



Freni

Ricerche Sociali e di Marketing

Gli imprenditori pratesi under 40 differenze tra italiani e cinesi

lo start-up, gli aspetti valoriali e la crisi economica

Firenze, 3 Maggio 2010

*Celebrating 27 Years
Quality ad hoc research*



**Gli imprenditori pratesi under 40 differenze tra italiani e cinesi
lo start-up, gli aspetti valoriali e la crisi economica**

Il seguente **Documento Informativo Completo** è in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa: Delibera 153/02/CSP. Allegato A, art.3 pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002



Soggetto che ha realizzato il sondaggio: Freni Ricerche di Marketing

Committente e acquirente: Pratofutura

Pubblicato su: La Nazione, Corriere della Sera e altre testate

Universo di riferimento - estensione territoriale del sondaggio: Prato

Responsabile della ricerca: Vincenzo Freni

Responsabile Field: Rosaria Agnoletti

Periodo di rilevazione: Gennaio 2010

Rilevatori: Emanuela Starnotti, Enrica Pecchioli, Lucrezia Piccardi, Angela Coli, Barbara Vidili

Metodo di raccolta delle informazioni: Indagine di tipo estensivo realizzata tramite interviste telefoniche (204 soggetti italiani) e personali (53 soggetti madrelingua cinese). Questionari cartacei (sistema tradizionale), trascrizione verbatim delle risposte aperte

Criteri seguiti per la formazione del campione: estrazione casuale per quote effettuata su liste di imprenditori under 40 fornite dalla Camera di Commercio

Consistenza numerica del campione: 257 interviste validate disaggregate per i seguenti codici: italiano – cinese

Totale contatti effettuati: 652 interviste telefoniche effettuate, 204 validate (31% sul totale contatti); rifiuti e/o sostituzioni: 448 (69% su totale contatti)

Lo Standard di rappresentatività: la ricerca è rappresentativa degli imprenditori pratesi under 40 impiegando un campione casuale. Con un campione di questa dimensione, l'errore statistico, la variabilità che accettiamo per avere delle informazioni da un campione piuttosto che dall'intera popolazione è compreso nell'intervallo $\pm 6.1\%$ al livello di confidenza del 95%.

Modulo d'intervista utilizzato: Il testo integrale di tutte le domande rivolte ai rispondenti figura in Appendice

La percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda e **la percentuale dei non rispondenti** figurano nelle tabelle allegate.

Il "documento" completo del sondaggio, come richiesto dall'Authority in caso di pubblicazione sui mezzi di comunicazione di massa, è disponibile, all'indirizzo dell'Istituto Freni www.frenimkt.com e, in forma sintetica per gli aspetti metodologici, privo dei risultati come richiesto dalla Delibera n. 237/03/CSP (Modifiche e integrazioni al regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa), all'indirizzo dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni <http://www2.agcom.it/sondaggi/sondaggi.htm>.

La presente ricerca è conforme alle norme del codice della **MRS** (The Market Research Society) e dell'**A.M.A** (American Marketing Association) per le Ricerche di Marketing e Sociali, di cui l'Istituto Freni è rispettivamente *full* e *professional member*, e, in quanto socio, del codice **ESOMAR** (European Society for Opinion and Marketing Research)

Privacy. Le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste sono tutelati nel rispetto della legge 675 del 18.11.1996, utilizzati solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti, e trattati e resi noti solo sotto forma di elaborati statistici rispettando l'anonimato dei singoli intervistati.

I dati contenuti nel presente rapporto sono di esclusiva proprietà di Pratofutura. I dati ed il rapporto contenuti nel presente documento possono venire riprodotti citando la fonte: ©Freni Ricerche Sociali e di Marketing

I dati sono stati elaborati con il package statistico proprietario di Freni Ricerche di Marketing **SMART** (Statistics for **MARK**eting Test), le elaborazioni di tipo multivariato sono interfacciate con **Cluto**.

