalunya, en relació a l'arribada de dones immigrants. És el que en el punt anterior hem denominat major masculinització de la immigració osonenca en relació a la catalana.

2001, Estrangers	Catalunya		Osona	
Homes	140.279	54,52%	4.264	61,82%
Dones	117.041	45,48%	2.633	38,18%
Total	257.320	100,00%	6.897	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

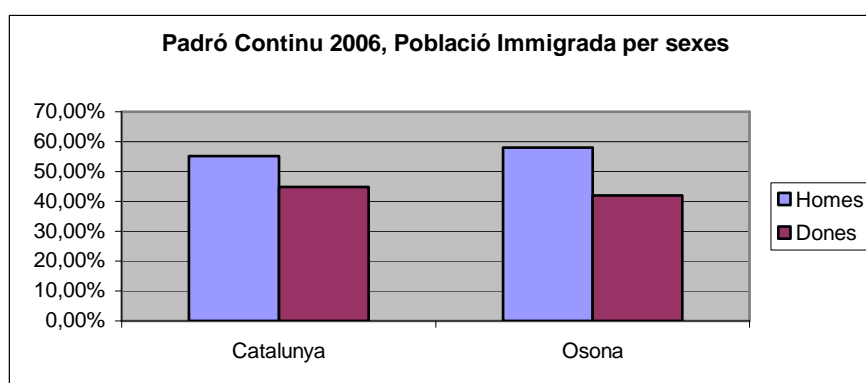


2.2.7 Població immigrant el 2006, per sexes

El 2006 veiem que l'impacte de la immigració masculina a Osona continua sent superior que a Catalunya, en relació a l'arribada de dones immigrants, tot i que les diferències entre sexes s'han suavitzat.

2006, Estrangers	Catalunya		Osona	
Homes	504.858	55,25%	10.748	58,08%
Dones	408.899	44,75%	7.756	41,92%
Total	913.757	100,00%	18.504	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006



Així, doncs, en el conjunt català les proporcions entre homes i dones immigrants entre el 2001 i el 2006 són idèntiques. En canvi, a la comarca d'Osona veiem que el 2006 la distribució de població immigrant per sexes s'equilibra: el percentatge de dones sobre el total d'immigrants augmenta 3,7 punts respecte del que representaven el 2001.

Estrangers	2001		2006	
	Catalunya	Osona	Catalunya	Osona
% Homes	55%	62%	55%	58%
% Dones	45%	38%	45%	42%
Total	100%	100%	100%	100%

Aquest fet es justifica, com veurem més endavant, per l'elevada arribada de dones sud-americanes als dos àmbits territorials.

En el següent quadre referit als increments d'immigrants per sexes, es detecta aquesta «recuperació» en participació de població immigrant femenina a Osona (un increment del 194% enfront de l'increment masculí del 152%):

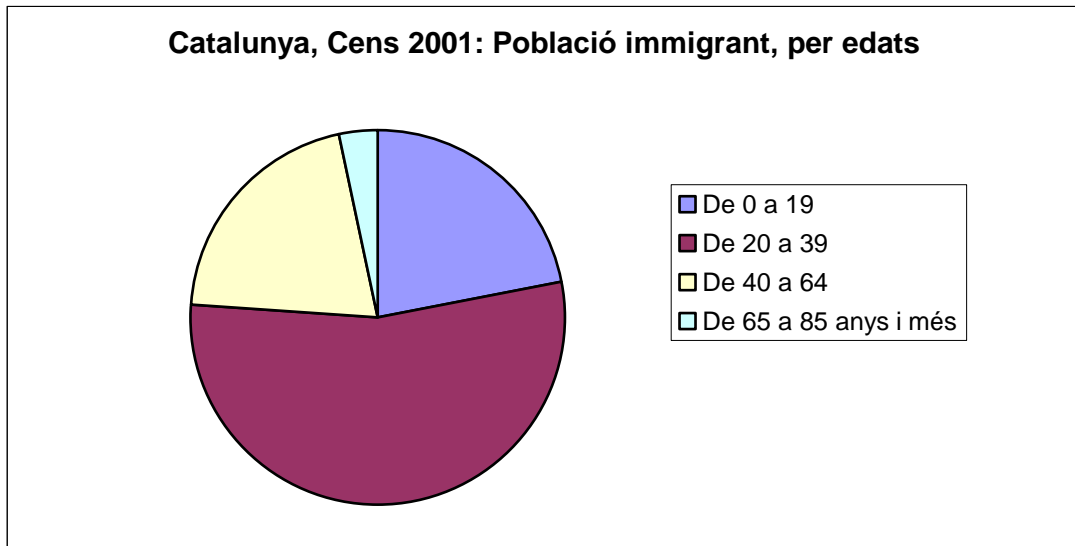
Estrangers, Δ 2001/2006	Catalunya	Osona
Homes	259,9%	152,0%
Dones	249,4%	194,6%

2.2.8 Població immigrant el 2001, per sexes i per edats

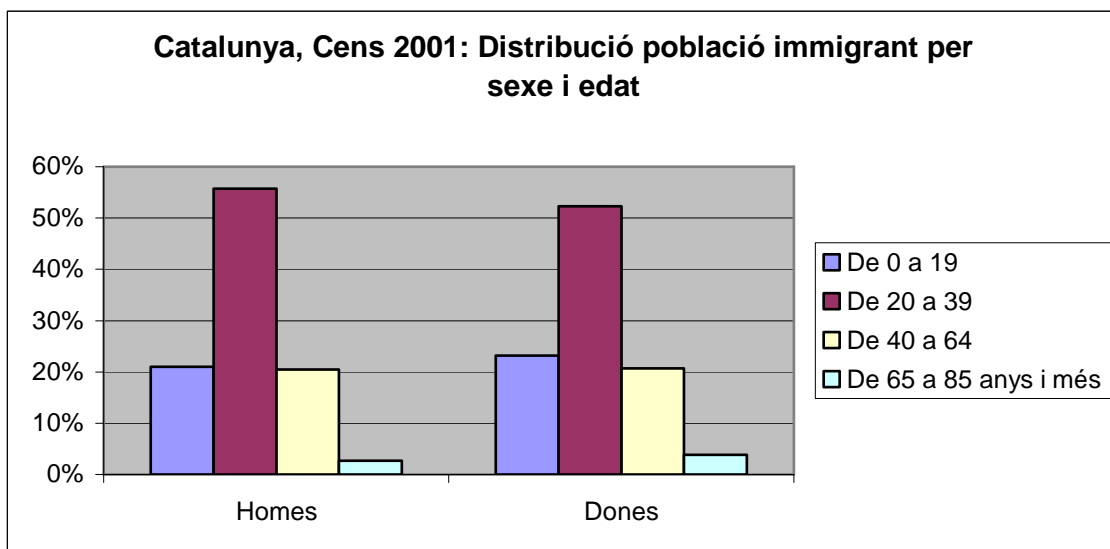
Cens 2001, Catalunya: Població immigrant per sexe i edat						
	Homes		Dones		Total	
De 0 a 4	7.696	5,5%	7.185	6,1%	14.881	5,8%
De 5 a 9	7.044	5,0%	6.551	5,6%	13.595	5,3%
De 10 a 14	7.109	5,1%	6.454	5,5%	13.563	5,3%
De 15 a 19	7.640	5,4%	7.008	6,0%	14.648	5,7%
De 20 a 24	14.902	10,6%	13.276	11,3%	28.178	11,0%
De 25 a 29	22.342	15,9%	17.993	15,4%	40.335	15,7%
De 30 a 34	22.760	16,2%	16.609	14,2%	39.369	15,3%
De 35 a 39	18.226	13,0%	13.306	11,4%	31.532	12,3%
De 40 a 44	12.290	8,8%	9.428	8,1%	21.718	8,4%
De 45 a 49	7.657	5,5%	6.123	5,2%	13.780	5,4%
De 50 a 54	4.369	3,1%	3.999	3,4%	8.367	3,3%
De 55 a 59	2.485	1,8%	2.590	2,2%	5.075	2,0%
De 60 a 64	1.937	1,4%	2.019	1,7%	3.956	1,5%
De 65 a 69	1.484	1,1%	1.517	1,3%	3.001	1,2%
De 70 a 74	1.054	0,8%	1.115	1,0%	2.169	0,8%
De 75 a 79	695	0,5%	812	0,7%	1.508	0,6%
De 80 a 84	339	0,2%	557	0,5%	896	0,3%
De 85 anys i més	252	0,2%	498	0,4%	750	0,3%
Total	140.279	100,0%	117.041	100,0%	257.320	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Pel que fa a la distribució de la població immigrant a Catalunya per edats el 2001, cal comentar que el tram amb major nombre de persones és el que correspon a les que es troben entre els 20 i els 39 anys (54%), seguit de les que es troben entre els 0 i els 19 anys d'edat (22%). D'aquesta manera, els immigrants es troben majoritàriament —i lògicament— al bell mig de la seva vida laboral:



Analitzant la distribució de la població immigrant per sexes i per edats a Catalunya el 2001, es comprova que la presència dels homes és major en el tram d'edats dels 20 als 39 anys, mentre que el pes de les dones és lleugerament superior en la resta de trams:

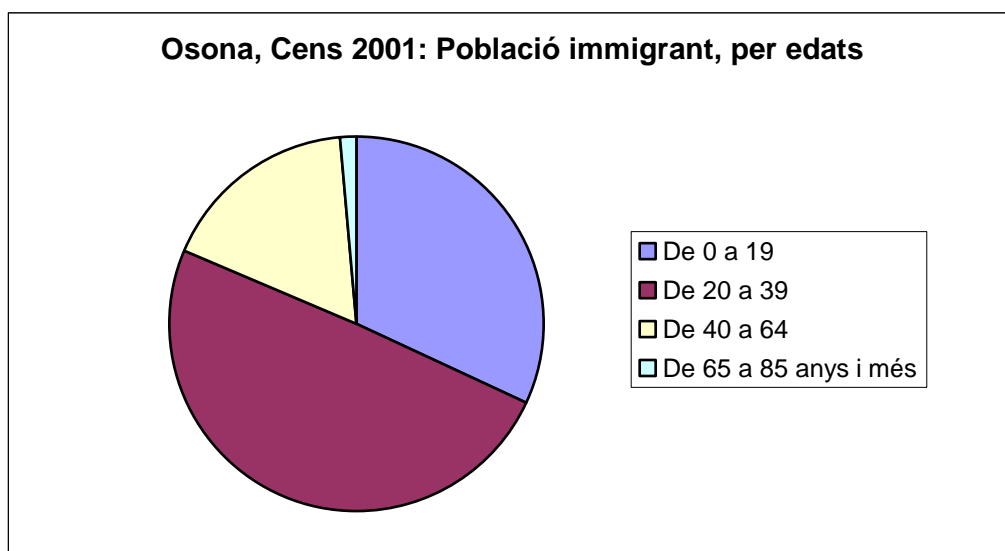


Respecte la distribució de la població immigrant a Osona per edats el 2001, cal comentar que el tram amb major nombre de persones és el que correspon a les que es troben entre els 20 i els 39 anys (49%), seguit de les que es troben entre els

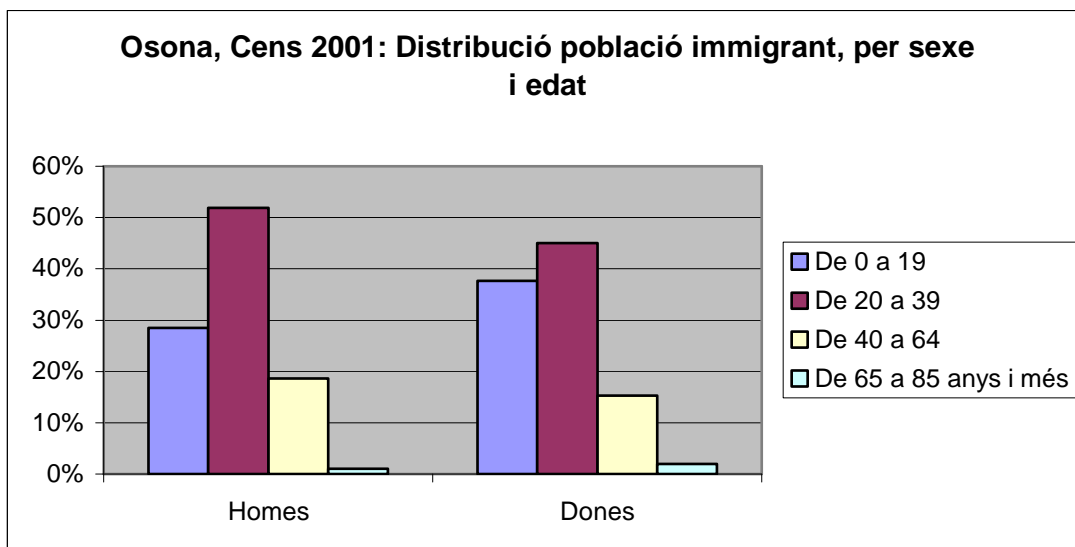
0 i els 19 anys d'edat (33%). Així, doncs, a Osona succeeix novament el fet que els immigrants es troben, majoritàriament, en l'etapa de plenitud de la seva vida laboral, com ja passava a nivell català:

Cens 2001, Osona: Població immigrant per sexe i edat						
	Homes		Dones		Total	
De 0 a 4	379	8,9%	303	11,5%	683	9,9%
De 5 a 9	252	5,9%	209	7,9%	461	6,7%
De 10 a 14	279	6,5%	225	8,5%	503	7,3%
De 15 a 19	303	7,1%	254	9,7%	558	8,1%
De 20 a 24	487	11,4%	330	12,5%	817	11,8%
De 25 a 29	648	15,2%	340	12,9%	988	14,3%
De 30 a 34	594	13,9%	286	10,9%	880	12,8%
De 35 a 39	485	11,4%	231	8,8%	716	10,4%
De 40 a 44	367	8,6%	208	7,9%	575	8,3%
De 45 a 49	235	5,5%	89	3,4%	323	4,7%
De 50 a 54	114	2,7%	55	2,1%	168	2,4%
De 55 a 59	47	1,1%	20	0,8%	67	1,0%
De 60 a 64	31	0,7%	31	1,2%	62	0,9%
De 65 a 69	17	0,4%	25	0,9%	42	0,6%
De 70 a 74	11	0,3%	14	0,5%	25	0,4%
De 75 a 79	8	0,2%	10	0,4%	18	0,3%
De 80 a 84	5	0,1%	2	0,1%	6	0,1%
De 85 anys i més	3	0,1%	2	0,1%	4	0,1%
Total	4.264	100,0%	2.633	100,0%	6.897	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



Analitzant la distribució de la població immigrant per sexe i per edats a Osona el 2001, es comprova que la presència dels homes és força major en el tram central d'edats (dels 20 als 39 i dels 40 als 64 anys), mentre que el pes de les dones és superior en els dos extrems: de 0 a 19 anys, d'una banda, i de 65 a 85 anys i més, de l'altra.



Comparem, finalment, la composició dels immigrants per sexe i edat entre Catalunya i Osona el 2001 i destaquem un fet significatiu: a Osona té força major pes la població immigrant jove (de 0 a 19 anys) que a Catalunya: 33% enfront d'un 22%.

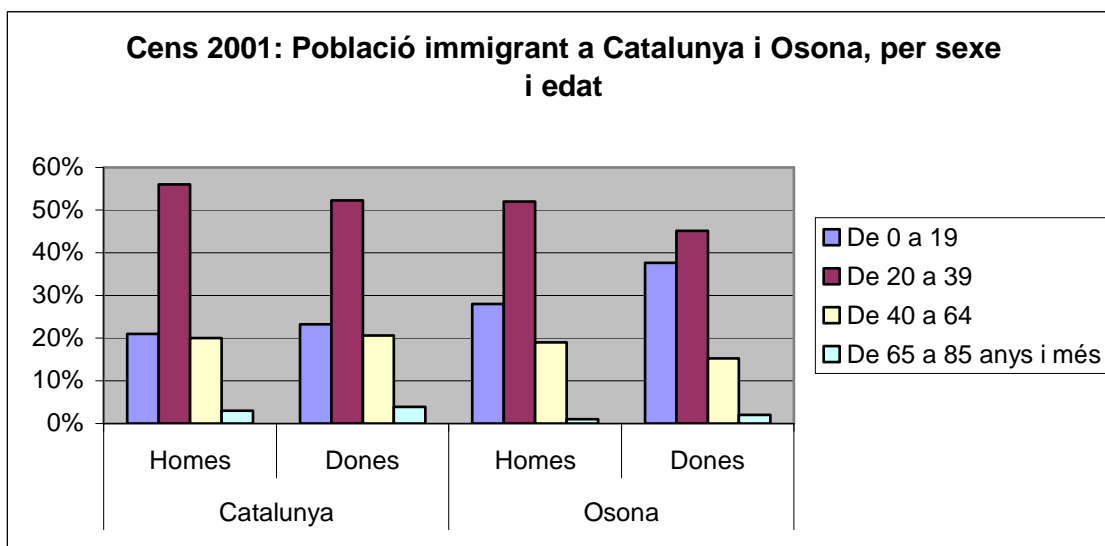
Pel que fa a la resta de trams d'edat (és a dir, dels 20 anys en endavant), els immigrants a nivell català tenen major representació que a nivell osonenc.

Per sexes, les dones immigrades de 0 a 19 anys d'Osona superen amb majors distàncies les de Catalunya (15 punts de diferència) mentre que la distància dels homes és de 7 punts.

En canvi, per a la resta de trams d'edat (dels 20 anys en endavant), són les immigrants de Catalunya les que superen amb majors distàncies les d'Osona, i superen les mostrades pels homes dels dos àmbits territorials:

Cens 2001: Població immigrant de Catalunya i Osona, per sexes i edats						
	Catalunya			Osona		
	Homes	Dones	Total	Homes	Dones	Total
De 0 a 19	21%	23%	22%	28%	38%	33%
De 20 a 39	56%	52%	54%	52%	45%	49%
De 40 a 64	20%	21%	21%	19%	15%	17%
De 65 a 85 anys i més	3%	4%	3%	1%	2%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

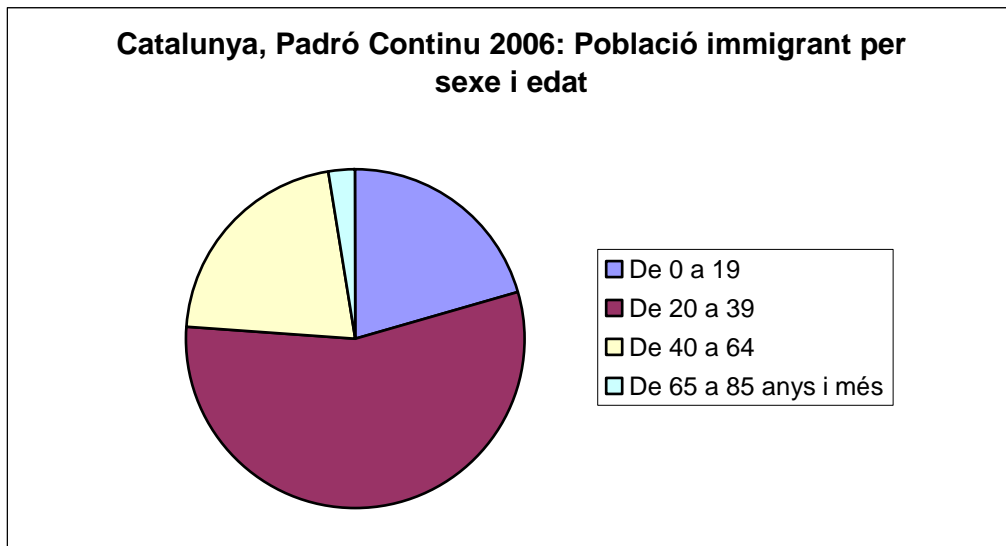


2.2.9 Població immigrant el 2006, per sexes i per edats

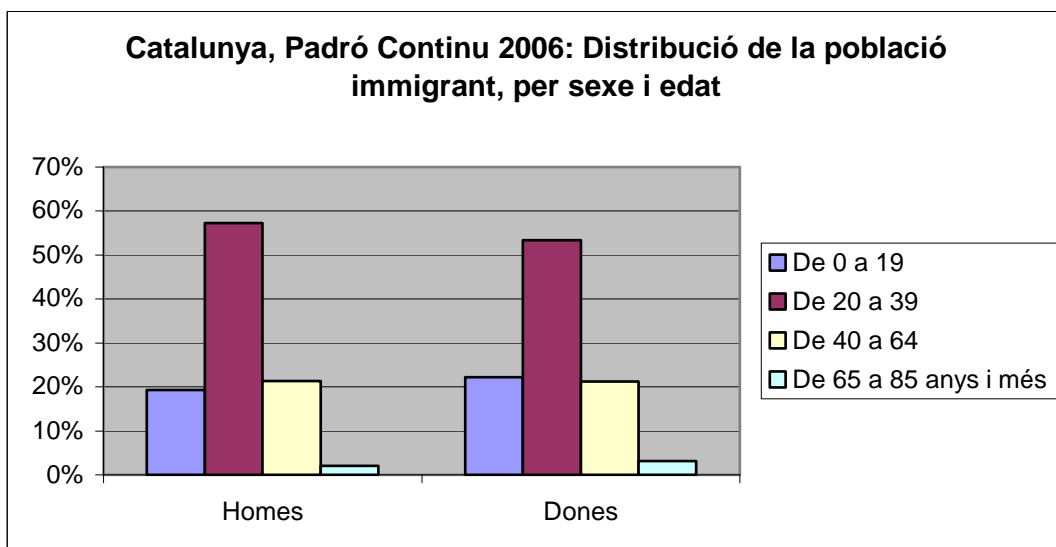
Pel que fa a la distribució de la població immigrant a Catalunya per edats el 2006, caldria comentar que, novament, el tram amb major nombre de persones és el que correspon a les que es troben entre els 20 i els 39 anys (56%), seguit de dos trams amb idèntic pes: de 0 a 19 i de 20 a 64 anys (amb un 21% de representació, cadascun):

Padró continu 2006, Catalunya: població immigrant per sexe i per edat						
	Homes		Dones		Total	
De 0 a 4	26.319	5,2%	24.642	6,0%	50.961	5,6%
De 5 a 9	23.599	4,7%	22.278	5,4%	45.877	5,0%
De 10 a 14	22.637	4,5%	20.772	5,1%	43.409	4,8%
De 15 a 19	24.996	5,0%	23.016	5,6%	48.012	5,3%
De 20 a 24	47.161	9,3%	44.529	10,9%	91.690	10,0%
De 25 a 29	86.650	17,2%	68.466	16,7%	155.116	17,0%
De 30 a 34	86.788	17,2%	60.042	14,7%	146.830	16,1%
De 35 a 39	68.486	13,6%	45.174	11,0%	113.660	12,4%
De 40 a 44	46.110	9,1%	32.939	8,1%	79.049	8,7%
De 45 a 49	30.117	6,0%	22.615	5,5%	52.732	5,8%
De 50 a 54	16.789	3,3%	14.816	3,6%	31.605	3,5%
De 55 a 59	9.339	1,8%	9.904	2,4%	19.243	2,1%
De 60 a 64	5.621	1,1%	6.653	1,6%	12.274	1,3%
De 65 a 69	4.400	0,9%	5.238	1,3%	9.638	1,1%
De 70 a 74	2.766	0,5%	3.309	0,8%	6.075	0,7%
De 75 a 79	1.700	0,3%	2.192	0,5%	3.892	0,4%
De 80 a 84	879	0,2%	1.275	0,3%	2.154	0,2%
De 85 anys i més	501	0,1%	1.039	0,3%	1.540	0,2%
Total	504.858	100,0%	408.899	100,0%	913.757	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006



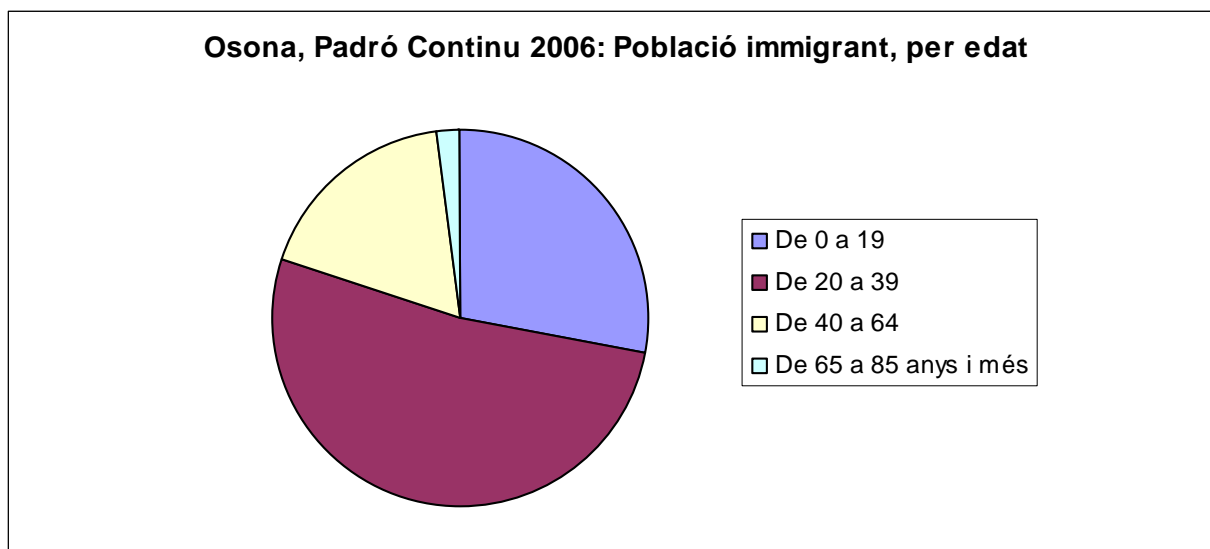
Analitzant la distribució de la població immigrant per sexe i per edat a Catalunya el 2006, es comprova que la presència dels homes continua sent, passats 5 anys, major en el tram d'edats dels 20 als 39 anys, mentre que el pes de les dones continua sent lleugerament superior en la resta d'interval:



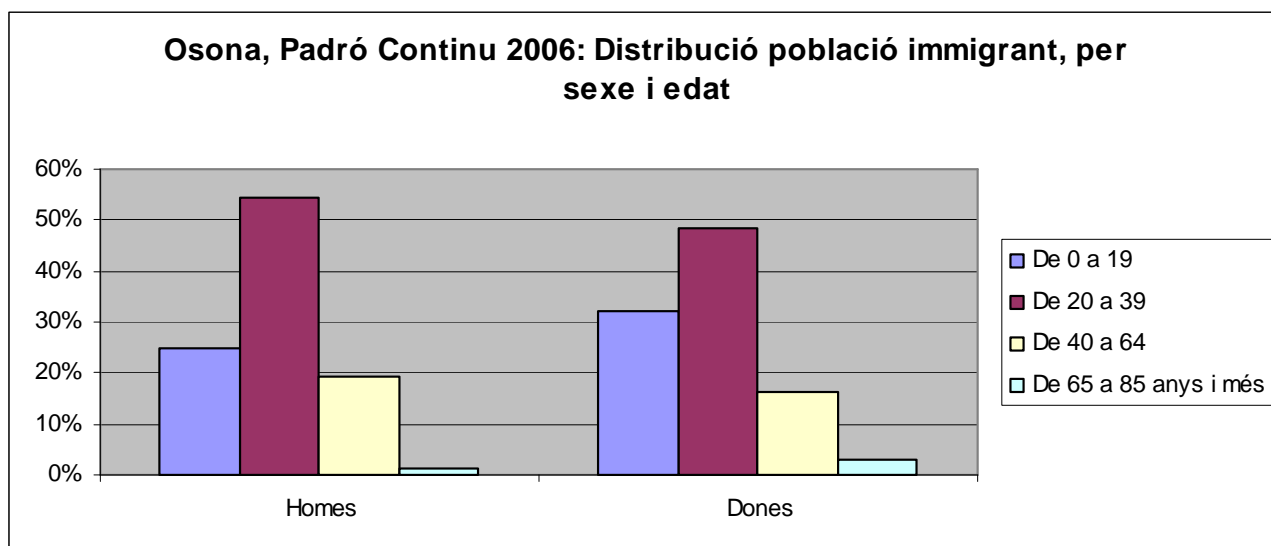
Pel que fa a la distribució de la població immigrant a Osona per sexe i per edats el 2006, caldria comentar que el tram amb major nombre de persones és el que correspon a les que es troben entre els 20 i els 39 anys (52%), seguit de les que es troben entre els 0 i els 19 anys d'edat (28%). Així, doncs, a Osona succeeix el 2006 novament el fet que els immigrants es troben, majoritàriament, en l'etapa de plenitud de la seva vida laboral, com ja passava a nivell català.

Padró continu 2006, Osona: població immigrant per sexe i edat						
	Homes		Dones		Total	
De 0 a 4	900	8,4%	862	11,1%	1.762	9,5%
De 5 a 9	668	6,2%	633	8,2%	1.301	7,0%
De 10 a 14	537	5,0%	468	6,0%	1.005	5,4%
De 15 a 19	561	5,2%	541	7,0%	1.102	6,0%
De 20 a 24	913	8,5%	939	12,1%	1.852	10,0%
De 25 a 29	1.732	16,1%	1.162	15,0%	2.894	15,6%
De 30 a 34	1.747	16,3%	917	11,8%	2.664	14,4%
De 35 a 39	1.469	13,7%	729	9,4%	2.198	11,9%
De 40 a 44	960	8,9%	517	6,7%	1.477	8,0%
De 45 a 49	594	5,5%	372	4,8%	966	5,2%
De 50 a 54	305	2,8%	207	2,7%	512	2,8%
De 55 a 59	144	1,3%	101	1,3%	245	1,3%
De 60 a 64	72	0,7%	74	1,0%	146	0,8%
De 65 a 69	58	0,5%	106	1,4%	164	0,9%
De 70 a 74	43	0,4%	64	0,8%	107	0,6%
De 75 a 79	28	0,3%	43	0,6%	71	0,4%
De 80 a 84	10	0,1%	14	0,2%	24	0,1%
De 85 anys i més	7	0,1%	7	0,1%	14	0,1%
Total	10.748	100,0%	7.756	100,0%	18.504	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006



Analitzant la distribució de la població immigrant per sexe i per edat a Osona el 2006, de nou es comprova que la presència dels homes és força major en els trams centrals d'edat (dels 20 als 64 anys), mentre que el pes de les dones és superior en els dos extrems: de 0 a 19 anys, d'una banda, i de 65 a 85 anys i més, de l'altra:



Comparem, finalment, la composició dels immigrants per sexe i edat entre Catalunya i Osona, tenint en compte tanmateix les dades de 2001: s'observa que continua el fet que a Osona té força major pes la població immigrant jove que a Catalunya, tot i que ara només ens referim al tram del 0 als 19 anys: 28% enfront d'un 21%.

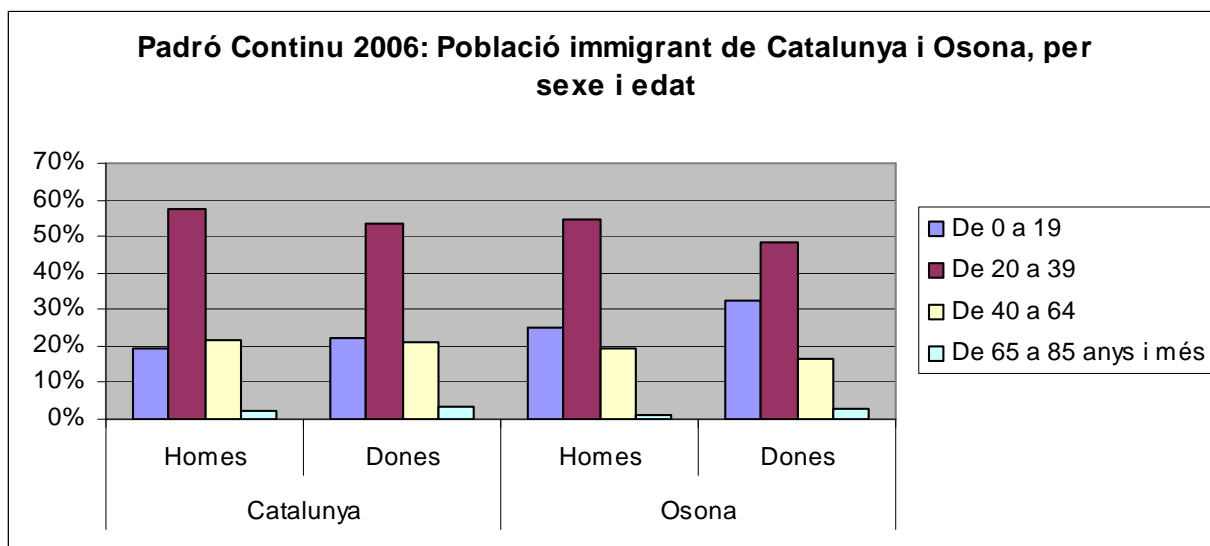
En canvi, per a la resta de trams d'edat (és a dir, de 20 anys en endavant), els immigrants a nivell català tenen major representació que a nivell osonenc.

Per sexes, les dones immigrants de 0 a 19 anys d'Osona superen amb majors distàncies les de Catalunya (10 punts de diferència) mentre que els homes només presenten 6 punts de diferència. Aquestes distàncies han minvat respecte de les xifres de 2001.

D'altra banda, per a la resta de trams d'edat (de 20 anys en endavant), són les immigrants de Catalunya les que s'avancen amb majors distàncies les d'Osona, i superen les mostrades pels homes dels dos àmbits territorials.

Padró Continu 2006: Població immigrant de Catalunya i Osona, per sexe i edat						
	Catalunya			Osona		
	Homes	Dones	Total	Homes	Dones	Total
De 0 a 19	19%	22%	21%	25%	32%	28%
De 20 a 39	57%	53%	56%	55%	48%	52%
De 40 a 64	21%	21%	21%	19%	16%	18%
De 65 a 85 anys i més	2%	3%	3%	1%	3%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

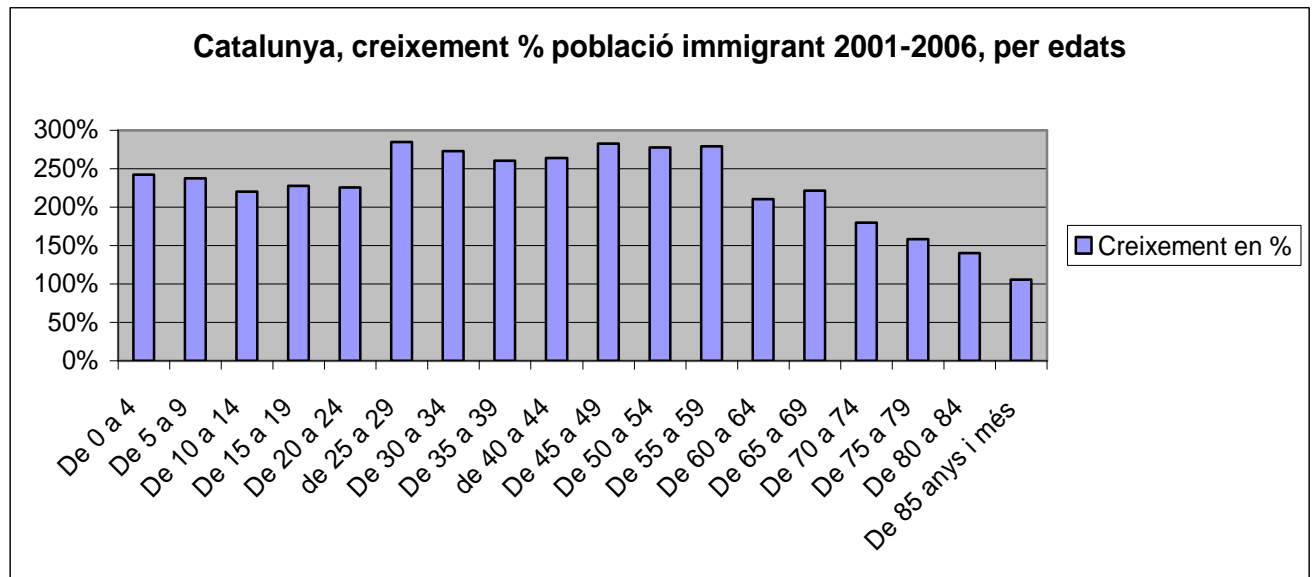
Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006



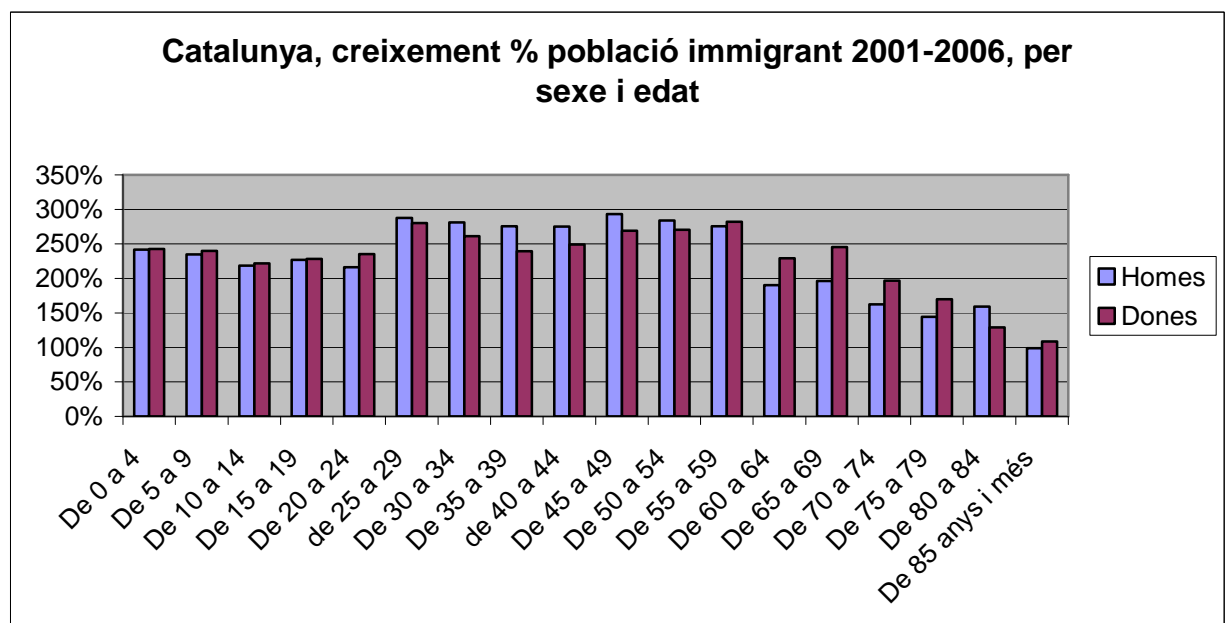
2.2.10 Creixement de població immigrant per al període 2001-2006, per sexes i per edats

A Catalunya dins el període 2001-2006, els trams d'edat que majors creixements han tingut han estat els de 25 a 59 anys, i superen tots un 250% d'augment:

Catalunya, Creixement 2001-06 població immigrant, per edats			
	Homes	Dones	Total
De 0 a 4	242,0%	243,0%	242,5%
De 5 a 9	235,0%	240,1%	237,5%
De 10 a 14	218,4%	221,8%	220,0%
De 15 a 19	227,2%	228,4%	227,8%
De 20 a 24	216,5%	235,4%	225,4%
De 25 a 29	287,8%	280,5%	284,6%
De 30 a 34	281,3%	261,5%	273,0%
De 35 a 39	275,8%	239,5%	260,5%
De 40 a 44	275,2%	249,4%	264,0%
De 45 a 49	293,3%	269,3%	282,7%
De 50 a 54	284,3%	270,5%	277,7%
De 55 a 59	275,8%	282,4%	279,1%
De 60 a 64	190,2%	229,5%	210,3%
De 65 a 69	196,5%	245,4%	221,2%
De 70 a 74	162,3%	196,8%	180,0%
De 75 a 79	144,5%	169,8%	158,1%
De 80 a 84	159,4%	128,9%	140,4%
De 85 anys i més	99,1%	108,6%	105,4%

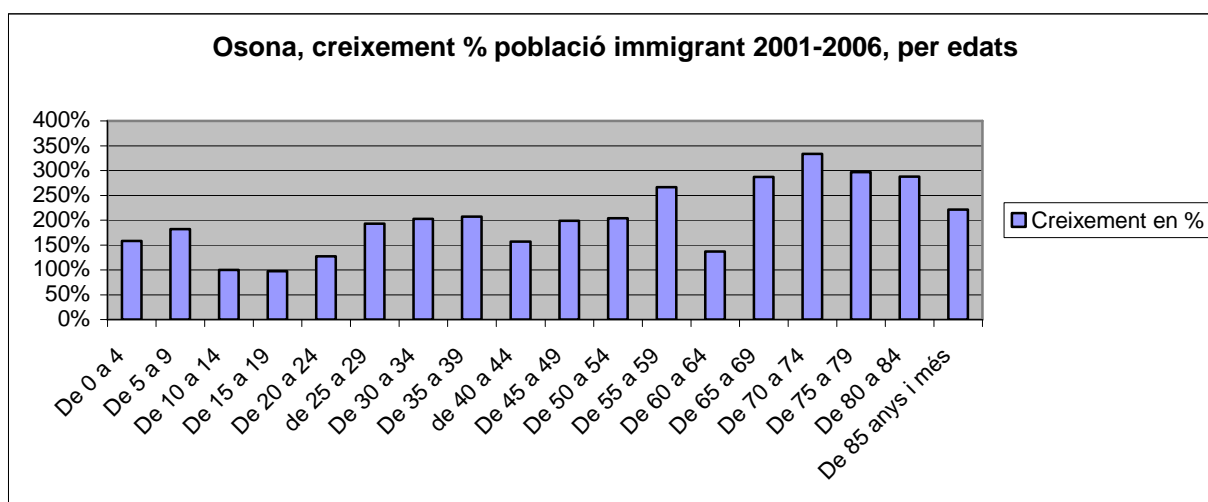


Per sexes, el percentatge de dones ha crescut més que el dels homes en els extrems: de 0 a 24 anys, i de 55 a 85 anys i més. Aquest fet s'explica per diversos factors: l'elevada taxa de natalitat de la població immigrant, el procés de reagrupament familiar i —com veurem més endavant— l'elevada arribada de dones sud-americanes:

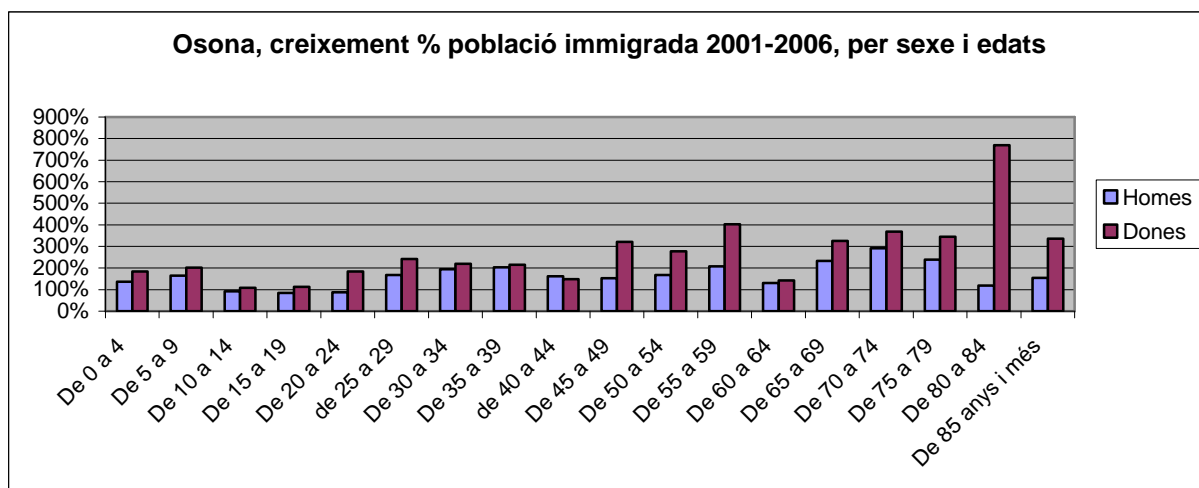


A Osona, dins el període 2001-2006, els trams d'edat que majors creixements han tingut han estat de gent gran: de 55 a 59 anys i de 65 a 84 anys, i superen tots un 250% d'augment:

Osona, Creixement 2001-06 població immigrant, per edats			
	Homes	Dones	Total
De 0 a 4	137,2%	184,1%	158,0%
De 5 a 9	165,0%	202,5%	182,0%
De 10 a 14	92,7%	108,5%	99,7%
De 15 a 19	84,9%	112,8%	97,6%
De 20 a 24	87,6%	184,6%	126,8%
De 25 a 29	167,3%	241,4%	192,8%
De 30 a 34	194,1%	220,1%	202,6%
De 35 a 39	203,0%	215,7%	207,1%
De 40 a 44	161,8%	148,1%	156,8%
De 45 a 49	153,1%	320,3%	198,9%
De 50 a 54	168,3%	278,3%	204,1%
De 55 a 59	208,0%	402,0%	266,4%
De 60 a 64	131,0%	142,0%	136,5%
De 65 a 69	233,0%	324,9%	287,1%
De 70 a 74	290,9%	367,8%	333,6%
De 75 a 79	239,4%	345,3%	296,5%
De 80 a 84	118,2%	769,9%	287,6%
De 85 anys i més	154,6%	334,9%	221,2%



Per sexes, el percentatge de dones ha crescut més que el dels homes en tots els trams d'edat excepte en un: de 40 a 44 anys. Aquest fet s'explica pels mateixos factors que hem exposat en el cas de Catalunya (tot i que a Osona amb més força):



2.2.11 Població immigrant el 2001, per sexes i per continent de procedència

De la composició de la població immigrant a Catalunya el 2001, cal destacar que el col·lectiu dels magribins (homes i dones) constitueix el grup més nombrós, seguit dels que provenen d'Amèrica del Sud i la resta de la Unió Europea (aquests tres grups abasten el 73% dels immigrants):

Catalunya, Cens 2001: Població immigrada per continent de procedència ⁵						
	Homes		Dones		Total	
Magrib	52.600	37,50%	29.835	25,49%	82.435	32,04%
Amèrica del Sud	24.590	17,53%	31.976	27,32%	56.566	21,98%
Resta UE	25.313	18,04%	23.673	20,23%	48.986	19,04%
Àsia i Oceania	12.502	8,91%	8.365	7,15%	20.867	8,11%
Amèrica del Nord i Central	6.221	4,43%	11.093	9,48%	17.314	6,73%
Resta d'Àfrica	11.967	8,53%	5.270	4,50%	17.237	6,70%
Resta d'Europa	7.086	5,05%	6.829	5,83%	13.915	5,41%
Total	140.279	100,00%	117.041	100,00%	257.320	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

5. Detall dels països inclosos en l'anterior classificació:

Resta de la Unió Europea: Alemanya, Àustria, Bèlgica, Dinamarca, Finlàndia, França, Grècia, Irlanda, Itàlia, Luxemburg, Països Baixos, Portugal, Regne Unit i Suècia (Europa dels 15).

Resta d'Europa: Armènia, Bulgària, Geòrgia, Moldàvia, Polònia, Romania, Rússia, Ucraïna, Andorra, Noruega, Suïssa, altres.

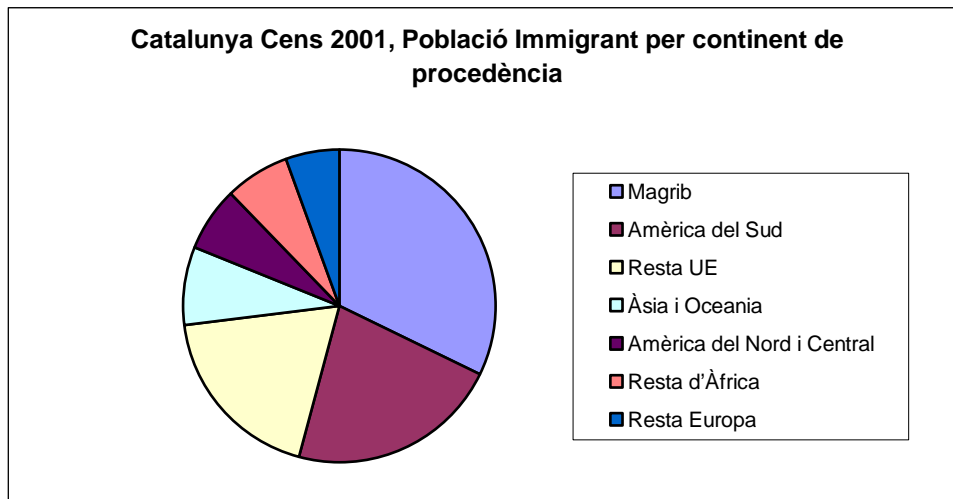
Magrib: Marroc, Algèria, Mauritània, Tunísia.

Resta d'Àfrica: Gàmbia, Ghana, Guinea, Mali, Nigèria, Senegal, República Sud-africana, altres.

Amèrica del Nord i Central: Cuba, Estats Units, Hondures, Mèxic, República Dominicana, altres.

Amèrica del Sud: Argentina, Bolívia, Brasil, Colòmbia, Equador, Perú, Uruguai, Veneçuela, Xile, altres.

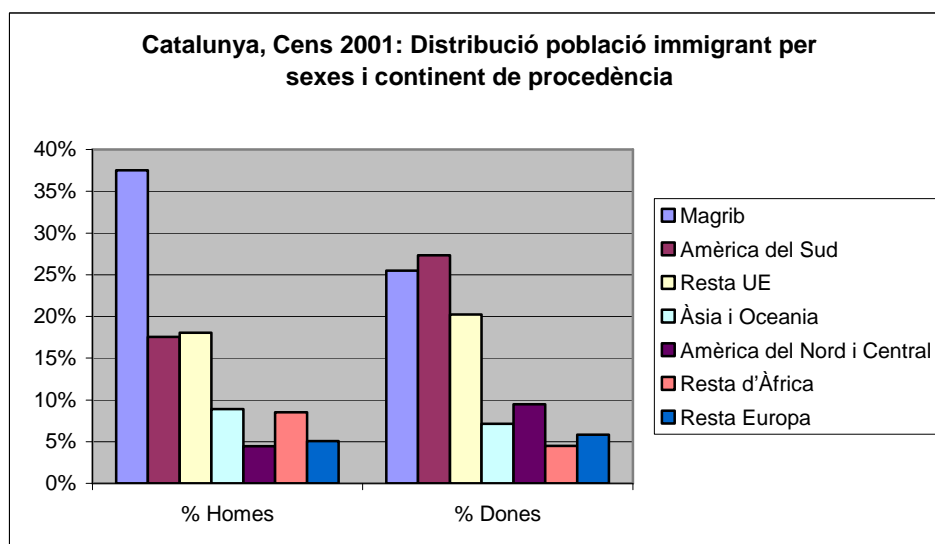
Àsia i Oceania: Bangla Desh, Índia, Pakistan, Xina, Filipines, Japó, Austràlia, altres.



Si analitzem la distribució per sexes, veiem que en el cas dels homes, el primer col·lectiu d'immigrants és el format per magribins, seguit a força distància dels de la resta de la Unió Europea i els sud-americans. En canvi, en el cas de les dones, són les sud-americanes les qui constitueixen el primer col·lectiu d'immigrants, seguides molt de prop de les magribines.

Comparant la distribució per sexes de la població immigrant el 2001, caldria destacar que els homes magribins (52.600) superen de forma destacada les dones de la mateixa procedència (29.835).

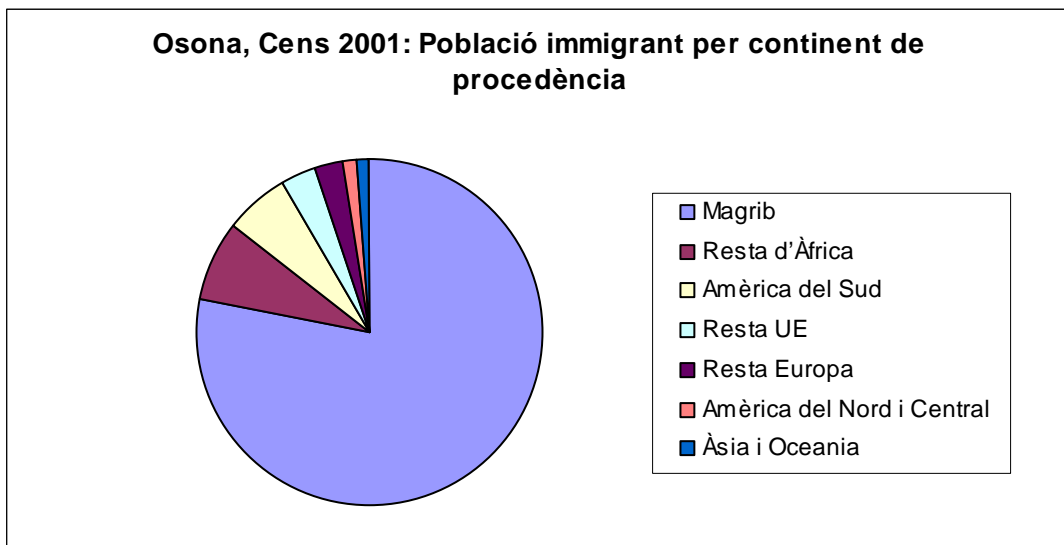
Un altre aspecte a comentar és el fet que les dones sud-americanes (31.976) varen arribar en un nombre superior al dels homes (24.590), la qual cosa només succeeix amb un altre tipus de procedència: les dones d'Amèrica del Nord i Central:



De la composició de la població immigrant a Osona el 2001, caldria subratllar que el col·lectiu dels magribins (homes i dones) representa el 77% dels estrangers, i constitueix el grup més nombrós, amb gran diferència del grup següent compost pels que provenen de la resta d'Àfrica (els quals representen el 8,6% del total d'immigrants):

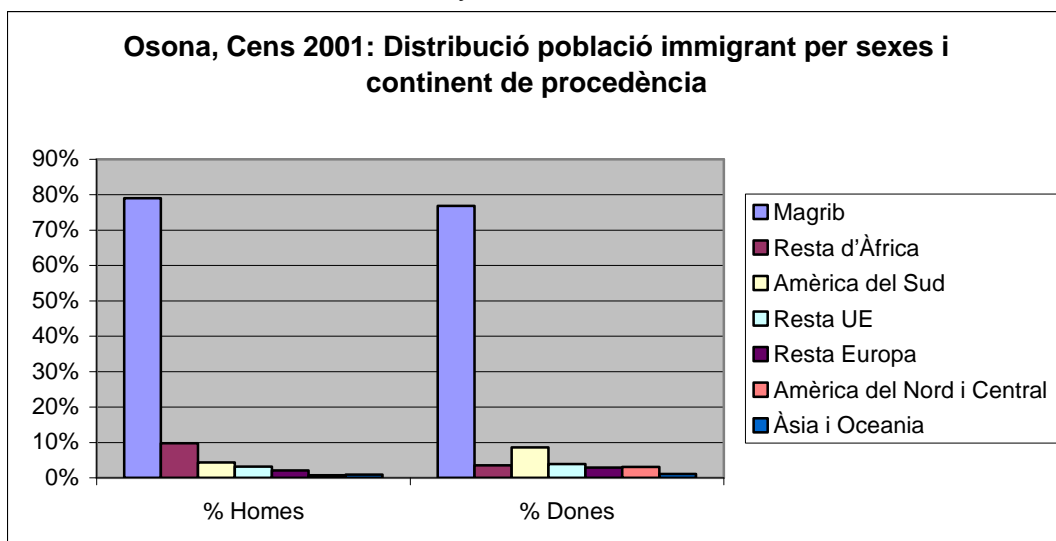
Osona, Cens 2001: Població immigrant per continent de procedència						
	Homes		Dones		Total	
Magrib	3.308	77,58%	2.001	76,00%	5.309	76,98%
Resta d'Àfrica	479	11,23%	116	4,41%	595	8,63%
Amèrica del Sud	185	4,34%	227	8,62%	412	5,97%
Resta UE	135	3,17%	103	3,91%	238	3,45%
Resta d'Europa	89	2,09%	76	2,89%	165	2,39%
Amèrica del Nord i Central	29	0,68%	81	3,08%	110	1,59%
Àsia i Oceania	39	0,91%	29	1,10%	68	0,99%
Total	4.264	100,00%	2.633	100,00%	6.897	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



Així, doncs, a Osona el 2001 no hi ha tanta diversificació d'immigració com en el conjunt de Catalunya, a causa d'aquesta elevada concentració del col·lectiu magribí. Tanmateix, i com a Catalunya, dins d'aquest col·lectiu el nombre d'homes supera el de dones en una proporció que és del 60%-40%.

Les dones sud-americanes i les d'Amèrica del Nord i Central també a Osona superen els homes de la mateixa procedència, però en conjunt, no tenen un pes tan rellevant com a nivell de Catalunya:



Comparem, finalment, la composició dels immigrants per continent de procedència entre Catalunya i Osona: es confirma amb major claredat la distribució més diversificada per continents de la població immigrant a Catalunya (el 70% correspon a 3 continents diferents), així com la forta concentració de població magribina a Osona, que pràcticament assoleix el 77% del total d'estrangers:

Cens 2001: Població immigrant per continent de procedència						
	Catalunya			Osona		
	% Homes	% Dones	% Total	% Homes	% Dones	% Total
Magrib	37,50%	25,49%	32,04%	77,58%	76,00%	76,98%
Amèrica del Sud	17,53%	27,32%	21,98%	4,34%	8,62%	5,97%
Resta UE	18,04%	20,23%	19,04%	3,17%	3,91%	3,45%
Àsia i Oceania	8,91%	7,15%	8,11%	0,91%	1,10%	0,99%
Amèrica del Nord i Central	4,43%	9,48%	6,73%	0,68%	3,08%	1,59%
Resta d'Àfrica	8,53%	4,50%	6,70%	11,23%	4,41%	8,63%
Resta d'Europa	5,05%	5,83%	5,41%	2,09%	2,89%	2,39%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

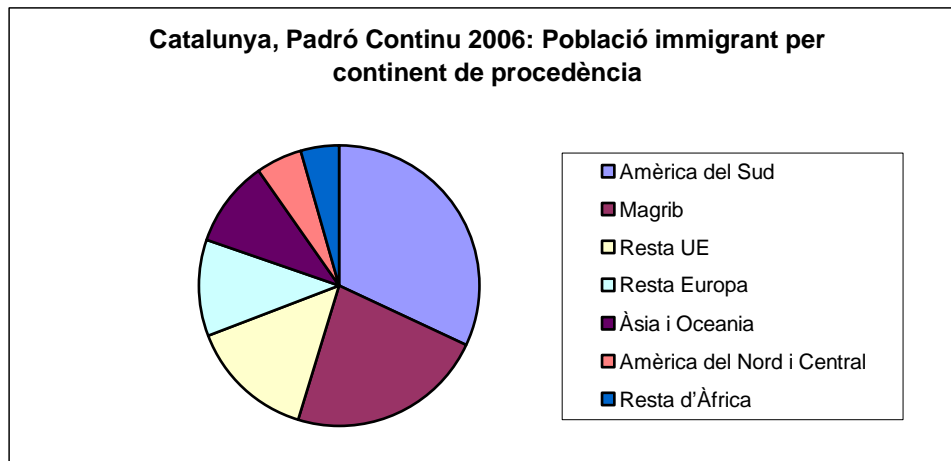
Comprovem, tot seguit, si amb les xifres de 2006 tots aquests fenòmens es mantenen o bé n'apareixen de nous.

2.2.12 Població immigrant el 2006, per sexes i per continent de procedència

Analitzant la columna dels percentatges totals, veiem que el 2006 el col·lectiu dels magribins ha deixat d'ocupar el primer lloc de la classificació d'immigrants per nombre, en favor del col·lectiu dels sud-americans. Aquests dos col·lectius, durant l'interval de cinc anys, s'han intercanviat posicions dins aquesta classificació:

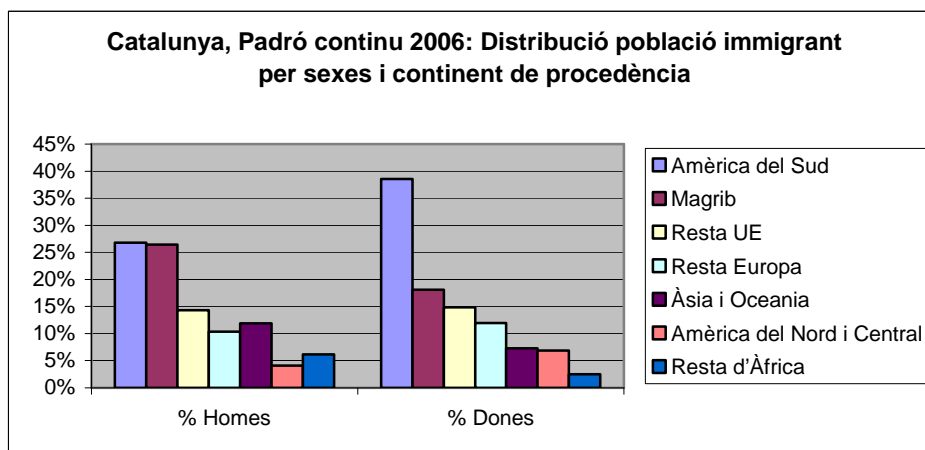
Catalunya, Padró 2006: Població immigrant per continent de procedència						
	Homes		Dones		Total	
Amèrica del Sud	135.205	26,78%	157.579	38,54%	292.784	32,04%
Magrib	129.758	25,70%	71.666	17,53%	201.424	22,04%
Resta UE	72.246	14,31%	60.604	14,82%	132.850	14,54%
Resta d'Europa	52.285	10,36%	48.860	11,95%	101.145	11,07%
Àsia i Oceania	60.057	11,90%	29.710	7,27%	89.767	9,82%
Amèrica del Nord i Central	20.485	4,06%	27.973	6,84%	48.458	5,30%
Resta d'Àfrica	34.822	6,90%	12.507	3,06%	47.329	5,18%
Total	504.858	100,00%	408.899	100,00%	913.757	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006



Aquest fenomen ha estat causat tant pel procés de reagrupament familiar, com per la gran quantitat de dones sud-americanes que han arribat a Catalunya en els darrers anys: si comparem per sexes, veiem que entre els homes, el primer grup també és el dels sud-americans, però seguit molt de prop pels de procedència magribina. En canvi, entre les dones, l'increment de població sud-americana ha estat tan fort que ha fet capgirar l'ordre dins la classificació dels grups d'immigrants per grandària.

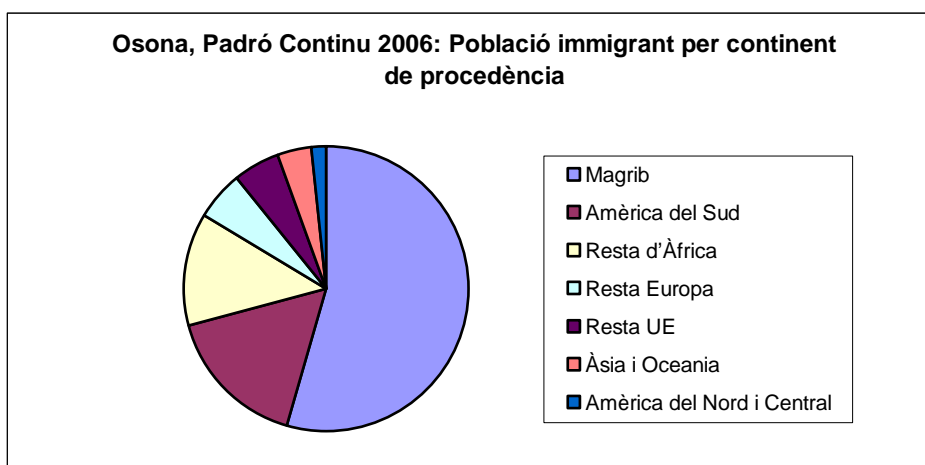
Alhora cal comentar que el 2006, els homes magribins continuen superant amb escreix el nombre de dones magribines. D'altra banda, les dones sud-americanes també superen els homes de la mateixa procedència, i aquest fet torna a produir-se amb el col·lectiu de dones d'Amèrica del Nord i Central:



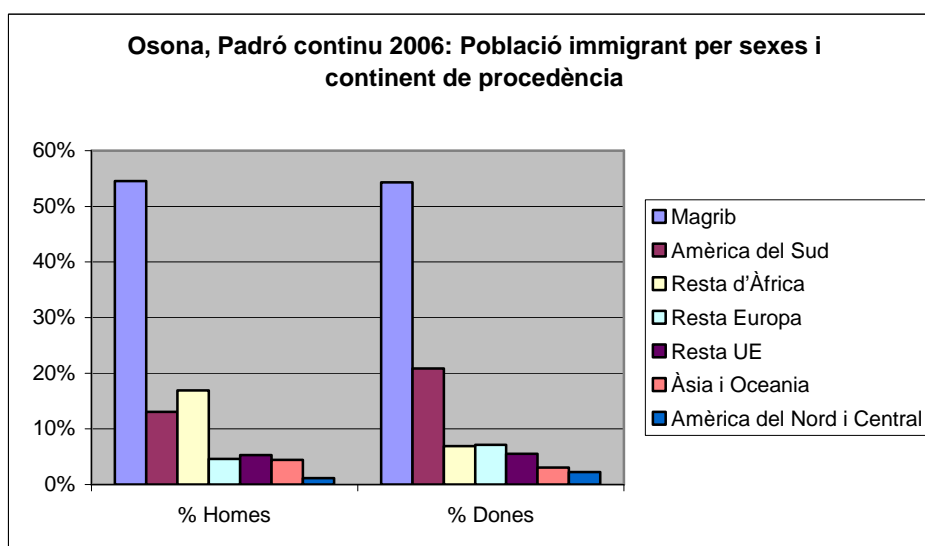
Per al cas d'Osona, analitzant la columna dels total en valors absoluts, veiem que el col·lectiu dels immigrants magribins ha crescut entre els anys 2001 i 2006 de manera considerable: ha passat de 5.309 a 10.074 persones, i de representar el 4% de la població total osonenca, al 6,9%. A continuació, i a gran distància (com ja passava el 2001), apareix el col·lectiu dels immigrants d'Amèrica del Sud:

Osona, Padró 2006: Població immigrant per continent de procedència						
	Homes		Dones		Total	
Magrib	5.863	54,55%	4.211	54,29%	10.074	54,44%
Amèrica del Sud	1.402	13,04%	1.615	20,82%	3.017	16,30%
Resta d'Àfrica	1.819	16,92%	538	6,94%	2.357	12,74%
Resta d'Europa	495	4,61%	554	7,14%	1.049	5,67%
Resta UE	570	5,30%	429	5,53%	999	5,40%
Àsia i Oceania	476	4,43%	236	3,04%	712	3,85%
Amèrica del Nord i Central	123	1,14%	173	2,23%	296	1,60%
Total	10.748	100,00%	7.756	100,00%	18.504	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006



Analitzant separatament per sexes i després comparant, s'observa que els homes magribins representen un nombre superior al de les dones del mateix origen, però també es comprova que aquesta diferència s'ha reduït:



Tal com passava a nivell de Catalunya, succeeix també a Osona que dins del col·lectiu d'immigrants d'Amèrica del Sud les dones superen els homes i que

aquest mateix fet també es produeix amb els immigrants que provenen de la resta d'Europa i d'Amèrica del Nord i Central.

Comparem, finalment, la composició dels immigrants per continent de procedència entre Catalunya i Osona: el 2006, les diferències de distribució als dos àmbits territorials se suavitzen. Mentre que a Catalunya el 68% de la població immigrant prové de 3 continents diferents (Amèrica del Sud —que passa a ocupar el primer lloc gràcies a les dones— amb un 32%, Magrib un 22% i resta de la UE —Europa dels 15— amb un 14%), a Osona els col·lectius que representen el 70% són dos: la població magribina (que passa a representar el 54% del total d'immigrants) i els sud-americans (16%), també a causa de les dones.

Padró 2006: Població immigrant per continent de procedència						
	Catalunya			Osona		
	% Homes	% Dones	% Total	% Homes	% Dones	% Total
Amèrica del Sud	26,78%	38,54%	32,04%	13,04%	20,82%	16,30%
Magrib	25,70%	17,53%	22,04%	54,55%	54,29%	54,44%
Resta UE	14,31%	14,82%	14,54%	5,30%	5,53%	5,40%
Resta d'Europa	10,36%	11,95%	11,07%	4,61%	7,14%	5,67%
Àsia i Oceania	11,90%	7,27%	9,82%	4,43%	3,04%	3,85%
Amèrica del Nord i Central	4,06%	6,84%	5,30%	1,14%	2,23%	1,60%
Resta d'Àfrica	6,90%	3,06%	5,18%	16,92%	6,94%	12,74%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006

Per tant, si prenem com a vàlida la premissa que el fet d'immigrar ja denota un cert esperit emprenedor, podem començar a intuir que les dones sud-americanes són emprenedores, ja que superen els homes immigrants de la mateixa procedència i, a més, fan capgirar el primer lloc a la classificació de població immigrant per continents de procedència.

Fins ara hem analitzat la classificació (total i per sexe) dels diferents col·lectius d'immigrants segons procedència, en funció de la seva grandària. Passem a estudiar-ne l'evolució o creixement en l'interval que va des de 2001 a 2006.

2.2.13 Creixement de població immigrant en el període 2001-2006, per sexes i per continent de procedència

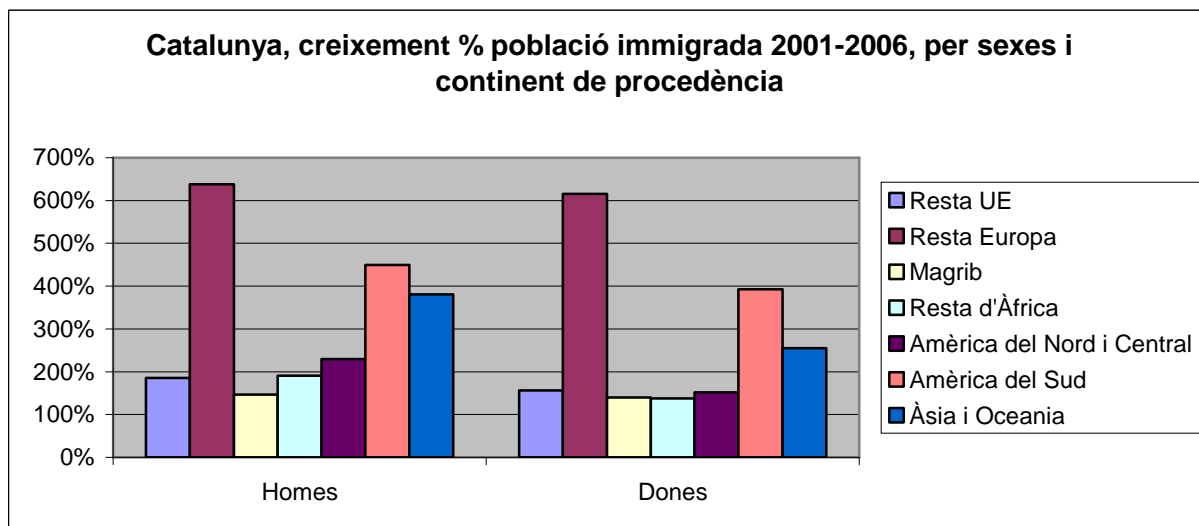
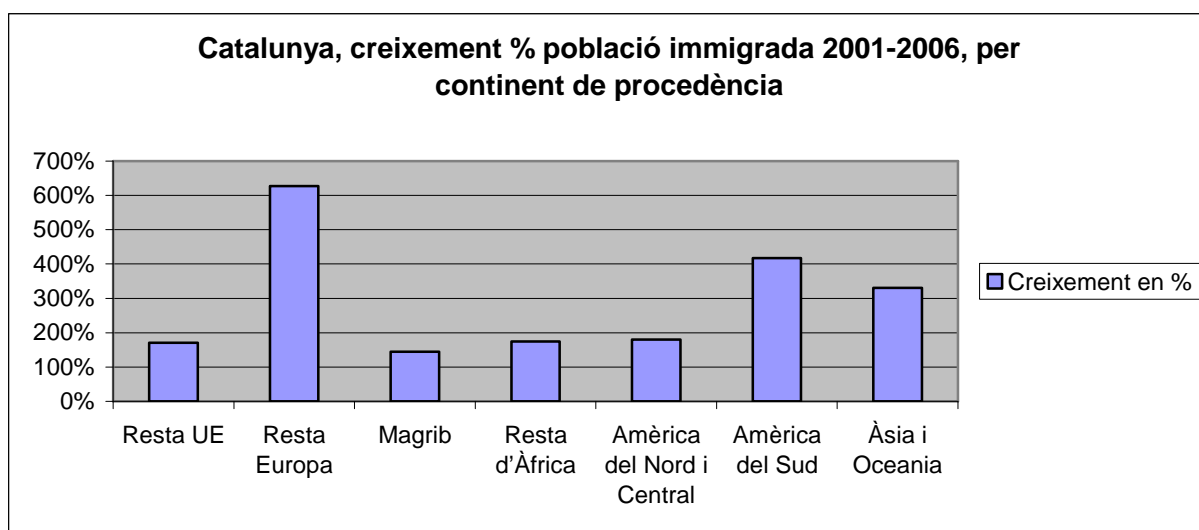
A partir de la informació continguda en el quadre següent, es defineix un nou fenomen no detectat amb les dades prèvies: el col·lectiu que major creixement ha tingut en l'interval comprès entre els anys 2001 i 2006 a Catalunya és el dels immigrants que provenen de la resta d'Europa (Europa de l'Est), tant en el cas del homes com en el de les dones.

El següent grup que més ha crescut és el de la població sud-americana, també per a tots dos sexes.

En tercer lloc, els provinents d'Àsia constitueixen el col·lectiu d'immigrants de major creixement (un creixement que ha estat més masculí que femení).

En canvi, les persones que han arribat del Magrib constitueixen l'agrupació continental que menys ha crescut de totes:

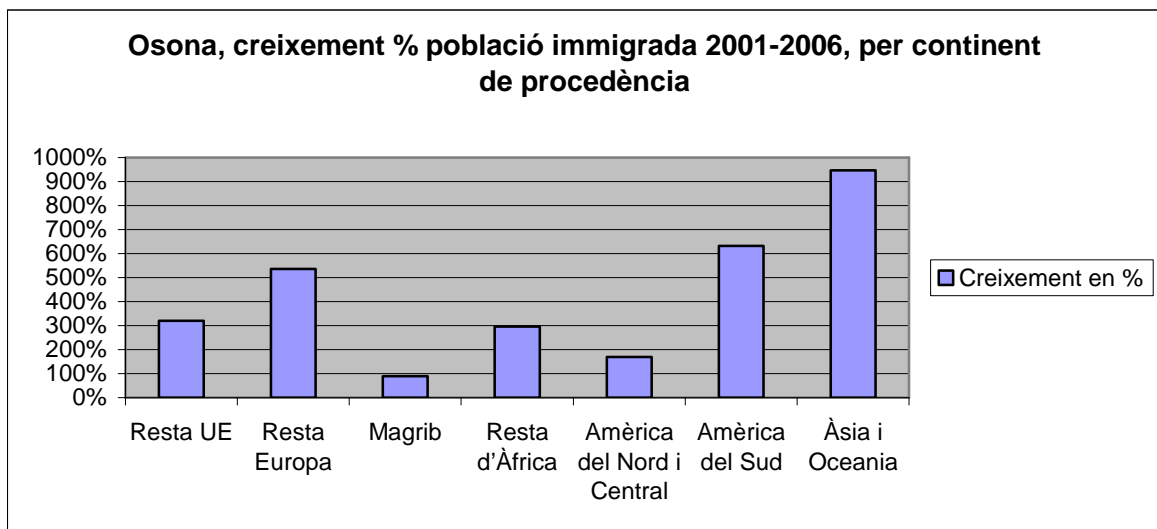
Catalunya: Creixement 2001-06 població immigrant, per continent de procedència			
	Homes	Dones	Total
Resta d'Europa	637,86%	615,48%	626,88%
Amèrica del Sud	449,84%	392,80%	417,60%
Àsia i Oceania	380,38%	255,17%	330,19%
Amèrica del Nord i Central	229,29%	152,17%	179,88%
Resta d'Àfrica	190,98%	137,32%	174,58%
Resta UE	185,41%	156,00%	171,20%
Magrib	146,69%	140,21%	144,34%



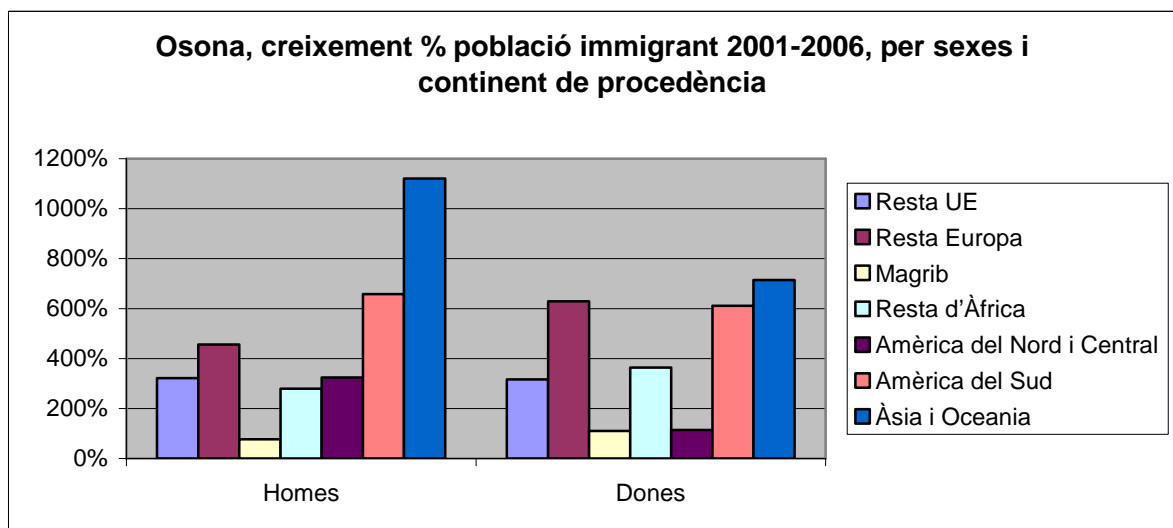
Constatem que a l'àmbit territorial de la comarca d'Osona l'evolució no ha estat la mateixa: en aquest cas, el grup format pels immigrants provinents d'Àsia i Oceania és el que més ha crescut, amb un 947% d'increment, seguit pel que està integrat per sud-americans (632%). En tercer lloc, els provinents de la Resta d'Europa constitueixen el col·lectiu d'immigrants de major creixement (un creixement que ha estat més femení que masculí).

Com a nivell de Catalunya, les persones que han arribat del Magrib constitueixen l'agrupació continental que menys ha crescut de totes:

Osona: Creixement 2001-06 població immigrant, per continent de procedència			
	Homes	Dones	Total
Àsia i Oceania	1.120,51%	713,79%	947,06%
Amèrica del Sud	657,84%	611,45%	632,28%
Resta d'Europa	456,18%	628,95%	535,76%
Resta UE	322,22%	316,50%	319,75%
Resta d'Àfrica	279,75%	363,79%	296,13%
Amèrica del Nord i Central	324,14%	113,58%	169,09%
Magrib	77,24%	110,44%	89,75%



Analitzant separatament per sexes, aquesta classificació es manté per al cas dels homes asiàtics i sud-americans (un sorprenent 1.120% d'increment per als provinents d'Àsia i Oceania, seguit del 657% per als homes sud-americans). En canvi, en el cas de les dones, el col·lectiu format per les provinents de la resta d'Europa ha suposat un augment superior al dels homes de la mateixa procedència (628% enfront del 456%):



2.2.14 Població immigrant el 2001, per sexes i per país de procedència

L'anàlisi de la població immigrant a Catalunya el 2001 per països ens indica que els de major representació són el Marroc, l'Equador, Colòmbia i Perú:

Catalunya, 2001: Població immigrant per sexes i país de procedència ⁶						
Homes		Dones		Total		
51.311	30,68%	31.400	21,95%	82.711	26,65%	Marroc
15.008	8,97%	17.170	12,00%	32.178	10,37%	Equador
9.538	5,70%	12.241	8,56%	21.779	7,02%	Colòmbia
5.036	3,01%	7.413	5,18%	12.449	4,01%	Perú
5.106	3,05%	5.748	4,02%	10.854	3,50%	França
5.359	3,20%	5.273	3,69%	10.632	3,43%	Argentina
4.878	2,92%	4.675	3,27%	9.553	3,08%	Alemanya
5.611	3,36%	3.643	2,55%	9.254	2,98%	Itàlia
2.463	1,47%	5.464	3,82%	7.927	2,55%	Rep. Dominicana
4.522	2,70%	2.517	1,76%	7.039	2,27%	Gàmbia
3.666	2,19%	3.208	2,24%	6.874	2,22%	Xina
3.539	2,12%	3.142	2,20%	6.681	2,15%	Regne Unit
5.096	3,05%	610	0,43%	5.706	1,84%	Pakistan
3.375	2,02%	2.209	1,54%	5.584	1,80%	Romania
2.393	1,43%	2.321	1,62%	4.714	1,52%	Xile
1.675	1,00%	2.345	1,64%	4.020	1,30%	Filipines
1.583	0,95%	2.431	1,70%	4.014	1,29%	Cuba
1.292	0,77%	2.432	1,70%	3.724	1,20%	Brasil
1.886	1,13%	1.687	1,18%	3.573	1,15%	Països Baixos
1.817	1,09%	1.711	1,20%	3.528	1,14%	Portugal
2.466	1,47%	887	0,62%	3.353	1,08%	Algèria
2.505	1,50%	847	0,59%	3.352	1,08%	Senegal
1.630	0,97%	1.659	1,16%	3.289	1,06%	Uruguai
1.993	1,19%	1.123	0,78%	3.116	1,00%	Resta d'Àfrica
1.579	0,94%	1.373	0,96%	2.952	0,95%	Ucraïna
1.297	0,78%	1.497	1,05%	2.794	0,90%	Resta d'Europa
986	0,59%	1.586	1,11%	2.572	0,83%	Rússia
1.122	0,67%	1.270	0,89%	2.392	0,77%	Bolívia
1.133	0,68%	1.210	0,85%	2.343	0,76%	Bèlgica
1.694	1,01%	634	0,44%	2.328	0,75%	Índia

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

	Amèrica del Sud
	Àsia i Oceania
	Resta d'Europa

Per sexes, la classificació dels 4 primers països es manté per a les dones; en canvi, en el cas dels homes, el quart país amb major nombre d'immigrants no és Perú sinó la República Argentina.

