

L'EMPRENEDORIA FEMENINA I LA IMMIGRACIÓ A OSONA. EL SUPORT DELS SERVEIS MUNICIPALS

ANNA PÉREZ I QUINTANA
Universitat de Vic

Female entrepreneurship and immigration in Osona. Municipal services to suport

En la literatura sobre creació d'empreses, les dones empresàries són considerades un reservori de desenvolupament econòmic i un model de gestió empresarial alternatiu. D'altra banda, els immigrants posseeixen un fort esperit emprenedor. El paper de les administracions locals per donar suport a aquests col·lectius en la creació d'empreses és rellevant. L'intens procés migratori viscut a Osona en els darrers anys mereix una anàlisi des de la perspectiva de l'emprenedoria de gènere. Aquest estudi fa una comparació de les empresàries autòctones i immigrades de la comarca, així com de les polítiques de suport realitzades pels ajuntaments.

Paraules clau: Emprenedoria femenina, immigració, polítiques de desenvolupament local.

In the entrepreneurship literature, female entrepreneurs are considered a reservoir of economic development and an alternative management model. By other side, immigrants have a strong entrepreneurial spirit. The role of local authorities to support these groups in the business creation is important. The intense migration process lived in Osona in recent years deserves an analysis from the perspective of gender entrepreneurship. This study provides a comparison of the native and immigrant women entrepreneurs in the county, as well as supporting policies carried out by the councils.

Keywords: Female entrepreneurship, immigration, policy local development.

1. Introducció

El desenvolupament local consisteix en la implantació d'una sèrie de polítiques adreçades a promoure l'economia d'un territori, aprofitant-ne les fortaleses i comptant amb la interacció entre els diversos agents econòmics, amb l'objectiu final de crear riquesa i ocupació. El desenvolupament local es duu a terme a nivell subnacional i subregional, i persegueix l'assoliment de tres objectius fonamentals: el creixement econòmic, la diversificació de l'activitat econòmica local i la millora del nivell de vida i de l'ocupació de la població. Cal matisar, però, que no totes les polítiques econòmiques fomenten el desenvolupament local, ja que a banda d'aconseguir un augment quantitatiu de la riquesa del territori, caldrà que també provoquin una millora qualitativa de la societat on s'implanten. És a dir, les repercussions s'han de traduir en una millor divisió social del treball, una major qualitat de l'ocupació, una millor utilització de les noves tecnologies i l'optimització en l'ús dels recursos naturals i de capital. Així doncs, el desenvolupament econòmic és un concepte que va molt més enllà del de creixement (Hernando, 2007).

Quan es van començar a implantar les polítiques de promoció econòmica als municipis del nostre país s'havia produït un canvi de perspectiva per part dels

agents locals, passant de l'interès per atraure oportunitats externes a la voluntat d'aprofundir en les pròpies virtuts o capacitats, tenint en compte el desenvolupament endogen (Hernando, 2007). En aquest sentit hi ha una perspectiva sectorial de la promoció econòmica, que incideix en la indústria, el comerç i el turisme: per tal de promoure la localització d'empreses a nivell municipal és necessària una bona ordenació urbanística, una política afavoridora del comerç de proximitat i promoure empreses que millorin la gestió mediambiental, la cultura i el patrimoni natural i patrimonial com a font de turisme (Maxé & Muñoz, 2010). Des de fa més de trenta anys, els ajuntaments duen a terme polítiques de desenvolupament local mitjançant programes de foment de l'ocupació (orientació, inserció i formació) i l'autoocupació (mitjançant l'assessorament a persones emprenedores que volen posar en marxa un negoci), de l'economia social i de la dinamització comercial.

La relació entre la creació d'empreses i el creixement econòmic d'un territori ha estat a bastament demostrada al llarg de la literatura en gestió empresarial. Aquesta pulsio emprenedora dibuixarà una major competitivitat en relació a la resta de regions o països, però per tal que aquesta relació sigui positiva cal que l'entorn en el qual es desenvolupa sigui propici (Vaillant & Lafuente, 2011). Hi ha aspectes que faciliten la creació d'empreses i d'altres que la dificulten: el suport governamental, l'accés al finançament o l'ús de noves tecnologies afavoreixen la posada en marxa d'un negoci, mentre que la manca de capital inicial, la competència, les càrregues fiscals o els tràmits burocràtics, l'entorpeixen. És per aquest motiu que les administracions públiques dels països occidentals han posat en marxa, des de fa anys, una sèrie de polítiques adreçades a promoure l'esperit emprenedor dels ciutadans i la creació i consolidació d'empreses (Urbano, 2006).

Catalunya té, tradicionalment, una cultura emprenedora: la imatge de l'empresari és bona i la majoria dels catalans contempen o han contemplat en algun moment la possibilitat de crear una empresa (Urbano, 2006). Malgrat la crisi econòmica, Catalunya segueix sent la comunitat autònoma espanyola amb major quantitat d'empreses: el 2011 el nombre d'empreses existents a Catalunya fou de 601.000, un 78% de les quals són de serveis, i el 57% d'aquestes no tenen cap treballador (Idescat/Dirce). L'informe *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) defineix la Taxa d'Activitat Emprenedora (TAE) com a mesura d'avaluació de l'esperit emprenedor de les regions i demostra que existeix una relació positiva entre l'augment de l'activitat emprenedora i el creixement del PIB per càpita. Així doncs, i malgrat que els darrers anys han estat marcats per una situació de recessió econòmica, en el darrer informe executiu presentat per a Catalunya s'observa que el descens de l'activitat emprenedora s'ha aturat i comença a recuperar-se (l'any 2011 la TAE ha tingut un increment del 35% respecte a la del 2010), fet que també succeeix a la resta d'Espanya i al conjunt de la Unió Europea. Tot i que encara som lluny dels nivells existents abans de començar la crisi, cal dir que la creació de noves empreses supera la mortalitat de les que ja existien. Aquesta recuperació es caracteritza per estar encapçalada per joves menors de 35 anys, amb nivells d'educació formals elevats. També és de millor qualitat el perfil de l'emprenedor (que ha passat de ser latent —empresa acabada de néixer— a novell —empresa amb un any de vida—), la qual cosa tindrà un major impacte en el PIB per càpita. Cal afegir també que, a causa de les restriccions imperants en el sector financer, ha disminuït la quantia mitjana del *capital*

llavor per crear una empresa (el 2011 fou d'uns 35.000 € de mitjana) la qual cosa significa que s'empren amb una menor inversió inicial.

Des d'una perspectiva de gènere, és evident que els homes mostren major intenció de posar en marxa un negoci que les dones, de la mateixa manera que són més optimistes sobre la viabilitat del projecte pel fet de disposar d'una major autoeficàcia (Urbano, 2006). Segons l'informe GEM per a Catalunya, la TEA femenina (5,43) el 2011 va augmentar respecte a la del 2010 fins a situar-se en el 66,37% de la TEA masculina (8,18); amb tot, només un de cada quatre emprenedors novells són dones, la qual cosa indica que les catalanes ensopeguen amb determinats entrebancs específics quan contempen la possibilitat de començar un negoci, de manera que s'incorporen més lentament que els homes al procés d'emprenedoria.

La creació d'empreses per part de les dones constitueix un tema d'interès per diverses raons: la manca d'equitat numèrica entre l'empresariat dels dos sexes fa que l'emprenedoria femenina sigui contemplada com una font de desenvolupament econòmic. Amb tot, el model masculí d'emprenedor, tot i ser predominant, no és l'únic: les dones, a més de crear el seu propi lloc de treball i d'ocupar altres persones, mostren estils diferents de gestionar i dirigir les seves empreses. Són estils de gestió en els quals el creixement lent —però sostingut— és preferit, possiblement a causa de la major aversió al risc que presenten enfront dels seus contraparts. Són maneres de dirigir que tenen en compte situacions personals dels treballadors, com ara la necessària conciliació laboral i familiar, la qual cosa augmenta la implicació dels assalariats amb l'empresa. Són negocis que operen en activitats econòmiques diferents a les triades pels homes, i carregades d'una bona dosi de creativitat i d'innovació. Amb tot, hi ha factors que inhibeixen la participació femenina en la creació d'empreses i que possiblement es troben amagats rere els estereotips masculins vinculats a la figura de l'empresari, la qual cosa fa que les dones no s'hi sentin representades a l'hora de triar la carrera professional.