IL NOSTRO CODICE ETICO

FRENI RICERCHE DI MARKETING SI IMPEGNA CON UN CODICE DI CONDOTTA CHE, OLTRE A RECEPIRE I CODICI DELLE ASSOCIAZIONI A CUI APPARTIENE (ESOMAR, MRS E AMA), INTENDE GARANTIRE ULTERIORE RESPONSABILITÀ SOCIALE AI SUOI CLIENTI, FORNITORI E COLLABORATORI.

FATTI NON PAROLE

100% RICERCA AD HOC MADE IN ITALY (*)

- ✓ Rispetto dei collaboratori: Freni Ricerche di Marketing compensa, al più elevato livello di quotazione di mercato, tutti i collaboratori esterni (intervistatori, reclutatori, supervisor, location e facilities), sempre contestualmente alla fine dell'incarico, max entro 30 gg dal suo svolgimento.
- ✓ Field di qualità: Freni Ricerche di Marketing per le interviste face to face e telefoniche gestisce direttamente una rete di intervistatori selezionati, senza subappalti a società esterne e non ricorre a call center, né offshore, né stranieri e nemmeno italiani.
- ✓ Field non anonimo: Nel report dell'indagine, vengono menzionati tutti coloro che hanno collaborato al lavoro di ricerca sul campo compresi i supervisor e i rilevatori.
- ✓ Riservatezza, sicurezza e qualità del dato: Tutti i dati vengono totalmente trattati e conservati internamente all'Istituto, senza trasferirli a strutture di elaborazioni dati esterne, in modo da garantire la massima riservatezza e qualità. I dati statistici vengono trattati con software proprietario sviluppato internamente, in formato protetto.
- ✓ Indipendenza e autonomia: Freni Ricerche di Marketing è un Istituto indipendente che esegue solo ricerche *ad hoc*, professionalmente e finanziariamente, autonomo da gruppi economici e politici.
- ✓ Freni non dispone di una rete di vendita dei propri servizi. La gran parte del nostro business proviene dal passaparola tra i clienti serviti; sono i nostri clienti a raccomandare i nostri servizi ad altre aziende e ad elogiare la qualità del nostro impegno.
- ✓ Al servizio della Cultura della Ricerca. All'interno dell'istituto si trova una delle più ampie collezioni di materiale informativo sulle teorie e sull'applicazione della ricerca di marketing: una bibliomeroteca che vanta migliaia di testi che ripercorrono la storia della ricerca di marketing dalla nascita ad oggi, disponibili gratuitamente, su richiesta, ai cultori della materia e ai tesisti.
- ✓ Solidità e Expertise: L'azienda, fondata nel 1983, è uno dei più anziani istituti impegnati nella ricerca sociale e di marketing d'Italia: il 66% delle aziende del settore sono state costituite più recentemente (fonte ESOMAR 2009).
- ✓ Una bottega rinascimentale fiorentina. Eseguiamo solo *ricerche ad hoc (non ci occupiamo di panel e omnibus)*. Appliciamo alla ricerca un modello efficiente di lavoro che proviene dai mestieri in uso nella bottega rinascimentale, nel pieno rispetto dell'etica del lavoro e sempre alla ricerca del fare meglio.

Tutte le ricerche di pubblico dominio realizzate da *Freni Ricerche Sociali e di Marketing* sono presenti sul sito del Garante per le Comunicazioni <http://www2.agcom.it/sondaggi/sondaggi.htm> così come lo sono, in ottemperanza alla delibera Delibera 153/02/CSP, allegato A, art.3 pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002, quelle realizzate da tutti gli altri istituti che operano in Italia. Una vetrina che consente di valutare e confrontare oggettivamente l'impegno e lo standard qualitativo della produzione delle aziende che operano in questo settore.



Motto

Crediamo nell'importanza della ricerca scientifica e ne promoviamo i valori anche in ambito accademico perché riteniamo che la conoscenza sia un bene comune. A questo fine Sul sito www.frenimkt.com (attualmente in fase di rifacimento) nella sezione educational mettiamo a disposizione di studenti, tesisti e studiosi materiale didattico specialistico continuamente aggiornato.