6. S'inclou la llista de països que abasten el 90,6% de la població immigrant catalana el 2001.

Hem marcat en color diferent dos països, Itàlia i Regne Unit, perquè es tracta de població que pot gaudir de la doble nacionalitat. En aquest sentit, argentins, uruguaians o xilens poden tenir la nacionalitat italiana si demostren tenir avantpassats provinents d'aquest país (de manera similar succeeix amb la nacionalitat espanyola). D'altra banda, pakistanesos o hindús també accedeixen fàcilment a la nacionalitat britànica de resultes del passat colonial del Regne Unit.

L'anàlisi de la població immigrant a Osona el 2001 per països de procedència ens indica que els que tenen major representació són el Marroc, Colòmbia, Ghana i Equador. Només caldria afegir que a Osona tenen major presència que a Catalunya les persones que provenen de la Resta d'Àfrica:

Osona, 2001: Població immigrant per sexe i país de procedència ⁷						
Homes		Dones		Total		
3.357	72,16%	2.296	70,17%	5.653	71,34%	Marroc
174	3,74%	240	7,33%	414	5,22%	Colòmbia
310	6,66%	57	1,74%	367	4,63%	Ghana
152	3,27%	105	3,21%	257	3,24%	Equador
70	1,50%	28	0,86%	98	1,24%	Resta d'Àfrica
63	1,35%	34	1,04%	97	1,22%	Nigèria
41	0,88%	40	1,22%	81	1,02%	Polònia
44	0,95%	33	1,01%	77	0,97%	Bulgària
34	0,73%	36	1,10%	70	0,88%	Argentina
28	0,60%	28	0,86%	56	0,71%	França
35	0,75%	18	0,55%	53	0,67%	Itàlia
31	0,67%	21	0,64%	52	0,66%	Regne Unit
25	0,54%	25	0,76%	50	0,63%	Ucraïna
14	0,30%	27	0,83%	41	0,52%	Cuba
18	0,39%	15	0,46%	33	0,42%	Uruguai
15	0,32%	16	0,49%	31	0,39%	Perú
20	0,43%	10	0,31%	30	0,38%	Romania
21	0,45%	9	0,28%	30	0,38%	Senegal
13	0,28%	17	0,52%	30	0,38%	Resta d'Amèrica del N. i C.
7	0,15%	20	0,61%	27	0,34%	Brasil
12	0,26%	12	0,37%	24	0,30%	Països Baixos
9	0,19%	14	0,43%	23	0,29%	Alemanya
4	0,09%	19	0,58%	23	0,29%	Rep. Dominicana
10	0,21%	13	0,40%	23	0,29%	Xina

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

	Amèrica del Sud
	Àsia i Oceania
	Resta d'Europa

Per sexes, la classificació dels 4 primers països es manté tant per a les dones com per als homes. Com ja hem comentat hi ha una elevada concentració de població magribina i, gràcies a les dades que acabem d'analitzar, s'observa que procedeix del Marroc.

7. S'inclou la llista de països que abasten el 96,4% de població immigrant d'Osona el 2001.

2.2.15 Població immigrant el 2006, per sexes i per país de procedència

L'anàlisi de la població immigrant de Catalunya el 2006 per països ens indica alguna diferència respecte de la distribució de 2001: els països amb major representació són el Marroc, l'Equador, Romania i Colòmbia (és a dir, apareix Romania en tercer lloc, quan el 2001 estava situada al catorzè):

Catalunya, 2006: Població immigrant per sexe i país de procedència ⁸						
Homes		Dones		Total		
119.067	23,58%	69.537	17,01%	188.604	20,64%	Marroc
40.293	7,98%	46.417	11,35%	86.710	9,49%	Equador
27.417	5,43%	23.936	5,85%	51.353	5,62%	Romania
19.459	3,85%	23.769	5,81%	43.228	4,73%	Colòmbia
19.313	3,83%	18.663	4,56%	37.976	4,16%	Argentina
14.843	2,94%	20.544	5,02%	35.387	3,87%	Bolívia
18.790	3,72%	16.001	3,91%	34.791	3,81%	Xina
18.788	3,72%	13.126	3,21%	31.914	3,49%	Itàlia
13.556	2,69%	15.988	3,91%	29.544	3,23%	Perú
22.843	4,52%	2.885	0,71%	25.728	2,82%	Pakistan
12.933	2,56%	12.469	3,05%	25.402	2,78%	França
9.772	1,94%	9.018	2,21%	18.790	2,06%	Alemanya
6.577	1,30%	10.133	2,48%	16.710	1,83%	Rep. Dominicana
8.916	1,77%	7.542	1,84%	16.458	1,80%	Regne Unit
6.623	1,31%	9.705	2,37%	16.328	1,79%	Brasil
7.633	1,51%	7.402	1,81%	15.035	1,65%	Uruguai
7.762	1,54%	7.088	1,73%	14.850	1,63%	Xile
10.435	2,07%	3.894	0,95%	14.329	1,57%	Gàmbia
6.695	1,33%	6.147	1,50%	12.842	1,41%	Ucraïna
10.224	2,03%	2.339	0,57%	12.563	1,37%	Senegal
4.360	0,86%	7.780	1,90%	12.140	1,33%	Rússia
8.063	1,60%	2.095	0,51%	10.158	1,11%	Índia
4.404	0,87%	4.987	1,22%	9.391	1,03%	Resta d'Europa
5.442	1,08%	3.619	0,89%	9.061	0,99%	Portugal
4.019	0,80%	4.879	1,19%	8.898	0,97%	Mèxic
5.029	1,00%	3.714	0,91%	8.743	0,96%	Bulgària
3.638	0,72%	4.658	1,14%	8.296	0,91%	Veneçuela
3.479	0,69%	4.629	1,13%	8.108	0,89%	Cuba
4.293	0,85%	3.487	0,85%	7.780	0,85%	Països Baixos
3.334	0,66%	4.226	1,03%	7.560	0,83%	Filipines
5.498	1,09%	1.906	0,47%	7.404	0,81%	Algèria

Per sexes, la classificació dels 4 primers països es manté per a les dones; en canvi, en el cas dels homes, el quart país amb major nombre d'immigrants no és Colòmbia sinó Pakistan.

L'anàlisi de la població immigrant d'Osona el 2006 per països ens indica que els que tenen major representació són el Marroc, Ghana, Equador i Colòmbia. És a dir, a Osona els 4 primers països de la classificació es mantenen passats 5 anys,

8. S'inclou la llista de països que abasten el 90,4% de població immigrant de Catalunya el 2006.

tot i que alguns han intercanviat posicions (en concret, Colòmbia passa del segon al quart lloc de la classificació):

Osona, 2006: Població immigrant per sexe i país de procedència ⁹						
Homes		Dones		Total		
5.844	54,37%	4.201	54,16%	10.045	54,29%	Marroc
1.189	11,06%	236	3,04%	1.425	7,70%	Ghana
540	5,02%	501	6,46%	1.041	5,63%	Equador
388	3,61%	435	5,61%	823	4,45%	Colòmbia
247	2,30%	226	2,91%	473	2,56%	Romania
280	2,61%	182	2,35%	462	2,50%	Nigèria
202	1,88%	138	1,78%	340	1,84%	Polònia
278	2,59%	60	0,77%	338	1,83%	Índia
139	1,29%	137	1,77%	276	1,49%	Xina
139	1,29%	130	1,68%	269	1,45%	Argentina
130	1,21%	116	1,50%	246	1,33%	Uruguai
69	0,64%	161	2,08%	230	1,24%	Bolívia
146	1,36%	43	0,55%	189	1,02%	Senegal
94	0,87%	90	1,16%	184	0,99%	Bulgària
119	1,11%	60	0,77%	179	0,97%	Resta d'Àfrica
76	0,71%	95	1,22%	171	0,92%	Ucraïna
99	0,92%	67	0,86%	166	0,90%	Itàlia
46	0,43%	100	1,29%	146	0,79%	Perú
68	0,63%	51	0,66%	119	0,64%	Regne Unit
35	0,33%	84	1,08%	119	0,64%	Rússia
33	0,31%	79	1,02%	112	0,61%	Brasil
62	0,58%	44	0,57%	106	0,57%	França
30	0,28%	45	0,58%	75	0,41%	Cuba
30	0,28%	40	0,52%	70	0,38%	Resta d'Europa

Per sexes, la classificació dels 4 primers països es manté per al cas dels homes; en canvi, en el cas de les dones varia l'ordre de manera que Ghana deixa d'ocupar el segon lloc, per passar al quart.

2.2.16 Creixement de població immigrant en el període 2001-2006, per sexes i per països de procedència

Analitzem, a continuació, els països d'origen dels col·lectius amb majors creixements de població immigrada (incloem exclusivament els països corresponents a les agrupacions continentals amb major creixement): en el quadre següent s'observa que entre 2001 i 2006, els països que han tingut uns majors creixements de població immigrant a Catalunya han estat Romania (pel que fa al grup de països de la Resta d'Europa), Bolívia (pel que fa al grup d'Amèrica del Sud) i Xina (pel que fa a l'agrupació continental d'Àsia i Oceania):

9. S'inclou la llista de països que abasten el 95% de població immigrant d'Osona el 2006.

Catalunya	Homes			Dones			Total		
	2001	2006	Δ 2001-06	2001	2006	Δ 2001-06	2001	2006	Δ 2001-06
Romania	3.375	27.417	712,36%	2.209	23.936	983,57%	5.584	51.353	819,65%
Ucraïna	1.579	6.695	324,00%	1.373	6.147	347,71%	2.952	12.842	335,03%
Rússia	986	4.360	342,19%	1.586	7.780	390,54%	2.572	12.140	372,01%
Resta d'Europa	1.297	4.404	239,55%	1.497	4.987	233,13%	2.794	9.391	236,11%
Bulgària	953	5.029	427,70%	784	3.714	373,72%	1.737	8.743	403,34%
Polònia	627	3.668	485,01%	671	2.605	288,23%	1.298	6.273	383,28%
Suïssa	903	1.400	55,04%	917	1.448	57,91%	1.820	2.848	56,48%
Armènia	442	1.607	263,57%	352	1.133	221,88%	794	2.740	245,09%
Moldàvia	220	1.535	597,73%	167	1.194	614,97%	387	2.729	605,17%
Geòrgia	296	1.647	456,42%	192	839	336,98%	488	2.486	409,43%
Andorra	293	405	38,23%	278	405	45,68%	571	810	41,86%
Noruega	84	232	176,19%	97	253	160,82%	181	485	167,96%
Equador	15.008	40.293	168,48%	17.170	46.417	170,34%	32.178	86.710	169,47%
Colòmbia	9.538	19.459	104,02%	12.241	23.769	94,18%	21.779	43.228	98,48%
Argentina	5.359	19.313	260,38%	5.273	18.663	253,94%	10.632	37.976	257,19%
Bolívia	1.122	14.843	1.222,91%	1.270	20.544	1.517,64%	2.392	35.387	1.379,39%
Perú	5.036	13.556	169,18%	7.413	15.988	115,68%	12.449	29.544	137,32%
Brasil	1.292	6.623	412,62%	2.432	9.705	299,05%	3.724	16.328	338,45%
Uruguai	1.630	7.633	368,28%	1.659	7.402	346,17%	3.289	15.035	357,13%
Xile	2.393	7.762	224,36%	2.321	7.088	205,39%	4.714	14.850	215,02%
Veneçuela	942	3.638	286,20%	1.289	4.658	261,37%	2.231	8.296	271,85%
Resta d'Amèrica del Sud	99	2.085	2.006,06%	166	3.345	1.915,06%	265	5.430	1.949,06%
Xina	3.666	18.790	412,55%	3.208	16.001	398,78%	6.874	34.791	406,12%
Pakistan	5.096	22.843	348,25%	610	2.885	372,95%	5.706	25.728	350,89%
Índia	1.694	8.063	375,97%	634	2.095	230,44%	2.328	10.158	336,34%
Filipines	1.675	3.334	99,04%	2.345	4.226	80,21%	4.020	7.560	88,06%
Resta d'Àsia	1.337	3.046	127,82%	984	2.362	140,04%	2.321	5.408	133,00%
Bangla Desh	701	2.605	271,61%	181	655	261,88%	882	3.260	269,61%
Japó	437	1.024	134,32%	528	1.201	127,46%	965	2.225	130,57%
Itàlia	5.611	18.788	234,84%	3.643	13.126	260,31%	9.254	31.914	244,87%
Regne Unit	3.539	8.916	151,94%	3.142	7.542	140,04%	6.681	16.458	146,34%

Per sexes, els països amb un increment major de dones són Romania, Rússia i Moldàvia (pel que fa al grup de països de la Resta d'Europa), Bolívia (pel que fa al grup d'Amèrica del Sud) i Xina, Pakistan i Índia (pel que fa a l'agrupació continental d'Àsia i Oceania).

En el cas d'Osona comprovem que entre 2001 i 2006, els països que han tingut uns majors creixements de població immigrant han estat Romania i Rússia (pel que fa a la Resta d'Europa), Bolívia (pel que fa a Amèrica del Sud) i Pakistan, Índia i Xina (pel que fa a Àsia i Oceania):

Osona	Homes			Dones			Total		
	2001	2006	Δ 2001-06	2001	2006	Δ 2001-06	2001	2006	Δ 2001-06
Romania	20	247	1.135,00%	10	226	2.160,00%	30	473	1.476,67%
Polònia	41	202	392,68%	40	138	245,00%	81	340	319,75%
Bulgària	44	94	113,64%	33	90	172,73%	77	184	138,96%
Ucraïna	25	76	204,00%	25	95	280,00%	50	171	242,00%
Rússia	6	35	483,33%	9	84	833,33%	15	119	693,33%
Resta d'Europa	10	41	310,00%	10	51	410,00%	20	92	360,00%
Geòrgia	6	14	133,33%	12	27	125,00%	18	41	127,78%
Suïssa	2	4	100,00%	1	5	400,00%	3	9	200,00%
Andorra	4	3	-25,00%	1	2	100,00%	5	5	0,00%
Equador	152	540	255,26%	105	501	377,14%	257	1041	305,06%
Colòmbia	174	388	122,99%	240	435	81,25%	414	823	98,79%
Argentina	34	139	308,82%	36	130	261,11%	70	269	284,29%
Uruguai	18	130	622,22%	15	116	673,33%	33	246	645,45%
Bolívia	4	69	1.625,00%	5	161	3.120,00%	9	230	2.455,56%
Perú	15	46	206,67%	16	100	525,00%	31	146	370,97%
Brasil	7	33	371,43%	20	79	295,00%	27	112	314,81%
Xile	3	29	866,67%	19	35	84,21%	22	64	190,91%
Veneçuela	7	24	242,86%	11	36	227,27%	18	60	233,33%
Resta d'Amèrica del Sud	1	4	300,00%	1	22	2.100,00%	1	26	2.500,00%
Índia	18	278	1.444,44%	2	60	2.900,00%	20	338	1.590,00%
Xina	10	139	1.290,00%	13	137	953,85%	23	276	1.100,00%
Resta d'Àsia	9	28	211,11%	6	15	150,00%	15	43	186,67%
Filipines	3	12	300,00%	3	13	333,33%	6	25	316,67%
Pakistan	1	18	1.700,00%	0	6		1	24	2.300,00%
Japó	-	-		2	3	50,00%	2	3	50,00%
Itàlia	35	99	182,86%	18	67	272,22%	53	166	213,21%
Regne Unit	31	68	119,35%	21	51	142,86%	52	119	128,85%

Per sexes, els països amb un increment major de dones —i superiors als increments dels homes— són Romania, Rússia (pel que fa a la Resta d'Europa), Bolívia i Uruguai (pel que fa a Amèrica del Sud) i Índia i Xina (pel que fa a Àsia i Oceania).

2.3 L'emprenedoria femenina

Presentem tot seguit una relació de taxes que mesuren l'emprenedoria des de diversos punts de vista. En aquest sentit, cal aclarir que hem considerat persones emprenedores les qui es qualifiquen d'empresàries (amb treballadors o sense) o bé membres de cooperatives en respondre el Cens de població, dins l'apartat corresponent a la situació professional.

2.3.1 Taxa d'emprenedoria respecte del total de població, per sexes

Mentre que a Osona hi ha 9,6 persones emprenedores per cada 100 habitants, a Catalunya la taxa és lleugerament inferior: 7,45%. Si analitzem aquesta taxa per sexes, constatem que la tendència es manté:

Cens de població, 2001	Dones emprenedores	% sobre el total de dones	Homes emprenedors	% sobre el total d'homes
Osona	3.706	5,68%	8.735	13,58%
Catalunya	145.674	4,48%	327.936	10,52%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001.

Tant en el cas de les dones com en el dels homes, el percentatge d'emprenedors sobre la població total del gènere respectiu és lleugerament superior a Osona (1,2 punts de diferència per a les dones que emprenen i 3 punts de diferència, per als homes).

2.3.2 Taxa d'emprenedoria femenina respecte del total d'emprenedors

Cens de població, 2001	Dones emprenedores	Total emprenedors	%
Osona	3.706	12.441	29,79%
Catalunya	145.674	473.610	30,76%
% Osona/Catalunya	2,54%		

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Així, doncs, constatem que:

- de cada 100 emprenedors, 29 són dones a Osona i 30 a Catalunya;
- de cada 100 emprenedores catalanes, 2-3 dones són osonenques.

2.3.3 Taxa d'emprenedoria femenina sobre població ocupada femenina

Cens de població, 2001	Dones emprenedores	Població ocupada femenina	%
Osona	3.706	24.838	14,92%
Catalunya	145.674	1.158.070	12,58 %

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

És a dir que:

- de cada 100 dones ocupades a Osona, 15 són emprenedores;
- de cada 100 dones ocupades a Catalunya, 12-13 són emprenedores.

2.3.4 Emprenedoria femenina a Catalunya, per comarques. Ubicació d'Osona a la classificació

En el quadre següent presentem la classificació d'emprenedores catalanes per comarques en termes absoluts i relatius i ordenada en sentit decreixent, així com el pes que representen aquestes emprenedores respecte del total de dones de la comarca respectiva:

	2001	Comarques de Catalunya	% acumulat comarques per trams	Total emprenedores	%	% acumulat emprenedores per trams	% emprenedores s/ total dones comarca
A	1.	Barcelonès		42.746	29,34%		3,9%
	2.	Vallès Occidental		15.306	10,51%		4,1%
	3.	Baix Llobregat		13.121	9,01%		3,8%
	4.	Maresme		10.017	6,88%		5,6%
	5.	Vallès Oriental	12%	7.303	5,01%	60,75%	4,5%
B	6.	Segrià		4.134	2,84%		4,9%
	7.	Bages		3.832	2,63%		4,9%
	8.	Osona		3.706	2,54%		5,7%
	9.	Tarragonès		3.666	2,52%		4,0%
	10.	Baix Camp		3.381	2,32%		4,6%
	11.	Gironès		3.295	2,26%		4,7%
	12.	Alt Empordà		3.147	2,16%		6,3%
	13.	Baix Empordà		2.843	1,95%		5,5%
	14.	Selva		2.824	1,94%		4,9%
	15.	Garraf		2.704	1,86%		5,0%
	16.	Anoia		2.170	1,49%		4,6%
	17.	Alt Penedès		1.859	1,28%		4,6%
	18.	Montsià		1.767	1,21%		6,2%
	19.	Baix Ebre		1.691	1,16%		5,1%
	20.	Baix Penedès		1.580	1,08%		5,2%
	21.	Garrotxa	40%	1.472	1,01%	30,25%	6,1%
C	22.	Berguedà		1.245	0,85%		6,4%
	23.	Noguera		1.134	0,78%		6,6%
	24.	Urgell		949	0,65%		6,1%
	25.	Alt Camp		925	0,63%		5,2%
	26.	Pla d'Urgell		914	0,63%		6,1%
	27.	Ripollès		894	0,61%		6,9%
	28.	Ribera d'Ebre		776	0,53%		7,2%
	29.	Pla de l'Estany		680	0,47%		5,5%
	30.	Garrigues		652	0,45%		7,0%
	31.	Cerdanya		595	0,41%		8,7%
	32.	Alt Urgell		572	0,39%		6,0%
	33.	Pallars Jussà		524	0,36%		8,7%
	34.	Conca de Barberà		522	0,36%		5,6%
	35.	Segarra		509	0,35%		5,6%
	36.	Terra Alta		503	0,35%		8,4%
	37.	Priorat		394	0,27%		8,7%
	38.	Solsonès		393	0,27%		7,0%
	39.	Vall d'Aran		393	0,27%		10,5%
	40.	Pallars Sobirà		376	0,26%		12,5%
	41.	Alta Ribagorça	48%	160	0,11%	9%	9,4%
			TOTAL		145.674	100,00%	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Analitzant la distribució de la informació precedent, podem classificar les comarques en 3 grups diferenciats, en base al criteri del pes que l'emprenedoria femenina té en el total català:

Grup A: Les 5 primeres comarques de la classificació (un 12% del total de comarques catalanes) abasten el 60% d'emprenedores catalanes. Les comarques on l'emprenedoria femenina té major pes són el Barcelonès, el Vallès Occidental, el Baix Llobregat, el Maresme i el Vallès Oriental, per aquest ordre. Es tracta de comarques en què la indústria i els serveis constitueixen els principals sectors econòmics. D'altra banda, són comarques amb una important concentració de població (acullen el 66% del total d'habitants a Catalunya).

Grup B: El següent tram, format pel 40% de comarques (16 de 41), incorpora el 30% de les dones emprenedores catalanes.

Grup C: Finalment, el darrer grup, format per quasi la meitat de les comarques catalanes (20 de 41), només inclou el 9% de l'emprenedoria femenina del territori.

Podem constatar que Osona se situa en vuitena posició dins d'aquesta classificació comarcal, dins del grup B, és a dir, aquelles comarques amb una importància mitjana-alta en l'emprenedoria femenina catalana, i té un total d'emprenedores similar al que trobem al Bages o al Tarragonès.

A la darrera columna del quadre hem afegit el càlcul del percentatge d'emprenedores respecte del total de dones, per a cada comarca catalana (d'aquesta manera, s'afina millor la classificació que hem proposat anteriorment).

Analitzant aquesta darrera columna, concloem que no hi ha una correlació clara entre dimensió de la població i esperit emprenedor, ja que les xifres presenten els majors nivells a les darreres caselles; és a dir, al Barcelonès, al Vallès Occidental, al Baix Llobregat, al Maresme i al Vallès Oriental és on hi ha més emprenedores (i també on hi ha més població), però també són les comarques on hi ha menys emprenedores per cada 100 dones (només entre 4 o 5 dones ho són).

Passa el contrari a les comarques del tram baix de la classificació: Pallars Sobirà, Vall d'Aran, Alta Ribagorça, Priorat o Cerdanya són comarques poc denses i poblades, però, en canvi, l'esperit emprenedor de les dones és superior, ja que entre 8 i 12 dones de cada 100 engeguen algun negoci.

Tenint en compte aquesta òptica, diríem que Osona se situa en el tram mitjà-baix, ja que de cada 100 osonenques, 5-6 emprenen.

Així, doncs, podem afirmar que la classificació que fèiem per comarques tenint en compte el nombre d'emprenedores, s'inverteix quan ho relativitzem al total de població femenina de cada comarca.

2.3.5 Emprenedoria femenina a Osona, per municipis

En el quadre que apareix a continuació s'ha realitzat una agrupació de municipis en base al mateix criteri emprat per a les comarques catalanes en el punt anterior. D'aquesta manera, podem classificar els municipis osonencs en 3 grups diferenciats, tenint en compte el pes que té l'emprenedoria femenina de cada un d'ells sobre el total de la comarca:

Grup A: Els 6 primers municipis de la classificació (aproximadament un 12% del total), abasten el 57,8% d'emprenedores osonenques. Els municipis on l'emprenedoria femenina té major pes a Osona són: Vic, Manlleu, Torelló, Tona, Centelles i Taradell, per aquest ordre.

Grup B: El següent tram format pel 27,5% de municipis (14 de 51) comprèn, aproximadament, el 30% de les emprenedores a Osona.

Grup C: Finalment, el darrer grup format per més de la meitat dels municipis (31 de 51) només abraça el 12,3% de l'emprenedoria femenina comarcal.

Així, doncs, es constata que els sis municipis que componen el grup A són aquells en què hi ha una major empenta pel que fa a l'emprenedoria femenina, dada que s'explica —tal com passava a nivell català per comarques— per la quantitat de població que concentren (un 61,5% del total osonenc), i pel tarannà industrial i de serveis que tradicionalment han tingut les seves activitats econòmiques.

Cal, però, relativitzar aquestes xifres a la població femenina de cada municipi: és per això que a la darrera columna hi hem afegit el càlcul del pes o percentatge que les emprenedores representen sobre el total de dones, per a cada municipi d'Osona (d'aquesta manera, s'afina millor la classificació que hem proposat anteriorment).

Analitzant aquesta darrera columna, concloem —tal com passava a nivell de Catalunya— que no hi ha una correlació elevada entre dimensió de la població i esperit emprenedor ja que els majors nivells es presenten en el tram baix de la taula; és a dir, municipis com ara Sant Martí d'Albars, Tavertet, El Brull, Sant Agustí de Lluçanès o Rupit són poblacions poc denses i amb pocs habitants, però en canvi l'esperit emprenedor de les seves dones és superior al de les poblacions més grans, ja que entre 10 i 17 dones de cada 100 emprenen algun negoci.

Passa el contrari als municipis dels primers llocs de la classificació: Vic, Manlleu, Torelló, Tona, Centelles i Taradell són els que tenen més emprenedores (i també on hi ha més població), però també són els municipis en què hi ha menys emprenedores per cada 100 dones (només entre 4 o 6 ho són).

Podem afirmar, doncs, que la classificació que fèiem per municipis tenint en compte el nombre d'emprenedores, s'inverteix quan ho relativitzem al total de població femenina de cada municipi.

Grup de Recerca Emprèn. Departament d'Empresa.
Facultat d'Empresa i Comunicació. Universitat de Vic.

	2001	Municipis d'Osona	% acumulat municipis per trams	Total emprenedores	%	% acumulat emprenedores per trams	% s/ total dones municipi
A	1.	Vic		844	22,77%		5,07%
	2.	Manlleu		390	10,52%		4,46%
	3.	Torelló		354	9,55%		5,65%
	4.	Tona		199	5,37%		6,54%
	5.	Centelles		178	4,80%		5,99%
	6.	Taradell	11,7%	177	4,78%	57,8%	6,72%
B	7.	Roda de Ter		128	3,45%		4,76%
	8.	Sant Julià de Vilatorrada		101	2,73%		8,20%
	9.	Balenya		92	2,48%		5,71%
	10.	Prats de Lluçanès		84	2,27%		6,14%
	11.	Masies de Voltregà, les		83	2,24%		5,64%
	12.	S. Hipòlit de Voltregà		82	2,21%		5,30%
	13.	Gurb		79	2,13%		8,15%
	14.	Sta. Eugènia de Berga		72	1,94%		7,44%
	15.	Sta. Maria de Corcó		69	1,86%		6,22%
	16.	Seva		67	1,81%		5,32%
	17.	Calldetenes		66	1,78%		6,72%
	18.	Sant Pere de Torelló		63	1,70%		5,69%
	19.	Sant Quirze de Besora		63	1,70%		6,30%
	20.	Folgueroles	27,5%	58	1,57%	29,9%	6,86%
C	21.	Sant Vicenç de Torelló		48	1,30%		5,13%
	22.	Olost		34	0,92%		5,80%
	23.	Viladrau		32	0,86%		7,60%
	24.	Oristà		29	0,78%		8,76%
	25.	Sta. Eulàlia de Riuprimer		27	0,73%		6,49%
	26.	Masies de Roda, les		23	0,62%		6,52%
	27.	Montesquiú		20	0,54%		4,88%
	28.	Rupit i Pruit		20	0,54%		11,90%
	29.	Sant Boi de Lluçanès		19	0,51%		6,83%
	30.	Sant Bartomeu del Grau		17	0,46%		3,25%
	31.	Sant Martí de Centelles		15	0,40%		4,07%
	32.	Tavèrnoles		15	0,40%		10,87%
	33.	Vilanova de Sau		14	0,38%		7,69%
	34.	Brull, el		13	0,35%		14,94%
	35.	Collsuspina		13	0,35%		10,40%
	36.	Lluçà		12	0,32%		9,68%
	37.	Sant Martí d'Albars		12	0,32%		17,91%
	38.	Tavertet		12	0,32%		17,14%
	39.	Orís		11	0,30%		8,73%
	40.	Muntanyola		9	0,24%		5,66%
	41.	Perafita		8	0,22%		9,30%
	42.	Espinelves		8	0,22%		4,30%
	43.	Malla		7	0,19%		5,56%
	44.	Sant Agustí de Lluçanès		7	0,19%		14,58%
	45.	Vidrà		7	0,19%		8,97%
	46.	Alpens		6	0,16%		4,65%
	47.	Santa Cecília de Voltregà		6	0,16%		6,52%
	48.	Santa Maria de Besora		5	0,13%		5,81%
	49.	Sant Sadurní d'Osormort		3	0,08%		7,69%
	50.	Sora		3	0,08%		3,61%
	51.	Sobremunt	60,8%	2	0,05%	12,3%	4,35%
		Total		3.706	100,00%		

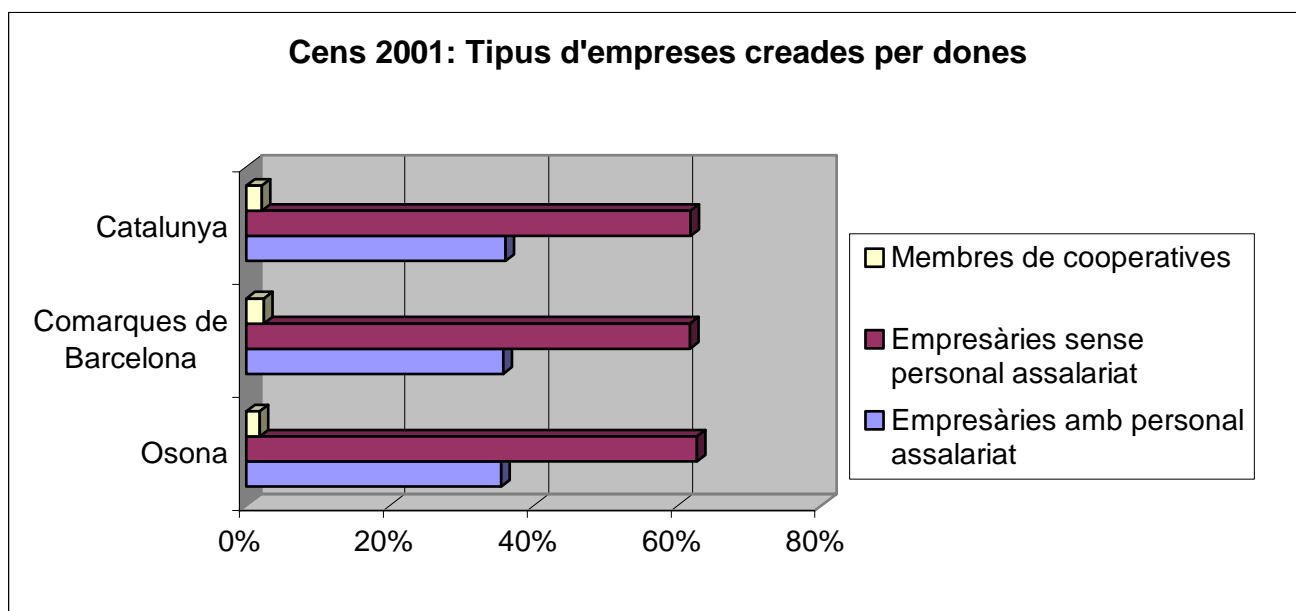
Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

2.3.6 Tipus d'empreses creades per dones a Osona, comarques de Barcelona i Catalunya

Es comprova que els percentatges dels tipus d'empresadores en els tres àmbits geogràfics són molt similars:

Tipus d'empreses creades per dones, 2001							
	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives		Total
Osona	1.314	35,46%	2.323	62,68%	69	1,86%	3.706
Comarques de Barcelona	37.223	35,80%	64.195	61,74%	2.553	2,46%	103.971
Catalunya	52.507	36,04%	89.984	61,77%	3.183	2,19%	145.674

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



Fóra bo posar en relleu que Osona presenta un percentatge d'empresàries sense personal assalariat 1 punt superior als nivells existents a les comarques barcelonines i catalanes, fet que va en detriment dels percentatges que té d'empresàries amb treballadors i membres de cooperatives.

2.3.7 Tipus d'empreses creades per dones a Osona, per municipis

Ens fixem ara en la distribució per municipis dels tipus d'empresa creades per dones a Osona:

Municipis d'Osona	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives		Total	
Vic	310	36,7%	525	62,2%	9	1,1%	844	100%
Manlleu	141	36,2%	244	62,6%	5	1,3%	390	100%
Torelló	134	37,9%	209	59,0%	11	3,1%	354	100%
Tona	81	40,7%	112	56,3%	6	3,0%	199	100%
Taradell	67	37,9%	105	59,3%	5	2,8%	177	100%
Centelles	47	26,4%	125	70,2%	6	3,4%	178	100%
Roda de Ter	39	30,5%	87	68,0%	2	1,6%	128	100%
Balenya	30	32,6%	62	67,4%	0	-	92	100%
Masies de Voltregà, les	19	22,9%	63	75,9%	1	1,2%	83	100%
Sant Hipòlit de Voltregà	33	40,2%	49	59,8%	0	-	82	100%
Prats de Lluçanès	30	35,7%	54	64,3%	0	-	84	100%
Sant Julià de Vilatorrada	41	40,6%	59	58,4%	1	1,0%	101	100%
Seva	15	22,4%	46	68,7%	6	9,0%	67	100%
Sant Pere de Torelló	27	42,9%	36	57,1%	0	-	63	100%
Santa Eugènia de Berga	41	56,9%	28	38,9%	3	4,2%	72	100%
Santa Maria de Corcó	13	18,8%	47	68,1%	9	13,0%	69	100%
Calldetenes	23	34,8%	43	65,2%	0	-	66	100%
Sant Quirze de Besora	19	30,2%	44	69,8%	0	-	63	100%
Gurb	31	39,2%	47	59,5%	1	1,3%	79	100%
Folgueroles	26	44,8%	31	53,4%	1	1,7%	58	100%
Sant Vicenç de Torelló	15	31,3%	32	66,7%	1	2,1%	48	100%
Olost	9	26,5%	25	73,5%	0	-	34	100%
Sant Bartomeu del Grau	3	17,6%	14	82,4%	0	-	17	100%
Santa Eulàlia de Riuprimer	13	48,1%	14	51,9%	0	-	27	100%
Montesquiu	9	45,0%	11	55,0%	0	-	20	100%
Masies de Roda, les	3	13,0%	20	87,0%	0	-	23	100%
Viladrau	14	43,8%	18	56,3%	0	-	32	100%
Sant Martí de Centelles	6	40,0%	9	60,0%	0	-	15	100%
Oristà	7	24,1%	21	72,4%	1	3,4%	29	100%
Sant Boi de Lluçanès	6	31,6%	13	68,4%	0	-	19	100%
Perafita	2	25,0%	6	75,0%	0	-	8	100%
Muntanyola	2	22,2%	7	77,8%	0	-	9	100%
Tavernoles	8	53,3%	7	46,7%	0	-	15	100%
Malla	2	28,6%	5	71,4%	0	-	7	100%
Vilanova de Sau	7	50,0%	7	50,0%	0	-	14	100%
Rupit i Pruit	5	25,0%	15	75,0%	0	-	20	100%
Collsuspina	5	38,5%	8	61,5%	0	-	13	100%
Lluçà	2	16,7%	10	83,3%	0	-	12	100%
Alpens	0	-	6	100,0%	0	-	6	100%
Orís	3	27,3%	8	72,7%	0	-	11	100%
Santa Cecília de Voltregà	0	-	5	83,3%	1	16,7%	6	100%
Brull, el	8	61,5%	5	38,5%	0	-	13	100%
Vidrà	3	42,9%	4	57,1%	0	-	7	100%
Espinelves	1	12,5%	7	87,5%	0	-	8	100%
Tavertet	5	41,7%	7	58,3%	0	-	12	100%
Santa Maria de Besora	2	40,0%	3	60,0%	0	-	5	100%
Sant Martí d'Albars	2	16,7%	10	83,3%	0	-	12	100%
Sora	2	66,7%	1	33,3%	0	-	3	100%
Sant Sadurní d'Osormort	2	66,7%	1	33,3%	0	-	3	100%
Sant Agustí de Lluçanès	0	-	7	100,0%	0	-	7	100%
Sobremunt	1	50,0%	1	50,0%	0	-	2	100%
TOTAL	1.314		2.323		69		3.706	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Respecte del quadre anterior cal que comentem els següents aspectes:

- Pel que fa a les empresàries amb personal assalariat, els municipis osonencs on tenen major presència són: el Brull, Santa Eugènia de Berga, Tavèrnoles, Vilanova de Sau i Santa Eulàlia de Riuprimer.
- Pel que fa a les empresàries sense personal assalariat, els municipis osonencs on tenen major presència són: Alpens, Sant Agustí de Lluçanès, les Masies de Roda, Espinelves i Lluçà.
- Pel que fa a les empresàries que són sòcies membres de cooperatives, tot i l'escassa participació en aquest tipus de forma jurídica, caldria parlar dels municipis de Santa Cecília de Voltregà i de Santa Maria de Corcó, on hi ha una representació que oscil·la entre el 13 i el 16% del total d'emprenedores dels municipis respectius.

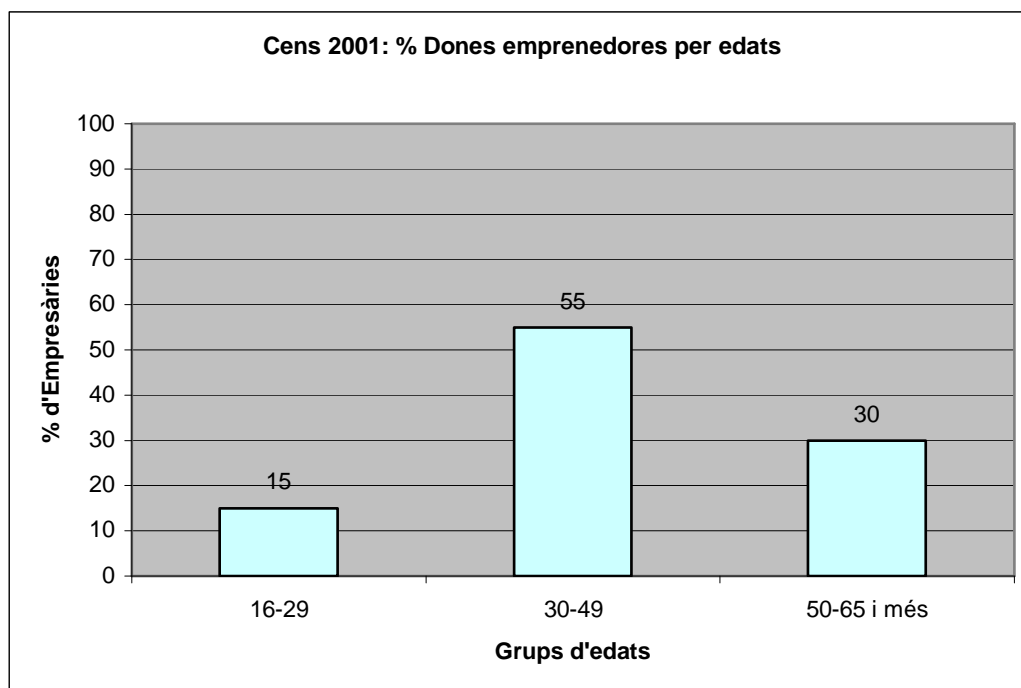
2.3.8 Nombre d'empresàries, per edats

Cens de població, 2001, Nombre d'empresàries per edats				
	Osona		Catalunya	
De 16 a 19 anys	44	1,19%	1.429	0,98%
De 20-24 anys	159	4,29%	6.373	4,37%
De 25-29 anys	362	9,77%	14.608	10,03%
De 30-34 anys	431	11,63%	17.918	12,30%
De 35-39 anys	503	13,57%	20.588	14,13%
De 40-44 anys	547	14,76%	20.939	14,37%
De 45-49 anys	567	15,30%	19.652	13,49%
De 50-54 anys	500	13,49%	18.533	12,72%
De 55-59 anys	352	9,50%	14.039	9,64%
De 60-64 anys	171	4,61%	7.599	5,22%
De 65 anys i més	70	1,89%	3.996	2,74%
Total	3.706	100,00%	145.674	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Entre Osona i Catalunya no hi ha diferències rellevants pel que fa a l'estructura d'edats de les emprenedores: així doncs, la major part de les emprenedores (un 55%) es concentren en el tram d'edat dels 30 i els 49 anys.

Entre els 16 i els 29 anys, només hi trobem un 15% de la població emprenedora femenina i, finalment, en l'etapa que podríem anomenar de maduresa (entre els 50 i els 65 o més anys), hi trobem el 30% restant.



2.3.9 Tipus d'empresàries, per edats

Cens de població, 2001: Tipus d'empresàries, per edats						
Edat	Empresàries sense personal assalariat		Empresàries amb personal assalariat		Membres de cooperatives	
	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya
De 16 a 19	32	1.006	11	375	1	48
De 20-24	116	4.629	39	1.542	4	202
De 25-29	229	9.934	123	4.296	10	378
De 30-34	250	11.118	165	6.269	16	531
De 35-39	294	12.027	199	8.067	10	494
De 40-44	329	12.072	208	8.347	10	520
De 45-49	342	11.599	216	7.684	9	369
De 50-54	315	11.311	181	6.945	4	277
De 55-59	244	8.950	106	4.881	2	208
De 60-64	123	4.896	45	2.613	3	90
De 65 i més	49	2.442	21	1.488	0	66
Total	2.323	89.984	1.314	52.507	69	3.183

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Si ens fixem en les edats de les dones segons el tipus d'empresària que són, constatem que els percentatges que hem comentat en l'apartat anterior, referits a les emprenedores en general, coincideixen força amb el tipus *d'empresària sense personal assalariat* —que, recordem-ho, és el grup més nombrós—, de manera que:

Cens de població, 2001: Empresàries sense personal assalariat		
	Osona	Catalunya
De 16-29	16 %	17 %
De 30-49	52 %	52 %
De 50-65 i més	32 %	31 %
Total	100 %	100 %

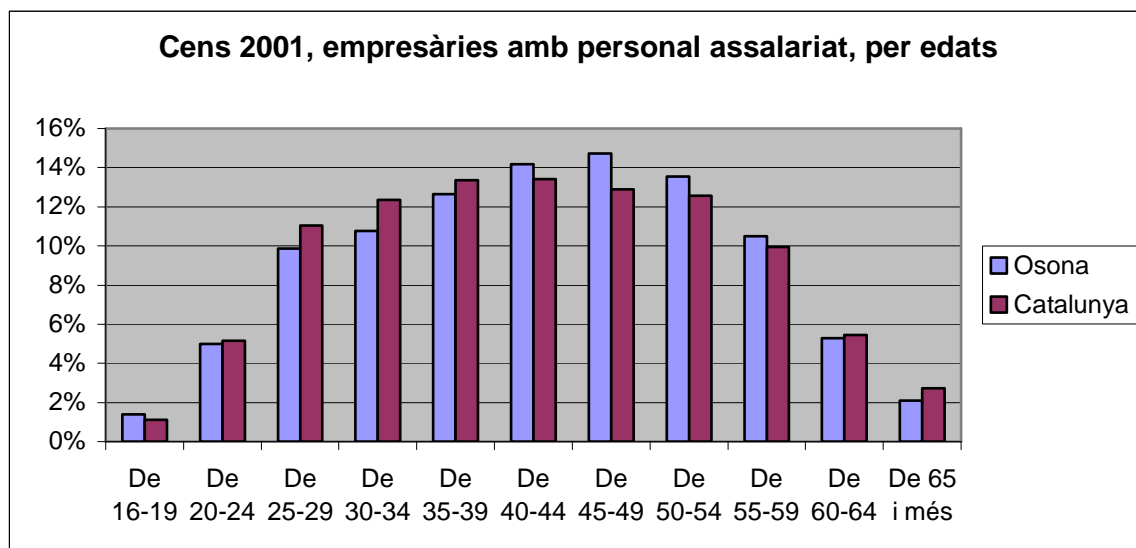
En el cas de les dones que tenen personal assalariat, el 60% es concentra en el tram d'edat dels 30 als 49 anys, percentatge que és superior al que vèiem a l'apartat anterior, on la dada era del 55%. Consegüentment, els altres dos trams d'edats (les joves i les madures) presenten percentatges lleugerament inferiors:

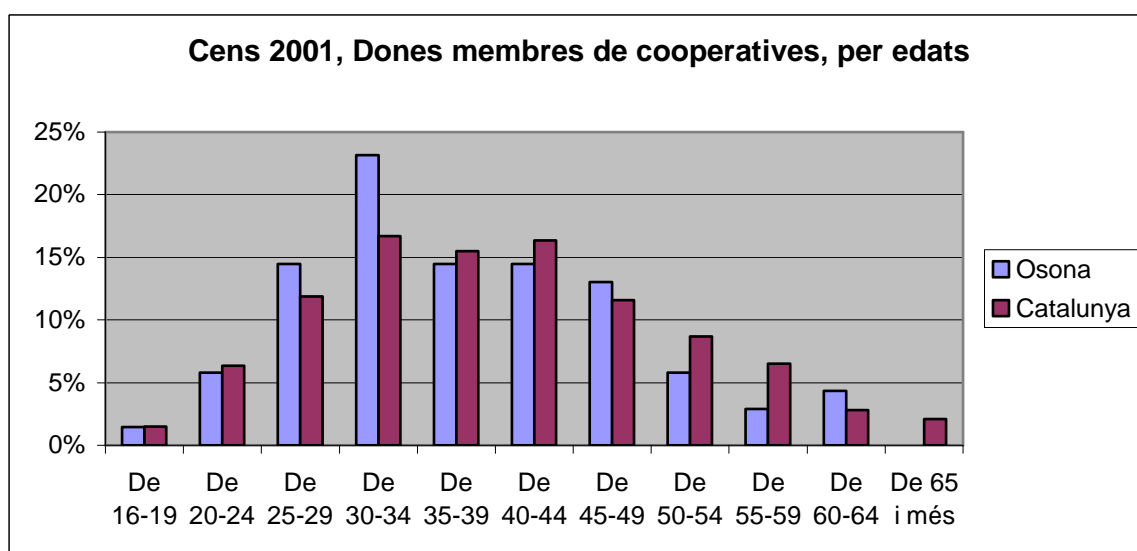
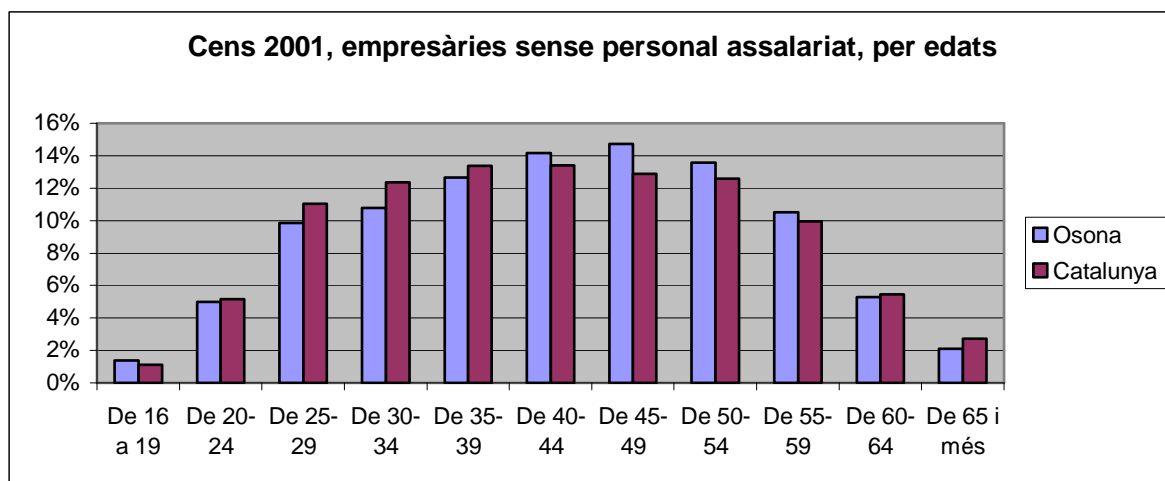
Cens de població, 2001: Emprendedores amb personal assalariat		
	Osona	Catalunya
De 16-29	13 %	12 %
De 30-49	60 %	58 %
De 50-65 i més	27 %	30 %
Total	100 %	100 %

Finalment, pel que fa a les dones membres de cooperatives, es constata que el percentatge de dones joves és força superior al del col·lectiu de dones empresàries en general:

Cens de població, 2001: Membres de Cooperatives		
	Osona	Catalunya
De 16-29	22 %	20 %
De 30-49	65 %	60 %
De 50-65 i més	13 %	20 %
Total	100 %	100 %

Gràficament:





Finalment, cal comentar que, entre el grup de les dones membres de cooperatives, sobta el diferencial que hi ha entre Osona (23%) i Catalunya (16%) en el tram dels 30 als 34 anys.

2.3.10 Sectors d'activitat de l'emprenedoria femenina

En aquest apartat analitzarem les empreses de les dones des de tres nivells diferenciats, passant de major a menor grau de concreció: sectors d'activitat, branques d'activitat i activitats econòmiques segons la CCAE (Classificació Catalana d'Activitats Econòmiques):

Emprenedores per sectors d'activitat, 2001				
	Catalunya		Osona	
Agricultura	5.863	4,0%	214	5,8%
Indústria	17.871	12,1%	617	16,6%
Construcció	4.539	3,1%	97	2,6%
Serveis	117.401	80,8%	2.778	75,0%
Total	145.674	100,0%	3.706	100,00 %

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Analitzant els percentatges de participació en els quatre **grans sectors d'activitat**, constatem que en el sector primari i el secundari les emprenedores tenen una major presència a Osona que a Catalunya, fet que sembla del tot raonable tenint en compte el teixit econòmic de la comarca.

En canvi, pel que fa a la Construcció i els Serveis, és a Osona on el nombre d'emprenedores que s'hi dediquen és lleugerament inferior a la xifra corresponent a les dones que operen en aquests dos sectors a nivell de tota la comunitat autònoma.

Passem ara dels grans sectors econòmics a les **branques d'activitat**, i observem quines són les més triades per les dones a l'hora d'emprendre un negoci:

Catalunya, Cens 2001: Emprenedoria femenina per branques d'activitat		
1. Comerç; reparació de vehicles de motor, motocicletes i ciclomotors, i articles personals i d'ús domèstic	48.753	33,5%
2. Indústries manufactureres	17.657	12,1%
3. Activitats immobiliàries i de lloguer; serveis empresarials	16.909	11,6%
4. Hoteleria	16.172	11,1%
5. Altres activitats socials i de serveis prestats a la comunitat; serveis personals	14.706	10,1%
6. Activitats sanitàries i veterinàries, serveis socials	9.093	6,2%
7. Agricultura, ramaderia, caça i silvicultura	5.758	4,0%
8. Educació	5.686	3,9%
9. Construcció	4.539	3,1%
10. Transport, emmagatzematge i comunicacions	3.864	2,7%
11. Mediació financera	2.208	1,5%
12. Producció i distribució d'energia elèctrica, gas i aigua	190	0,1%
13. Pesca	105	0,1%
14. Indústries extractives	24	0,0%
15. Organismes extraterritorials	10	0,0%
16. Administració pública, defensa i Seguretat Social obligatòria	-	-
17. Llars que ocupen personal domèstic	-	-
Total	145.674	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Quasi el 80% de les emprenedores catalanes es concentra en les cinc primeres branques d'activitat: el *Comerç d'articles personals i d'ús domèstic* és l'activitat a què es dedica un major nombre de dones que regenten un negoci, abastant un 33,5% dels casos. Amb el 12% apareixen les *Indústries manufactureres*. *Serveis personals*, *Hoteleria* i *Serveis socials o sanitaris* són la resta de branques d'activitat més freqüents.

Comparem aquesta classificació amb la situació a la comarca d'Osona:

Osona, Cens 2001: Emprenedoria femenina per branques d'activitat		
1. Comerç; reparació de vehicles de motor, motocicletes i ciclomotors, i articles personals i d'ús domèstic	1.245	33,6%
2. Indústries manufactureres	612	16,5%
3. Altres activitats socials i de serveis prestats a la comunitat; serveis personals	416	11,2%
4. Hoteleria	393	10,6%
5. Activitats immobiliàries i de lloguer; serveis empresarials	295	8,0%
6. Agricultura, ramaderia, caça i silvicultura	213	5,7%
7. Activitats sanitàries i veterinàries, serveis socials	173	4,7%
8. Educació	109	2,9%
9. Construcció	97	2,6%
10. Transport, emmagatzematge i comunicacions	87	2,3%
11. Mediació financera	60	1,6%
12. Producció i distribució d'energia elèctrica, gas i aigua	4	0,1%
13. Pesca	1	0,0%
14. Indústries extractives	1	0,0%
15. Organismes extraterritorials	-	-
16. Administració pública, defensa i Seguretat Social obligatòria	-	-
17. Llars que ocupen personal domèstic	-	-
Total	3.706	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

A Osona succeeix el mateix que a Catalunya: el 80% de dones empresàries es concentren en 5 branques d'activitat que, a més a més, són les mateixes (amb el que no coincideixen totalment és en l'ordre dins la classificació).

El primer i el segon lloc de la classificació osonenca d'empresàries per branques d'activitat abasten un 50,1% dels casos: el primer lloc —comerç— coincideix amb el de la classificació catalana (tant la branca com el percentatge) però en el cas del segon lloc (les indústries manufactureres), té més importància a Osona (16,5%) que a nivell català (12,1%).

Una altra diferència rau en el fet que mentre que a Catalunya la tercera posició és per a les *Activitats immobiliàries i de lloguer; serveis empresarials* i la cinquena posició de la classificació per a *Altres activitats socials i de serveis prestats a la comunitat; serveis personals*, en el cas d'Osona aquestes dues branques s'intercanvien les posicions.

Finalment, la darrera diferència a destacar —lògica, d'altra banda— rau en el major pes de l'*Agricultura, ramaderia, caça i silvicultura* a Osona (5,7% d'empresadores) que a Catalunya (4%).

Si analitzem la distribució de dones emprenedores per **activitats econòmiques** concretes¹⁰ (tant a Catalunya com a Osona), destaca la quasi total coincidència en els 10 primers llocs de la classificació de les activitats més triades. Així, doncs, les 10 primeres activitats econòmiques a què es dediquen les emprenedores catalanes (i que abasten el 57,3% del col·lectiu), són:

10. La Classificació Catalana d'Activitats Econòmiques (IDESCAT) inclou fins a 222 ítems diferents.

Catalunya, 2001: Emprenedoria femenina per activitat econòmica (CCAIE)	%
1. Altres tipus de comerç al detall d'articles nous en establiments especialitzats	14,07 %
2. Comerç al detall d'aliments, begudes i tabac en establiments especialitzats	9,59 %
3. Activitats diverses de serveis personals	8,19 %
4. Restaurants	6,35 %
5. Activitats Sanitàries	4,76 %
6. Activitats jurídiques, de comptabilitat, tenidoria de llibres, auditoria, assessoria fiscal, estudis de mercat i enquestes d'opinió pública; consulta i assessorament sobre direcció i gestió empresarial, gestió de societats de cartera	4,76 %
7. Establiments de begudes	2,97%
8. Confecció de peces de vestir amb tèxtils i accessoris	2,77 %
9. Producció agrícola	1,99 %
10. Comerç al detall de productes farmacèutics, articles mèdics, bellesa i higiene	1,87 %

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Per poder comparar, afegim a continuació les activitats econòmiques més triades per les emprenedores d'Osona (abasten el 57% del col·lectiu):

Osona, 2001: Emprenedoria femenina per activitat econòmica (CCAIE)	%
1. Altres tipus de comerç al detall d'articles nous en establiments especialitzats	13,14 %
2. Comerç al detall d'aliments, begudes i tabac en establiments especialitzats	11,28 %
3. Activitats diverses de serveis personals	9,44 %
4. Restaurants	6,61 %
5. Activitats Sanitàries	3,62 %
6. Activitats jurídiques, de comptabilitat, tenidoria de llibres, auditoria, assessoria fiscal, estudis de mercat i enquestes d'opinió pública; consulta i assessorament sobre direcció i gestió empresarial, gestió de societats de cartera	3,51 %
7. Producció ramadera	3,08%
8. Confecció de peces de vestir amb tèxtils i accessoris	2,24 %
9. Comerç al detall de productes farmacèutics, articles mèdics, bellesa i higiene	2,08 %
10. Establiments de begudes	2,00 %

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Observem que les 6 primeres activitats coincideixen en els dos quadres. Són les activitats triades amb major freqüència quan les dones decideixen muntar un negoci i són, totes, activitats econòmiques del sector serveis (comerços, hotelaria, serveis a les persones i tenidoria de llibres).

Tenint en compte que algunes denominacions són força genèriques, passem a incloure una descripció més detallada d'aquestes activitats (segons la CCAIE):

52.4 Altres tipus de comerç al detall d'articles nous en establiments especialitzats:

52.41 Comerç al detall de tèxtils

52.42 Comerç al detall de peces de vestir

52.43 Comerç al detall de calçat i articles de cuir

52.44 Comerç al detall de mobles; aparells d'il·luminació i altres articles per a la llar

52.45 Comerç al detall d'electrodomèstics, aparells de ràdio, televisió i so

52.46 Comerç al detall de ferreteria, pintures i vidre

- 52.47 Comerç al detall de llibres, periòdics i papereria
- 52.48 Altres tipus de comerç al detall en establiments especialitzats

93.0 Activitats diverses de serveis personals:

- 93.01 Rentatge, neteja i tenyiment de peces tèxtils i de pell
- 93.02 Perruqueria i altres tractaments de bellesa
- 93.03 Pompes fúnebres i activitats que s'hi relacionen
- 93.04 Activitats de manteniment físic
- 93.041 Activitats termals i balnearis
- 93.042 Altres activitats de manteniment físic
- 93.05 Altres activitats de serveis personals

85.1 Activitats sanitàries

- 85.11 Activitats hospitalàries
- 85.12 Activitats mèdiques
- 85.13 Activitats odontològiques
- 85.14 Altres activitats sanitàries
- 85.141 Activitats sanitàries de professionals independents (excepte els metges)
- 85.142 Activitats de serveis d'ambulància
- 85.143 Laboratoris d'anàlisi clíniques d'anatomia patològica i similars
- 85.144 Altres activitats sanitàries

2.3.11 Tipus d'empreses creades per dones, per branques d'activitat

A Catalunya, la distribució per branques d'activitat segons el tipus d'empresàries de què es tracta presenta algunes diferències: pel que fa a les empresàries amb treballadors, les branques on tenen major presència són el comerç, l'hoteleria i la indústria manufacturera. En canvi, les branques d'activitat on tenen major pes les empresàries sense treballadors són el comerç, les activitats immobiliàries i de lloguer; serveis empresarials i la indústria manufacturera. La diferència que s'observa sembla raonable, ja que l'hoteleria és una branca d'activitat que genera molts llocs de treball.

Finalment, en el cas de les dones cooperativistes, també hi trobem diferències quan analitzem les branques d'activitat en les quals s'ubiquen: on tenen major pes és a la indústria manufacturera, activitats sanitàries i educació (totes constitueixen unes branques de llarga tradició cooperativista al nostre país).

Catalunya, Cens 2001: Tipus d'empreses creades per dones, per branques d'activitat						
	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives	
1. Agricultura, ramaderia, caça i silvicultura	936	1,8%	4.716	5,2%	106	3,3%
2. Pesca	38	0,1%	65	0,1%	2	0,1%
3. Indústries extractives	8	0,0%	14	0,0%	2	0,1%
4. Indústries manufactureres	6.734	12,8%	10.205	11,3%	718	22,6%
5. Producció i distribució d'energia elèctrica, gas i aigua	61	0,1%	123	0,1%	6	0,2%
6. Construcció	2.188	4,2%	2.247	2,5%	104	3,3%
7. Comerç; reparació de vehicles de motor, motocicletes i ciclomotors, i articles personals i d'ús domèstic	17.373	33,1%	30.899	34,3%	481	15,1%
8. Hoteleria	7.440	14,2%	8.577	9,5%	155	4,9%
9. Transport, emmagatzematge i comunicacions	1.345	2,6%	2.460	2,7%	59	1,9%
10. Mediació financera	557	1,1%	1.630	1,8%	21	0,7%
11. Activitats immobiliàries i de lloguer; serveis empresarials	5.503	10,5%	11.114	12,4%	292	9,2%
12. Administració pública, defensa i Seguretat Social obligatòria	-	-	-	-	-	-
13. Educació	1.800	3,4%	3.354	3,7%	532	16,7%
14. Activitats sanitàries i veterinàries, serveis socials	2.544	4,8%	5.997	6,7%	552	17,3%
15. Altres activitats socials i de serveis prestats a la comunitat; serveis personals	5.980	11,4%	8.573	9,5%	153	4,8%
16. Llars que ocupen personal domèstic	-	-	-	-	-	-
17. Organismes extraterritorials	-	-	10	0,0%	-	-
Total	52.507	100,0%	89.984	100,0%	3.183	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

A Osona, la distribució per branques d'activitat segons el tipus d'emprenedores presenta els següents trets:

Pel que fa a les empresàries amb treballadors, les branques on tenen major presència són el comerç, la indústria manufacturera i l'hoteleria. En canvi, les branques d'activitat on tenen major pes les empresàries sense treballadors són el comerç, la indústria manufacturera i altres activitats socials i de serveis prestats a la comunitat; serveis personals.

Finalment, en el cas de les dones cooperativistes osonenques, també hi trobem diferències segons les branques d'activitat en les quals s'ubiquen: on tenen major pes és a la indústria manufacturera (amb un destacat 47,8%), el comerç, les activitats sanitàries i l'educació.

Osona, Cens 2001: Tipus d'empreses creades per dones, per branques d'activitat						
	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives	
1. Agricultura, ramaderia, caça i silvicultura	36	2,7%	177	7,6%	-	-
2. Pesca	-	-	1	0,0%	-	-
3. Indústries extractives	1	0,1%	-	-	-	-
4. Indústries manufactureres	241	18,3%	338	14,6%	33	47,8%
5. Producció i distribució d'energia elèctrica, gas i aigua	1	0,1%	3	0,1%	-	-
6. Construcció	39	3,0%	57	2,5%	1	1,4%
7. Comerç; reparació de vehicles de motor, motocicletes i ciclomotors, i articles personals i d'ús domèstic	416	31,7%	820	35,3%	9	13,0%
8. Hoteleria	176	13,4%	212	9,1%	5	7,2%
9. Transport, emmagatzematge i comunicacions	30	2,3%	57	2,5%	-	-
10. Mediació financera	17	1,3%	41	1,8%	2	2,9%
11. Activitats immobiliàries i de lloguer; serveis empresarials	99	7,5%	193	8,3%	3	4,3%
12. Administració pública, defensa i Seguretat Social obligatòria	-	-	-	-	-	-
13. Educació	31	2,4%	73	3,1%	5	7,2%
14. Activitats sanitàries i veterinàries, serveis socials	53	4,0%	113	4,9%	7	10,1%
15. Altres activitats socials i de serveis prestats a la comunitat; serveis personals	174	13,2%	238	10,2%	4	5,8%
16. Llars que ocupen personal domèstic	-	-	-	-	-	-
17. Organismes extraterritorials	-	-	-	-	-	-
Total	1.314	100,0%	2.323	100,0%	69	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

2.4 L'emprenedoria immigrant femenina

Com ja s'ha comentat en l'apartat 2.3 –on hem calculat diverses taxes d'emprenedoria des de diferents punts de vista– s'han considerat persones emprenedores les qui es qualifiquen d'empresàries (amb treballadors o sense) o bé membres de cooperatives en respondre el Cens de població, dins l'apartat corresponent a la situació professional; dins d'aquest grup, les persones que declaren no disposar de la nacionalitat espanyola són les que hem tingut en compte per al càlcul de les taxes que presentem a continuació.

2.4.1 Taxa d'emprenedoria immigrant respecte del total de població, per sexes

Mentre que a Catalunya hi ha 2,7 persones immigrades que emprenen per cada 1.000 habitants, a Osona la taxa és lleugerament inferior: un 2,2 ‰. Analitzant aquesta taxa per sexes, s'observa que la tendència es manté. D'altra banda, tant a Osona com a Catalunya comprovem que el percentatge que suposen les emprenedores immigrades respecte del total de dones és menys de la meitat que l'índex corresponent dels homes.

	% Emprenedores immigrades sobre el total de dones	% Emprenedors immigrants sobre el total d'homes	% Emprenedors immigrants (D+H) sobre el total de població
Osona	73 / 65.153 = 0,11%	210 / 64.302 = 0,32%	283 / 129.455 = 0,22%
Catalunya	5.322 / 3.246.029 = 0,16%	12.256 / 3.115.336 = 0,39%	17.578 / 3.361.365 = 0,27%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Un altre indicador significatiu és el que es refereix al nombre d'emprenedors (autòctons o immigrants) respecte del total de població (autòctona o immigrada), per sexes: s'observa que, pel que fa a les dones a Catalunya, les immigrades s'igualen a les autòctones en esperit emprenedor. En canvi a Osona les autòctones doblen en proporció les empresàries ètniques.

Dones						
	Emprenedores immigrades	Total dones immigrades	%	Emprenedores autòctones	Total dones autòctones	%
Catalunya	5.322	117.041	4,5%	141.352	3.128.988	4,5%
Osona	73	2.633	2,8%	3.633	62.520	5,8%
Homes						
	Emprenedors immigrants	Total homes immigrants	%	Emprenedors autòctons	Total homes autòctons	%
Catalunya	12.256	140.279	8,7%	315.680	2.975.057	10,6%
Osona	210	4.264	4,9%	8.525	60.038	14,2%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Pel que fa als homes a Catalunya, es constata que els immigrants emprenedors suposen un percentatge dos punts inferior al dels autòctons. A nivell d'Osona, aquesta diferència es dispara a quasi 10 punts (caldría destacar, tanmateix, el major esperit emprenedor dels homes osonencs en relació al dels catalans, amb 4 punts de diferència).

2.4.2 Taxa d'emprenedoria femenina immigrant respecte del total d'emprenedors

	Dones immigrants emprenedores	Total emprenedors	%	Total emprenedors immigrants	%
Osona	73	12.441	0,58 %	283	25,8%
Catalunya	5.322	473.610	1,12 %	17.578	30,3%
% Osona/Cat	1,37 %				

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Així doncs, constatem que:

—de cada 100 emprenedors, 0,58 són dones immigrants a Osona i 1,12 a Catalunya;

—de cada 100 emprenedores immigrants a Catalunya, 1,37 dones són d'Osona.

—de cada 100 emprenedores immigrants, 25 són dones a Osona i 30 a Catalunya.

2.4.3 Taxa d'emprenedoria femenina immigrant respecte del total d'emprenedores

Població, 2001	Dones immigrants emprenedores	Total emprenedores	%
Osona	73	3.706	1,96 %
Catalunya	5.322	145.674	3,65 %

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Així, doncs, constatem que:

—de cada 100 emprenedores d'Osona, quasi 2 són dones immigrants;

—de cada 100 emprenedores de Catalunya, 3,6 són dones immigrants.

2.4.4 Taxa d'emprenedoria immigrant femenina sobre la població ocupada femenina

Població, 2001	Dones immigrants emprenedores	Població femenina ocupada ¹¹	%
Osona	73	24.838	0,29 %
Catalunya	5.322	1.158.070	0,46 %

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

És a dir que:

—de cada 100 dones ocupades a Osona, 0,29 són emprenedores immigrants;

—de cada 100 dones ocupades a Catalunya, 0,46 són emprenedores immigrants.

11. Idescat, a partir de dades de l'enquesta de població activa de l'INE.

2.4.5 Emprenedoria immigrant femenina a Catalunya, per comarques. Ubicació d'Osona a la classificació

En el següent quadre presentem la classificació d'emprenedores immigrades a Catalunya per comarques, en termes absoluts i relatius i ordenada en sentit decreixent, així com el pes que representen aquestes emprenedores respecte del total de dones immigrades de la comarca respectiva:

	2001	Comarca	% acumulat comarques per trams	Total emprenedores immigrants	%	% acumulat emprenedores per trams	% emprenedores immigrants s/total dones immigrants
A	1.	Barcelonès		2.360	44,34%		4,0%
	2.	Baix Llobregat		391	7,35%		2,7%
	3.	Vallès Occidental		385	7,23%		3,5%
	4.	Maresme	10%	379	7,12%	66%	4,4%
B	5.	Alt Empordà		212	3,98%		4,9%
	6.	Garraf		162	3,04%		5,9%
	7.	Vallès Oriental		152	2,86%		2,8%
	8.	Selva		146	2,74%		4,0%
	9.	Baix Empordà		134	2,52%		3,3%
	10.	Tarragonès		133	2,50%		3,6%
	11.	Baix Camp		113	2,12%		3,5%
	12.	Gironès		96	1,80%		2,8%
	13.	Segrià		76	1,43%		3,4%
	14.	Osona		73	1,37%		2,2%
	15.	Bages		59	1,11%		3,2%
	16.	Montsià		55	1,03%		3,5%
	17.	Baix Penedès		50	0,94%		3,2%
	18.	Baix Ebre		35	0,66%		2,9%
	19.	Alt Penedès		33	0,62%		2,2%
	20.	Anoia		32	0,60%		3,1%
	21.	Garrotxa	40%	27	0,51%	30%	2,9%
C	22.	Alt Urgell		21	0,39%		5,6%
	23.	Urgell		21	0,39%		2,9%
	24.	Cerdanya		17	0,32%		5,3%
	25.	Alt Camp		15	0,28%		3,4%
	26.	Noguera		15	0,28%		3,1%
	27.	Pla d'Urgell		15	0,28%		3,0%
	28.	Pallars Jussà		14	0,26%		8,6%
	29.	Garrigues		13	0,24%		5,5%
	30.	Segarra		12	0,23%		2,5%
	31.	Val d'Aran		11	0,21%		8,9%
	32.	Berguedà		10	0,19%		2,2%
	33.	Ripollès		10	0,19%		3,6%
	34.	Pla de l'Estany		9	0,17%		1,2%
	35.	Ribera d'Ebre		9	0,17%		3,5%
	36.	Pallars Sobirà		8	0,15%		7,7%
	37.	Priorat		6	0,11%		6,4%
	38.	Solsonès		6	0,11%		3,6%
	39.	Conca de Barberà		5	0,09%		2,5%
	40.	Terra Alta		2	0,04%		2,2%
	41.	Alta Ribagorça	50%	-	-	4%	-
			TOTAL =		5.322	100,00%	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Analitzant la distribució de la informació precedent, podem classificar les comarques en 3 grups diferenciats, en base al criteri del pes que l'emprenedoria immigrant femenina té en el total català:

Grup A: Les 4 primeres comarques de la classificació (un 10% del total de comarques catalanes) abasten el 66% d'emprenedores immigrants catalanes. Les comarques on l'emprenedoria femenina immigrant té major presència a Catalunya són el Barcelonès –amb una posició de lideratge clarament destacada: només a la comarca de la capital catalana s'hi concentra el 44% del total d'emprenedores estrangeres del principat–, Baix Llobregat, Vallès Occidental i Maresme, per aquest ordre. Novament podem recordar que es tracta de comarques on la indústria i els serveis constitueixen els principals sectors econòmics, de manera que la població immigrant les ha triat com a destí on començar una nova vida.

Grup B: El següent tram, format pel 40% de comarques (17 de 41), representa el 30% de les emprenedores ètniques a Catalunya.

Grup C: Finalment, el darrer grup, format per quasi la meitat de les comarques catalanes (20 de 41), només inclou el 4% de l'emprenedoria immigrada femenina del territori.

Podem constatar que Osona se situa en catorzena posició dins d'aquesta classificació comarcal, formant part del grup B, és a dir, aquelles comarques amb una importància mitjana dins de l'emprenedoria femenina immigrant a Catalunya, amb un percentatge similar al del Bages o del Segrià. Comparant el posicionament d'Osona en la classificació feta per a les emprenedores per comarques (apartat 2.2.4.), s'observa que quan ens referim a les immigrades, la comarca descendeix fins a 6 llocs a la citada classificació.

A la darrera columna del quadre hem afegit el càlcul del pes o percentatge que aquestes emprenedores representen respecte del total de dones immigrants, per a cada comarca catalana (d'aquesta manera, s'afina millor la classificació que hem proposat anteriorment).

Analitzant aquestes noves dades es conclou que, novament, no hi ha una correlació clara entre dimensió de la població i esperit emprenedor ja que els majors nivells apareixen a comarques poc poblades, com ara la Vall d'Aran (8,9%), el Pallars Jussà (8,6%), el Pallars Sobirà (7,7%) o el Priorat (6,4%). D'altra banda, el Maresme i el Barcelonès passen a ocupar el onzè i dotzè lloc en la classificació: de cada 100 dones immigrades, 4,4 al Maresme, i 4 al Barcelonès, emprenen algun tipus de negoci. Les dues comarques del Vallès i el Baix Llobregat passen a ocupar llocs allunyats amb índex força baixos.

Tenint en compte aquest punt de vista, concloem que Osona se situa en el tram mitjà-baix, ja que de cada 100 immigrades, 2 emprenen. Recordem que aquest mateix fet ja l'havíem constatat quan analitzàvem l'emprenedoria femenina en general.

Podem afirmar, doncs, que la classificació que fèiem per comarques tenint en compte el nombre d'emprenedores immigrants, s'inverteix quan ho relativitzem al total de població femenina estrangera de cada comarca.

2.4.6 Emprenedoria immigrant femenina a Osona, per municipis

En el quadre següent tenim una agrupació de municipis d'Osona similar a la realitzada per a les comarques catalanes en el punt anterior:

	2001	Municipis d'Osona	% acumulat per trams	Emprenedores Immigrants	%	% acumulat per trams	% empenedores immigrants s/total dones immigrants
A	1.	Vic		27	36,99%		2,1%
	2.	Manlleu		12	16,44%		1,7%
	3.	Torelló	6%	7	9,59%	63%	3,2%
B	4.	Seva		3	4,11%		9,7%
	5.	Roda de Ter		2	2,74%		1,8%
	6.	Santa Eulàlia de Riuprimer		2	2,74%		100,0%
	7.	Balenyà		1	1,37%		1,2%
	8.	Brull, el		1	1,37%		20,0%
	9.	Calldetenes		1	1,37%		2,4%
	10.	Centelles		1	1,37%		2,0%
	11.	Gurb		1	1,37%		6,3%
	12.	Lluçà		1	1,37%		100,0%
	13.	Masies de Voltregà, les		1	1,37%		2,8%
	14.	Olost		1	1,37%		14,3%
	15.	Orís		1	1,37%		16,7%
	16.	Sant Bartomeu del Grau		1	1,37%		1,1%
	17.	Sant Hipòlit de Voltregà		1	1,37%		1,8%
	18.	Sant Julià de Vilatorca		1	1,37%		9,1%
	19.	Sant Martí de Centelles		1	1,37%		16,7%
	20.	Sant Quirze de Besora		1	1,37%		3,3%
	21.	Santa Eugènia de Berga		1	1,37%		6,7%
	22.	Santa Maria de Corcó		1	1,37%		4,2%
	23.	Sant Vicenç de Torelló		1	1,37%		7,7%
	24.	Taradell		1	1,37%		1,0%
	25.	Tavertet		1	1,37%		20,0%
	26.	Tona	45%	1	1,37%	37%	1,2%
	C	27.	Alpens		-	-	
28.		Collsuspina		-	-		-
29.		Folgueroles		-	-		-
30.		Malla		-	-		-
31.		Masies de Roda, les		-	-		-
32.		Muntanyola		-	-		-
33.		Montesquiu		-	-		-
34.		Oristà		-	-		-
35.		Perafita		-	-		-
36.		Prats de Lluçanès		-	-		-
37.		Sant Agustí de Lluçanès		-	-		-
38.		Sant Boi de Lluçanès		-	-		-
39.		Sant Martí d'Albars		-	-		-
40.		Sant Pere de Torelló		-	-		-
41.		Sant Sadurn d'Osormort		-	-		-
42.		Santa Cecília de Voltregà		-	-		-
43.		Santa Maria de Besora		-	-		-
44.		Sobremunt		-	-		-
45.		Sora		-	-		-
46.		Tavèrnoles		-	-		-
47.		Vilanova de Sau		-	-		-
48.		Rupit i Pruit		-	-		-
49.		Espinelves		-	-		-
50.		Vidrà		-	-		-
51.		Viladrau	49%	-	-	0%	-
		Total		73	100,00%		

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

D'aquesta manera, podem classificar els municipis osonencs en 3 grups diferenciats, tenint en compte el pes que té l'emprenedoria immigrant femenina de cada un en el total de la comarca:

Grup A: Els 3 primers municipis de la classificació (un 6% del total) abasten el 63% d'emprenedores immigrades osonenques. Els municipis on l'emprenedoria immigrant femení té major pes a Osona són: Vic, Manlleu i Torelló, per aquest ordre.

Grup B: El següent tram, format pel 45% de municipis (23 de 51), representa el 73% restant de dones immigrants que emprenen.

Grup C: Finalment, el darrer grup, format per quasi la meitat dels municipis (el 49% que representa 25 dels 51 municipis) no compten amb cap dona immigrant que hagi engegat un negoci.

Cal, però, relativitzar aquestes xifres a les immigrades de cada municipi: és per això que a la darrera columna hi hem afegit el càlcul del pes o percentatge que aquestes emprenedores representen sobre el total de dones immigrants, per a cada municipi d'Osona (d'aquesta manera, s'afina millor la classificació que hem proposat anteriorment).

Analitzant aquesta darrera columna, concloem —tal com passava a nivell de Catalunya— que no hi ha una correlació elevada entre dimensió de la població i esperit emprenedor de les estrangeres ja que els majors nivells es presenten al tram baix de la taula; és a dir, municipis com ara Vic, Manlleu i Torelló és on hi ha més emprenedores ètniques (i també on hi ha més població immigrant), però també són els municipis on hi ha menys emprenedores estrangeres per cada 100 dones nouvingudes (només entre 1 o 3 dones, ho són).

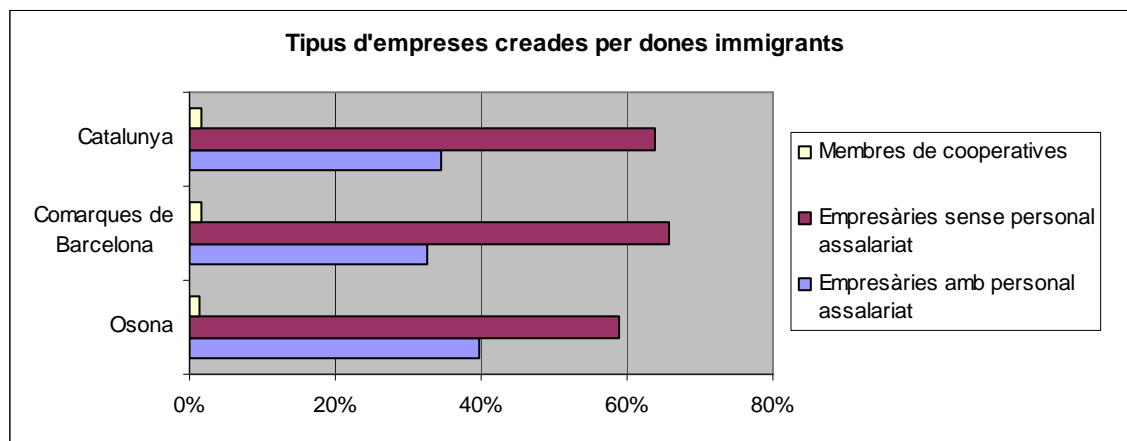
2.4.7 Tipus d'empreses creades per dones immigrants a Osona, comarques de Barcelona i Catalunya

Pel que fa als tipus d'empreses que creen les estrangeres en els tres àmbits territorials, destaquem el percentatge relativament superior que presenta Osona d'empresàries immigrants amb treballadors (39,7%), respecte dels nivells presentats per la província de Barcelona (32,5%) i el conjunt de Catalunya (34,5%).

Evidentment, aquesta posició destacada d'Osona va en detriment del percentatge que representen les empresàries immigrants sense treballadors, categoria per a la qual les xifres de la comarca són inferiors a les de la resta de Barcelona i Catalunya.