Osona és la dotzena comarca més poblada de Catalunya amb 154.204 habitants, que representen el 2% del conjunt català, segons el Padró Municipal del 2011, amb un creixement total de població del 19% en la darrera dècada. En termes percentuals, els osonencs estan repartits a parts iguals entre homes i dones. El Producte Interior Brut (PIB) comarcal per al 2011 ha estat de 27.800 € per habitant, per sota del PIB català que és de 29.000 €. Per sectors, el 56,3% del Valor Afegit Brut correspon als serveis, mentre que la indústria en suposa un 28,8%; la construcció, un 12,5%, i l'agricultura, el 2,4% restant (Idescat). Osona té dues grans àrees de localització d'activitat industrial: la zona nord (Vic, Manlleu, Torelló, Roda de Ter i Masies de Voltregà) i la zona més meridional (Centelles, Balenyà i Tona). Mentre que l'activitat econòmica tradicional havia estat agrícola, en els darrers anys s'ha produït una especialització en la indústria agroalimentària, en l'engreix i cria de ramaderia, així com en la construcció i la indústria manufacturera. Aquesta especialització requereix de gran quantitat de mà d'obra poc qualificada, la qual cosa va atraure població immigrada cap a la comarca que va ser contractada formalment i, de vegades, informalment. Les adoberies i el sector tèxtil, malgrat tractar-se d'activitats en declivi, també han ocupat bona part d'estrangers (Anuari socioeconòmic de la comarca d'Osona, 2008).

El procés migratori ha estat un dels fets que més ha caracteritzat la realitat comarcal en els darrers anys, a causa de la intensitat del fenomen: entre el 2001 i el 2011 van arribar un total de 15.390 immigrants, la qual cosa ha fet que l'augment d'estrangers en aquest període hagi estat del 223%. Gràcies a la immigració, la taxa de natalitat a Osona s'ha començat a recuperar després d'haver passat uns quants anys en descens. D'altra banda, l'arribada d'immigrants també ha frenat l'envelliment que patia la societat osonenca (González-Rodríguez, 2005). Cal recordar la relació directa que hi ha entre els moviments migratoris i el desenvolupament econòmic dels territoris, de manera que la recessió econòmica que està caracteritzant els darrers anys comença a tenir una repercussió en la població estrangera: mentre que el seu creixement ha estat constant en la darrera dècada i ha assolit el seu màxim el 2010 (representant el 15% de la població total), l'any 2011 ha estat el primer en què s'ha produït un canvi de tendència, davallant tant en termes absoluts (hi ha 607 immigrants menys) com percentuals (14,5%) (Idescat). Quant a la distribució de la població immigrada per continents de procedència, també hi ha hagut un canvi de proporcions durant la darrera dècada: mentre que el 2001 el 88% dels estrangers eren d'origen africà (majoritàriament de nacionalitat marroquina i, en bona part, provinents de la ciutat de Nador), el 2011 aquesta procedència només representa el 59% del total, mentre que l'asiàtica i l'americana són les procedències que més han augmentat. Pel que fa a la distribució per sexes de la població immigrada, cal dir que el canvi de composició en els orígens també provoca una altra proporció entre homes i dones immigrants: si el 2001 el 62% dels estrangers eren homes (la immigració magribina és molt masculina), el 2011 el percentatge que suposen és tan sols del 53%. Així doncs, les immigrades han guanyat pes relatiu a la comarca d'Osona durant la darrera dècada, a causa fonamentalment de l'arribada de sud-americanes i dones de l'Europa de l'Est. Finalment, quant a la distribució dels estrangers per edats, cal dir que el 25% són menors de 15 anys i el 73% tenen entre 15 i 65 anys. Des d'una perspectiva sectorial, podem afirmar que els marroquins s'han ocupat fonamentalment en la indústria càrnia i la construcció, mentre que les llatinoamericanes s'han col·locat a l'hostaleria i el servei domèstic (González-Rodríguez, 2005). Atesa la intensitat del fenomen migratori que acabem de descriure, ens sembla d'interès estudiar de primera mà com ha estat el procés d'emprenedoria de la dona immigrada a Osona amb l'objectiu d'aportar la realitat comarcal a un tema ja clàssic en la literatura de la creació d'empreses: l'empresariat ètnic.

L'article que aquí es presenta recull les principals aportacions de l'estudi inèdit «L'emprenedoria femenina a la comarca d'Osona. El cas de les dones immigrades», finançat per l'Institut Català de les Dones i finalitzat el 2007. La seva autora és membre del Grup de Recerca Emprèn de la Universitat de Vic i professora de la Facultat d'Empresa i Comunicació de la mateixa universitat.

2. Les empresàries osonenques

És un fet que la taxa de participació femenina en la creació d'empreses és inferior a la masculina i es retrau en major mesura quan l'entorn és menys favorable. En general la dona és menys propensa que l'home a assumir riscos i acostuma a tenir majors problemes de finançament; en canvi, és més constant que l'home

un cop ja ha entrat al mercat (Coduras, 2008). Les aportacions realitzades en la recerca sobre emprenedoria femenina són relativament recents i aporten al camp de la creació d'empreses una perspectiva —la de gènere— que durant molt de temps havia estat ignorada. Amb tot, aquests treballs es limiten a analitzar les similituds i diferències existents entre els homes i les dones que són propietaris d'un negoci des de diversos punts de vista: s'han estudiat les diferències en la motivació a emprendre, en l'accés al finançament, en els factors d'èxit, en l'estil de gestió o en la influència de l'entorn, així com en l'enfocament sectorial de les empreses que han creat. És a dir, malgrat la funció positiva que realitzen aquests estudis de compensar l'oblit històric que hi ha hagut en l'anàlisi de la dona empresària, no passen de procedir a una simple comparació entre sexes, acceptant que el model de referència d'empresariat sigui el masculí i ignorant l'existència de models alternatius vàlids, tanmateix, que es mesurin sobre la base d'uns indicadors diferents; és en aquesta línia en la qual dirigeixen els seus esforços les actuals aportacions de l'economia feminista (Mirchandani, 1999; Bruni *et al.*, 2004). Amb tot, el present treball defuig del posicionament teòric descrit, i aporta una anàlisi de l'empresariat femení a la comarca d'Osona amb l'objectiu de destacar les diferències entre les autòctones i les immigrades que han creat empresa així com d'estudiar el paper de l'administració local com a dinamitzadora del procés d'emprenedoria femenina.

Així doncs, i segons el darrer cens de població disponible corresponent al 2001 (Idescat), a Osona hi ha 3.706 dones al capdavant d'un negoci, les quals representen el 30% de tot l'empresariat de la comarca; aquest grau de participació femenina és idèntic al que trobem per al conjunt català i per a tot Espanya (INE). Amb tot, val a dir que Osona mostra una pulsio emprenedora digna de comentari: la taxa de l'empresariat respecte al total de població d'Osona (96‰) és lleugerament superior a la catalana (75‰). Aquesta diferència és més gran en el cas de l'empresariat masculí (3 punts per sobre) que en el del femení (1,2 punts per sobre).

Des del punt de vista comarcal cal dir que les empresàries d'Osona ocupen la vuitena posició i constitueixen el 2,5% del total d'empresàries a Catalunya. El Barcelonès, el Vallès Occidental, el Baix Llobregat, el Maresme i el Vallès Oriental són, alhora, les comarques més poblades i les que encapçalen la classificació, abastant el 60% del total d'empresàries. D'altra banda, en acostar el focus d'atenció dins mateix d'Osona, s'observa que el 57% de les dones que gestionen els seus propis negocis es concentren en sis municipis: Vic, Manlleu, Torelló, Tona, Centelles i Taradell; com succeïa abans amb les comarques, aquests municipis són els més poblats, de manera que en aquests casos podem afirmar que hi ha una relació directa i positiva entre les dimensions de la població i de l'empresariat.

Quant a l'edat de les empresàries osonenques cal destacar que més de la meitat (55%) tenen entre 30 i 49 anys. Les més joves de 30 anys suposen el 15% del col·lectiu i les més grans de 50 anys, el 30% restant. Aquesta distribució percentual coincideix amb la que trobem per al conjunt del territori català, com també succeeix amb el tipus d'empreses que han creat aquestes dones: la gran majoria —el 62%— han posat en marxa un negoci sense comptar amb treballadors, mentre que un 36% sí que n'ha contractat (la participació femenina entre els membres de cooperatives és d'un irrellevant 2%).

Finalment, la distribució sectorial de les empresàries mostra que —tal i com també passa arreu—, la seva participació en els serveis és aclaparadora (75%). Pel que fa a la indústria, hi trobem el 17% de les empresàries, per més que és remarcable que aquest percentatge és cinc punts superior al que trobem per al conjunt de Catalunya. Finalment cal afegir que el 6% de les dones emprenen a l'agricultura i un insignificant 2% en el sector radicalment masculinitzat de la construcció. Dirigint el punt de mira cap a un major grau de concreció, s'observa que el 80% d'empresàries osonenques es concentren en cinc branques d'activitat econòmica: el comerç, la indústria manufacturera, els serveis empresarials, l'hoteleria i els serveis a les persones.

3. L'emprenedoria ètnica a Osona des de la perspectiva de gènere

El fenomen de la immigració es pot afrontar com una amenaça o com una oportunitat. El primer punt de vista respon a la por i presenta un curt recorregut; el segon permet una més fàcil integració del col·lectiu i contribueix a una millora de la societat d'acollida, ja que suposa una font de creativitat i d'experiència empresarial que beneficiarà l'entorn (García Rodríguez *et al.*, 2006). Els factors que provoquen que els estrangers s'assentïn al nostre país són les baixes taxes de natalitat juntament amb la varietat d'oportunitats que ha ofert el territori durant els anys de creixement econòmic (Coduras, 2008).