(*) La stampa specializzata riporta che il 90% delle interviste telefoniche realizzate dagli istituti di ricerca italiani oggi giorno vengono eseguite in Albania, Romania, Tunisia



GIOVANI IMPRENDITORI UNDER 40 A PRATO

© L'utilizzo e la riproduzione del modulo d'intervista sono interdetti e protetti, anche per uso didattico, salvo autorizzazione scritta. Legge 633 del 22.4.1941 sulla protezione del diritto d'autore e di tutti i diritti connessi al suo esercizio.

Buongiorno! Stiamo conducendo, per conto dell'Associazione PratoFutura, un sondaggio di opinione presso la nuova generazione di imprenditori operanti in Prato. La preghiamo di collaborare rispondendo alle domande di questo questionario. Le sue risposte ci consentiranno di conoscere bisogni ed aspettative dei giovani imprenditori che operano sul territorio. Trattandosi di una indagine statistica, tutto quello che Lei ci dirà rimarrà assolutamente anonimo.

L'IMPRENDITORE

Da quanti anni fa l'imprenditore?

- da un anno o meno [1]
- 2-3 anni [2]
- 4-5 anni [3]
- 6-10 anni [4]
- da oltre 10 anni [5]

Lei quanti anni ha? anni ← {precisare}

Come è diventato imprenditore?

- creazione ex-novo dell'impresa [1] entrato come socio in un'impresa già operante [3]
- rilevato un'impresa già operante [2] entrato nell'impresa di famiglia [4]

La sua famiglia ha sostenuto la sua scelta imprenditoriale? In che modo?

- sostegno finanziario [1]
- collaborazione di familiari e parenti [2]
- conoscenze, competenze, esperienze [3]
- collaborazione con imprese di familiari e parenti [4]
- altro [5] ← {precisare}
- non ha ricevuto alcun supporto dai familiari [6]

Quali sono state le sue motivazioni per diventare imprenditore? Quali aspetti hanno inciso di più nella sua scelta?

- ambizione personale, volontà di realizzazione [1]
- prospettive di guadagno [2]
- desiderio di mettersi in proprio, esperienza come dipendente [3]
- gestione autonoma del tempo [4]
- esperienza/ tradizione familiare [5]
- realizzazione di un'idea innovativa [6]
- autoimpiego, difficoltà di inserimento nel mondo del lavoro [7]
- altro..... [8] ← {precisare}

Lei ha avuto esperienze di lavoro precedenti l'attuale (come dipendente o come autonomo)?

- dipendente nel settore privato [1]
- dirigente nel settore privato [2]
- dipendente nel settore pubblico [3]
- dirigente nel settore pubblico [4] possibili più risposte
- lavoratore autonomo [5]
- libero professionista [6]
- altre esperienze [7] ← {specificare}
- no, nessuna esperienza precedente [8]

Lei ha avuto esperienze di lavoro all'estero (anche part-time per almeno 6 mesi)?

no, non ha avuto esperienze di lavoro all'estero [1]
sì, ha avuto esperienze di lavoro all'estero [2] → In quale paese? ←
{specificare}

Nella sua famiglia via sono altre persone che hanno creato/condotto imprese?

i genitori [1]
fratelli/sorelle [2]
altri parenti stretti [3]
no, sono il primo [4]

Quale è la sua lingua madre? ← {specificare}

Quali altre lingue, oltre all'italiano, conosce?

inglese [1] francese [4]
tedesco [2] altre lingue [5] ← {specificare}
spagnolo [3]

Che percorso scolastico ha seguito? Fino a dove è arrivato con gli studi?

diploma media superiore [1]
laurea [2]
master post-laurea [3]

Lei ha seguito qualche corso di formazione come manager? In che ambito?

.....
.....