Tipus d'empreses creades per dones immigrants, 2001								
	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives		Total	
Osona	29	39,73%	43	58,90%	1	1,37%	73	100%
Comarques Barcelona	1.314	32,56%	2.651	65,68%	71	1,76%	4.036	100%
Catalunya	1.837	34,52%	3.402	63,92%	83	1,56%	5.322	100%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



Si comparem aquestes dades amb les analitzades a l'apartat 2.2.6, referides a totes les emprenedores (autòctones i immigrades), podem extreure algunes conclusions:

Comparació tipus d'empreses creades per dones autòctones i immigrants, 2001								
	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives		Total	
Osona, immigrants	29	39,73%	43	58,90%	1	1,37%	73	100%
Osona, autòctones	1.285	35,37%	2.280	62,76%	68	1,87%	3.633	100%
Comarques de Barcelona, immigrades	1.314	32,56%	2.651	65,68%	71	1,76%	4.036	100%
Comarques de Barcelona, autòctones	35.909	35,93%	61.544	61,58%	2.482	2,49%	99.935	100%
Catalunya, immigrants	1.837	34,52%	3.402	63,92%	83	1,56%	5.322	100%
Catalunya, autòctones	50.670	36,10%	86.582	61,69%	3.100	2,21%	140.352	100%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població del 2001

A Osona, el percentatge d'empresàries immigrants amb treballadors és superior al de les autòctones.

A les comarques barcelonines i a tot Catalunya, el percentatge d'empresàries immigrants sense treballadors és superior al de les autòctones.

2.4.8 Tipus d'empreses creades per dones immigrants a Osona, per municipis

Referint-nos a la distribució per municipis dels tipus d'empreses creades per estrangeres a Osona, cal comentar que a Vic (la ciutat amb major nombre d'emprenedores immigrants de la comarca), els negocis que no tenen treballadors doblen el que sí que en tenen.

A mesura que avancem en el quadre, veiem que a Manlleu les proporcions s'equilibren (58% sense treballadors, 42% amb treballadors).

Finalment, a Torelló, Seva, Roda de Ter i Santa Eulàlia de Riuprimer, les emprenedores ètniques amb treballadors superen les que no en tenen:

Tipus d'empreses creades per dones immigrades a Osona, per municipis, 2001								
Municipi	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres cooperatives		Total	
Vic	9	33,3%	18	66,7%	-	-	27	100%
Manlleu	5	41,7%	7	58,3%	-	-	12	100%
Torelló	4	57,1%	3	42,9%	-	-	7	100%
Seva	2	66,7%	1	33,3%	-	-	3	100%
Roda de Ter	2	100,0%	-	-	-	-	2	100%
Santa Eulàlia de Riuprimer	2	100,0%	-	-	-	-	2	100%
Balenyà	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Brull, el	1	100,0%	-	-	-	-	1	100%
Calldetenes	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Centelles	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Gurb	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Lluçà	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Masies de Voltregà, les	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Olost	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Orís	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Sant Bartomeu del Grau	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Sant Hipòlit de Voltregà	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Sant Julià de Vilatorrada	1	100,0%	-	-	-	-	1	100%
Sant Martí de Centelles	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Sant Quirze de Besora	1	100,0%	-	-	-	-	1	100%
Santa Eugènia de Berga	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Santa Maria de Corcó	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Sant Vicenç de Torelló	-	-	-	-	1	100%	1	100%
Taradell	-	-	1	100,0%	-	-	1	100%
Tavertet	1	100,0%	-	-	-	-	1	100%
Tona	1	100,0%	-	-	-	-	1	100%
Total	29		43		1		73	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

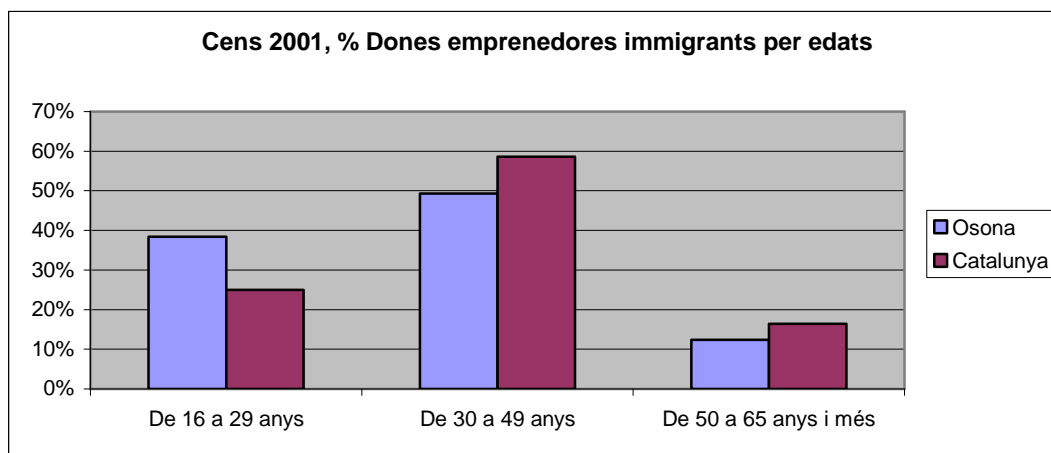
2.4.9 Nombre d'emprenedores immigrants, per edats

D'entrada, recordem que quan analitzàvem la distribució de les emprenedores catalanes i osonenques per edats, no hi havia diferències rellevants. Comprovem si succeeix el mateix amb les que són immigrades:

Cens, 2001: Emprenedores immigrants, per edat				
	Osona		Catalunya	
De 16 a 19 anys	3	4,11%	104	1,95%
De 20 a 24 anys	13	17,81%	423	7,95%
De 25 a 29 anys	12	16,44%	802	15,07%
De 30 a 34 anys	6	8,22%	869	16,33%
De 35 a 39 anys	9	12,33%	997	18,73%
De 40 a 44 anys	12	16,44%	739	13,89%
De 45 a 49 anys	9	12,33%	515	9,68%
De 50 a 54 anys	7	9,59%	414	7,78%
De 55 a 59 anys	-	-	248	4,66%
De 60 a 64 anys	2	2,74%	142	2,67%
De 65 anys i més	-	-	69	1,30%
Total	73	100,00%	5.322	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Així doncs, pel que fa a les emprenedores estrangeres sí que apareixen trets diferencials, de manera que s'observa que a Osona (38,3%) tenen major pes que a Catalunya (24,9%) les emprenedores immigrades joves (de 16 a 29 anys); el contrari succeeix per als altres dos grups d'edats, on el pes de les empresàries ètniques és superior a Catalunya que a Osona:



2.4.10 Nombre d'emprenedores immigrants segons continent de procedència

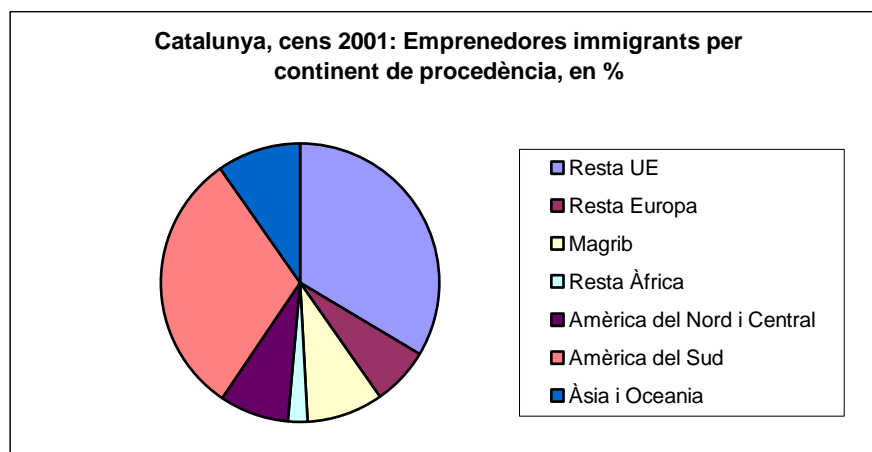
De les xifres compreses en el quadre següent es dedueix que les dones provinents de la resta de la Unió Europea i les sud-americanes constitueixen els col·lectius que major representació tenen d'emprenedores ètniques. Entre tots dos grups representen gairebé el 65% de l'emprenedoria immigrant femenina a Catalunya.

Asiàtiques, magribines i americanes del nord i del centre ocupen el 3r, 4t i 5è lloc, respectivament, i representen al voltant del 25% del total.

S'ha de destacar que el grup de dones amb menor pes en l'emprenedoria femenina a nivell de Catalunya és el format per les que provenen de la resta d'Àfrica:

Cens 2001: Emprenedores immigrants a Catalunya, per continent de procedència			
	Total		% sobre el total dones mateixa procedència
Resta UE	1.789	33,62%	7,5%
Amèrica del Sud	1.651	31,02%	5,1%
Àsia i Oceania	513	9,64%	6,1%
Magrib	478	8,98%	1,6%
Amèrica del Nord i Central	425	7,99%	3,8%
Resta d'Europa	356	6,69%	5,2%
Resta d'Àfrica	110	2,07%	2,1%
	5.322	100,00%	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



Cal, però, tenir en compte la darrera columna per tal de copsar l'esperit emprenedor de les estrangeres segons el continent del qual procedeixen. En aquest sentit, si calculem el percentatge que cadascun dels grups d'empresàries representa sobre el total de dones vingudes del mateix continent, veiem que les provinents de la resta de la Unió Europea són les més emprenedores, seguides per les asiàtiques, les de la resta d'Europa i, finalment, les sud-americanes.

Amb tot, és necessari tenir present que els estrangers que provenen de la resta de la Unió Europea no es veuen sotmesos a la llei d'estrangeria (Llei orgànica 4/2000), amb la qual cosa no es troben amb dificultats afegides a les pròpies d'emprendre un negoci. Aquests problemes, en canvi, sí que els pateixen la resta dels immigrants; en aquest sentit, hauríem de distingir, entre els estrangers residents a casa nostra, aquells a qui se'ls aplica la citada llei d'aquells a qui no se'ls aplica.

Afegim que, segons la informació que interpretem a partir d'aquesta darrera columna, el grup de dones amb menor esperit emprenedor és el de les magribines.

Comprovem si en el cas dels homes immigrants es manté la classificació de l'esperit emprenedor:

Cens 2001: Emprenedors immigrants a Catalunya, per continent de procedència			
	Total		% sobre el total homes mateixa procedència
Resta UE	4.076	33,26%	16,1%
Amèrica del Sud	2.528	20,63%	10,3%
Magrib	2.416	19,71%	4,6%
Àsia i Oceania	1.359	11,09%	10,8%
Resta d'Europa	724	5,91%	10,2%
Resta d'Àfrica	651	5,31%	5,4%
Amèrica del N. i C.	502	4,10%	8%
	12.256	100,00%	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Al quadre precedent s'observa que, com ja passava amb les immigrades, que els comunitaris són els estrangers amb major esperit emprenedor a Catalunya (no solament perquè són els més nombrosos sinó també perquè són els que més

emprenen en relació al col·lectiu al qual pertanyen), seguits dels asiàtics, els sud-americans i els provinents de la resta d'Europa.

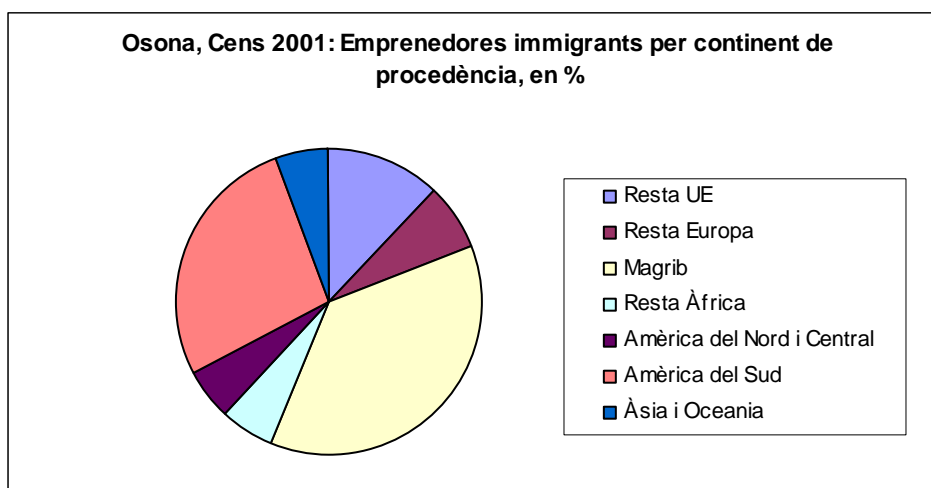
Aquesta classificació relativa coincideix en gran mesura amb la de les emprenedores ètniques, de manera que pel que fa als immigrants (dones i homes) a qui se'ls aplica la llei d'estrangeria, podríem dir que els més emprenedors són els asiàtics, seguits dels sud-americans i els provinents de la resta d'Europa.

Pel que fa al cas osonenc, el col·lectiu de les dones magribines representa el 37% de l'emprenedoria immigrant femenina a Osona i ocupa el primer lloc de la classificació. En segon lloc, trobem que les dones sud-americanes, i representen un 27,4%.

Aquests serien els dos col·lectius més rellevants, ja que els altres grups de dones classificades per continent de procedència es distancien força d'aquests dos:

Cens 2001: Emprenedores immigrants a Osona, per continent de procedència			
	Total		% sobre el total dones mateixa procedència
Magrib	27	36,99%	1,3%
Amèrica del Sud	20	27,40%	8,8%
Resta UE	9	12,33%	8,7%
Resta d'Europa	5	6,85%	6,5%
Resta d'Àfrica	4	5,48%	3,4%
Amèrica del Nord i Central	4	5,48%	5,0%
Àsia i Oceania	4	5,48%	13,8%
	73	100,00%	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



Com hem fet per a Catalunya, ara caldria tenir en compte la darrera columna (percentatge que cadascun dels grups d'empresàries representa sobre el total de dones del mateix continent) amb l'objectiu de copsar l'esperit emprenedor de les estrangeres d'Osona segons el continent del qual procedeixen: així, doncs, veiem que les asiàtiques són les més emprenedores, seguides per les sud-americanes, les provinents de la resta de la Unió Europea i, finalment, les de la resta d'Europa.

Tot i que les magribines constitueixen el col·lectiu amb major pes del total d'emprenedores ètniques comprovem, novament, que formen el grup de dones

amb menor esperit emprenedor (1,3%). Aquest fet s'explica per l'amplitud del grup i l'elevada concentració de persones d'aquesta procedència en el total d'estrangers a Osona (tal com ja hem explicat en el punt 2.3.11). Diversos factors, com ara la cultura i la poca tradició emprenedora de les dones, fan que les magribines siguin un col·lectiu poc o quasi gens emprenedor i la petita part que emprèn un negoci ho fa, en molts casos, en els sectors de la venda ambulant o de les neteges industrials.

Comprovem si en el cas dels homes immigrants es manté la classificació de l'esperit emprenedor:

Cens 2001: Emprenedors immigrants a Osona, per continent de procedència			
	Total		% sobre el total homes mateixa procedència
Magrib	124	59,05%	3,7%
Resta UE	32	15,24%	23,7%
Àsia i Oceania	7	11,09%	18,0%
Resta d'Àfrica	22	10,48%	4,6%
Amèrica del Sud	17	8,10%	9,2%
Resta d'Europa	7	3,33%	7,8%
Amèrica del N. i C.	1	0,48%	3,4%
	210	100,00%	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

S'observa que els comunitaris continuen sent els estrangers amb major pes entre els emprenedors ètnics, seguits dels asiàtics, els sud-americans i els provinents de la resta d'Europa.

Novament, com ja passava a nivell de Catalunya, aquesta classificació relativa coincideix en gran mesura amb la de les emprenedores ètniques, de manera que pel que fa als immigrants (dones i homes) a qui és d'aplicació la llei d'estrangeria, podríem dir que els més emprenedors són els asiàtics, seguits dels sud-americans i els provinents de la resta d'Europa. Amb tot, cal matisar aquesta afirmació recordant que aquests tres col·lectius només constitueixen un 21,5% dels empresaris estrangers.

També comprovem, una vegada més, que tot i el predomini dels magribins en el total d'emprenedors ètnics (representen quasi un 60%), en relativitzar-ho al percentatge que representen sobre el total de població magribina masculina, descendeixen fins a quasi el darrer lloc de la classificació de l'esperit emprenedor per continents.

Per acabar aquest apartat, resumim els col·lectius de dones i homes amb major esperit emprenedor per continent de procedència, tant per a Catalunya com per a Osona:

2001: Classificació esperit emprenedor, per continent de procedència			
Dones		Homes	
Catalunya	Osona	Catalunya	Osona
1. Resta UE	1. Àsia	1. Resta UE	1. Resta UE
2. Àsia	2. Amèrica del Sud	2. Àsia	2. Àsia
3. Resta d'Europa	3. Resta UE	3. Amèrica del Sud	3. Amèrica del Sud
4. Amèrica del Sud	4. Resta d'Europa	4. Resta d'Europa	4. Resta d'Europa

Font: Elaboració pròpia

Es constata que a Osona l'esperit emprenedor de les asiàtiques i les sud-americanes és superior al de les del conjunt català.

En canvi, els homes segueixen la mateixa distribució tant a Catalunya com a Osona.

2.4.11 Nombre d'emprenedores immigrants, per edats i continent de procedència

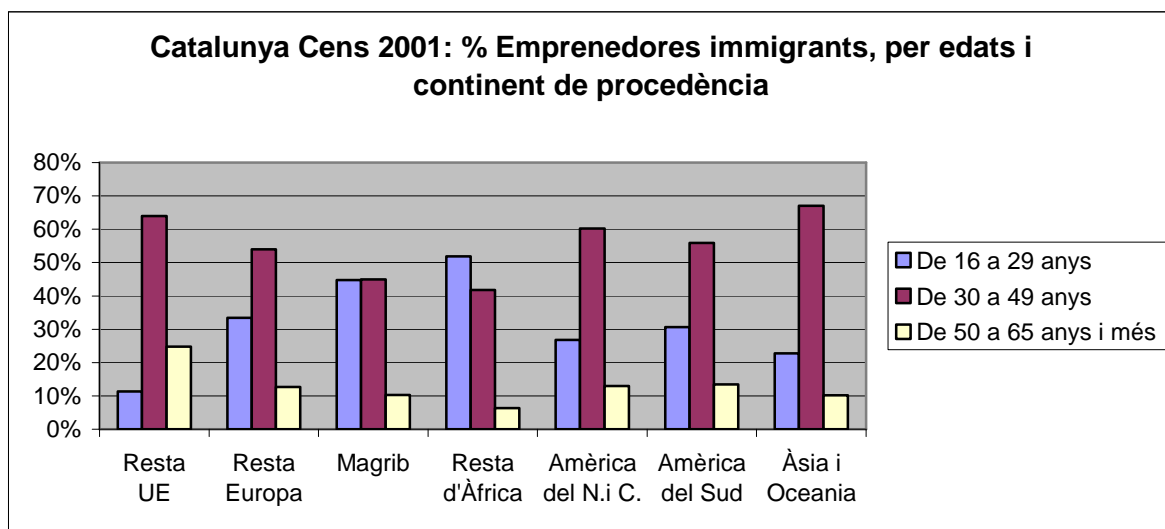
A partir de les xifres següents es pot observar que les emprenedores que destaquen per la seva joventut són les de la resta d'Àfrica i les magribines.

En el tram de 30 a 40 anys, les emprenedores que major presència tenen són les asiàtiques, europees i americanes.

Dins l'etapa de maduresa, dels 50 als 65 anys i més, la procedència amb major nombre d'emprenedores és la de la resta de la Unió Europea:

Cens 2001, Catalunya: emprenedores immigrants, per continent de procedència i edat								
	Resta UE	Resta d'Europa	Magrib	Resta d'Àfrica	Amèrica del N. i C.	Amèrica del Sud	Àsia i Oceania	Total
De 16 a 19 anys	5	9	37	5	9	26	13	104
De 20 a 24 anys	45	44	78	17	25	181	33	423
De 25 a 29 anys	152	66	99	35	80	299	71	802
De 30 a 34 anys	266	59	80	23	84	269	88	869
De 35 a 39 anys	360	60	59	12	73	298	135	997
De 40 a 44 anys	287	46	46	8	53	225	74	739
De 45 a 49 anys	231	27	30	3	46	131	47	515
De 50 a 54 anys	193	16	27	3	32	114	29	414
De 55 a 59 anys	143	12	8	2	13	60	10	248
De 60 a 64 anys	79	11	9	1	7	28	7	142
De 65 i més	28	6	5	1	3	20	6	69
Total	1.789	356	478	110	425	1.651	513	5.322

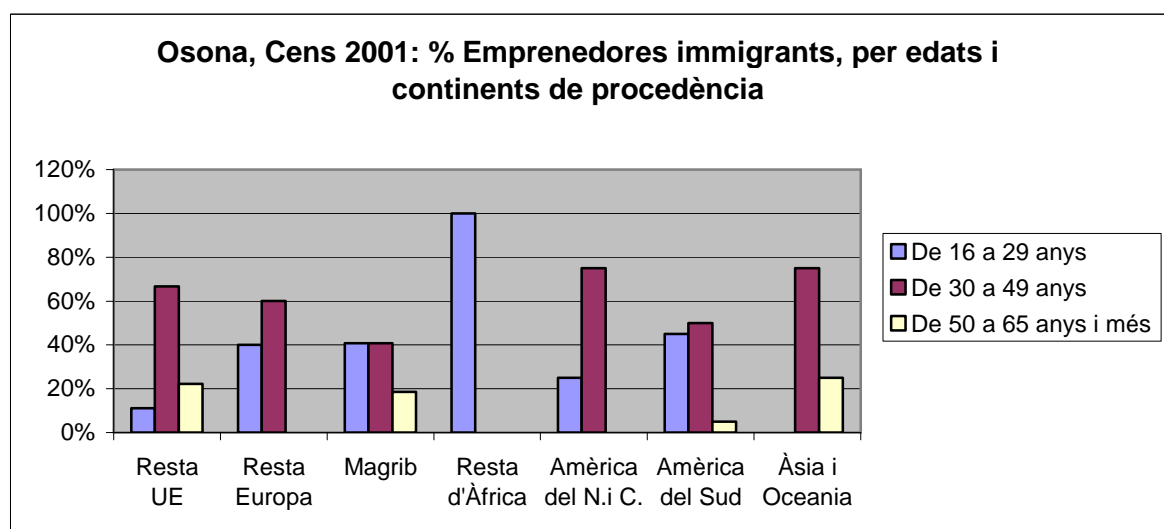
Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



Comprovem si a Osona es produeix una distribució similar per edats: pel que fa al tram de les emprenedores joves, també destaquen les provinents de la resta d'Àfrica, les quals són les úniques representants del seu continent de procedència. Les magribines joves (16 a 29 anys) igualen les del tram següent (30 a 49 anys) en nombre:

Cens 2001, Osona: emprenedores immigrants, per continent de procedència i edat								
	Resta UE	Resta d'Europa	Magrib	Resta d'Àfrica	Amèrica del N. i C.	Amèrica del Sud	Àsia i Oceania	Total
De 16 a 19 anys	-	-	3	-	-	-	-	3
De 20 a 24 anys	1	1	3	4	-	4	-	13
De 25 a 29 anys	-	1	5	-	1	5	-	12
De 30 a 34 anys	-	1	4	-	-	1	-	6
De 35 a 39 anys	2	1	2	-	-	4	-	9
De 40 a 44 anys	2	1	3	-	2	4	-	12
De 45 a 49 anys	2	-	2	-	1	1	3	9
De 50 a 54 anys	2	-	3	-	-	1	1	7
De 55 a 59 anys	-	-	-	-	-	-	-	-
De 60 a 64 anys	-	-	2	-	-	-	-	2
De 65 anys i més	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	9	5	27	4	4	20	4	73

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



Per acabar, caldria posar en relleu l'escassa o nul·la presència d'emprenedores immigrants madures a Osona.

2.4.12 Tipus d'emprenedores immigrants, per edats

Analitzem ara les dones immigrants per trams d'edats, segons la tipologia d'empresàries:

Cens 2001, Tipus d'empreses de dones immigrants, per edat						
	Emprenedores amb personal assalariat		Emprenedores sense personal assalariat		Membres de cooperatives	
	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya
De 16 a 19 anys	1	31	1	69	1	4
De 20 a 24 anys	4	107	9	305	-	11
De 25 a 29 anys	6	238	6	545	-	19
De 30 a 34 anys	1	302	5	553	-	14
De 35 a 39 anys	4	373	5	614	-	10
De 40 a 44 anys	7	276	5	451	-	12
De 45 a 49 anys	3	190	6	320	-	5
De 50 a 54 anys	1	140	6	270	-	4
De 55 a 59 anys	-	96	-	149	-	3
De 60 a 64 anys	2	63	-	79	-	-
De 65 anys i més	-	21	-	47	-	1
Total	29	1.837	43	3.402	1	83

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

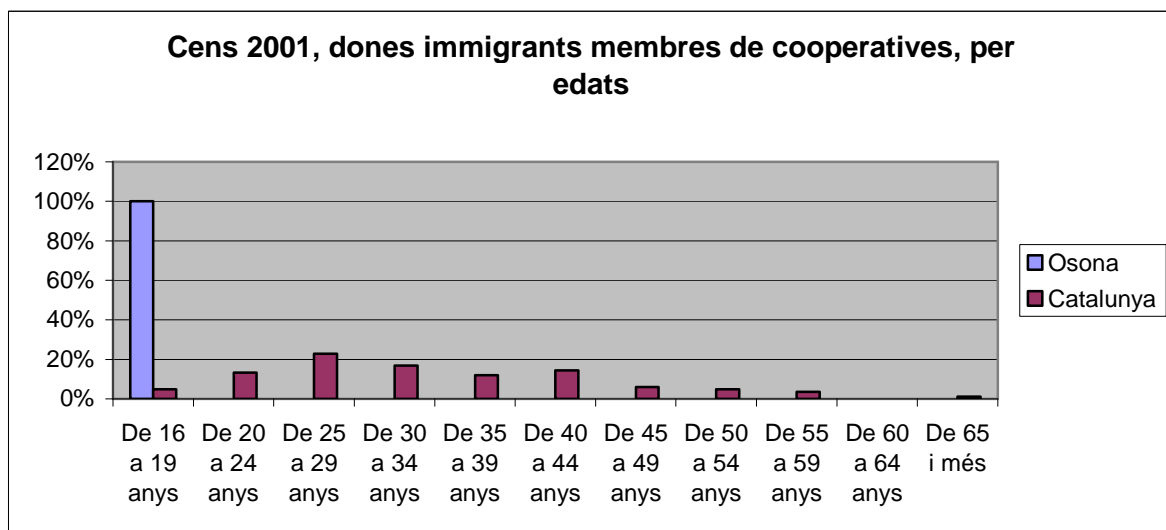
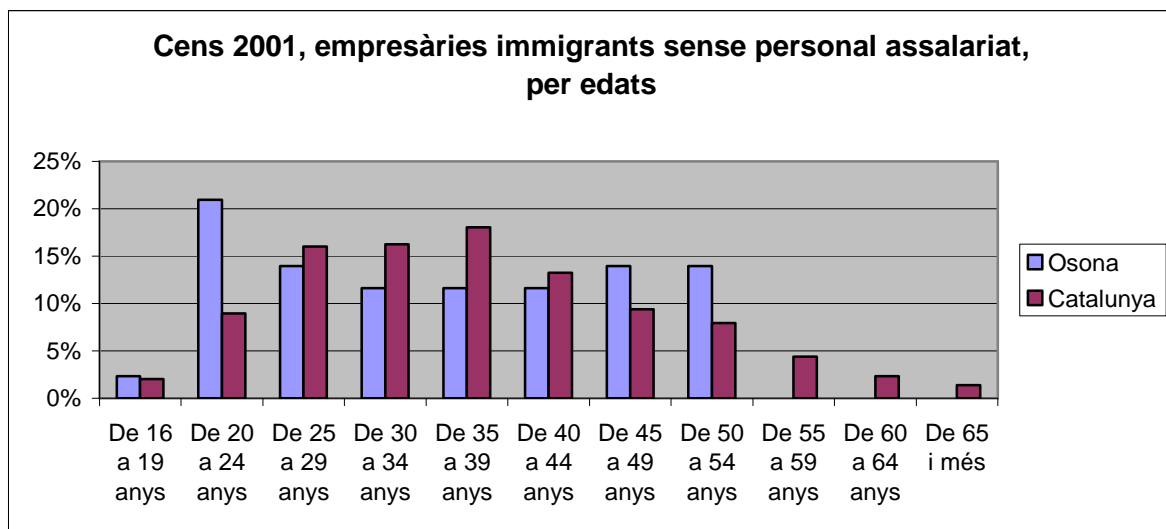
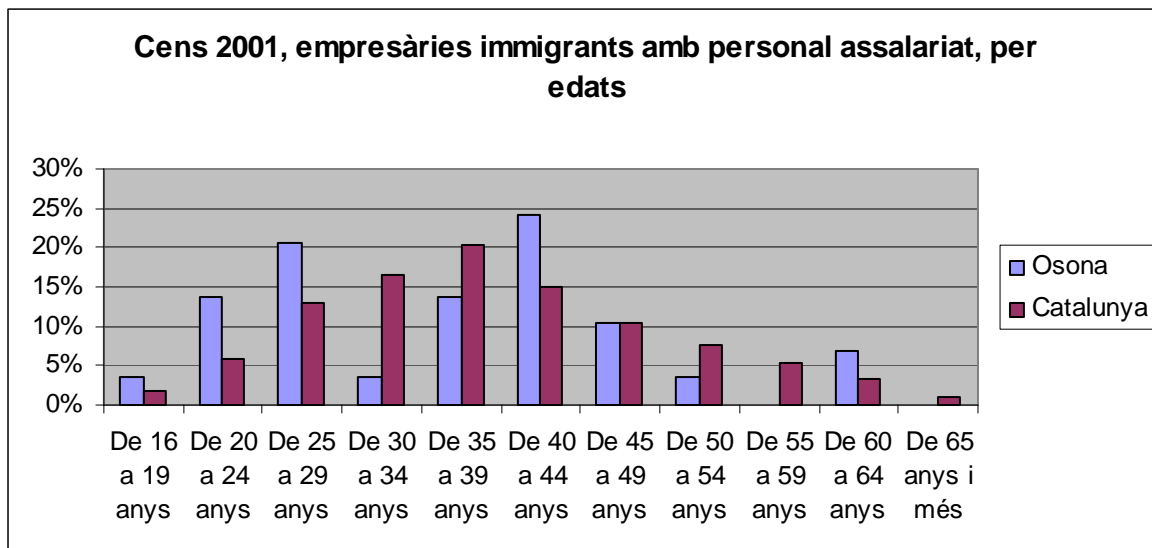
Quan en l'apartat 2.4.7 vam comparar els tipus d'empreses que munten les immigrants, vam constatar que a Osona tenen major pes que a Catalunya les empreses amb personal assalariat (39,7% i 34,5% respectivament). Creuant aquesta informació amb la de les edats d'aquestes dones, veiem que la diferència es troba al tram d'edats inferiors:

Cens 2001: Emprenedores estrangeres amb personal assalariat		
	Osona	Catalunya
De 16 a 29 anys	37,93%	20,47%
De 30 a 49 anys	51,72%	62,11%
De 50 a 65 anys i més	10,34%	17,42%
Total	100,00%	100,00%

També pel que fa a les emprenedores sense treballadors, les més joves d'Osona tenen major pes que les de Catalunya:

Cens 2001: Emprenedores estrangeres sense personal assalariat		
	Osona	Catalunya
De 16 a 29 anys	37,21%	27,01%
De 30 a 49 anys	48,84%	56,97%
De 50 a 65 anys i més	13,95%	16,02%
Total	100,00%	100,00%

Pel que fa a les dones sòcies de cooperatives i tenint en compte que a Osona només n'hi ha una que sigui immigrant, no podem fer una comparació raonable amb les dades a nivell de Catalunya. Si més no, hem de constatar que es tracta, una vegada més, d'una dona jove que té entre 16 i 29 anys.



2.4.13 Tipus d'empresadores immigrants segons continent de procedència

Pel que fa al tipus d'empreses que creen aquestes dones tenint en compte el continent del qual procedeixen, cal indicar que els percentatges s'han calculat segons el pes que representen sobre el total de d'empresàries de la mateixa procedència. D'aquesta manera, podem afirmar que les dones que provenen d'Àsia són les que presenten major proporció d'empresàries amb personal assalariat (45 asiàtiques de cada 100 creen una empresa amb treballadors), seguides de les de la resta d'Europa i les de la resta de la UE.

D'altra banda, les dones d'Amèrica del Sud són les que presenten major proporció d'empresàries sense personal assalariat (68 de cada 100 sud-americanes creen una empresa sense treballadors), seguides de les de la resta d'Àfrica i les magribines.

Cens 2001: Tipus d'empresadores immigrants a Catalunya, per continent de procedència								
	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives		Total	
Resta UE	652	36,44%	1.114	62,27%	23	1,29%	1.789	100 %
Amèrica del Sud	505	30,59%	1.127	68,26%	19	1,15%	1.651	100 %
Àsia i Oceania	233	45,42%	275	53,61%	5	0,97%	513	100 %
Magrib	145	30,33%	319	66,74%	14	2,93%	478	100 %
Amèrica del Nord i Central	141	33,18%	275	64,71%	9	2,12%	425	100 %
Resta d'Europa	131	36,80%	217	60,96%	8	2,25%	356	100 %
Resta d'Àfrica	30	27,27%	75	68,18%	5	4,55%	110	100 %
	1.837		3.402		83		5.322	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

A Osona, en canvi, es constata que les dones que provenen de la resta de la Unió Europea són les que presenten major proporció d'empresàries amb personal assalariat (un 66%), seguides de les nord-americanes i les magribines.

D'altra banda, les dones que provenen de la resta d'Europa són les que presenten major proporció d'empresàries sense personal assalariat (el 100% de les europees de l'Est), seguides de les asiàtiques, les de la resta d'Àfrica i les sud-americanes.

Cens 2001: Tipus d'empresadores immigrants a Osona, per continent de procedència								
	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives		Total	
Magrib	12	44,44%	14	51,85%	1	3,70%	27	100%
Amèrica del Sud	7	35,00%	13	65,00%	-	-	20	100%
Resta UE	6	66,67%	3	33,33%	-	-	9	100%
Resta d'Europa	0	0,00%	5	100,00%	-	-	5	100%
Resta d'Àfrica	1	25,00%	3	75,00%	-	-	4	100%
Amèrica del Nord i Central	2	50,00%	2	50,00%	-	-	4	100%
Àsia i Oceania	1	25,00%	3	75,00%	-	-	4	100%
	29		43		1		73	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

2.4.14 Tipus d'empresadores immigrants, per edats i continent de procedència

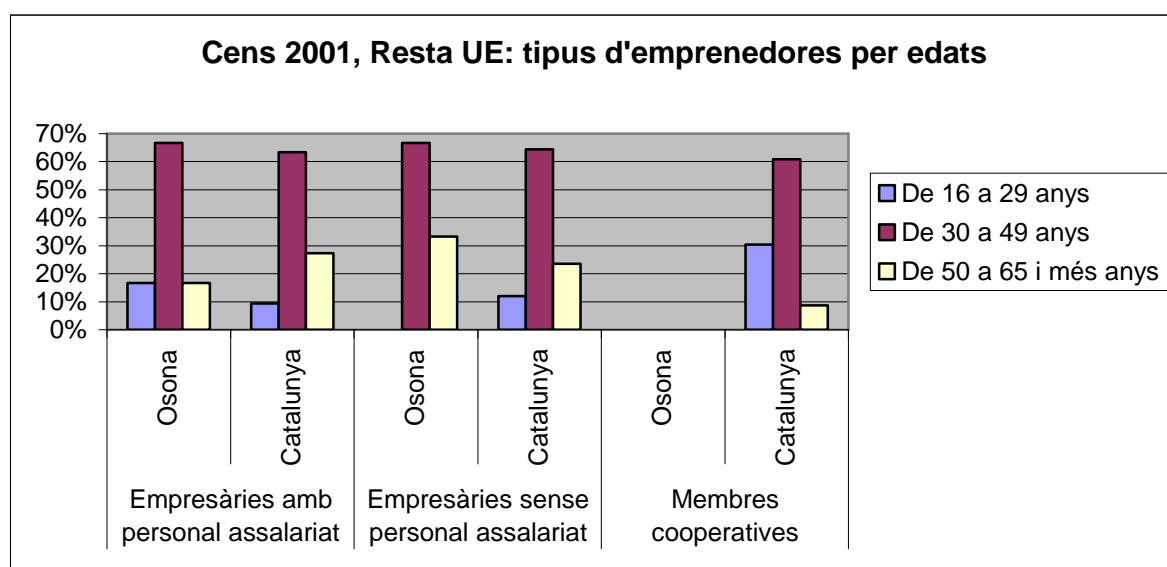
En aquest apartat analitzarem la tipologia de les immigrants per a cada continent de procedència i comparant, com sempre, Osona i Catalunya.

Dins del grup de les empresàries provinents de la resta de la UE que tenen treballadors, diem que les que es troben entre els 16 i els 49 anys tenen major pes a Osona que a Catalunya.

De les que no tenen personal assalariat, el major pes recau a Osona en les que tenen entre 50 i 65 anys o més.

Resta UE	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives	
	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya
De 16 a 19 anys	0	1	0	4	0	0
De 20 a 24 anys	1	11	0	31	0	3
De 25 a 29 anys	0	49	0	99	0	4
De 30 a 34 anys	0	80	0	181	0	5
De 35 a 39 anys	1	127	1	230	0	3
De 40 a 44 anys	2	108	0	175	0	4
De 45 a 49 anys	1	98	1	131	0	2
De 50 a 54 anys	1	70	1	122	0	1
De 55 a 59 anys	0	58	0	84	0	1
De 60 a 64 anys	0	40	0	39	0	0
De 65 i més	0	10	0	18	0	0
Total	6	652	3	1.114	0	23

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

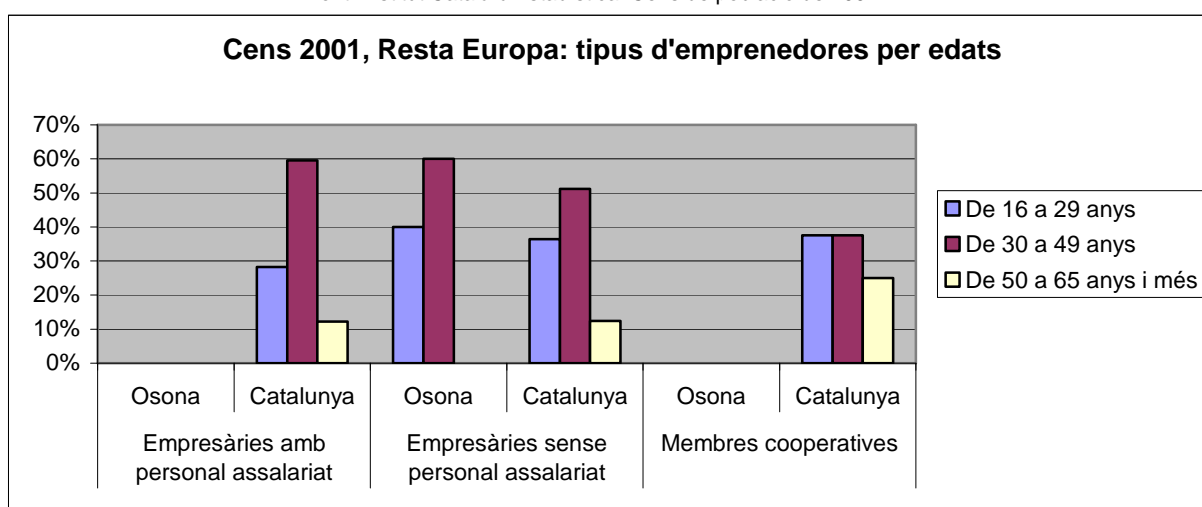


Pel que fa a les empresàries provinents de la resta d'Europa que tenen treballadors, diríem que a Osona no tenen cap representació.

De les que no tenen personal assalariat, el major pes recau a Osona en les que tenen entre 16 i 49 anys.

Resta Europa	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives	
	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya
De 16 a 19 anys	0	1	0	8	0	0
De 20 a 24 anys	0	16	1	28	0	0
De 25 a 29 anys	0	20	1	43	0	3
De 30 a 34 anys	0	24	1	34	0	1
De 35 a 39 anys	0	31	1	29	0	0
De 40 a 44 anys	0	16	1	28	0	2
De 45 a 49 anys	0	7	0	20	0	0
De 50 a 54 anys	0	5	0	11	0	0
De 55 a 59 anys	0	5	0	5	0	2
De 60 a 64 anys	0	4	0	7	0	0
De 65 anys i més	0	2	0	4	0	0
Total	0	131	5	217	0	8

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

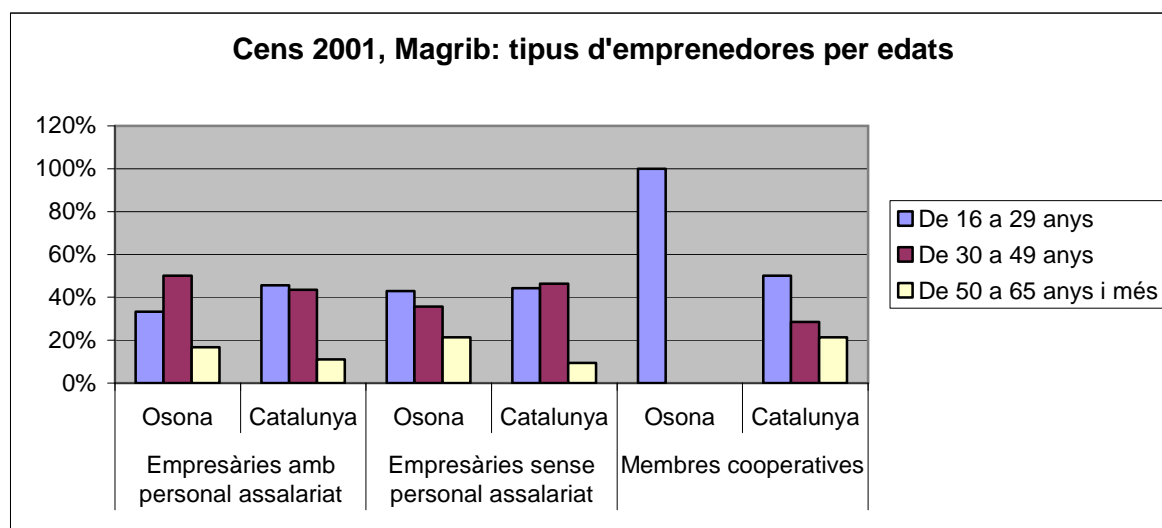


Pel que fa a les empresadores provinents del Magrib que tenen treballadors, diríem que les que es troben entre els 16 i 29 anys tenen major pes a Catalunya que a Osona, i que passa el contrari en el següent tram d'edats comprès entre els 30 i els 49 anys.

De les que no tenen personal assalariat, el major pes recau a Osona en les que tenen entre 50 i 65 anys o més.

Magrib	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives	
	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya
De 16 a 19 anys	1	12	1	23	1	2
De 20 a 24 anys	0	20	3	57	0	1
De 25 a 29 anys	3	34	2	61	0	4
De 30 a 34 anys	1	22	3	55	0	3
De 35 a 39 anys	2	19	0	39	0	1
De 40 a 44 anys	2	15	1	31	0	0
De 45 a 49 anys	1	7	1	23	0	0
De 50 a 54 anys	0	7	3	18	0	2
De 55 a 59 anys	0	2	0	6	0	0
De 60 a 64 anys	2	6	0	3	0	0
De 65 anys i més	0	1	0	3	0	1
Total	12	145	14	319	1	14

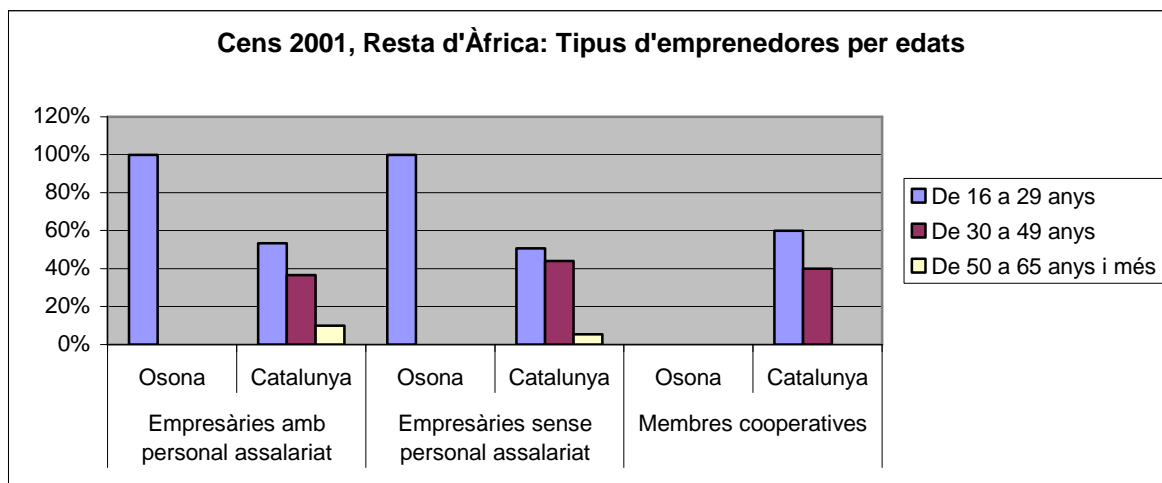
Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



Pel que fa tant a les empresadores amb treballadors com a les que no en tenen, i que són provinents de la resta d'Àfrica, diríem que les que es troben entre els 16 i els 29 anys tenen major pes a Osona que a Catalunya (totes les empresadores d'aquest continent pertanyen a aquest tram d'edat).

Resta d'Àfrica	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives	
	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya
De 16 a 19 anys	0	1	0	3	0	1
De 20 a 24 anys	1	5	3	12	0	0
De 25 a 29 anys	0	10	0	23	0	2
De 30 a 34 anys	0	4	0	18	0	1
De 35 a 39 anys	0	6	0	6	0	0
De 40 a 44 anys	0	0	0	7	0	1
De 45 a 49 anys	0	1	0	2	0	0
De 50 a 54 anys	0	2	0	1	0	0
De 55 a 59 anys	0	1	0	1	0	0
De 60 a 64 anys	0	0	0	1	0	0
De 65 anys i més	0	0	0	1	0	0
Total	1	30	3	75	0	5

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

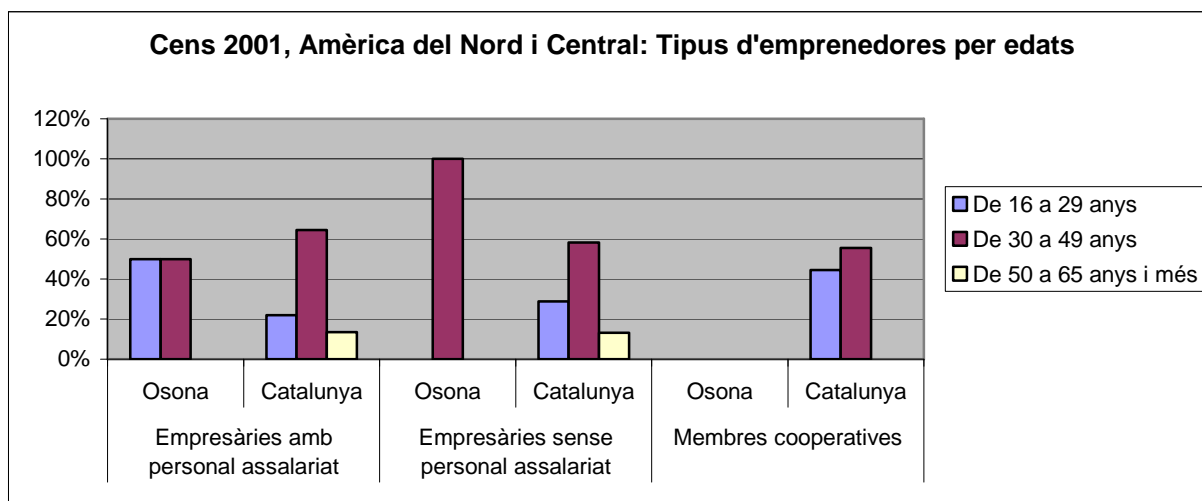


Pel que fa a les empresadores provinents d'Amèrica del Nord i Central i que tenen treballadors, diríem que les que es troben entre els 16 i els 29 anys tenen major pes a Osona que a Catalunya.

De les que no tenen personal assalariat, el major pes recau a Osona en les que tenen entre 30 i 49 anys.

Amèrica del N. i C.	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives	
	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya
De 16 a 19 anys	0	3	0	6	0	0
De 20 a 24 anys	0	8	0	16	0	1
De 25 a 29 anys	1	20	0	57	0	3
De 30 a 34 anys	0	36	0	47	0	1
De 35 a 39 anys	0	20	0	51	0	2
De 40 a 44 anys	1	20	1	32	0	1
De 45 a 49 anys	0	15	1	30	0	1
De 50 a 54 anys	0	10	0	22	0	0
De 55 a 59 anys	0	5	0	8	0	0
De 60 a 64 anys	0	3	0	4	0	0
De 65 anys i més	0	1	0	2	0	0
Total	2	141	2	275	0	9

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

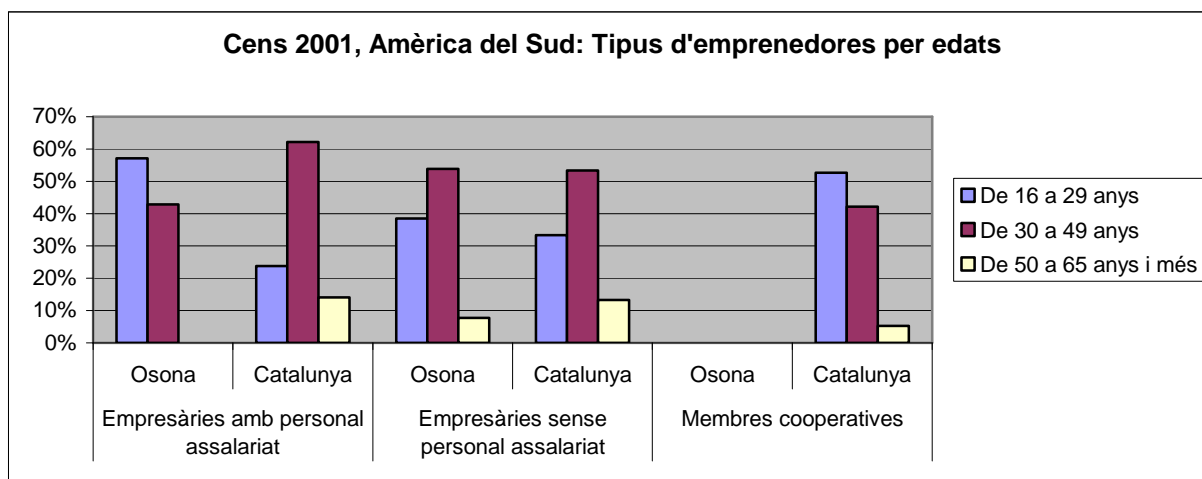


Pel que fa a les emprenedores provinents d'Amèrica del Sud i que tenen treballadors, diríem que les que es troben entre els 16 i els 49 anys tenen major pes a Osona que a Catalunya.

De les que no tenen personal assalariat, el major pes recau a Osona en les que tenen entre 16 i 49 anys.

Amèrica del Sud	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives	
	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya
De 16 a 19 anys	0	8	0	17	0	1
De 20 a 24 anys	2	37	2	138	0	6
De 25 a 29 anys	2	75	3	221	0	3
De 30 a 34 anys	0	97	1	170	0	2
De 35 a 39 anys	1	100	3	196	0	2
De 40 a 44 anys	2	79	2	143	0	3
De 45 a 49 anys	0	38	1	92	0	1
De 50 a 54 anys	0	36	1	77	0	1
De 55 a 59 anys	0	22	0	38	0	0
De 60 a 64 anys	0	9	0	19	0	0
De 65 anys i més	0	4	0	16	0	0
Total	7	505	13	1.127	0	19

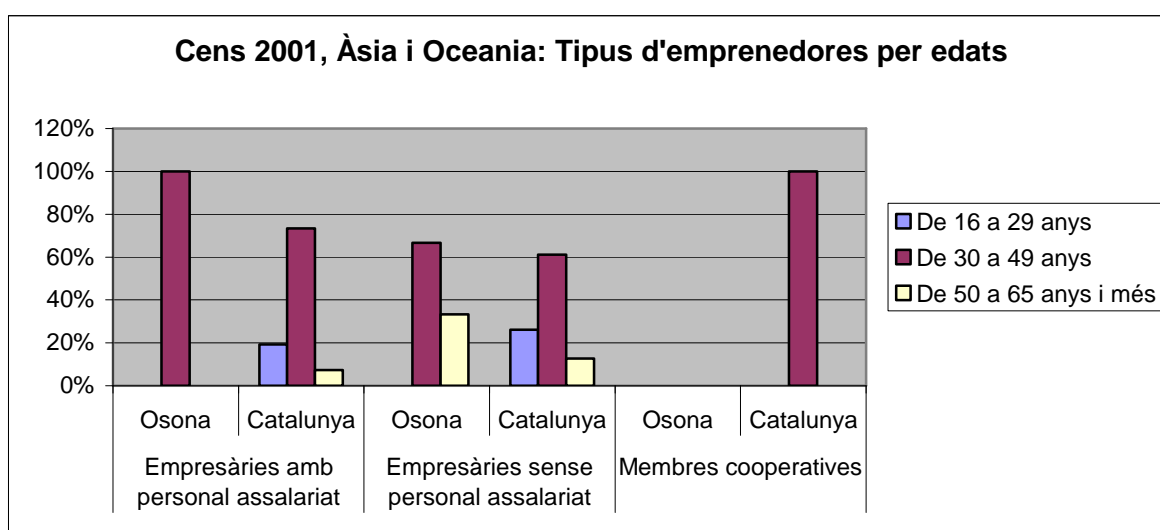
Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



Pel que fa a les empresadores provinents d'Àsia i Oceania i que tenen treballadors, diríem que les que es troben entre els 30 i els 49 anys tenen major pes a Osona que a Catalunya. De les que no tenen personal assalariat, el major pes recau a Osona en les que tenen entre 30 i 65 anys o més.

Àsia i Oceania	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives	
	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya	Osona	Catalunya
De 16 a 19 anys	0	5	0	8	0	0
De 20 a 24 anys	0	10	0	23	0	0
De 25 a 29 anys	0	30	0	41	0	0
De 30 a 34 anys	0	39	0	48	0	1
De 35 a 39 anys	0	70	0	63	0	2
De 40 a 44 anys	0	38	0	35	0	1
De 45 a 49 anys	1	24	2	22	0	1
De 50 a 54 anys	0	10	1	19	0	0
De 55 a 59 anys	0	3	0	7	0	0
De 60 a 64 anys	0	1	0	6	0	0
De 65 anys i més	0	3	0	3	0	0
Total	1	233	3	275	0	5

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



2.4.15 Nombre d'emprenedores immigrants segons país de procedència

En aquest punt de l'estudi, descrivim els països de procedència de les dones immigrants a Catalunya que destaquen per ser les més emprenedores:

D'entrada constatem que el quadre següent recull el 90% de les emprenedores immigrants a Catalunya, perquè hem considerat irrellevant l'àmplia diversitat de països que corresponen al 10% restant.

Analitzant les xifres, comprovem que Marroc i Equador són els països que agrupen els grups més nombrosos de dones emprenedores, amb un 8,66% i un 8,31% respectivament sobre el total.

Dins dels 10 primers països de la classificació destaquem, tanmateix, el pes significatiu que presenten les dones provinents de la resta de la Unió Europea (França, Alemanya, Itàlia i Regne Unit).

Catalunya, Cens 2001: Emprenedores immigrants, segons país de procedència			
	Total		% sobre total dones mateixa procedència
Marroc	461	8,66%	1,4%
Equador	442	8,31%	2,6%
França	414	7,78%	7,2%
Colòmbia	366	6,88%	3%
Alemanya	360	6,76%	7,7%
Itàlia	305	5,73%	8,3%
Regne Unit	291	5,47%	9,2%
Xina	270	5,07%	8,4%
Argentina	258	4,85%	4,9%
Perú	239	4,49%	3,2%
Països Baixos	138	2,59%	8,2%
Rep. Dominicana	134	2,52%	2,4%
Brasil	118	2,22%	4,9%
Bèlgica	102	1,92%	8,4%
Estats Units	94	1,77%	8,4%
Cuba	88	1,65%	3,6%
Filipines	80	1,50%	3,4%
Xile	70	1,32%	3,0%
Portugal	68	1,28%	4,0%
Uruguai	68	1,28%	4,1%
Romania	63	1,18%	2,9%
Resta d'Àsia	63	1,18%	6,4%
Rússia	61	1,15%	3,8%
Resta d'Europa	60	1,13%	4,0%
Veneçuela	53	1,00%	4,1%
Resta d'Amèrica del N. i C.	49	0,92%	5,2%
Mèxic	48	0,90%	3,7%
Ucraïna	45	0,85%	3,3%
	4.808	90,34%	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Tal com hem fet en el punt 2.4.11, revisarem aquesta classificació tenint en compte el pes que cada grup d'emprenedores representa sobre totes les que

provenen del mateix país. En aquest sentit comprovem, una vegada més, que no són el Marroc ni l'Equador els països amb les dones amb major esperit emprenedor, sinó que ho són per aquest ordre: Regne Unit, Xina, Bèlgica, Estats Units, Itàlia, Països Baixos, Alemanya i França.

És el moment de descriure els països de procedència de les dones immigrants a Osona que destaquen per ser les més emprenedores: analitzant les xifres, comprovem que en un primer lloc destacat es troba el Marroc, que aplega un 37% de les emprenedores immigrants d'Osona. En segon lloc, a certa distància, s'hi troben les dones que provenen de Colòmbia, i que representen quasi l'11% del total.

Angleses i argentines són les procedències que ocupen el 3r i 4t lloc de la classificació.

Osona, Cens 2001: Emprenedores immigrants, segons país de procedència			
	Total		% sobre total dones mateixa procedència
Marroc	27	36,99%	1,2%
Colòmbia	8	10,96%	3,3%
Regne Unit	5	6,85%	23,8%
Argentina	5	6,85%	13,9%
Nigèria	3	4,11%	8,8%
Xina	3	4,11%	23,1%
Alemanya	2	2,74%	14,3%
Ucraïna	2	2,74%	8,0%
Rep. Dominicana	2	2,74%	10,5%
Equador	2	2,74%	1,9%
Perú	2	2,74%	12,5%
Veneçuela	2	2,74%	18,2%
Itàlia	1	1,37%	5,6%
Països Baixos	1	1,37%	8,3%
Polònia	1	1,37%	2,5%
Rússia	1	1,37%	11,1%
Suïssa	1	1,37%	100,0%
Senegal	1	1,37%	11,1%
Cuba	1	1,37%	3,7%
Estats Units	1	1,37%	16,7%
Xile	1	1,37%	5,3%
Filipines	1	1,37%	33,3%
	73	100,00%	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

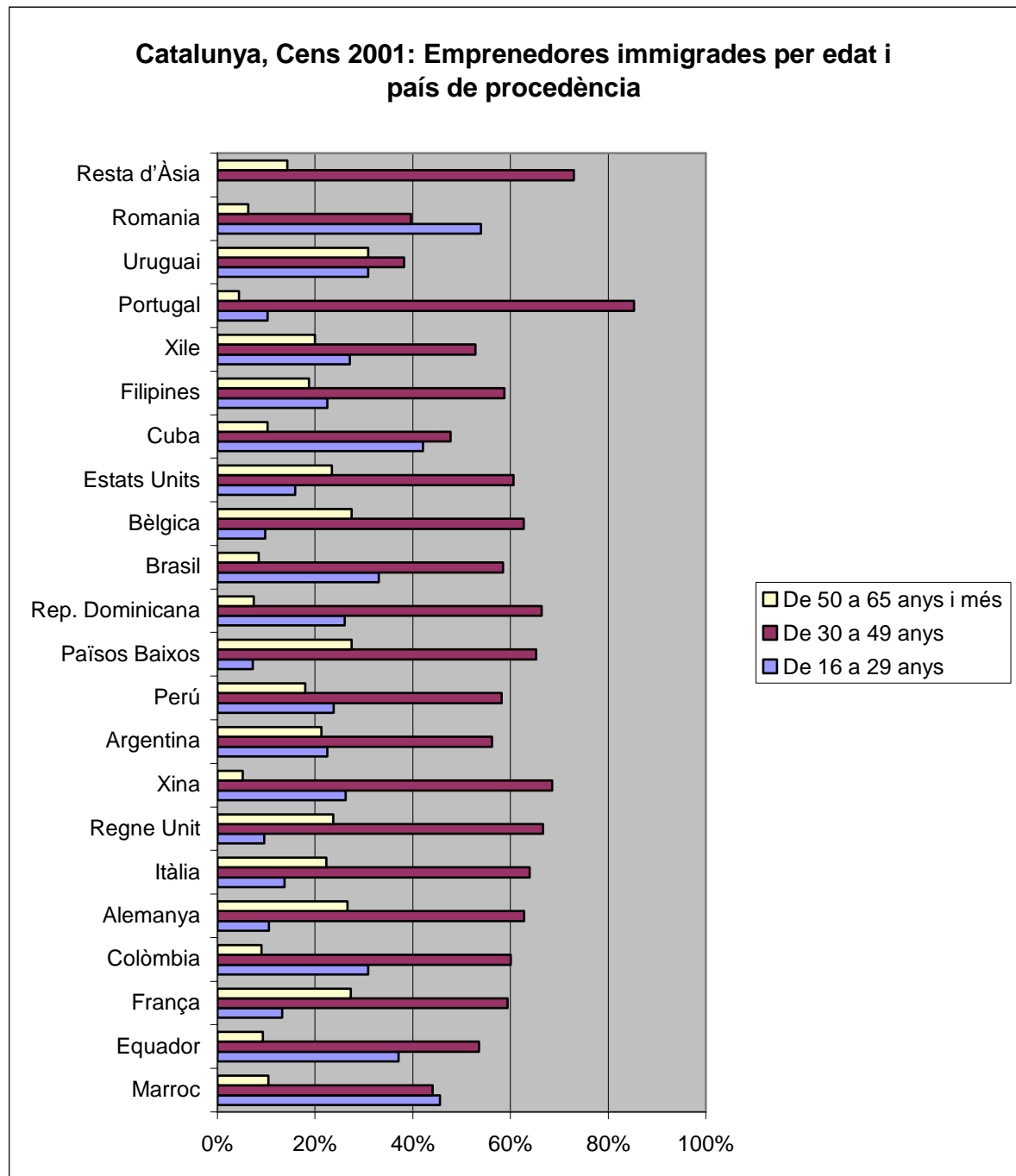
Novament, revisem la classificació tenint en compte el pes de cada grup sobre el total de compatriotes establertes a Osona; la relació dels països amb major esperit emprenedor femení és: Suïssa, Filipines, Regne Unit, Xina, Veneçuela, Estats Units, Argentina, Rússia i Senegal.

2.4.16 Nombre d'emprenedores immigrants per edats i país de procedència

Emprenedores immigrants a Catalunya, per edats i país de procedència, 2001 ¹²												
	De 16 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 29 anys	De 30 a 34 anys	De 35 a 39 anys	De 40 a 44 anys	De 45 a 49 anys	De 50 a 54 anys	De 55 a 59 anys	De 60 a 64 anys	De 65 i més	Total
Marroc	37	76	97	74	56	44	29	27	8	9	4	461
Equador	11	71	82	79	81	56	21	28	10	1	2	442
França	1	9	45	65	76	63	42	54	29	18	12	414
Colòmbia	8	38	67	67	76	51	26	21	8	4	0	366
Alemanya	1	10	27	54	71	54	47	34	34	23	5	360
Itàlia	1	6	35	36	72	51	36	28	24	13	3	305
Regne Unit	1	10	17	43	60	47	44	33	25	9	2	291
Xina	7	23	41	55	74	33	23	8	3	1	2	270
Argentina	1	17	40	34	38	43	30	26	12	6	11	258
Perú	1	20	36	35	48	38	18	18	15	7	3	239
Països Baixos	0	0	10	23	25	18	24	18	11	8	1	138
Rep. Dominicana	4	8	23	33	22	21	13	5	4	0	1	134
Brasil	1	7	31	20	28	12	9	5	3	2	0	118
Bèlgica	0	4	6	12	22	12	18	10	10	5	3	102
Estats Units	3	3	9	7	22	8	20	15	4	3	0	94
Cuba	1	6	30	23	10	6	3	2	2	4	1	88
Filipines	4	4	10	12	15	14	6	7	3	2	3	80
Xile	3	7	9	11	6	6	14	5	7	1	1	70
Portugal	1	3	3	13	15	24	6	1	2	0	0	68
Uruguai	0	8	13	8	6	8	4	7	4	7	3	68
Romania	3	19	12	3	9	9	4	3	0	1	0	63
Resta d'Àsia	0	1	7	8	18	9	11	6	3	0	0	63
Rússia	2	0	10	17	12	7	6	3	1	2	1	61
Resta d'Europa	2	9	16	11	9	4	3	3	2	1	0	60
Veneçuela	0	6	14	10	8	6	6	3	0	0	0	53
Resta d'Amèrica N. C.	0	5	3	12	8	7	6	6	1	0	1	49
Mèxic	0	0	13	9	9	9	4	3	1	0	0	48
Ucraïna	0	5	4	13	8	11	0	2	0	2	0	45
Suïssa	0	1	1	7	8	7	6	2	5	2	3	42
Japó	1	0	3	5	9	10	4	7	1	0	1	41
Bolívia	1	5	6	5	7	4	3	1	1	0	0	33
Suècia	0	1	0	7	6	5	6	2	2	1	0	30
Resta d'Àfrica	1	2	10	4	4	4	0	1	1	1	1	29
Bulgària	0	4	8	2	5	2	3	2	1	1	0	28
Gàmbia	1	1	8	9	4	1	0	0	0	0	0	24
Índia	0	1	6	1	8	5	2	1	0	0	0	24
Polònia	1	3	5	6	2	1	3	1	0	1	0	23
Dinamarca	0	0	1	3	3	7	1	3	2	1	1	22
Irlanda	0	0	1	5	6	0	3	4	1	1	1	22
Senegal	0	6	7	5	1	1	1	0	0	0	0	21
Àustria	0	1	3	2	2	4	2	2	3	0	0	19

12. S'inclou la llista dels primers 41 països de la classificació, que abasten el 97% d'emprenedores immigrants a Catalunya el 2001.

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



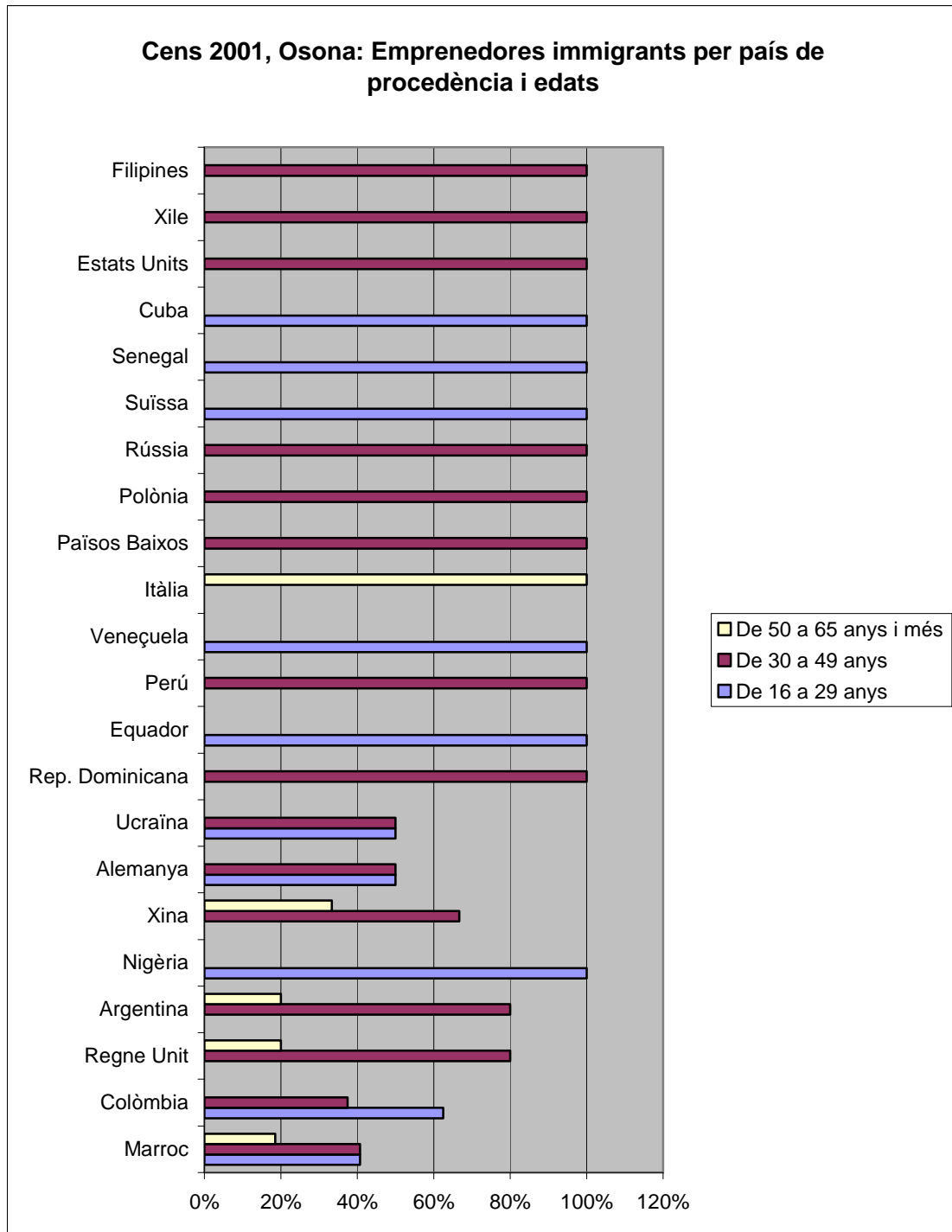
Analitzem, a Catalunya, la llista dels primers 22 països de la classificació (que abasten el 84,4% d'emprendedores): només hi ha dues procedències —Marroc i Romania— en què les emprendedores joves de 16 a 29 anys superen les de 30 a 49 anys. Per a la resta de països, el grup d'emprendedores ètniques d'edats intermèdies és sempre el més nombrós.

A Osona, els països en què les emprendedores joves constitueixen la majoria, són: Colòmbia, Nigèria, Equador, Veneçuela, Suïssa, Senegal i Cuba. En països com Marroc, Alemanya o Ucraïna, estan en igualtat de condicions amb les emprendedores de 30 a 49 anys.

Finalment, caldria posar en relleu que les italianes són les emprenedores més madures d'Osona.

Emprenedores immigrants a Osona, per edats i país de procedència, 2001												
	De 16 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 29 anys	De 30 a 34 anys	De 35 a 39 anys	De 40 a 44 anys	De 45 a 49 anys	De 50 a 54 anys	De 55 a 59 anys	De 60 a 64 anys	De 65 i més	Total
Marroc	3	3	5	4	2	3	2	3	-	2	-	27
Colòmbia	-	3	2	1	1	1	-	-	-	-	-	8
Regne Unit	-	-	-	-	2	2	-	1	-	-	-	5
Argentina	-	-	-	-	2	1	1	1	-	-	-	5
Nigèria	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Xina	-	-	-	-	-	-	2	1	-	-	-	3
Alemanya	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2
Ucraïna	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	2
Rep. Dominicana	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	2
Equador	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Perú	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	2
Veneçuela	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Itàlia	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Països Baixos	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Polònia	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Rússia	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Suïssa	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Senegal	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Cuba	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Estats Units	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Xile	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Filipines	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Total	3	13	12	6	9	12	9	7	0	0	0	73

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001



2.4.17 Tipus d'emprenedores immigrants segons país de procedència

Del següent quadre cal destacar que a Catalunya, les xineses són les que presenten major proporció d'emprenedores amb personal assalariat (52 xineses de cada 100 creen una empresa amb personal assalariat), seguides de les ucraïneses, les cubanes, les holandeses i les belgues.

D'altra banda, les xilenes són les que presenten major proporció d'emprenedores sense personal assalariat (un 77%), seguides de les nord-americanes, les uruguaianes i les de la resta d'Europa.

Catalunya, Cens 2001: Tipus d'emprenedores immigrants ¹³								
Països	Empresàries amb personal assalariat		Empresàries sense personal assalariat		Membres de cooperatives		Total	
Marroc	138	29,93%	309	67,03%	14	3,04%	461	100%
Equador	133	30,09%	304	68,78%	5	1,13%	442	100%
França	151	36,47%	261	63,04%	2	0,48%	414	100%
Colòmbia	110	30,05%	251	68,58%	5	1,37%	366	100%
Alemanya	134	37,22%	220	61,11%	6	1,67%	360	100%
Itàlia	109	35,74%	192	62,95%	4	1,31%	305	100%
Regne Unit	97	33,33%	188	64,60%	6	2,06%	291	100%
Xina	140	51,85%	127	47,04%	3	1,11%	270	100%
Argentina	86	33,33%	170	65,89%	2	0,78%	258	100%
Perú	80	33,47%	157	65,69%	2	0,84%	239	100%
Països Baixos	60	43,48%	78	56,52%	0	0,00%	138	100%
Rep. Dominicana	47	35,07%	85	63,43%	2	1,49%	134	100%
Brasil	34	28,81%	82	69,49%	2	1,69%	118	100%
Bèlgica	44	43,14%	57	55,88%	1	0,98%	102	100%
Estats Units	24	25,53%	69	73,40%	1	1,06%	94	100%
Cuba	39	44,32%	48	54,55%	1	1,14%	88	100%
Filipines	31	38,75%	48	60,00%	1	1,25%	80	100%
Xile	15	21,43%	54	77,14%	1	1,43%	70	100%
Portugal	21	30,88%	44	64,71%	3	4,41%	68	100%
Uruguai	18	26,47%	49	72,06%	1	1,47%	68	100%
Romania	22	34,92%	39	61,90%	2	3,17%	63	100%
Resta d'Àsia	27	42,86%	36	57,14%	0	0,00%	63	100%
Rússia	24	39,34%	37	60,66%	0	0,00%	61	100%
Resta d'Europa	16	26,67%	42	70,00%	2	3,33%	60	100%
Veneçuela	17	32,08%	35	66,04%	1	1,89%	53	100%
Resta d'Amèrica del N. i C.	15	30,61%	33	67,35%	1	2,04%	49	100%
Mèxic	12	25,00%	33	68,75%	3	6,25%	48	100%
Ucraïna	21	46,67%	22	48,89%	2	4,44%	45	100%
Subtotal	1.665		3.070		73		4.808	100%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Pel que fa a Osona, es pot comprovar que, en proporció, les alemanyes, les veneçolanes i les cubanes són les que presenten majors percentatges d'emprenedores amb personal assalariat (el 100%).

13. Les emprenedores ètniques catalanes recollides en el quadre representen el 90,34% del total.

Malgrat tot, és interessant destacar les proporcions que presenten les dones marroquines que, recordem-ho, constitueixen el primer grup de nacionalitat de dones emprenedores a Osona: les proporcions entre empreses amb treballadors i sense estan força compensades.

Osona, Cens 2001: Tipus d'emprenedores immigrants								
Països	Emprenedores amb personal assalariat		Emprenedores sense personal assalariat		Membres de cooperatives		Total	
Marroc	12	44,44%	14	51,85%	1	3,70%	27	100%
Colòmbia	2	25,00%	6	75,00%	0	0,00%	8	100%
Regne Unit	4	80,00%	1	20,00%	0	0,00%	5	100%
Argentina	1	20,00%	4	80,00%	0	0,00%	5	100%
Nigèria	0	0,00%	3	100,00%	0	0,00%	3	100%
Xina	1	33,33%	2	66,67%	0	0,00%	3	100%
Alemanya	2	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	2	100%
Ucraïna	0	0,00%	2	100,00%	0	0,00%	2	100%
Rep. Dominicana	1	50,00%	1	50,00%	0	0,00%	2	100%
Equador	1	50,00%	1	50,00%	0	0,00%	2	100%
Perú	1	50,00%	1	50,00%	0	0,00%	2	100%
Veneçuela	2	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	2	100%
Itàlia	0	0,00%	1	100,00%	0	0,00%	1	100%
Països Baixos	0	0,00%	1	100,00%	0	0,00%	1	100%
Polònia	0	0,00%	1	100,00%	0	0,00%	1	100%
Rússia	0	0,00%	1	100,00%	0	0,00%	1	100%
Suïssa	0	0,00%	1	100,00%	0	0,00%	1	100%
Senegal	1	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	100%
Cuba	1	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	100%
Estats Units	0	0,00%	1	100,00%	0	0,00%	1	100%
Xile	0	0,00%	1	100,00%	0	0,00%	1	100%
Filipines	0	0,00%	1	100,00%	0	0,00%	1	100%
Total	29		43		1		73	

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

2.4.18 Sectors d'activitat de l'emprenedoria femenina immigrant

En aquest apartat analitzem les empreses de les immigrades des de tres nivells diferents, de major a menor grau de concreció: sectors d'activitat, branques d'activitat i activitat econòmica segons la CCAE.

Analitzant els percentatges de participació en els quatre grans sectors d'activitat econòmica, constatem que la indústria és l'únic sector en què les emprenedores immigrades tenen major presència a Osona que a Catalunya.

Tanmateix cal comentar que, com ja passava amb les emprenedores en general, el sector serveis és el predominant en l'emprenedoria femenina immigrant.

Cens 2001: Sectors d'activitat de les emprenedores immigrants				
	Catalunya		Osona	
Agricultura	146	2,74%	2	2,74%
Indústria	642	12,06%	13	17,81%
Construcció	191	3,59%	2	2,74%
Serveis	4.343	81,60%	56	76,71%
Total	5.322	100,00%	73	100,00%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Per cloure l'anàlisi de les emprenedores immigrades segons el sector d'activitat en el qual operen, és significatiu comparar les dades amb les de les autòctones. En aquest sentit s'observa que els dos col·lectius presenten proporcions força similars a cada àmbit territorial, exceptuant el sector de l'agricultura a Osona, on el percentatge de les autòctones dobla el de les immigrades, les quals, en contrapartida, superen les autòctones en 1 punt en el sector secundari i en 2 punts en el terciari. A Catalunya, les proporcions són pràcticament idèntiques:

Cens 2001: Comparació sectors d'activitat emprenedores autòctones i immigrades								
	Catalunya				Osona			
	Autòctones		Immigrades		Autòctones		Immigrades	
Agricultura	5.717	4%	146	3%	212	6%	2	3%
Indústria	17.229	12%	642	12%	604	17%	13	18%
Construcció	4.348	3%	191	4%	95	3%	2	3%
Serveis	113.058	81%	4.343	82%	2722	75%	56	77%
Total	140.352	100%	5.322	100%	3.633	100%	73	100%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Passem ara dels grans sectors econòmics a les branques d'activitat, i observem quines són les més triades per les dones immigrants a l'hora d'emprendre un negoci: la classificació d'emprenedores ètniques per branques d'activitat a Catalunya està encapçalada pels comerços dedicats als articles personals i d'ús domèstic, que abasten un 21,4% dels negocis gestionats per dones. Amb el 17,2% apareix en segon lloc l'hoteleria. Serveis empresarials i indústries manufactureres són les que ocupen el tercer i quart lloc. En total, les quatre primeres branques abasten al 64,5% d'emprenedores immigrades.

Catalunya, Cens 2001: empenedoria immigrant femení per branques d'activitat		
1. Comerç; reparació de vehicles de motor, motocicletes i ciclomotors, i articles personals i d'ús domèstic	1.141	21,4%
2. Hoteleria	914	17,2%
3. Activitats immobiliàries i de lloguer; serveis empresarials	744	14,0%
4. Indústries manufactureres	632	11,9%
5. Altres activitats socials i de serveis prestats a la comunitat; serveis personals	454	8,5%
6. Activitats sanitàries i veterinàries, serveis socials	423	7,9%
7. Educació	364	6,8%
8. Transport, emmagatzematge i comunicacions	247	4,6%
9. Construcció	191	3,6%
10. Agricultura, ramaderia, caça i silvicultura	140	2,6%
11. Mediació financera	54	1,0%
12. Producció i distribució d'energia elèctrica, gas i aigua	10	0,2%
13. Pesca	6	0,1%
14. Organismes extraterritorials	2	0,0%
Total	5.322	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Osona coincideix amb Catalunya pel que fa al primer i segon lloc de la classificació de branques d'activitat amb major nombre d'empresàries ètniques, que abasten un 46,6% del total. Cal afegir que tant en el cas del comerç (23,3%) com en el de l'hoteleria (23,3%), a Osona les dones que hi participen són més significatives que a nivell de Catalunya.

Osona, Cens 2001: empenedoria immigrant femení per branques d'activitat		
1. Comerç; reparació de vehicles de motor, motocicletes i ciclomotors, i articles personals i d'ús domèstic	17	23,3%
2. Hoteleria	17	23,3%
3. Indústries manufactureres	12	16,4%
4. Altres activitats socials i de serveis prestats a la comunitat; serveis personals	8	11,0%
5. Activitats immobiliàries i de lloguer; serveis empresarials	4	5,5%
6. Transport, emmagatzematge i comunicacions	3	4,1%
7. Educació	3	4,1%
8. Activitats sanitàries i veterinàries, serveis socials	3	4,1%
9. Agricultura, ramaderia, caça i silvicultura	2	2,7%
10. Construcció	2	2,7%
11. Producció i distribució d'energia elèctrica, gas i aigua	1	1,4%
12. Mediació financera	1	1,4%
Total	73	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Tanmateix, afegirem que les cinc primeres branques d'activitat més triades per les emprenedores ètniques a Catalunya apareixen també en el cas d'Osona en el mateix tram, però intercanviant posicions. En aquest sentit, destacaríem que a Osona té més presència la indústria manufacturera o els serveis personals, que a Catalunya. El contrari succeeix, en canvi, amb els serveis empresarials.