Malgrat que l'emprenedoria ètnica apareix en bona part com a resposta a les dificultats d'integració al mercat laboral i és una via cap a la regularització, cal dir que té un èxit potencial rellevant. Els estrangers acostumen a emprendre per necessitat, en moltes ocasions després d'haver treballat en l'economia informal, i disposen de fortes capacitats i potencial empresarial. D'altra banda, posen en marxa petits negocis amb un fort component de mà d'obra, de manera que creen llocs de treball, generen riquesa. Cal afegir, però, que en situacions de crisi com l'actual el col·lectiu immigrant es veu més influenciat negativament que l'autòcton, principalment per les majors dificultats per aconseguir finançament.

La immigració a Osona té vocació d'assentament i permanència residencial, així com una voluntat d'integració lingüística i territorial (Noguer, 2007). A més, la incorporació dels immigrants al mercat de treball mitjançant l'autoocupació constitueix una via d'integració a la societat d'acollida (García del Pozo, 2006). L'emprenedor estranger es decideix a posar en marxa un negoci quan ja fa un temps que viu al país receptor (Coduras, 2008) i, en molts casos, porta un bagatge emprenedor originari, amb la qual cosa no és estrany per a aquestes persones pensar en crear una empresa en el país on emigren. Tanmateix succeeix que la llengua que es parla a la societat d'acollida constitueix el primer entrebanc per a l'emprenedoria, i empenyen els immigrants a feines en precari. Amb tot, l'experiència demostra que aquest obstacle és fàcilment superable gràcies al fet que els immigrants gaudeixen, per terme mitjà, d'un nivell de formació mitjà-alt, malgrat les dificultats que troben a l'hora d'homologar els seus títols (García Rodríguez, 2006).

L'autoocupació permet una major flexibilitat d'horaris, i aquesta és una de les principals motivacions que els mouen a emprendre, especialment en el cas de

les dones. De fet, els estudis demostren que les immigrades presenten una major propensió a emprendre no només respecte a les autòctones, sinó també respecte als homes immigrants (García Rodríguez, 2006).

L'informe GEM distingeix entre els estrangers en règim comunitari (que provenen de països desenvolupats de la UE o relacionats amb la seva esfera econòmica) i els estrangers en règim general (procedents de països en vies de desenvolupament). Els estrangers en règim general són proporcionalment més emprenedors que els estrangers en règim comunitari i que els autòctons. Aquest fet es produeix també des de la perspectiva de gènere: les immigrades en règim general presenten una taxa de participació femenina superior a la de les autòctones, tenen una mentalitat diferent, especialment pel que fa a l'assumpció de riscos i a la recerca d'oportunitats (Coduras, 2008).

Malgrat això, el percentatge que representen les persones immigrades dins el conjunt de l'empresariat és minoritari, i Osona no n'és una excepció: en el cas de les dones el col·lectiu es compon de 73 empresàries, la qual cosa suposa una taxa del 0,5 per cada 1.000 habitants (Idescat). En termes quantitius, l'emprenedoria ètnica femenina a Catalunya suposa un percentatge que dobla l'osonenc i aquest fet és degut a la importància de la immigració marroquina a la comarca; aquesta és una procedència amb un baix esperit emprenedor, que encara és menor entre les dones.

En la classificació comarcal les immigrades que han posat en marxa un negoci a Osona es troben en catorzè lloc. Novament succeeix que les comarques més poblades —Barcelonès, Baix Llobregat, Vallès Occidental i Maresme— abasten el 66% de les empresàries ètniques a Catalunya. Pel que fa als municipis osonencs, el 63% de les immigrades empresàries es concentren a Vic, Manlleu i Torelló.

En comparació amb Catalunya, les empresàries estrangeres d'Osona són més joves i presenten una major proporció de negocis que contracten treballadors. La Taula 1 recull les immigrades que han posat en marxa un negoci a Osona segons els continents de procedència: en termes absoluts el 64% d'aquestes empresàries provenen del Magrib i d'Amèrica del Sud però, en relació al conjunt de dones de la mateixa procedència, caldria esmentar les asiàtiques, ja que són les que demostren tenir major esperit emprenedor:

Taula 1: Continents de procedència de les empresàries ètniques d'Osona.

	Total		% sobre dones mateixa procedència
Magrib	27	37%	1,3%
Amèrica del Sud	20	27%	8,8%
Resta UE	9	12%	8,7%
Resta d'Europa	5	7%	6,5%

Resta d'Àfrica	4	5%	3,4%
Amèrica del Nord i Central	4	5%	5,0%
Àsia i Oceania	4	5%	13,8%
Total	73	100%	

Font: Institut Català d'Estadística, Cens de Població 2001.

Malgrat que les magribines constitueixen el grup més nombrós d'empresàries ètniques (37%), també pertanyen a la procedència amb menor esperit empresarial (només emprenen 1,3 magribines de cada 100). És a dir, encapçalen la classificació pel simple fet de pertànyer a la procedència més nombrosa de la comarca, i en molts casos emprenen en activitats com la venda ambulat o les neteges industrials, provenint de l'economia informal. De la comparació de la taula anterior amb les dades a nivell català es dedueix que a Osona l'esperit emprenedor de les asiàtiques i les sud-americanes és superior. Per països, els que encapçalen la classificació d'empresàries són el Marroc, Colòmbia, el Regne Unit i Argentina.

Quant als sectors d'activitat en els quals aquestes dones emprenen, el 77% d'elles es dediquen als serveis i un 18%, a la indústria (l'agricultura i la construcció acapara la resta de participació a parts iguals, un 3% respectivament). Aquesta distribució sectorial pràcticament coincideix amb la de les autòctones d'Osona, però difereix amb la catalana, on la participació de les estrangeres en els serveis és del 82% i en la indústria, del 12%. Pel que fa a les branques d'activitat econòmica, les que acaparen major nombre d'immigrades són les del comerç, l'hoteleria i la indústria manufacturera.

4. Les polítiques de suport a la creació d'empreses per part de l'administració local a Osona: els Serveis Municipals de Suport a l'Emprenedoria (SMSE)

Els serveis de foment i promoció econòmica són els que fan de nex de relació entre les empreses d'un territori i l'administració local. Aquests organismes tenen un paper rellevant en el foment i el suport de la petita i mitjana empresa. Tradicionalment, des dels ajuntaments o mancomunitats de municipis s'han ofert serveis especialment dissenyats per a persones emprenedores, en el benentès que aquestes accions tenen una repercussió directa en el desenvolupament econòmic del territori. La utilitat dels serveis oferts ha quedat demostrada per diverses investigacions, entre les quals destaca la d'Urbano (2006), qui afirma que existeix una relació positiva entre la implantació de programes de suport a l'emprenedoria i la creació d'empreses. D'una banda, es duen a terme tasques adreçades a persones amb una ferma intenció d'emprendre —o empresaris potencials—, com ara la d'informar sobre els tràmits administratius necessaris per crear una empresa i els ajuts públics existents, assessorar per a l'elaboració del pla d'empresa, oferir el viver d'empreses municipal per iniciar l'activitat o mitjançar entre la persona emprenedora i les entitats financeres per aconseguir els recursos econòmics ne-

cessaris. D'altra banda, alguns d'aquests organismes també ofereixen serveis a les persones que ja han posat en marxa el seu negoci —o empresaris actuals— i es concreten mesures formatives i d'acompanyament durant els primers anys de vida de l'empresa. Les persones que utilitzen aquests programes acostumen a tenir un nivell d'estudis mitjà-alt i disposen d'un entorn familiar emprenedor. La valoració que fan els usuaris dels serveis acostuma a ser bona, per bé que opinen que els programes executats són millorables; en aquest sentit, les dones en fan una valoració més positiva que els homes a causa, en bona part, del fet que han estat beneficiàries de programes específics de suport. A més, les persones emprenedores donen una valoració més alta als programes no econòmics que no pas als que tenen un contingut econòmic, la qual cosa no és d'estranyar tenint en compte el poc marge de maniobra financera que tenen les administracions locals a l'hora de concedir ajuts o subvencions per a la creació d'empreses; tanmateix, consideren que aquests ajuts són poc coneguts, inadequats i massa enrevessats de tramitar (Urbano, 2006).