La sua formazione scolastica le è stata utile per prepararsi a diventare imprenditore?

molto utile [1] poco utile [4]
abbastanza utile [2] per niente utile [5]
così così utile [3]

Quali difficoltà ha incontrato nell'avvio della sua attività di imprenditore?

accesso al credito [1] ricerca dei fornitori [6]
ricerca capannone o fondo [2] acquisto macchinari [7]
ricerca dei soci [3] altre difficoltà [8] ← {specificare}
ricerca dei collaboratori [4]
ricerca dei clienti [5] non ha incontrato difficoltà [9]

Nella fase di avvio dell'attività di quali finanziamenti ha potuto disporre?

mezzi propri [1] credito con garanzie [4]
aiuto di familiari e amici [2] finanziamenti pubblici [5]
credito senza garanzie [3] altri mezzi [6] ← {precisare}

Di quali collaborazioni (tecnico-amministrative-legali) si è avvalso quando la sua impresa è stata costituita?

associazione di categoria [1] soci e/o familiari [4]
commercialista [2] altri collaboratori [5] ←
{precisare}
consulente del lavoro [3]

PARLIAMO DELLA FIGURA DELL'IMPRENDITORE E DEL SUO RUOLO SOCIALE

Innanzitutto la sua esperienza di imprenditore corrisponde alle sue attese, era questo quello che si aspettava?

corrisponde molto [1] corrisponde poco [3]
corrisponde abbastanza [2] non corrisponde per niente [4]

Lei in che misura si sente d'accordo con quanto affermato da altri giovani imprenditori intervistati prima di lei a proposito della loro esperienza professionale?

SONO D'ACCORDO

	molto	abbastanza	poco	per niente	non sa
quando penso al mio futuro lo vedo pieno di possibilità e di sorprese	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
nella vita è importante avere degli obiettivi e delle mete	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
il successo dipende dal lavoro sodo e la fortuna conta poco	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
al giorno d'oggi per riuscire nella vita è necessario saper rischiare	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]

Essere imprenditori può comportare dei vantaggi ma anche degli svantaggi nei confronti del lavoro dipendente. Lo stesso avviene per chi lavora come dipendente, anche in questo caso possono esserci dei vantaggi e degli svantaggi. Mi dica quali sono, a suo avviso gli aspetti positivi e quelli negativi di chi lavora come imprenditore.

RISPOSTA SPONTANEA

Aspetti positivi

l'imprenditore ha più soddisfazione personale di chi lavora alle dipendenze	[1]
l'imprenditore solitamente guadagna molto più del proprio dipendente	[2]
l'imprenditore ha molta libertà di gestire i propri tempi	[3]
altri aspetti positivi	[4] ← {precisare}
non individua aspetti positivi	[5]

Aspetti negativi

l'imprenditore ha meno tempo libero di chi lavora alle dipendenze	[1]
il lavoro dell'imprenditore è più rischioso sotto il profilo economico	[2]
i ritmi e i tempi di lavoro di un imprenditore sono decisi dalla sua clientela	[3]
l'imprenditore paga più tasse di un lavoratore dipendente	[4]
il lavoro dell'imprenditore è meno tutelato (malattia, maternità, ferie)	[5]
il lavoro dell'imprenditore è più stressante di quello del dipendente	[6]
l'imprenditore lavora molte più ore al giorno del proprio dipendente	[7]
altri aspetti negativi	[8] ← {precisare}
non individua aspetti negativi	[9]

Quali aspetti della sua esperienza di imprenditore valuta più positivamente?

acquisizione di professionalità/competenze	[1]	
indipendenza, autonomia e la possibilità di decidere	[2]	
realizzazione nella professione degli studi effettuali	[3]	<u>possibili più risposte</u>
perseguimento di interessi personali	[4]	
soddisfazione economica	[5]	
il prestigio riconosciuto	[6]	
la flessibilità dell'orario di lavoro	[7]	
altri aspetti	[8]	← {precisare}

Da quando lei dirige la sua impresa le è mai venuto in mente di trasformarsi in lavoratore dipendente per deresponsabilizzarsi (per acquisirne le tutele e ridurre i rischi dell'imprenditore)?

spesso	[1]
talvolta	[2]
mai	[3]

L'IMPRESA

Parliamo adesso della sua impresa: in quale settore opera la sua azienda?