Per cloure l'anàlisi de les emprenedores immigrades segons les branques d'activitat en les quals operen, és significatiu comparar les dades amb les de les autòctones. En aquest sentit s'observa que les branques d'activitat on les emprenedores immigrades de Catalunya presenten majors proporcions que les autòctones són l'hoteleria, els serveis empresarials, serveis socials, educació, transport i construcció. A Osona, en canvi, només hi ha dues branques on apareixen diferències percentuals significatives: l'hoteleria (on el percentatge de les immigrades supera en 13 punts el de les autòctones) i l'educació:

Cens 2001: Comparació branques d'activitat emprenedores autòctones i immigrades								
	Catalunya				Osona			
	Autòctones		Immigrades		Autòctones		Immigrades	
1. Comerç; reparació de vehicles de motor, motocicletes i ciclomotors, i articles personals i d'ús domèstic	47.612	33,9%	1.141	21,4%	1.228	33,8%	17	23,3%
2. Hoteleria	15.258	10,9%	914	17,2%	376	10,3%	17	23,3%
3. Activitats immobiliàries i de lloguer; serveis empresarials	16.165	11,5%	744	14,0%	291	8,0%	4	5,5%
4. Indústries manufactureres	17.025	12,1%	632	11,9%	600	16,5%	12	16,4%
5. Altres activitats socials i de serveis prestats a la comunitat; serveis personals	14.252	10,2%	454	8,5%	408	11,2%	8	11,0%
6. Activitats sanitàries i veterinàries, serveis socials	8.670	6,2%	423	7,9%	170	4,7%	3	4,1%
7. Educació	5.322	3,8%	364	6,8%	106	2,9%	3	4,1%
8. Transport, emmagatzematge i comunicacions	3.617	2,6%	247	4,6%	84	2,3%	3	4,1%
9. Construcció	4.348	3,1%	191	3,6%	95	2,6%	2	2,7%
10. Agricultura, ramaderia, caça i silvicultura	5.618	4,0%	140	2,6%	211	5,8%	2	2,7%
11. Mediació financera	2.154	1,5%	54	1,0%	59	1,6%	1	1,4%
12. Producció i distribució d'energia elèctrica, gas i aigua	180	0,1%	10	0,2%	3	0,1%	1	1,4%
13. Pesca	99	0,1%	6	0,1%	1	0,0%	0	0,0%
14. Organismes extraterritorials	8	0,0%	2	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
15. Indústries extractives	24	0,0%	0	0,0%	1	0,0%	0	0,0%
Total	140.352	100,0%	5.322	100,0%	3.633	100,0%	73	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Si analitzem la distribució de dones immigrants emprenedores per activitats econòmiques (tant a Catalunya com a Osona), destaca una elevada coincidència de les 10 primeres activitats més triades; en canvi, les diferències apareixen en els pesos que aquestes activitats tenen a cada àmbit territorial.

En aquest sentit, les 10 primeres activitats econòmiques a les quals es dediquen les empresàries immigrants catalanes a l'hora de muntar un negoci (i que abasten el 48,85% del col·lectiu), són:

Catalunya 2001: Emprenedoria immigrant femenina per activitat econòmica (CCAIE)	%
1. Restaurants	10,77%
2. Altres tipus de comerç al detall d'articles nous en establiments especialitzats	7,91%
3. Activitats sanitàries	5,81%
4. Activitats diverses de serveis personals	4,77%
5. Formació permanent i altres activitats d'ensenyament	4,51%
6. Comerç al detall d'aliments, begudes i tabac en establiments especialitzats	3,38%
7. Establiments de begudes	3,36%
8. Activitats empresarials diverses	3,18%
9. Confecció de peces de vestir amb tèxtils i accessoris	2,86%
10. Activitats industrials de neteja	2,31%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Per poder comparar, afegim a continuació les activitats econòmiques més triades per les emprenedores immigrants a Osona a l'hora de muntar un negoci (abasten el 60,3% del col·lectiu, amb la qual cosa es dedueix que a Osona hi ha major concentració per sectors que a Catalunya, on la dispersió és més alta):

Osona, 2001: Emprenedoria immigrant femenina per activitat econòmica (CCAEE)	%
1. Restaurants	15,1%
2. Activitats diverses de serveis personals	6,8%
3. Comerç al detall fora d'establiments	6,8%
4. Altres tipus de comerç al detall d'articles nous en establiments especialitzats	5,5%
5. Comerç al detall d'aliments, begudes i tabac en establiments especialitzats	5,5%
6. Formació permanent i altres activitats d'ensenyament	4,1%
7. Activitats industrials de neteja	4,1%
8. Establiments de begudes	4,1%
9. Hotels	4,1%
10. Edició	4,1%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Així, doncs, les diferències entre Catalunya i Osona es troben en els següents aspectes:

- Existeix coincidència a les dues classificacions pel que fa al primer lloc: els restaurants. Així i tot, el pes és major a Osona (15%) que a Catalunya (10,7%).
- A Osona les empresàries estrangeres tenen major presència relativa en el comerç que no pas a Catalunya: si hi afegim les activitats econòmiques dedicades al comerç de diferents tipus, veiem que a Catalunya ascendeixen al 14,6% del total, i a Osona al 22%. Cal destacar el tercer lloc que ocupa a Osona el comerç al detall fora d'establiments (venda ambulants), mentre que a la classificació catalana no apareix.
- A Catalunya tenen major pes els serveis a les persones que a Osona: si sumem les activitats econòmiques dedicades a activitats sanitàries i de serveis a les persones, veiem que a Catalunya ascendeixen al 10,5% mentre que a Osona són del 6,8%.
- A Osona apareixen dos sectors en els 10 primers llocs que a Catalunya no hi figuren: Hotels i Edició, que possiblement corresponen a negocis endegats per emprenedores de la Unió Europea establertes a la comarca.

Per acabar el present apartat, analitzem la comparació entre les emprenedores autòctones i immigrades segons l'activitat econòmica a la qual es dediquen. En el cas de Catalunya, les activitats en les quals les emprenedores immigrades presenten major proporció que les autòctones són els restaurants, activitats sanitàries, establiments de begudes, activitats empresarials diverses, activitats industrials de neteja i ensenyament:

Catalunya, Cens 2001: Comparació de les activitats econòmiques de les emprenedores autòctones i immigrades				
	Autòctones		Immigrades	
	1. Altres tipus de comerç al detall d'articles nous en establiments especialitzats	20.070	14,30%	421
2. Comerç al detall d'aliments, begudes i tabac en establiments especialitzats	13.795	9,83%	180	3,4%
3. Activitats diverses de serveis personals	11.672	8,32%	254	4,8%
4. Restaurants	8.674	6,18%	573	10,8%
5. Activitats Sanitàries	6.629	4,72%	309	5,8%
6. Activitats jurídiques, de comptabilitat, tenidoria de llibres, auditoria, assessoria fiscal, estudis de mercat i enquestes d'opinió pública; consulta i assessorament sobre direcció i gestió empresarial, gestió de societats de cartera	6.815	4,86%	114	2,1%
7. Establiments de begudes	4.143	2,95%	179	3,4%
8. Confecció de peces de vestir amb tèxtils i accessoris	3.878	2,76%	152	2,9%
9. Producció agrícola	2.843	2,03%	60	1,1%
10. Comerç al detall de productes farmacèutics, articles mèdics, bellesa i higiene	2.689	1,92%	42	0,8%
11. Activitats empresarials diverses	1.478	1,05%	169	3,2%
12. Activitats industrials de neteja	1.418	1,01%	123	2,3%
13. Formació permanent i altres activitats d'ensenyament	2.369	1,69%	240	4,5%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

En el cas d'Osona, les activitats econòmiques en les quals les emprenedores immigrades presenten una major proporció que les autòctones són els restaurants, establiments de begudes, comerç al detall fora d'establiments, ensenyament, activitats industrials de neteja, hotels i edició:

Osona, Cens 2001: Comparació de les activitats econòmiques de les emprenedores autòctones i immigrades				
	Autòctones		Immigrades	
	1. Altres tipus de comerç al detall d'articles nous en establiments especialitzats	483	13,3%	4
2. Comerç al detall d'aliments, begudes i tabac en establiments especialitzats	414	11,4%	4	5,5%
3. Activitats diverses de serveis personals	345	9,5%	5	6,8%
4. Restaurants	234	6,4%	11	15,1%
5. Activitats Sanitàries	132	3,6%	2	2,7%
6. Activitats jurídiques, de comptabilitat, tenidoria de llibres, auditoria, assessoria fiscal, estudis de mercat i enquestes d'opinió pública; consulta i assessorament sobre direcció i gestió empresarial, gestió de societats de cartera	129	3,6%	1	1,4%
7. Producció ramadera	113	3,1%	1	1,4%
8. Confecció de peces de vestir amb tèxtils i accessoris	83	2,3%	0	0,0%
9. Comerç al detall de productes farmacèutics, articles mèdics, bellesa i higiene	77	2,1%	0	0,0%
10. Establiments de begudes	71	2,0%	3	4,1%
11. Comerç al detall fora d'establiments	42	1,2%	5	6,8%
12. Formació permanent i altres activitats d'ensenyament	56	1,5%	3	4,1%
13. Activitats industrials de neteja	23	0,6%	3	4,1%
14. Hotels	47	1,3%	3	4,1%
15. Edició	9	0,2%	3	4,1%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

2.4.19 Sectors d'activitat de l'emprenedoria femenina immigrant, per continent de procedència

A Catalunya són dues les agrupacions continentals que lideren la classificació de les emprenedores ètniques per sectors econòmics: les de la resta de la UE són les que representen major percentatge, tant a l'agricultura com als serveis. En canvi, les sud-americanes són les que encapçalen la classificació de la indústria i la construcció.

Tanmateix, caldria subratllar el segon lloc que ocupen les emprenedores magribines dins l'agricultura i, en sentit contrari, l'escassa presència de les dones de la resta d'Àfrica a la indústria i als serveis.

Cens 2001, Catalunya: emprenedores immigrants per continents de procedència i sectors								
% verticals	Agricultura		Indústria		Construcció		Serveis	
Resta UE	48	32,9%	173	26,9%	51	26,7%	1.517	34,9%
Resta d'Europa	12	8,2%	43	6,7%	18	9,4%	283	6,5%
Magrib	34	23,3%	67	10,4%	31	16,2%	346	8,0%
Resta d'Àfrica	7	4,8%	12	1,9%	7	3,7%	84	1,9%
Amèrica del N. i C.	9	6,2%	55	8,6%	18	9,4%	343	7,9%
Amèrica del Sud	33	22,6%	200	31,2%	54	28,3%	1.364	31,4%
Àsia i Oceania	3	2,1%	92	14,3%	12	6,3%	406	9,3%
Total	146	100,0%	642	100,0%	191	100,0%	4.343	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Analitzant les emprenedores per continents de procedència de manera separada, veiem que en tots els casos, la presència de les empresàries en el sector serveis oscil·la entre el 72% i el 84%. Les magribines i les de la resta d'Àfrica són les que estan més repartides per sectors. En canvi, les asiàtiques són les que presenten major concentració (el 97% es dedica als serveis o a la indústria).

Cens 2001, Catalunya: emprenedores immigrants per continents de procedència i sectors					
% horitzontals	Agricultura	Indústria	Construcció	Serveis	Total
Resta UE	2,7%	9,7%	2,9%	84,8%	100,0%
Resta d'Europa	3,4%	12,1%	5,1%	79,5%	100,0%
Magrib	7,1%	14,0%	6,5%	72,4%	100,0%
Resta d'Àfrica	6,4%	10,9%	6,4%	76,4%	100,0%
Amèrica del N. i C.	2,1%	12,9%	4,2%	80,7%	100,0%
Amèrica del Sud	2,0%	12,1%	3,3%	82,6%	100,0%
Àsia i Oceania	0,6%	17,9%	2,3%	79,1%	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Per al cas d'Osona, només té sentit comentar la indústria i els serveis (els altres dos sectors es poden considerar irrellevants). En el sector secundari, les

emprenedores estan força repartides entre magribines, resta de la UE i sud-americanes. En el sector terciari, el predomini és de magribines, en primer lloc, i de sud-americanes, en segon.

Cens 2001, Osona: emprenedores immigrants per continents de procedència i sectors								
% verticals	Agricultura		Indústria		Construcció		Serveis	
Resta UE	0	0,0%	3	23,1%	1	50,0%	5	8,9%
Resta d'Europa	1	50,0%	1	7,7%	0	0,0%	3	5,4%
Magrib	1	50,0%	4	30,8%	1	50,0%	21	37,5%
Resta d'Àfrica	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	7,1%
Amèrica del N. i C.	0	0,0%	2	15,4%	0	0,0%	2	3,6%
Amèrica del Sud	0	0,0%	3	23,1%	0	0,0%	17	30,4%
Àsia i Oceania	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	7,1%
Total	2	100,0%	13	100,0%	2	100,0%	56	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

En el següent quadre podem observar el repartiment de les emprenedores ètniques d'Osona entre sectors econòmics des del punt de vista del continent del qual procedeixen. En aquest sentit, es constata que les menys diversificades són les dones que provenen de la resta d'Àfrica i d'Àsia, que es dediquen en un 100% als serveis.

En canvi, les més diversificades són les empresàries magribines (que tenen presència en els quatre sectors), les de la resta d'Europa i la resta de la UE (que apareixen en tres dels quatre sectors).

Cens 2001, Osona: emprenedores immigrants per continents de procedència i sectors					
% horitzontals	Agricultura	Indústria	Construcció	Serveis	Total
Resta UE	0,0%	33,3%	11,1%	55,6%	100,0%
Resta Europa	20,0%	20,0%	0,0%	60,0%	100,0%
Magrib	3,7%	14,8%	3,7%	77,8%	100,0%
Resta d'Àfrica	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Amèrica del N. i C.	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Amèrica del Sud	0,0%	15,0%	0,0%	85,0%	100,0%
Àsia i Oceania	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Pel que fa als grans sectors econòmics a les branques d'activitat, observem quines són les més triades per les dones immigrants a l'hora d'emprendre un negoci tenint en compte el continent del qual procedeixen:

Catalunya, Cens 2001: empenedoria immigrant femení per branques d'activitat i continent de procedència							
Codi branca	Resta UE	Resta d'Europa	Magrib	Resta d'Àfrica	Amèrica del N. i C.	Amèrica del Sud	Àsia i Oceania
1	2,7%	3,4%	6,1%	6,4%	2,1%	1,9%	0,6%
2	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
3	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
4	9,4%	11,8%	13,8%	10,9%	12,9%	11,9%	17,7%
5	0,2%	0,3%	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%
6	2,9%	5,1%	6,5%	6,4%	4,2%	3,3%	2,3%
7	19,5%	24,4%	27,8%	24,5%	14,1%	21,1%	26,5%
8	14,4%	15,7%	21,3%	13,6%	15,5%	16,3%	28,8%
9	4,1%	3,7%	4,6%	10,0%	4,7%	5,7%	2,7%
10	1,0%	2,0%	0,8%	0,9%	2,4%	0,7%	0,4%
11	19,6%	11,0%	7,1%	7,3%	14,4%	12,4%	9,0%
12	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
13	13,1%	5,6%	1,9%	0,0%	6,6%	3,4%	3,1%
14	6,4%	8,4%	2,7%	4,5%	10,6%	11,7%	4,3%
15	6,5%	8,7%	6,1%	15,5%	12,5%	11,2%	4,3%
16	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
17	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Observant els percentatges de major participació de les emprenedores estrangeres a Catalunya en les diverses branques d'activitat, cal comentar que:

- Més de la meitat de les asiàtiques es dediquen al comerç (26,5%) i a l'hoteleria (28,8%). D'altra banda, un 17,7% emprèn un negoci dedicat a la indústria manufacturera. En definitiva, el 73% de les asiàtiques es concentra en només tres branques d'activitat.
- Les branques d'activitat numerades amb un 7 i un 8 (comerç i hoteleria) són les més triades per quatre de les set agrupacions continentals: resta d'Europa, Magrib, Amèrica del Sud i Àsia.
- En el cas de la resta de la UE, el percentatge de major participació correspon a la branca d'activitat dels serveis a les empreses. La participació de les dones provinents d'Amèrica del Nord i Central en aquesta branca també és rellevant.
- Finalment, cal subratllar el 15,5% de participació de les empresàries de la resta d'Àfrica en la branca referida als serveis personals.

Comparant la distribució de les emprenedores immigrades a Catalunya i a Osona per branques d'activitat, s'observa que a Catalunya és superior la concentració en el comerç i l'hoteleria, mentre que a Osona es produeix major dispersió: la presència d'emprenedores ètniques es reparteix entre altres branques d'activitat, com ara l'agricultura, les indústries manufactureres, l'educació o els serveis personals.

Osona, Cens 2001: empenedoria immigrant femení per branques d'activitat i continent de procedència							
Codi branca	Resta UE	Resta d'Europa	Magrib	Resta d'Àfrica	Amèrica del N. i C.	Amèrica del Sud	Àsia i Oceania
1	0,0%	20,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
4	33,3%	0,0%	14,8%	0,0%	50,0%	15,0%	0,0%
5	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6	11,1%	0,0%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
7	11,1%	20,0%	29,6%	50,0%	0,0%	20,0%	25,0%
8	11,1%	20,0%	18,5%	25,0%	50,0%	20,0%	75,0%
9	0,0%	0,0%	3,7%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%
10	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
11	0,0%	0,0%	7,4%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%
12	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
13	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
14	0,0%	0,0%	7,4%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%
15	0,0%	0,0%	11,1%	25,0%	0,0%	20,0%	0,0%
16	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
17	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Font: Institut Català d'Estadística. Cens de població de 2001

Recordem, finalment, que la codificació de les branques d'activitat econòmica que hem exposat als quadres anteriors respon a les següents denominacions:

Branques d'activitat econòmica	
1	Agricultura, ramaderia, caça i silvicultura
2	Pesca
3	Indústries extractives
4	Indústries manufactureres
5	Producció i distribució d'energia elèctrica, gas i aigua
6	Construcció
7	Comerç; reparació de vehicles de motor, motocicletes i ciclomotors, i articles personals i d'ús domèstic
8	Hoteleria
9	Transport, emmagatzematge i comunicacions
10	Mediació financera
11	Activitats immobiliàries i de lloguer; serveis empresarials
12	Administració pública, defensa i Seguretat Social obligatòria
13	Educació
14	Activitats sanitàries i veterinàries, serveis socials
15	Altres activitats socials i de serveis prestats a la comunitat; serveis personals
16	Llars que ocupen personal domèstic
17	Organismes extraterritorials

2.5 Conclusions de la descripció quantitativa

Per començar l'exposició de les conclusions del capítol 2 de l'estudi, cal recordar que totes les variables analitzades es refereixen a Osona i a Catalunya, per tal de procedir a les consegüents comparacions:

Població total

- Població total i distribució per sexes. Creixement 2001-2006: la població d'Osona l'any 2006 va ser de 145.790 habitants, que representen un 2% de la població total catalana. Tant el 2001 com el 2006, la distribució de la població per sexes a Osona i a Catalunya és força equitativa. Els dos àmbits territorials també coincideixen en els percentatges de creixement de població entre els anys 2001-2006, per sexes: el nombre d'habitants ha crescut un 12% (en concret, les dones han augmentat un 10% i els homes, un 14%).

Població immigrant

- Població autòctona i immigrant: Catalunya és la comunitat autònoma amb més població estrangera resident a Espanya (21,6%). Tant a Osona com a Catalunya, el creixement de la població immigrada s'ha caracteritzat per la intensitat, ja que ha passat de representar el 5% del total d'habitants l'any 2001, al 13% l'any 2006; és a dir, hi ha hagut un fort creixement en poc temps.
- Creixement de la població immigrant, per sexes: l'any 2001, el pes de la immigració masculina és superior al de la femenina (a Osona, la diferència és força major); el 2006 el fenomen de la masculinització de la immigració continua vigent, però perd força a Osona i s'acosta a les proporcions de la resta de Catalunya (aquest fet és degut a l'elevada arribada de dones sud-americanes i de la resta d'Europa —Europa de l'Est—, així com a una desacceleració de la immigració magribina, molt masculina). De fet, en el període al qual ens referim, a Osona el creixement de població immigrada femenina (194% d'increment) és superior al de la masculina (152%).
- Evolució de la població immigrant per sexes i edats: la població immigrada d'Osona és més jove que la de la resta de Catalunya, tot i que es tracta d'un fenomen que ha perdut força en el període. En aquest sentit, l'any 2006, el grup d'immigrants més joves (de 0 a 19 anys) té major pes a Osona que a Catalunya —fins a 7 punts de diferència—. Per sexes, les dones immigrades de 0 a 19 anys d'Osona superen amb majors distàncies les de Catalunya —10 punts de diferència— mentre que els homes presenten un diferencial de 6 punts. Amb tot, aquest és l'únic tram d'edats on Osona supera Catalunya.

- Creixement de la població immigrant per sexes i continent de procedència¹⁴: una de les primeres observacions a fer sobre la distribució de la població estrangera per continent de procedència es refereix al fet que a Catalunya hi ha més diversificació d'immigrants segons continent de procedència que a Osona: l'any 2001, a Catalunya el 73% de la població immigrant prové de tres continents diferents: Magrib (32%), Amèrica del Sud (22%) i resta de la UE —Europa dels 15— (19%). En canvi, a Osona només el col·lectiu de població magribina ja representa el 77% del total d'immigrants. Per sexes, les dones americanes (del sud i del nord i central), així com les europees (tant de la UE com de la resta d'Europa), superen els homes de la mateixa procedència.

Analitzant com ha evolucionat aquest fet cal dir que la diferent diversificació als dos àmbits territorials s'ha suavitzat. Així, a Catalunya continua succeint que el 68% de la població immigrant prové de tres continents: Amèrica del Sud —que passa a ocupar el primer lloc, a causa de l'augment de dones— (32%), Magrib (22%), i resta de la UE (14%). En canvi a Osona, els col·lectius que representen el 70% ara són dos: la població magribina (que passa a representar el 54% del total d'immigrants) i els sud-americans (16%), també a causa de l'elevada arribada de dones.

A més a més, la immigració magribina és força més masculina que femenina (amb una proporció del 64% i 36% respectivament), tant a Osona com a Catalunya, però durant el període aquesta diferència comença a minvar. És a dir, en cinc anys el col·lectiu magribí perd pes en el conjunt d'immigrants, tant a Catalunya com a Osona (amb més força), i això ha estat degut a la forta arribada al territori de dones sud-americanes i de l'Europa de l'est.

Tant el 2001 com el 2006, en els dos àmbits territorials analitzats, passa que les dones sud-americanes i les d'Amèrica del Nord i Central superen (en termes absoluts) el nombre d'homes immigrants de la mateixa procedència. Es tracta dels únics col·lectius on es produeix aquest fet.

Amb tot, els percentatges d'increments de població immigrada 2001-06 ens indiquen que apareix un nou col·lectiu que creix amb força a Catalunya: els provinents de la resta d'Europa (Europa de l'est). En canvi a Osona, l'agrupació continental que destaca pel creixement és el d'Àsia i Oceania, especialment els homes d'aquesta procedència. Els sud-americans apareixen sempre en segon lloc (tant a Osona com a Catalunya), la qual cosa no es contradia amb el que hem explicat amb anterioritat, ja que aquest col·lectiu ja partia de xifres considerables el 2001.

- Creixement de la població immigrant per país de procedència i per sexes: durant el període analitzat, a Catalunya les principals procedències de la població immigrada han estat el Marroc i l'Equador, tant per als homes com per a les dones (en el cas de l'Equador, en tots dos anys, hi havia més dones que homes, al contrari del Marroc). En canvi, mentre que el 2001 la tercera i quarta posició eren per a Colòmbia i Perú (immigració feminitzada), el 2006 apareix Romania ocupant el tercer país de la llista. Així, doncs, a Catalunya la població romanesa ha crescut significativament: mentre que el

¹⁴. Pel que fa a l'agrupació continental de països de procedència que hem realitzat en el present estudi, cal recordar que s'ha cregut oportú separar els del Magrib dels de la resta d'Àfrica, tenint en compte el pes específic que tenen els immigrants magribins tant a Osona com a Catalunya.

2001 ocupava el catorzè lloc a la classificació de població immigrada per països, el 2006 ja se situa al tercer lloc. Si ens fixem en els percentatges de creixement, els països que destaquen són Romania, Bolívia o Xina.

Pel que fa a Osona, els quatre primers països de procedència coincideixen durant el període estudiat: el Marroc sempre ocupa el primer lloc de la classificació, però els altres tres països intercanvien posicions: el 2006, Ghana i Equador s'avancen a Colòmbia, que ocupava el segon lloc el 2001. Si ens fixem en els països que han tingut majors increments, apareixen procedències com ara Romania, Rússia, Bolívia, Pakistan, Índia i Xina.

Emprenedoria femenina

- Considerem persones emprenedores les qui es defineixen com empresaris (amb treballadors o sense) o bé com a membres de cooperatives a l'hora de complimentar el cens de població, dins l'apartat referit a la situació professional de l'enquestat.
- Taxa d'emprenedoria respecte del total de població, per sexes: mentre que a Osona hi ha 9,6 persones empresàries per cada 100 habitants, a Catalunya la taxa és lleugerament inferior: 7,45%. El signe d'aquesta diferència coincideix tant en el cas de les dones (1,2 punts més a Osona que a Catalunya) com en el dels homes (3 punts més).
- Taxa d'emprenedoria femenina respecte del total d'emprenedors: els percentatges són similars tant a Osona (29%) com a Catalunya (30%).
- Classificació de l'emprenedoria femenina a Catalunya, per comarques: de les 41 comarques catalanes, Osona ocupa el vuitè lloc en el rànquing, amb un 2,5% del total d'emprenedores. Val a dir que les cinc primeres comarques (Barcelonès, Vallès Occidental, Baix Llobregat, Maresme i Vallès Oriental) són les més poblades i contenen el 60% de les empresàries catalanes.
- Classificació de l'emprenedoria femenina a Osona, per municipis: el 57% de les emprenedores es concentra en sis municipis dels 51 d'Osona: Vic (22,7%), Manlleu (10,5%), Torelló (9,5%) —aquests tres ja representen el 42%—, Tona (5,3%), Centelles (4,8%) i Taradell (4,7%). Amb tot, cal afegir que aquests municipis són els de major pes demogràfic de la comarca.
- Tipus d'empreses creades per dones a Osona, Comarques de Barcelona i Catalunya: els percentatges que apareixen per als tres àmbits territorials són força similars. Les empresàries amb personal assalariat representen el 36% del total; les que no tenen personal assalariat —el grup més nombrós—, el 62%. Finalment, tan sols un 2% d'empresàries són membres de cooperatives.
- Nombre d'empresàries per edats: tampoc no hi ha diferències entre Osona i Catalunya pel que fa a la distribució per edats de les empresàries. D'aquesta manera, el 15% del col·lectiu se situa en el grup d'edats entre els 16 i els 29 anys. El 55% d'empresàries tenen entre 30 i 49 anys i, finalment, el 30% restant correspon a dones que estan entre els 50 i 65 anys i més.

- Sectors d'activitat de l'emprenedoria femenina: el sector d'activitat predominant en els dos àmbits territorials analitzats és el dels serveis. Un 80% d'emprenedores catalanes s'hi dediquen, enfront del 75% d'osonenques. En comparació, destaca el major pes de l'empresariat femení d'Osona a la indústria (4,5 punts més a Osona que a Catalunya) i l'agricultura (1,5 punts).

Analitzant la distribució per branques d'activitat, s'observa que el 80% d'empresàries —de Catalunya i d'Osona— es concentren en el comerç, la indústria manufacturera, els serveis empresarials, l'hoteleria i els serveis a les persones.

Emprenedoria immigrant femenina

- Taxa d'emprenedoria immigrant respecte del total de població, per sexes: mentre que a Catalunya hi ha 2,7 emprenedors immigrants per cada 1.000 habitants, a Osona la taxa és lleugerament inferior: 2,2. El signe d'aquesta diferència coincideix tant en el cas dels homes, com en el de les dones (en què la distància respecte de la taxa catalana és lleugerament inferior).

Si calculem la taxa d'empresariat immigrant respecte del total de la població nouvinguda i la comparem amb la mateixa taxa calculada per als ciutadans autòctons, observem que:

1. Pel que fa a les dones de Catalunya, presenten la mateixa taxa tant si es tracta d'autòctones com d'immigrades (4,5%). En canvi a Osona, la taxa d'emprenedoria femenina autòctona (5,8%) dobla la d'immigrades (2,8%).
 2. Pel que fa als homes de Catalunya, els autòctons presenten una taxa del 10,6%, que és dos punts superior a la dels immigrants (8,7%). Si ens fixem en Osona, la diferència és molt superior: la taxa d'emprenedoria masculina autòctona (14,2%) pràcticament triplica la d'immigrants (4,9%).
- Taxa d'emprenedoria immigrant femenina respecte del total d'emprenedors: les empresàries immigrants d'Osona presenten una taxa inferior a la de les immigrants de Catalunya, tant si ens referim al total d'emprenedors com si ho calculem respecte del total d'emprenedors immigrants:
 - ◆ De cada 1.000 empresaris, 5,8 són dones immigrades a Osona i 11,2 a Catalunya.
 - ◆ De cada 1.000 empresàries immigrades a Catalunya, 13,7 són dones d'Osona.
 - ◆ De cada 100 empresaris immigrants, 25 són dones a Osona i 30 ho són a Catalunya.
 - ◆ De cada 1.000 empresàries d'Osona, 19,6 són dones immigrades, mentre que a nivell de Catalunya, ho són 36,5 dones.
 - Taxa d'emprenedoria immigrant femenina respecte del total d'emprenedores: trobem la mateixa diferència, ja que de cada 1.000

empresàries de Catalunya 36,5 són immigrades, mentre que a Osona només ho són 19,6 dones.

- Emprenedoria immigrant femenina a Catalunya, per comarques: de les 41 comarques, Osona ocupa el 14è lloc a la classificació, amb un 1,37% del total de les emprenedores immigrants (recordem que quan vam analitzar la classificació per a emprenedores en general, Osona ocupava el 8è lloc). Val a dir que les 4 primeres comarques (Barcelonès, Baix Llobregat, Vallès Occidental i Maresme) són les més poblades i contenen el 66% d'empresàries immigrants.
- Emprenedoria immigrant femenina a Osona, per municipis: el 63% de les empresàries immigrants es concentren en tres municipis dels 51 d'Osona: Vic (37%), Manlleu (16,44%), Torelló (9,6%), els de major nombre d'habitants.
- Tipus d'empreses creades per dones immigrants a Osona, comarques de Barcelona i Catalunya: a Osona el percentatge d'empresàries immigrades amb personal assalariat (39,7%) és superior al de les comarques de Barcelona (32,5%) i al de la resta de Catalunya (34,5%). Aquesta major presència d'aquests tipus d'empreses va en detriment de les empresàries ètniques sense treballadors, que a Osona tenen menor representació (58,9%) en comparació amb la de les comarques de Barcelona (58,9%) i la resta de Catalunya (65,6%).
- Emprenedores immigrants per edats: a Osona (38,3%) tenen major pes que a Catalunya (24,9%) les joves (de 16 a 29 anys), mentre que en els altres dos grans grups d'edats (de 30 a 49 anys i de 50 a 65 anys i més), succeeix el contrari.
- Nombre d'empresàries immigrants per continent de procedència: pel que fa al repartiment de les emprenedores ètniques a Catalunya segons el continent del qual procedeixen, direm que la classificació està encapçalada per la resta de la UE i Amèrica del Sud; les dues agrupacions continentals abasten gairebé el 65% del total d'empresàries catalanes. Amb tot, creiem que la dada que mesura amb més correcció l'esperit emprenedor d'aquestes dones és el percentatge d'empresàries immigrants respecte del total de dones de la mateixa procedència; segons aquest nou indicador, la classificació continua encapçalada per les dones de resta de la UE, però en segon lloc trobem les asiàtiques, les de la resta d'Europa i, finalment, les sud-americanes.

Si ens fixem en Osona, la classificació per pesos respecte del total d'empresàries ètniques està encapçalada per les magribines, seguides, a força distància, per les sud-americanes. En canvi, quan calculem el pes que suposen aquestes dones respecte de tot el col·lectiu femení vingut de la mateixa procedència, observem que les de major esperit emprenedor són les asiàtiques i, a certa distància, les sud-americanes i les de la resta de la UE. És a dir, a Osona les magribines són les que presenten major percentatge sobre el total d'empresàries immigrants (36,99%), però això és degut al fet que el 2001 eren el major col·lectiu de dones estrangeres (la

concentració d'aquest tipus d'immigració a la comarca ja s'ha comentat amb anterioritat); el percentatge més significatiu és el que ens informa que de cada 100 immigrants magribines, 1,3% emprenen, és a dir, tenen un baix esperit emprenedor en comparació amb les estrangeres d'altres procedències.

En creuar les dades referides a les emprenedores ètniques per continent de procedència i edat, podem observar que les més joves (de 16 a 29 anys) sempre són les de la resta d'Àfrica i del Magrib. Aquest fet succeeix tant a Osona com a Catalunya. En el següent tram (dels 30 als 49 anys), també hi ha coincidència per a les dones dels dos àmbits territorials: el primer col·lectiu és el de les asiàtiques. Finalment, en el grup d'edats dels 50 als 65 anys i més, el col·lectiu que destaca és el de les provinents de la resta de la UE.

Dins del grup d'edats dels 16 als 29 anys, tant les empresàries amb treballadors com les qui no en tenen, així com les qui són membres de cooperatives, tenen major pes a Osona que a Catalunya.

A Catalunya les asiàtiques són les que presenten major proporció d'empresàries amb personal assalariat, i les sud-americanes són les que presenten major proporció d'empreses sense treballadors. A Osona, les de la resta de la UE són les que presenten major proporció d'empresàries amb personal assalariat, i les de la resta d'Europa les que engeguen més negocis sense treballadors.

- Nombre d'empresàries immigrants segons el país de procedència: tant a Osona (36,99%) com a Catalunya (8,66%), el primer lloc de la classificació d'emprenedores immigrants per països l'ocupa el Marroc. Com dèiem, tot i encapçalar aquest rànquing, es tracta d'un col·lectiu que no destaca per l'esperit emprenedor, ans al contrari. Alguns factors que poden explicar aquest fet són:
 1. Les marroquines són el col·lectiu més nombrós d'estrangeres i, per aquest motiu, ocupen el primer lloc, però si ens fixem en el percentatge que representen les empresàries del Marroc respecte del total de dones de la mateixa procedència, veiem que és de l'1 i escaig (tant a Osona com a Catalunya).
 2. Es consideren empresàries perquè estan donades d'alta en el règim dels treballadors autònoms, però de vegades el que fan és donar una cobertura legal a la situació laboral en la qual es troben (feines domèstiques) i, de passada, contribueixen per tal de poder rebre la prestació per jubilació quan arribi l'hora.
 3. Es dediquen, sobretot, a la venda ambulat i als serveis (industrials o particulars) de neteja. També obren alguns negocis en el sector alimentari: pastisseries marroquines, laminadures, plats cuinats marroquins.

A nivell de Catalunya, les empresàries immigrades més nombroses són, per aquest ordre, les marroquines, les equatorianes, les franceses, les colombianes i les alemanyes. En canvi, segons l'esperit emprenedor respecte del total de dones provinents del mateix país, els primers llocs de la

classificació els ocupen les angleses¹⁵, les xineses, les italianes, les belgues i les nord-americanes.

Pel que fa a Osona, les empresàries ètniques més nombroses són, per aquest ordre, les marroquines, les colombianes, les britàniques i les argentines. En canvi, segons l'esperit emprenedor respecte del total de dones provinents del mateix país, van al davant les suïsses, les filipines, les britàniques i les xineses.

Dels dos àmbits territorials, caldria destacar una coincidència: la força de l'empresariat femení xinès. Es tracta d'un col·lectiu autosuficient (no necessita els serveis d'assessorament dels SMPE) i opac (malgrat els nostres intents, no ha estat possible entrevistar-nos amb cap xinesa que disposi d'un local comercial a Osona).

- Sectors d'activitat de les empresàries immigrades: com ja succeïa amb el conjunt de totes les emprenedores, el sector serveis és el de major presència amb uns percentatges que superen el 76% en els dos àmbits territorials.

Pel que fa a la comparació dels pesos dels diversos sectors, cal subratllar que a Osona el sector industrial té més importància que a Catalunya (fins a 5 punts de diferència), en detriment del major pes que tenen els serveis en el conjunt català.

Per branques d'activitat, a Catalunya les cinc més triades per les estrangeres a l'hora d'emprendre són: comerç, hoteleria, serveis empresarials, indústria i serveis personals. A Osona, hi ha coincidència en les dues primeres branques (comerç i hoteleria), però les altres tres tenen pesos diferents, de manera que la seqüència és: indústria, serveis personals i serveis a les empreses.

Finalment, en referir-nos al tercer nivell de desagregació (activitats econòmiques segons la CCAE), s'observa que:

1. Hi ha coincidència pel que fa al primer lloc: els restaurants. Així i tot, el pes és més gran a Osona (15%) que a Catalunya (10,7%).
2. A Osona el comerç té més pes que a Catalunya: si sumem les activitats econòmiques dedicades al comerç de diferent tipus, veiem que a Catalunya pugen al 14,6% del total, i a Osona al 22%. Cal destacar el 3r lloc que ocupa a Osona el comerç al detall fora d'establiments (venda ambulat), mentre que a la classificació catalana no apareix.
3. A Catalunya tenen major pes els serveis a les persones: si sumem les activitats econòmiques dedicades a activitats sanitàries i de serveis a les persones, veiem que a Catalunya ascendeixen al 10,5%, mentre que a Osona són del 6,8%.

A Osona apareixen dos sectors en els 10 primers llocs que a Catalunya no hi figuren: Hotels i Edició que, possiblement, corresponen a negocis endegats per empresàries de la Unió Europea establertes a la comarca.

¹⁵. Cal recordar que pakistanesos o hindús obtenen amb relativa facilitat la nacionalitat anglesa. El mateix passa amb els argentins, els xilens o els uruguaians i la nacionalitat italiana.

- Empresàries immigrades per sectors i continent de procedència: a Catalunya són dues les agrupacions continentals que lideren la classificació de les emprenedores ètniques per sectors econòmics. Les de la resta de la UE són les que presenten un percentatge més alt, tant a l'agricultura com als serveis. En canvi, les sud-americanes són les que encapçalen la classificació de la indústria i la construcció. Tanmateix, caldria subratllar el segon lloc que ocupen les empresàries magribines dins l'agricultura i, en sentit contrari, l'escassa presència de les dones de la resta d'Àfrica a la indústria i als serveis.

Analitzant les empresàries de Catalunya per continents de procedència de manera separada veiem que a tots els casos, la presència d'aquestes dones al sector serveis oscil·la entre el 72% i el 84%; d'altra banda, les magribines i les de la resta d'Àfrica són les que estan més repartides per sectors. En canvi, les asiàtiques són les que presenten major concentració (el 97% es dedica als serveis o a la indústria).

Per al cas d'Osona, només té sentit comentar la indústria i els serveis (els altres dos sectors es poden considerar irrellevants). En el sector secundari, les empresàries estan força repartides entre magribines, resta de la UE i sud-americanes. En el sector terciari, el predomini és de magribines, en primer lloc, i de sud-americanes, en segon.

Respecte del repartiment de les emprenedores ètniques d'Osona entre sectors econòmics des del punt de vista del continent del qual procedeixen, es constata que les menys diversificades són les dones que provenen de la resta d'Àfrica i d'Àsia, que es dediquen en un 100% als serveis. En canvi, les més diversificades són les empresàries magribines (que tenen presència en els quatre sectors), les de la resta d'Europa i la resta de la UE (que apareixen en tres dels quatre sectors).

D'altra banda, observant els percentatges de major participació de les empresàries estrangeres a Catalunya en les diverses branques d'activitat, cal realitzar els següents comentaris:

1. Més de la meitat de les asiàtiques es dediquen al comerç (26,5%) i a l'hoteleria (28,8%). D'altra banda, un 17,7% emprenen un negoci dedicat a la indústria manufacturera. En definitiva, el 73% de les asiàtiques es concentra en només tres branques d'activitat.
2. Les branques d'activitat del comerç i l'hoteleria són les més triades per quatre de les set agrupacions continentals: resta d'Europa, Magrib, Amèrica del Sud i Àsia.
3. En el cas de la resta de la UE, el percentatge de major participació correspon a la branca d'activitat dels serveis a les empreses. La participació de les dones provinents d'Amèrica del Nord i Central en aquesta branca també és rellevant.
4. Finalment, s'ha de subratllar el 15,5% de participació de les empresàries de la resta d'Àfrica en la branca referida als serveis personals.

Comparant la distribució de les emprenedores immigrades a Catalunya i a Osona per branques d'activitat, s'observa que a Catalunya és superior la concentració en el comerç i l'hoteleria, mentre que a Osona es produeix major dispersió: la presència d'empresàries ètniques es reparteix entre altres branques d'activitat, com ara l'agricultura, les indústries manufactureres, l'educació o els serveis personals.

3 Els organismes municipals compromesos en la promoció de l'emprenedoria a Osona

3.1 La promoció pública i privada de l'emprenedoria a Osona

Començarem aquest tercer capítol del treball fent un repàs a les institucions públiques que estan compromeses amb la promoció de l'emprenedoria a Osona. Aquest repàs, el realitzarem tenint en compte l'àmbit territorial que abasten aquestes institucions, en sentit decreixent.

En base al criteri que acabem d'assenyalar, cal començar parlant del Consell Comarcal d'Osona: dins d'aquest organisme, l'àrea de Promoció Econòmica és la que s'encarrega d'impulsar i col·laborar en el desenvolupament econòmic d'Osona, donant suport a iniciatives que tinguin com objectiu aconseguir una planificació estratègica efectiva i operativa, aprofitant els recursos del conjunt del territori a través de la implicació de tots els agents econòmics i socials des d'una perspectiva comarcal. El foment de l'emprenedoria es realitza de manera indirecta, per tal de no duplicar la feina realitzada pels SMPE, els quals disposen de més mitjans i són més propers als ciutadans. Amb tot, aquesta àrea del Consell Comarcal manifesta una voluntat d'actuar en les polítiques de desenvolupament econòmic dirigides a dones: s'ha encetat una nova línia de treball que pretén fomentar l'emprenedoria femenina i totes aquelles polítiques d'igualtat de gènere que se'n puguin derivar de la nova legislació. Per a la realització del present estudi s'ha establert una estreta col·laboració amb el personal tècnic d'aquesta àrea, així com també s'han dut a terme contactes amb altres àrees o serveis, com ara l'Observatori del Mercat de Treball i el Pla de Ciutadania i Immigració d'Osona (PCIO).

Al següent nivell trobem una altra divisió administrativa d'Osona, que és la que es refereix als quatre grans pactes territorials. Aquesta segmentació respon a la voluntat de millorar l'operativitat en el treball de determinades qüestions, com ara l'ocupació. En aquests organismes hi són representats els municipis, els sindicats, la patronal i la societat civil. Els pactes territorials d'Osona són els següents: Pacte del Lluçanès, Pacte d'Osona Centre, Pacte d'Osona Sud-Alt Congost i Pacte de la Vall del Ges, Orís i Bisaura.

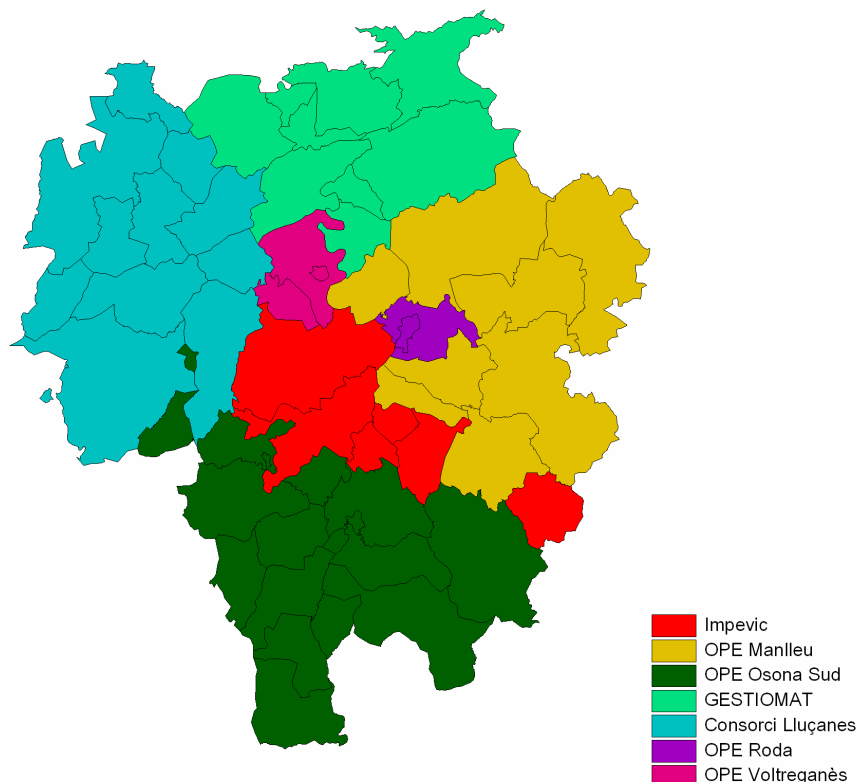
Finalment, en el darrer nivell trobem els municipis. Aquests són els autèntics protagonistes i agents actius de l'esfera pública pel que fa al foment de l'emprenedoria a Osona. Aquests organismes (que anomenem SMPE, Serveis Municipals de Promoció Econòmica) pertanyen, en alguns casos, a un sol ajuntament gran, que amplien els seus serveis a altres municipis del voltant, més petits. Altres organismes, en canvi, ja han estat creats des d'un inici com una agrupació de municipis d'una àrea determinada.

Així, doncs, els diferents consorcis d'agrupació de municipis de la comarca d'Osona que disposen de serveis de promoció econòmica i d'assessorament per a emprenedors són els següents:

<ul style="list-style-type: none">• IMPEVIC (Institut Municipal de Promoció Econòmica de Vic).
Àmbit d'actuació: Vic, Calldetenes i Gurb.
<ul style="list-style-type: none">• OPE (Oficina de Promoció Econòmica) de Manlleu
Àmbit d'actuació: Manlleu, Voltreganès i Cabrerès.
<ul style="list-style-type: none">• SERVEI DE PROMOCIÓ ECONÒMICA I OCUPACIÓ D'OSONA SUD-ALT CONGOST
Àmbit d'actuació: Centelles, Tona, Seva, Aiguafreda (Vallès Oriental), Balenyà, el Brull, Collsuspina, Malla, Muntanyola, Sant Martí de Centelles, Santa Eulàlia de Riuprimer, Taradell i Viladrau.
<ul style="list-style-type: none">• GESTIOMAT, SAM
Àmbit d'actuació: Torelló i Vall del Ges —Sant Pere de Torelló, Sant Vicenç de Torelló—, Montesquiu, Orís, Sant Quirze de Besora, Santa Maria de Besora, Sora i Vidrà.
<ul style="list-style-type: none">• CONSORCI DEL LLUÇANÈS
Àmbit d'actuació: Prats de Lluçanès, Alpens, Sant Boi de Lluçanès, Sobremunt, Perafita, Lluçà, Olost, Oristà, Sant Bartomeu del Grau, Sant Agustí del Lluçanès, Sant Martí d'Albars, Sant Feliu Sasserra (Bages), Santa Maria de Merlès (Berguedà).
<ul style="list-style-type: none">• SERVEI DE PROMOCIÓ ECONÒMICA AJUNTAMENT RODA DE TER.
Àmbit d'actuació: Roda de Ter, les Masies de Roda.
<ul style="list-style-type: none">• OPE VOLTREGANÈS
Àmbit d'actuació: les Masies de Voltregà, Sant Hipòlit de Voltregà, Santa Cecília de Voltregà.

Aquests organismes (excepte l'Oficina de Promoció Econòmica del Voltreganès i el Consorci del Lluçanès) formen part de la xarxa d'entitats col·laboradores del Servei de Creació d'Empreses del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya.

El mapa del repartiment territorial dels diversos SMPE d'Osona és el següent:



Tenint en compte els objectius del present estudi, hem elaborat el següent quadre que conté diversos indicadors referits a la població i a l'emprenedoria (tant autòctona com immigrada, total i per sexes), des del punt de vista dels SMPE d'Osona:

Osona: Població a la qual s'adrecen els SMPE					
	Població d'Osona		Població immigrada d'Osona		% Immigrants sobre total població
IMPEVIC	48.443	33,2%	9.089	49,1%	18,8%
Promoció Econòmica d'Osona Sud-Alt Congost	30.429	20,9%	1.880	10,0%	6,2%
OPE de Manlleu	25.407	17,4%	4.285	23,2%	16,9%
GESTIOMAT, SAM	21.220	14,6%	1.850	10,2%	8,7%
Promoció Econòmica del Lluçanès	7.371	5,1%	466	2,9%	6,3%
OPE del Voltreganès	6.643	4,6%	389	2,5%	5,9%
Promoció Econòmica de Roda de Ter	6.277	4,3%	545	2,1%	8,7%
Total	145.790	100,0%	18.504	100,0%	

Font: Institut Català d'Estadística. Padró Continu de població de 2006

Segons les xifres de població obtingudes del Padró Continu de 2006, l'SMPE que abasta major nombre d'habitants és IMPEVIC, amb un 33,2% de la població. En segon lloc, apareix el Servei de Promoció Econòmica d'Osona Sud-Alt Congost, amb un 20,9%. El tercer lloc l'ocupa l'OPE de Manlleu, que abasta un 17,4% de població osonenca i el quart lloc és per a GESTIOMAT, SAM que inclou el 14,6%. Entre els quatre primers SMPE ja es cobreix el 86% del total de població de la comarca.

Pel que fa a la població immigrada de la comarca, s'observa que quasi la meitat (49%) està empadronada en l'àmbit territorial que abasta l'IMPEVIC. Si, una vegada més, hi afegim la població immigrada que resideix en els territoris dels quatre primers SMPE del quadre, observarem que hi ha inclòs el 92,5% del total d'immigrants d'Osona.

Finalment, la darrera columna ens indica el percentatge d'immigrants, des del punt de vista de l'àmbit territorial dels diversos SMPE: en aquest sentit, veiem que els serveis municipals amb major densitat de població immigrada són l'IMPEVIC —novament—, amb un 18,8% d'immigrants per habitant, i l'OPE de Manlleu, amb un 16,9%.

Osona: Emprenedors autòctons i immigrants, per sexe i SMPE. Total.					
	Emprenedors autòctons	Emprenedors immigrants	Emprenedores autòctones	Emprenedores immigrades	Total
IMPEVIC	2.634	108	1.139	31	3.912
PE d'Osona Sud-Alt Congost	2.014	23	818	11	2.866
OPE de Manlleu	1.284	43	567	14	1.908
GESTIOMAT	1.219	21	564	10	1.814
Promoció Econòmica del Lluçanès	626	4	227	3	860
OPE del Voltreganès	401	7	169	2	579
Promoció Econ. de Roda de Ter	347	4	149	2	502
Total	8.525	210	3.633	73	12.441

Font: Elaboració pròpia a partir del Cens de població de 2001

Osona, Cens 2001: Emprenedors autòctons i immigrants, per sexe i SMPE. Percentatges.					
	Emprenedors autòctons	Emprenedors immigrants	Emprenedores autòctones	Emprenedores immigrades	Total
IMPEVIC	30,9%	51,4%	31,4%	42,5%	31,4%
PE d'Osona Sud-Alt Congost	23,6%	11,0%	22,5%	15,1%	23,0%
OPE de Manlleu	15,1%	20,5%	15,6%	19,2%	15,3%
GESTIOMAT	14,3%	10,0%	15,5%	13,7%	14,6%
Promoció Econòmica del Lluçanès	7,3%	1,9%	6,2%	4,1%	6,9%
OPE del Voltreganès	4,7%	3,3%	4,7%	2,7%	4,7%
Promoció Econ. de Roda de Ter	4,1%	1,9%	4,1%	2,7%	4,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Font: Elaboració pròpia a partir del Cens de població de 2001

A partir de les dades contingudes en aquests quadres, podem observar com es distribueixen els emprenedors autòctons i immigrants, per sexes, des del punt de vista del territori abastat pels diversos SMPE: en aquest sentit, s'observa el pes específic i diferenciat que té l'àmbit territorial de l'IMPEVIC en relació a la resta, per a cadascun dels quatre col·lectius exposats.

Un altre tret que val la pena de comentar és la major concentració d'emprenedoria ètnica en els quatre grans SMPE en relació a l'emprenedoria autòctona, que està més dispersa per la comarca. Així, podem comprovar com entre tots quatre, abasten el territori on s'ubica el 92% de l'emprenedoria immigrant, mentre que el percentatge d'emprenedoria autòctona és del 85%. La major concentració d'empresaris estrangers es troba —amb gran diferència respecte la resta— a l'àmbit territorial de l'IMPEVIC, però també cal subratllar que degut al percentatge de població immigrada resident a l'àmbit territorial de l'OPE de Manlleu, aquest és el segon SMPE per aquest indicador.

A més a més dels organismes descrits, trobem altres institucions privades, que també estan implicades en la promoció de l'emprenedoria a Osona:

- UNIVERSITAT DE VIC

Recerca: Grup de Recerca Emprèn (Facultat d'Empresa i Comunicació). Workshop sobre empenedoria i Concurs Idea-Crea.

Docència: S'imparteixen assignatures sobre creació d'empreses en diversos ensenyaments de la Facultat d'Empresa i Comunicació (assignatura de campus) i de l'Escola Politècnica Superior.

- CAMBRA DE COMERÇ. Delegació d'Osona

- FUNDACIÓ EDUARD SOLER¹⁶

Cal afegir que per a l'elaboració de la part qualitativa del present estudi, s'han mantingut entrevistes amb totes les institucions públiques i privades que acabem de descriure.

Finalment, hi ha dues assessories privades de la comarca d'Osona que també estan homologades pel Servei de Creació d'Empreses del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya per tal que operin com a tècnics en creació d'empreses o autoempresa:

- Buscallà-Besora, SL (Prats de Lluçanès)

- Rius & Comerma, Associats, SLL (Vic)

Aquestes dues empreses no han estat entrevistades per al present estudi ja que l'objectiu és el de conèixer quin és l'esforç i els resultats dels SMPE d'Osona en la promoció de l'empenedoria femenina.

Una vegada dibuixat el mapa públic i privat de la promoció i assessorament a empenedors a Osona, passem a centrar-nos en l'àmbit municipal ja que considerem que són les institucions que arriben a major nombre de futurs empenedors. A continuació passem a descriure de manera més detallada aquests organismes i, en els punts següents, analitzarem l'activitat que han tingut en els darrers anys, així com la visió que tenen sobre l'empenedoria femenina (autòcton i immigrant).

El qüestionari realitzat als SMPE d'Osona durant els mesos de maig i juny de 2007 es compon de 3 blocs: en el **primer bloc** s'ha demanat als tècnics d'empresa que hi treballen informació genèrica sobre l'SMPE: antiguitat de l'organisme, personal tècnic que hi treballa, àmbit territorial que abasta, serveis que es presten als nous empenedors, iniciatives dutes a terme per a la promoció de l'empenedoria als seus municipis, ajuts públics existents per a la creació de noves empreses, tipus de finançament de què disposen els nous negocis, limitacions que creuen tenir en el servei d'assessorament a empenedors i, finalment, índex de supervivència de les empreses creades.

16. Tot i que la Fundació Eduard Soler està ubicada a Ripoll i queda fora de l'àmbit territorial del present estudi, hem cregut oportú d'entrevistar-la a causa de l'important bagatge de què gaudeixen en assessorament i formació de nous empenedors. Amb tot, l'àmbit territorial d'actuació d'aquesta Fundació abasta tot Catalunya.

BLOC 1: DESCRIPCIÓ DELS SMPE

3.1.1 Antiguitat dels SMPE

La mitjana d'anys d'existència del servei específic d'assessorament a l'autoocupació o empenedoria dels diversos organismes entrevistats és de 7,8 anys.

Amb tot, caldria destacar que aquesta xifra respon a dues situacions ben diferenciades: d'una banda, els serveis de promoció econòmica dels municipis osonencs més poblats tenen tots més de 10 anys d'història: Torelló i Manlleu amb 14 anys i Vic, amb 11 anys.

La resta d'organismes han estat creats més recentment, i oscil·len entre els 3 i els 5 anys d'antiguitat. Aquest fet respon al procés d'ampliació de serveis per als ciutadans que, progressivament, han anat prestant els ajuntaments en els darrers anys.

3.1.2 Nombre de tècnics de què disposa el servei per a l'assessorament d'emprenedors

La mitjana de personal tècnic de què es disposa en els serveis d'assessorament a l'empenedoria se situa al voltant de 1,5 persones per cada organisme.

Novament, però, cal distingir entre els SMPE de majors dimensions (OPE Manlleu, 3 tècnics, IMPEVIC 2 tècnics, GESTIOMAT, 2 tècnics), i els més petits, que únicament disposen d'una persona. En algun d'aquests darrers casos, fins i tot succeeix que la persona encarregada de l'assessorament a nous empenedors també és responsable d'altres àrees, com ara les de turisme, comerç o polígons industrials.

3.1.3 Elaboració i publicació d'informes on es reculli l'activitat anual realitzada per l'SMPE

Tots els organismes elaboren informes anuals on recullen l'activitat realitzada en el camp de l'assessorament a nous empenedors. Aquests informes es presenten als ajuntaments als quals pertanyen. En alguns casos, també s'envien al Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya.

Excepte en alguns SMPE (com Osona Sud, Manlleu o Vic), es tracta d'informes que no es fan públics.

La majoria d'organismes, però, participen en la redacció d'articles esporàdics en publicacions locals on exposen les tasques que duen a terme amb l'objectiu de fer-ne difusió i promoure l'esperit empenedor dels ciutadans.

3.1.4 Nivell de comunicació i coordinació entre els diversos SMPE d'Osona

La comunicació que hi ha entre els tècnics dels diversos organismes de promoció de l'emprenedoria a Osona es mou en el terreny informal.

Es realitzen intercanvis d'assessorament i formació entre alguns organismes.

També caldria recordar l'existència dels 4 pactes territorials, on intervenen els diversos SMPE i on treballen conjuntament temes relacionats amb l'ocupació i l'autoempresa.

D'altra banda, s'ha posat en marxa el disseny del Pla d'Innovació d'Osona, que agrupa diverses institucions (Ajuntaments de la comarca, Consell Comarcal, CIDEM, Sindicats, Cambra de Comerç, Caixa de Manlleu i Universitat) i que pretén definir les línies estratègiques que cal seguir per tal de millorar la innovació empresarial a la comarca. A aquesta iniciativa hi són convocats els responsables dels SMPE.

3.1.5 Serveis prestats pels SMPE

Nivell de prestació de serveis dels SMPE d'Osona	
Informació (tràmits de creació d'empresa, etc.)	100%
Assessorament	100%
Formació	57%
Seguiment (Acompanyament)	85%
Viver d'empreses	43%
Finançament ¹⁷	85%

Font: Elaboració pròpia

Segons les respostes obtingudes, tots els organismes entrevistats informen els emprenedors que requereixen els seus serveis sobre el procés de creació de la nova empresa, així com els assessoren en l'elaboració del pla d'empresa necessari per al nou projecte.

Els SMPE que representen els municipis més poblats de la comarca (IMPEVIC i OPE de Manlleu) duen a terme iniciatives de formació per als nous emprenedors de manera estable (mòduls formatius). Altres organismes ho fan de manera més puntual o esporàdica: SMPE d'Osona Sud-Alt Congost (curs de màrqueting per a emprenedors), Promoció econòmica del Lluçanès (curs de gestió estratègica per a emprenedors) o GESTIOMAT. En general, aquests darrers SMPE comenten que els manca massa crítica per poder organitzar cursos de formació amb una certa regularitat.

Pel que fa als vivers d'empreses per als emprenedors assessorats, cal dir que els SMPE que en disposen representen el 43% del total, i són IMPEVIC, OPE de Manlleu i Consorci de Promoció Econòmica del Lluçanès (Ajuntament de Sant

17. Assessorament per a la tramitació i sol·licitud d'informació sobre crèdits per als nous emprenedors dels bancs i caixes que, prèvia signatura de convenis amb l'administració pública, ofereixen préstecs en condicions especials per a la creació de noves empreses, i de societats de capital risc que participen en el capital d'aquestes.

Bartomeu del Grau). En tots els casos, els vivers consisteixen en despatxos i s'adrezen a empreses de serveis, és a dir, no es fa política industrial. Afegirem, finalment, que GESTIOMAT de Torelló està acabant la construcció del propi viver d'empreses que s'inaugurarà a final de 2007 o a principi de 2008.

També destaca l'elevat grau de seguiment dels nous projectes empresarials que fan els SMPE d'Osona, tot i que, en el millor dels casos, es tracta d'un acompanyament que consisteix en una visita durant el primer any de vida de l'empresa i contactes telefònics de periodicitat anual o semestral (i sempre que la persona emprenedora ho hagi sol·licitat). El seguiment també es realitza quan els emprenedors reprenen el contacte en sol·licitar ajut per a gestions amb l'Administració pública. En aquest aspecte, algun tècnic ens ha comentat que moltes vegades es veuen obligats a posar límits al seguiment dels nous negocis a causa, d'una banda, de la manca de recursos i, de l'altra, de la correcta dimensió del paper dels SMPE com a tutors dels nous emprenedors.

Per acabar, un 85% dels SMPE ofereixen als usuaris la possibilitat de rebre informació i col·laboració en la tramitació de fonts de finançament amb entitats bancàries. En aquest sentit, caldria comentar el significatiu nombre de convenis entre les OPE i algunes entitats financeres per tal de facilitar microcrèdits a dones (entre altres col·lectius) que desitgen emprendre, sempre que siguin majors de 45 anys i amb una xifra màxima de crèdit de 24.000 € (excepcionalment, es pot arribar als 30.000 €). Així i tot, i com veurem més endavant, l'èxit de demanda d'aquesta possibilitat per aconseguir el finançament del negoci és escàs.

3.1.6 Iniciatives endegades dels SMPE per promocionar l'emprenedoria o autoocupació

Els tècnics entrevistats coincideixen a remarcar que el fet que existeixi el servei d'assessorament a nous emprenedors ja constitueix, en si mateix, una iniciativa de promoció de l'autoempresa als municipis respectius. Aquest fet, és clar, ha d'anar acompanyat d'una correcta campanya informativa cap als ciutadans.

És a dir, més que campanyes de promoció de l'emprenedoria, la majoria d'iniciatives s'emmarquen dins del que és la promoció estricta del servei d'assessorament a nous emprenedors: quasi tots els organismes disposen de díptics informatius (SMPE d'Osona Sud o del Voltreganès, per posar dos casos) així com altres publicacions específiques on fan publicitat del servei o bé on s'assessora els emprenedors en temes específics d'interès (Vic Emprèn).

Es destaca la web dels SMPE com una altra font de difusió del servei, així com la redacció d'articles en premsa local (*Revistona* de Tona) o institucional (*Impe_empresa* de l'IMPEVIC) que exposen casos concrets d'emprenedors del municipi que han estat assessorats pels SMPE .

Una de les iniciatives més rellevants a Osona és el concurs per a emprenedors que es du a terme des de l'Oficina de Promoció Econòmica de Manlleu, l'*InnovaCat*, adreçat no solament a nous emprenedors sinó també a empreses consolidades que incorporen l'esperit emprenedor i d'innovació als seus processos i amb unes dotacions econòmiques substancials per a cadascuna de les diferents categories en les quals es pot concursar.

També des de l'OPE de Manlleu es participa en el programa *Seminaris per Emprendre*, del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya, consistent en la participació en xerrades de sensibilització sobre l'autoocupació i

l'emprenedoria a nivell empresarial; la iniciativa va adreçada a estudiants de formació professional, batxillerat o escoles agràries.

D'altra banda, des del Consorci de Promoció Econòmica del Lluçanès es subratlla la conscienciació dels diversos municipis del pacte territorial a l'hora de dur a terme les polítiques de sòl industrial, pensant sempre en petites i mitjanes empreses.

A GESTIOMAT s'ha elaborat una presentació digital dels serveis prestats per l'organisme (incloent-hi el viver d'empreses que s'inaugurarà properament) de cara a fer-ne difusió entre els agents econòmics que tenen contacte amb emprenedors, com ara entitats financeres o gestories i assessories. La iniciativa respon a la voluntat d'aquest organisme de crear xarxes de col·laboració amb totes les entitats, públiques i privades, que tenen contacte amb els nous emprenedors, per tal de coordinar esforços i millorar el servei final.

Finalment, i també des de GESTIOMAT, s'ha elaborat un CD que es subministra als usuaris del servei que volen posar en marxa una empresa, on troben diverses plantilles que ajuden aquestes persones a elaborar per si mateixes el pla d'empresa.

3.1.7 Ajuts i subvencions existents per a les empreses de nova creació

Començarem la descripció d'aquest apartat referint-nos als **PRÈSTECES** per a les empreses de nova creació, diferenciant:

- **Préstecs *tous amb aval***, els quals tenen un tipus d'interès més baix que un préstec personal. Es diferencien diferents línies de finançament:
 - Autoempresa: És un préstec promogut per la Generalitat de Catalunya a través del Departament de Treball amb un conveni amb totes les entitats financeres. Un dels requisits és l'elaboració d'un Pla d'empresa, el qual ha d'estar certificat per una entitat acreditada per la Generalitat de Catalunya, com són els SMPE
 - Instituto de Crédito Oficial (ICO) Emprenedors
 - Institut Català de Finances, dins el qual diferenciem:
 - Una línia general
 - Una línia de l'Institut Català de Finances Crèdit
- **Préstecs sense aval**. Són els microcrèdits, els quals engloben préstecs sense cap tipus d'aval, fins a 15.000 €. Diferenciem:
 - ICO
 - Microcrèdits de Caixa de Pensions
 - Fundació *Un sol món* de Caixa Catalunya

En aquest cas també és requisit imprescindible l'elaboració d'un Pla d'Empresa i l'obtenció del certificat de l'entitat acreditada. Finalment, són aquestes entitats financeres les que valoren si els qui ho sol·liciten són persones que poden aconseguir aquests microcrèdits. Aquests tipus de préstecs estan pensats per a uns col·lectius molt específics, com són les dones, famílies monoparentals,

immigrants, persones a l'atur de llarga durada... col·lectius que tenen més dificultats per acollir-se a algun altre tipus de línia de finançament.

Cal destacar que no hi ha **AJUTS A FONS PERDUT** amb caràcter universal per crear una empresa, i alguns dels tècnics entrevistats s'han lamentat d'aquest fet perquè consideren que la seva existència promouria l'emprenedoria de manera considerable.

Un altre sistema d'ajuts consisteix en la **CAPITALITZACIÓ DE L'ATUR** per tal que les persones que reben el subsidi puguin construir el propi negoci. Depenent de la forma jurídica que es constitueixi, aquest ajut funciona de maneres diferents. Els requisits imprescindibles per accedir a aquests tipus d'ajuts són:

- Han de quedar com a mínim 3 mesos d'atur pendants de cobrar.
- No s'ha d'haver capitalitzat l'atur en els últims 4 anys.

Si la persona emprenedora es constitueix com a autònom, empresari individual o Societat Civil Privada (SCP), pot obtenir com a màxim el 40% de l'atur de cop, sempre i quan vagi tot destinat a inversions en immobilitzat fix, i el 60% restant és l'abonament mensual dels autònoms. Això en línies bàsiques, ja que si suposem la constitució d'una Societat Limitada, la legislació és més complexa, més específica, i el percentatge de capitalització serà diferent.

També hi ha **AJUTS PER A LA PROMOCIÓ DE L'OCUPACIÓ AUTÒNOMA**, destinats a persones que es constitueixen com a autònoms o com a SCP; caldria destacar que l'ajut va destinat a la persona física, no a la societat. Aquests ajuts els atorga la Generalitat de Catalunya, i la capitalització de l'atur la tramiten les oficines de l'INEM, ara traspassades i que reben la denominació d'Oficines de Treball de la Generalitat (OTG).

- **Subvencions financeres.** Subvencionen una part dels interessos del préstec. El màxim són 5.108,60 €. La quantitat de diners que s'atorga serveix per amortitzar una part del capital del préstec.
- **Subvencions a fons perdut.** Són diners sense retorn. El màxim que es pot obtenir són 3.005,05 €. Hi ha dues tipologies:
 - o *Per a persones menors de 25 anys.*
 - o *Per a persones majors de 25 anys que hagin estat 1 any seguit a l'atur, inscrits a alguna OTG. Aquest requisit va aparèixer fa uns 3 anys amb l'objectiu de potenciar l'emprenedoria entre la joventut.*
- **Assistència tècnica.** Aquest és un ajut poc sol·licitat: es demana quan es necessita realitzar un projecte tècnic o bé quan cal assistència tècnica per encaminar el negoci. Consisteix en un assessorament econòmic o bé tecnològic per tal d'aconseguir la viabilitat de l'empresa.

Els requisits per accedir a tots aquests tipus d'ajuts són:

- o Haver estat aturat i inscrit a l'INEM abans de donar-se d'alta al règim d'autònom.
- o Que la persona emprenedora tingui demanat un préstec personal o hipotecari.
- o Haver capitalitzat l'atur.

Existeix també una **BONIFICACIÓ D'AUTÒNOMS**, per a:

- Dones menors de 35 anys
- Homes menors de 30 anys

Aquestes persones tenen una bonificació aproximadament d'un 25% de la base de cotització durant els 2 primers anys d'existència de l'activitat.

AJUTS A LA CONTRACTACIÓ INDEFINIDA: programa I+O (INICIATIVES D'OCUPACIÓ). Aquests són ajuts a determinats projectes, no a tots: iniciatives que generin ocupació, que es dediquin a activitats innovadores o que siguin activitats poc cobertes en el territori i que tinguin el suport d'una entitat. Dins els ajuts de I+O s'inclouen 5 programes diferenciats:

- **Contractació de personal indefinit.** Són ajuts a la contractació indefinida per a empreses de nova creació, amb l'objectiu de potenciar la contractació indefinida. El requisit per aconseguir aquest ajut consisteix a formalitzar un contracte indefinit. Aquest ajut és de 4.808,10 € per a cada contracte indefinit que es faci, quantitat que va destinada a la bonificació de la Seguretat Social que té tot empresari per contractar el treballador. Normalment aquest ajut es bonifica a l'empresa. Aquesta quantitat serà la meitat quan el contracte sigui a mitja jornada. Si es contracta un autònom, el lloc de treball no està subvencionat.
- **En cas de cooperativa o societat laboral, aquest ajut també és possible amb la incorporació dels propis socis.**
- **Subvenció financera.** Se subvenciona una part del tipus d'interès.
- **Contractació de personal d'alta qualificació** (gerent, director comercial).
- **Suport pel que fa a estudis, auditors, gestors.**

Depenent del tipus d'activitat que es realitzi, els ajuts de I+O es poden incrementar un 10% (activitats com ara els serveis d'atenció a les persones, noves tecnologies, medi ambient, gestió del patrimoni cultural, etc., és a dir, activitats més costoses de potenciar).

Un dels requisits per poder accedir a aquests ajuts és que la Generalitat de Catalunya qualifiqui el projecte empresarial com a I+O.

Un altre ajut és el conegut «**EMPRENDER EN FEMENINO**», de l'Institut de la Mujer, per a dones emprenedores que engeguen negocis dedicats a activitats econòmiques que tradicionalment han estat masculines, com ara activitats d'indústria, construcció, noves tecnologies..., i també són ajuts per a activitats que constitueixen nous pilars d'ocupació com les ja anomenades noves tecnologies, el medi ambient i l'atenció a les persones.

S'ajuda en les despeses que s'hagin pogut tenir durant l'any, sempre i quan superin un mínim de 6.000 €. Aquest ajut englobaria despeses de constitució, gestoria, notaria, lloguers, despeses de contractació dels treballadors, entre d'altres. L'ajut que es proporciona és un determinat percentatge del total d'aquestes despeses.

Finalment cal exposar els **AJUTS A COOPERATIVES**, proporcionats pel Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya. Són ajuts a diverses línies, entre les quals destaquem:

- La incorporació de socis
- Les inversions
- El suport gerencial que aquestes societats reben, com seria el d'una gestoria (assessorament)

Tots els ajuts i subvencions que acabem de descriure són els més generalistes. En cas de crear activitats més específiques relacionades, per exemple, amb el medi ambient, l'atenció a les persones, etc., existeixen altres tipus d'ajuts més específics.

En qualsevol cas, i per acabar aquest apartat, des de tots els SMPE se'ns ha respost el mateix: no existeixen ajuts específics per a negocis creats per immigrants. Tothom que reuneixi les condicions necessàries (disposar d'un permís de treball per compte propi) té dret a rebre els mateixos ajuts.

3.1.8 Fonts de finançament de què disposen els usuaris dels SMPE per endegar el seu negoci

Tipus de finançament dels nous negocis	
Propi	20,0%
Familiar	8,5%
Subvenció pública	7,9%
Crèdit d'entitat financera	52,9%
Capitalització de l'atur	10,0%
Capital risc o <i>Business angels</i>	0,0%
Microcrèdits	0,7%
Total	100,0%

Font: Elaboració pròpia

Segons les respostes obtingudes dels SMPE pel que fa a les fonts de finançament dels emprenedors amb qui tracten, podem concloure el següent.

- La principal font de finançament (52,9%) prové de l'endeutament amb alguna entitat financera, ja sigui en condicions prestatàries de mercat o bé amb els anomenats «préstecs tous» avalats per institucions públiques. En aquest sentit, els tècnics d'empresa comenten que aquesta via és la que s'utilitza quan, per engegar el nou negoci, cal un local comercial o taller per al qual cal pagar un traspàs i realitzar-hi obres de condicionament. Tanmateix pot succeir que, en alguns casos, els emprenedors iniciïn l'activitat en un local de la seva propietat, amb la qual cosa l'endeutament necessari no serà tan elevat.
- En el cas que aquesta inversió no sigui necessària, les persones emprenedores recorren al capital propi o familiar (28,5%), o bé a la possibilitat de capitalitzar l'atur (10%).
- L'accés a ajuts o subvencions com a via per finançar els nous negocis s'ha quantificat en un 7,9% del capital necessari.

- Cap dels emprenedors no recorre a alguna societat de capital risc (SCR) per aconseguir el finançament necessari. Aquest fet s'explica perquè els usuaris dels SMPE creen petites empreses o empreses individuals, que mai no són de base tecnològica.
- Finalment, val la pena de comentar la poca repercussió que tenen, fins al moment, els microcrèdits com a eina per finançar noves empreses. És una via més difícil de aconseguir que la de qualsevol altre crèdit, ja que requereix un pla d'empresa més profund o extens i, a més, la seva tramitació té una major durada.

3.1.9 Opinió sobre les limitacions dels SMPE a l'hora de prestar els serveis

La major part de personal tècnic d'empreses entrevistat coincideix a fer palesa la que consideren manca de recursos humans dels seus organismes per tal de millorar, específicament, el vessant de l'acompanyament o seguiment dels nous emprenedors durant el primer o primers anys de vida del negoci. És durant aquest període que els nous emprenedors es troben amb dificultats que no havien previst i per a les quals, en moltes ocasions, no estan formats. Els SMPE voldrien poder ser presents en aquests moments crítics de l'arrencada de l'empresa, però es troben ocupats en la prestació de la resta de serveis que ofereixen.

Altres limitacions que es posen en relleu són:

- La no-existència d'un viver d'empreses en alguns SMPE.
- La manca d'especialistes en els sectors més escollits pels usuaris a l'hora d'emprendre, de cara a millorar la formació (hi ha poca massa crítica per dur a terme la formació de manera estable). Es constata que, cada vegada més, l'assessorament ha de ser multidisciplinari.
- La manca d'ajuts públics a fons perdut per a la creació de nous negocis.

Pel que fa a possibles millores dels serveis, alguns tècnics han manifestat la necessitat de sensibilitzar els futurs emprenedors en la creació d'altres tipus de negocis que es caracteritzin per un augment de la innovació dels projectes. També subratllen la necessitat de millorar la conscienciació dels usuaris sobre la necessitat i la importància de l'elaboració del Pla d'empresa com a etapa fonamental en la creació del negoci, la qual cosa és força difícil.

3.1.10 Índex de supervivència de les empreses que han passat pels SMPE

Índex de supervivència de les empreses usuàries dels SMPE			
Molt Alt	Alt	Baix	Molt Baix
20%	80%	--	--

Font: Elaboració pròpia

En general la resposta és altament satisfactòria, ja que el 80% dels SMPE entrevistats afirmen que l'índex de supervivència és alt, i el 20% restant, molt alt.

3.1.11 Iniciatives empresarials aparegudes gràcies a la grossa de loteria de Nadal de 2005

Sobre aquest esdeveniment els SMPE no disposen d'informació. En cas que algun emprenedor o emprenedora hagi disposat del capital inicial per endegar el negoci gràcies al premi nadalenc, no ho han comentat al personal tècnic d'empreses que els assessora.

3.2 Visió dels serveis municipals de promoció econòmica d'Osona de l'emprenedoria femenina, autòctona i immigrada

En el **segon bloc** del qüestionari ens centrem en l'emprenedoria femenina, així com en el perfil de les emprenedores que han estat usuàries dels SMPE. En general, es demana als tècnics d'empresa entrevistats que, en comparació amb els homes, opinin sobre diversos aspectes.

Finalment, en el **tercer bloc** demanem informació sobre les emprenedores immigrants que han estat usuàries dels SMPE i es demana que, en comparació amb les dones autòctones, opinin sobre les mateixes qüestions que hem demanat en el segon bloc, afegint-n'hi algunes altres, pròpies del col·lectiu analitzat.

BLOC 2: PERFIL DE LES EMPRENEDORES USUÀRIES DELS SMPE

3.2.1 Ajuts públics específics per a empreses creades per dones

«Emprender en femení» (ja comentat anteriorment, punt 3.1.7).

Desgravació de la quota si l'emprenedora es dona d'alta com a autònoma i és menor de 35 anys.

3.2.2 Iniciatives dels SMPE adreçades a promoure l'emprenedoria femenina

En general, podem dir que cap dels SMPE entrevistats no ha endegat una campanya específica per promoure l'emprenedoria femenina. El foment de l'emprenedoria es realitza per a tota la població, sense fer distinció per gènere.

Amb tot, caldria esmentar la iniciativa que va dur a terme GESTIOMAT fa pocs anys durant tres edicions consecutives, arran de la crisi del sector tèxtil, on treballaven fonamentalment dones amb baixa qualificació professional, sense carnet de conduir i que s'havien quedat aturades amb més de 45-50 anys: s'hi varen organitzar cursos d'assessorament específicament adreçats a aquestes dones amb l'objectiu de motivar-les a engegar algun tipus d'empresa. Com a resultat, es van crear dos negocis.

De manera similar es va actuar en alguns municipis del Lluçanès (Sant Bartomeu del Grau o Prats de Lluçanès), on també el tancament d'indústries del sector tèxtil va incidir especialment en el col·lectiu femení.

Tanmateix, molts dels SMPE tenen signat convenis amb entitats financeres per a la tramitació de microcrèdits, adreçats en bona part, a dones.

La resta d'accions dutes a terme pels SMPE, i que tenen com a públic objectiu les dones, se situen dins de l'àmbit de programes proposats i subvencionats per altres institucions:

- Fons Social Europeu i Diputació de Barcelona han impulsat programes com l'ILO-SER o l'EQUAL: El programa ILO-SER (Iniciativa Local d'Ocupació en Serveis a les persones) consisteix a proporcionar ajuts específics i formació

per a dones que volen ocupar-se o autoocupar-se en serveis d'assistència domiciliària (SAD). D'altra banda, el programa EQUAL anava adreçat a immigrants i dones de més de 45 anys i posava l'accent en l'orientació professional, la projecció d'itineraris formatius i també el desenvolupament de les capacitats de cada persona.

- Programa d'igualtat d'oportunitats, mitjançant el Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya (programa que es refereix més a qüestions d'inserció laboral que no d'emprenedoria).

3.2.3 Opinió sobre la necessitat de polítiques específiques per a promoure l'emprenedoria femenina

El 57% dels SMPE entrevistats consideren que no és estrictament necessari dur a terme polítiques específiques per promoure l'emprenedoria femenina, ja que segons la seva opinió no hi ha diferències entre homes i dones que volen emprendre.

Creuen que calen iniciatives adreçades a la població en general, i als joves en particular, col·lectiu per al qual les diferències per gènere han minvat molt respecte de les generacions anteriors, tant pel que fa a la formació com a la càrrega sociocultural.

En contraposició a aquesta opinió, la resta de SMPE consideren que sí que serien necessàries polítiques específiques adreçades a dones, i ho justifiquen pel diferent perfil psicològic entre els emprenedors dels dos sexes (per a aquests tècnics d'empresa, la dona té menor confiança i seguretat en ella mateixa que l'home, tot i que té altres habilitats com la capacitat d'organització i planificació o l'adaptació de les sinergies que l'envolten per aplicar-les a un nou negoci). Altres aspectes que destaquen com a diferenciadors en l'emprenedoria per gènere serien la tradició cultural, l'educació, els frens familiars o les obligacions que assumeixen en tasques domèstiques.