Així doncs, els organismes de suport a l'emprenedoria són necessaris i útils, però també millorables; els estudis realitzats indiquen que caldria una major coordinació entre els diversos organismes existents en el territori amb l'objectiu de no redundar en l'oferta i millorar en l'especialització: hi ha una excessiva diversificació de serveis que, alhora, són massa generalistes, mentre que els usuaris reclamen —cada cop més— un assessorament especialitzat en el sector o activitat en el qual volen emprendre. Hi ha altres punts febles com, per exemple, el fet que sovint les accions dels ajuntaments van condicionades a l'obtenció de subvencions per tal de prestar aquests serveis —es contracten tècnics que, de vegades, han de deixar la feina per manca de finançament tot i haver-se format durant anys. Una altra mancança de l'administració local consisteix a preocupar-se en major proporció de l'engegada d'una nova empresa —«algú menys que estarà a l'atur»—, que no pas en la seva progressiva consolidació. Finalment, per afegir una darrera proposta de millora de l'acció política, caldria esmentar que sovint s'implanten polítiques de nous serveis o de suport sense demanar l'opinió dels usuaris finals, l'empresariat, que generalment té una clara visió de les accions que caldria dur a terme; alhora, seria desitjable una mirada més transversal de les accions a implantar (Maxé & Muñoz, 2010).

Els serveis d'assessorament a les persones emprenedores de la comarca s'ofereixen des dels municipis de major població. Malgrat que el Consell Comarcal d'Osona també desenvolupa determinades tasques des de l'àrea de Promoció Econòmica, ho fa de forma indirecta, sense tenir contacte personal amb els qui volen posar en marxa un negoci. Aquesta part de la recerca que tot seguit s'exposa ha consistit en l'entrevista amb personal tècnic que treballa en els diversos ajuntaments i consorcis que duen a terme aquesta tasca personalitzada d'assessorament. Els organismes municipals i supramunicipals d'Osona compromesos amb el suport a l'emprenedoria (SMSE) queden recollits a la Taula 2, juntament amb l'àmbit territorial d'actuació en el qual operen:

Taula 2: Serveis Municipals de Suport a l'Emprenedoria (SMSE) d'Osona

Nom SMSE	Àmbit territorial d'actuació
VicEmprèn	Vic, Calldetenes, Gurb
OPE de Manlleu	Manlleu, Voltreganès i Cabrerès
Servei de Promoció Econòmica i Ocupació d'Osona Sud - Alt Congost	Centelles, Tona, Seva, Aiguafreda — Vallès Oriental—, Balenyà, el Brull, Collsuspina, Malla, Muntanyola, Sant Martí de Centelles, Santa Eulàlia de Riuprimer, Taradell i Viladrau
ConSORCI de la Vall del Ges, Orís i Bisaura	Torelló, Sant Pere de Torelló, Sant Vicenç de Torelló, Montesquiu, Orís, Sant Quirze de Besora, Santa Maria de Besora, Sora i Vidrà
ConSORCI del Lluçanès	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—, i Santa Maria de Merlès —Berguedà—
OPE del Voltreganès	les Masies de Voltregà, Sant Hipòlit de Voltregà i Santa Cecília de Voltregà
Servei de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Roda de Ter	Roda de Ter i les Masies de Roda

Font: Elaboració pròpia.

Els set SMSE citats es podrien dividir en dos grups clarament diferenciats per les seves dimensions i per la quantitat de població a la qual donen servei: el grup dels *grans* estaria compost per VicEmprèn, l'OPE Manlleu, Osona Sud-Alt Congost i el Consorci de la Vall del Ges, mentre que el grup dels *petits* està format per la resta. El primer grup és el dels SMSE que abasten major població i major nombre d'empresariat, els que tenen més llarga trajectòria (si bé amb altres formats i noms, però sempre referits al mateix territori) i amb major quantitat de personal tècnic. Tots els SMSE d'Osona ofereixen als empresaris potencials informació i assessorament per posar en marxa el negoci, fan de mitjancers entre els emprenedors i les entitats de crèdit i, finalment, miren de fer-los un seguiment durant el primer any de vida de l'empresa. Només el grup dels SMSE *grans* promouen tasques de formació o disposen d'un viver d'empreses adreçats fonamentalment a empreses de serveis.

Quant a la qüestió sobre les iniciatives engegades per aquests organismes per promoure l'autoocupació i l'emprenedoria, el personal tècnic ha respost que el sol fet d'existir el SMSE ja constitueix una acció evident d'aposta; a banda, considerem destacables el concurs bianual InnoVaCat, impulsat per l'OPE de Manlleu (el 2012 ha celebrat la 4a edició), o el projecte PARTEC VIC, consistent en la creació d'un Parc del Coneixement i la Innovació a la ciutat de Vic i que compta amb la participació de la Universitat de Vic. Hem demanat, tanmateix, quines creuen els tècnics que són les principals mancances dels serveis on treballen, i la majoria s'ha referit a la manca de recursos (especialment humans) per donar un millor servei tant en l'assessorament en el moment de l'arrencada, com en el seguiment dels primers anys de vida de l'empresa. També es troben a faltar tècnics especialitzats en determinats sectors o activitats econòmiques.

En tot cas, no han realitzat cap acció específica per fomentar l'emprenedoria femenina i, en quatre dels set SMSE, tampoc no ho creuen necessari: no troben diferències entre les persones emprenedores des de la perspectiva de gènere. La resta ha respost que sí que creuen en la utilitat de les polítiques específiques de gènere pel fet que les empresàries potencials tenen menor autoeficàcia sobre la capacitat d'emprendre, malgrat que mostrin ser més virtuoses que els seus contraparts en aspectes com ara l'organització i la planificació de les tasques o bé en la recerca de sinergies que les acompanyin en el procés d'arrencada del negoci. Els tècnics dels SMSE ens han respost que altres aspectes diferenciadors entre sexes i que suposen un fre per a les dones són la tradició cultural, la formació, les dificultats per aconseguir finançament, els frens familiars o el desigual repartiment de les tasques domèstiques i de cura de persones dependents.

Finalment, els hem demanat que valorin els ítems recollits a la Taula 3, en una escala de l'1 (totalment en desacord) fins al 10 (totalment d'acord), per al cas de les usuàries dels SMSE autòctones i les immigrades.

Taula 3: Perfil de les usuàries dels SMSE autòctones i immigrades.

	Mitjana autòctones	Mitjana immigrades
Tenen un bon coneixement de l'activitat econòmica en la qual volen emprendre.	5,7	3,8
Disposen d'un bon nivell de formació en gestió empresarial.	3,6	2,7
Tenen majors dificultats per accedir al finançament del negoci.	5,3	4,3
Tenen majors dificultats per llogar un local de negoci.	3,8	4,1
Els seus projectes de negoci gaudeixen d'un elevat grau d'innovació.	3,7	2,6

Es tracta d'un empenedoria més de necessitat que d'oportunitat.	5,0	5,3
La consideració de la iniciativa empenedora en l'entorn social/cultural és positiva.	5,6	3,1
L'entorn familiar els motiva a empendre.	5,7	3,4
Els preocupa la conciliació laboral i familiar.	6,8	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 empenedores autòctones.	--	4,4

Font: Elaboració pròpia.

Com es pot observar, segons l'opinió dels tècnics les empenàries estrangeres tenen un pitjor coneixement de l'activitat econòmica en la qual volen empendre negoci que les autòctones, tenen més dificultats per accedir al finançament del negoci, engugen empreses menys innovadores, reben menor suport de l'entorn social/cultural/familiar i estan menys preocupades per la conciliació laboral i familiar. També opinen que tenen un baix coneixement del català i que no tenen una especial dificultat per assimilar la legislació que els afecta com a empenàries. En canvi, afirmen que les immigrades tenen menor aversió al risc que les natives.

5. Comparativa de les empenàries osonenques, autòctones i immigrades. Discussió dels resultats

La recerca es completa amb el treball de camp realitzat a Osona i consistent en una entrevista individual amb 32 empenàries, repartides a parts iguals entre autòctones i immigrades.¹ Amb aquesta mostra abastem al voltant del 20% de l'empenariat ètnic femení de la comarca, i incloem el mateix nombre d'empenàries autòctones per tal de procedir a la corresponent comparació. Agraïm la col·laboració d'aquestes dones, que ens han aportat informacions referides a determinats aspectes personals, així com de les empreses que han creat i dels respectius processos de creació d'aquestes empreses.

1. Volem reconèixer la tasca realitzada per Joan Ubach per la professionalitat demostrada en el treball de camp, així com les aportacions sobre la integració dels immigrants a Osona realitzades per Carme Roquer (col·lectiu Veus diverses) i Joan Vera (Càrites Diocesana).

5.1. Descripció de les empenàries

La mitjana d'edat d'aquestes dones és de 37,5 anys. La Taula 4 recull el nivell d'estudis, l'estat civil i el nombre mitjà de fills de les empenàries entrevistades distingint-les segons la seva procedència:

Taula 4: Nivell d'estudis, estat civil i nombre de fills de les empenàries.

	Immigrades	Autòctones
Nivell d'estudis		
Educació primària. Certificat Escolar	12%	-
Graduat Escolar. ESO o FP I	19%	19%
Batxillerat o FP II	25%	25%
Estudis Superiors	44%	56%
Total	100%	100%
Estat civil		
Solteres	-	38%
Casades o viuen en parella	94%	62%
Divorciades	6%	-
Total	100%	100%
Fills		
Nombre mitjà de fills	1,8 fills	0,9 fills

Font: Elaboració pròpia.