tessile	[1]	costruzioni / manutenzione edifici	[5]
abbigliamento	[2]	servizi alle imprese	[6]
chimica/plastica/vetro/carta	[3]	servizi alle persone	[7]
meccanica e macchinari	[4]	altro comparto.....	[8] ←

{precisare}

Quando si è costituita l'azienda della quale è imprenditore?

prima del 2000	[1]
dal 2000 al 2004	[2]
dal 2005 ad oggi	[3]

La sua impresa lavora sui mercati esteri?

solo sul mercato nazionale	[1]
sia sul mercato nazionale che estero	[2] → Che quota % di fatturato realizza sui mercati esteri?%
solo sul mercato internazionale	[3]

La sua azienda ha filiali all'estero? In quali paesi?

.....

Lei è iscritto a qualche associazione di categoria? Quale?

.....

La sua impresa lavora in conto proprio o in conto terzi?

solo conto proprio	[1]
sia conto proprio che conto terzi	[2] Quale è la quota % del lavoro in conto terzi?% ← {precisare}
solo conto terzi	[3]

Avete forme di collaborazione con l'Università o con altri centri di ricerca? (segnare quelli in essere)

Università e centri di ricerca pubblici	[1]	Consulenti tecnici	[4]
Parchi scientifici e tecnologici	[2]	altre collaborazioni	[5] ← {precisare}
Centri di servizio pubblici	[3]		

Quanto essere all'interno dell'area pratese rappresenta un vantaggio per la Sua azienda?

molto (è uno dei fattori di successo dell'azienda)	[1]	lo è stato in passato, adesso non più	[5]
abbastanza	[2]	non sa, non risponde	[6]
poco	[3]		
per niente	[4]		

Indichi quali sono i vantaggi per la sua azienda di essere all'interno dell'area pratese?

ampia disponibilità aziende correlate (fornitori, terzista...)	[1]
presenza di ampia clientela	[2] SPONTANEA
vicinanza porto livorno, buona collocazione geografica e sulle reti viarie	[3]
presenza servizi avanzati e specializzati rivolti alle aziende	[4]
specificità delle competenze nel settore moda da parte degli operatori economici, degli addetti, delle associazioni di rappresentanza	[5] <u>risposta</u>
tradizione storica e tipicità dell'industria	[6] <u>multipla</u>
presenza di centri di ricerca e università conosciute a livello internazionale	[7]
vicinanza con Firenze, circuito moda, design, arte contemporanea	[8]
posizione geografica che qualifica l'origine del mio prodotto	[9]
elevata qualità della vita	[10]
altri vantaggi	[11] ←

Quali sono invece gli svantaggi di un'azienda come la sua che opera in questo comune?

SPONTANEA

viabilità, congestione traffico	[1]
difficoltà ad essere raggiunti da clienti/fornitori	[2]
difficoltà a raggiungere le grandi vie di comunicazione	[3]
carenza di servizi per le aziende	[4]
carenza di clientela	[5]
crisi economica del distretto	[6]
concorrenza sleale/ lavoro a nero	[7]
altri svantaggi	[8] ← { <u>PRECISARE</u> }

Quali sono i fattori che in questo momento determinano difficoltà di mercato alla Sua impresa?

l'elevata competitività (mercato nazionale)	[1]
l'elevata competitività (mercato internazionale)	[2]
elevati costi di gestione	[3]
carenza della domanda nazionale	[4]
carenza della domanda internazionale	[5]
carenza di manodopera specializzata	[6]
carenza di manodopera anche non specializzata	[7]
eccessivo costo del lavoro	[8]
elevato ricambio delle maestranze	[9]
costi finanziari	[10]
prezzi delle materie prime	[11]
carenza delle materie prime	[12]
carenze di macchinari e tecnologia	[13]
ritardo dei pagamenti da parte dei clienti	[14]
indebitamento	[15]
ingresso nel mercato di nuovi concorrenti	[16]
ingresso nel mercato di prodotti sostitutivi	[17]
criticità crescente nei rapporti con i clienti	[18]
criticità crescente nei rapporti con i fornitori	[19]