Hi ha municipis amb una elevada taxa d'atur femení on són conscients que la inserció laboral de les dones és més complexa que la dels homes (crisi del sector tèxtil, abans comentada). Per aquesta raó creuen que serien útils polítiques específiques d'autoocupació adreçades al col·lectiu femení, com a via per apaivagar la xifra de desocupades o aturades.

3.2.4 Perfil de les usuàries dels SMPE en comparació als usuaris

Per a aquest punt hem demanat als diversos tècnics entrevistats que valorin de l'1 al 10 les següents afirmacions referides a les dones que emprenen, en comparació amb els homes:

(1 = Totalment en desacord; 10 = Totalment d'acord)

	\bar{x} Dones
Disposen d'un bon coneixement de l'activitat econòmica en la qual volen emprendre	5,7
Disposen d'un bon nivell de formació en gestió empresarial	3,6
Tenen majors dificultats que els homes per accedir al finançament del negoci	5,3
Tenen majors dificultats que els homes per llogar un local de negoci	3,8
Els seus projectes de negoci gaudeixen d'un elevat grau d'innovació	3,7
La consideració de la seva iniciativa emprenedora en el seu entorn social/cultural és positiva	5,0
L'entorn familiar els motiva a emprendre	5,6
Es tracta d'un empenedoria més de necessitat que d'oportunitat	5,7
Els preocupa la conciliació laboral i familiar	6,8

Font: Elaboració pròpia

Les qüestions que reben com a qualificació un xifra al voltant del 5 cal interpretar-les en el sentit que, segons l'opinió del personal tècnic d'empreses dels SMPE, no hi ha diferències significatives entre emprenedores i emprenedors. Així, doncs, segons les mitjanes de les respostes calculades, dones i homes tindrien dificultats similars a l'hora d'accedir al finançament necessari per endegar el seu negoci (5,3). Tanmateix, es considera que la valoració social de l'emprenedoria és positiva, sigui quin sigui el sexe del qui emprèn (5).

Les dones emprenedores destaquen respecte dels homes en aspectes com ara: estan preocupades per la conciliació laboral i familiar (6,8), es tracta d'un empenedoria més de necessitat que d'oportunitat (5,7), coneixen bé l'activitat econòmica en la qual emprenen (5,7) o l'entorn familiar els motiva a emprendre (5,6).

Es consideren falses les afirmacions que les dones emprenedores tinguin majors dificultats que els homes a l'hora de llogar un local de negoci (3,8), que els projectes endegats per dones són menys innovadors (3,7) i que la formació de les emprenedores en gestió empresarial és bona (3,6).

Totes aquestes opinions les contrastarem en el capítol 4 de l'estudi, on analitzarem les respostes de les mateixes emprenedores.

3.2.5 Diferències per sexes pel que fa a la font de finançament emprada per al projecte de negoci

Tipus de finançament	Dones	Homes
Propi	22%	18%
Familiar	12%	5%
Subvenció pública	5%	11%
Crèdit d'entitat financera	55%	50%
Capitalització de l'atur	5%	16%
Capital risc o <i>Business angels</i>	0%	0%
Microcrèdits	1%	0%
	100 %	100 %

Font: Elaboració pròpia

Abans de comentar aquesta taula, caldria tenir en compte que els entrevistats han respost aquesta pregunta segons la seva impressió general, sense consultar la informació de què disposen en l'històric de visites de l'organisme; com a conclusió de les respostes rebudes, podem afirmar que els homes diversifiquen

una mica més les fonts de finançament que les dones emprenedores, les quals se centren bàsicament en el capital propi o familiar i en el recurs de la sol·licitud d'un crèdit en una entitat financera. Els homes, en canvi, participen en major mesura de l'opció de la capitalització de l'atur (força dones engeguen un negoci sense haver entrat a formar part abans del mercat de treball) i en la tramitació d'ajuts públics.

Algun tècnic d'empresa comenta que a l'hora d'endeutar-se, i a grans trets, els avals de què disposen els homes responen a capital propi (immobles), mentre que els avals que presenten les dones provenen de la parella o la família.

Tal com hem vist en el punt 3.1.8, on analitzàvem les fonts de finançament sense distingir per sexes, continua succeint que:

- Encara és insignificant l'ús que es fa de l'opció del microcrèdit. Com que es tracta d'un crèdit d'import baix, però que no requereix aval; es demana una extensa documentació que moltes vegades dissuadeix l'emprenedor de sol·licitar-lo.
- Com era d'esperar, cap dels emprenedors que cerquen assessorament als SMPE no ha estat finançat per una empresa de capital risc, a causa de les seves reduïdes dimensions.

3.2.6 Casos d'usuàries dels SMPE que hagin optat per sectors d'activitat típicament masculins

En general, els tècnics entrevistats responen que el percentatge de dones que emprenen en sectors típicament masculins és pràcticament nul. Hi ha, però, alguna excepció: fisioterapeutes, enginyeres de control de processos, grangeres, llauneres, algun intent de muntar una hípica, serveis informàtics o assessorament mediambiental.

BLOC 3: PERFIL DE LES EMPRENEDORES IMMIGRANTS USUÀRIES DELS SMPE

El primer comentari que ens han transmès els tècnics d'empresa entrevistats és l'evidència del poc ús que fa aquest col·lectiu —dones immigrades que volen emprendre un negoci— dels SMPE. Així, doncs, les respostes que hem obtingut en el bloc 3 es refereixen a les poques persones que hi han assistit per assessorar-se.

3.2.7 Perfil de les usuàries immigrants dels SMPE en comparació a les autòctones

Per al present punt hem demanat als diversos tècnics entrevistats que valorin de l'1 al 10 les següents afirmacions referides a les emprenedores immigrades, en comparació amb les autòctones:

(1 = Totalment en desacord; 10 = Totalment d'acord)

	\bar{x} Dones immigrants
Disposen d'un bon coneixement de l'activitat econòmica en la qual volen emprendre	3,8
Disposen d'un bon nivell de formació en gestió empresarial	2,7
Tenen majors dificultats que les emprenedores autòctones per accedir al finançament del negoci	4,3
Tenen de majors dificultats per llogar un local de negoci	4,1
Els seus projectes de negoci gaudeixen d'un elevat grau d'innovació	2,6
Es tracta d'un empenedoria més de necessitat que d'oportunitat	5,3
La consideració de la seva iniciativa empenedora en el seu entorn social/cultural és positiva	3,1
L'entorn familiar les motiva a emprendre	3,4
Els preocupa la conciliació laboral i familiar	4,4
Tenen dificultat per assimilar la legislació laboral, mercantil, fiscal	3,6
Tenen un bon domini del català	2,4
Majoritàriament, tenen menys de 35 anys	4,4
Majoritàriament, tenen més fills que les emprenedores autòctones	4,4

Font: Elaboració pròpia

Com es pot comprovar pels resultats de les mitjanes calculades en base a les respostes, els tècnics, en general, estan més aviat en desacord amb les afirmacions expressades quan se'ls demana que comparin les emprenedores immigrants amb les autòctones.

Les afirmacions amb les quals els tècnics d'empresa estan menys d'acord (qualificacions més baixes) són les referides al bon domini del català de les emprenedores immigrants, l'elevat grau d'innovació que presenten els seus negocis i el bon nivell de formació en gestió empresarial.

Tanmateix, consideren que les immigrades coneixen menys l'activitat en la qual emprenen que les autòctones i que el reconeixement social i la motivació familiar és menys positiva. D'altra banda, no estan gaire d'acord amb l'afirmació que tinguin dificultats per assimilar la legislació espanyola en temes laborals, mercantils i fiscals, per més que algun tècnic ens ha comentat que algunes immigrants provenen de països on existeix menys normativa en general, i aquest diferencial les desmotiva.

Segons l'opinió dels tècnics entrevistats, els aspectes en els quals immigrants i autòctones estarien en igualtat de condicions són: dificultats a l'hora d'aconseguir finançament o local de negoci, es tracta d'un empenedoria de necessitat en els dos col·lectius analitzats, estan preocupades totes en la conciliació familiar i laboral i tenen similar edat i nombre de fills.

Totes aquestes opinions, les contrastarem en el capítol 5 de l'estudi, on analitzarem les respostes de les mateixes emprenedores estrangeres.

3.2.8 Altres dificultats afegides per a les dones immigrants respecte de les autòctones a l'hora d'engegar el seu negoci

En aquest punt algunes persones han comentat altres dificultats no esmentades en la pregunta anterior com són: la dificultat que tenen les emprenedores immigrants per aconseguir facilitats de pagament amb proveïdors, el fet que disposen de pocs recursos econòmics, i tenen moltes càrregues familiars i poc suport de l'entorn.

Com a punt fort, es destaca que la dona immigrant (i l'home) té menys por a l'hora d'emprendre. L'empresària immigrant és més llançada que l'autòctona.

3.2.9 Tipus de producte i tipus de mercat de les emprenedores immigrants

Aquesta pregunta ha estat feta amb la intenció de valorar les impressions dels tècnics dels SMPE sobre les empresàries ètniques d'Osona, en base a les quals hem elaborat el quadre dissenyat per Ambrosini i Schellenbaum (1994), on ens proposen una tipologia de quatre possibles formes d'autoocupació immigrada segons el tipus de producte que ofereixen (ètnic o no ètnic¹⁸) i el tipus de mercat al qual s'adrecen (ètnic o no ètnic¹⁹):

Tipologia de l'autoocupació immigrada		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	Negocis Ètnics	Negocis Exòtics
	No ètnic	Intermediaris de serveis	Negocis oberts

Font: Ambrosini i Schellenbaum (1994)

Segons la visió dels tècnics entrevistats als SMPE d'Osona, les emprenedores estrangeres presenten les següents distribucions tant en producte, com en el mercat al qual s'adrecen:

Visió dels SMPE de les emprenedores immigrades d'Osona		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	15,7%	33,3%
	No ètnic	16,3%	34,7%

Font: Elaboració pròpia

Caldria comentar, abans que res, que les xifres no inclouen les immigrants de la resta de la Unió Europea, ja que la classificació entre ètnic i no ètnic no té cap sentit per a aquest col·lectiu.

Segons la distribució que acabem d'exposar, els tècnics opinen que les emprenedores immigrants d'Osona dediquen la seva activitat econòmica en un 51% a comercialitzar un producte no ètnic, mentre que el 49% restant, la dediquen a un producte o servei ètnic. Així doncs, la paritat és quasi total.

18. Quan ens referim a productes ètnics, parlem de negocis com ara restaurants xinesos o sud-americans, locutoris, pastisseries islàmiques, perruqueries africanes, escoles d'idiomes, etc.

19. Un negoci que s'adreça al mercat ètnic és aquell que compta amb una clientela immigrada.

Pel que fa al mercat al qual s'adrecen, els tècnics opinen que les proporcions són més extremes, de manera que el 68% de les emprenedores s'adrecen al mercat no ètnic (és a dir, a tota la població, tant autòctona com immigrada), mentre que el 32% restant comptaria amb un mercat ètnic (és a dir, amb una clientela composta de persones que han immigrat a Osona). Aquestes proporcions indicarien que les emprenedores tenen visió per al negoci, en el sentit que entenen que s'han d'adreçar al màxim públic possible.

En creuar les dues perspectives, veiem que el major percentatge se situa en la casella del producte i mercat no ètnic: el 34,7% es pot qualificar de negocis oberts. Alhora, succeeix el fenomen contrari: el menor percentatge d'emprenedores immigrants (15,7%) es dedica a productes i mercats ètnics.

Per als tècnics, el 33,3% de les empreses engegades per estrangeres rebria la qualificació de negocis exòtics: ofereixen un producte ètnic i s'adrecen a un mercat no ètnic; finalment, el 16,3% dels casos consistiria en intermediaris de serveis, ja que ofereixen un producte no ètnic, però s'adrecen a un mercat ètnic.

Quan hem demanat als tècnics la mateixa opinió sobre la distribució en producte i mercat, però tenint en compte el continent del qual procedeixen aquestes dones, obtenim els següents resultats:

Amèrica del Sud		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	6,3%	18,8%
	No ètnic	18,8%	56,3%

Font: Elaboració pròpia

Les emprenedores sud-americanes es dediquen en un 56% a negocis oberts.

Amèrica del Nord i Central		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	2,9%	14,1%
	No ètnic	14,1%	68,9%

Font: Elaboració pròpia

Per comparació amb el quadre referit a les dones sud-americanes, constatem que les que provenen d'Amèrica del Nord i Central encara tenen major presència (69%) en negocis oberts. Fixem-nos que només un 3% es dedica a l'espai contrari, és a dir, al dels productes i mercats ètnics.

Magribines		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	32,5%	24,5%
	No ètnic	24,5%	18,5%

Font: Elaboració pròpia

Les dones magribines presenten una distribució molt més uniforme en les 4 possibilitats que hi ha. De fet, allà on tenen major presència les emprenedores del nord d'Àfrica és en els que hem qualificat de negocis ètnics (aquells que comercialitzen productes ètnics i que s'adrecen a població immigrada) amb un 32,5%.

Resta d'Àfrica		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	37,5%	62,5%
	No ètnic	0,0%	0,0%

Font: Elaboració pròpia

Segons la visió dels tècnics entrevistats, les emprenedores de la resta d'Àfrica només es dediquen a comercialitzar productes ètnics, i s'adrecen més al mercat no ètnic (2/3 parts), que a l'ètnic (1/3 part). Consideren que la seva participació en la comercialització d'un producte o servei no ètnic és pràcticament inexistent.

Asiàtiques		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	8,5%	41,5%
	No ètnic	8,5%	41,5%

Font: Elaboració pròpia

En el cas de les dones asiàtiques, més del 80% s'adrecen a tota la població, i distribueixen a parts iguals els productes que comercialitzen, entre ètnics i no ètnics.

Resta d'Europa ²⁰		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	16,5%	27,5%
	No ètnic	21,0%	35,0%

Font: Elaboració pròpia

Finalment, les emprenedores de l'Europa de l'Est tenen una presència del 62,5% en el mercat no ètnic i es dediquen en un 56% a productes també no ètnics.

3.2.10 Grau d'utilització dels SMPE per part de les emprenedores immigrants

En el present estudi també ens hem demanat quin és el grau d'utilització que fan dels SMPE les dones emprenedores que provenen d'altres països. Sobre aquesta qüestió, els tècnics responen que el grau d'utilització és força baix i reconeixen aquest punt com una assignatura pendent. En tot cas, els visiten un major nombre d'homes immigrants que no pas de dones, però aquest fet respon al major índex d'emprenedoria masculí enfront de l'índex femení (tant per a autòctons com per a immigrants).

En aquest sentit, alguns tècnics dels SMPE creuen que han de millorar la comunicació amb les associacions d'immigrants que existeixen a Osona per tal d'informar de l'existència del servei d'assessorament a emprenedors. D'altra banda, intueixen que tal vegada són aquestes associacions d'immigrants —que realitzen labors d'acollida i d'integració— les que informen les persones que volen emprendre (així com també els sindicats), que els adrecen a gestories o assessories privades. Sovint, la dona immigrada que accedeix a un SMPE ho fa esperant poder aconseguir algun tipus d'ajut o subvenció, però quan constata que és imprescindible l'elaboració d'un pla d'empresa per al nou negoci, es desanima i desisteix de l'intent.

En qualsevol cas, i tenint en compte el continent de procedència de les immigrades, són les dones que provenen del continent americà les que en major nombre accedeixen als serveis d'assessorament municipals.

En el cas oposat, tenim el col·lectiu de dones asiàtiques (especialment xineses), que es caracteritza per una autonomia i opacitat elevada. En aquest col·lectiu, l'autogestió és absoluta.

Per acabar el comentari sobre les xarxes d'acolliment, voldríem incloure la relació d'associacions culturals d'immigrants que existeixen a Osona:

20. En parlar de resta d'Europa ens referim a la situació existent al continent abans de la darrera ampliació de la Unió Europea. I és que la part quantitativa del present estudi s'ha referit, en bona part, a xifres de 2001 (data en la qual la darrera ampliació encara no s'havia produït).

1. Associació Cultural Subsahariana i Amics d'Osona (ACSAO)
2. Associació de nigerians
3. Associació Motivadora d'Integració (AMIC)
4. Asociación Fuladu, Unión Fulbe Inmigrantes, Senegal (AFUFIS)
5. Veus Diverses
6. Associació de ghanesos d'Osona
7. Associació d'equatorians a Catalunya, Comarca d'Osona (AECCO)
8. Casal Argentí d'Osona
9. Associació per a la solidaritat i el desenvolupament dels immigrants a Osona
10. Jameiat Essalam
11. African Muesli Association
12. Comitè Cívic Colombià de Vic
13. Bini-Association Vic

Font: Consell Comarcal d'Osona

3.2.11 Diferències entre els ajuts públics a la creació d'empreses oferts a autòctons i a immigrants

En aquest punt tots els SMPE coincideixen a **desmentir** l'existència d'ajuts específics per a persones immigrades al nostre país. Els ajuts disponibles són els mateixos per a totes les persones que compleixin els requisits marcats per la legislació, tant si es tracta d'emprenedors immigrants com autòctons.

D'altra banda, i segons fonts consultades del col·lectiu *Veus Diverses*, la llei d'estrangeria vigent al nostre país (Llei Orgànica 8/2000, de 22 de desembre) constitueix un autèntic llast per a aquestes persones, no solament a l'hora d'emprendre, sinó també a l'hora d'integrar-se a la nostra societat.

En aquest sentit, cal tenir en compte que moltes dones immigrants arriben al nostre país per la via del reagrupament familiar. Segons la llei, no és fins passats 5 anys que viuen al nostre país, quan poden començar a tramitar el permís de treball. D'altra banda, serà factible que aconseguixin el permís de treball per compte aliè, però és molt més difícil obtenir el permís de treball per compte propi (per al qual cal poder justificar que es disposa d'un determinat capital i com s'ha aconseguit). Si tenim en compte que moltes de les persones que arriben al nostre país ho fan endeutades des del seu país d'origen, comprendrem la dificultat que tenen quan es plantegen l'engegada d'un negoci com a *modus vivendi*.

4 Estudi qualitatiu de l'emprenedoria femenina a Osona

En el present capítol de la recerca analitzarem les respostes que hem rebut per part de les emprenedores d'Osona que han participat en el projecte.

Abans, però, caldria recordar que el treball de camp ha consistit a realitzar 32 entrevistes en profunditat a dones que han posat en marxa negocis a Osona, dividint el grup en dues parts idèntiques entre emprenedores autòctones i estrangeres.

Per tal de justificar la dimensió de la mostra triada, caldria recuperar, de la part quantitativa de l'estudi, la xifra corresponent al nombre d'emprenedores immigrades a Osona l'any 2001: en total hi havia censades 73 dones estrangeres que havien posat en marxa algun tipus de negoci.

Tenint en compte la manca de dades actualitzades i que el creixement de població immigrant femenina a la comarca entre els anys 2001 i 2006 ha estat del 12,45%, es pot realitzar una extrapolació per tal de determinar aproximadament quin pot ser el nombre actual de persones que integren aquest col·lectiu (aquest càlcul presuposa que el nombre d'emprenedores ètniques ha crescut al mateix ritme que ho ha fet el de les dones estrangeres que han vingut a residir al territori).

Així, doncs, i en base a les hipòtesis descrites, podríem xifrar el nombre d'emprenedores estrangeres el 2006 a Osona en 82 dones. Tenint en compte que el nombre total de qüestionaris realitzats al col·lectiu al qual ens referim ha estat de 16, podem considerar que la mostra esdevé vàlida per a l'obtenció de conclusions, ja que representa el 20% del total:

Osona	
Emprenedores immigrants el 2001	73
Creixement població immigrant femenina 2001-06	12,45%
Extrapolació emprenedores immigrants el 2006	82
Representació de la mostra triada	20%

Font: Elaboració pròpia a partir del Cens de població de 2001

Acabarem aquest comentari previ afegint que s'han entrevistat el mateix nombre de dones autòctones i immigrants per tal de procedir a la corresponent comparació.

4.1 Descripció de les emprenedores

En el primer apartat farem una aproximació al perfil humà de les dones entrevistades: edat, nivell d'estudis, estat civil, nombre de fills i municipi de residència.

Edat

La mitjana d'edat de les dones entrevistades és de 37,6 anys.

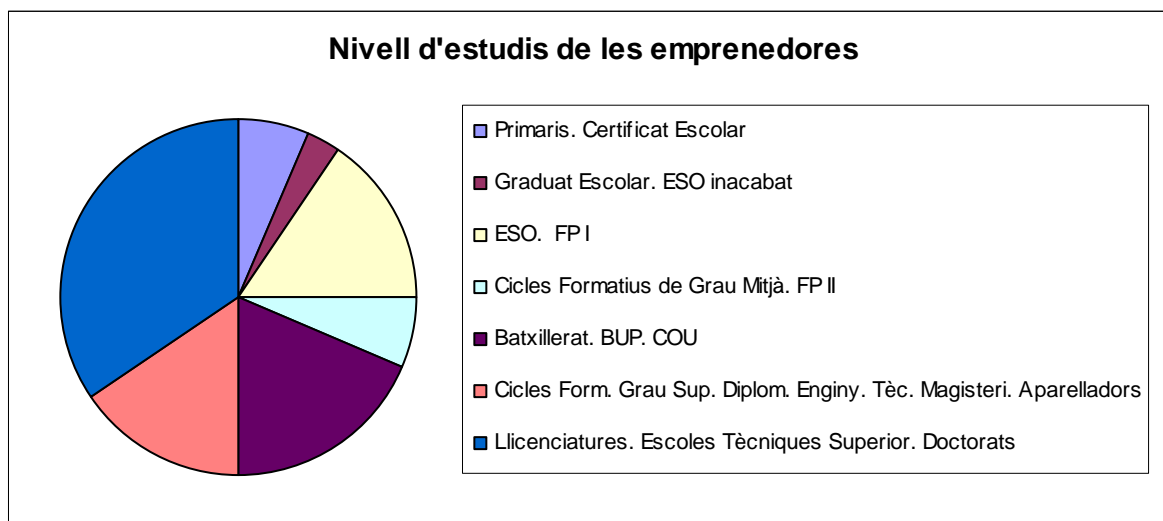
Nivell d'estudis

Nivell d'estudis de les emprenedores entrevistades	
No sap llegir ni escriure	0,0%
Primaris inacabats. Sap llegir i escriure	0,0%
Primaris. Certificat Escolar	6,3%
Graduat Escolar. ESO inacabat	3,1%
ESO. FP I	15,6%
Cicles Formatius de Grau Mitjà. FP II	6,3%
Batxillerat. BUP. COU	18,7%
Cicles Formatius de Grau Superior. Diplomatures. Enginyeries Tècniques. Magisteri. Aparelladors	15,6%
Llicenciatures. Escoles Tècniques Superior. Doctorats	34,4%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia

Així, doncs, segons les dades recollides en el treball de camp, podríem qualificar el nivell d'estudis de les emprenedores entrevistades d'alt, ja que el 50% disposa d'estudis universitaris. Entre les diverses llicenciatures cursades per aquestes dones hi ha economistes, traductores, arquitectes, químiques, metgesses, filòlogues, sociòlogues o veterinàries. Entre els ensenyaments universitaris de grau mitjà hi ha mestres, restauradores i diplomades en ciències empresarials o turisme.

L'altre 50% d'emprenedores ha cursat estudis primaris o mitjans. Amb tot, cal dir que les dones que no han accedit a estudis superiors s'han preocupat de formar-se específicament en els sectors en els quals emprenen.



Estat civil

El 78% d'emprenedores entrevistades viu en parella o bé són casades. El 19% són solteres i el 3% restant, divorciades.

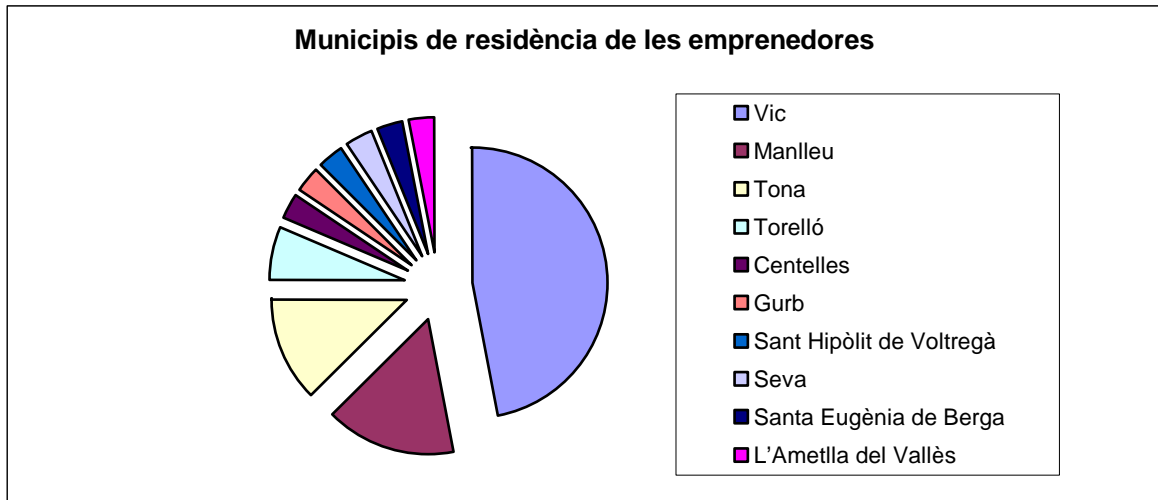
Nombre de fills

El nombre mitjà de fills de les emprenedores és d'1,4 per dona.

Municipis de residència

Municipis de residència de les emprenedores entrevistades	
Vic	46,9%
Manlleu	15,6%
Tona	12,5%
Torelló	6,3%
Centelles	3,1%
Gurb	3,1%
Sant Hipòlit de Voltregà	3,1%
Seva	3,1%
Santa Eugènia de Berga	3,1%
L'Ametlla del Vallès	3,1%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



Així, doncs, la majoria de dones emprenedores que hem entrevistat resideixen a Vic (47%). En segon lloc, apareixen Manlleu (15,6%) i Tona (12,5%).

4.2 Descripció de les empreses

En aquest segon apartat fem una aproximació a les empreses que han creat aquestes osonenques, fixant-nos en aspectes relacionats amb l'antiguitat, formes jurídiques, dimensions de l'empresa, sectors d'activitat, mercat, internacionalització o grau d'utilització de les noves tecnologies en la gestió empresarial.

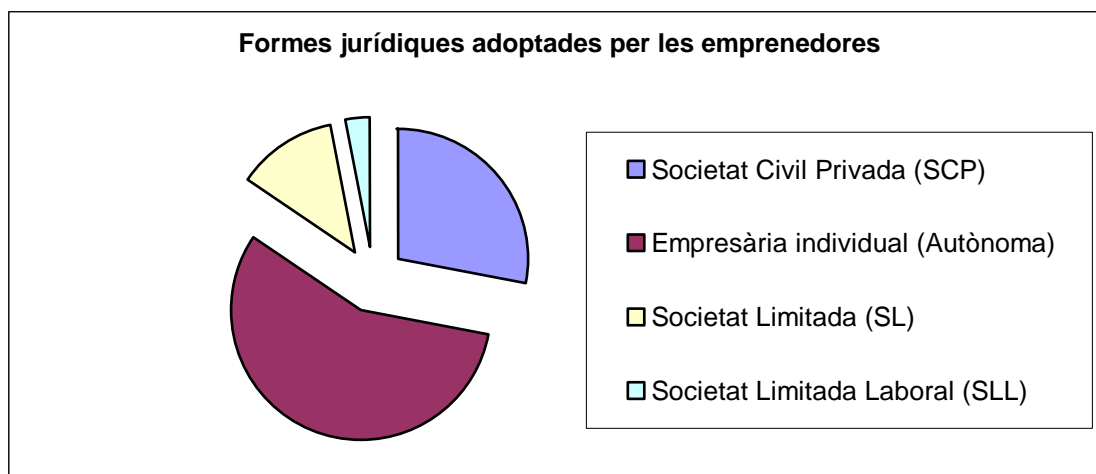
Any de creació

Pel que fa a l'antiguitat de les empreses creades per les dones entrevistades, cal dir que la mitjana és de 3 anys d'existència, la qual cosa ens indica majoritàriament que han superat els inicis, especialment crítics.

Forma jurídica

Formes jurídiques adoptades per les emprenedores	
Empresària individual (Autònoma)	56,3%
Societat Civil Privada (SCP)	28,1%
Societat Limitada (SL)	12,5%
Societat Limitada Laboral (SLL)	3,1%
Societat Anònima (SA)	0,0%
Societat Anònima Laboral (SAL)	0,0%
Societat Cooperativa	0,0%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



Com ja hem comprovat abans, la forma jurídica de major èxit és la de l'empresària individual (autònoma), que és la triada per més del 56% de les dones entrevistades.

A continuació, la resta d'emprenedores que han optat per associar-se amb altres persones han triat en major mesura com a forma jurídica la Societat Civil Privada, amb un 28% dels casos.

Pel que fa al tercer lloc, les Societats Limitades, de les quals val la pena de comentar que la totalitat d'aquest 12,5% es compon d'associacions entre dones.

Finalment, caldria afegir que el 3% corresponent a la Societat Limitada Laboral (SLL) es refereix a una empresa composta de 3 sòcies que es dedica al reciclatge de material informàtic.

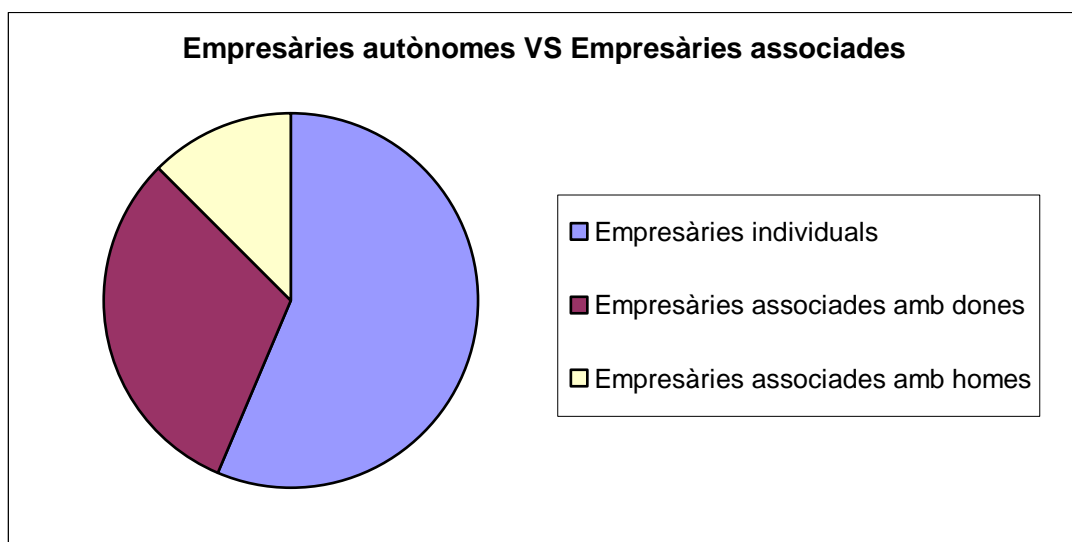
Nombre de socis

A les dones que han constituït societat, els hem demanat que ens indiquin el nombre de socis de la seva empresa (indicant, tanmateix, el sexe). Els resultats són els següents:

De totes les entrevistades que varen constituir societats (43,7%), la immensa majoria es varen associar amb una sola persona (40,6%). El 3,1% restant correspon a una Societat Laboral Limitada (SLL) formada per 3 dones.

Emprenedores autònomes i emprenedores associades (socis per sexes)	
Emprenedores individuals	56,3%
Emprenedores associades amb dones	31,2%
Emprenedores associades amb homes	12,5%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



Com ja hem vist en el punt anterior, el 56,3% de les dones que han respost el qüestionari han triat l'opció d'endegar el negoci en solitari. Aquesta constitueix l'opció més triada.

De les que han preferit cercar una altra persona per compartir l'experiència, la major part (31,2%) ho ha fet amb altres dones, amb les quals cerquen la complementarietat per gestionar correctament el negoci.

Finalment, només un 12,5% ha preferit associar-se amb algun home (que en tots els casos, és la parella).

Càrrec que ocupen a l'empresa

Les entrevistades defineixen el càrrec que ocupen a l'empresa de diverses maneres:

Titular	46,9%
Sòcia empresària	21,9%
Sòcia treballadora	12,5%
Cap d'administració de l'empresa	6,3%
Directora Tècnica i Comercial	3,1%
Gerent	3,1%
Propietària	3,1%
Directora Àrea Comercial	3,1%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia

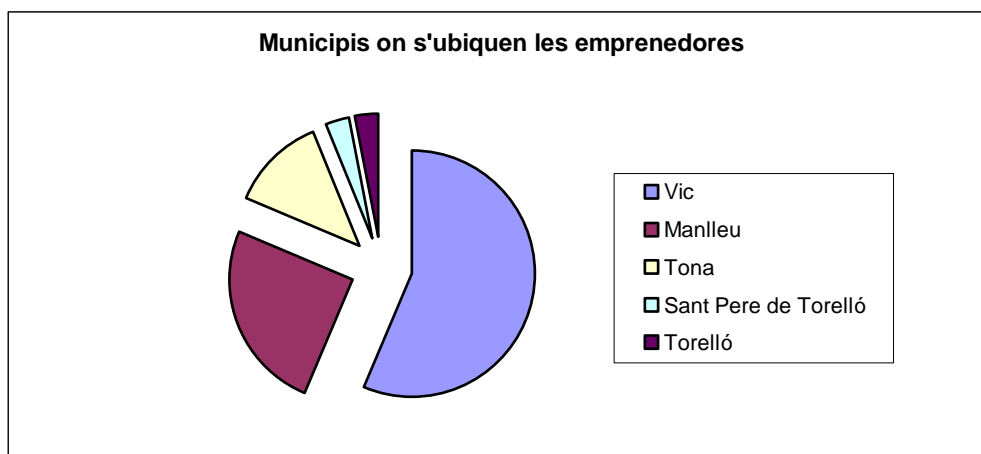
Municipi on s'ubica el negoci

Més de la meitat de les emprenedores entrevistades tenen ubicada l'empresa a Vic, en concret un 56,3%.

El 25% han situat el negoci a Manlleu; el 12,5% correspon a les emprenedores instal·lades a Tona. Finalment, el 3% a Torelló, i el mateix percentatge a Sant Pere de Torelló.

Municipis on s'ubiquen les empreses de les dones	
Vic	56,3%
Manlleu	25,0%
Tona	12,5%
Torelló	3,1%
Sant Pere de Torelló	3,1%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia

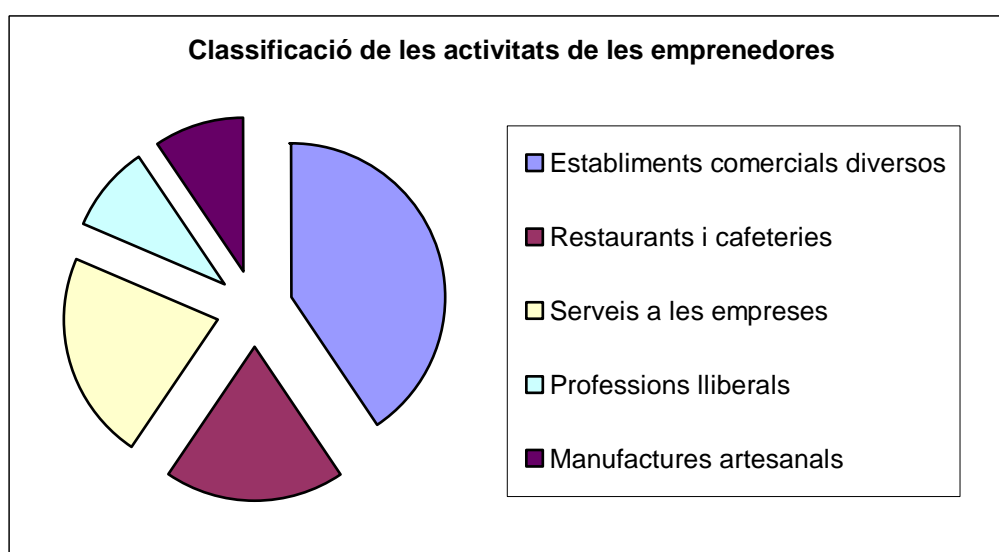


Sector econòmic de l'activitat

El 93,8% de les empreses entrevistades s'ubiquen en el sector serveis, i el 6,2% restant, en la indústria (tot i que, en tots els casos, es tracta d'una manufactura artesanal). Aquesta diversitat, la podríem agrupar de la següent manera:

Classificació d'activitats de les emprenedores entrevistades	
Establiments comercials diversos	40,63%
Restaurants i cafeteries	18,75%
Serveis a les empreses	21,88%
Professions lliberals	9,38%
Manufactures artesanals	9,38%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



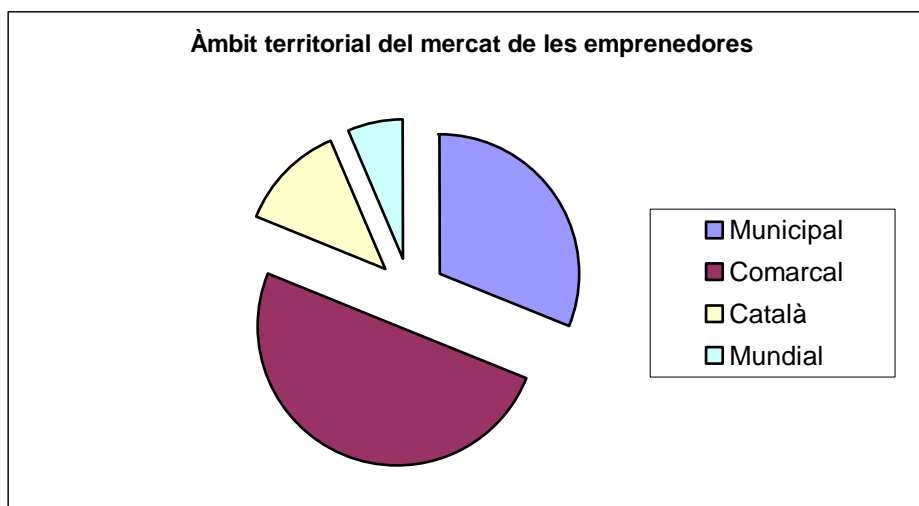
En el quadre següent, detallem les diverses activitats que desenvolupen les emprenedores osonenques que han col·laborat en el present treball:

Activitat econòmica de les emprenedores entrevistades	
1.	Tractament d'aigües residuals; treball de camp; anàlisi i solucions a les necessitats de les empreses.
2.	Perruqueria unisex.
3.	Sector de l'hostaleria, cafeteria i menjars. Es transforma en taverna basca de tapes els caps de setmana, a partir dels divendres.
4.	Serveis de prevenció de riscos, seguretat per a empreses petites i mitjanes en activitats com la construcció, indústries, electricistes, comerços i despatxos.
5.	Seguretat alimentària per a granges. Assessoria.
6.	Mobiliari i decoració. Fabricació de mobiliari a mida.
7.	Floristeria. Floristeria on line
8.	Reciclatge de consumibles informàtics. Servei de material reciclat
9.	Industrial de confecció tèxtil, disseny a mida. Disseny i estudi de vestits de núvia pintats a mà totalment personalitzats.
10.	Traducció, correcció, formació i tot tipus de serveis lingüístics. Servei on line.
11.	Promoció d'estudis a l'estranger, serveis, organització i contacte on line
12.	Promoció d'espectacles, promoció artística i també gestoria empresarial.
13.	Titellaires, ninots artesanals de paper reciclat. Titelles personalitzades, on line
14.	Comerç i assessorament de treballs amb fils i labors, cursos sobre les diferents tècniques de punt i també treballen peces artesanalment.
15.	Ensinistrament d'animals i perruqueria canina.
16.	Projectes d'arquitectura
17.	Restaurant. Menjar colombià i català.
18.	Perruqueria afro i europea.
19.	Servei professional nutricionista.
20.	Botiga de roba de moda de vestir i esport; complements (per a home i dona).
21.	Comerç de llaminadures al detall, encàrrecs i regals per a festes i actes socials.
22.	Cafeteria , restaurant.
23.	Comerç de productes alimentaris russos.
24.	Pastisseria i forn de pa artesanal, amb obrador al mateix local de negoci.
25.	Escola d'ensenyament de la llengua anglesa.
26.	Comerç just: artesanía, alimentació.
27.	Cafeteria, entesa com a servei social: punt de trobada de grups de dones, d'associacions locals, exposicions i també com a punt educatiu. Utilitzen productes naturals a la cafeteria i en el càtering per encàrrec d'alguns actes. A més a més, importa vainilla natural de Mèxic, que distribueix per restaurants i gelateries de nivell.
28.	Cafeteria. Disposa de racó d'Internet, 2 ordinadors i diverses taules de billar.
29.	Perruqueria i estètica. Perruqueria llatina.
30.	Locutori. Internet, enviament de diners via Internet, fotocòpies i altres materials.
31.	Restauració, pizzeria.
32.	Importació (d'Anglaterra i França) i comercialització de sabons naturals, cremes corporals, complements de bany, ambientadors, tot natural.

Àmbit territorial del mercat

Àmbit territorial del mercat de les emprenedores entrevistades	
Municipal	31,2%
Comarcal	50,0%
Català	12,5%
Mundial	6,3%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



El 50% de les emprenedores que han respost el qüestionari treballen per a un mercat d'àmbit comarcal.

Un 31,2% de les dones entrevistades afirmen que l'àmbit de comercialització dels seus productes és municipal.

El 12,5% de les emprenedores operen a nivell català i, finalment, el percentatge d'emprenedores que han internacionalitzat la comercialització dels seus serveis representa el 6,3% de les que hem entrevistat.

Nombre de treballadors

Per a aquest punt hem demanat a les emprenedores quants treballadors tenen contractats (exceptuant l'entrevistada): pel que fa a les dones que creen llocs de treball, la mitjana de personal contractat és d'1,4 persones per empresa.

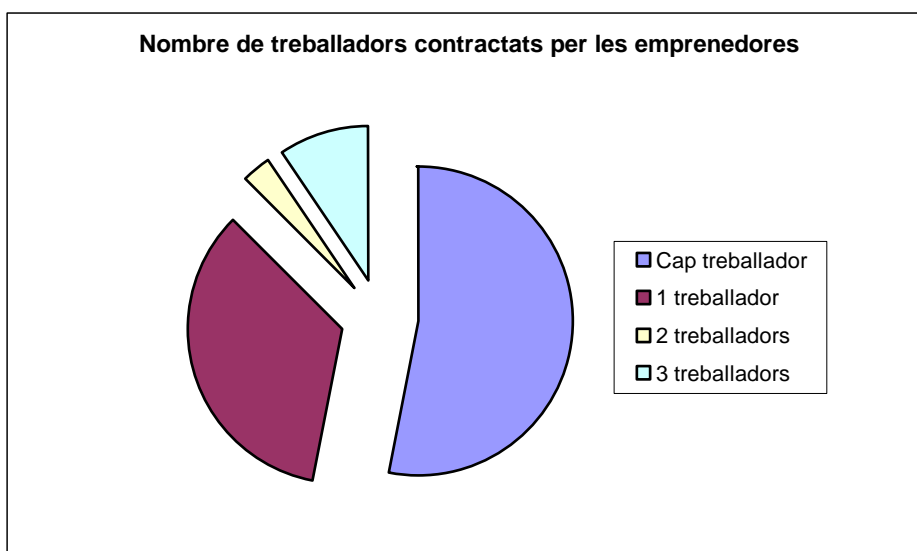
Del total de treballadors contractats, cal afegir que el 59% són dones i el 41% restant, homes.

Més de la meitat d'emprenedores no tenen contractat cap treballador.

El 34% ha contractat una sola persona. El 3% disposa de dos treballadors al seu planter i, finalment, el 9% compta amb tres.

Nombre de treballadors contractats	
Cap	53,1%
1	34,4%
2	3,1%
3	9,4%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



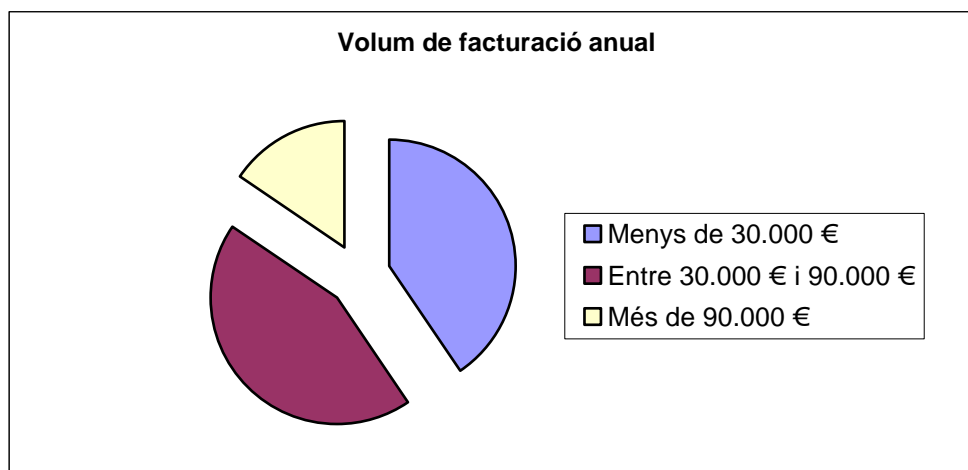
Necessitats futures d'ampliació de personal

De les emprenedores entrevistades, un 25% va respondre que haurà d'augmentar el planter de treballadors entre 1 i 3 persones dins un horitzó temporal d'1,5 anys. La resta no preveu futures ampliacions.

Volum anual de facturació

Volum anual de facturació	
Menys de 30.000 €	40,6%
Entre 30.000 € i 90.000 €	43,8%
Més de 90.000 €	15,6%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



Pels volums de facturació que les emprenedores ens han indicat, concloem que un 40% té el negoci en la fase d'engegada o bé es tracta de petits negocis, que tenen un volum de facturació molt baix (menys de 30.000 €).

Un 43,8% també podria qualificar-se d'emprenedoria de necessitat però corresponent a negocis intermedis, ja que se situa en un tram de vendes entre els 30.000 € i els 90.000 €.

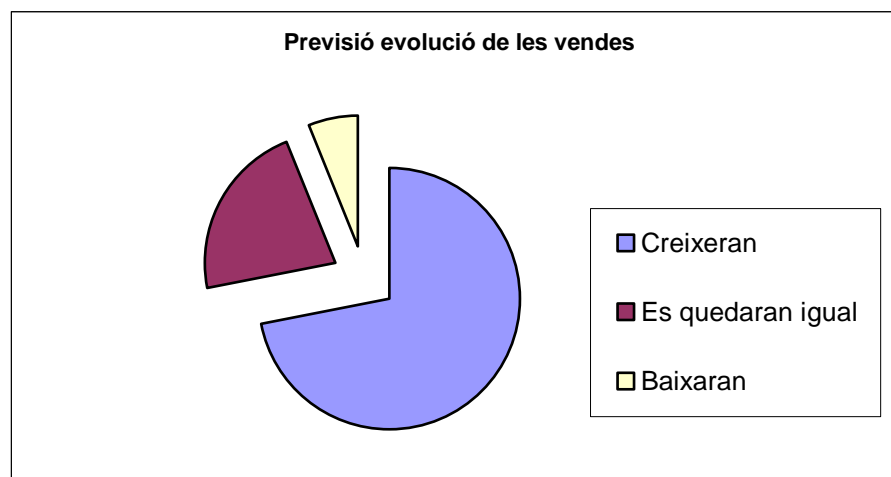
Finalment, el darrer 15,6% es compon de dones amb empreses més estabilitzades i de major grandària, amb un volum de facturació que supera els 90.000 € anuals.

Perspectives de creixement

Per a aquest punt hem demanat a les emprenedores que ens expliquin quina previsió de creixement tenen per a les seves vendes en els propers 2-3 anys.

Previsió evolució de les vendes	Indicar opció	Indicar % de Δ o bé de σ
Creixeran	71,9%	43% d' Δ
Es quedaran igual com fins ara	21,9%	
Baixaran	6,2%	75% de σ
Total	100,0%	

Font: elaboració pròpia



Un 22% de les emprenedores ha respost que les seves previsions de cara al futur són de mantenir-se en les xifres actuals de facturació, mentre que el 72% restant preveu d'augmentar-les. De mitjana, la previsió d'increment de les vendes resulta ser d'un 43%.

D'altra banda, el 6,2% de dones creu que les vendes de la seva empresa baixaran al voltant del 75%, per terme mitjà. Es tracta de dues empreses que estan a punt de tancar a causa del mateix problema: la ubicació equivocada de l'establiment comercial.

Internacionalització

Iniciem en aquest punt la part en la qual tractem el grau d'internacionalització de l'empresa i demanem a l'empresària si comercialitza el seu producte a l'exterior. Comencem analitzant les exportacions, i tot seguit, analitzarem les importacions.

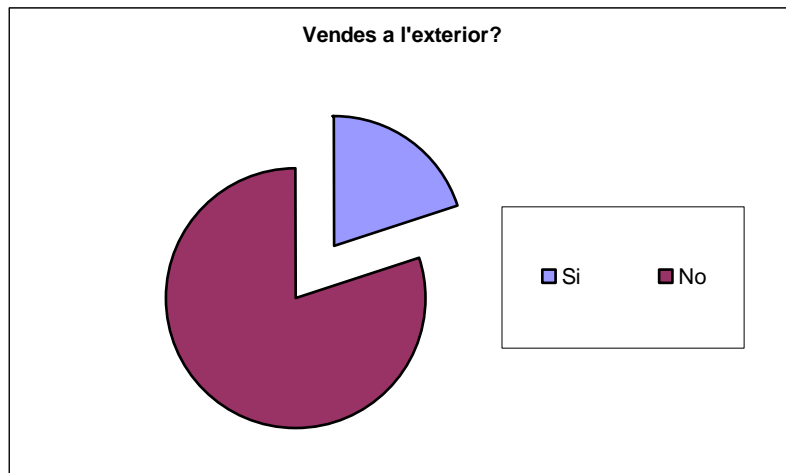
Exportacions

D'entrada, caldria aclarir que la qüestió no té sentit per a un elevat percentatge dels casos analitzats: establiments comercials diversos amb un baix grau d'innovació, com ara perruqueries, restaurants i cafeteries, botiga de mobles, floristeria, assessoria sobre riscos laborals (molt lligada a la legislació del nostre país), empreses de reciclatge informàtic, establiments de fils i labors, locutoris, etc. El percentatge d'empreses en les quals la internacionalització no té sentit s'eleva al 68,8%.

Així, doncs, la pregunta l'adrecem a les dones que podrien comercialitzar a l'exterior el seu producte o servei. Les xifres obtingudes per aquest col·lectiu són:

Vendes a l'exterior	
Sí	20,0%
No	80,0%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



Com es pot comprovar, el nivell d'internacionalització de les empreses és molt baix pel que fa a les exportacions. Els negocis que comercialitzen el seu producte a l'exterior (20%) són empreses de serveis que duen a terme una activitat altament relacionada amb l'estranger: una empresa de serveis lingüístics (traduccions i correccions) i un negoci d'organització d'estades a l'estranger per a l'estudi d'idiomes.

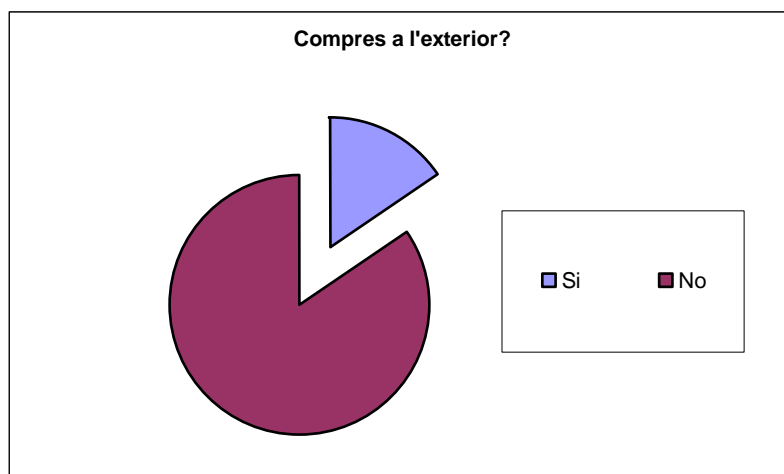
Els països on exporten aquestes empreses s'ubiquen als continents europeu i americà. L'obertura cap a mercats internacionals s'ha aconseguit gràcies a les noves tecnologies, mitjançant el lloc web propi que les emprenedores han fet arribar a possibles clients de l'exterior. En altres casos, la captació de clients de l'exterior ha estat feta mitjançant tècniques clàssiques de venda, com ara trucades telefòniques, visites i trameses publicitàries.

A les emprenedores que han respost que no exporten, els hem demanat si tenen intenció d'obrir nous mercats. El 87,5% de les emprenedores que podrien exportar els seus productes o serveis a l'exterior i no ho fan, responen que no tenen intencions a curt termini d'obrir nous mercats. En alguns casos addueixen mancances pel que fa al domini dels idiomes; en altres, es tracta d'empreses que es troben encara en la fase d'engegada del negoci, i consideren que és massa aviat per implicar-se en el procés d'internacionalització.

D'altra banda, el 12,5% de les emprenedores que podrien exportar i no ho fan, responen que sí que tenen intenció de fer-ho (és el cas d'una empresària que comercialitza a Espanya productes que importa d'Anglaterra i França i ha pensat obrir nous establiments, en concret, a l'Índia).

Importacions

L'índex d'empreses que importen productes diversos d'altres països s'eleva al 15,6%, i totes pertanyen a emprenedores immigrants (ho analitzarem amb detall en l'apartat on analitzem aquest col·lectiu).



Grau d'innovació del producte o servei

En l'apartat referent al grau d'innovació de l'oferta de les emprenedores, hem volgut distingir la innovació en producte de la innovació en territori: per a cada un dels aspectes, hem demanat a les entrevistades que ens quantifiquin de l'1 al 10 quin és el grau d'innovació que consideren que tenen els seus productes o serveis. Les qualificacions obtingudes són les següents:

Producte o servei nou al mercat (producte o servei que no existia fins ara enlloc)	4,6
Producte o servei nou al territori (producte o servei que no es comercialitzava fins ara a la comarca)	7,1

Pels resultats de les mitjanes calculades en base a les respostes de les dones entrevistades, podem concloure que la innovació en territori és superior a la innovació en producte. És a dir, segons l'opinió de les emprenedores, la innovació del producte o servei que comercialitzen aconsegueix de nota mitjana que no arriba a l'aprovat (4,6). En canvi, en el que sí que innoven (obtenen un 7,1 de mitjana) és en el fet de comercialitzar per primera vegada a Osona productes o serveis que ja existeixen en altres àmbits territorials.

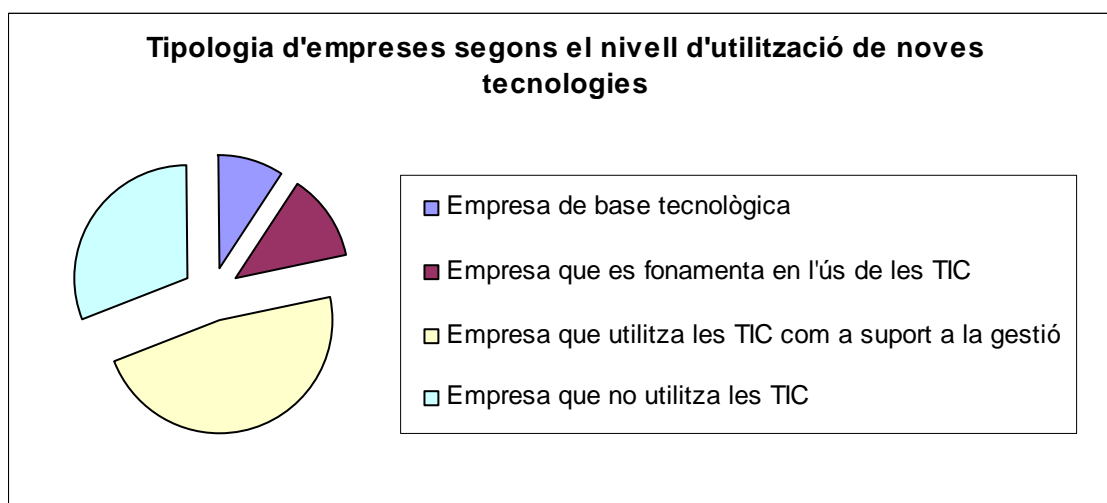
No cal dir que les mitjanes tenen l'inconvenient d'eliminar altes qualificacions, a base de xifres baixes. En aquest sentit voldríem fer esment de les emprenedores que s'han atorgat una nota alta en aquesta pregunta sobre grau d'innovació del seu producte o servei, les quals representen el 31% del total.

Incorporació de noves tecnologies a la gestió

Considerem aquesta qüestió un tret estratègic, ja que ens permet classificar les empreses entrevistades en funció del grau de modernització. Per començar a exposar els resultats d'aquesta pregunta, caldria ubicar les empreses en algun dels 4 apartats següents:

Grau d'incorporació de noves tecnologies a la gestió de l'empresa	
L'activitat de la vostra empresa és de base tecnològica	9,4%
L'activitat de la vostra empresa es fonamenta o és possible gràcies a l'ús de noves tecnologies?	12,5%
La vostra empresa utilitza les noves tecnologies com a suport a l'activitat que desenvolupeu?	46,9%
La vostra empresa no utilitza les noves tecnologies	31,2%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



Per tant, veiem que la incorporació de les noves tecnologies a la gestió de l'empresa és majoritària (el 68,8% de les emprenedores les utilitza), tot i que respon a diversos nivells d'ús:

- el 47% utilitza les TIC com a suport a la seva activitat (escoles d'idiomes, diversos establiments comercials o l'empresa de riscos laborals)
- el 12,5% du a terme una activitat que és possible gràcies a l'ús de les TIC (locutoris, comerç electrònic de titelles artesanes, traduccions on line)
- finalment, l'altre 9,4% està constituït per empreses de base tecnològica (empresa d'anàlisis clíniques de l'aigua, la de reciclatge de material informàtic o l'estudi d'arquitectura).

La resta de negocis, un 31,2%, no ha incorporat l'ús de les noves tecnologies en la gestió empresarial.

Partint d'aquesta classificació genèrica, hem sol·licitat a les emprenedores altres informacions més concretes al voltant de l'ús de tecnologies aplicades a la gestió empresarial:

Cobrament de vendes amb targeta de crèdit

Hem demanat a les emprenedores si als seus negocis disposen de datàfon, per tal d'oferir la possibilitat als clients de pagar amb targeta de crèdit.

Una vegada més, ens trobem que per a un 28,1% dels casos la pregunta és no pertinent, ja que en els seus negocis no té sentit aquest mitjà de pagament, ja sigui perquè no disposen d'establiment comercial, o bé perquè no cobren al comptat (negocis de serveis a les empreses, estudi d'arquitectura, escola d'idiomes).

Si exclouem del conjunt aquests casos «no pertinents», el percentatge de negocis que ofereixen als clients la possibilitat de pagar amb targeta de crèdit puja al 60% (establiments comercials diversos, empreses on el comerç electrònic imposa aquest mitjà de pagament). Així, doncs, el 40% restant correspondria a establiments sense datàfon, dels quals hauríem de comentar que en la majoria de casos es tracta d'establiments on els imports que es cobren als clients són baixos, de manera que el datàfon no és habitual ni estrictament necessari.

Facturació informatitzada

De la present qüestió podem deduir que el 50% d'emprenedores entrevistades ha incorporat els usos de la informàtica en la gestió, ni que sigui de manera incipient, i la fan servir per emetre les factures adreçades als clients.

Software comptable

El 68,75% de les emprenedores ha respost afirmativament: disposen d'algun tipus de programa informàtic que els permet enregistrar la comptabilitat de l'empresa (algunes, però, es refereixen als gestors que els fan la gestió administrativa).

Bases de dades de clients. Mitjans per al màrqueting directe

Una primera interpretació de la informació sol·licitada en aquest punt indica que únicament el 43,75% de les dones entrevistades disposa d'algun tipus de base de dades per realitzar les trameses.

De fet, a les emprenedores se'ls demanava si havien entrat en una base de dades les adreces postals de tots els clients, per tal de realitzar trameses informatives o publicitàries. Les respostes han anat evolucionant, de manera que les emprenedores han acabat explicant-nos amb quins mitjans (correu electrònic, correu postal) duen a terme la publicitat directa dels seus productes o serveis.

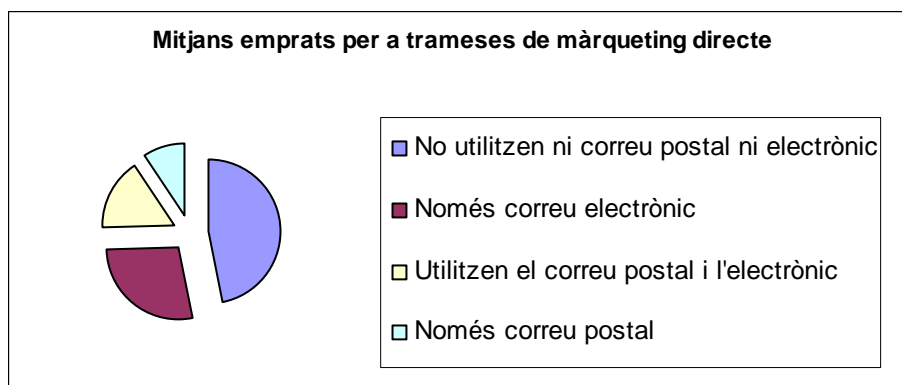
El 25,1% de les emprenedores entrevistades fa activitats on no té sentit realitzar trameses de cap tipus als clients, és a dir, no és pertinent el màrqueting directe: generalment, perquè es tracta de productes o serveis que només s'adquireixen o es contracten una vegada a la vida o bé perquè els canals per fer publicitat són altres: serien els casos de l'estudi d'arquitectura i la confecció artesanal de vestits de núvia. En aquests negocis, la publicitat es du a terme mitjançant la participació a fires del sector o en mitjans audiovisuals de comunicació; en altres casos, la publicitat funciona a través del canal «boca-orella». També estaríem parlant de negocis com ara cafeteries, pastisseries, locutoris o comerços de roba de vestir: en aquests casos, algunes emprenedores

ens han comentat que la publicitat que realitzen consisteix a contractar anuncis a la premsa comarcal o municipal.

Si exclouem del total aquests negocis que acabem de comentar, les emprenedores que sí que poden fer màrqueting directe dels seus productes o serveis, presenten la següent casuística:

Mitjans emprats per les emprenedores per al màrqueting directe	
No utilitzen el correu postal ni el correu electrònic	47,6%
Només utilitzen el correu electrònic	27,0%
Utilitzen el correu postal i el correu electrònic	16,3%
Només utilitzen el correu postal	9,1%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



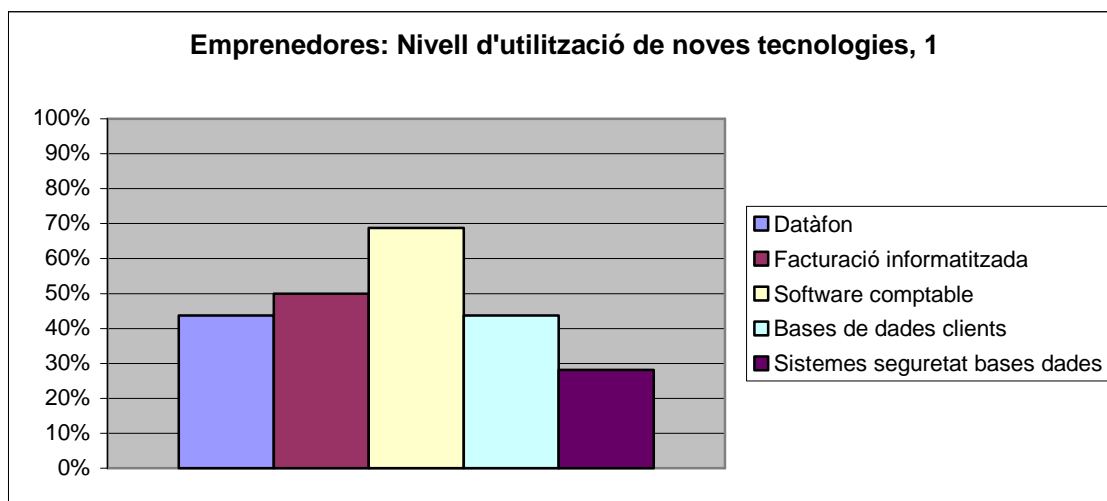
És a dir, el 47,6% de les emprenedores entrevistades no realitza cap tipus de campanya directa de publicitat. La resta, que és la majoria, sí que en fa: majoritàriament, mitjançant el correu electrònic (27%), o bé combinant les dues vies (16%). La minoria s'ubica en les usuàries del correu postal com a mitjà exclusiu per a realitzar publicitat (9%).

Sistemes de seguretat per a les bases de dades

A la pregunta referent a si les entrevistades disposen de sistemes de seguretat per a les bases de dades de l'empresa (comptabilitat, clients, etc.), caldria matisar que en el 15,62% dels casos es tracta d'una qüestió no pertinent (no disposen de bases de dades o bé són de poca grandària).

Si exclouem aquests casos no pertinents i analitzem els negocis per als quals sí que té sentit la qüestió, es constata que en el 33% dels casos, les empreses gaudeixen de sistemes de seguretat per a les bases de dades pròpies.

Vegem, doncs, el quadre resum d'aquests primers ítems:



Connexió a Internet amb banda ampla

La immensa majoria d'emprenedores manifesta que disposen de connexió a Internet (el 84,38% de les entrevistades).

Totes les emprenedores que han respost afirmativament a la pregunta sobre la connexió a Internet gaudeixen de banda ampla.

D'altra banda, el 65,6% de les emprenedores que han respost el qüestionari disposa d'una adreça personal de correu electrònic.

Web propi

El 31,25% de les empreses entrevistades posseeixen un lloc web propi.

Comerç electrònic

Un 9,38% de les empreses gestionades per dones ofereix la possibilitat als clients de realitzar el comerç electrònic dels seus productes o serveis.

Les empreses que han obert aquesta nova via per aconseguir majors ingressos han respost que entre el 30% i el 90% de les vendes provenen del comerç electrònic.

Grau d'utilització de noves tecnologies per a la comunicació amb clients i proveïdors

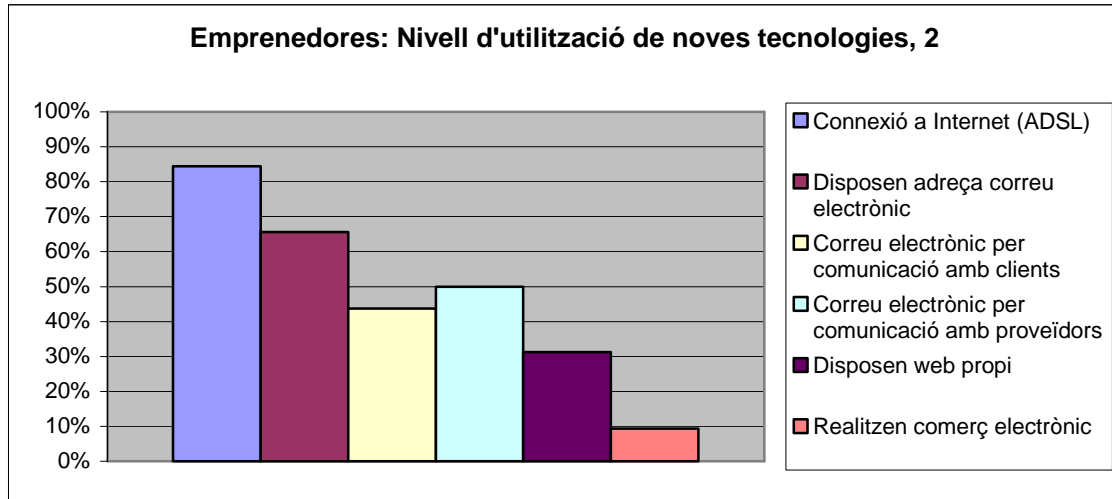
El 43,75% d'emprenedores es comunica amb els clients mitjançant el correu electrònic, i el 50%, amb els proveïdors.

Pel que fa al percentatge mitjà d'emprenedores que fan ús del correu electrònic a l'hora de comunicar-se amb els clients, és del 60,8%. En canvi, amb els proveïdors és lleugerament inferior: un 58% de mitjana.

Una vegada més, les mitjanes ens amaguen alguns casos extrems: tant trobem emprenedores que utilitzen aquest mitjà per comunicar-se només amb clients (serveis a les empreses, nutricionista o bé l'estudi d'arquitectura), com les que l'empren exclusivament per al contacte amb els proveïdors (empreses importadores o bars-restaurants que fan les comandes d'alguns dels

subministraments). Finalment, també hi ha casos que fan servir el mitjà per comunicar-se tant amb clients com amb proveïdors (al voltant del 37,5%).

El quadre resum d'aquests darrers ítems (tots referits a Internet), és el següent:



4.3 Els processos de creació i posada en marxa dels negocis

En aquesta tercera part del qüestionari arribem al tractament dels aspectes clau de la creació de l'empresa: mesurarem l'esperit emprenedor de les entrevistades, les motivacions que les han dut a emprendre, la valoració que fan en cas d'haver estat usuàries dels SMPE, les fonts de finançament del seu negoci i diversos trets referents a la creació, posada en marxa i supervivència de l'empresa que han creat.

Per començar, cal dir que totes les dones entrevistades han creat l'empresa que ara gestionen, és a dir, cap d'elles no l'ha heretada de la família.

Passat emprenedor o assalariat

Abans d'explicar les respostes a aquestes dues qüestions, caldria especificar que un 3,1% dels casos correspon a dones per a les quals el negoci actual constitueix la primera experiència laboral i professional.

Així, doncs, un cop hem extret els casos no pertinents, comprovem que les experiències laborals i professionals de les dones entrevistades es poden resumir en el següent quadre de doble entrada:

Emprenedores entrevistades	Experiències anteriors relacionades amb el negoci actual	Experiències anteriors no relacionades amb el negoci actual
Assalariades	41,2%	19,2%
Emprenedores	19,8%	19,8%

Font: elaboració pròpia

Passat d'emprenedora o d'assalariada?

Segons la informació recollida, podem deduir que per al 39,6% de les emprenedores entrevistades, aquesta no és la primera experiència empresarial: amb anterioritat ja s'havien embrancat en algun tipus de negoci.

En canvi, per a la majoria de casos (el 60,4% restant), aquesta constitueix la primera experiència de posada en marxa d'un negoci, ja que fins aquest moment havien treballat com a assalariades.

Amb tot, cal afegir que totes les dones que havien treballat d'assalariades en el mateix producte o servei (el 41,2%) manifesten que, gràcies a aquesta experiència professional anterior, van viure de primera mà com va ser el procés de creació i engegada dels negocis en els quals treballaven i ara emprenen.

Passat en el sector o fora del sector?

El 61% de les dones havien treballat (com a assalariades o bé com a autònomes) en la mateixa activitat econòmica en la qual ara emprenen.

En canvi, per al 39% restant, aquest negoci és el primer contacte amb el producte o servei al qual es dediquen actualment.

Disposava de clientela abans de crear l'empresa?

El 62,5% de les dones entrevistades no tenia ni coneixia la seva clientela abans d'emprendre el negoci. El 37,5% restant, o bé coneixia els possibles clients o bé ja els tenia gràcies al fet d'haver pagat pel traspàs d'un negoci que ja estava en funcionament.

Entorn familiar emprenedor

Hem demanat a les empresàries quines són les professions de la seva família (primer i segon grau de parentesc) i, especialment, si aquests familiars també són o han estat emprenedors.

D'entrada cal dir que el 28,1% de les empresàries expliquen que hi ha membres del seu entorn familiar que estan vinculats a la mateixa activitat en la qual elles han posat en marxa el seu negoci (és a dir, el 28% continua dedicant-se a la mateixa activitat a la qual es dedica o s'havia dedicat algun membre de la seva família).

D'altra banda, i aquesta sí que és una dada destacable, el 81,25% d'empresàries expliquen que hi ha elements d'activitat empresarial o autònoma en el seu entorn familiar (sigui en la mateixa activitat o en una altra diferent). Si ho analitzem segons el grau de parentesc obtenim les dades contingudes en el quadre següent:

Entorn familiar emprenedor	
Parella	43,75%
Pare	21,87%
Mare	31,37%
Germans	33,75%
Oncles	46,87%
Avis	43,75%

Font: elaboració pròpia

Així doncs, s'observa que els percentatges més elevats de familiars emprenedors corresponen als de la parella, oncles i avis.

Amb aquesta pregunta hem volgut demostrar que una part considerable de les emprenedores viu o ha viscut en un ambient familiar emprenedor, la qual cosa genera una actitud en el mateix sentit. És a dir, existeix una elevada correlació entre el present emprenedor i el tarannà emprenedor dels familiars. A més a més, quan les dones emprenen, fan que es creïn sinèrgies des del seu entorn familiar cap al seu negoci: són capaces de sintetitzar elements de les professions que l'envolten, aplicant-los a la pròpia empresa i aportant innovació.

Motivacions per a emprendre

Quan hem demanat a les dones emprenedores quines varen ser les motivacions que les van portar a engegar el negoci, ho hem fet de dues maneres diferents: la primera, les hem deixat triar una opció entre sis (respostes tancades); la segona, resposta oberta. Vegem-ne els resultats:

Respostes tancades:

Per la necessitat de disposar d'uns ingressos que suposin el meu <i>modus vivendi</i> (per a mi i/o per a la meva família)	46,45%
Per l'oportunitat de convertir en negoci la comercialització d'un producte que he creat o inventat	5,00%
Per l'oportunitat de convertir en negoci la comercialització d'un producte o servei que no existia a la comarca o territori	7,75%
Pel meu desig de dependre de mi mateixa i no haver d'obeir les indicacions dels superiors	28,30%
Per l'empenta que em va donar conèixer els meus socis i planificar junts el negoci	10,00%
Per la necessitat d'una cobertura legal per a les meves relacions laborals amb altres empreses	2,50%

Font: elaboració pròpia

Tancant les respostes a aquesta qüestió volem mesurar quin és el percentatge d'emprenedores de necessitat enfront de les emprenedores d'oportunitat. Així, doncs, l'emprenedoria de necessitat és el que destaca entre tots els motius que han fet que les entrevistades hagin optat per engegar el negoci, amb un 46,45% dels casos. D'altra banda, tan sols el 5% manifesta que és empresària d'oportunitat *en producte* i un 7,75% d'oportunitat *en territori*.

Un 28% explica que són les raons d'aconseguir major independència les que li ha fet prendre aquesta decisió, mentre que el 10% reconeix que ho va fer empena per l'impuls rebut dels seus socis.

Finalment, el 2,5% restant explica que l'empresa convergeix en relació mercantil el que abans era relació laboral.

En aquest punt, les emprenedores insisteixen en altres aspectes: haver triat aquesta opció els permet conciliar vida familiar i laboral, els suposa una millora de la qualitat de vida, els permet dedicar-se a l'activitat que havien desitjat o bé els representa la superació d'un repte i, fins i tot, la creació d'un negoci que poden deixar en herència als fills.

Respostes obertes

La pregunta que hem formulat ha estat: Per què va triar crear una empresa i muntar un negoci en lloc de trobar una feina com a assalariada?

Una vegada estandarditzades les respostes, trobem els següents motius:

L'empresa pròpia és la millor manera de facilitar la conciliació familiar i laboral	21,9%
Perquè quedava a l'atur	14,1%
Per inquietuds i afany de superació	12,5%
Animades per la proposta dels altres socis de crear l'empresa	12,5%
Perquè l'oferta de feines i sous de la comarca és poc seductora	9,4%
Perquè es treballa millor, tot és més fàcil	9,4%
Perquè l'oferta de feines i sous per a una immigrada és poc seductora	7,8%
Perquè és la manera més habitual d'exercir la professió liberal	6,3%
Al meu país és molt habitual que les persones es busquin la vida soles	6,3%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia

La raó que predomina a l'hora d'explicar per què són emprenedores en lloc d'assalariades es refereix a motius de conciliació familiar i laboral: consideren que el fet de ser les propietàries del negoci els permet organitzar-se els horaris segons les necessitats d'atenció a les respectives famílies.

En segon lloc, apareix l'emprenedoria de necessitat: quan han quedat a l'atur, cerquen una manera d'assegurar-se els ingressos posant en marxa un negoci.

En tercer lloc apareixen dos motius amb el mateix pes: el tarannà inquiet de la dona entrevistada, d'una banda, i el que podríem dir que és més aviat el contrari: han creat l'empresa arran de la proposta dels altres socis.

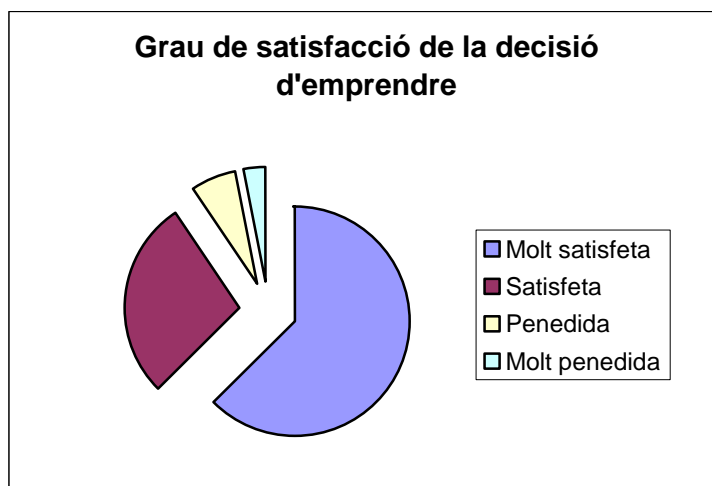
Els altres motius són diversos: des de la persona convençuda que no trobarà cap altra manera de realitzar-se professionalment, a la dona immigrant que ha viscut l'emprenedoria al seu país com un acte habitual, i creu que el seu status d'immigrada li limita les possibilitats de prosperar.

Grau de satisfacció

Quan hem demanat quin és el grau de satisfacció que li suposa el fet d'haver triat l'opció de ser empresària en lloc d'assalariada, hem rebut les següents respostes:

Grau de satisfacció	
Molt satisfeta	62,5%
Satisfeta	28,1%
Penedida	6,3%
Molt penedida	3,1%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



Així, doncs, veiem que la immensa majoria (un 90,6%) està satisfeta o molt satisfeta d'haver endegat el negoci. La resta no ho tornaria a fer. Analitzem ara les causes d'aquestes opinions.

Per què està satisfeta o molt satisfeta?

Motius per a la satisfacció	
Perquè els agrada la feina que fan, el producte que venen o el servei que donen	26,45%
Perquè han guanyat independència	18,97%
Pel reconeixement dels clients de la feina feta	17,81%
Perquè l'empresa funciona i tira endavant	13,22%
Perquè tenen millors perspectives de progressar	11,55%
Perquè gaudeixen de major flexibilitat d'horaris	6,25%
Perquè poden donar millor qualitat	5,75%
Total	100,00%

Font: elaboració pròpia

En aquest punt, un comentari recurrent és el que fa referència a la satisfacció que obtenen dedicant-se a l'activitat que constitueix la raó de ser de les seves empreses.

Novament, apareix com a motivació la independència aconseguida gràcies al projecte engegat, així com la consecució d'una millor valoració (individual i social) de les emprenedores.

També els anima constatar que l'empresa sobreviu i tira endavant, així com l'aparició de perspectives positives de cara al futur.

Finalment, altres opinions constaten que la satisfacció prové de la flexibilitat horària que han aconseguit, o bé que, gràcies al negoci, poden ser les controladores del nivell de qualitat ofert als clients.

Per què està penedida o molt penedida?

En aquest punt les emprenedores que han fracassat amb els seus projectes de negoci analitzen les diverses causes (en tots els casos, es tracta d'empreses engegades per dones immigrades):

Motius per al penediment	
Perquè creu que hi ha desconfiança o menyspreu cap als negocis de productes o serveis ètnics	33,4%
Perquè les llargues obres del C/Gurb de Vic han enfonsat el negoci	33,3%
Perquè l'error ha estat en la ubicació del negoci	33,3%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia

Sobre aquestes respostes només caldria comentar que totes tenen el mateix pes.

Fonts de finançament

Hem demanat a les dones entrevistades amb quin finançament varen engegar el negoci. Els plantejàvem les següents possibilitats:

Propi o Familiar
Subvenció o ajut públic
Microcrèdits
Institució financera (crèdit d'un banc o caixa)
Capital risc
<i>Business angels</i>
Capitalització de l'atur

D'entrada caldria aclarir que cap de les dones entrevistades no ha tramitat la concessió d'un microcrèdit. El mateix succeeix amb les opcions del capital risc o *business angels* per finançar la posada en marxa de l'empresa.

És necessari, tanmateix, especificar més bé els tipus d'ajuts públics i subvencions que aquestes emprenedores han rebut:

Ajuts públics:

- D'una banda, en parlar d'ajut públic, ens referim a la possibilitat que els han ofert alguns organismes municipals de promoció econòmica d'instal·lar-se als vivers d'empreses de què disposen (bàsicament, IMPEVIC i OPE de Manlleu). Un 25% de dones ha ubicat els seus negocis en algun d'aquests dos vivers i ha aconseguit, d'aquesta manera, un estalvi en el lloguer del local que oscil·la entre els 350 i 400 € mensuals i que té una durada aproximada de 3 anys (període en el qual es considera que l'empresa ja ha arrencat).
- Tanmateix, hem considerat un ajut públic aquelles rebaixes (o exempcions temporals) atorgades pel Ministeri de Treball i Seguretat Social en el pagament de les quotes d'autònoms o del règim general, així com les menors retencions de l'IRPF permeses pel Ministeri d'Economia i Hisenda. Aquestes rebaixes es concedeixen en base al fet de tractar-se de dones menors de 35 anys.