Així doncs, podem qualificar com a alt el nivell d'estudis de les empenàries natives, ja que la meitat d'elles disposen d'un nivell d'estudis superiors (ensenyaments tècnics, diplomatures i estudis de grau o postgrau). Entre les diverses llicenciatures i enginyeries cursades per aquestes dones hi ha economistes, traductores, arquitectes, químiques, metgesses, filòlogues, sociòlogues o veterinàries. Pel que fa als ensenyaments universitaris de grau mitjà hi trobem mestres, restauradores i diplomades en ciències empresarials o turisme. L'altre 50% d'empenàries ha cursat estudis primaris o mitjans, tot i que bona part d'elles s'han preocupat de formar-se específicament en els sectors en els quals empenen. El nivell d'estudis de les empenàries ètniques, però, és lleugerament inferior al de les autòctones i és remarcable el fet que més de la meitat de les que han cursat estudis superiors no apliquen els coneixements assolits a l'objecte del negoci

creat (bé per voluntat pròpia de canviar d'àmbit, bé per la dificultat en l'homologació d'ensenyaments entre països).

L'estat civil de les empresàries osonenques és tan sols d'interès per la relació que aquest tret pugui tenir amb la creació d'una empresa familiar, fet que més endavant comentarem. En tot cas caldria destacar la major autoeficàcia que presenten les autòctones envers les immigrades pel fet que un 38% de les primeres són solteres, mentre que el 94% de les immigrades estan casades o viuen en parella. D'altra banda, el nombre mitjà de fills de les empresàries ètniques dobla el de les autòctones.

En referència a qüestions d'usos lingüístics, les llengües maternes de les empresàries ètniques entrevistades són diverses (francès, anglès, lituà, rus, amazic) per més que el castellà és la predominant per a un 44% d'elles. Pensant en la necessitat de parlar les llengües oficials del territori on s'emprèn negoci, els hem demanat sobre aquesta qüestió (Taula 5) i constatem que hi ha un major domini del castellà que del català:

Taula 5: Domini oral del català i del castellà.

	Català	Castellà
No el parla	-	-
El parla una mica	19%	-
El parla força	50%	19%
El parla perfectament	31%	81%
Total	100%	100%

Elaboració: Font pròpia.

Relacionat amb aquest punt, vam demanar a les immigrades que valoressin de l'1 (poc necessari) al 10 (molt necessari) la necessitat de conèixer les dues llengües oficials del territori per a la bona evolució de l'empresa creada; la qualificació obtinguda per al català fou de 8,5 i per al castellà, 8,3. Malgrat que les dues dades suposen una alta qualificació, s'observa com les empresàries ètniques consideren una mica més important conèixer bé el català que el castellà: entenen que l'acceptació del mercat osonenc serà més fàcil si poden adreçar-se als clients en la seva llengua materna —el català—, alhora que entenen que es tracta d'una via directa d'integració a la societat d'acollida.

5.2. Descripció de les empreses

L'antiguitat mitjana de les empreses creades per les osonenques és de tres anys, la qual cosa indica que majoritàriament han superat la fase inicial d'existència, especialment crítica.

La forma jurídica que han triat per al seu negoci (Taula 6) difereix substancialment segons si l'empresària és autòctona o immigrada: mentre que aquestes últimes aposten majoritàriament per fer-se empresàries individuals —autònomes—, les autòctones creen més societats i presenten una major diversificació en la seva tipologia (SCP, SL, SLL):

Taula 6: Formes jurídiques triades.

	Immigrades	Autòctones
Societat Civil Privada (SCP)	19%	38%
Empresària individual (Autònoma)	81%	31%
Societat Limitada (SL)	-	25%
Societat Limitada Laboral (SLL)	-	6%
Total	100%	100%

Font: Elaboració pròpia.

Així doncs, les estrangeres creen menys societats a l'hora de crear un negoci (19%) que les autòctones (69%); a més, les empresàries mostren una major tendència a associar-se amb altres dones que no pas amb homes. D'altra banda, les immigrades creen un major nombre de negocis familiars, majoritàriament amb el cònjuge.

Més de la meitat de les empresàries han ubicat el seu negoci al municipi de Vic: mentre que el 75% de les estrangeres emprenen al mateix municipi on resideixen, només el 56% de les autòctones ho han fet.

Quant al sector i activitat econòmica en el qual emprenen les empresàries entrevistades cal destacar que la totalitat de les immigrades pertanyen al sector serveis, així com un 80% de les autòctones, les quals es diversifiquen en major mesura per activitats. Els restaurants i cafeteries així com les botigues d'aliments constitueixen les activitats terciàries més freqüents de les empresàries ètniques. D'altra banda, considerem significatiu el fet que el 44% de les autòctones presten serveis a altres empreses i el 19% han engegat una empresa manufacturera, mentre que no hi ha cap estrangera que es dediqui a aquestes activitats (Figura 1):

Pel que fa a l'àmbit territorial del mercat en què operen, també s'observen diferències, ja que mentre les immigrades s'adrecen als clients del propi municipi (40%) o als de la comarca d'Osona (60%), una bona part de les autòctones (25%) comercialitzen a nivell de Catalunya i, fins i tot, un 12,5%, exporten a l'estranger. Així doncs, també en relació a la internacionalització es constaten diferències entre unes i altres: les estrangeres munten negocis del sector terciari —establiments comercials, majoritàriament— sense potencial ni perspectiva d'exportació, tot i que un 30% de les estrangeres importen els productes que comercialitzen i només un 12% de les autòctones ho fa.

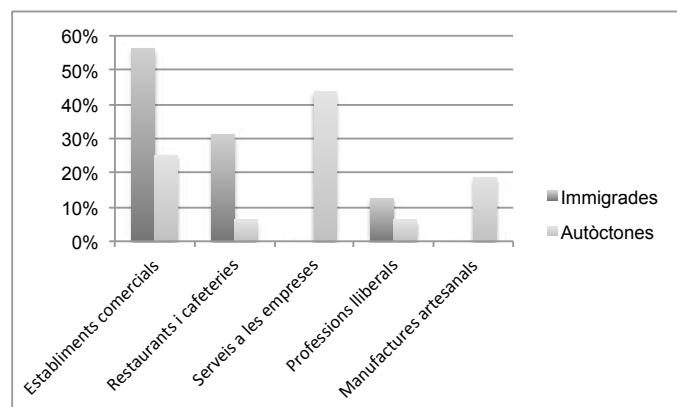


Figura 1: Activitats econòmiques. Font: Elaboració pròpia.

Amb la intenció d'aprofundir en el coneixement dels negocis ètnics creats per dones a la comarca, hem adaptat la mostra al quadre de doble entrada dissenyat per Ambrosini i Schellenbaum (1994) per tal de quantificar el tipus de producte i de mercat —ètnic i no ètnic— en el qual emprenen les osonenques de diverses procedències. La Taula 7 en recull els resultats: com es pot observar, el 54% de les dones entrevistades regenten *negocis oberts* ja que ofereixen productes no ètnics i s'adrecen també a la clientela no ètnica (com el cas de consultes nutricionistes, bars o botigues de llaminadures o de roba per a home i dona). El 19% de les dones emprenen amb un *negoci exòtic*, ja que ofereixen un producte ètnic i s'adrecen a un mercat no ètnic: restaurant llatí, perruqueries africana o llatina o pastisseries àrabs, per posar alguns exemples. D'altra banda, el 19% dels negocis són *ètnics* (establiments de *delicatessen* russes), tant en producte com en mercat, i, finalment, el 8% de les empresàries són intermediàries de serveis perquè ofereixen un producte no ètnic i s'adrecen a un mercat ètnic (locutoris). Així doncs, la majoria de negocis creats per les estrangeres són oberts.

Taula 7: Tipus de mercat i de negoci de les empresàries ètniques a Osona.

		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%

Font: Elaboració pròpia.

Respecte a la creació de riquesa cal començar dient que el nombre mitjà de treballadors contractats per les autòctones (1,5 treballadors/empresa) és molt similar al de les immigrades (1,4). Les estrangeres contracten més dones que homes, mentre que les autòctones presenten paritat en aquesta qüestió. D'altra banda, els nivells de facturació de les empreses de les estrangeres també són inferiors als de les autòctones i tenen pitjors perspectives de creixement.

El grau d'innovació *en producte* (comerç d'un producte nou) i *en territori* (comerç d'un producte ja existent però no disponible a la comarca) ha estat una altra de les qüestions que s'ha comparat entre els dos col·lectius. La Taula 8 recull l'autopercepció de les empresàries sobre aquests aspectes, en una escala que va de l'1 (nul·la innovació) al 10 (màxima innovació): consideren en tots els casos que el grau d'innovació en territori és superior a la innovació en producte; tanmateix, la percepció també presenta major qualificació en el cas de les autòctones que no pas en el de les immigrades:

Taula 8: Qualificació mitjana del grau d'innovació.

	Immigrades	Autòctones
En producte	4,25	5
En territori	6,87	7,4

Elaboració: Font pròpia.

Lligat amb el punt anterior hem volgut conèixer el grau d'incorporació de les noves tecnologies de la informació a la gestió empresarial, ja que considerem aquest aspecte com un reflex de la modernització que les empresàries han incorporat als seus negocis. La Figura 2 ens ho indica: només la meitat de les empresàries estrangeres utilitza les noves tecnologies en la gestió i cap d'elles no ha creat un negoci de base tecnològica. En canvi el 88% de les autòctones ha incorporat les TIC com a suport a la gestió, d'una manera o altra: en un 50% dels casos s'hi recolza com a suport a la gestió, un 19% es fonamenta en l'ús de les TIC, un altre 19% són empreses de base tecnològica i únicament un 12% no ha incorporat les TIC a la gestió.

Dins el subgrup d'empresàries que utilitzen les TIC com a suport a la gestió, hi ha grans diferències entre els dos col·lectius pel que fa a les diverses aplicacions existents. Les Figures 3 i 4 en recullen els resultats: les autòctones superen les immigrades tant en l'ús de totes les noves tecnologies aplicades a la gestió (excepte en el cas del cobrament de les vendes amb targeta de crèdit, perquè tenen més establiments comercials) com en l'ús d'Internet.

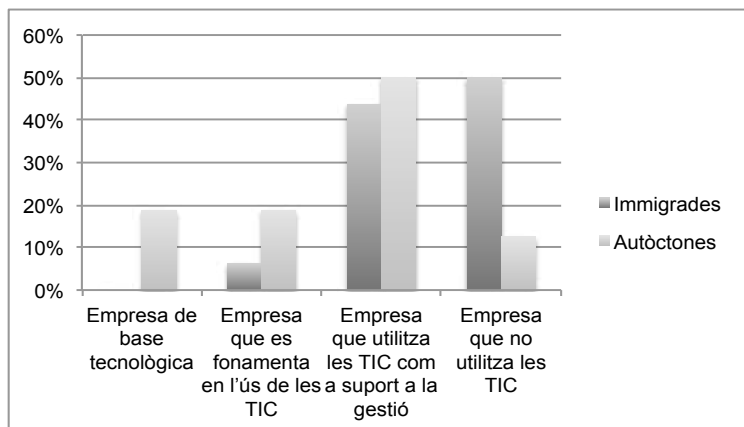


Figura 2: Grau d'incorporació de les TIC a la gestió empresarial. Font: Elaboració pròpia.

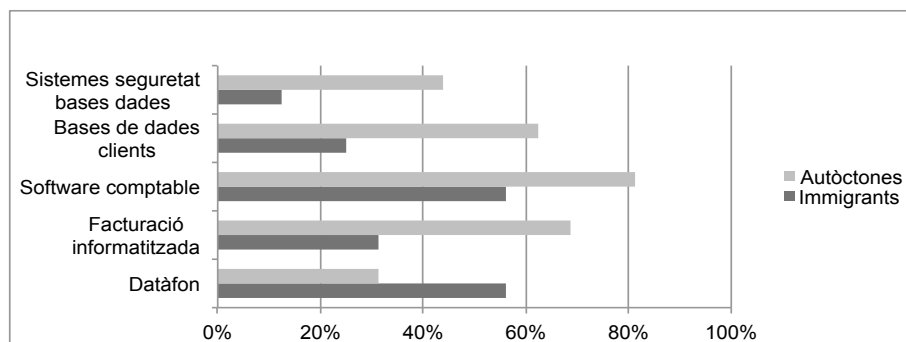


Figura 3: Nivell d'utilització de les TIC com a suport a la gestió. Font: Elaboració pròpia.

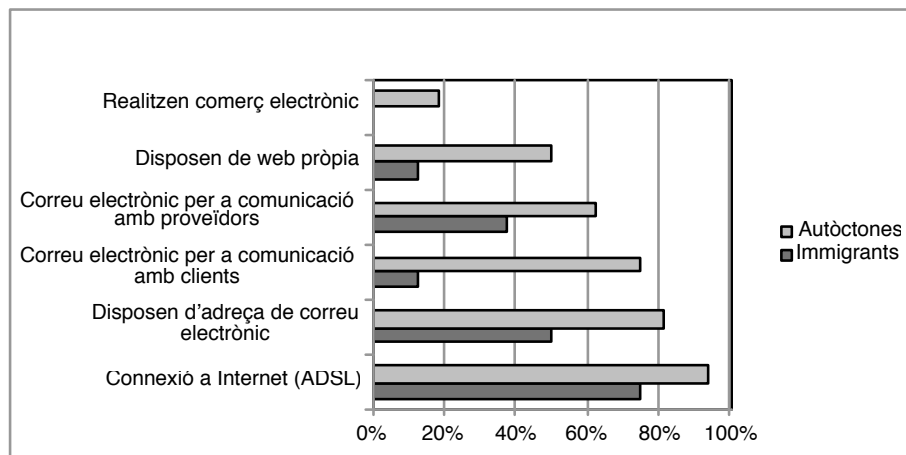


Figura 4: Nivell d'utilització d'Internet. Font: Elaboració pròpia.

5.3. Els processos de creació i posada en marxa dels negocis

Les estrangeres entrevistades provenen d'onze països diferents. Comencem aquest tercer subapartat de la discussió de resultats amb la informació recollida a la Taula 9 on analitzarem, per als dos col·lectius comparats, quantes d'elles ja havien creat alguna altra empresa anteriorment i quantes d'elles provenen d'una activitat professional o laboral diferent a l'actual:

Taula 9: 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
Passat d'assalariada	20,0%	62,5%	13,4%	25,0%
Passat d'empresària	33,3%	6,3%	33,3%	6,2%

Font: Elaboració pròpia.

Així doncs, s'observa que les dones insisteixen a emprendre majoritàriament en negocis relacionats amb experiències passades i que, per tant, coneixen bé: ho fan el 53,3% de les estrangeres i, en major mesura, el 68,8% de les autòctones. D'altra banda, el bagatge empresarial de les estrangeres (66,6%) és força superior al de les autòctones (12,5%).

El fet de pertànyer a una família amb empresaris és un dels factors que influeix positivament en la intenció d'emprendre. Efectivament, a la Taula 10 trobem entre les empresàries estudiades elevats percentatges de parents empresaris, tant de primer com de segon grau, i amb major incidència en el cas de les autòctones que en el de les immigrants:

Taula 10: Entorn familiar empresarial.

	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.

Una altra qüestió interessant a tractar fa referència a les causes que han fet que aquestes dones possessin en marxa un negoci. Per tal de conèixer-les, els hem demanat que triïn entre les respostes recollides a la Taula 11:

Taula 11: Motivacions per emprendre.

	Immigrades	Autòctones
Per la necessitat de disposar d'uns ingressos que suposin el meu modus vivendi (per a mi i/o per a la meva família).	58%	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%
Pel meu desig de dependre de mi mateixa i no haver d'obeir les indicacions dels superiors.	32%	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.

Com es pot observar, la majoria d'estrangeres creen una empresa fonamentalment per necessitat (58%) i, en segon lloc, pel desig d'autonomia (32%); en canvi, les empresàries natives ofereixen una major dispersió en les causes que els han motivat la decisió d'emprendre, tot i que les dues raons apuntades per les immigrades també són les més importants. Altres raons aportades fan referència a la facilitat per aconseguir la conciliació familiar i laboral, a l'herència cultural del país d'origen on el fet d'emprendre rep una bona consideració social, a les pobres perspectives de progressar econòmicament com a mà d'obra assalariada i immigrada, a l'emprenedoria com a alternativa a l'atur —mitjançant la capitalització de la prestació per aquest concepte— o a l'impuls rebut dels altres socis a l'hora de prendre la decisió.

Val la pena esbrinar, en aquest punt, quin és el grau de satisfacció que han obtingut les empresàries després d'haver pres la decisió d'emprendre i de l'experiència viscuda. Novament apareixen diferències entre els dos col·lectius analitzats, ja que les autòctones se senten 'molt satisfetes' (en un 75% dels casos) o 'satisfetes' (en el 25% de casos restant). En canvi, només la meitat de les immigrades perceben un elevat grau de satisfacció, i un 19% estan 'penedides' o 'molt penedides'

de la decisió. En cercar les raons que els han fet satisfactòria l'experiència, s'han referit a la millora de l'autoestima o de les perspectives de progressar (tant en ingressos com en condicions de treball), mentre que les autòctones es refereixen en major mesura a la realització professional que han aconseguit amb l'empresa creada. D'altra banda, els motius que han fet poc o gens satisfactòria l'experiència per a les immigrades fan referència a la desconfiança o menyspreu que han percebut per part de la clientela potencial o bé pels factors que han fet fracassar el negoci, fonamentalment concretats en un baix coneixement del territori, la qual cosa els ha portat a una mala ubicació de l'establiment comercial (tant pel que fa al local, al carrer o al municipi).