Si agrupem de sis a quatre els tipus de finançament possibles,²¹ obtindrem el quadre següent:

Fonts de finançament emprades per a l'engegada de l'empresa				
Propi o Familiar	Ajut públic o subvenció	Crèdit entitat financera (públic o privat)	Capitalització de l'atur	
				28,20%
				15,60%
				12,50%
				12,50%
				9,40%
				6,30%
				3,10%
				3,10%
				3,10%
				3,10%
				3,10%
				100,00%

Font: elaboració pròpia

Així, doncs, el 40,7% de les emprenedores entrevistades ha emprat una única font de finançament en la posada en marxa del negoci: un 28,2% amb capital propi, i el 12,5% restant amb el crèdit atorgat per alguna entitat financera.

L'opció de finançament més emprada són els recursos propis o familiars.

En segon lloc, apareix la combinació de capital propi, préstec d'entitat bancària i subvenció o ajut públic.

La tercera opció per la qual més dones han optat ha estat o bé l'endeutament en entitat financera (12,5%), o bé la de combinar capital propi i la sol·licitud d'un crèdit.

Un 18,7% de les dones entrevistades havien optat per capitalitzar l'atur per obtenir part dels recursos necessaris (totes han hagut de combinar aquesta alternativa amb alguna o algunes de les altres fonts).

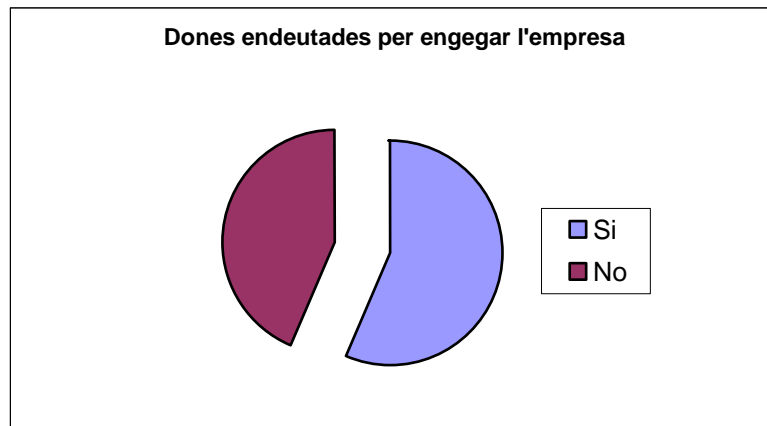
Endeutament

A la pregunta que demanava si l'empresària es va haver d'endeutar per engegar el negoci, les respostes obtingudes varen ser les següents:

Emprenedores endeutades per engegar l'empresa	
Sí	56,25%
No	43,75%
Total	100,00%

Font: elaboració pròpia

21. L'agrupació realitzada és la següent: d'una banda, hem unificat la via de l'endeutament amb crèdit en entitat financera (pública o privada); de l'altra, hem inclòs en la mateixa columna els ajuts públics i les subvencions.



Així, doncs, el 56,25% d'emprenedores va haver de recórrer a una entitat financera per aconseguir una part o tot el capital necessari per posar en marxa l'empresa.

El 43,75% restant no ho va necessitar, o bé perquè ja disposava del capital necessari, o bé perquè va constituir l'empresa amb unes necessitats quasi nul·les d'inversió inicial, o bé perquè ho va poder combinar amb la capitalització de l'atur.

Tot seguit, vam demanar a les dones que ens expliquessin (en cas d'haver-se endeutat) en quines condicions varen contractar el deute: del 56,25% d'emprenedores que va haver de recórrer a l'endeutament, distingirem entre dos grups diferenciats:

- 1) El 12,5% de dones endeutades ha accedit a *crèdits tous*, tramitats per entitats financeres del territori, però avalats per institucions com ara l'Institut Català de Finances o bé l'Institut de Crèdit Oficial. L'import mitjà dels crèdits sol·licitats per aquesta via puja als 20.000 € per empresària. El tipus d'interès a què estaven sotmesos aquests *crèdits tous* oscil·la entre l'1% i el 4% anual i el termini mitjà per retornar el capital prestat és de 5 a 7 anys.
- 2) El 43,75% restant de dones ha sol·licitat crèdits amb interessos i condicions de mercat (tipus subjecte a l'Euribor), sota diverses fórmules: des del crèdit personal, passant per l'ampliació de la hipoteca fins a la pòlissa de crèdit. L'import mitjà dels crèdits sol·licitats per aquesta via puja als 21.500 € per empresària.

El grau mig de retorn d'aquests deutes a entitats financeres és del 55%.

Inversió inicial

Hem demanat a les emprenedores entrevistades que ens expliquin a quines inversions van haver de destinar el capital inicial (propi o aliè) i que ens les quantifiquin.

La mitjana de la inversió inicial que les emprenedores han necessitat per obrir els seus negocis ha estat d'uns 26.500 €. Tenint en compte que es tracta d'una mitjana, val la pena comentar que un 15,6% de les dones entrevistades ha muntat l'empresa sense haver hagut de suportar quasi cap despesa per a l'obertura: es tracta de negocis que funcionen simplement amb un despatx, equips informàtics i connexió telefònica i d'internet.

En canvi, un 68,75% d'emprenedores ha hagut de realitzar una inversió mitjana inicial de 50.000 €: es tracta de dones que han ubicat el negoci en un local comercial, per al qual han pagat un traspàs i hi han fet obres d'adequació, han adquirit maquinària, eines, vehicles, estoc inicial, etc.

Aquest capital inicial l'han destinat a partides com ara:

• Constitució de la societat
• Traspàs (o compra) del local de negoci
• Obres al local i adquisició d'estoc inicial
• Compra de maquinària, eines i mobiliari
• Compra de vehicle
• Màrqueting promocional
• Equips informàtics i programari
• Curs de formació sobre els productes que comercialitzen
• Pòlissa d'assegurança de responsabilitat civil

Ajuts, subvencions financeres i subvencions a fons perdut

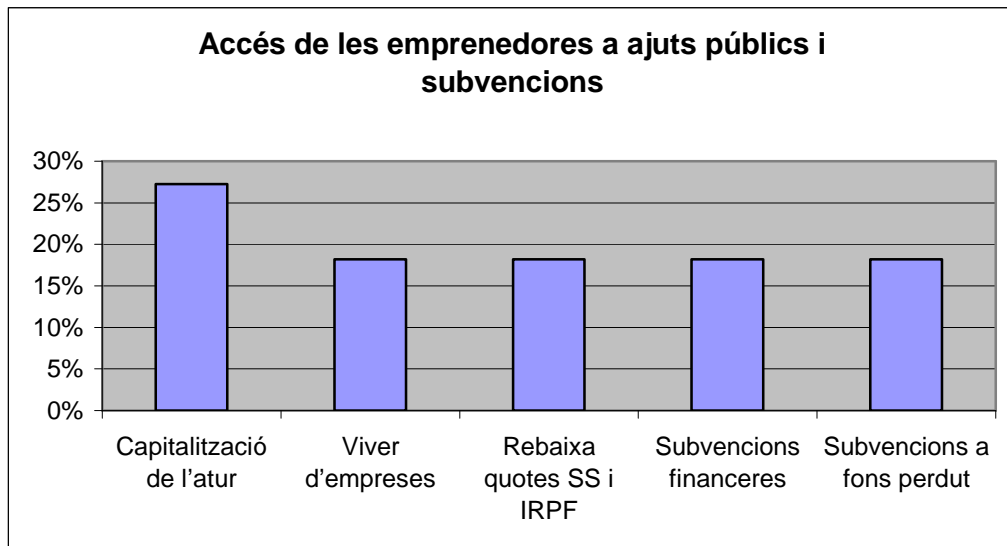
Més de la meitat de les dones entrevistades (el 53,13%) no s'han beneficiat de cap tipus d'ajut o subvenció per a emprenedors. En algun cas, s'explica pel desconeixement, però en la majoria, es tracta de dones que:

- no han necessitat un capital elevat per iniciar l'activitat;
- disposaven del capital però no del temps necessari per a tramitar els ajuts;
- els suposa un càrrega haver-los de tramitar (tenint en compte que l'elaboració del pla d'empresa és imprescindible).

El 46,87% restant de dones emprenedores sí que se n'han beneficiat i en alguns casos han obtingut més d'un ajut o subvenció per cap, de manera que la mitjana resultant ha estat d'1,47 ajuts per empresa creada. El total d'ajuts o subvencions concedits s'han repartit de la següent manera, en alguna de les diferents modalitats:

Ajuts públics o subvencions obtinguts per les emprenedores	
Capitalització de l'atur	27,2%
Viver d'empreses	18,2%
Rebaixa quotes SS i IRPF	18,2%
Subvencions financeres	18,2%
Subvencions a fons perdut	18,2%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



Com ja hem comentat anteriorment, els vivers d'empreses són els que pertanyen a l'IMPEVIC i a l'OPE de Manlleu.

La majoria de les nostres emprenedores ha tramitat les subvencions financeres amb l'Institut de Crèdit Oficial (ICO), però també hi ha alguna empresa que ho ha fet amb l'Institut Català de Finances (ICF).

Pel que fa a les subvencions a fons perdut, han estat atorgades per la Generalitat de Catalunya, l'Institut de la Mujer i l'Institut de Crèdit Oficial (ICO).

Les rebaixes de les quotes a la Seguretat Social i de retencions de l'IRPF es concedeixen pel fet que qui emprèn és dona i menor de 35 anys.

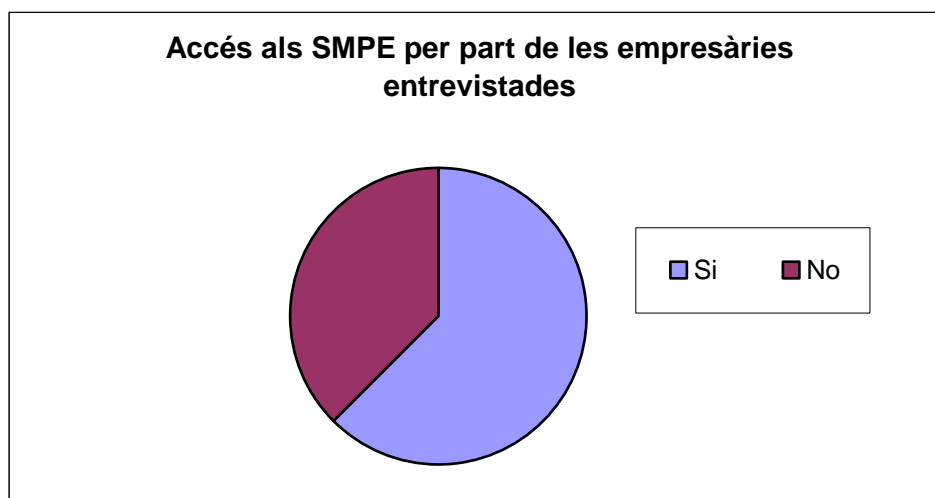
Les subvencions financeres s'atorguen pel fet de ser jove emprenedora qui les demana, o pel fet de la incorporació d'un nou soci treballador a l'empresa.

Finalment, les subvencions a fons perdut han estat atorgades perquè qui emprèn es dedica a una activitat emergent, contracta de manera indefinida un major de 45 anys, és dona jove o bé es dedicarà a una activitat tradicionalment masculina.

Pel que fa a les xifres mitjanes d'aquests ajuts, afegirem que l'import mitjà del préstec subvencionat i sol·licitat per les emprenedores ha estat de 20.000 € per empresària.

En canvi, la xifra mitjana de les subvencions a fons perdut atorgades per les diverses institucions públiques ha pujat a 5.750 €.

Accés als serveis municipals d'assessorament a emprenedors



A l'hora d'endegar el negoci, el 62,5% de dones entrevistades ha accedit a l'assessorament per a nous emprenedors per part dels organismes municipals que existeixen a la comarca d'Osona.

D'aquestes dones, cal esmentar dues circumstàncies especials:

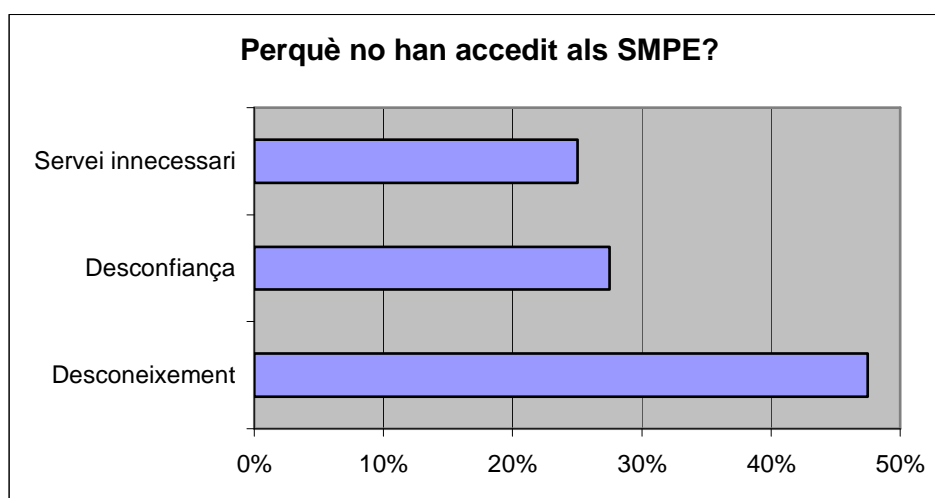
- Una desena part no varen continuar la relació d'assessorament després de la primera visita; es tracta, en tots els casos, de dones immigrants i els motius d'haver interromput aquest servei d'assessorament es descriuran a la part de l'estudi dedicada a aquest col·lectiu.
- Un 25% d'aquestes dones varen triar l'opció d'assessorar-se per dues vies: l'SMPE, complementat per alguna gestoria o advocat de la comarca.

Unes altres emprenedores varen triar l'opció d'assessorar-se únicament en alguna entitat privada, tipus gestoria o bé col·legi professional (en concret, el de metges).

A les emprenedores que no han emprat els SMPE, els hem demanat les raons. Les respostes han estat les següents:

Perquè no han accedit a cap SMPE?	
Perquè no sabia que existia	47,50%
Perquè no creia que fos de gaire utilitat	27,50%
Altres (servei innecessari)	25,00%
	100,00%

Font: elaboració pròpia



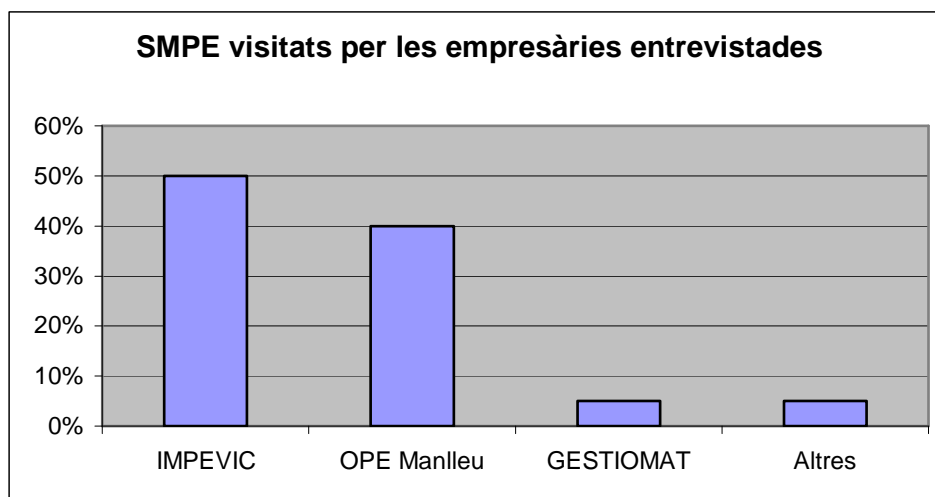
Deixant de banda els motius, com ara el desconeixement (47,5%) o la desconfiança (27,5%), el 25% d'emprenedores que confessen altres raons per no accedir als SMPE de la comarca d'Osona expliquen que en els seus casos no necessitaven rebre aquests serveis perquè eren dones formades en gestió empresarial, o bé perquè tenien molta experiència en el negoci que engegaven, o bé perquè no requerien grans capitals per emprendre el negoci (baix risc); amb altres paraules, van considerar el servei innecessari per als seus casos particulars.

Fixem-nos ara en les que sí que han estat usuàries d'algun SMPE: pel que fa als serveis municipals que han visitat, han estat els següents:

SMPE visitats per les emprenedores entrevistades	
IMPEVIC	50%
OPE Manlleu	40%
GESTIOMAT	5%
Altres ²²	5%
	100%

Font: elaboració pròpia

22. Una de les emprenedores entrevistades va visitar les oficines de la Mancomunitat La Plana, organisme supramunicipal que té com a competències serveis com joventut, serveis socials, recollida de residus o serveis funeraris, però que no s'ocupa de promoció econòmica. L'empresària no va quedar satisfeta de l'assessorament rebut; potser el que sobta és que no la derivessin cap al Servei de Promoció Econòmica i Ocupació d'Osona Sud-Alt Congost, que és el que li pertocaria per l'àmbit territorial al qual pertany.

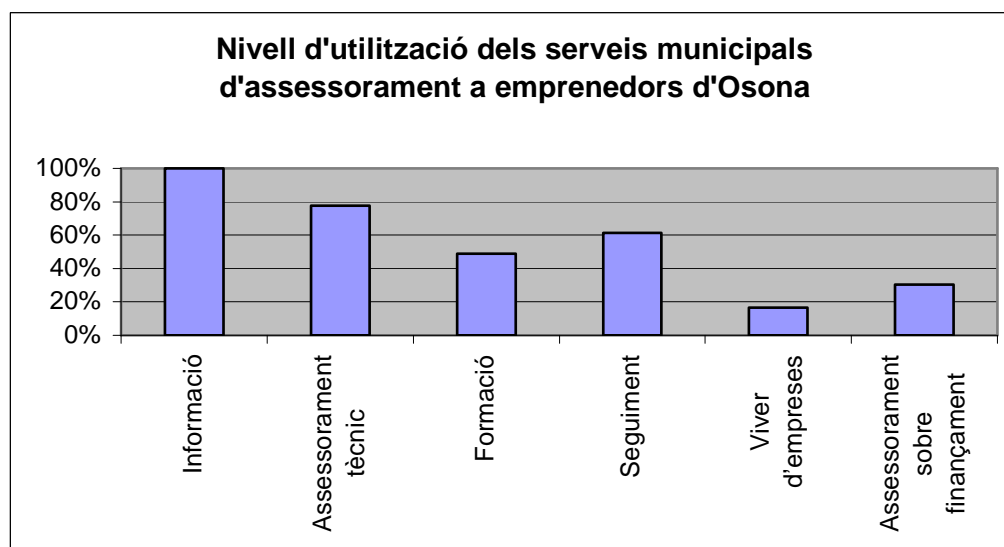


Prestacions rebudes dels SMPE i valoració

Pel que fa a les prestacions que han rebut les empresadores osonenques dels SMPE i la valoració que en fan, disposem de les següents dades:

Prestacions dels SMPE rebudes per les empresadores, i valoració		
	% d'usuàries	Valoració
Informació (tràmits creació empresa, etc.)	100%	7,8
Assessorament tècnic	77,5%	8,1
Formació	49%	8,6
Seguiment (Acompanyament primer any)	61,5%	8,3
Viver d'empreses	16,5%	8
Assessorament sobre finançament	30,5%	7,2

Font: elaboració pròpia



De totes les usuàries dels SMPE que han estat entrevistades, tan sols un 15,6% estan insatisfetes amb la qualitat del servei d'assessorament que han rebut. En algun cas —ja comentat amb anterioritat—, l'empresària es va adreçar a un

organisme no especialitzat en aquestes qüestions. En algun altre cas, l'empresària va ser aconsellada des de l'SMPE que optés per una forma jurídica de societat mercantil que no va trobar adient, de manera que la prestació del servei va concloure. D'altres es queixen de l'excessiva burocràcia que cal per aconseguir algun ajut i la lentitud de tot el procés (elaboració del pla d'empresa, etc.).

La resta de dones valoren molt positivament el servei en sentit ampli. Totes han accedit a la informació sobre els tràmits per a la creació de l'empresa, la forma jurídica, etc. La qualificació mitjana que donen a aquest vessant del servei és de 7,8 punts.

Un 77,5% ha rebut assessorament tècnic per a l'elaboració del Pla d'Empresa, que valora amb 8,1 punts.

El 49% ha accedit a la formació prestada des dels SMPE i la valora amb 8,6 punts.

El 61,5% ha rebut el servei de seguiment o acompanyament durant el primer any de vida de l'empresa, el qual ha estat valorat amb una qualificació mitjana de 8,3 punts.

El 16,5% de les usuàries dels SMPE ha pogut accedir als serveis municipals de viver d'empreses (cal tenir en compte que no totes les empreses hi poden accedir, ja que moltes requereixen o bé un local comercial, o bé una nau industrial). Aquest servei ha rebut la qualificació de 8 punts.

Finalment, el servei d'assessorament per aconseguir finançament ha estat rebut per un 30,5% de les usuàries i valorat amb 7,2 punts.

Acompanyament durant el primer any i principals dificultats

El 36% de les dones assessorades als SMPE que no han rebut el servei d'acompanyament l'haurien volgut rebre. La resta considera que no ho ha necessitat.

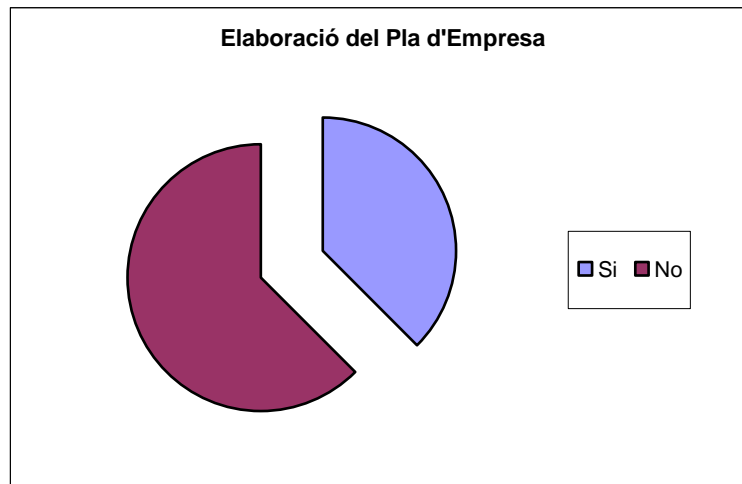
Els aspectes en els quals s'han trobat més perdudes durant els primers anys de vida de l'empresa són les qüestions financeres, els aspectes burocràtics de relacions amb les administracions públiques (permisos, etc.) o la comptabilitat de l'empresa.

Elaboració del Pla d'Empresa

Després de demanar a les emprenedores entrevistades si varen elaborar un pla d'empresa del seu negoci abans d'iniciar l'activitat, les respostes obtingudes han estat les següents:

Elaboració del Pla d'Empresa	
Sí	37,6%
No	62,5%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia



Com a primer comentari, cal dir que és, si més no, sorprenent el baix percentatge d'emprenedores que han elaborat el pla d'empresa abans de posar-la en marxa.

Les emprenedores que van elaborar un pla d'empresa abans de crear-la (37,5%) expliquen la gran utilitat d'aquesta eina, ja que gràcies a ella s'han pogut qüestionar les dificultats i les estratègies en el moment oportú. Alguna comenta que el pla d'empresa ha estat més útil del que es pensava en un principi perquè l'ha obligat a prendre decisions de les quals no era conscient fins aquell moment.

Entre altres, les dones entrevistades subratllen els següents avantatges:

- Definició dels objectius de creixement.
- Fa planificar les despeses i, per tant, els ingressos mínims a assolir (viabilitat del negoci).
- Establiment de les metodologies de treball.
- Clarifica la idea del negoci, la projecta i la concreta.
- Adaptació de les previsions inicials de creixement.
- Permet definir el tipus de client o sector al qual cal adreçar-se.

Pel que fa a les emprenedores que no van elaborar un pla d'empresa, els hem demanat si creuen que d'haver-ho fet s'haurien estalviat algun problema o complicació. Les dones ens han respost de diverses maneres:

- Algunes argumenten que coneixien perfectament el sector en el qual creaven l'empresa (o bé perquè ja hi havien treballat abans, o bé perquè el coneixien per l'entorn familiar) i, per tant, estan convençudes que no els hauria estat de gaire utilitat.
- En altres casos, manifesten dubtes i creuen que, tal vegada, en cas d'haver-lo fet haurien gaudit de major seguretat en el temps que porten amb el negoci en marxa.
- Finalment, hi ha una part de les emprenedores que estan convençudes de la decisió i opinen que l'elaboració del pla d'empresa únicament hauria provocat un alentiment en l'obertura del negoci.

Principals dificultats en la creació de l'empresa

Hem demanat a les emprenedores que facin una valoració de quines creuen que han estat per a elles les principals dificultats en la **creació** de l'empresa (des del moment de prendre la decisió d'emprendre fins al procés de donar d'alta l'empresa). Les opinions que hem rebut són les següents:

	Valoració ²³
Obtenció d'informació	7,2
Tràmits burocràtics	6,1
Elaboració del pla d'empresa i de finançament	6,6
Suport de l'entorn familiar i/o social	9
Coneixement del sector	8,3
Coneixement de la competència	8,5
Coneixement del mercat o territori	7,4

Font: elaboració pròpia

D'acord amb les mitjanes que hem obtingut de les respostes de les emprenedores, podríem concloure que els aspectes en què aquestes dones han trobat majors dificultats han estat els tràmits burocràtics de creació de l'empresa. En aquest sentit, es queixen del fet d'haver de realitzar gestions per a administracions diverses (Ajuntament, Generalitat de Catalunya i Administració de l'Estat Espanyol) i ho consideren una complicació innecessària que es podria millorar amb la ja famosa «finestreta única» (especialment, si parlem de microempreses).

Pel que fa a l'elaboració del pla d'empresa, a l'obtenció d'informació o al coneixement del mercat, consideren que han patit algunes dificultats.

Finalment, analitzant la resta de factors qüestionats, podem afirmar que coneixien la competència i el sector on emprenien, i que l'entorn social —familiar els ha donat força suport en la seva decisió.

Principals dificultats en l'engegada de l'empresa

Tanmateix hem preguntat a les emprenedores quines creuen que han estat les principals dificultats en l'**engegada** de l'empresa, referint-nos a les que han trobat durant el primer any de vida del negoci.

	Valoració ²⁴
Obtenció de finançament per a la inversió inicial	7,7
Localització del local de negoci	8,4
Nivell de formació	9,1
Nivell de coneixement del sector	8,8
Grau d'acompanyament en l'assessorament	7,1
Dificultat per anar augmentant les vendes	6,4

Font: elaboració pròpia

23. Noteu la valoració de l'1 al 10: 1 = Moltes dificultats; 10 = Cap dificultat.

24. Noteu la valoració de l'1 al 10: 1 = Moltes dificultats; 10 = Cap dificultat.

Així, doncs, veiem que els majors entrebancs que han viscut durant el procés de posada en marxa del negoci han estat: el fet d'aconseguir la seva quota de mercat (mantenir-la i millorar-la), així com la manca de finançament i d'acompanyament.

La localització del local de negoci o el nivell de coneixement del sector són els aspectes que apareixen a continuació en el grau de dificultat.

Per acabar, l'aspecte que les entrevistades valoren menys limitador per a l'engegada de l'empresa es refereix al de la pròpia formació, ja que consideren que no els ha suposat obstacles destacables.

Factors que expliquen la supervivència o l'èxit de l'empresa

Per acabar el qüestionari, hem demanat a les entrevistades que valorin quins són els factors clau responsables del fet que l'empresa sobrevisqui o creixi, passats els anys.

	Valoració ²⁵
Coneixement del producte o sector	9,5
Formació personal	9,1
Haver disposat del finançament necessari	8,7
Ubicació del local de negoci	8
El territori	6,9
El mercat	8,5
La innovació del producte o servei	7,5
L'assessorament rebut	5,8
Altres	(*)

Font: elaboració pròpia

Les emprenedores responen clarament a la qüestió: el factor clau del manteniment del negoci es basa en el coneixement de l'empresària del producte o sector en el qual treballa (fet que està lligat amb el següent aspecte: la formació).

També el mercat al qual es dirigeixen, disposar de finançament suficient, la ubicació del local de negoci o el grau d'innovació del seu producte o servei, apareixen com a aspectes rellevants.

En canvi, el territori en el qual estan ubicades o l'assessorament rebut són els aspectes que consideren menys explicatius.

(*) Dins l'opció «Altres» algunes emprenedores han destacat la professionalitat i la motivació com a veritables motius d'èxit per a les seves empreses.

25. Noteu la valoració de l'1 al 10: 1 = Factor irrellevant; 10 = Factor fonamental

5 Estudi qualitatiu de l'emprenedoria femenina immigrant a Osona

En el present capítol de l'estudi ens centrarem en l'anàlisi de les respostes que hem rebut per part de les emprenedores immigrants d'Osona alhora que, on correspongui, les anirem comparant amb les que ens han donat les autòctones.

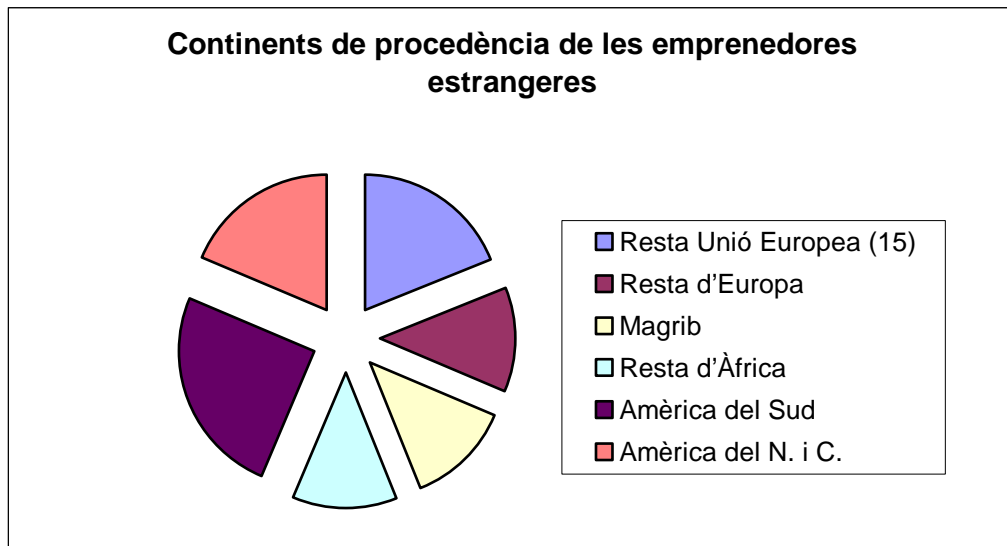
5.1 Descripció de les emprenedores immigrades

De la mateixa manera que hem fet en el capítol anterior per al col·lectiu d'emprenedores d'Osona que hem entrevistat, ara és el moment de descriure el perfil humà de les dones immigrades, comparant-les amb les autòctones: nacionalitat, edat, any d'arribada, nivell d'estudis, estat civil, nombre de fills, municipis de residència, llengua materna i domini del català i castellà.

Nacionalitat

Continentes i països de procedència de les emprenedores immigrants entrevistades		
Continentes	Països	%
Resta Unió Europea (15):	França	12,50%
	Regne Unit	6,25%
Resta d'Europa:	Rússia	6,25%
	Lituània	6,25%
Magrib:	Marroc	12,50%
Resta d'Àfrica:	Ghana	6,25%
	Nigèria	6,25%
Amèrica del Sud:	Colòmbia	18,75%
	Argentina	6,25%
Amèrica del N. i C.:	Mèxic	12,50%
	República Dominicana	6,25%
Àsia i Oceania:		0,00%
Total		100,00%

Font: Elaboració pròpia



Respecte del quadre anterior, caldria fer alguns comentaris:

- Tres de les entrevistades gaudeixen de la doble nacionalitat (l'espanyola i la del país de procedència), gràcies als anys que fa que resideixen entre nosaltres, o bé al fet de tenir avantpassats de l'Estat Espanyol.
- L'empresària provinent de la República Argentina també té doble nacionalitat (en aquest cas la italiana pel mateix fet que comentàvem abans dels avantpassats oriünds d'aquest país europeu).
- Lamentablement no hem aconseguit entrevistar cap de les emprenedores asiàtiques que s'han establert a la comarca d'Osona, malgrat els nostres intents. Es tracta d'un col·lectiu força tancat i autosuficient amb el qual és difícil l'intercanvi d'informacions. Queda pendent, per a futures recerques, el contactar-hi, ja que es tracta d'un col·lectiu significatiu a causa del seu elevat esperit emprenedor.
- Un 18,75% de les estrangeres entrevistades són dones provinents de països que pertanyen a la Unió Europea dels 15 (França i Regne Unit). L'estudi l'hem realitzat amb la plena consciència que aquestes dones es troben amb les mateixes dificultats que pot tenir una empresària autòctona, però en cap cas tindrà problemes derivats de l'aplicació de la llei d'estrangeria, com és el cas de les immigrades extracomunitàries.

Edat

Edat mitjana de les emprenedores entrevistades	
Immigrants	38 anys
Autòctones	37 anys

Font: Elaboració pròpia

Es comprova, doncs, que la mitjana d'edat de les emprenedores se situa en el tram que podríem anomenar de maduresa dins el cicle vital, així com el fet que les emprenedores immigrants que hem entrevistat són, de mitjana, un any més grans que les autòctones.

Any d'arribada a Osona o a Espanya

De mitjana fa 10,5 anys que les emprenedores ètniques varen arribar al nostre país.

Anys de residència al territori	
Menys de 10 anys	56,25%
Entre 10 i 20 anys	31,25%
Més de 20 anys	12,50%
Total	100,00%

Font: Elaboració pròpia

Així, doncs, la majoria d'estrangeres que han posat en marxa un negoci fa menys de 10 anys que resideixen al nostre país. L'autoocupació constitueix una sortida a la situació de precarietat laboral.

Nivell d'estudis

Nivell d'estudis de les emprenedores entrevistades		
	Immigrades	Autòctones
No sap llegir ni escriure	-	-
Primaris inacabats. Sap llegir i escriure	-	-
Primaris. Certificat Escolar	12,50%	-
Graduat Escolar. ESO inacabat	-	6,25%
ESO. FP I	18,75%	12,50%
Cicles Formatius de Grau Mitjà. FP II	-	12,50%
Batxillerat. BUP. COU	25,00%	12,50%
Cicles Formatius de Grau Superior. Diplomatures. Enginyeries Tècniques. Magisteri. Aparelladors	18,75%	12,50%
Llicenciatures. Escoles Tècniques Superiors. Doctorats	25,00%	43,75%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia

A partir de la informació recollida en aquest darrer quadre, podríem qualificar el nivell d'estudis de les emprenedores estrangeres de mitjà, ja que el 43,75% ha fet estudis universitaris (entre ensenyaments de grau mitjà i grau superior). La resta ha cursat estudis primaris o secundaris.

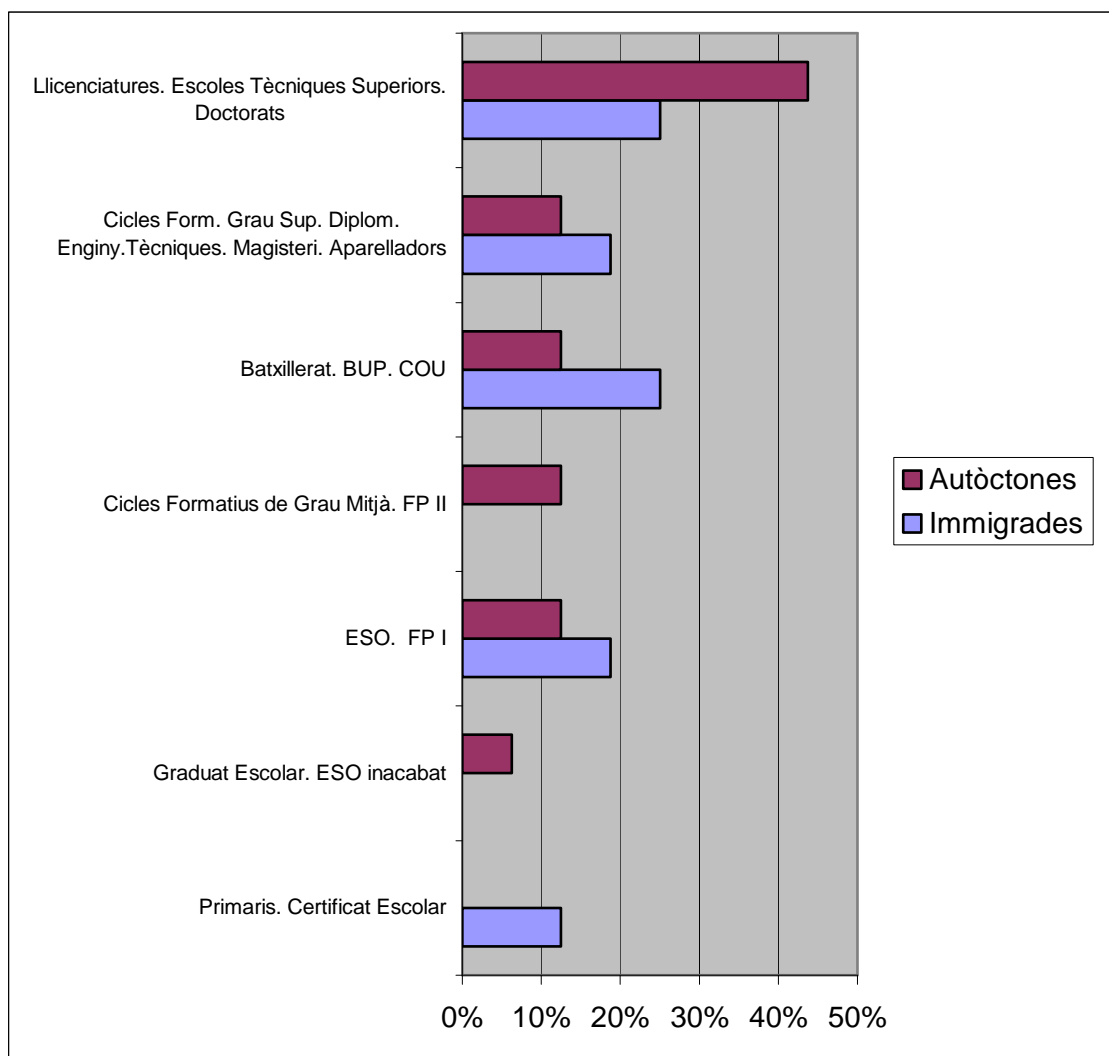
Entre les diverses llicenciatures cursades per les emprenedores immigrades, tenim metgesses, filòlogues o sociòlogues. Entre els ensenyaments universitaris de grau mitjà hi ha mestres, restauradores i diplomades en ciències empresarials o turisme.

En aquest punt caldria constatar que el 57% de les dones immigrades que han cursat estudis superiors no els apliquen a l'objecte del seu negoci (o bé per voluntat pròpia, o bé perquè no ho poden fer a causa de la impossibilitat d'homologació d'ensenyaments entre països).

També volem destacar que les dones que han cursat el batxillerat (un 25%), tenen estudis superiors iniciats i no acabats.

Si comparem el nivell d'estudis d'immigrades i autòctones (vegeu gràfica següent), es pot comprovar que:

- El nivell d'estudis mínim de les autòctones és el graduat escolar, mentre que un 12,5% de les immigrades només tenen estudis primaris.
- Les dones autòctones amb estudis universitaris superiors (43,75%) superen sobradament les immigrades (25%).
- En canvi, les immigrades amb batxillerat cursat i ensenyaments universitaris mitjans (43,75%) són força superiors a les autòctones (25%).



Estat civil

Estat civil de les emprenedores entrevistades		
	Immigrades	Autòctones
Solteres	-	37,50%
Casades o viuen en parella	93,75%	62,50%
Divorciades	6,25%	-
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia

Segons es pot comprovar, és major el pes de les dones casades dins el col·lectiu de les immigrades que en el de les autòctones.

Nombre de fills

Nombre mitjà de fills de les emprenedores entrevistades	
Immigrants	1,8 fills
Autòctones	0,9 fills

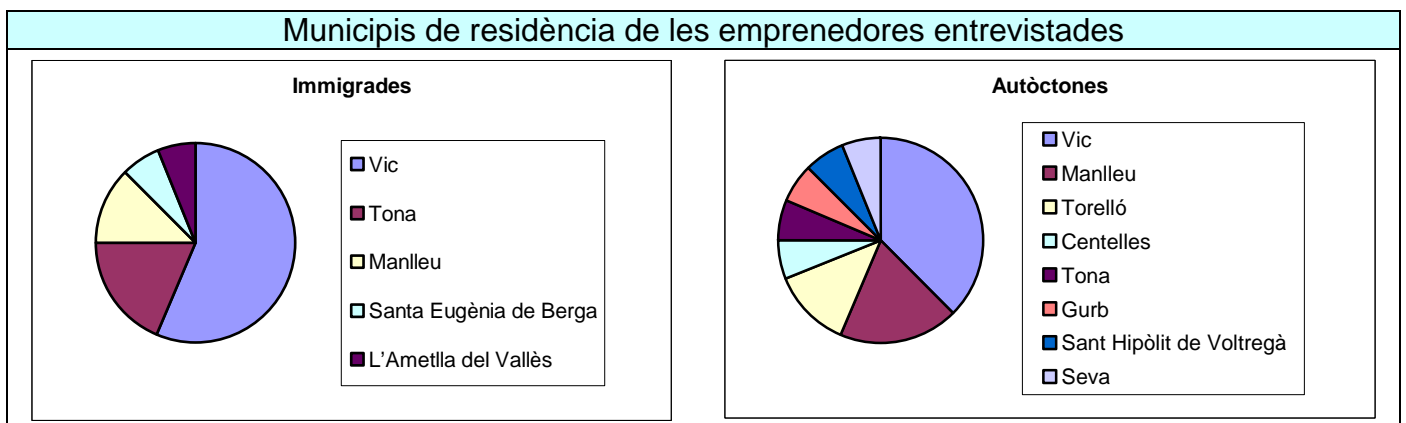
Font: Elaboració pròpia

S'observa que les immigrants tenen —de mitjana— el doble de fills que les autòctones.

Municipis de residència

Municipis de residència de les emprenedores			
Immigrades		Autòctones	
Vic	56,25%	Vic	37,50%
Tona	18,75%	Manlleu	18,75%
Manlleu	12,50%	Torelló	12,50%
Santa Eugènia de Berga	6,25%	Centelles	6,25%
L'Ametlla del Vallès	6,25%	Tona	6,25%
		Gurb	6,25%
		Sant Hipòlit de Voltregà	6,25%
		Seva	6,25%
Total	100,00%	Total	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Segons el quadre, s'observa que pel que fa als municipis de residència de les emprenedores, existeix una major dispersió en el cas de les autòctones que en el de les immigrades: les dones estrangeres que han col·laborat en l'estudi resideixen en un total de 5 municipis, mentre que les autòctones, en 8. D'altra banda, cal dir que el 87,5% de les immigrants entrevistades es concentren en tres municipis (Vic, Manlleu i Tona), mentre que en el cas de les autòctones arribem al mateix percentatge recollint les emprenedores que viuen en sis municipis diferents.

Llengua materna

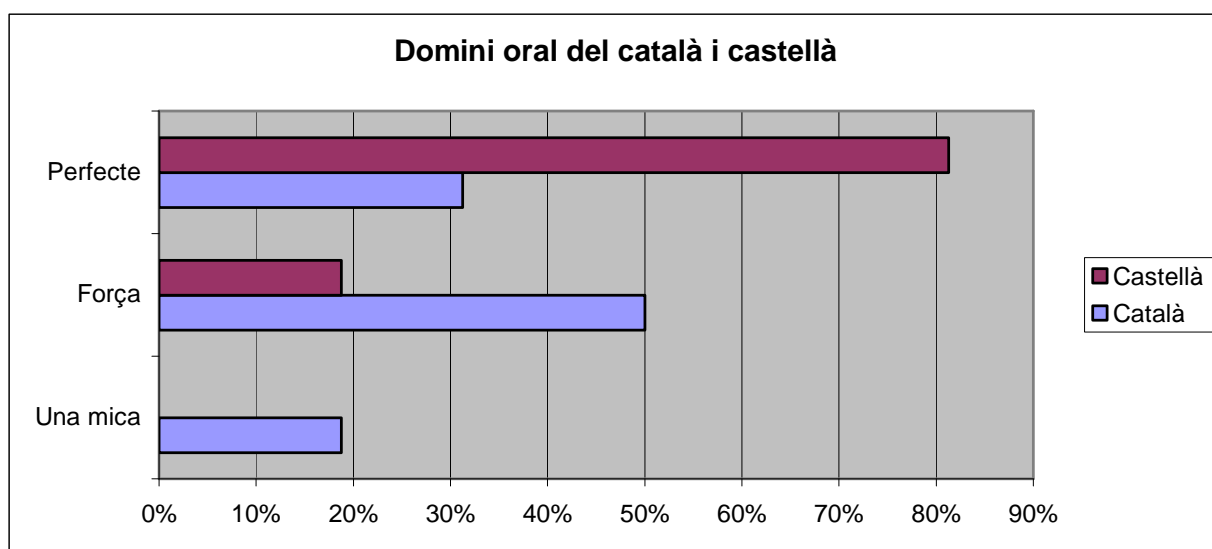
Llengua materna de les emprenedores immigrades	
Espanyol	43,75%
Francès	18,75%
Anglès	12,50%
Lituà	6,25%
Rus	6,25%
Amazic	6,25%
Germà (país)/Hanssa (ètnia)	6,25%
Total	100,00%

Elaboració: Font pròpia

Domini del català i castellà parlats. Necessitat per al negoci

Domini oral del català i castellà		
	Català	Castellà
Nul	-	-
Una mica	18,75%	-
Força	50,00%	18,75%
Perfecte	31,25%	81,25%
Total	100,00%	100,00%

Elaboració: Font pròpia



Per tant, podem afirmar que, pel que fa al domini oral del català, el nivell és relativament alt, ja que el 80% de les emprenedores immigrades afirma que el parla força o perfectament.

Amb el castellà el grau de domini és major, ja que el 100% de les entrevistades afirma que el parla força o perfectament.

Pel que fa a la necessitat de conèixer el català i el castellà per tirar endavant el negoci, hem demanat a les dones immigrades que ens valorin la importància que creuen que té el fet de dominar aquestes llengües per a la bona evolució de l'empresa. Les qualificacions obtingudes són les següents:

Valoració de la necessitat de conèixer les llengües per al negoci ²⁶	
Català	8,5
Castellà	8,3

Elaboració: Font pròpia

Així, doncs, les emprenedores immigrades d'Osona donen una lleugera importància addicional al fet de parlar correctament el català, tot i que la qualificació per a totes dues llengües és molt elevada. Entenen que l'acceptació del mercat osonenc serà més fàcil si poden adreçar-se a les persones a qui atenen en la seva llengua materna, el català, alhora que tenen assimilat que es tracta d'una via directa per a la integració.

26. Noteu la valoració de l'1 al 10: 1 = Poc necessari; 10 = Molt necessari

5.2 Descripció de les empreses creades per estrangeres

En aquest segon apartat dedicat a les emprenedores estrangeres fem una aproximació a les empreses que han creat, amb la descripció de diversos aspectes relacionats amb l'antiguitat, les formes jurídiques, les dimensions de l'empresa, els sectors d'activitat, el mercat, la internacionalització o el grau d'utilització de les noves tecnologies comparats amb els que presenten les autòctones.

Any de creació

Pel que fa a l'antiguitat de les empreses entrevistades, cal dir que la mitjana és de 2,9 anys d'existència, la qual cosa ens indica que majoritàriament han superat els inicis, especialment crítics .

Pel que fa a les emprenedores autòctones, la mitjana d'antiguitat de les seves empreses és de 3 anys, xifra molt similar a la de les dones immigrades.

Forma jurídica

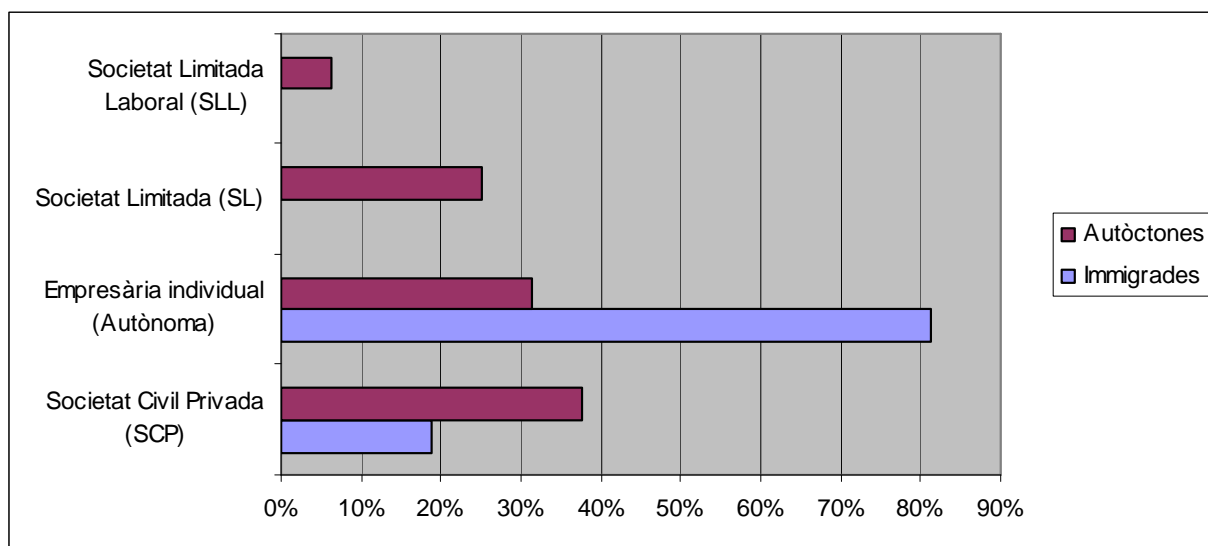
Formes jurídiques de les empreses		
	Immigrades	Autòctones
Societat Civil Privada (SCP)	18,75%	37,50%
Empresària individual (Autònoma)	81,25%	31,25%
Societat Limitada (SL)	-	25,00%
Societat Limitada Laboral (SLL)	-	6,25%
Societat Anònima (SA)	-	-
Societat Anònima Laboral (SAL)	-	-
Societat Cooperativa	-	-
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia

Així, doncs, la forma jurídica de major èxit entre les immigrades és la de l'empresària individual (autònoma), opció triada per més del 80% dels casos.

A continuació, la resta de dones que han optat per associar-se amb altres persones, han triat totes com a forma jurídica la Societat Civil Privada, amb un 18,75% dels casos.

Finalment, caldria comentar que cap de les emprenedores entrevistades no ha triat cap altra forma jurídica per crear la seva empresa.



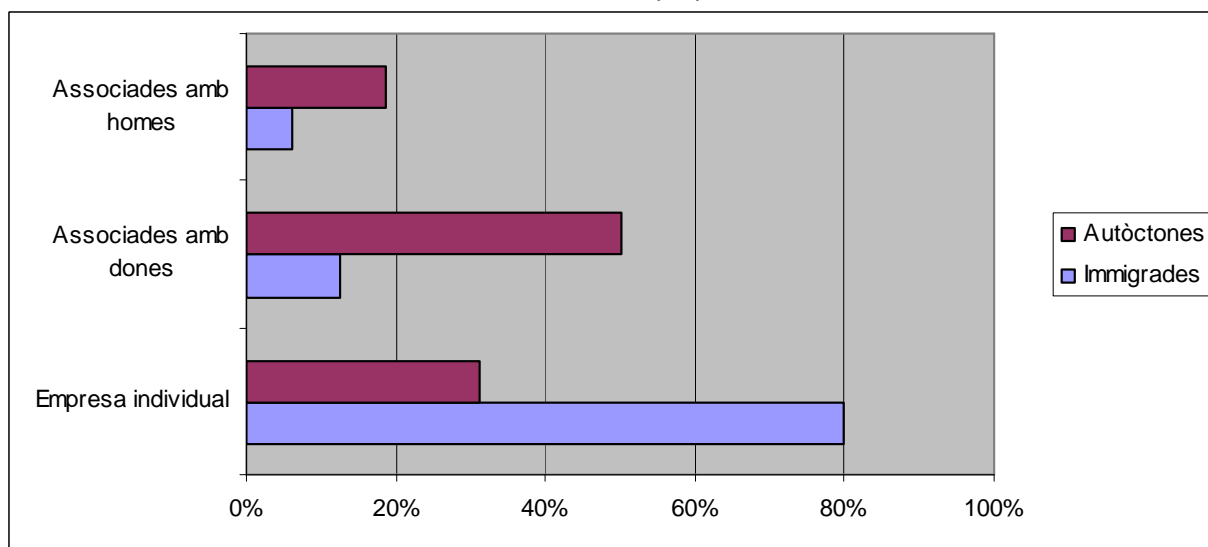
Comparant els dos col·lectius analitzats, podem observar que les emprenedores autòctones diversifiquen en major mesura els diferents tipus de formes jurídiques per les quals opten (SCP, autònomes, SL o SLL), mentre que les immigrades es concentren en emprenedores individuals —especialment— i SCP.

Mentre que el 80% de les estrangeres emprenen en solitari, quasi el 70% de les autòctones emprenen amb algun tipus de societat.

Nombre de socis

Socis de les emprenedores entrevistades		
	Immigrades	Autòctones
Empresa individual	81,25%	31,25%
Associades amb dones	12,50%	50,00%
Associades amb homes	6,25%	18,75%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Més del 80% de les emprenedores immigrades entrevistades han triat l'opció d'endegar el negoci en solitari, el 12,5% s'ha associat amb altres dones i la resta, un 6,25%, ha preferit associar-se amb algun home.

Per tant, sembla que la preferència majoritària de les dones estrangeres sigui la d'emprendre en solitari, sense compartir l'experiència i el risc amb altres socis.

Aquest tret difereix força de la manera d'actuar de les autòctones, les quals en un 50% han engegat l'empresa associant-se amb altres dones. D'altra banda, el percentatge d'autòctones que emprenen en solitari (31,25%) és força inferior al de les immigrades (81,25%).

Pel que fa a la mitjana de socis que tenen les dones entrevistades, cal dir que les autòctones presenten 0,75 socis per empresa, mentre que les immigrades 0,18.

Així, doncs, i com ja es podia intuir pel nombre d'emprenedores individuals que hi ha, a l'hora d'emprendre el tarannà associatiu de les immigrades és molt menor que el de les autòctones.

Càrrec que ocupen a l'empresa

Les entrevistades defineixen el càrrec que ocupen a l'empresa de diverses maneres:

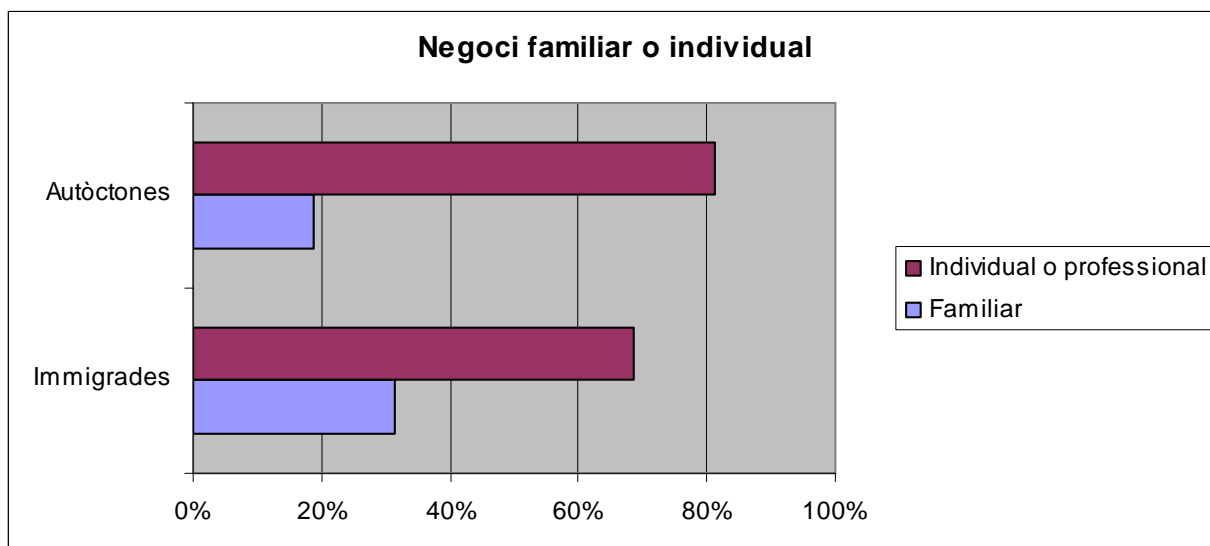
Càrrec que ocupen les emprenedores			
Immigrades		Autòctones	
Titular	50,00%	Titular	43,75%
Sòcia empresària	18,75%	Sòcia empresària	25,00%
Sòcia treballadora	25,00%	Cap d'Administració de l'empresa	12,50%
Propietària	6,25%	Directora Tècnica i Comercial	6,25%
		Gerent	6,25%
		Directora Àrea Comercial	6,25%
Total	100,00%	Total	100,00%

Font: Elaboració pròpia

Negoci familiar o Individual

Negoci familiar o bé individual/professional		
	Immigrades	Autòctones
Familiar	31,25%	18,75%
Individual o professional	68,75%	81,25%
Total	100,00%	100,00%

Elaboració: Font pròpia



El pes dels negocis familiars és superior entre el col·lectiu de les emprenedores estrangeres (31,25%), en comparació amb el de les autòctones (18,75%).

Municipi on s'ubica el negoci

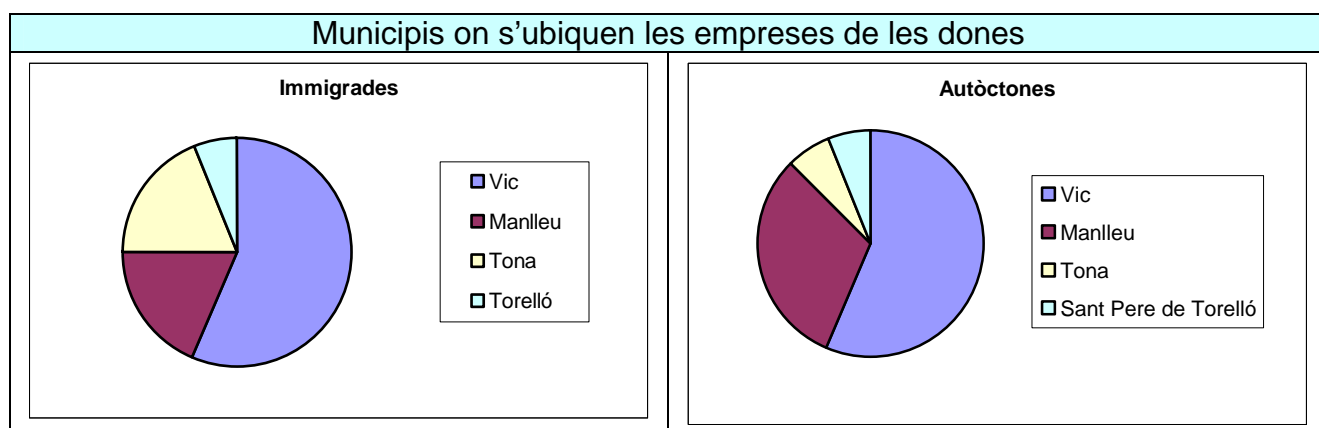
Municipis on s'ubiquen les empreses de les dones		
	Immigrades	Autòctones
Vic	56,25%	56,25%
Manlleu	18,75%	31,25%
Tona	18,75%	6,25%
Torelló	6,25%	-
Sant Pere de Torelló	-	6,25%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia

Més de la meitat de les emprenedores immigrants entrevistades tenen ubicada l'empresa a Vic, en concret un 56,25%.

El 18,75% ha situat el negoci a Manlleu; el mateix percentatge correspon a les emprenedores estrangeres instal·lades a Tona i, finalment, el 6,25% s'ubica a Torelló.

D'altra banda, el 75% de les immigrades han engegat el negoci al mateix municipi en el que resideixen, mentre que només el 56,25% de les autòctones ho ha fet.

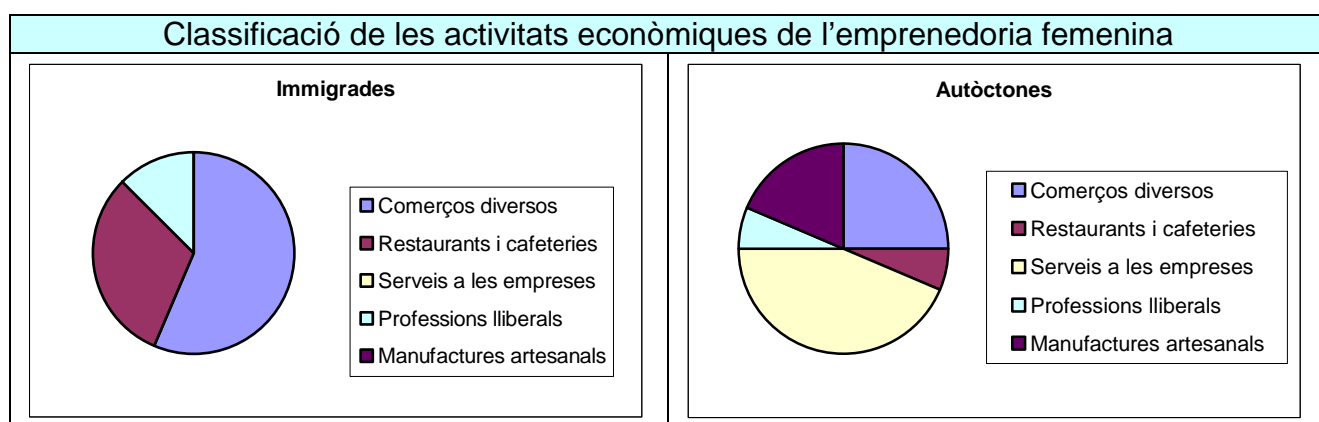


Sector econòmic de l'activitat

El 100% de les empreses creades per dones immigrades són del sector serveis. En comparar aquesta distribució amb les empreses de les dones autòctones, constatem que aquestes darreres diversifiquen en major mesura les activitats econòmiques que les estrangeres. A destacar el 43,75% d'empresadores autòctones dedicades a prestar serveis a altres empreses (mentre que no hi ha cap immigrada que s'hi dediqui), o bé el 18,75% que han engegat una empresa manufacturera (activitat en la qual tampoc trobem cap estrangera).

Classificació de les activitats de les empresadores entrevistades		
	Immigrades	Autòctones
Establiments comercials diversos	56,25%	25,00%
Restaurants i cafeteries	31,25%	6,25%
Serveis a les empreses	-	43,75%
Professions lliberals	12,50%	6,25%
Manufactures artesanals	-	18,75%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



En el quadre següent, detallem les diverses activitats que desenvolupen les empresadores immigrants d'Osona que han col·laborat en el present treball:

Activitat econòmica de les emprenedores immigrants entrevistades	
1	Restaurant. Menjar colombià i català.
2	Perruqueria africana i europea.
3	Servei professional nutricionista.
4	Botiga de roba de moda de vestir i esport; complements (per a home i dona).
5	Comerç de llaminadures al detall, encàrrecs i regals per a festes i actes socials.
6	Cafeteria, restaurant.
7	Comerç de productes alimentaris russos.
8	Pastisseria i forn de pa artesanal, amb obrador al mateix local de negoci.
9	Escola d'ensenyament de la llengua anglesa.
10	Comerç just: artesanía, alimentació.
11	Cafeteria, entesa com a servei social: punt de trobada de grups de dones, d'associacions locals, exposicions i també com a punt educatiu. Utilitzen productes naturals a la cafeteria i en el càtering per encàrrec d'alguns actes. A més a més, importa vainilla natural de Mèxic, que distribueix per restaurants i gelateries de nivell.
12	Cafeteria. Disposa de racó d'Internet, 2 ordinadors i diverses taules de billar.
13	Perruqueria i estètica. Perruqueria llatina.
14	Locutori. Internet, enviament de diners via Internet, fotocòpies i altres materials.
15	Restauració, pizzeria.
16	Importació (d'Anglaterra i França) i comercialització de sabons naturals, cremes corporals, complements de bany, ambientadors, tot natural.

Així, doncs, el 100% de les empreses d'estrangeres entrevistades s'ubiquen en el sector serveis. A l'hora d'agrupar les diverses activitats terciàries, proposem la següent classificació:

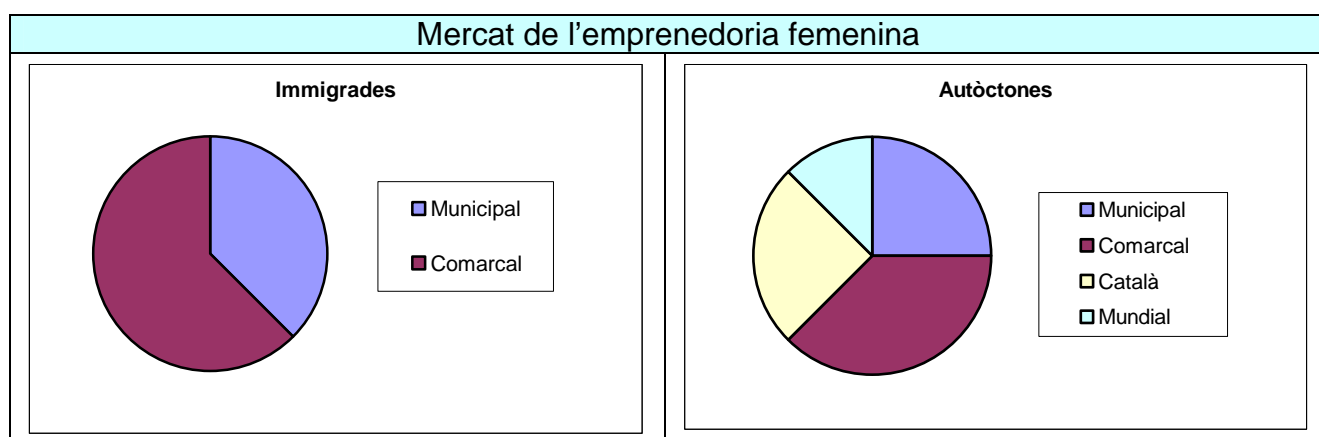
Classificació d'activitats terciàries de les immigrants entrevistades	
Restaurants i cafeteries	31,25%
Botigues d'aliments	25,00%
Perruqueries	12,50%
Nutricionistes	6,25%
Escoles d'idiomes	6,25%
Locutoris	6,25%
Botigues de roba	6,25%
Botigues de sabons	6,25%
Total	100,00 %

Per tant, el pes dels restaurants i bars és el que més destaca de l'anterior classificació, així com les botigues dedicades a diferents tipus d'aliments.

Àmbit territorial del mercat

Mercat de les emprenedores d'Osona entrevistades		
	Immigrades	Autòctones
Municipal	37,50%	25,00%
Comarcal	62,50%	37,50%
Català	-	25,00%
Mundial	-	12,50%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



El 37,5% de les emprenedores estrangeres que han respost el qüestionari treballen per a un mercat d'àmbit municipal. La resta, el 62,5%, afirma que l'àmbit de comercialització dels seus productes és comarcal.

Podem comprovar que cap d'aquestes empreses no comercialitza a nivell català, ni tampoc ha internacionalitzat la prestació dels seus serveis.

Els àmbits territorials dels mercats de les empreses d'immigrades contrasten amb els de les autòctones, un 25% de les quals treballa per al mercat català, i un 12,5% per al mercat mundial.

Com a conclusió, podem afirmar que mentre que les autòctones es diversifiquen en mercats per a la comercialització, les estrangeres es limiten al municipi i a la comarca per fer negocis.

Tipus de producte i tipus de mercat

Recordem que, quan hem analitzat l'opinió dels SMPE sobre l'emprenedoria femenina immigrant, una part del qüestionari els demanava que completessin el quadre de doble entrada dissenyat per Ambrosini i Schellenbaum (1994) que quantifica el tipus de producte i de mercat —ètnic o no ètnic— en el qual emprenen aquestes dones a Osona, tenint en compte, tanmateix, el continent de procedència. Ha arribat el moment de contrastar aquestes impressions amb la realitat de les emprenedores entrevistades.

Caldria comentar, abans, que per a l'elaboració del quadre sobre la tipologia de l'autoocupació immigrant a Osona no hem inclòs les estrangeres que provenen

de la Unió Europea, ja que la distinció entre ètnic i no ètnic no té sentit per a aquest col·lectiu.

Tanmateix, en la classificació del tipus de mercat hem tingut en compte la clientela a qui s'adreça l'empresària (deixant de banda el fet de si, a la pràctica, la població no ètnica també és clienta).

Emprenedores immigrades entrevistades		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	Negocis Ètnics 19%	Negocis Exòtics 19%
	No ètnic	Intermediaris de serveis 8%	Negocis Oberts 54%

Elaboració: Font pròpia

Així, doncs, el 54% de les dones entrevistades regenten negocis oberts, ja que ofereixen productes no ètnics i s'adrecen també a la clientela no ètnica (consulta nutricionista o botiga de roba per a home i dona).

En el 19% dels casos les dones ofereixen un producte ètnic i s'adrecen a un mercat no ètnic: restaurant llatí, perruqueries africana o llatina o pastisseria àrab, per posar alguns exemples.

D'altra banda, el 19% dels negocis són ètnics, tant en producte com en mercat.

Finalment, el 8% de les emprenedores ofereix un producte no ètnic i s'adreça a un mercat ètnic.

Així, doncs, existeix major nombre de negocis oberts dels que des dels SMPE es creu (el pes d'aquests negocis és un 20% més elevat del que es deia en l'apartat 3.3.9).

Si analitzem aquestes distribucions per continent de procedència, obtenim els següents resultats:

Emprenedores Resta Europa		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	25%	0%
	No ètnic	25%	50%

Elaboració: Font pròpia

Un 25% de les emprenedores provinents de la resta d'Europa ofereixen un producte ètnic (delicatessen russes) i s'adrecen al mercat ètnic. Un altre 25% són intermediàries de serveis. Finalment, el 50% restant es refereix al cas d'un negoci obert: tant el mercat com el producte —en aquest cas, un servei— són no ètnics (consulta metgessa nutricionista).

Emprenedores Magribines		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	25%	25%
	No ètnic	0%	50%

Elaboració: Font pròpia

Un 25% de les emprenedores magribines ofereixen un producte ètnic i s'adrecen al mercat ètnic. Un altre 25% tenen negocis exòtics (patisserie àrab). Finalment, el 50% restant és el cas d'un negoci obert: tant el mercat com el producte són no ètnics (botiga de llaminadures).

Emprenedores Resta d'Àfrica		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	25%	25%
	No ètnic	0%	50%

Elaboració: Font pròpia

Amb les emprenedores de la resta d'Àfrica succeeix el mateix que amb les magribines: un 25% ofereixen un producte ètnic i s'adrecen al mercat ètnic. Un altre 25% tenen negocis exòtics (perruqueria africana). Finalment, el 50% restant és el cas d'un negoci obert: tant el mercat com el producte són no ètnics (bar/cafeteria).

Emprenedores Amèrica del N. i C.		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	0%	17%
	No ètnic	0%	83%

Elaboració: Font pròpia

Totes les emprenedores que provenen d'Amèrica del Nord i Central s'adrecen a un mercat no ètnic, però un 83% ofereixen un producte no ètnic (botiga de sabons naturals o de roba de vestir) i la resta, producte ètnic (importació de vainilla natural per a la restauració de qualitat de la comarca).

Emprenedores Amèrica del Sud		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic	25%	25%
	No ètnic	12,5%	37,5%

Elaboració: Font pròpia

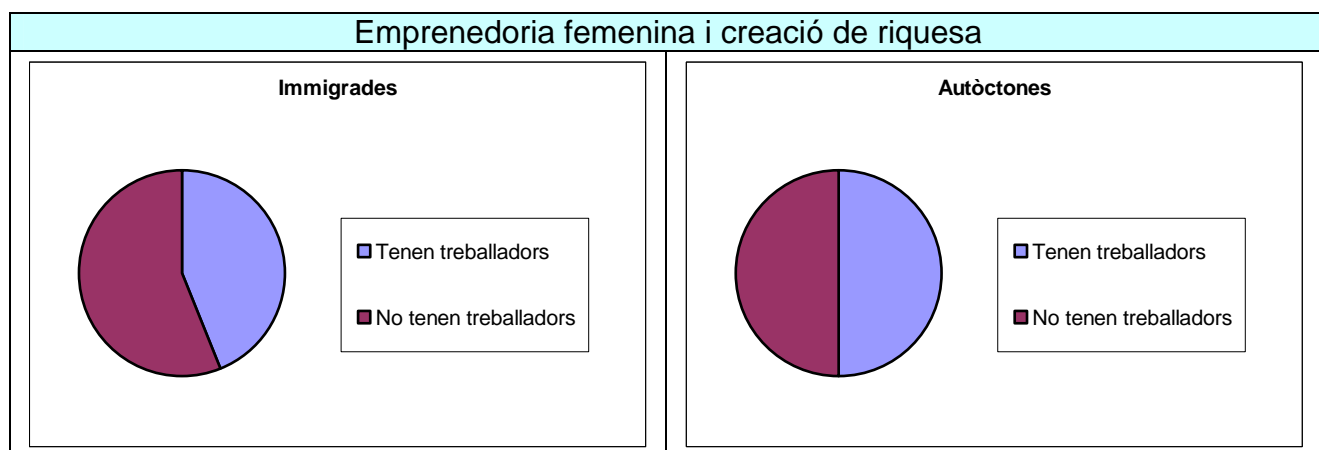
Aquest col·lectiu és l'únic que té representació en les quatre tipologies que diferenciem: una quarta part correspon a negocis ètnics (locutori); el mateix percentatge correspon a negocis exòtics (restaurant llatí). Un 12,5% es refereix a intermediaris de serveis i, finalment, el 37,5% són negocis oberts (pizzeria argentina).

Nombre de treballadors

Empreses amb o sense treballadors		
	Immigrades	Autòctones
Tenen treballadors	43,75%	50,00%
No tenen treballadors	56,25%	50,00%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia

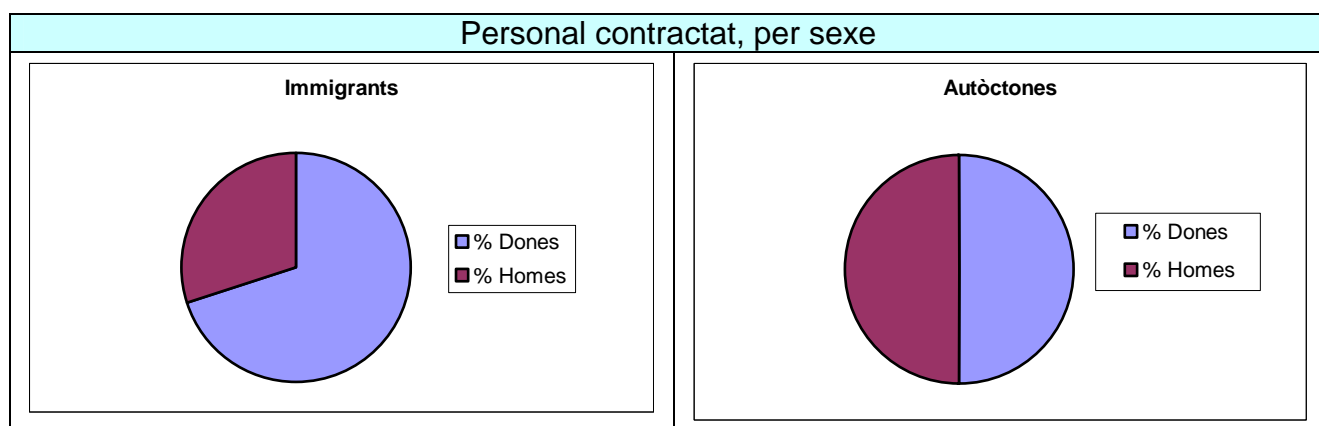
Hi ha més empreses que creen riquesa entre les autòctones que no pas entre les immigrades: menys de la meitat de les emprenedores estrangeres (43,75%) tenen treballadors contractats. En canvi, un percentatge superior de les autòctones (50%) han incorporat personal a la seva empresa.



Vegem com es distribueixen per sexes aquests treballadors contractats per les emprenedores:

Personal contractat, per sexe		
	Immigrades	Autòctones
% Dones	70,00%	50,00%
% Homes	30,00%	50,00%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia

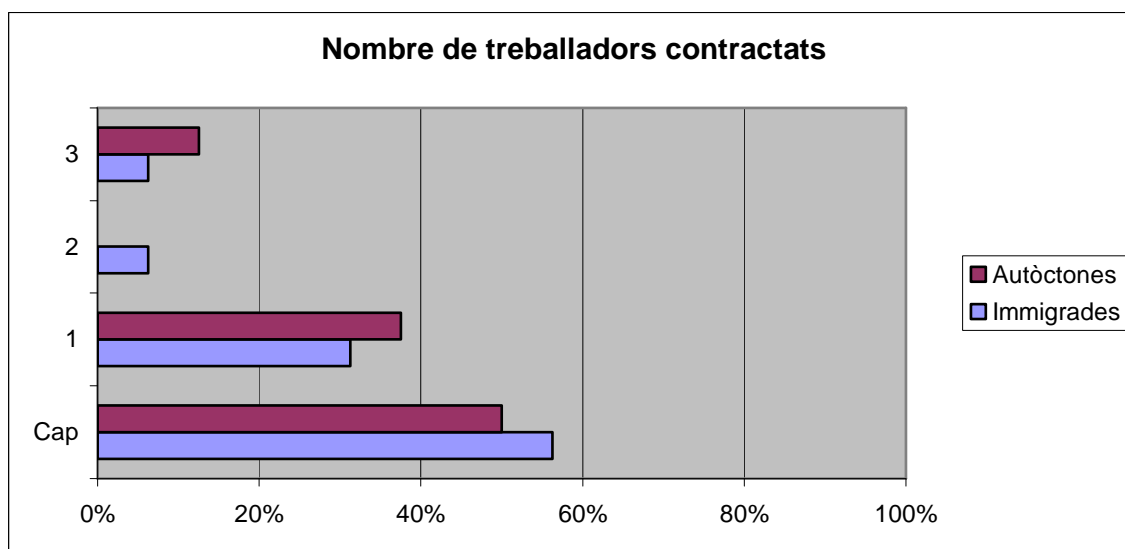


Les empreses engegades per autòctones contracten més treballadors que les engegades per immigrants:

- El total de treballadors contractats per les empreses d'immigrades que han col·laborat en el nostre estudi és de 10, la qual cosa ens permet afirmar que la mitjana de personal contractat és d'1,4 treballadors per empresa. De les 10 persones contractades, 7 són dones i 3, homes.
- El personal contractat per les empreses d'autòctones és de 12, la qual cosa ens permet afirmar que la mitjana de personal contractat és d'1,5 treballadors per empresa. De les 12 persones contractades, 6 són dones i 6, homes.

Nombre de treballadors contractats		
	Immigrades	Autòctones
Cap	56,25%	50,00%
1	31,25%	37,50%
2	6,25%	-
3	6,25%	12,50%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Si ens referim als negocis sense personal contractat, cal dir que és superior el nombre d'emprenedores immigrants (56,25%) que el de les autòctones (50%).

Pel que fa a les empreses que tenen al seu planter 1 o 3 treballadors, són superiors les regentades per autòctones que les d'immigrades. Al contrari succeeix amb les empreses que tenen 2 treballadors.

Necessitats futures d'ampliació de personal

Previsió d'ampliació de treballadors contractats		
	Immigrades	Autòctones
% d'emprenedores que preveuen ampliar planter	12,50%	37,50%
Nombre de treballadors a contractar	1	1-3
Horitzó temporal per a la contractació	1 any	2 anys

Font: Elaboració pròpia

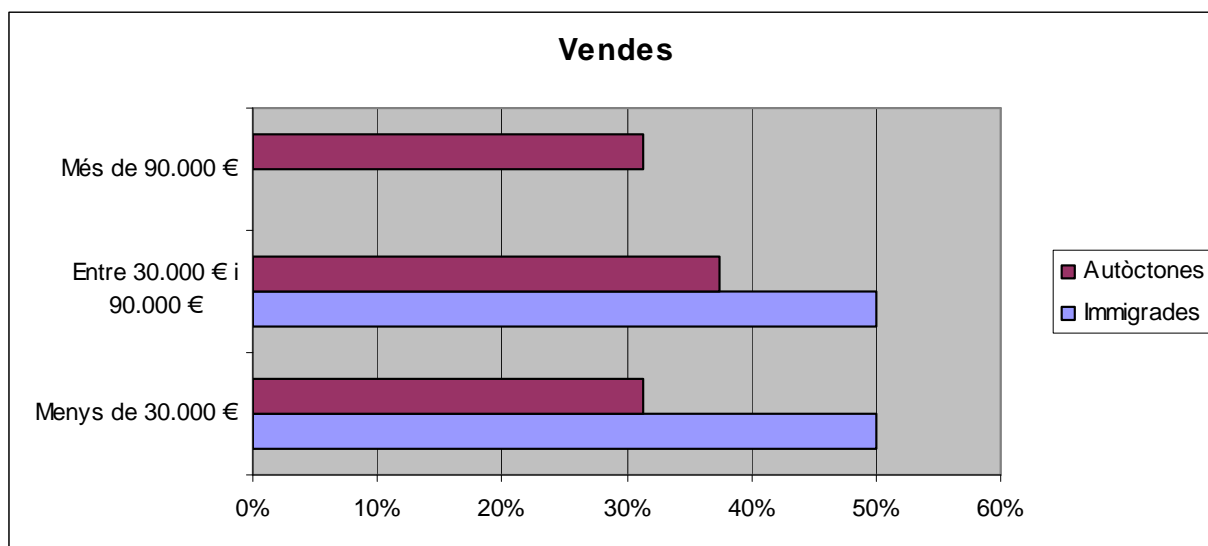
De les estrangeres entrevistades, un 12,5% va respondre que haurà d'augmentar el planter de treballadors en 1 persona dins un horitzó temporal d'1 any. La resta no preveu futures ampliacions.

Aquestes dades contrasten amb les previsions de les autòctones, on el nombre de dones que preveu ampliar planter és superior (37,5%) així com també és superior el nombre de treballadors que es preveu contractar (entre 1 i 3 persones) i el termini de temps en què es realitzarà (2 anys vista).

Volum anual de facturació

Vendes		
	Immigrades	Autòctones
Menys de 30.000 €	50,00%	31,25%
Entre 30.000 € i 90.000 €	50,00%	37,50%
Més de 90.000 €	-	31,25%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



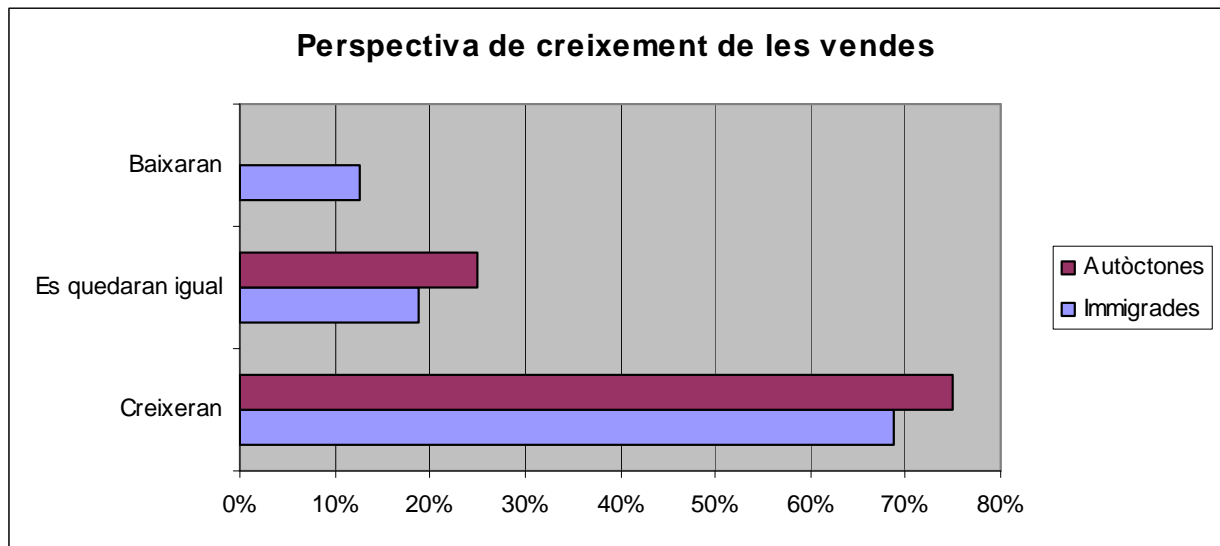
Pels volums de facturació que les emprenedores immigrants ens han indicat, concloem que la meitat tenen un negoci que o bé es troba en la fase d'engegada, o bé és un negoci petit (microempresa) amb un volum de facturació molt baix (menys de 30.000 €); l'altra meitat també podria qualificar-se d'emprenedoria de necessitat (negoci modest), ja que se situa en un tram de vendes entre els 30.000 € i els 90.000 €.

Quan fem comparacions, comprovem que un 31,25% dels negocis gestionats per autòctones se situen en el tram de facturació anual superior als 90.000 €, mentre que d'immigrants no hi ha cap empresa. Això significa que un terç de les autòctones regenta negocis més sòlids que els de les estrangeres.

Perspectives de creixement

Perspectives de creixement de les vendes		
	Immigrades	Autòctones
Creixeran	68,75%	75,00%
Es quedaran igual	18,75%	25,00%
Baixaran	12,50%	-
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Un 18,75% de les emprenedores immigrades han respost que les seves previsions de cara al futur són de mantenir-se en les xifres actuals de facturació, mentre que el 68,75% restant preveu d'augmentar-les. De mitjana, la previsió d'increment de les vendes resulta ser d'un 42%.

Un cas d'empresa amb voluntat d'expansió és l'establiment comercial de sabons naturals: l'empresària contempla la possibilitat de muntar una franquícia del producte que ella comercialitza a nivell de l'Estat espanyol, ja que considera que és un producte que encara no s'ha implantat gaire al nostre mercat.

D'altra banda, el 12,5% de dones creu que les vendes de la seva empresa baixaran al voltant del 75%, per terme mitjà. Es tracta de dues empreses que estan a punt de tancar a causa del mateix problema: la ubicació equivocada de l'establiment comercial. En el primer cas (una pastisseria marroquina), l'errada fou el carrer triat per ubicar el negoci, així com el municipi: carrer amb molta circulació de vehicles i poc espai per als vianants; municipi amb poca població magribina en comparació amb Vic i Manlleu. En canvi, en el segon cas (Bar Cafeteria), el carrer triat era adient (C/ Gurb de Vic), però les obres municipals d'adequació de la via, que han durat més d'un any, han fet que molts establiments hagin hagut de suportar elevades pèrdues i hagin tancat o estiguin a punt de fer-ho.

Comparant les previsions en l'evolució futura dels ingressos que fan els dos col·lectius analitzats, observem que és superior el percentatge d'autòctones que preveu augmentar-los (amb un 44% d'increment mitjà), així com les que no preveuen canvis. A la vegada succeeix que no hi ha cap autòctona que tingui previsions de descens en les xifres de vendes.

Com a conclusió a aquest punt, podem afirmar que les autòctones tenen millors perspectives de futur per als seus negocis que les immigrades.

Internacionalització

Per a la descripció d'aquest punt, procedirem de la mateixa manera que quan hem analitzat, sense distinció, el col·lectiu d'emprenedores en el capítol anterior: compararem immigrades i autòctones tant pel que fa a les exportacions com a les importacions.

Avancem la conclusió a què hem arribat: algunes autòctones exporten els seus serveis mentre que algunes immigrants importen productes de l'exterior.

Exportacions:

Per començar, cal dir que en el 87,5% de les dones immigrades es tracta de negocis en els quals l'exportació no té cap sentit, quasi tots són establiments comercials diversos, com ara restaurants i cafeteries, botigues d'aliments o roba, perruqueries, locutoris, etc., amb un grau baix d'innovació.

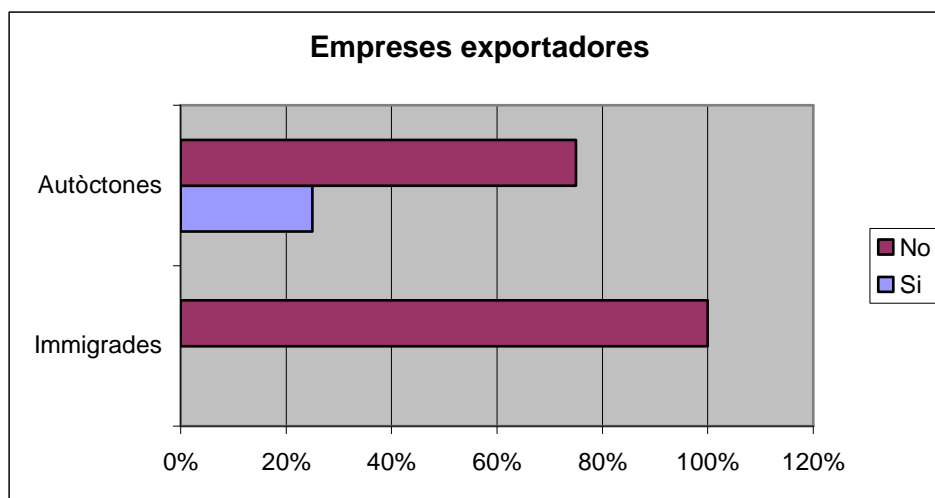
Aquesta situació ja difereix d'entrada de la de les emprenedores autòctones, les quals presenten un 50% de casos en el quals l'exportació dels seus productes o serveis no és factible.

Com a primera conclusió, doncs, direm que les autòctones munten més negocis amb potencial internacional que les immigrades.

Una vegada extraïem dels dos col·lectius comparats els casos no pertinents i calculem el pes de les empreses que, podent exportar, efectivament ho fan, tenim que:

Empreses exportadores		
	Immigrades	Autòctones
Sí	-	25,00%
No	100,00%	75,00%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



De la part de les empreses d'estrangeres que podrien exportar els seus productes o serveis i no ho fan, la meitat (és a dir, el 6,25%) responen que sí que tenen intencions a mig termini d'obrir nous mercats (és el cas d'una empresària que comercialitza a Espanya productes que importa d'Anglaterra i França i ha pensat obrir nous mercats a l'Índia). La resta d'empreses no desitja o preveu exportar ni a curt ni a mitjà termini.

Així, doncs, i en general, podem afirmar que les immigrants engeguen negocis del sector terciari (establiments comercials), que tenen poca perspectiva d'internacionalització.

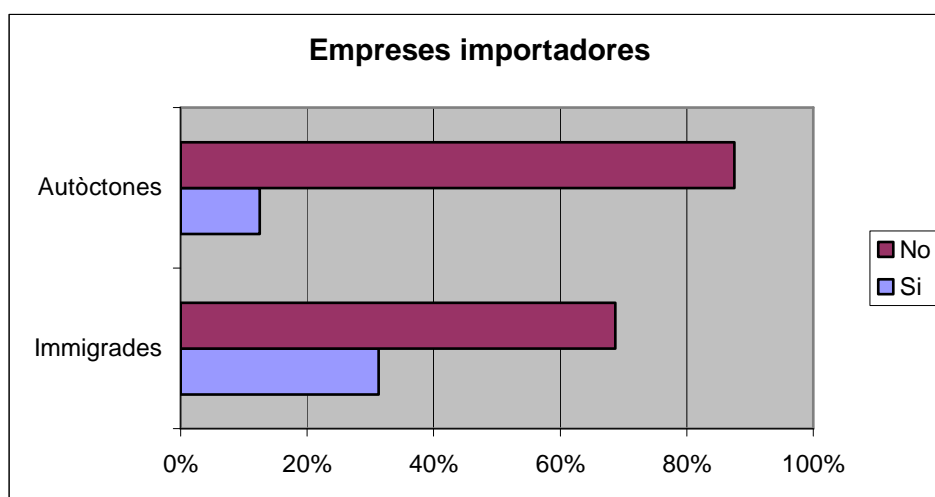
Importacions

En aquest aspecte sí que ens hem trobat —a diferència del grup de les emprenedores autòctones— amb un elevat índex d'empreses que importen productes diversos. En total representen el 31,25% del total dels negocis muntats per estrangeres, i importen entre altres:

- Aliments Delicatessen (Rússia).
- Productes del tercer món sota el règim del Comerç Just (Índia, Camerun, Vietnam, Nigèria, Nepal, etc.).
- Vainilla de Veracruz (Mèxic).
- Envasos isotèrmics per a pizza a domicili (Itàlia).
- Sabons naturals, cremes, etc. (Anglaterra i França).

Empreses importadores		
	Immigrades	Autòctones
Sí	31,25%	12,50%
No	68,75%	87,50%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Grau d'innovació del producte o servei

Les immigrades han valorat el grau d'innovació dels seus negocis (de l'1 al 10), tant pel que fa al producte o servei en si, com pel que fa al territori en el qual s'ubiquen:

Producte o servei nou al mercat (producte o servei que no existia fins ara enlloc)	4,25
Producte o servei nou al territori (producte o servei que no es comercialitzava fins ara a la comarca)	6,87

Per les mitjanes calculades en base a les respostes de les dones entrevistades, podem concloure que la innovació en territori és superior a la innovació en producte. És a dir, segons l'opinió de les emprenedores estrangeres, la innovació del producte o servei que comercialitzen aconseguix una nota mitjana que no arriba a l'aprovat (4,25). En canvi, en el que sí que el nivell d'innovació és més alt (obté un 6,87 de mitjana) és en el fet de comercialitzar per primera vegada a Osona productes o serveis que ja existeixen en altres àmbits territorials.

No cal dir que les mitjanes tenen l'inconvenient d'eliminar altes qualificacions, a base de xifres baixes. En aquest sentit voldríem fer esment de les empreses que s'han atorgat una nota alta en la pregunta sobre el grau d'innovació del seu producte o servei, les quals representen el 25%.

Comparem les qualificacions que s'han atorgat els dos col·lectius pel que fa a aquesta qüestió:

Grau d'innovació		
	Immigrades	Autòctones
En producte	4,25	5
En territori	6,87	7,4

Font: Elaboració pròpia

Per tant, les autòctones es qualifiquen amb puntuacions més elevades quan valoren el grau d'innovació dels seus negocis que no pas les immigrades.

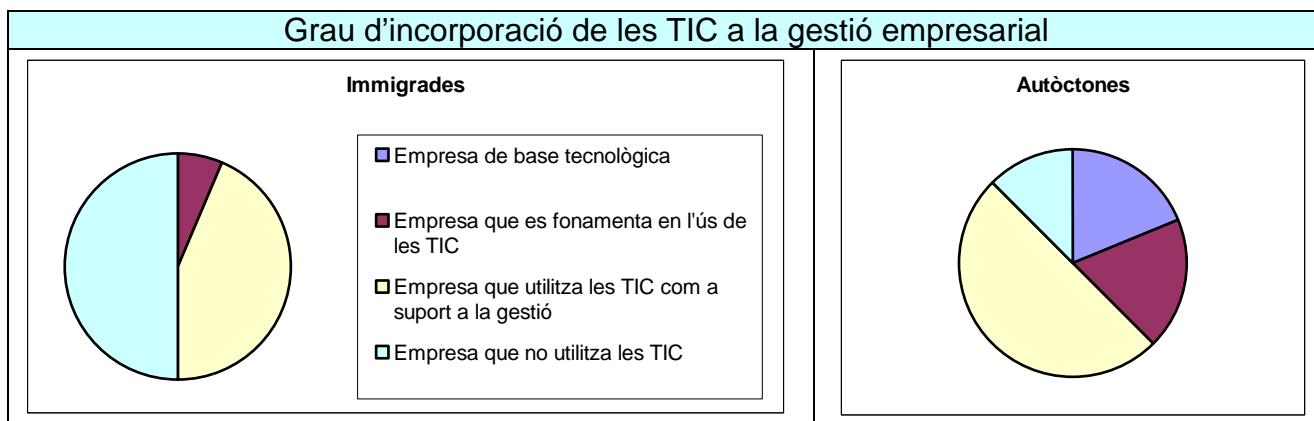
En tots els casos, però, sempre és superior el grau d'innovació en territori.

Incorporació de noves tecnologies a la gestió

Com ja hem comentat en el capítol 4, considerem aquesta pregunta estratègica ja que ens indica el grau de modernització que les propietàries apliquen a la gestió de les empreses. Tal com hem procedit en analitzar globalment el col·lectiu d'emprenedores, començarem situant les empreses d'autòctones i d'immigrades en algun dels 4 apartats següents, i compararem:

Grau d'incorporació de noves tecnologies a la gestió de l'empresa		
	Immigrades	Autòctones
L'activitat de la vostra empresa és de base tecnològica	-	18,75%
L'activitat de la vostra empresa es fonamenta o és possible gràcies a l'ús de noves tecnologies?	6,25%	18,75%
La vostra empresa utilitza les noves tecnologies com a suport a l'activitat que desenvolupeu?	43,75%	50,00%
La vostra empresa no utilitza les noves tecnologies	50,00%	12,50%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Per tant, veiem que la incorporació de les noves tecnologies a la gestió de les empreses engegades per dones immigrades tot just arriba al 50% dels casos: entre les entrevistades, no trobem cap cas d'empresa de base tecnològica, un 6,25% dels negocis que es fonamenten en l'ús de les TIC (com pot ser el locutori) i un 43,75% de casos ens els quals les noves tecnologies s'empren com a suport de l'activitat (escola d'idiomes, nutricionista, restaurant llatí, establiment de comerç just, pizzeria, botiga de sabons naturals i la d'aliments i begudes russes).

La resta de negocis, l'altre 50%, no han incorporat l'ús de les noves tecnologies en la gestió empresarial.

Aquestes dades contrasten força amb les que presenten les emprenedores autòctones, el 87,5% de les quals ha incorporat les noves tecnologies a la gestió de l'empresa: un 18,75% han creat una empresa de base tecnològica (anàlisis químiques ambientals, estudi d'arquitectura), un 18,75% fonamenta la seva activitat en l'ús de les TIC (traducció on line, titellaires o florista amb comerç electrònic), i un 50% les utilitza com a suport a la gestió (productora d'espectacles, riscos laborals o serveis veterinaris).

Després, hem demanat a les emprenedores altres informacions al voltant de l'ús de tecnologies aplicades a la gestió:

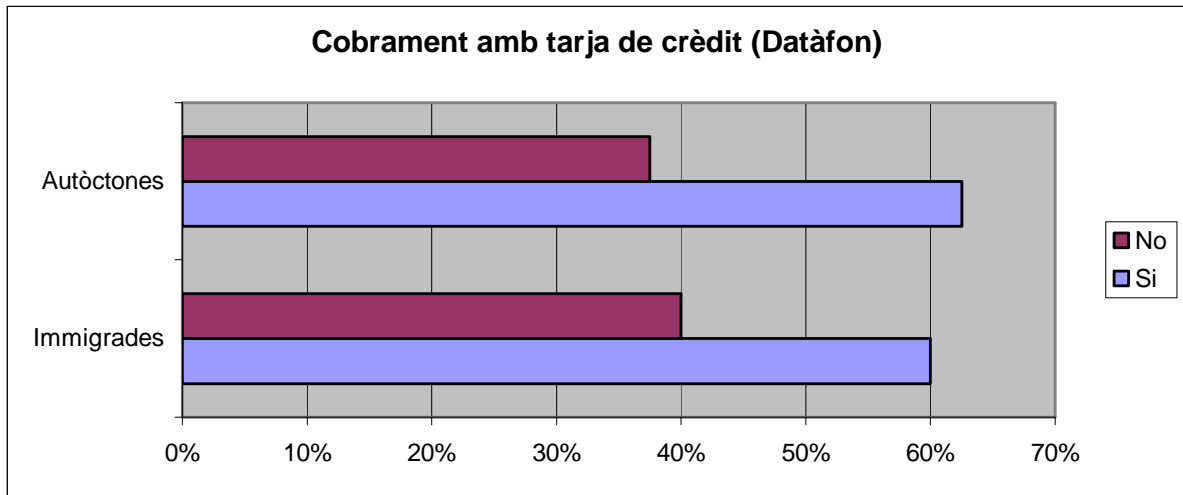
Cobrament de vendes amb targeta de crèdit

De totes les emprenedores immigrants que hem entrevistat, només en el 6,25% dels casos no té sentit el cobrament amb datàfon, ja que el pagament del servei és una quota mensual que, generalment, es domicilia en una entitat financera (escola d'idiomes).

Excloent els casos comentats, procedim a comparar els dos col·lectius pel que fa a aquest aspecte:

Cobrament amb targeta de crèdit		
	Immigrades	Autòctones
Sí	60,00%	62,50%
No	40,00%	37,50%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Així, doncs, i pel que fa a les emprenedores immigrades, el percentatge de negocis que ofereixen als clients la possibilitat de pagar amb targeta de crèdit puja al 60% (restaurants, establiments comercials o consultes nutricionistes).

Del 40% restant, corresponent a establiments sense datàfon, hauríem de comentar que en la majoria de casos es tracta d'establiments en què els imports que es cobren als clients són baixos, de manera que el datàfon no és habitual ni estrictament necessari.

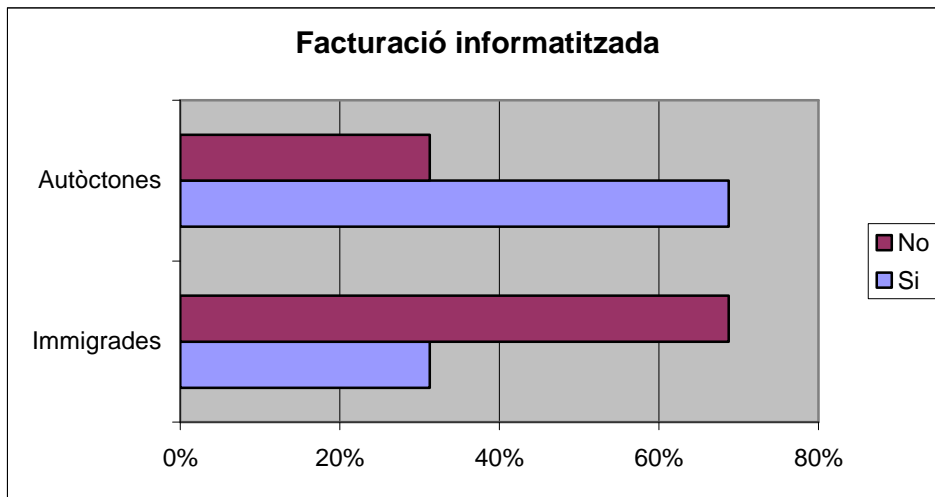
Pel que fa a les dades de les autòctones, les xifres són força similars.

Facturació informatitzada

Sobre aquesta pregunta, podem deduir que la gran majoria d'empreses de dones estrangeres entrevistades (un 68,75%) no han incorporat els usos de la informàtica en la gestió, ni que sigui de manera incipient, per emetre les factures adreçades als clients.

Facturació informatitzada		
	Immigrades	Autòctones
Sí	31,25%	68,75%
No	68,75%	31,25%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



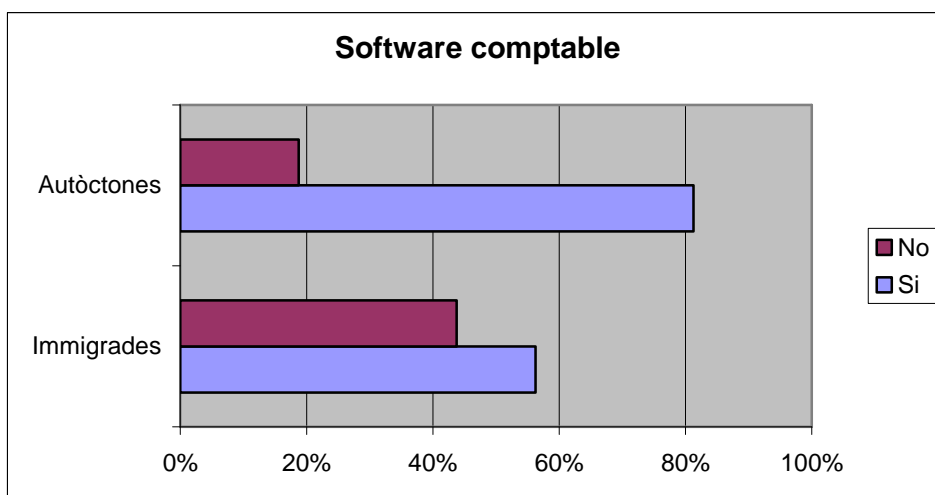
Comparant els dos col·lectius analitzats, podem comprovar que se situen en posicions oposades: les autòctones han informatitzat la facturació en un 68,75%, mentre que el percentatge d'immigrades que no ho han fet és el mateix.

Software comptable

El 56,25% de les emprenedores estrangeres han respost afirmativament: disposen d'algun tipus de programa informàtic que els permet enregistrar la comptabilitat de l'empresa (en molts casos es refereixen a la tasca que realitza el gestor que els fa aquesta feina).

Software comptable		
	Immigrades	Autòctones
Sí	56,25%	81,25%
No	43,75%	18,75%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Una vegada més, les emprenedores autòctones avancen les immigrades, en aquest cas pel que fa a l'ús d'algun tipus de software comptable: un 81,25% de les autòctones en disposa enfront del 56,25% de les immigrades.

Bases de dades de clients. Mitjans per al màrqueting directe

Una primera interpretació de la informació sol·licitada en aquest punt indica que tan sols el 25% de les dones immigrants entrevistades disposa d'algun tipus de base de dades per realitzar les seves trameses.

Entre les empreses d'estrangeres entrevistades, n'hi ha un 43,75% en què no té sentit realitzar trameses de cap tipus als clients, és a dir, és no pertinent el màrqueting directe (generalment, perquè es tracta de cafeteries, pastisseries, locutoris o comerços de roba de vestir). En alguns casos, aquestes emprenedores ens han comentat que la publicitat que realitzen consisteix a contractar anuncis a la premsa comarcal o municipal.

Si exclouem del total aquests negocis que acabem d'explicar, la casuística que trobem entre les emprenedores que sí que podrien fer —o fan— màrqueting directe dels seus productes o serveis és la següent:

Mitjans emprats per les emprenedores immigrants per al màrqueting directe	
No utilitzen el correu postal ni el correu electrònic	66,7%
Només utilitzen el correu electrònic	11,1%
Utilitzen el correu postal i el correu electrònic	11,1%
Només utilitzen el correu postal	11,1%
Total	100,00%

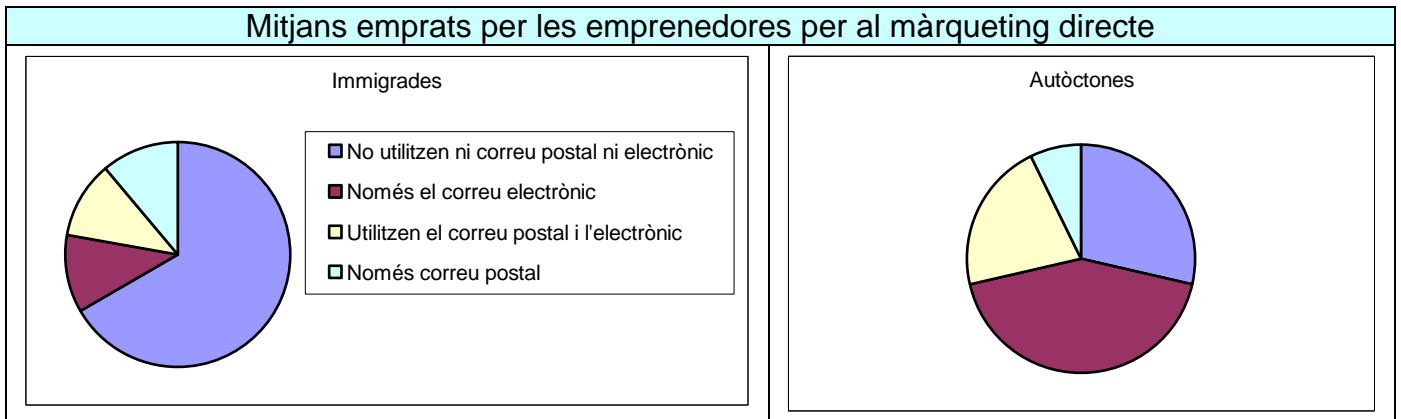
Font: Elaboració pròpia

És a dir, el 66% de les emprenedores immigrants entrevistades no realitza cap tipus de campanya directa de publicitat. La resta sí que en fa, i es reparteix a parts iguals entre les que utilitzen el correu electrònic, o bé el correu postal, o bé combinant els dos mitjans.

En el quadre següent, comparem els dos grups de dones:

Mitjans emprats per les emprenedores per al màrqueting directe		
	Immigrades	Autòctones
No utilitzen el correu postal ni el correu electrònic	66,7%	28,6%
Només utilitzen el correu electrònic	11,1%	42,9%
Utilitzen el correu postal i el correu electrònic	11,1%	21,4%
Només utilitzen el correu postal	11,1%	7,1%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



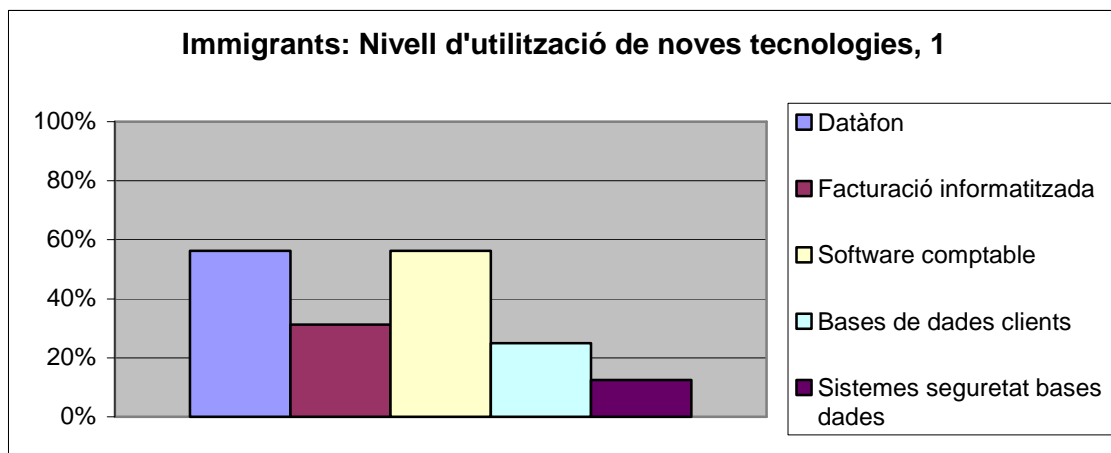
Sobta el diferencial entre les immigrants que no fan cap tipus de màrqueting directe (66,7%) i les autòctones que tampoc no en fan (28,6%).

Per a altres ítems, com ara l'ús del correu electrònic o bé la combinació del correu electrònic i el postal, les autòctones superen les immigrants clarament; en canvi, tenen menor pes quan ens referim a les emprenedores que només utilitzen correu postal per a trameses a clients.

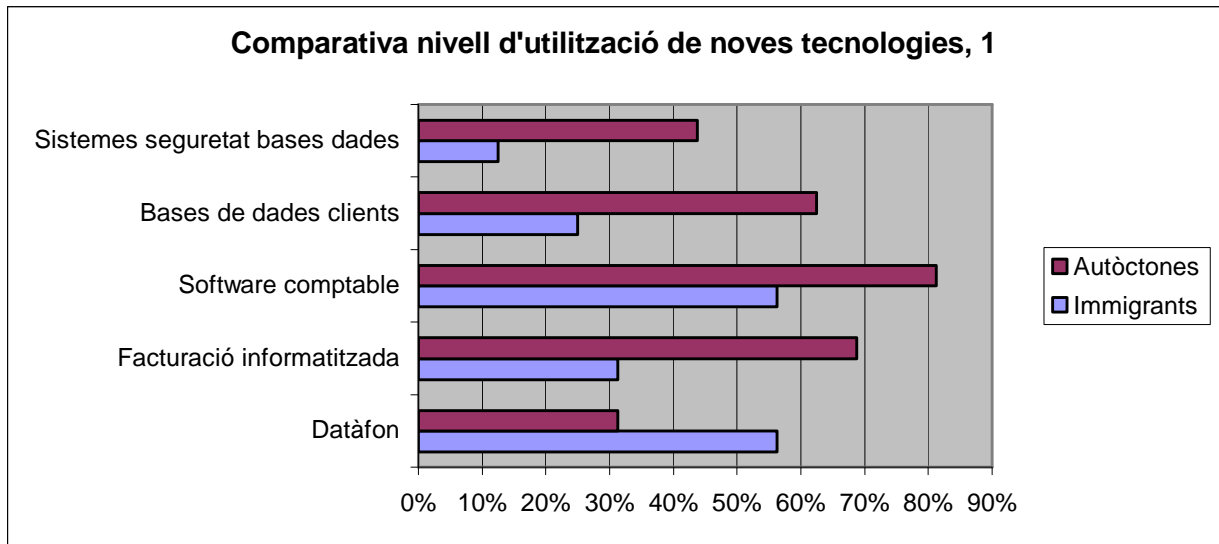
Sistemes de seguretat per a les bases de dades

Només en el 12,5% dels casos la pregunta és pertinent (la resta no disposen de bases de dades o bé són de poca grandària). Així, doncs, si analitzem els negocis per als sí que té sentit la qüestió, es constata que en el 100% dels casos les empreses gaudeixen de sistemes de seguretat per a les bases de dades pròpies.

Vegem, doncs, el quadre resum d'aquests primers ítems:



I la gràfica comparativa:



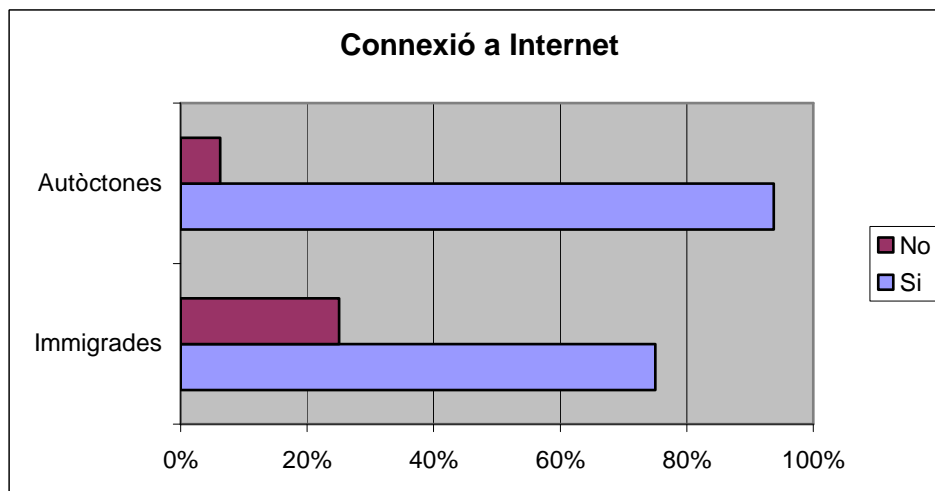
Analitzant aquesta gràfica comparativa, s'observa que l'únic aspecte en el qual les immigrades superen les autòctones és en el de disposar de datàfon per al cobrament de les vendes. Com ja hem explicat en apartats anteriors, les estrangeres emprenen més amb negocis consistents en establiments comercials de cara al públic i, per tant, aquesta diferència és lògica.

Connexió a Internet amb banda ampla

La majoria d'emprenedores immigrades manifesten que disposen de connexió a Internet (el 75% de les entrevistades), o bé en el mateix local de negoci, o bé en el seu domicili particular.

Connexió a Internet		
	Immigrades	Autòctones
Si	75,00%	93,75%
No	25,00%	6,25%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



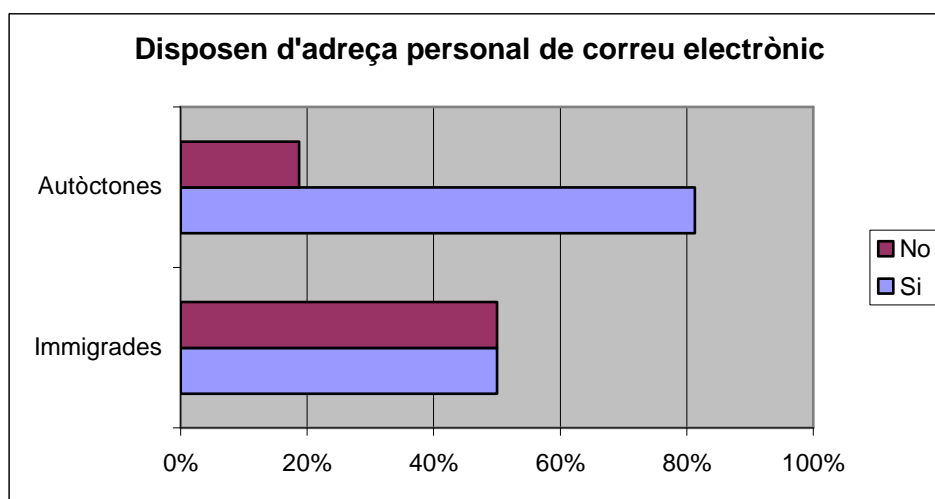
Malgrat que el percentatge d'empresadores immigrades que disposen de connexió a Internet és majoritari (75%), les autòctones les superen i arriben quasi a la totalitat (93,75%).

Totes les empresadores que han respost afirmativament a la pregunta sobre la connexió a Internet gaudeixen de banda ampla.

El 50% de les empresadores disposen d'una adreça personal de correu electrònic, la qual cosa marca una nova diferència amb el grup de les autòctones:

Adreça personal de correu electrònic		
	Immigrades	Autòctones
Sí	50,00%	81,25%
No	50,00%	18,75%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Grau d'utilització de noves tecnologies per a la comunicació amb clients i proveïdors

El 12,5% de dones immigrants es comunica amb els clients mitjançant el correu electrònic, i el 37,5%, amb els proveïdors. Comparant amb els percentatges manifestats per les autòctones, veiem que són més nombroses les dones d'aquest darrer col·lectiu que utilitzen el correu electrònic per comunicar-se tant amb clients com amb proveïdors:

% d'empresadores que utilitzen el correu electrònic per a la comunicació		
	Immigrades	Autòctones
Clients	12,50%	75,00%
Proveïdors	37,50%	62,50%

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa a l'ús mitjà que fan les empresadores del correu electrònic a l'hora de comunicar-se amb els clients, és del 60%. En canvi, amb els proveïdors és inferior: un 53% de mitjana.

Una vegada més, les mitjanes ens amaguen alguns casos extrems: trobem emprenedores estrangeres que utilitzen aquest mitjà per comunicar-se només amb clients (consulta dietista), i també que l'empren exclusivament per al contacte amb els proveïdors (establiments comercials que importen els seus productes o restaurants que fan les comandes d'alguns subministraments). Finalment, només hi ha un cas d'immigrant que faci servir el mitjà tant per a la comunicació amb clients com amb proveïdors (establiment de *delicatessen* russes).

% d'utilització del correu electrònic per a la comunicació		
	Immigrades	Autòctones
Clients	60,00%	61,7%
Proveïdors	53,00%	63,0%

Font: Elaboració pròpia

Així, doncs, els percentatges d'utilització del correu electrònic per a la comunicació amb els clients són força similars per als dos col·lectius comparats. En canvi, per als contactes amb proveïdors, les autòctones (amb un 63%) superen les immigrades (53%).

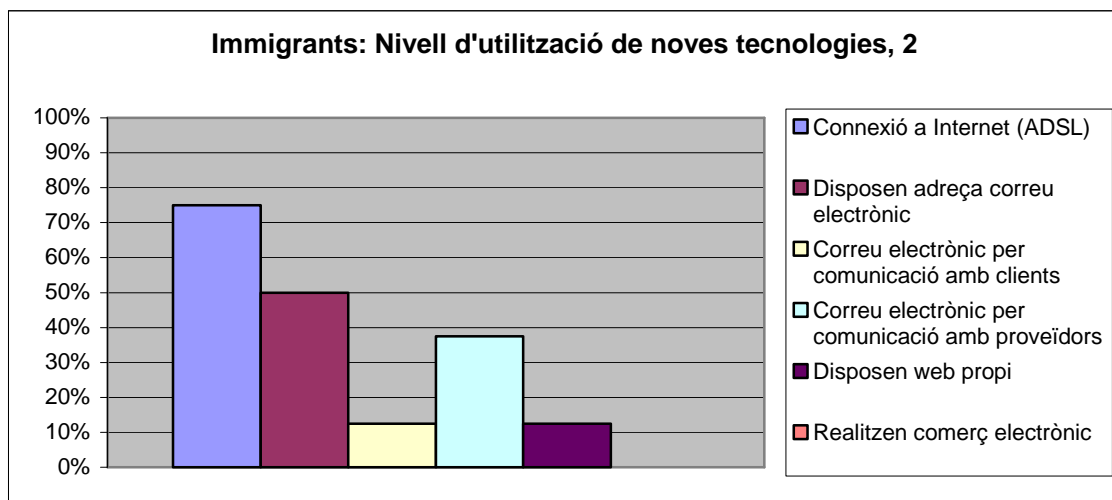
Web propi

Només un 12,5% de les dones estrangeres entrevistades posseeix un lloc web propi.

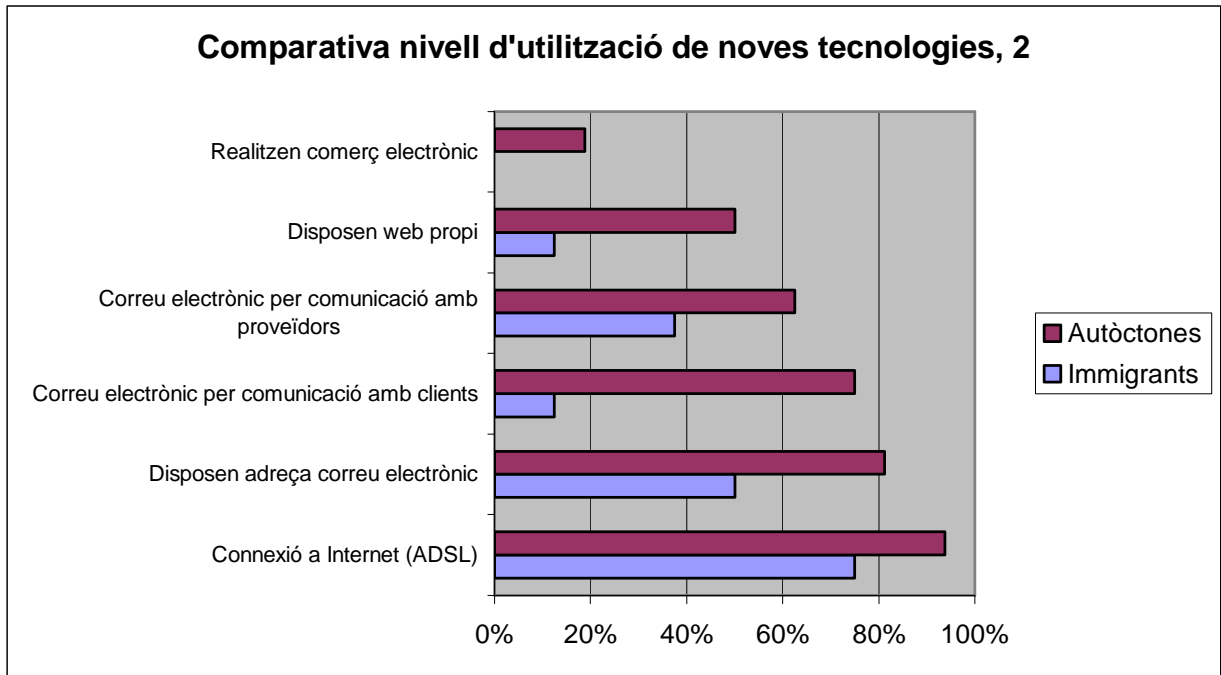
Comerç electrònic

Cap de les empreses que disposen de lloc web propi no ofereix la possibilitat als seus clients de realitzar el comerç electrònic dels seus productes o serveis: de vegades perquè no té sentit (escola d'idiomes); d'altres, perquè més que d'un web propi, es tracta del web dels fabricants del producte que l'empresària importa i distribueix a la comarca d'Osona.

El quadre resum d'aquests darrers ítems (tots referits a Internet), seria:



I la gràfica comparativa:



5.3 Els processos de creació i posada en marxa dels negocis ètnics

Recordem que en aquesta tercera part del qüestionari tractem els aspectes clau de la creació de l'empresa: mesurarem l'esperit emprenedor de les immigrades entrevistades, les motivacions que les han dut a emprendre, la valoració que fan en cas d'haver estat usuàries dels SMPE, les fonts de finançament del seu negoci i diversos trets referents a la creació, posada en marxa i supervivència de l'empresa que han creat.

Totes les estrangeres entrevistades han creat l'empresa que ara gestionen, és a dir, cap d'elles no l'ha heretat de la família (la qual cosa, tractant-se d'immigrants és força lògic ja que estem parlant encara de primeres generacions instal·lades a Osona).

Ocupació en el país d'origen

Negoci actual	País d'origen	Ocupació en el país d'origen
Restaurant Llatí	Colòmbia	Hostaleria, cuina en un restaurant com a assalariada
Perruqueria africana	Ghana	Perruqueria
Consulta nutricionista	Lituània	Metgessa hospitalària
Botiga de roba de vestir	Rep. Dominicana	Cangur i servei domèstic
Botiga de lluminadures	Marroc	Estudiant universitària amb beca
Bar - Restaurant	França	Estudiant, i treballava també a l'hostaleria
Botiga delicatessen russes	Rússia	Autònoma: tenia una agència de viatges
Pastisseria àrab	Marroc	A la llar i al comerç d'aliments
Escola d'idiomes	Gran Bretanya	Ajudava a la botiga familiar i preparava cursos per aprendre a ensenyar anglès en altres països
Artesans del món. Botiga de comerç just.	França	Estudiant
Cafeteria Centre Cívic	Mèxic	Mestra i administrativa en un gestoria
Cafè Bar	Nigèria	A la granja familiar: cuidant animals, conreu de cacauet, mill i blat de moro
Perruqueria unisex	Colòmbia	Comercial com a autònoma
Locutori	Colòmbia	Confecció de roba esportiva com a autònoma
Pizzeria	Argentina	Pastisseria artesanal
Botiga sabons naturals	Mèxic	Estudiant

Elaboració: Font pròpia

Si ens fixem exclusivament en el bagatge que portaven incorporat aquestes dones des del país d'origen, s'observa que el 37,5% dels casos han engegat un negoci relacionat en major o menor grau amb l'ocupació que tenien allà. Dit d'una altra manera, un significatiu 62,5% dels casos d'immigrades engeguen un negoci que suposa un trencament amb el que havien fet abans, en el país d'origen.

Passat emprenedor o assalariat

Abans d'explicar les respostes a aquestes dues qüestions, caldria especificar que un 6,25% dels casos correspon a dones per a les quals el negoci actual constitueix la primera experiència laboral i professional.

Així, doncs, un cop hem extret els casos no pertinents, comprovem que les experiències laborals i professionals de les estrangeres entrevistades es poden resumir en el següent quadre de doble entrada (tant en el país d'origen com en el d'acollida):

Emprenedores Immigrants entrevistades	Experiències anteriors relacionades amb el negoci actual	Experiències anteriors no relacionades amb el negoci actual
Assalariades	20,0%	13,4%
Emprenedores	33,3%	33,3%

Font: Elaboració pròpia

Passat d'emprenedora o d'assalariada?

Segons la informació recollida, podem deduir que per a la majoria de les emprenedores immigrants entrevistades (66,6%), aquesta no és la primera vegada que emprenen: amb anterioritat ja havien muntat algun tipus de negoci.

En canvi, per al 33,4% restant aquesta constitueix la primera experiència de posada en marxa d'un negoci, ja que fins aquest moment havien treballat com a assalariades.

Passat en el sector o fora del sector?

El 53,3% de les dones havien treballat (com a assalariades o bé com a autònomes) en la mateixa activitat econòmica en la qual ara emprenen. En canvi, per al 46,7% restant, aquest negoci és el primer contacte amb el producte o servei al qual es dediquen. Comparant els dos col·lectius:

Experiències anteriors a l'actual negoci (laborals o en autoempresa)				
	Experiències anteriors relacionades amb el negoci actual		Experiències anteriors no relacionades amb el negoci actual	
	Immigrades	Autòctones	Immigrades	Autòctones
Assalariades	20,0%	62,50%	13,4%	25,00%
Emprenedores	33,3%	6,25%	33,3%	6,25%

Font: Elaboració pròpia

Per tant, veiem que entre les immigrades entrevistades és major el pes de les que ja havien estat emprenedores (66,6%) en comparació amb les autòctones (12,5%), tant si el negoci anterior tenia res a veure o no amb l'actual.

Conseqüentment, succeeix el contrari entre les autòctones, per a les quals el pes de les assalariades (87,5%) és superior que en el cas de les immigrades (33,4%), tant si la feina anterior tenia relació o no amb l'actual.

Comparant els dos col·lectius en funció de si han tingut relacions anteriors amb el sector en el que ara emprenen, s'observa que les proporcions estan més anivellades, tot i que les autòctones vinculades en el passat amb la seva activitat actual (68,75%), superen clarament les immigrades amb la mateixa experiència (53,3%).

Disposava de clientela abans de crear l'empresa?

El 75% de les immigrades entrevistades no tenia ni coneixia la seva clientela abans d'emprendre el negoci. El 25% restant coneixia els clients per negocis anteriors que havia posat en marxa o bé el mateix establiment ja els tenia (negoci en traspàs). En canvi, en el cas de les autòctones, el 50% no tenia ni coneixia la seva clientela abans d'emprendre el negoci, i l'altra meitat, sí. D'aquesta manera, podem afirmar que les autòctones comencen l'aventura d'emprendre en millors condicions per a la comercialització dels seus productes.

Entorn familiar emprenedor

Recordem que en aquest apartat hem demanat a les empresàries quines són les professions de la seva família (primer i segon grau de parentesc) i, especialment, si també són o han estat emprenedores.

Per començar, cal dir que el 37,5% de les empresàries ètniques continua dedicant-se a la mateixa activitat a la qual es dedica –o s'havia dedicat– algun membre del seu entorn familiar, enfront del 18,75% de les autòctones que es manifesta en el mateix sentit.

D'altra banda, hi ha més autòctones (un 87,5%) amb algun empresari o autònom a la família que no pas immigrades (75%), tant si es dediquen a la mateixa activitat com si ho fan en una altra diferent. Amb tot, cal dir que els dos percentatges són força elevats. Comparant-ho segons el grau de parentesc, obtenim les dades del quadre següent:

Entorn familiar emprenedor		
	Immigrades	Autòctones
Parella	37,50%	43,75%
Pare	18,75%	21,87%
Mare	18,75%	31,37%
Germans	37,50%	33,75%
Oncles	43,75%	46,87%
Avis	50,00%	43,75%

Font: Elaboració pròpia

Així, doncs, per a la majoria de graus de parentesc (excepte germans o avis), hi ha més emprenedores autòctones amb familiars emprenedors que immigrades.

Amb tot, cal dir que totes les entrevistades tenen a les famílies respectives algun emprenedor o emprenedora com a model a imitar.

Motivacions per a emprendre

Recordem que aquest punt l'hem plantejat de dues maneres: o bé marcant unes opcions determinades (respostes tancades), o bé oferint a les entrevistades l'opció d'expressar obertament les motivacions que les han empès a emprendre. Vegem-ne els resultats i comparem-los per als dos grups:

Respostes tancades:

Motivacions per emprendre, 1		
	Immigrades	Autòctones
Per la necessitat de disposar d'uns ingressos que suposin el meu <i>modus vivendi</i> (per a mi i/o per a la meva família)	57,9%	35%
Per l'oportunitat de convertir en negoci la comercialització d'un producte que he creat o inventat	-	10%
Per l'oportunitat de convertir en negoci la comercialització d'un producte o servei que no existia a la comarca o territori	10,5%	5%
Pel meu desig de dependre de mi mateixa i no haver d'obeir les indicacions dels superiors	31,6%	25%
Per l'empenta que em va donar conèixer els meus socis i planificar junts el negoci	-	20%
Per la necessitat d'una cobertura legal per a les meves relacions laborals amb altres empreses	-	5%

Font: elaboració pròpia

Emprenedora de necessitat en front d'emprenedora d'oportunitat: L'emprenedoria de necessitat és el que destaca entre tots els motius que han fet que les dones immigrants entrevistades hagin optat per engegar el negoci, amb un 58% dels casos. Només un 10,5% manifesta que és empresària d'oportunitat *en territori* (constatem que no n'hi ha cap que es declari empresària d'oportunitat *en producte*).

Finalment, el 31,5% restant explica que són les raons d'aconseguir més independència les que els han fet prendre aquesta decisió.

Comparant els dos col·lectius, veiem que l'emprenedoria de necessitat és força superior en el cas de les immigrades (58%) al de les autòctones (35%).

L'emprenedoria d'oportunitat en producte és d'un 10% per a les autòctones, mentre que per a les immigrades és inexistent. En canvi, en emprenedoria d'oportunitat en territori, les estrangeres doblen les nascudes al país.

L'existència de socis que empenyin a emprendre o la necessitat de cobertura legal per a unes activitats que ja es feien, són motius que no han estat triats per les dones immigrades, i sí per les autòctones.

Respostes obertes

Recordem que, en concret, la pregunta que vam formular fou: Per què va triar crear una empresa i muntar un negoci en lloc de trobar una feina com a assalariada?

Una vegada que hem estandarditzat les respostes, trobem les següents raons:

Motivacions per emprendre, 2		
	Immigrades	Autòctones
L'empresa pròpia és la millor manera de facilitar la conciliació familiar i laboral	25,00%	18,75%
Perquè és la manera més habitual d'exercir la professió liberal	-	12,50%
Perquè es treballa millor, tot és més fàcil	18,75%	-
Perquè quedava a l'atur	15,62%	12,50%
Perquè l'oferta de feines i sous a la comarca és poc seductora	-	18,75%
Perquè l'oferta de feines i sous per a una immigrant és poc seductora	15,62%	-
Al meu país és molt habitual que les persones es busquin la vida soles	12,50%	-
Animades per la proposta dels altres socis de crear l'empresa	6,25%	18,75%
Per inquietuds i afany de superació	6,25%	18,75%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia

Pel que fa a l'opció més triada per les immigrades a l'hora d'explicar per què són emprenedores (conciliació familiar i laboral), cal dir que un nombre destacable d'aquestes dones cerquen, i troben, locals de negoci que incorporin habitatge (a la planta superior, per exemple) i així la conciliació estigui assegurada. Cal afegir que aquesta motivació té un pes lleugerament superior en el cas de les immigrades que no pas en el de les autòctones.

D'altra banda, hi ha motivacions pròpies del col·lectiu de dones estrangeres, com són l'herència rebuda en el país d'origen (on la tradició d'emprendre a petita escala està estesa per tot el territori) o bé la certesa que, com a dona immigrant, té les perspectives per prosperar limitades (aleshores, l'emprenedoria apareix com una finestra oberta al progrés econòmic d'aquestes dones). Així i tot, les autòctones ens ofereixen una resposta paral·lela a aquesta, quan argumenten que el negoci que han posat en marxa els ofereix millors possibilitats (de sou i de tipus de feina) que aquelles a què poden accedir a Osona.

També tenen major presència entre les immigrades, aquelles dones que van emprendre perquè quedaven a l'atur i, en alguns casos, veien com es complicava la renovació dels permisos de residència o de treball al nostre país (cas d'una empresària colombiana que, un cop aturada, decidí assessorar-se a l'IMPEVIC per elaborar el seu pla d'empresa, demanà un crèdit en una entitat financera i llogà un local de negoci on va obrir un locutori).

En altres casos trobem situacions sorprenents: una dona estrangera que s'ha dedicat molts anys a feines de neteja decideix posar en marxa un negoci amb el capital estalviat. Com que la feina que havia fet era submergida, no pot demostrar d'on ha obtingut aquests diners, de manera que està tenint greus problemes per renovar el permís de residència. Ha endegat el negoci sense haver necessitat els serveis dels SMPE ni cap crèdit, de manera que no disposa de l'aval de cap d'aquestes institucions.

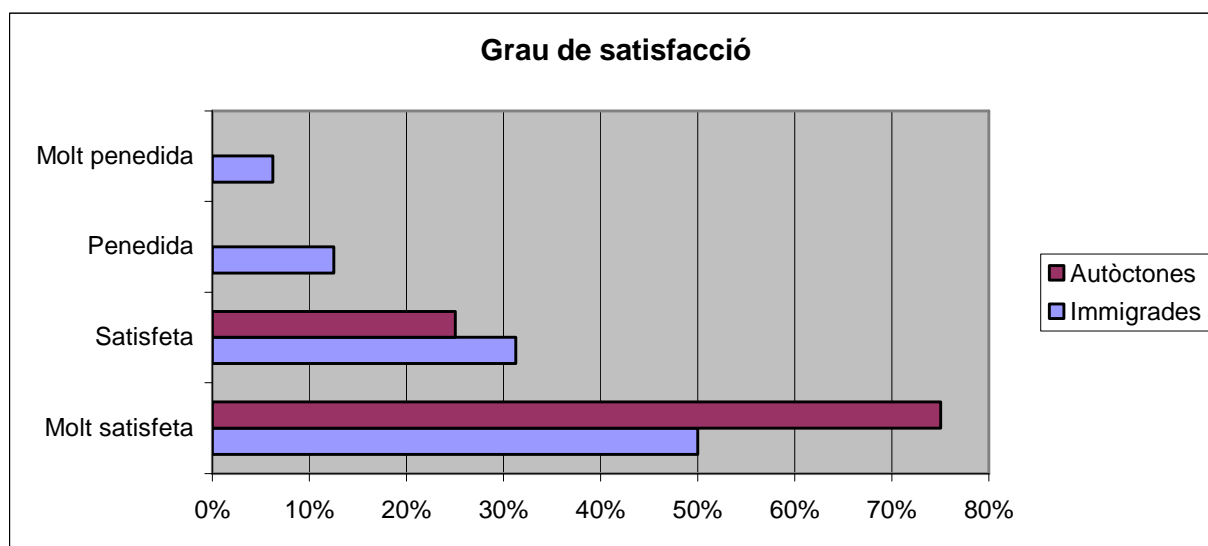
Finalment, raons com l'empenta dels socis per emprendre o la realització personal són arguments esgrimits més per autòctones que no pas per immigrades.

Grau de satisfacció

De les respostes obtingudes sobre el grau de satisfacció que els aporta el fet d'haver engegat el negoci, obtenim els següents resultats, distingint els dos col·lectius:

Grau de satisfacció		
	Immigrades	Autòctones
Molt satisfeta	50,00%	75,00%
Satisfeta	31,25%	25,00%
Penedida	12,50%	-
Molt penedida	6,25%	-
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Veiem que la immensa majoria de les immigrades (un 81,25%) està satisfeta o molt satisfeta d'haver endegat el negoci (enfrent del 100% de les autòctones). La resta, no ho tornaria a fer. Analtzem ara les causes d'aquestes opinions.

Per què està satisfeta o molt satisfeta?

Motius per a la satisfacció		
	Immigrades	Autòctones
Perquè tenen millors perspectives de progressar	23,1%	-
Pel reconeixement dels clients per la feina feta	23,1%	12,50%
Perquè han guanyat independència	19,2%	18,75%
Perquè els agrada la feina que fan, el producte que venen o el servei que donen	15,4%	37,50%
Perquè gaudeixen de major flexibilitat d'horaris	-	12,50%
Perquè poden donar millor qualitat	11,5%	-
Perquè l'empresa funciona i tira endavant	7,7%	18,75%
Total	100,0%	100,0%

Font: elaboració pròpia

L'experiència d'haver posat en marxa el negoci les ha provocat una millora de l'autoestima, que es concreta en diverses interpretacions. El 23% de les immigrades opina que gràcies al negoci tenen millors perspectives de progressar: les feines a les quals poden accedir estan mal remunerades (mai no es podrien permetre el luxe de comprar un pis) i amb horaris intempestius (no podrien conciliar feina i família). Així, doncs, l'emprenedoria els obre nous i prometedors camins. Aquesta raó, en canvi, no ha estat argumentada per cap autòctona.

Un altre 23% parla de la satisfacció que obtenen en veure que el seu producte o servei agrada, i que els clients tornen. Les autòctones també proposen aquest motiu en un 12,5% dels casos.

El mateix percentatge d'immigrants i autòctones (al voltant del 19%) opinen que la satisfacció prové de la independència econòmica que han aconseguit gràcies al negoci.

El 15% de les dones estrangeres que responen que estan satisfetes perquè els agrada el producte que venen o el servei que donen podrien ser qualificades d'autèntiques militants del seus negocis: se senten gratificades perquè opinen que així ajuden el tercer món (botiga de comerç just) o bé perquè fomenten l'associacionisme (cafeteria al casal cívic Frederica Montseny). En canvi, el 37,5% d'autòctones que proposen aquestes raons es refereixen més a la realització professional.

La major flexibilitat horària aconseguida gràcies a l'empresa és una raó només apuntada per les emprenedores autòctones.

L'11,5% de les emprenedores estrangeres han respost dient que el fet de poder oferir millor qualitat els satisfà (cap autòctona, en canvi): les dones amb aquesta opinió han tingut experiències laborals en les mateixes activitats en què ara emprenen, on van constatar que el servei era francament millorable.

El darrer comentari es refereix a la satisfacció que dona comprovar que l'empresa funciona i tira endavant: el 18,75% de les autòctones tenen aquesta percepció, enfront del 7,7% de les immigrades.

Per què està penedida o molt penedida?

En aquest punt les emprenedores —totes estrangeres— que han fracassat amb els seus projectes de negoci analitzen les diverses causes:

Motius per al penediment	
Perquè creu que hi ha desconfiança o menyspreu al territori cap als negocis de productes o serveis ètnics	33,4%
Perquè les llargues obres del C/Gurb de Vic han enfonsat el negoci	33,3%
Perquè l'error ha estat la ubicació del negoci	33,3%
Total	100,0%

Font: elaboració pròpia

Les raons per al penediment d'haver engegat el negoci són diverses, però segons la nostra opinió, totes estan vinculades al desconeixement del territori on les immigrades han engegat les empreses: tria equivocada del local, carrer i/o municipi on s'han establert o bé l'esperança de comptar amb la clientela no ètnica per als productes o serveis ètnics que comercialitza l'empresària.

Fonts de finançament

Recordem que les entrevistades a l'hora de respondre la pregunta de quines fonts de finançament han pogut disposar quan han engegat el negoci, tenien les següents possibilitats:

Propi o Familiar
Subvenció o ajut públic
Microcrèdits
Institució financera (crèdit d'un banc o caixa)
Capital risc
<i>Business angels</i>
Capitalització de l'atur

D'entrada, caldria aclarir que cap de les dones estrangeres entrevistades no ha tramitat la concessió d'un microcrèdit. El mateix succeeix amb les opcions del capital risc o *business angels* per finançar la posada en marxa de l'empresa. Que no hi hagi cap empresa d'immigrada que hagi obtingut el finançament mitjançant una societat de capital risc (SCR) és totalment lògic, ja que aquests tipus de societats ajuden especialment empreses de base tecnològica, i els negocis creats per les estrangeres són petits.

El que sobta més és no haver detectat cap cas de concessió de microcrèdit, tenint en compte que és un finançament que té com a públic objectiu persones com ara dones estrangeres que volen engegar petits negocis. Sobre aquesta qüestió, hem pogut rebre les opinions negatives de les possibles usuàries, que addueixen que els tràmits per a un microcrèdit són força més carregosos que per a un crèdit normal, així com l'exigència d'un pla d'empresa més extens i profund.

La majoria d'emprenedores immigrants han triat una combinació dels diversos sistemes de finançament per engegar el negoci. Amb el quadre següent resumirem la casuística que s'ha detectat en el treball de camp:

Fonts de finançament de les emprenedores immigrants en l'engegada de l'empresa						
Propi o Familiar	Crèdit entitat financera privada	Capitalització de l'atur	Ajuts públics	Crèdit entitat financera pública	Subvencions	
						43,75%
						18,75%
						12,50%
						6,25%
						6,25%
						6,25%
						6,25%
						100,00%

Font: elaboració pròpia

Si agrupem de 6 a 4 els tipus de finançament possibles, tindrem el quadre següent:

Fonts de finançament emprades per engegar l'empresa (immigrants)				
Propi o Familiar	Ajut públic o subvenció	Crèdit entitat financera (públic o privat)	Capitalització de l'atur	
				43,75%
				18,75%
				12,50%
				6,25%
				6,25%
				6,25%
				6,25%
				100,00%

Font: elaboració pròpia

Informació que caldrà que comparem amb la referida a les autòctones:

Fonts de finançament emprades per engegar l'empresa (autòctones)				
Propi o Familiar	Ajut públic o subvenció	Crèdit entitat financera (públic o privat)	Capitalització de l'atur	
				25,00%
				18,75%
				12,50%
				12,50%
				6,25%
				6,25%
				6,25%
				6,25%
				6,25%
				100,00%

Font: elaboració pròpia

Així, doncs, un remarcable 43,75% de les emprenedores immigrants entrevistades ha emprat una única font de finançament en la posada en marxa del negoci: el capital propi o familiar. El percentatge d'autòctones que ha recorregut a aquesta única font de finançament puja només al 12,5% dels casos.

En segon lloc, l'opció de finançament més emprada per les estrangeres (18,75%) és l'endeutament amb una entitat financera (totes privades, en condicions de mercat). Pel que fa a les autòctones, cap no s'acull a aquesta opció exclusivament.

En tercer lloc, la combinació de capital propi i préstec d'entitat bancària (12,5%). El mateix percentatge d'autòctones ha optat per aquestes dues vies.

Un 18,75% de les emprenedores ètniques havia optat per capitalitzar l'atur per obtenir part dels recursos necessaris (totes han hagut de combinar aquesta alternativa amb alguna o algunes de les altres fonts de finançament). El mateix percentatge d'autòctones ha triat aquesta possibilitat.

Deixant de banda l'opció de la capitalització de l'atur, un altre aspecte que caldria posar en relleu és el baix accés de les emprenedores estrangeres als

diversos tipus d'ajuts públics o subvencions: únicament un 6,25% n'ha pogut gaudir (tractant-se no d'una subvenció, sinó d'un ajut consistent en la rebaixa durant un any d'un 25% en la quota de la cotització a la Seguretat Social de la treballadora que ha contractat). Aquesta dada contrasta amb la quantitat d'emprenedores autòctones que, per una via o altra, han tingut accés a algun tipus d'ajut o subvenció (62,5%).

Amb altres paraules, no solament és fals que hi hagi ajuts específics a immigrants que volen emprendre sinó que, tenint el mateix dret a rebre'ls, hi accedeixen en menor mesura.

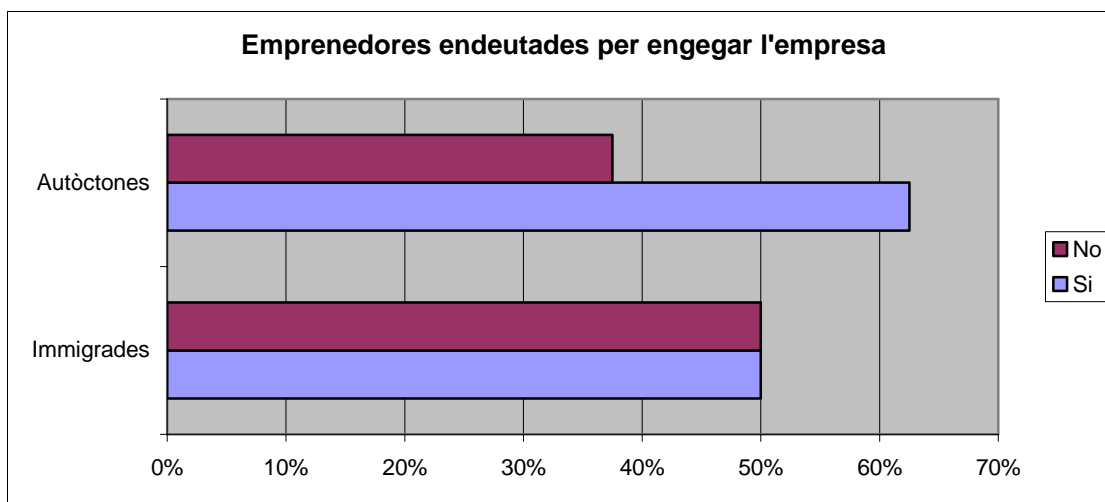
D'altra banda, cal dir que cap de les emprenedores immigrants no ha tingut accés als vivers d'empresa dels SMPE: la raó és que la immensa necessitava un local comercial de cara al públic.

Endeutament

A la pregunta que demanava si l'empresària es va haver d'endeutar per engegar el negoci, les respostes obtingudes varen ser les següents:

Dones endeutades per engegar l'empresa		
	Immigrades	Autòctones
Sí	50,0%	62,5%
No	50,0%	37,5%
Total	100,0%	100,0%

Font: Elaboració pròpia



El 50% d'emprenedores ètniques va haver de recórrer a una entitat financera per aconseguir una part o tot el capital necessari per posar en marxa l'empresa. Cap d'aquestes dones, però, no va accedir als anomenats «préstecs tous» avalats per alguna entitat de crèdit pública; amb altres paraules, tots els crèdits van ser contractats en condicions de mercat.

En la gràfica comparativa es pot observar que el percentatge d'autòctones que es va endeutar en la posada en marxa del negoci és superior (62,5%), però també cal tenir en compte que una part important d'aquest deute va ser contractat amb entitats financeres públiques i condicions molt favorables de crèdits.

El 50% restant d'immigrades no va necessitar endeutar-se, o bé perquè ja disposava del capital necessari (en la majoria dels casos, fruit de l'estalvi d'anys d'haver treballat o gràcies al préstec d'algun familiar), o bé perquè ho va poder combinar amb la capitalització de l'atur.

A continuació vam demanar a les dones estrangeres endeutades que expliquessin en quines condicions varen contractar el deute: com ja hem comentat, totes ho van fer sol·licitant crèdits amb interessos i condicions de mercat. L'import mitjà dels crèdits sol·licitats per aquestes dones puja als 35.000 € per empresària.

Pel que fa a les autòctones, l'import mitjà dels crèdits que van sol·licitar va pujar als 10.200 € cadascuna, xifra que difereix molt del deute de les immigrades. La diferència s'explica pel fet que aquestes darreres disposen de menys recursos (propis o familiars) i perquè en molts casos van haver de pagar el traspàs d'un local i invertir en l'adequació.

Finalment, i pel que fa al grau mitjà de retorn del deute a entitats financeres per part de les estrangeres és del 45%, mentre que les autòctones el tenen retornat, de mitjana, en un 65%.

Inversió inicial

La mitjana de la inversió inicial que les emprenedores immigrants han hagut de realitzar per obrir els negocis ha estat d'uns 33.000 €, mentre que les autòctones s'han quedat a 20.000 €.

La diferència d'importos s'explica de la següent manera: només un 6,25% de les emprenedores immigrants ha hagut de fer una inversió mínima (enfrent del 25% d'autòctones). La resta (93,75%) han obert un establiment comercial i, per tant, han hagut d'assumir el traspàs d'un local —un 31,25% al centre de Vic— i les obres de condicionament corresponents, han hagut d'adquirir maquinària, eines, estoc inicial, etc.

Aquest capital inicial l'han destinat a les següents partides:

• Constitució de la societat
• Traspàs (o compra) del local de negoci
• Obres al local i adquisició d'estoc inicial
• Compra de maquinària i eines
• Equips informàtics i programari
• Compra de mobiliari per a l'establiment comercial
• Curs de formació sobre els productes que comercialitzen

Ajuts, subvencions financeres i subvencions a fons perdut

Només el 25% de les dones immigrants entrevistades s'ha beneficiat d'algun tipus d'ajut o subvenció per a emprenedors. Expliquen aquest percentatge tan baix el desconeixement, en alguns casos, i la contrarietat que suposa haver d'elaborar un pla d'empresa per tal d'aconseguir l'aval d'un SMPE, en altres.

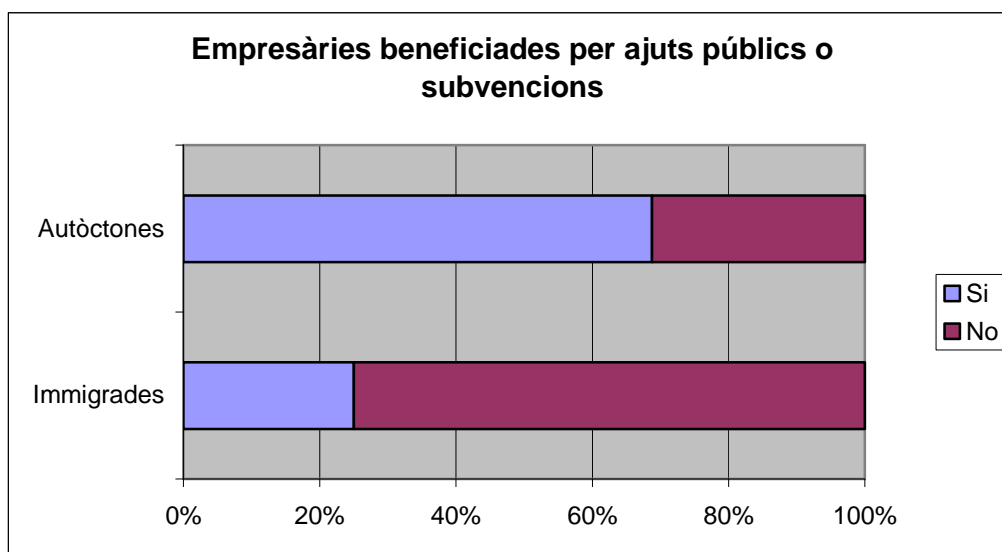
Una característica comuna a la majoria d'emprenedores és la urgència que tenen per engegar el negoci, un cop han pres la decisió. Aleshores, trobar un organisme públic que els demana que madurin el projecte abans de posar-lo en

marxa els suposa un entrebanc i al·leguen que no disposen del temps necessari per tramitar els ajuts.

Comprovem si per als dos col·lectius comparats existeixen diferències pel que fa a l'accés a ajuts públics o subvencions:

Dones que han obtingut ajuts o subvencions per engegar l'empresa		
	Immigrades	Autòctones
Si	25,00%	68,75%
No	75,00%	31,25%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



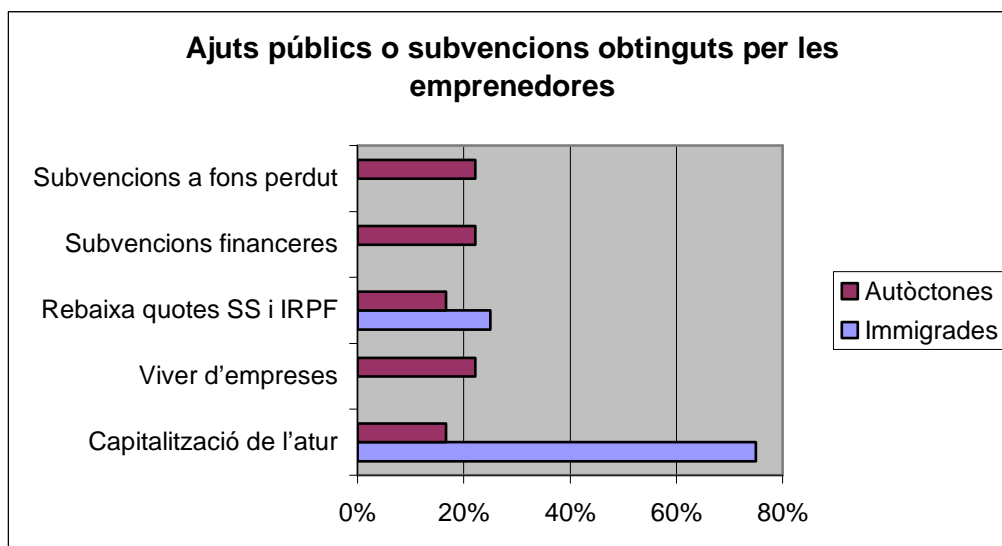
Per tant, veiem que les autòctones (68%) tenen major accés a ajuts públics o subvencions que les immigrants (25%). A més a més, pel que fa a les mitjanes d'ajuts per empresa també hi trobem diferències: per a les emprenedores ètniques es va obtenir 1 ajut per empresa, mentre que per a les emprenedores autòctones, la mitjana fou d'1,64 ajuts per empresa.

Analitzem ara, en base al quadre següent, quines diferències trobem pel que fa als tipus de prestacions rebudes:

Ajuts públics o subvencions obtinguts per les emprenedores		
	Immigrades	Autòctones
Capitalització de l'atur	75,0%	16,7%
Viver d'empreses	-	22,2%
Rebaixa quotes SS i IRPF	25,0%	16,7%
Subvencions financeres	-	22,2%
Subvencions a fons perdut	-	22,2%
Total	100,0%	100,0%

Font: Elaboració pròpia

És a dir, les autòctones demostren un accés més diversificat als diferents tipus d'ajut existents, que no pas les immigrants.



Una quarta part de les emprenedores immigrants va aconseguir una rebaixa de les quotes a la Seguretat Social, i el 75% restant va realitzar la capitalització de l'atur per a la inversió inicial del negoci. Cap de les immigrants no va accedir a un viver d'empreses, ni a subvencions financeres, ni a subvencions a fons perdut.

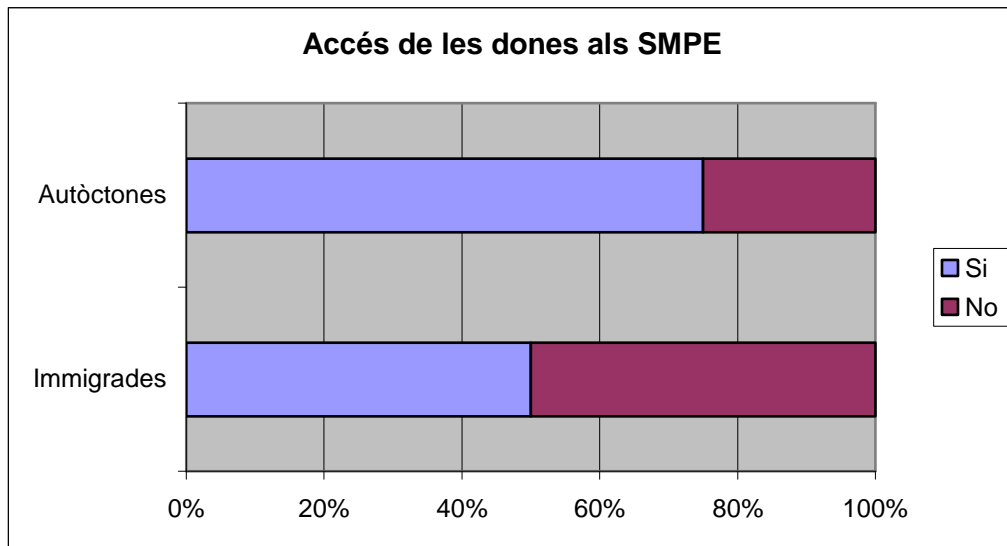
Pel que fa a les autòctones, els mateixos percentatges de casos (22%) van accedir a viviers d'empreses, subvencions financeres i/o subvencions a fons perdut. Un 16,7% va decidir capitalitzar l'atur, i un altre 16,7% va aconseguir una rebaixa de les quotes de la Seguretat Social.

Accés als serveis municipals d'assessorament a emprenadors

A l'hora d'endegar el negoci, el 50% de les immigrants entrevistades varen accedir a l'assessorament de nous emprenadors per part d'algun organisme municipal de promoció econòmica d'Osona; en canvi, les emprenedores autòctones hi han accedit en un 75%:

Accés als SMPE		
	Immigrades	Autòctones
Sí	50%	75%
No	50%	25%
Total	100%	100%

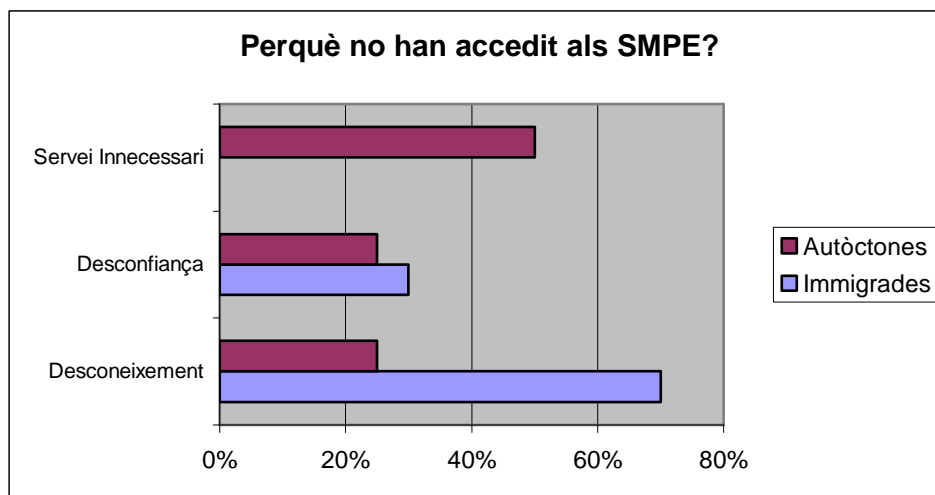
Font: Elaboració pròpia



Comencem per analitzar les estrangeres que **no** han accedit a cap SMPE per a assessorar-se en la posada en marxa del negoci: quan els hem demanat per què no ho han fet, les respostes que hem obtingut són les següents:

Per què no han accedit a cap SMPE?		
	Immigrades	Autòctones
Perquè no sabia que existia	70,00%	25,00%
Perquè no creia que fos de gaire utilitat	30,00%	25,00%
Altres (servei innecessari) ²⁷	-	50,00%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Mentre que el 50% de les autòctones manifesta no necessitar els serveis d'assessorament municipals adduint raons d'autosuficiència, cap de les immigrades no respon donant aquests motius.

27. Recordem que es tracta de casos que no necessitaven rebre aquests serveis perquè es tractava de dones formades en gestió empresarial, o bé amb molta experiència en el negoci que engegaven, o bé que no requerien grans capitals per emprendre el seu negoci (baix risc).

El 70% de les immigrades entrevistades explica que no en va fer ús per desconeixement (enfrent del 25% d'autòctones desinformades), i el 30% restant, per desconfiança (percentatge similar al de les autòctones).