Quant al punt cabdal del finançament del nou negoci, la majoria de les estrangeres han optat pel finançament propi —en un 44% dels casos— o bé per l'endeutament mitjançant una entitat de crèdit —en un 19% dels casos—; en la resta de casos, han triat una combinació dels dos tipus de finançament esmentats junt amb d'altres, com ara la capitalització de l'atur o l'obtenció d'algun ajut públic. Sobta el fet que cap d'elles no hagi tramitat un microcrèdit, tenint en compte que es tracta d'una via de finançament dissenyada específicament per a col·lectius desfavorits i amb poca capacitat per avalar crèdits bancaris; les raons adduïdes fan referència a les dificultats burocràtiques que s'imposen a la tramitació d'aquests tipus de finançament, que compten en tots els casos amb el paper dels SMSE com a mediador entre la persona emprenedora i l'entitat financera que els atorga. No cal dir que el panorama dibuixat per les empresàries estrangeres difereix força del de les autòctones, per a les quals el finançament propi ha estat la font principal en només un 12% dels casos. Per aquest col·lectiu, la combinació dels diversos tipus de finançament esmentats els ha permès posar en marxa l'empresa i, en tot cas, succeeix que el 69% d'elles han tingut un accés a algun tipus d'ajut públic o subvenció, mentre que únicament un 25% de les empresàries ètniques ho han aconseguit (Taula 12). Tampoc cap d'elles no ha accedit als vivers d'empreses dels SMSE, pel fet que no eren necessaris per al tipus de negocis engegats.

Taula 12: Ajuts públics o subvencions obtingudes per les empresàries.

	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 evident que aquestes dades desmunten les acusacions demagògiques llençades des de determinades formacions polítiques d'extrema dreta, que afirmen just el contrari: no només és fals que hi hagi ajuts específics per a immigrants que volen emprendre, sinó que a més hi accedeixen en menor mesura. Aquest fet s'explica, en alguns casos, per un major desconeixement de l'oferta d'ajuts i, en d'altres, per l'obstacle que suposa per a les estrangeres haver de pensar i redactar un pla d'empresa per al futur negoci —tot i el suport dels SMSE—, la qual cosa és una condició imprescindible per a la tramitació de qualsevol ajut. Així doncs, les empresàries autòctones accedeixen a un major nombre d'ajuts públics per posar en marxa el seu negoci, així com a una major diversificació als diferents tipus d'ajuts.

Per tal de posar en marxa el negoci, el 62% de les empresàries autòctones s'ha hagut d'endeutar, enfront del 50% de les immigrades. Malgrat aquesta dada, la qualitat de l'endeutament de les estrangeres és menor ja que en cap cas no han tingut accés als anomenats «*préstecs tous*» (atorgats per entitats financeres públiques en condicions molt favorables), com sí l'hi han tingut les autòctones. Així doncs, tots els crèdits obtinguts per les estrangeres han estat en condicions de mercat. D'altra banda, l'import mitjà pel qual s'han endeutat aquestes dones —35.000 €— supera àmpliament la quantia dels crèdits obtinguts per les autòctones, que oscil·la entorn dels 10.200 €: l'explicació de la diferència respon al fet que les estrangeres han hagut d'invertir en major mesura en traspessos i obres d'adequació de locals comercials. Una darrera dada recolza l'afirmació sobre les diferències qualitatives de l'endeutament dels dos col·lectius: mentre que les empresàries ètniques han retornat, de mitjana, un 45% dels préstecs aconseguits, les autòctones ja n'han pogut amortitzar un 65%. Els diferents tipus de negocis que creen les unes i les altres provoquen una repercussió no només en la grandària de l'endeutament, sinó també en una dada que hi està correlacionada: la inversió inicial. Les estrangeres requereixen d'una mitjana de 33.000 € per obrir els seus negocis, mentre que les autòctones han necessitat un capital inicial de 20.000 €. El destí que les empresàries ètniques han donat a aquest capital en la majoria de casos és el següent: constitució de la societat, traspàs —o compra— del local de negoci, obres d'adequació i adquisició d'estoc inicial, compra de maquinària i eines, equips informàtics i programari, compra de mobiliari per a l'establiment comercial o cursos de formació sobre els productes comercialitzats.

Pel que fa als SMSE, les empresàries ètniques hi accedeixen en menor mesura que les autòctones, ja sigui per desconeixement o per desconfiança en la seva utilitat. Malgrat això, la Figura 5 ens mostra que la valoració que fan les estrangeres dels serveis rebuts dels ajuntaments en aquest camp és més alta que la que fan les autòctones, en una escala de l'1 (gens satisfactòria) al 10 (totalment satisfactòria).

Una de les mancances detectades en els projectes de les empresàries estrangeres és la inexistència del pla d'empresa abans d'engegar-los: només un 19% d'elles l'havia fet, enfront del 44% d'autòctones. Aquest és un fet que determinarà en gran mesura l'èxit futur del negoci, atesa la gran utilitat d'aquesta eina.

Tornem a detectar diferències en les percepcions de les dones dels dos col·lectius comparats pel que fa a les dificultats en la creació de l'empresa (des del moment de prendre la decisió d'emprendre fins a l'alta fiscal). Les valoracions obtingudes, en una escala que va de l'1 (cap dificultat) al 10 (moltes dificultats),

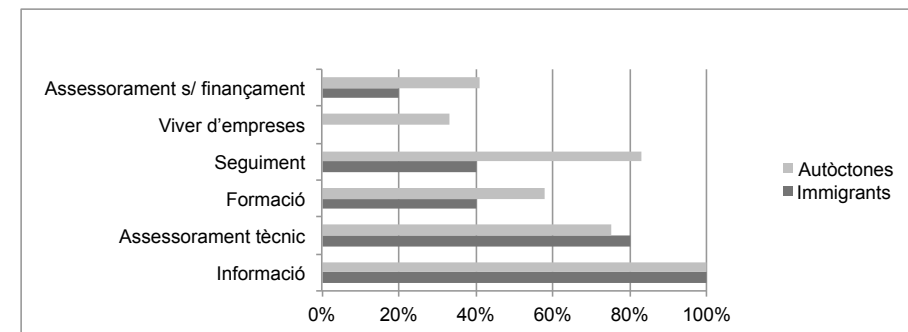


Figura 5: Valoració de les prestacions rebudes dels SMSE. Font: Elaboració pròpia.

queden recollides a la Figura 6, que mostra com les empresàries ètniques han trobat majors dificultats que les autòctones en aspectes com ara l'elaboració del pla d'empresa i de finançament, en el coneixement del mercat, el territori i el sector, així com en l'obtenció d'informació per emprendre. En canvi, afirmen que han percebut menors dificultats que les seves contraparts en el suport de l'entorn familiar i en els tràmits burocràtics.

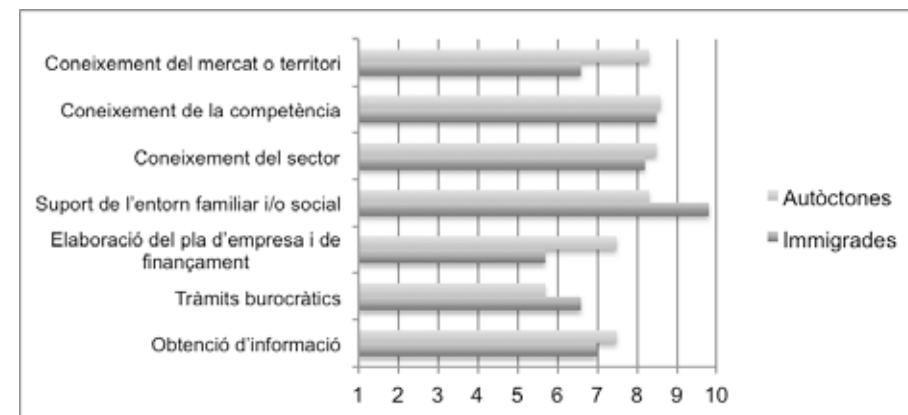


Figura 6: Valoració de les principals dificultats en la creació de l'empresa. Font: Elaboració pròpia.

Per acabar, el pas següent a la creació de l'empresa és la seva posada en marxa, període que hem identificat amb el primer any de vida del negoci. La Figura 7 recull els ítems que caracteritzen aquest període i la corresponent valoració en una escala que va de l'1 (cap dificultat) al 10 (moltes dificultats), per als dos tipus d'empresàries:

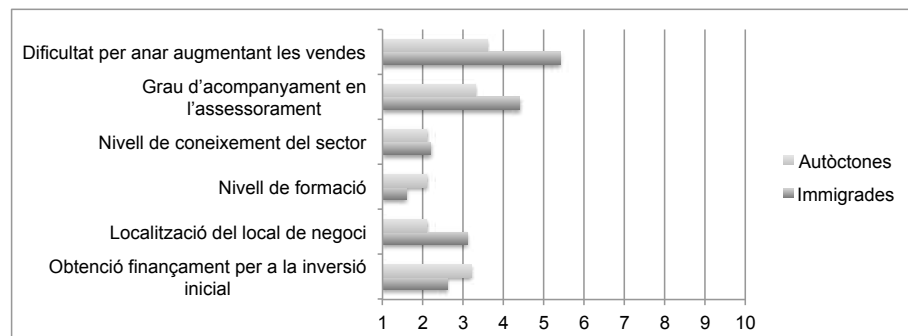


Figura 7: Valoració de les principals dificultats en l'engegada de l'empresa. Font: Elaboració pròpia.

Dels resultats obtinguts constatem que les empresàries immigrades han trobat majors dificultats que les autòctones en el manteniment i l'augment de la quota de mercat del negoci, la manca d'acompanyament en l'assessorament o la localització del local, i menys dificultats en aspectes com l'obtenció de finançament o el nivell de formació necessari.

6. Conclusions

El desenvolupament local constitueix una de les vies més eficaces per superar les èpoques de recessió com l'actual, implantant polítiques que tinguin en compte les fortaleses i mancances del territori. En un escenari on preval l'escassetat de recursos públics, el suport a la creació d'empreses des dels ajuntaments esdevé un dels pilars a l'entorn dels quals ha de girar aquesta recuperació, i més tenint en compte que el teixit empresarial d'Osona està compost per petites i mitjanes empreses. Tanmateix, la majoria de petites empreses són microempreses d'entre 1 i 5 treballadors que es dediquen als serveis, de manera que els ens locals tenen l'oportunitat d'empènyer amb força la creació de llocs de treball mitjançant el recolzament a les persones emprenedores. En el segle XXI les empreses que naixeran i es mantindran tindran com a tret característic el coneixement i la innovació (tant en productes com en processos), de manera que les polítiques de suport a l'emprenedoria han d'anar adreçades a la creació d'empreses de qualitat que superin els primers anys de vida —especialment crítics— i assegurin un desenvolupament econòmic a llarg termini per al territori.

Al nostre país, la incorporació de la dona al mercat de treball en les darreres dècades ha sigut més veloç que els corresponents i necessaris canvis culturals i socials; les dones encara no han assolit la igualtat en els àmbits econòmics i polítics, de manera que no és d'estranyar que aquestes dues velocitats suposin la no-equiparació quantitativa de l'empresariat des de la perspectiva de gènere. La nostra societat no ha evolucionat prou i, en bona part, encara considera que l'encaix entre la vida laboral i la familiar és una problemàtica individual —no social— i de les dones —no de les famílies. Hi ha un desequilibri en el repartiment sexual

de les tasques domèstiques i de la cura d'infants i adults dependents dins de les llars i, sovint, la legislació que suposadament ha de facilitar una major conciliació, acaba essent un llast pel fet que institucionalitza l'aturada o trencament de les carreres professionals de les dones. De tot aquest escenari descrit és evident que les dones empresàries no en queden exemptes. En aquest sentit cal afavorir la creació d'empreses per part de dones, tenint en compte que la paritat encara no ha estat assolida. Millorar la seva autoeficàcia, potenciar la visibilitat de les empresàries als mitjans de comunicació i àmbits públics en general per tal que serveixin de model, desmitificar el fracàs i convertir-lo en un bagatge valuós per a la carrera professional, afavorir la creació de xarxes i el *mentoring*, aprofitar el coneixement, la formació i la creativitat de les dones per tal que facin el pas de posar en marxa el propi negoci. Requalificar models empresarials no típicament masculins per tal de fer entendre que amb altres valors —més femenins— també es pot emprendre i assolir la supervivència.

Finalment caldria tenir en compte l'esperit emprenedor que, dins el col·lectiu d'empresàries, tenen les immigrades. Malgrat els majors entrebancs i limitacions, emprenen i constitueixen una font evident de desenvolupament econòmic. El present article ha estat realitzat amb la voluntat de fer-les més visibles i de posar en valor les capacitats i potencials que les caracteritzen.

7. Bibliografia

- Mujeres empresarias en la economía española. Fundación Incyde. Servicio de Estudios. 1a ed. Madrid: Cámaras de Comercio, 2007.
- AMBROSINI, M.; SCHELLENBAUM, P. «La comunità sommersa. Un'idagazione sull'immigrazione egiziana a Milano». *Quaderni ISMU (Iniziativa e Studi sulla Multietnicità)*, vol. 3 (1994).
- BRUNI, A.; GHERARDI, S.; & POGGIO, B. «Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Intertwined Practices». *Gender, Work and Organization*, vol. 11, núm. 4 (2004), p. 406-429.
- CALERO LEMES, P., GARCÍA ALMEIDA, D., HORMIGA, E. «The Role of Knowledge in the Immigrant Entrepreneurial Process». *International Journal of Business Administration 1.1* (2010): p. 68.
- CAUSSA, A. *Immigració i emprenedoria: de l'exclusió financera a la creació d'activitats generadores de riquesa*. 1a ed. Barcelona: Fundació Un Sol Món, Caixa de Catalunya, 2007.
- CODURAS, A. «La actividad emprendedora de los inmigrantes en España, 2005-2007». *Información Comercial Española, ICE* (2008), p. 97.
- FACUNDO, G. *El libro rojo de las mujeres emprenedoras*. 1a ed. Barcelona: Libros de Cabecera, 2011.
- FLECK, E.; HEGARTY, C.; NEERGAARD, H. «The politics of gendered growth». *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 3, núm. 2 (2011), p. 164-173.

- GARCÍA DEL POZO, P. *Algo más que historias. Inmigración y microcréditos*. 1a ed. Madrid: Tabla Rasa, 2006.
- GARCÍA-RODRÍGUEZ, F. J.; GUTIÉRREZ-TAÑO, D.; BAUTE-DÍAZ, N.; DÍAZ-ARMAS, R. «La emprendeduría en el colectivo de personas inmigrantes: contextualización, importancia y oportunidades». *Investigación y Marketing*, vol. 90 (2006), p. 5-10.
- GONZÁLEZ-RODRÍGUEZ, L. «El impacto sociodemográfico de la inmigración extranjera en Vic (Osona, Cataluña, España)». *Cuadernos Geográficos*, vol. 36, núm. 1 (2005), p. 451-463.
- HAUSMANN, R.; TYSON, L. D.; ZAHIDI, S. «The Global Gender Gap Report». *World Economic Forum* (2010).
- HERNANDO, M. E. *El desenvolupament local*. Barcelona: UOC, 2007.
- KELLEY, D.; BRUSH, C. G.; GREENE, P. G.; LITOVSKY, Y. «Global Entrepreneurship Monitor 2010 Women's Report». Babson College (2011).
- MARTORI, J. C.; HOBERG, K. «Distribució espacial de la població immigrant a Osona. Una aproximació quantitativa». *Ausa*, vol. 23, núm. 159 (2007), p. 43-57.
- MAXÉ, V.; MUÑOZ, A. (coord.). *Manual per a la gestió de polítiques de promoció econòmica i desenvolupament local*. 1a ed. Barcelona: Col·legi de Politòlegs i Sociòlegs de Catalunya, 2010.
- MIRCHANDANI, K. «Feminist Insight on Gendered Work: New Directions in Research on Women and Entrepreneurship». *Gender, Work and Organization*, vol. 6, núm. 4 (1999), p. 224-235.
- MUÑOZ, M. D.; PRESAS, P. *Emprenedoria en femení: 12 històries de dones crack*. Girona: Fundació de la Universitat de Girona: Innovació i Formació, 2011.
- NOGUER, T. «Anàlisi demogràfica del fet migratori a Vic». *Ausa*, vol. 23, núm. 159 (2007), p. 73-98.
- SERRA, A. «Polítiques d'immigració i govern local: acollida i integració». *Ausa*, vol. 23, núm. 159 (2007), p. 15-42.
- URBANO, D. «La creación de empresas en Catalunya: Organismos de apoyo y actitudes hacia la creación de empresas». *CIDEM*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Treball i Indústria, vol. 14, núm. 1 (2006), p. 7-42.
- VAILLANT, Y.; LAFUENTE, E. *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Executiu Catalunya 2011*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2011.
- VERHEUL, I.; VAN STEL, A. *Entrepreneurial diversity and economic growth* (2007).

Documents en línia

Anuari socioeconòmic de la comarca d'Osona:

<http://www.ccosona.net/anuari/> (consulta 31 juliol 2012)

Observatori d'Osona per al desenvolupament local:

<http://www.ccosona.net/observatori/> (consulta 31 juliol 2012)

Pla comarcal d'integració dels immigrants d'Osona:

<http://www.ccosona.net/admin/uploads/htmlarea/osona.pdf>
(consulta 31 juliol 2012)

Institut Català d'Estadística:

<http://www.idescat.cat> (consulta 31 juliol 2012)

Instituto Nacional de Estadística:

<http://www.ine.es> (consulta 31 juliol 2012)