Com a conclusió, podríem dir que una quarta part de les emprenedores que no han accedit als SMPE dubta de la seva utilitat. Pel que fa a la resta, hauríem de distingir entre immigrades i autòctones: amb les primeres hi ha un problema de comunicació i d'informació (no estan ben assabentades de l'existència dels serveis); les segones, en canvi, consideren que no tenen necessitat d'assessorament.

Cal afegir que en un 12,5% dels casos de dones estrangeres que no han accedit a cap SMPE, és perquè s'han assessorat en col·legis professionals (per exemple, el de metges) o bé amb advocats o gestories.

Per acabar aquesta part d'anàlisi referida a les estrangeres que finalment no han rebut el servei d'assessorament, voldríem incloure alguns comentaris que ens han fet o exemples de casos concrets:

- «No pensava que fos possible rebre aquest tipus d'assessorament.»
- «Si els tècnics dels SMPE no coneixen el meu producte, com poden assessorar-me?»
- Hi ha emprenedores que no han acudit l'SMPE perquè ja havien muntat altres negocis en el passat i, per tant, creien que no necessitaven assessorament. Una, emparada en aquestes experiències, ni es va plantejar la possibilitat que el negoci anés malament. Ara es penedeix de no haver-se assessorat.

Passem a analitzar les estrangeres que **sí** que han acudit a algun dels SMPE d'Osona (un 50% de les que hem entrevistat). Per començar, cal dir que d'aquestes dones, una tercera part no varen continuar la relació d'assessorament després de la primera visita, per diversos motius:

- Algunes emprenedores immigrants utilitzen diverses vies: recorren a les gestories per realitzar alguns tràmits (tràmits d'alta d'autònoms, permisos d'importació); elles mateixes gestionen els permisos d'obra i d'obertura del local de negoci i, finalment, recorren a algun SMPE per esbrinar la possibilitat d'aconseguir algun ajut. En aquest punt de la fase de creació de l'empresa, l'emprenedora ja porta una inèrcia difícil d'aturar (per no parlar de les despeses que ja està suportant, com el lloguer del local), i trobar un tècnic d'empresa que li demana que maduri el projecte i l'escrigui en un pla d'empresa, es contempla com un entrebanc o un tràmit impossible de realitzar, i abandona la possibilitat.
- Alguna empresària ha anat a l'SMPE per demanar ajut quan el negoci ja s'havia posat en marxa i ja es veia que no funcionava; és a dir, hi ha anat massa tard, quan ja no es podia evitar el fracàs.
- En un altre cas, l'empresària va demanar assessorament a un SMPE quan va decidir, un cop iniciada l'empresa, canviar de local de negoci i de plantejament: era professora (assalariada) d'una escola d'idiomes; quan els antics propietaris van decidir tancar-la, ella en va assumir el traspàs i es va quedar amb el local i la clientela. El propietari del pis llogat com a local del negoci li va pujar el lloguer de 300 € a 800 € i ella va decidir marxar i comprar un local a peu de carrer. No va poder rebre el servei

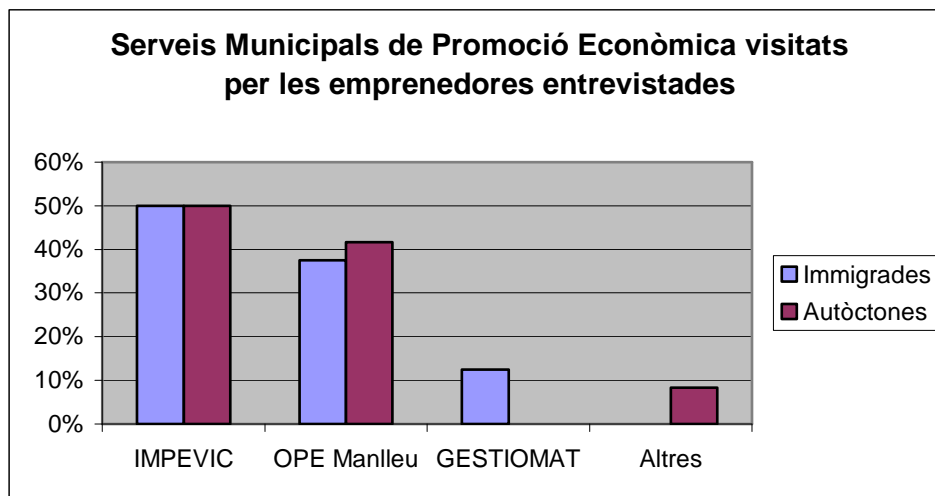
d'assessorament de l'SMPE perquè l'empresa ja existia, no era de nova creació.

- Una altra dona va pensar que perdria el temps: a l'SMPE, la primera impressió va ser negativa i no va continuar. Hi va anar quan ja tenia el local i la idea, i va creure que hauria de perdre massa temps sense tenir clar el rendiment que n'obtindria.
- Algú afirma que, tot i que considera que és un servei important, troba que els tècnics d'empresa dels SMPE actuen com un fre: «et donen molta informació d'entrada, per veure com t'hi mous i com enfoques la teva idea, quan en realitat el que estàs buscant és que siguin ells els que es situïn en el teu projecte, t'escoltin, i a partir d'aquí, vagin veient les necessitats i tota la informació que calgui.»

Pel que fa als SMPE que han visitat les emprenedores estrangeres, són els següents:

SMPE visitats per les emprenedores entrevistades		
	Immigrades	Autòctones
IMPEVIC	50,00%	50,00%
OPE Manlleu	37,50%	41,67%
GESTIOMAT	12,50%	-
Altres ²⁸	-	8,33%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



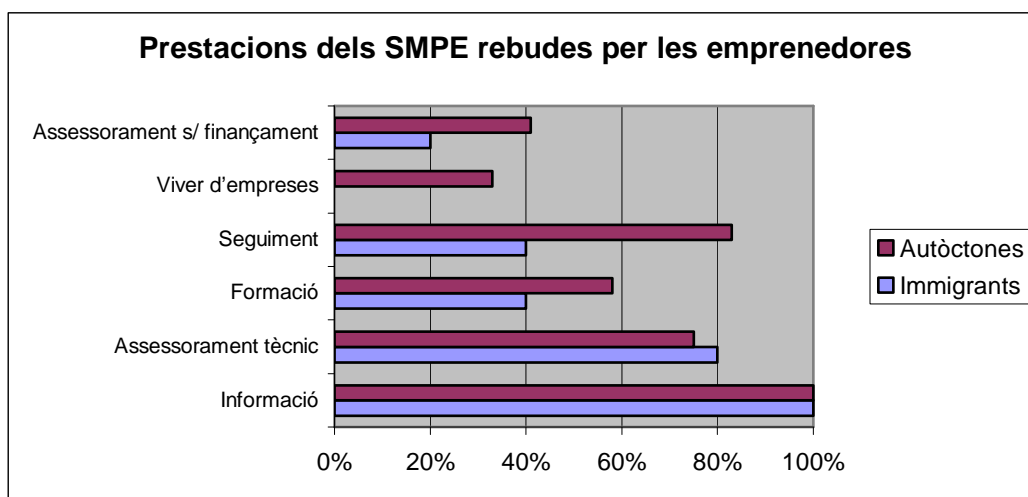
Prestacions rebudes dels SMPE i valoració

Pel que fa a les prestacions que han rebut les emprenedores estrangeres d'Osona dels SMPE i la valoració que en fan, disposem de les següents dades:

28. Ajuntament de Tona. Mancomunitat La Plana

Prestacions dels SMPE rebudes per les emprenedores, i valoració				
	Immigrants		Autòctones	
	% d'usuàries	Valoració	% d'usuàries	Valoració
Informació (tràmits creació E ^a , etc.)	100%	8,4	100%	7,2
Assessorament tècnic	80%	8,5	75%	7,8
Formació	40%	9,5	58%	7,8
Seguiment (acompanyament 1r any)	40%	9,5	83%	7,2
Viver d'empreses	0%	--	33%	8
Assessorament sobre finançament	20%	8	41%	6,4

Font: elaboració pròpia



Analitzem les diferències entre immigrades i autòctones pel que fa als graus d'utilització dels vessants diversos del servei d'assessorament: podem comprovar que en la majoria dels casos, les autòctones utilitzen en major mesura les diferents prestacions que donen els SMPE.

Així i tot, i fixant-nos ara en la valoració que aquestes dones fan dels serveis rebuts, es pot comprovar que malgrat que les immigrades es beneficien en menor mesura d'aquestes prestacions dels SMPE d'Osona, els atorguen unes qualificacions més elevades que les autòctones.

La principal queixa que plantegen les usuàries immigrants del sistema de funcionament de l'assessorament a emprenedors es refereix a l'excessiva burocràcia que cal per aconseguir algun ajut i la lentitud de tot el procés: elles obtenen el crèdit abans que actuï l'SMPE, i ja es posen a funcionar.

Pel que fa a la resta d'aspectes, les dones immigrants valoren molt positivament el servei en sentit ampli. Totes han accedit a la informació sobre els tràmits per a la creació de l'empresa, la forma jurídica, etc. La qualificació mitjana que donen a aquest vessant del servei és de 8,4 punts.

Un 80% ha rebut assessorament tècnic, que valoren amb 8,5 punts.

El 40% ha accedit a la formació prestada des dels SMPE i la valoren amb 9,5 punts.

El 40% ha rebut el servei de seguiment o acompanyament durant el primer any de vida de l'empresa, i ha estat valorat amb una qualificació mitjana de 9,5 punts.

Cap de les usuàries immigrants dels SMPE no ha pogut accedir als serveis municipals de viver d'empreses (cal tenir en compte que el 94% de les entrevistades necessitaven un local comercial).

Finalment, el servei d'assessorament per aconseguir finançament ha estat rebut per un 20% de les usuàries i valorat amb 8 punts. En aquest sentit, alguna entrevistada ha emprat l'emprenedoria com a via per aconseguir el permís de residència definitiu, seguint el següent procés: l'acomiaden de la feina i va a l'atur, detecta un local de negoci que queda buit, acudeix a un SMPE per assessorar-se en l'obertura d'un locutori, l'SMPE l'ajuda a elaborar el pla d'empresa, i amb aquest aval aconsegueix un petit crèdit d'una institució financera. Com a conseqüència de tota la successió d'esdeveniments, renova el permís de residència sense més complicacions.

Acompanyament durant el primer any i principals dificultats

De les dones immigrades que no han rebut el servei d'acompanyament, un 33% l'hauria volgut rebre. La resta considera que no ho ha necessitat.

Pel que fa a les autòctones, aquest percentatge és del 40%, de manera que podríem dir que aquestes darreres s'han sentit una mica més perdudes que les emprenedores estrangeres durant els primers mesos de vida del negoci que han posat en marxa.

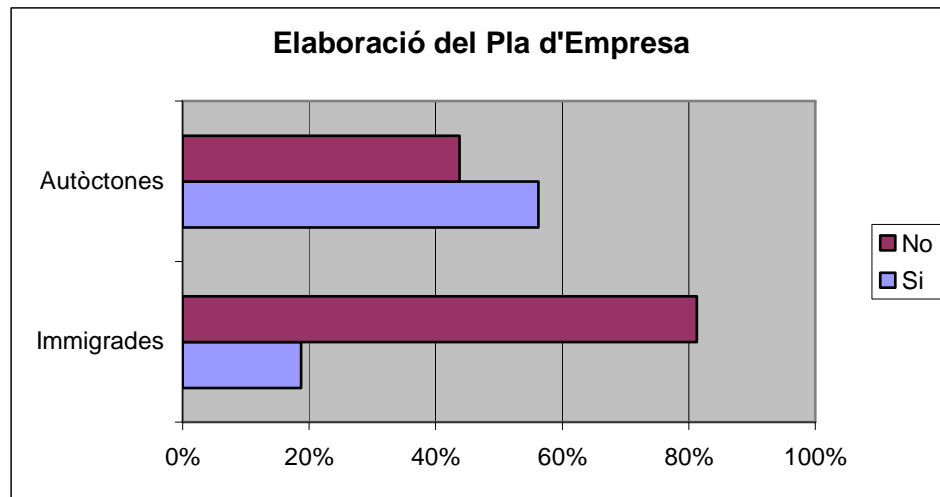
Els aspectes en els quals les emprenedores immigrades s'han trobat més perdudes durant els primers anys de vida de l'empresa són les qüestions referents a permisos o la comptabilitat de l'empresa. L'empresària que va obrir un locutori afirma que hauria necessitat més assessorament informàtic en els inicis del negoci. En canvi les autòctones manifesten que les principals dificultats que han tingut es refereixen a les qüestions financeres, d'una banda, i als aspectes burocràtics de relacions amb les administracions públiques, de l'altra.

Elaboració del Pla d'Empresa

Després de demanar a les emprenedores entrevistades si varen elaborar un pla d'empresa del seu negoci abans d'iniciar l'activitat, les respostes obtingudes han estat les següents:

Elaboració del Pla d'Empresa		
	Immigrades	Autòctones
Sí	18,75%	56,25%
No	81,25%	43,75%
Total	100,00%	100,00%

Font: Elaboració pròpia



Destaca l'elevat nombre d'emprenedores ètniques que engeguen el negoci sense haver elaborat un pla d'empresa amb anterioritat. Amb tot, el 43,75% de les autòctones tampoc elabora cap pla d'empresa abans de posar-la en marxa, xifra que també considerem massa elevada.

Entre altres, les dones immigrants entrevistades que sí van elaborar el pla d'empresa, subratllen els següents avantatges:

- Dóna seguretat perquè informa de les xifres en què es mourà el negoci.
- Permet concretar millor la xifra de l'endeutament.
- Li ha servit per corroborar les previsions que havia fet de manera menys formal.

A les que no ho varen fer, els hem demanat si veient l'evolució que ha tingut la seva empresa, creuen que el fet d'haver elaborat el pla d'empresa els hauria estalviat problemes. Per tractar les respostes d'aquesta qüestió, caldria distingir els negocis que estan fracassant dels que estan sortint endavant:

- 1) En el primer cas (un 23% de les que no van elaborar un pla d'empresa), les emprenedores responen que, veient els mals resultats que estan obtenint, probablement un pla d'empresa i l'assessorament dels tècnics dels SMPE els haurien ajudat a estalviar-se'ls. De tota manera, l'empresària del negoci que està a punt de tancar a causa de les llargues obres del C/Gurb de Vic es pregunta si aquesta previsió l'haurien sabut fer des del SMPE.
- 2) Recollim, d'altra banda, les opinions de les emprenedores ètniques de negocis que funcionen sense haver elaborat el pla d'empresa (el 77% restant):
 - Amb l'assessorament rebut per col·legis professionals o gestories ja n'han tingut prou per fer funcionar l'empresa.
 - «No m'hauria estalviat cap problema, perquè hauria trigat tant que encara ara no hauria obert.» L'empresària estava completament segura del que volia fer. Va començar a elaborar el pla d'empresa, però ho va deixar córrer.
 - Algunes dones coneixien perfectament el sector en què creaven l'empresa (o bé perquè ja hi havien treballat abans, o bé perquè el coneixien per

l'entorn familiar) i, per tant, estan convençudes que no els hauria estat de gaire utilitat.

Principals dificultats en la creació de l'empresa

Hem demanat a les emprenedores ètniques que facin una valoració de quines creuen que han estat per a elles les principals dificultats en la **creació** de l'empresa (des del moment de prendre la decisió d'emprendre fins al procés de donar d'alta l'empresa). Les opinions que hem rebut són les següents:

Valoració de les principals dificultats en la creació de l'empresa ²⁹		
	Immigrades	Autòctones
Obtenció d'informació	7	7,5
Tràmits burocràtics	6,6	5,7
Elaboració del pla d'empresa i de finançament	5,7	7,5
Suport de l'entorn familiar i/o social	9,8	8,3
Coneixement del sector	8,2	8,5
Coneixement de la competència	8,5	8,6
Coneixement del mercat o territori	6,6	8,3

Font: Elaboració pròpia

En funció de les mitjanes que hem obtingut de les respostes de les immigrants, podríem concloure que els aspectes en què aquestes dones han trobat majors dificultats han estat l'elaboració del pla d'empresa, els tràmits burocràtics de creació del negoci i el coneixement del mercat o territori.

Pel que fa a l'obtenció d'informació, consideren que han patit algunes dificultats.

Finalment, analitzant la resta de factors qüestionats, podem afirmar que coneixien el sector i la competència, i que han rebut un suport total de l'entorn social-familiar en la seva decisió.

Comparant les valoracions realitzades per les dones dels dos col·lectius, veiem que:

- Les immigrades han trobat més dificultats que les autòctones en aspectes com ara l'elaboració del pla d'empresa i de finançament, el coneixement del mercat o territori, l'obtenció d'informació o el coneixement del sector.
- En canvi, les estrangeres han trobat menys dificultats que les autòctones en qüestions com ara el suport de l'entorn familiar i/o social o bé els tràmits burocràtics.

29. Noteu la valoració de l'1 al 10: 1 = Moltes dificultats; 10 = Cap dificultat.

Principals dificultats en l'engegada de l'empresa

Hem preguntat a les emprenedores ètniques quines creuen que han estat les principals dificultats en l'engegada de l'empresa, referint-nos a les que han trobat durant el primer any de vida del negoci.

Valoració de les principals dificultats en l'engegada de l'empresa ³⁰		
	Immigrades	Autòctones
Obtenció de finançament per a la inversió inicial	7,7	7,8
Localització del local de negoci	7,9	8,9
Nivell de formació	9,4	8,9
Nivell de coneixement del sector	8,8	8,9
Grau d'acompanyament en l'assessorament	6,6	7,7
Dificultat per anar augmentant les vendes	5,5	7,3

Font: Elaboració pròpia

Quan hem demanat a les estrangeres sobre els majors entrebancs que han viscut durant el procés de posada en marxa del negoci (primer any de vida), han qualificat com a més complex el fet d'aconseguir la seva quota de mercat, mantenir-la i millorar-la (és a dir, força dificultat per anar augmentant les vendes).

La manca de finançament i d'acompanyament, així com la localització del local de negoci, són els aspectes que apareixen a continuació en el grau de dificultat.

Per acabar, tant la formació de l'empresària com el coneixement que té del sector apareixen valorats com a trets que no els han comportat obstacles destacables.

Comparant les valoracions realitzades per les dones dels dos col·lectius, veiem que:

- Les immigrades han trobat més dificultats que les autòctones en aspectes com ara el manteniment (i l'augment) de la quota de mercat del seu negoci, la manca d'acompanyament en l'assessorament o la localització del local de negoci.
- En canvi, les estrangeres han trobat menys dificultats que les autòctones en qüestions com ara el nivell de formació.

En aspectes relatius a l'obtenció de finançament per a la inversió inicial o bé el grau de coneixement del sector, podem dir que les dones dels dos col·lectius els han considerat igualment dificultosos.

30. Noteu la valoració de l'1 al 10: 1 = Moltes dificultats; 10 = Cap dificultat.

Factors que expliquen la supervivència o èxit de l'empresa

Per acabar el qüestionari, hem demanat a les entrevistades que valorin quins són els factors clau responsables del fet que l'empresa sobrevisqui o creixi, passats els anys.

Valoració dels factors d'èxit de l'empresa ³¹		
	Immigrades	Autòctones
Coneixement del producte o sector	9,6	9,4
Formació personal	9,3	9
Haver disposat del finançament necessari	9,1	8,3
Ubicació del local de negoci	8	8
El territori	7,1	6,8
El mercat	8,1	8,9
La innovació del producte o servei	7	8
L'assessorament rebut	5,6	6

Font: Elaboració pròpia

Les entrevistades immigrades responen clarament a la qüestió: el factor clau del manteniment del negoci es basa en el coneixement que té l'empresària del producte o del sector en el qual treballa (fet que està lligat amb el següent aspecte: la formació). Haver pogut disposar del finançament necessari és un altre dels aspectes que apareixen com a fonamentals en el manteniment del negoci.

També el mercat al que es dirigeixen o la ubicació del local o establiment comercial apareixen com a rellevants.

En canvi, l'assessorament rebut és l'aspecte menys valorat per les emprenedores estrangeres.

Comparant les valoracions realitzades per les dones dels dos col·lectius, veiem que les immigrades valoren més positivament que les autòctones aspectes com ara el fet d'haver disposat del finançament necessari per a l'engegada del negoci. En canvi, les autòctones valoren com a més rellevants qüestions com la innovació, les característiques del mercat o l'assessorament rebut.

Grau de complexitat de la legislació espanyola

Hem demanat a les emprenedores immigrades quin grau de complexitat té la legislació espanyola —laboral, fiscal i mercantil— comparada amb la del seu país d'origen. Agrupant les respostes en 3 graus diferents de complexitat, obtenim els següents resultats:

Grau de complexitat de la legislació espanyola comparada amb la del país d'origen	
Més fàcil	9,10%
Igual	45,45%
Més complex	45,45%
Total	100,00%

Elaboració: Font pròpia

31. Noteu la valoració de l'1 al 10: 1 = Factor irrellevant; 10 = Factor fonamental

De mitjana, les immigrades que emprenen negocis valoren el grau de complexitat de les diverses legislacions implicades en el procés de creació d'empreses amb un 6,5 (escala de valoració: de l'1 —més fàcil— al 10 —més complex).

Altres diferències entre país d'origen i país d'acollida en el procés de creació de l'empresa

Seguint el fil de la pregunta anterior, hem demanat a les emprenedores ètniques que comparin en termes globals (i no solament pel que fa a la complexitat de la legislació) les dificultats del procés de creació i posada en marxa d'una empresa a Espanya i al seu país d'origen. Les respostes obtingudes les resumim en el següent quadre:

Diferències entre Espanya i el país d'origen pel que fa al procés de creació d'un negoci	
Diferències a favor del país d'origen (55,56%)	
• Hi ha més ajuts i menys costos de constitució d'un negoci que aquí	11,11%
• Hi ha majors comoditats en els tràmits	16,67%
• Hi ha menys control per part de les autoritats, més llibertat per al negoci	16,67%
• Hi ha menys tràmits i menys burocràcia	11,11%
Diferències a favor del país d'acollida (16,67%)	
• Hi ha menys control burocràtic, menys entrebancs i menys temps d'espera	16,67%
No hi ha diferències	11,11%
No sap si hi ha diferències	16,67%
Total	100,00%

Elaboració: Font pròpia

Més del 50% de les valoracions rebudes sobre aquesta qüestió apunten cap a afirmar que, en uns aspectes o altres (ajuts, comoditat, llibertat, burocràcia), és més fàcil posar en marxa un negoci en els països d'origen que no pas en el país d'acollida.

Només el 16% de les entrevistades creu que al país del qual procedeixen el procés de creació de l'empresa és més complicat.

Per a l'11%, no hi ha diferències entre països, i el 16% restant confessa que desconeix la dificultat que hi ha al seu país d'origen, de manera que no pot comparar.

Si analitzem els comentaris que ens han fet les emprenedores ètniques tenint en compte el continent del qual procedeixen, obtenim els següents resultats:

Comparació de dificultats país de procedència VS país d'acollida en el procés de creació d'un negoci, per continents de procedència				
	Més fàcil	Més difícil	Igual	No ho sap
Resta Unió Europea	-	-	25%	67%
Resta d'Europa	-	-	50%	-
Magrib	13%	-	-	33%
Resta d'Àfrica	25%	-	-	-
Amèrica del Nord i Central	25%	-	25%	-
Amèrica del Sud	38%	100%	-	-
Total	100%	100%	100%	100%

Elaboració: Font pròpia

Així, doncs, entre les emprenedores que consideren més fàcil engegar un negoci al seu país d'origen que no pas al d'acollida són, sobretot, les sud-americanes i, en segon lloc, tant les provinents de la resta d'Àfrica com les d'Amèrica del Nord i Central.

L'única dona que ha destacat l'especial dificultat que pateixen al seu país pel que fa als tràmits amb l'administració en general (i els d'engegar un negoci, en particular) pertany a Amèrica del Sud, en concret, a la República Argentina: ens ha parlat d'immensa burocràcia i de llargs temps d'espera. En aquest sentit, considera que a Espanya la situació és molt millor.

Les emprenedores provinents de la resta d'Europa (Europa de l'est) consideren que el grau de dificultat és similar tant al país de procedència com al d'acollida.

La majoria de les que provenen de la resta de la Unió Europea confessen que no ho saben.

Finalment, voldríem afegir alguns comentaris que ens han fet les entrevistades, tenint en compte el país del qual provenen:

Colòmbia

- «Al meu país hi ha diversos ajuts. Jo puc establir-me segons les normes i després les autoritats em vénen a veure i em van indicant quins aspectes cal que tingui en compte. D'altra banda, com a microempresa allà no hauria de pagar impostos durant uns anys, fins a uns 5 anys.»
- «Al meu país hauria rebut el tracte de microempresa, la qual cosa m'hauria comportat menors despeses de constitució i legalització. Aquí és necessari un coixí econòmic més gran per suportar els inicis de l'activitat. Els dos primers anys d'inici de la microempresa no em cobrarien impostos.»

Ghana

- «Al meu país és més senzill de procedir: tu t'instal·les com a autònom i les autoritats et vénen a veure i t'expliquen com ho has de fer. Allà els impostos es paguen un cop l'any.»

Nigèria

- «Aquí són necessaris molts papers, hi ha molts pagaments a crèdit i poca llibertat per instal·lar-se i començar l'activitat. Al meu país és més possible que la gent col·labori.»

Lituània

- «Al meu país hi ha un gran control burocràtic sobre el compliment de les normes, més que no pas interès per l'activitat professional.»

Rússia

- «Gairebé podríem dir que el procés de legalització d'una empresa és igual, es demanen molts papers i cal també molta paciència per esperar. Per fer-se autònoma no hi ha grans inconvenients, tenir els papers necessaris i la llicència de l'activitat per iniciar el negoci.»

Marroc

- «Existeixen igual que aquí lleis de control burocràtic i exigències legals, però a la pràctica les autoritats no són tan estrictes com aquí i tens més possibilitats de poder desenvolupar la teva activitat.»

Mèxic

- «Potser la diferència que constato es refereix a la comoditat per a la realització dels diversos tràmits: al meu país, els podria fer algú en el meu nom, mentre que aquí, els he hagut de fer personalment.»
- «Al meu país hi ha molt de control sobre les coses, però també hi ha moltes possibilitats de fer el que vols.»

Associacions de compatriotes

Només el 6,25% de les immigrades entrevistades afirma que existeix una associació de cooperació per a les persones de la mateixa procedència: es tracta de l'empresària nigeriana, i ens explica que es tracta d'una entitat que es s'ocupa de l'acolliment i la integració per als nous immigrants d'aquell país que arriben al nostre, més que no pas d'un assessorament per a l'engegada de nous negocis. En alguns casos, també col·laboren en els tràmits per a la importació de productes ètnics.

6 Conclusions de l'estudi qualitatiu

L'esperit emprenedor de les persones constitueix un dels motors fonamentals del desenvolupament econòmic d'un territori. Conscients d'aquest potencial, els equips de govern municipals han impulsat durant els darrers lustres la prestació de nous serveis als ciutadans en aquest camp, dirigint esforços cap a la promoció i l'assessorament a l'emprenedoria local.

Osona no és un cas a part; a la comarca operen set serveis municipals de promoció econòmica (SMPE) que assessoren dones i homes, autòctons i immigrants, que tinguin un projecte de negoci i el vulguin posar en marxa.

L'anàlisi qualitativa del present estudi s'ha centrat tant en aquests organismes assessors com en les emprenedores –tant si són foranes com autòctones–, algunes de les quals han estat assessorades pels SMPE d'Osona, i d'altres no. Tot seguit n'exposem les conclusions:

Les assessorades: diferències entre les emprenedores immigrades i les autòctones

Comencem el comentari de les conclusions a què hem arribat després de la realització del treball de camp destacant la principal evidència: les diferències entre les empresàries immigrades i les autòctones d'Osona són significatives, i es refereixen tant al perfil d'aquestes dones, com a les empreses que creen, com al procés de creació i posada en marxa dels negocis.

De fet, hi ha pocs aspectes en els quals les dones dels dos col·lectius coincideixen: l'edat (que se situa entre els 37-38 anys de mitjana), l'antiguitat dels negocis que han creat (que és d'uns tres anys, per terme mitjà) o el fet que totes han creat la pròpia empresa (no hi ha transmissió familiar en cap cas).

Així, doncs, val la pena que incidim en allò que és destacable de manera que, tot seguit, fem un repàs de cadascun dels trets diferencials:

- **Nivell d'estudis:** les immigrades amb estudis universitaris superiors són menys nombroses que les autòctones; amb tot, cal dir que més de la meitat de les estrangeres que han cursat ensenyaments superiors als països d'origen no els poden fer valer al nostre país, per la impossibilitat d'homologació d'aquests títols entre països. Pel que fa als estudis cursats de batxillerat i ensenyaments universitaris mitjans, succeeix el contrari: el nombre d'immigrades és superior al de les autòctones.
- **Estat civil:** no hi ha cap empresària immigrada que sigui soltera, totes són casades, o viuen en parella, o bé són divorciades.
- **Nombre de fills:** les empresàries estrangeres tenen el doble de fills que les autòctones.

- **Municipis de residència:** les immigrades presenten una major concentració territorial per municipis que no pas les autòctones.
- **Forma jurídica de les empreses i nombre i gènere dels socis:** les immigrades opten majoritàriament (80% dels casos) per emprendre individualment (autònomes). En canvi, un 70% de les empresàries autòctones opten per engegar els propis negocis creant algun tipus de societat (societats civils privades, societats limitades o societats limitades laborals). Un altre aspecte a comentar és que tant les unes com les altres, quan s'associen, trien en major mesura l'associació amb altres dones.
- **Negoci familiar/individual:** el pes dels negocis familiars és superior en el cas de les immigrades que en el de les autòctones.
- **Municipis on s'ubiquen els negocis:** pel que fa a la localització de les empreses, les de les immigrades presenten major concentració en els municipis de majors dimensions mentre que les de les autòctones estan més disperses pel territori osonenc,. D'altra banda, un 75% de les empresàries estrangeres ha creat el negoci al mateix municipi on resideix, mentre que només el 56,25% de les autòctones es troba en aquesta situació.
- **Sector i branca d'activitat:** les immigrades que emprenen es concentren en els serveis mentre que les autòctones són presents, en menor o major mesura, en tots els sectors econòmics. Dins del sector terciari —que és el predominant en els dos col·lectius comparats— destaquem un nombre elevat d'autòctones que es dediquen als serveis a les empreses; en canvi, les immigrades opten per engegar negocis consistents en establiments comercials diversos o hoteleria.
- **Àmbit territorial del mercat:** entre les empresàries autòctones trobem negocis que comercialitzen els seus productes tant a nivell municipal, com comarcal, com en el mercat català o mundial. En canvi, la major dimensió territorial a la qual s'adrecen les immigrades es refereix al mercat comarcal. Aquestes dones comercialitzen, majoritàriament, un producte no ètnic i s'adrecen a un mercat també no ètnic (de mitjana, en el 54% dels casos estem parlant de negocis oberts, tot i que els percentatges difereixen segons quin sigui el continent de procedència de l'emprenedora).
- **Nombre i sexe dels treballadors contractats:** en aquest aspecte trobem una situació pràcticament similar en els dos col·lectius comparats, ja que les empreses engegades per autòctones contracten 1,5 treballadors de mitjana per empresa i les de les immigrades 1,4. En canvi, en el que sí que apareixen diferències és en el sexe dels treballadors contractats: les immigrades presenten major tendència que les autòctones a contractar dones.
- **Volum de facturació:** les empreses creades per immigrades tenen una facturació anual inferior a la de les autòctones (en aquest sentit direm que el 30% de les autòctones facturen més de 90.000 € l'any, mentre que no hi ha cap emprenedora estrangera que se situï en aquest tram de vendes).

- Pel que fa a les **perspectives de creixement** de les vendes, cal dir que els percentatges d'empresàries —autòctones i immigrades— que creuen que el negoci creixerà són força semblants. En canvi, mentre que la resta d'autòctones creu que l'empresa es mantindrà com fins ara, hi ha un percentatge significatiu de casos d'immigrades que pensen que els ingressos baixaran. És a dir, hem detectat més fracàs empresarial entre les immigrades que no pas entre les autòctones.
- **Internacionalització**: novament trobem trets clarament diferenciadors, de manera que entre les autòctones trobem alguns casos d'empreses exportadores —tot i que presenten uns nivells baixos: 25%—, mentre que entre les immigrades hi ha una major presència d'empreses importadores (31%).
- **Grau d'innovació en producte i en territori**: totes les emprenedores valoren amb qualificacions més altes el grau d'innovació en territori (comercialitzen un producte que ja existia, però que no es comercialitzava a la comarca), que no pas el grau d'innovació en producte (comercialitzen un producte o servei nou). Amb tot, les qualificacions més altes són per a les autòctones: pel que fa a la innovació en producte, els dos col·lectius s'atorguen una nota similar (un 5 les autòctones i un 4,2 les estrangeres); en canvi, en innovació en territori, les autòctones (7,4) es distancien més clarament de les immigrades (6,8).
- **Respecte de la incorporació de noves tecnologies**, cal començar destacant el baix nivell d'incorporació de les TIC a les empreses creades per estrangeres: la meitat dels casos no utilitza les noves tecnologies per a la gestió empresarial (ho fa un 12,5% de les autòctones), només un 6,2% de les immigrades es dedica a una activitat que és possible gràcies a l'ús de les TIC (per un 18,8% de casos de les autòctones), el 43,7% de les empresàries estrangeres utilitza les noves tecnologies com a suport a l'activitat (mentre que les empra un 50% de les autòctones) i, finalment, no hi ha cap empresa d'immigrada que sigui de base tecnològica (mentre que un 18% de les autòctones ho és). En conseqüència, trobem més d'autòctones que no pas immigrades en aspectes més concrets relacionats amb l'ús de les TIC aplicades a la gestió empresarial, com ara la facturació informatitzada, l'ús de software comptable, bases de dades de clients, sistemes de seguretat per a les bases de dades, connexió a Internet, utilització del correu electrònic per a la comunicació amb clients i proveïdors, web propi o comerç electrònic.
- El 62,5% de les immigrades entrevistades han engegat un negoci que suposa un trencament amb l'ocupació que havien realitzat en el país d'origen. Si tenim en compte el bagatge laboral o professional adquirit tant en el país d'origen com en el d'acollida, veiem que la proporció d'estrangeres que emprenen negocis no vinculats a experiències anteriors decreix fins al 46,7%. Amb les autòctones això no succeeix de manera tan clara, ja que només un 31% d'aquestes dones posa en marxa un negoci nou per a ella, en un sector en què anteriorment no ha tingut cap experiència laboral ni professional.

- Si analitzem el **passat emprendedor o assalariat** de les entrevistades, s'observa que un 66,6% de les immigrades ja havien estat empresàries (en el sector actual o en un altre), mentre que en les autòctones el percentatge es queda en un 12,5%. És a dir, hi ha més immigrades amb trajectòria com a emprenedores que no pas autòctones.
- Nogensmenys, les autòctones comencen el projecte d'engegada del negoci en millors condicions que les estrangeres, ja que un 50% disposava de clientela, o bé la coneixia, abans de crear l'empresa, mentre que en aquesta situació avantatjosa només s'hi trobava el 25% de les immigrades.
- Referint-nos ara a l'**entorn familiar emprendedor** de les entrevistades, cal dir que el 37,5% de les empresàries ètniques continua dedicant-se a la mateixa activitat a què es dedica —o s'havia dedicat— algun membre del seu entorn familiar, enfront del 18,7% d'autòctones que es manifesten en el mateix sentit. D'altra banda, hi ha més autòctones (87,5%) amb algun empresari o autònom a la família, que no pas immigrades (75%), tot i que els indicadors per als dos col·lectius són força elevats. Després de realitzar el treball de camp podem afirmar que les autòctones realitzen en major mesura un desplegament de les aptituds o capacitats familiars (canalitzen sinergies del voltant cap al seu negoci), mentre que les immigrades s'emparen en el bagatge social que porten incorporat del seu país d'origen. En qualsevol cas, sembla que es fa evident que les empresàries no neixen, sinó que es fan.
- **Motivacions per emprendre:** recordem que, de mitjana, fa uns 10 anys que les foranes van arribar al nostre país; en aquest sentit, hem de contemplar l'autoempresa com a sortida a una situació de precarietat laboral. Així, doncs, la primera de les motivacions per posar en marxa el negoci respon a raons econòmiques —emprenedoria de necessitat— i té més pes en el cas de les estrangeres (58%) que en el de les autòctones (35%). Aquesta motivació, la vinculen en la majoria de casos al desig de millora de les condicions laborals: en el cas de les immigrades, perquè no creuen possible abandonar les feines típiques per a estrangers (com ara la indústria càrnia, la neteja, la cura de persones grans o infants), que tenen retribucions baixes, horaris intempestius i poques perspectives de millora o canvi; les autòctones, en canvi, expliquen que van engegar el negoci perquè van comprendre que el seu sostre es referia a la mobilitat dins la mateixa empresa en la qual treballaven (possibilitat d'ascensos o de millores de retribució). Un 15% de les autòctones addueix l'emprenedoria d'oportunitat (en producte o en territori) com a motivació bàsica (només el 10% de les estrangeres aposta per aquesta causa). Pel que fa a la necessitat de conciliar feina i família, tots dos col·lectius creuen que ha estat una de les raons fonamentals per prendre la decisió d'emprendre, tot i que les immigrades en un percentatge lleugerament superior (recordem l'elevat percentatge d'aquestes dones que emprenen no solament en el mateix municipi on resideixen sinó que, en molts casos, cerquen locals de negoci amb habitatge a la planta superior, per tal d'assegurar-se aquesta conciliació). Finalment, i dins el col·lectiu de les empresàries estrangeres, creiem interessant destacar una altra motivació per emprendre: la voluntat

d'integració al territori on es resideix. En aquest sentit, cal dir que es tracta de dones que desitgen liderar el propi procés d'integració, i l'emprenedoria es contempla com una via efectiva per aconseguir-ho, ja que força a l'aprenentatge de la llengua (el català) i a la coneixença i al tracte amb clients, proveïdors, administracions públiques diverses, etc. Són dones que desitgen convertir-se, de manera activa, en un agent econòmic més de la societat que els acull.

- Pel que fa al **grau de satisfacció** que comporta a les dones el fet d'haver emprés, cal dir que al voltant del 80% de les immigrades manifesten que el grau de satisfacció és elevat, tot i que trobem un 18,7% dels casos que se senten penedides o molt penedides (evidentment es tracta de dones que han fracassat amb el seu projecte empresarial i que ho atribueixen a errades en la ubicació del negoci o bé al desconeixement o menyspreu del territori cap a negocis de productes o serveis ètnics). Pel que fa a les autòctones, cal dir que la totalitat ho consideren satisfactori o molt satisfactori. Els motius que fan sentir les dones dels dos col·lectius satisfetes de la decisió presa són la millora de les perspectives vitals, l'augment de l'autoestima, la independència aconseguida, l'èxit de l'experiència o la gratificació que els comporta la feina que fan.
- **Fonts de finançament i grau d'endeutament:** la primera característica que destaca es refereix al fet que les immigrades diversifiquen en menor mesura les fonts de finançament dels seus negocis que les autòctones. En aquest sentit, el 87,5% de les autòctones combinen el capital propi o familiar amb els crèdits d'entitats financeres i la tramitació d'ajuts públics; per contra, només un 37,5% de les immigrades fa el mateix. És a dir, el 62,5% de les estrangeres posa en marxa el negoci amb una única font de finançament: el capital propi o familiar —en la majoria de casos aconseguit gràcies a l'estalvi— o bé l'endeutament amb una entitat financera.
- Pel que fa als trets característics d'aquest **endeutament**, cal dir que les immigrades ho fan en pitjors condicions que les autòctones ja que no tenen tant accés als crèdits tous i s'endeuten per imports majors que les autòctones (la proporció és de 3 a 1): les raons que ho expliquen són, d'una banda, els tipus de negocis de les estrangeres (locals comercials pels quals cal pagar un traspàs i realitzar-hi obres de condicionament) i, de l'altra, el fet que les autòctones disposen en major mesura d'ajuts de la pròpia família així com dels serveis d'assessorament municipals. Tanmateix, el grau de retorn dels crèdits concedits a les autòctones (han retornat, per terme mitjà, un 65% de l'import del préstec concedit), és superior al de les estrangeres (amb un 45% de retorn). Malgrat tot, els tècnics d'empresa dels SMPE destaquen el fet que tot i que les immigrades s'endeuten més que les autòctones, tenen menys por a l'hora d'emprendre; tenen menor aversió al risc. Per acabar aquest apartat, cal subratllar la baixa incidència que tenen a la comarca els microcrèdits, ja que cap de les entrevistades hi ha accedit, i els SMPE també han explicat que n'han tramitat una quantitat molt baixa.
- **Inversió inicial:** com acabem de comentar, a causa del tipus de negoci que engeguen les immigrades (locals comercials amb traspàs i obres, estocs

inicials, màquines i eines, mobiliari, etc.), la inversió inicial que han de fer (33.000 € de mitjana) supera clarament la de les autòctones (20.000 €), que opten en major proporció per emprendre negocis dedicats als serveis empresarials, els quals requereixen bàsicament un despatx i infraestructura per a les comunicacions.

- Un altre tret important que cal subratllar és el baix accés de les immigrades (25% dels casos) als **ajuts públics o subvencions** a l'emprenedoria, enfront del 68,7% de les autòctones, que sí que se n'han beneficiat. Cal dir que per terme mitjà, les immigrades que han accedit a ajuts públics n'han rebut 1 per empresa, mentre que les autòctones n'han rebut 1,6 per empresa, és a dir, aquestes darreres accedeixen a més diversitat d'ajuts (capitalització de l'atur, vivers d'empreses, rebaixes de les quotes socials i de l'impost de la renda, subvencions financeres i subvencions a fons perdut) que les immigrades. Aquest menor accés als ajuts públics s'explica pel desconeixement, d'una banda, i pel contratemps que els suposa haver d'elaborar el Pla d'Empresa per manca de formació, de l'altra.
- **Accés als SMPE:** entre les dones que han participat en l'estudi, un 75% de les autòctones ha tingut accés als serveis d'assessorament municipals; per contra, només un 50% de les immigrades hi ha accedit. Les raons que addueixen les entrevistades estrangeres per no haver estat usuàries dels SMPE es refereixen bàsicament al desconeixement (70% dels casos) o a la desconfiança de la seva utilitat (30%); en aquest sentit, es pot afirmar que hi ha un problema de manca d'informació dels serveis que presten els SMPE cap al col·lectiu de dones immigrades. Tanmateix, en referir-nos a les estrangeres que van ser usuàries dels SMPE, cal dir que una tercera part no va continuar la relació d'assessorament després de la primera visita (o bé perquè l'empresa ja estava creada, o bé perquè creien que seria més senzill i ràpid aconseguir algun ajut públic per al negoci, o bé per manca de temps). Si ens fixem ara en les autòctones que no van ser usuàries dels SMPE, en un 50% dels casos ho justifiquen dient que no van necessitar aquests serveis a l'hora d'emprendre el negoci, perquè ja tenien formació o experiència necessària. L'altra meitat es reparteix a parts iguals, en adduir raons de desconeixement i desconfiança cap als SMPE.
- Tractem en aquest punt les **prestacions dels SMPE rebudes per les emprenedores i la valoració que en fan:** curiosament, les immigrades, tot i que accedeixen en menor mesura a aquest tipus de servei públic i —com acabem d'observar— en alguns casos es tracta d'una relació que no culmina amb l'ajut a la creació del negoci, en fan una valoració més positiva que les autòctones. En tots els vessants del servei (informació, assessorament tècnic, formació, seguiment, viver d'empreses i assessorament per al finançament) hi ha major accés de les autòctones que de les immigrades; mentre les immigrades valoren les prestacions rebudes amb qualificacions que oscil·len entre el 8 i el 9 (sobre 10), les autòctones puntuen amb xifres que van del 6 al 8.
- **Elaboració del Pla d'Empresa:** el nombre d'autòctones que ha elaborat un Pla d'Empresa per al seu negoci abans de posar-lo en marxa triplica el

d'immigrades. Amb tot, sobta l'elevat índex de dones que no l'han fet tenint en compte la importància d'aquesta eina per a l'èxit del projecte: un 43,7% de les autòctones i un 81,2% de les immigrades. Les raons que addueixen les entrevistades són diverses: o bé que ja tenien experiència en el sector en el qual emprenien, o bé que amb l'assessorament rebut de gestories ja n'han tingut prou, o bé que l'únic que s'hauria aconseguit era endarrerir l'obertura del negoci. En canvi, les empresàries que han fracassat sí que pensen que, molt probablement, el Pla d'Empresa els hauria evitat els problemes amb què s'han trobat.

- **Principals dificultats en la creació de l'empresa:** cal dir que, en general, les dones han respost valorant com a poc dificultosos els diversos ítems que els hem plantejat. En aquest sentit, les immigrades han qualificat més com a entrebancs que les autòctones aspectes com l'obtenció d'informació, l'elaboració del Pla d'Empresa i de finançament, o el coneixement del sector, la competència, el mercat i el territori. En canvi, les autòctones consideren més complicada o carregosa que les immigrades la part referida als tràmits burocràtics, així com el fet que han trobat a faltar el suport de l'entorn familiar i/o social a l'engegada del negoci.
- **Principals dificultats en l'engegada de l'empresa:** torna a succeir que les qualificacions que han atorgat les entrevistades als diversos aspectes relacionats amb els entrebancs en l'engegada de l'empresa (primer any de vida) tornen a ser relativament baixes, és a dir, els consideren poc dificultosos. Pel que fa a les diferències entre els dos col·lectius, cal dir que les immigrades troben més complicat que les autòctones aconseguir el finançament per a la inversió inicial, l'augment de les vendes, la decisió de localització del negoci o la manca d'acompanyament en l'assessorament. Les autòctones, en canvi, han destacat en major mesura que les immigrades l'aspecte referit al propi nivell de formació.
- **Factors d'èxit del negoci:** els aspectes que expliquen més bé la supervivència de l'empresa per a aquestes dones són el coneixement del producte o sector, la formació personal i el fet d'haver disposat del finançament necessari. Els factors que ho expliquen en menor mesura són l'assessorament rebut, el territori o la innovació del producte o servei. Comparant les valoracions que ens ha donat cada un dels col·lectius entrevistats, veiem que les immigrades valoren més positivament que les autòctones aspectes com ara el fet d'haver disposat del finançament necessari per a l'engegada. En canvi, les autòctones donen més valor que les estrangeres a qüestions com ara la innovació o les característiques del mercat.
- Finalment, pel que fa al **grau de complexitat de la legislació espanyola** en relació amb la del país d'origen, les empresàries estrangeres creuen (en un 45% dels casos) que és més complicada; un altre 45% opina que ho és en la mateixa mesura; de mitjana, aquestes dones qualifiquen amb un 6,5 el grau de complexitat (tinguem en compte l'escala de valoració: de l'1 —més fàcil— al 10 —més complex). Pel que fa a altres diferències entre el país d'origen i d'acollida en el procés de creació de l'empresa, les entrevistades

argumenten, majoritàriament, que en els països d'origen no hi ha tants obstacles administratius o burocràtics i que disposen d'ajuts específics per a microempreses, que aquí no existeixen.

Finalment, recordem que entre les estrangeres entrevistades hi ha dones que provenen de les següents agrupacions continentals: resta de la UE (Europa dels 15), resta d'Europa, Amèrica del Sud, Amèrica del Nord i Central, Magrib i Resta d'Àfrica. El 43,75% de les entrevistades té el castellà com a llengua materna. El 80% afirma que parla el català força o perfectament, i creuen que és fonamental aquest domini de la llengua, tant per al bon funcionament del negoci com per a la pròpia integració a la comarca.

Els serveis municipals d'assessorament a l'emprenedoria

- A Osona es distingeixen clarament dos tipus d'organismes municipals dedicats a l'assessorament de nous empresaris: d'una banda, els que corresponen als municipis més poblats i, de l'altra, els que estan al servei dels nuclis de població més petits. Aquesta diferència es detecta en diversos aspectes: l'antiguitat del servei, les dimensions (mesurades pel nombre de tècnics i tècniques de què disposen), l'oferta dels serveis que presten, el nombre d'usuaris, el tipus de campanyes informatives, etc.
- Un tret comú a tots és la denúncia que fan els tècnics d'empresa entrevistats sobre la manca de recursos humans per poder aprofundir o millorar en la gestió d'alguns dels serveis que presten, com ara el seguiment dels negocis que han ajudat a fer néixer o la realització de polítiques específicament adreçades a determinats col·lectius (dones, joves o immigrants). D'altra banda, manifesten la necessitat que l'assessorament sigui cada cop més multidisciplinari i especialitzat en diferents tipus d'activitat econòmica, ja que també s'ha diversificat l'objecte dels negocis dels usuaris. Finalment, creuen que, per tal de millorar els serveis que presten, s'ha d'assumir la necessitat i la importància de l'elaboració del Pla d'Empresa per part de la persona que emprèn, així com un major grau d'innovació dels projectes empresarials que es posen en marxa.
- Pel que fa a les campanyes de promoció de l'emprenedoria que realitzen els SMPE, cal dir que les que es fan s'adrecen a tota la població; només trobem en els darrers anys una iniciativa dirigida a promoure l'emprenedoria femenina (els cas de GESTIOMAT, SAM que va organitzar uns cursos de formació per promoure l'esperit emprenedor de les dones que havien anat a parar a l'atur de resultes de la crisi al sector tèxtil). El personal tècnic entrevistat considera que el simple fet de l'existència del servei d'assessorament a nous empresaris ja constitueix, en si mateix, l'exemple més clar del suport que donen els municipis a l'emprenedoria; d'altra banda, altres iniciatives concretes de suport serien la signatura de convenis entre els SMPE i determinades institucions financeres per a la concessió de microcrèdits (bona part del públic objectiu dels quals està compost per dones) o l'execució del programa europeu ILO-SER, destinat a la promoció de l'emprenedoria en assistència domiciliària (activitat típicament femenina).

- D'altra banda, el 57% del personal tècnic d'empresa que hem entrevistat opina que no calen campanyes específiques per a dones, ja que creuen que no hi ha diferències entre l'emprenedoria femenina i masculina, especialment entre la població més jove. El 43% restant sí que creu que hi ha diferències, i rauen en el diferent perfil psicològic de la persona emprenedora segons el sexe (per a aquests tècnics, la dona no té tanta confiança i seguretat en ella mateixa com l'home, però té altres aptituds com ara la capacitat d'organització i planificació, així com l'aprofitament de les sinergies que les envolten per tal d'aplicar-les al nou negoci). Segons el personal tècnic dels SMPE, les dones empresàries estan més preocupades que els homes en la conciliació laboral i familiar, i els negocis que engeguen són més de necessitat (baixa innovació) que d'oportunitat (els quals són més propis de l'emprenedoria masculina).
- L'opinió dels tècnics pel que fa als tipus de finançament dels negocis, tenint en compte el sexe de qui emprèn, és que les dones tendeixen a endeutar-se en major mesura amb una entitat de crèdit i els homes diversifiquen més les fonts: o bé disposen de capital propi (mobiliari o immobiliari) o bé capitalitzen l'atur. També es considera que els homes utilitzen amb major freqüència l'opció de la sol·licitud d'ajuts públics i que, en cas d'endeutament amb una institució financera, els homes presenten com a aval propietats al seu propi nom, mentre que les dones avalen el deute amb propietats a nom de la parella o d'algun familiar proper. En aquest terreny, val la pena de destacar l'ús insignificant que es fa a Osona dels microcrèdits com a via per al finançament dels negocis.
- Pel que fa al col·lectiu de dones immigrades, el primer que cal exposar és el baix ús que fan dels SMPE. Alguns tècnics han manifestat que l'accés a aquest col·lectiu és per a ells una «assignatura pendent», que no poden acabar d'«aprovar» per manca de recursos: creuen que cal millorar la informació i aconseguir que arribi a aquestes dones les quals, en general, recorren a gestories o assessories, d'una banda, i a l'autogestió, de l'altra. En tot cas, hi ha major accés als SMPE per part dels homes immigrants que no pas de les dones immigrades. Les empresàries estrangeres que es posen en contacte amb els SMPE ho fan amb la intenció d'informar-se sobre la possibilitat d'aconseguir alguna subvenció o ajut públic, però quan s'assabenten que han d'elaborar un Pla d'Empresa, en molts casos desisteixen d'intentar-ho aconseguir. Sigui com sigui, i tenint en compte el continent de procedència de les immigrades, les dones que provenen del continent americà són les que en major mesura accedeixen als serveis d'assessorament municipals; en el cas oposat, les dones asiàtiques (especialment xineses) són les que menys utilitzen aquests serveis (col·lectiu força autònom i opac). Cal tenir en compte que hi ha dos trets que caracteritzen els emprenedors que estan engegant un negoci: la completa seguretat que el projecte funcionarà bé (cal un procés de reafirmació per apaivagar els temors al risc) i la urgència que es té per posar-lo en marxa (moltes vegades ja s'estan suportant costos del lloguer del local, etc.). És per això que quan les emprenedores ètniques arriben als SMPE i se'ls comunica que han de madurar el projecte i plasmar les xifres en un Pla d'Empresa per tal d'aconseguir un ajut, en molts casos desisteixen. Algunes

han emprat el SMPE per tramitar un crèdit que els ha permès engegar un petit negoci, gràcies al qual han pogut renovar sense problemes el permís de treball. D'altres, en canvi, com que no han accedit a cap SMPE —ja que han finançat el negoci amb els estalvis aconseguits durant anys de treball en l'economia submergida (neteja)— ara es troben amb problemes per renovar el permís de treball, en no poder justificar d'on han aconseguit aquest capital.

- Tots els tècnics dels SMPE d'Osona han coincidit a negar que existeixin ajuts específics a la creació d'empreses per a immigrants: els ajuts que hi ha són els mateixos, tant si la persona beneficiària ha nascut al nostre país o en un altre (la qüestió és complir els requisits necessaris per obtenir aquests ajuts o subvencions). De fet —i com ja hem comentat amb anterioritat— els resultats del treball de camp que hem realitzat demostren que les immigrades accedeixen menys a les subvencions que no pas les autòctones.
- D'altra banda, la Llei d'estrangeria (Llei orgànica 8/2000, de 22 de desembre) estableix importants impediments no solament perquè els immigrants obrin negocis, sinó també perquè s'integrin a la nostra societat: bona part de les dones arriben al nostre país per la via del reagrupament familiar (segons la qual, han de passar 5 anys fins que no es pot tramitar el permís de treball). La majoria de persones nouvingudes accedeixen al permís de treball per compte aliè, ja que per aconseguir el permís de treball per compte propi el Govern Espanyol tindrà en compte: la incidència de l'activitat a l'economia espanyola, la quantitat a invertir, la qualificació professional de qui fa la sol·licitud i les autoritzacions necessàries per a l'obertura del negoci. Es denegarà el permís davant la mancança real de la inversió projectada o bé de les sol·licituds de les llicències per exercir l'activitat. Cal presentar un projecte d'inversió, una memòria explicativa del negoci i un informe sobre la possibilitat de creació de llocs de treball per a espanyols. Amb altres paraules, cal poder justificar que s'és el titular del capital necessari per a la posada en marxa de la nova empresa, fet que en molts casos les immigrades no poden assumir (de vegades, les persones immigrades arriben al nostre país endeutades des del país d'origen, on algú els ha ajudat en el finançament del viatge; en d'altres ocasions, han estat treballant a l'economia submergida i no poden justificar la titularitat dels diners). El que fan moltes d'aquestes dones és aprofitar-se de la possibilitat del contracte de treball domèstic: elles mateixes es paguen la quota d'autònoms i aconsegueixen tramitar el permís de treball.

Així doncs, concloem que fora interessant que els SMPE intentessin centralitzar iniciatives, coordinar esforços, compartir accions i experiències per tal de millorar el servei que presten i facilitar l'accés de les emprenedores autòctones i foranes. D'altra banda, caldria emprendre una campanya de sensibilització cap al major ús dels microcrèdits com a via per a posar en marxa petits negocis, aprofitant el fet que la majoria de SMPE ha signat convenis amb institucions financeres diverses per a promoure la seva tramitació.

Per acabar, cal dir que manca una associació d'empresàries que operi en el territori osonenc, que aplegui tant les autòctones com les immigrades i que permeti la interacció entre aquestes dones per tal de millorar la gestió de les seves empreses (formació, mentoring, etc.), la integració social de les immigrades, la consecució de determinats avantatges de les institucions públiques, etc.

7 Bibliografia

- ACTIS, W. [et al.] (2002). *Immigració, escola i mercat de treball. Una radiografia actualitzada*. Barcelona: Fundació La Caixa.
- AMBROSINI, M.; SHELLENBAUM, P. (1994). *La comunità sommersa. Un'idagazione sull'immigrazione egiziana a Milano*. Milà. Quaderni I.S.M.U., núm. 3.
- BELTRÁN J. [et al.] (coord.) (2006). *Empresariado étnico en España*. Documentos del Observatorio Permanente de la Inmigración. Madrid: Fundación CIDOB; Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- CAUSSA, A. [et al.] (2007). *Immigració i Emprenedoria: de l'exclusió financera a la creació d'activitats generadores de riquesa*. Barcelona: Fundació Un sol món de Caixa Catalunya.
- CHINCHILLA, N. [et al.] (1999). *Emprendiendo en femenino*. Barcelona: Gestión 2000.
- FERRER, R. [et al.] (2007). *La situació dels treballadors autònoms a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya.
- GARCÍA DEL POZO, P. (2006). *Algo más que historias. Inmigración y microcrédito*. Madrid: Tabla Rasa.
- GARCÍA RODRÍGUEZ, F. J. [et al.] (2006). *La emprendeduría en el colectivo de personas inmigrantes: Contextualización, importancia y oportunidades*. Barcelona. Investigación y Marketing, núm. 90.
- GIL, F.; DOMINGO, A. (2007). *Estructura i dinàmica demogràfica de la població estrangera a Catalunya: canvis recents*. Dins: *L'estat de la immigració a Catalunya. Anuari 2006*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill; Mediterrània.
- LAMOLLA, L. (2004). *Emprendre en femení. L'evolució de les polítiques econòmiques locals per a emprenedores a Catalunya*. [Tesi doctoral]. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Llei Orgànica 8/2000, de 22 de desembre d'estrangeria.
- MARTORI, J. C.; PONCE, S. (2006). *Anuari socioeconòmic de la comarca d'Osona 2006*. Vic: Cambra de Comerç de Barcelona; Caixa de Manlleu; Consell Comarcal d'Osona; Observatori del Mercat de Treball d'Osona; Universitat de Vic.
- MERCADÉ, A. (1998). *Mujer emprendedora*. Barcelona: Gestión 2000.
- MINNITI, M. [et al.] (2006). *2005 Report on Women and Entrepreneurship. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. Londres: Babson College & London Business School.
- MOLINA, J. L. (2001). *Vies d'inserció sociolaboral de col·lectius amb dificultats*. Vic: Ajuntament de Vic. Departament de Benestar Social.
- MUÑOZ SOLER, M. D. (2003). *Dones directives i lideratge. El cas de les empreses gironines*. [Tesi doctoral]. Universitat de Girona.
- NUENO P. (2007). *Cartas a un joven emprendedor*. Barcelona: Crítica.
- PAJARES, M. (2007). *La inserció laboral de la població immigrada*. Dins: *L'estat de la immigració a Catalunya. Anuari 2006*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill; Mediterrània.

- PAJARES, M. (2007). *La immigració romanesa a Catalunya*. Dins: *L'estat de la immigració a Catalunya. Anuari 2006*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill. Mediterrània.
- SIPI, R.; ARAYA, M. (2005). *Les dones migrades*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Quaderns de l'Institut Català de les Dones.
- SOLÉ, C.; FLAQUER LI. (ed.) (2005). *El uso de las políticas sociales por las mujeres inmigrantes*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer.
- SOLÉ, C. [et al.] (2007). *El empresariado inmigrante en España*. Barcelona: Fundació La Caixa.
- TRÍAS DE BES, F. (2007). *El llibre negre de l'emprenedor*. Barcelona: Urano, SA.
- URBANO, D. (2005). *La creació d'empreses a Catalunya: organismes de suport i actituds cap a l'activitat emprenedora*. Barcelona: CIDEM; Generalitat de Catalunya. Departament de Treball i Indústria.
- VECIANA, J. M. [et al.] (2004). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Informe Ejecutivo Catalunya, 2003*. Barcelona: Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona; Departament d'Economia i Empresa de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- VECIANA, J. M. (2005). *La creació d'empreses. Un enfocament gerencial*. Barcelona: Servei d'Estudis de La Caixa. Col·lecció Estudis Econòmics.

8 Annexos

8.1 Qüestionari als SMPE

BLOC 1: Dades genèriques sobre l'organisme de promoció econòmica municipal: descripció del servei

- 1.1. Any de creació del servei específic d'assessorament a l'autoocupació o emprenedoria.
- 1.2. Nombre de tècnics de què disposa el servei per a l'assessorament d'emprenedors.
- 1.3. Quins municipis abasteu amb el vostre servei?
- 1.4. Disposeu d'algun informe publicable on es reculli l'activitat realitzada pel vostre servei, per a cada any? En cas afirmatiu, en feu difusió?
- 1.5. Existeix comunicació i coordinació entre els diferents organismes municipals d'Osona que es dediquen a l'assessorament d'emprenedors? En cas afirmatiu, la podeu descriure?
- 1.6. Marqueu amb una X els vessants del servei que presteu:

Informació (tràmits creació empresa, etc.)	
Assessorament	
Formació	
Seguiment (Acompanyament)	
Viver d'empreses	
Finançament ³²	

- 1.7. Descripció detallada de les respostes de la pregunta 1.6:

Informació:

Assessorament:

Formació:

Seguiment:

Viver d'empreses:

Finançament:

32. Tramitació i sol·licitud d'informació sobre crèdits per als nous emprenedors dels bancs i caixes que, prèvia signatura de convenis amb l'administració pública, ofereixen crèdits en condicions especials per a la creació de noves empreses, i de societats de capital risc que participen en el capital d'aquestes noves empreses.

- 1.8. Ha adoptat el vostre Ajuntament alguna iniciativa concreta adreçada a promocionar l'emprenedoria o autoocupació al municipi? Descripció.
- 1.9. Alguna d'aquestes iniciatives és específica per a dones? Descripció.
- 1.10. Segons el vostre punt de vista, creieu que hi ha d'haver polítiques específiques per promoure l'emprenedoria femenina? Per què?
- 1.11. Quines són les bonificacions (ajuts, subvencions, etc.) laborals o fiscals per a les empreses de nova creació? Indiqueu l'administració que les atorga i la descripció de l'ajut.

Subvencions financeres
Subvencions a fons perdut
Assistència tècnica

- 1.12. Algun d'aquests ajuts és específic per a les empreses creades per dones?
- 1.13. De quin finançament disposen els vostres usuaris per endegar el seu negoci? (indiqueu percentatges aproximats)

Propi	
Familiar	
Subvenció pública (especifiqueu)	
Crèdit d'entitat financera	
Capitalització de l'atur	
Capital risc o <i>Business angels</i>	
Microcrèdits	
Altres (especifiqueu)	

- 1.14. Quines limitacions creieu que pateix el vostre servei a l'hora d'informar, assessorar, formar o acompanyar emprenedors?
- 1.15. Quin és l'índex de supervivència de les empreses que han passat per les vostres mans?
- 1.16. Alguna iniciativa empresarial dels anys 2006-07 ha estat influïda per la grossa de Nadal de 2005? Quantes dones i quants homes?

BLOC 2: PERFIL DE LES EMPRENEDORES USUÀRIES DEL VOSTRE SERVEI DE PROMOCIÓ ECONÒMICA

- 2.1. Valoreu de l'1 al 10 les següents afirmacions referides a les emprenedores que visiten el vostre servei (1 = Totalment en desacord; 10 = Totalment d'acord):

	Dones
Disposen d'un bon coneixement del sector d'activitat en el qual volen emprendre	
Disposen d'un bon nivell de formació en gestió empresarial	
Tenen majors dificultats que els homes per accedir al finançament del negoci	
Tenen majors dificultats que els homes per llogar un local de negoci	
Els seus projectes de negoci gaudeixen d'un elevat grau d'innovació	
La consideració de la seva iniciativa emprenedora en el seu entorn social/cultural és positiva	
L'entorn familiar les motiva a emprendre	
Es tracta d'un empenedoria més de necessitat que d'oportunitat	
Els preocupa la conciliació laboral i familiar	

- 2.2. Creieu que hi ha diferències entre homes i dones pel que fa al tipus de finançament de què disposen per al seu projecte de negoci? Indiqueu aproximadament en percentatges els tipus de finançament per sexes:

Tipus finançament	Dones	Homes
Propi		
Familiar		
Subvenció pública (especifiqueu)		
Crèdit d'entitat financera		
Capitalització de l'atur		
Capital risc o <i>Business angels</i>		
Microcrèdits		
Altres (especifiqueu)		
	100 %	100 %

- 2.3. Hi ha sectors d'activitat que són típicament femenins. Quin seria el percentatge d'emprenedores que aposten pels altres sectors? Poseu exemples.

BLOC 3: PERFIL DE LES EMPRENEDORES IMMIGRANTS USUÀRIES DEL VOSTRE SERVEI DE PROMOCIÓ ECONÒMICA

3.1. Valoreu de l'1 al 10 les següents afirmacions referides a les emprenedores immigrants que visiten el vostre servei:

(1 = Totalment en desacord; 10 = Totalment d'acord)

	Dones immigrants
Disposen d'un bon coneixement del sector d'activitat en el qual volen emprendre	
Disposen d'un bon nivell de formació en gestió empresarial	
Tenen majors dificultats que les emprenedores autòctones per accedir al finançament del negoci	
Tenen majors dificultats per llogar un local de negoci	
Els seus projectes de negoci tenen un elevat grau d'innovació	
Es tracta d'un empenedoria més de necessitat que d'oportunitat	
La consideració de la seva iniciativa empenedora en el seu entorn social/cultural és positiva	
L'entorn familiar les motiva a emprendre	
Els preocupa la conciliació laboral i familiar	
Tenen dificultat per assimilar la legislació laboral, mercantil, fiscal	
Tenen bon domini del català	
Majoritàriament, tenen menys de 35 anys	
Majoritàriament, tenen més fills que les emprenedores autòctones	

3.2. Hi ha alguna altra dificultat afegida amb la qual es troben les dones immigrants respecte de les autòctones a l'hora d'engegar el seu negoci? Especifiqueu.

3.3. Segons el continent de procedència, indiqueu el tipus de producte que ofereixen i el tipus de mercat al qual s'adrecen les emprenedores immigrants (en percentatges aproximats):

	Tipus de Producte		Tipus de Mercat	
	Ètnic	No ètnic	Ètnic	No ètnic
Llatinoamericanes				
Amèrica del Nord i Central				
Magribines				
Resta d'Àfrica				
Asiàtiques				
Comunitàries				
Resta d'Europa				

O bé, si hi ha poques emprenedores immigrants, classifiqueu directament així (sense especificar continent de procedència):

		Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
Tipus de producte	Ètnic		
	No ètnic		

Exemples de productes ètnics: restaurant xinès, locutori, carnisseria islàmica, etc.

3.4. Tenint en compte el continent de procedència de la dona immigrant, a quina institució recorre qui vol emprendre?

	Associacions d'immigrants	Serveis municipals de promoció econòmica
Llatinoamericanes		
Amèrica del Nord i Central		
Magribines		
Resta d'Àfrica		
Asiàtiques		
Comunitàries		
Resta d'Europa		

3.5. Hi ha diferències entre els ajuts a la creació d'empreses oferts a autòctons i a immigrants? Quines?

3.6. Hi ha algun comentari sobre el col·lectiu de dones immigrants emprenedores que cregueu interessant de fer i que no hagi estat recollit per la present enquesta?

8.2 Qüestionari a les emprenedores

BLOC 1: Dades sobre l'empresa

1.1. Nom de l'empresa. Adreça postal i telèfon.

1.2. Any de creació de l'empresa

1.3. Nombre de socis, exclosa l'empresària (quants homes i dones):

Homes		Dones	
-------	--	-------	--

1.4. Forma jurídica:

Empresària individual (Autònoma)	
Societat Civil Privada (SCP)	
Societat Limitada (SL)	
Societat Limitada Laboral (SLL)	
Societat Anònima (SA)	
Societat Anònima Laboral (SAL)	
Societat Cooperativa	

1.5. Municipi en el qual es troba localitzat el negoci

1.6. Sector econòmic d'activitat de l'empresa (especifiqueu producte o servei que comercialitza)

1.7. Mercat o clientela per a la qual treballa (barri, municipi, comarca, Catalunya, Espanya, Europa, el món).

1.8. Nombre de treballadors, exclosa l'empresària (quants homes i dones)

1.8.1.	Homes		1.8.2.	Dones	
--------	-------	--	--------	-------	--

1.9. Necessitats futures d'ampliació de la mà d'obra o personal (a quant de temps vista i quin augment de personal caldrà).

1.9.1.	Nombre de treballadors		1.9.2.	Temps vista	
--------	------------------------	--	--------	-------------	--

1.10. Volum anual de facturació (indiqueu un tram)

1.10.1.	Vendes
Menys de 30.000 €	
Entre 30.000 € i 90.000 €	
Més de 90.000 €	
1.10.2.	
O bé, indicar vendes:	

1.11. Quina és la previsió de creixement de les vendes en els propers 2-3 anys? (perspectiva de créixer, mantenir-se o decreixer).

Previsió d'evolució de les vendes	Indiqueu opció 1.11.1.	Indiqueu % d' Δ o bé de σ 1.11.2.
Creixeran		
Es quedaran igual com fins ara		
Baixaran		

1.12. Comercialitza el seu producte a l'exterior?

1.12.1.

Sí		No		NP	
----	--	----	--	----	--

1.12.2. En cas afirmatiu, indiqueu a quins països exporteu (1.12.2.A) i com vau obrir aquests mercats (1.12.2.B):

1.12.3. En cas negatiu, teniu intenció d'aconseguir-ho? (Sí; No; No pertinent)

1.12.4. En cas que desitgeu obrir nous mercats a l'exterior, com ho fareu?

1.13. Grau d'innovació del vostre producte o servei (de l'1 al 10)

1.13.1. Producte o servei nou al mercat (producte o servei que no existia fins ara enlloc)	
1.13.2. Producte o servei nou al territori (producte o servei que no es comercialitzava fins ara en aquest territori)	

1.14. Heu incorporat noves tecnologies a l'empresa? (Sí; No; NP=No pertinent)

1.14.1.	L'activitat de la vostra empresa és de base tecnològica	
1.14.2.	L'activitat de la vostra empresa es fonamenta o és possible gràcies a l'ús de noves tecnologies?	
1.14.3.	La vostra empresa utilitza les noves tecnologies com a suport a l'activitat que desenvolupeu?	
1.14.4.	Disposeu de connexió telefònica al local de negoci que us permeti cobrar les vendes amb targeta de crèdit? (Datàfon)	
1.14.5.	Disposeu d'una aplicació informàtica que us permeti emetre factures als clients mitjançant ordinador i impressora?	
1.14.6.	Disposeu d'una base de dades amb les adreces postals de tots els clients que us permeti realitzar trameses o campanyes publicitàries?	
1.14.7.	O bé les trameses publicitàries o informatives les realitzeu mitjançant el correu electrònic?	
1.14.8.	Disposeu d'algun programa informàtic que us permeti realitzar la comptabilitat de l'empresa?	
1.14.9.	Disposeu de connexió a Internet?	

1.14.10.	En cas afirmatiu, disposeu d'ADSL per a la connexió a Internet?	
1.14.11.	Disposeu d'adreça de correu electrònic? En cas afirmatiu, us comuniquieu amb els clients mitjançant correu electrònic?	
1.14.12.	Disposa l'empresa d'un web propi? (En cas afirmatiu, doneu l'adreça) http://www .	
1.14.13.	En cas afirmatiu, disposa el web d'un apartat per realitzar comerç electrònic?	
1.14.14.	En cas afirmatiu, quin percentatge de les vendes s'aconsegueix gràcies a la creació del web de l'empresa?	
1.14.15.	Disposeu de sistemes de seguretat per a les bases de dades (clients, comptabilitat, etc)?	

1.15. Hi ha diferents graus d'utilització de noves tecnologies a la vostra empresa pel que fa a la comunicació segons si es tracta de clients o de proveïdors? (Indiqueu el percentatge d'ús aproximat)

1.15.1.	Clients	%	1.15.2.	Proveïdors	%
---------	---------	---	---------	------------	---

BLOC 2: Dades genèriques sobre l'empresària

- 2.1. Nom i cognoms:
- 2.2. Data de naixement:
- 2.3. Municipi en el qual resideix:
- 2.4. Nacionalitat:
- 2.5. Nivell d'estudis:

No sap llegir ni escriure	
Primaris inacabats. Sap llegir i escriure	
Primaris. Certificat Escolar	
Graduat Escolar. ESO inacabat	
ESO. FP I	
Cicles Formatius de Grau Mitjà. FP II	
Batxillerat. BUP. COU	
Cicles Formatius de Grau Superior. Diplomatures. Enginyeries Tècniques. Magisteri. Aparelladors	
Llicenciatures. Escoles Tècniques Superiors. Doctorats	

- 2.6. Estat civil:
- 2.7. Nombre de fills:
- 2.8. Càrrec que ocupa a l'empresa:

BLOC 3: Dades sobre el procés de creació de l'empresa

3.1. Marqueu amb una X el que sigui pertinent:

Heu creat vosaltres l'empresa?	
O bé l'heu heretat de la vostra família?	

3.2. Experiències anteriors a aquest negoci (tant laborals com en autoempresa):

3.2.1. Experiències laborals, professionals:

3.2.2. Experiències en la posada en marxa d'altres negocis anteriors a aquest (immigrants, al seu país d'origen):

3.3. Quina és o era la professió o feina del vostre entorn familiar? Són emprenedors?

3.3.1. Parella:			
3.3.2.A: Pare:		3.3.2.B: Mare:	
3.3.3. Germans:			
3.3.4. Oncles:			
3.3.5. Avis:			

3.4. Per què va triar crear una empresa i muntar un negoci en lloc de trobar una feina com a assalariada?

3.5. Quin grau de satisfacció us suposa el fet d'haver triat l'opció de ser empresària en lloc d'assalariada?

Molt satisfeta		Satisfeta		Penedida		Molt penedida	
----------------	--	-----------	--	----------	--	---------------	--

3.6. Per què?

3.7. Per què va engegar aquest negoci?

Per la necessitat de disposar d'uns ingressos que suposin el meu <i>modus vivendi</i> (per a mi i/o per a la meva família) 3.7.A	
Per l'oportunitat de convertir en negoci la comercialització d'un producte que he creat o inventat 3.7.B	
Per l'oportunitat de convertir en negoci la comercialització d'un producte o servei que no existia a la comarca o territori 3.7.C	
Pel meu desig de dependre de mi mateixa i no haver d'obeir les indicacions dels superiors 3.7.D	
Per l'empenta que em va donar conèixer els meus socis i planificar junts el negoci 3.7.E	
Per la necessitat d'una cobertura legal per a les meves relacions laborals amb altres empreses 3.7.F	
Altres (especificar): 3.7.G	

3.8. Amb quin finançament vau engegar el vostre negoci?

3.8.A Propi	
3.8.B Familiar	
3.8.C Subvenció pública (*)	
3.8.D Microcrèdits (indiqueu l'entitat financera que l'ha concedit)	
3.8.E Institució financera (crèdit d'un banc o caixa)	
3.8.F Capital risc	
3.8.G <i>Business angels</i>	
3.8.H Altres (especifiqueu)	
3.8.I No pertinent (indiqueu per què)	

(*) Especifiqueu de quin organisme l'heu rebut i per quin import ha estat concedida.

3.9. Us vau haver d'endeutar per endegar el negoci?

Sí		No		NP	
----	--	----	--	----	--

3.9.1. En cas afirmatiu, en quines condicions vau contractar el deute?

3.10. Quin és el grau de retorn del deute?

3.11. A quines inversions vau haver de destinar el capital inicial (propi o aliè)?
Quantifiqueu-les, si us plau.

3.12. Ajuts:

	Sí; No; No pertinent
3.12.1. Heu rebut algun tipus d'ajut, desgravació o subvenció?	
3.12.2. De quin organisme públic?	
3.12.3. En concepte de què? (*)	
3.12.4. De quina quantia?	

(*) Aquí és on les dones immigrants han d'explicar si han rebut alguna desgravació pel fet de ser-ho.

3.13. A l'hora d'engegar el negoci, heu accedit a l'assessorament per a nous emprenedors per part d'algun organisme públic de promoció econòmica (municipal, català o estatal)?

3.13.1.

Sí		No		NP	
----	--	----	--	----	--

3.13.2. Quin? (també poden anar a alguna gestoria privada o bé al col·legi professional de torn)

3.14. En cas negatiu, per què no heu accedit a aquests serveis?

3.14.1. Perquè no sabia que existia	
3.14.1. Perquè no creia que fos de gaire utilitat	
3.14.2. Altres (especificar)	

3.15. En cas afirmatiu, quina valoració feu dels serveis rebuts? (valoració de l'1 al 10)

	Sí; No; No pertinent 3.15.A	Valoració 3.15.B
3.15.1. Informació (tràmits creació empresa, etc.)		
3.15.2. Assessorament tècnic		
3.15.3. Formació		
3.15.4. Seguiment (Acompanyament primer any)		
3.15.5. Viver d'empreses		
3.15.6. Assessorament per al finançament		

3.15.7. Comentaris:

3.16. En cas que no hagueu rebut el servei de seguiment o acompanyament durant el primer any de vida de l'empresa,

3.16.1. L'hauríeu volgut rebre?	Sí; No; No Pertinent
3.16.2. En quins aspectes us heu trobat perduda?	

3.17. Vau realitzar un pla d'empresa abans d'endegar el negoci (pla de finançament per a les inversions necessàries, previsió de necessitats de tresoreria, estudi de mercat, pla de màrqueting, previsió dels processos de producció o distribució, etc.)?

Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

3.18. En cas afirmatiu, creieu que va ser útil la seva realització? Per què?

3.19. En cas negatiu, creieu que si l'haguéssiu fet us hauríeu estalviat algun problema? Per què?

3.20. Teníeu clientela abans de crear l'empresa? Expliqueu-vos, si us plau.

3.21. Principals dificultats en la **creació** de l'empresa (prendre la decisió d'emprendre i el procés per donar d'alta l'empresa).

Valoreu de l'1 al 10 (de cara a propers qüestionaris, faciliteu més les respostes: 1-2 Moltes dificultats; 3-4: Força dificultats; 5-6 Dificultats raonables; 7-8: Poques dificultats; 9-10: Cap dificultat):

3.21.1. Obtenció d'informació	
3.21.2. Tràmits burocràtics	
3.21.3. Elaboració del pla d'empresa i de finançament	
3.21.4. Suport de l'entorn familiar i/o social	
3.21.5. Coneixement del sector	
3.21.6. Coneixement de la competència	
3.21.7. Coneixement del mercat o territori	

3.22. Principals dificultats en l'**engegada** de l'empresa (primer any de vida)

Valoreu de l'1 al 10:

3.22.1. Obtenció de finançament per a la inversió inicial	
3.22.2. Localització del local de negoci	
3.22.3. Nivell de formació en gestió d'empreses	
3.22.4. Nivell de coneixement del sector	
3.22.5. Grau d'acompanyament en l'assessorament	
3.22.6. Dificultat per anar augmentant les vendes	

3.23. Quins factors clau són els responsables del fet que l'empresa tiri endavant passats els anys.

Valoreu de l'1 al 10:

3.23.1. Coneixement del producte o sector	
3.23.2. Formació personal	
3.23.3. Haver disposat del finançament necessari	
3.23.4. Ubicació del local de negoci	
3.23.5. El territori	
3.23.6. El mercat	
3.23.7. La innovació del producte o servei	
3.23.8. L'assessorament rebut	
3.23.9. Altres (especifiqueu)	

BLOC 4: Només per a emprenedores immigrants

- 4.1. Quina és la vostra llengua materna?
- 4.2. Any d'arribada a Osona o a Espanya
- 4.3. En el vostre país d'origen, a què us dedicàveu?
- 4.4. El vostre negoci és més aviat familiar o bé respon exclusivament a la vostra professió? (Familiar: supermercat pakistanès o *Tot a 100* xinès. Professional (seria millor dir Individual): Perruqueria africana, Hospital de dia per a la tercera edat per part de sud-americanes.
- 4.5. Existeixen xarxes de cooperació entre les persones de la vostra mateixa procedència?

4.5.1.

Sí		No	
----	--	----	--

4.5.2. Descriviu-les.

- 4.6. En cas afirmatiu, us han ajudat a crear l'empresa, aquestes associacions? Com?
- 4.7. Grau de complexitat de la legislació laboral, fiscal i mercantil espanyola comparada amb la del vostre país d'origen
- 4.7.1. Valoració de l'1 al 10:
- 4.7.2. Explicació:
- 4.8. Destacaríeu alguna altra diferència entre Espanya i el vostre país d'origen pel que fa al procés de creació d'un negoci o empresa?
- 4.9. Ompliu el següent quadre referit a l'objecte del vostre negoci (producte o servei) i al públic al qual us adreceu (mercat):

		4.9.1. Tipus de Mercat	
		Ètnic	No ètnic
4.9.2. Tipus de producte	Ètnic		
	No ètnic		

Exemples de productes ètnics: restaurant xinès, locutori, carnisseria islàmica, etc.

4.10. Quin domini teniu del català i del castellà parlats?

	Nul	Una mica	Força	Perfecte
4.10.1. Català				
4.10.2. Castellà				

4.11. Valoreu de l'1 al 10 la necessitat que creieu que teniu de dominar el català i el castellà per a la bona evolució del vostre negoci:

	Valoració
4.11.1. Català	
4.11.2. Castellà	

Desitgeu rebre un exemplar de l'estudi quan s'hagi finalitzat?	
--	--