LA CONGIUNTURA

Negli ultimi 12 mesi il fatturato della Sua azienda è:

aumentato%	[1]	diminuito %	[3]
rimasto invariato	[2]	l'azienda è al suo primo anno di attività	[4]

Come si è evoluto il numero degli addetti della sua impresa rispetto all'anno precedente?

aumento	[1]
stabilità	[2]
flessione	[3]

Cosa prevede per quello che riguarda l'occupazione per i prossimi mesi?

aumento	[1]
stabilità	[2]
flessione	[3]

In quali settori prevede di investire nei prossimi 6 mesi?

- aumento della capacità produttiva del personale, automazione [1]
- risparmio costi di energia [2]
- miglioramento standard qualitativo della produzione [3]
- lancio nuovi prodotti/servizi [4]
- riduzione dei tempi di produzione [5] *Risposta multipla spontanea*
- aumento della flessibilità [6]
- minori scarti di lavorazione [7]
- nuovi immobili [8]
- nuovi automezzi [9]
- sostituzione di impianti superati o vecchi [10]
- adeguamento alle normative ecologiche [11]
- non ho preso in esame la possibilità di investire [12]

Se pensa alla sua azienda nei 5 prossimi anni, quali pensa siano le prospettive?

- si svilupperà ulteriormente [1]
- resterà sostanzialmente la stessa [2]
- subirà un ridimensionamento [3]
- potrà essere liquidata e/o cambierà assetto societario [4]

Nell'ultimo anno la richiesta di prestiti/finanziamenti alle banche da parte dell'azienda è:

- aumentata [1]
- rimasta invariata [2]
- diminuita [3]
- non ho mai richiesto prestiti/finanziamenti [4]
- l'azienda è al suo primo anno di attività [5]

In riferimento ai rapporti con le banche negli ultimi mesi ha riscontrato maggiori difficoltà nell'accesso al credito?

- sì, ha incontrato maggiori difficoltà [1]
- no, non ha incontrato maggiori difficoltà [2]
- non ha richiesto prestiti/finanziamenti [3]

Denominazione dell'azienda

- | | | |
|-----------------------|---------------|-----|
| Macrocategoria | tessile | [1] |
| | abbigliamento | [2] |
| | manifattura | [3] |
| | servizi | [4] |
| | costruzioni | [5] |
| | commercio | [6] |

Cognome e Nome dell'intervistato **E-mail:**

.....

Via/Piazza..... **Tel**

La Sua intervistata è terminata La ringraziamo della collaborazione e della Sua disponibilità, anche a nome di Pratofutura

PRIVACY Freni Ricerche Sociali e di Marketing tutela tutte le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste nel rispetto della Legge 675 del 18-11-96, utilizzandoli solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti.

Tutte le informazioni personali che l'intervistato ci ha fornito verranno trattate, con mezzi automatizzati o meno, in forma assolutamente anonima e verranno impiegate soltanto ai fini della presente ricerca demoscopica.

Le mancate risposte (vengono indicate solo le tabelle con le mancate risposte)

Quali sono state le sue motivazioni per diventare imprenditore? Quali aspetti hanno inciso di più nella sua scelta?		
<i>Domanda a risposta multipla</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	6	2.3
Base	257	

Che percorso scolastico ha seguito? Fino a dove è arrivato con gli studi?		
<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	9	3.5
Totale	257	100.0

La sua formazione scolastica le è stata utile per prepararsi a diventare imprenditore?		
<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	2	0.8
Totale	257	100.0

Nella fase di avvio dell'attività di quali finanziamenti ha potuto disporre?		
<i>Domanda a risposta multipla</i>	Freq.	%
<i>non indica alcun sostegno</i>	71	27.6
Base	257	

La sua esperienza di imprenditore corrisponde alle sue attese? Era questo quello che si aspettava?		
<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	2	0.8
Totale	257	100.0

Quando penso al mio futuro lo vedo pieno di possibilità e di sorprese		
<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	5	1.9
Totale	257	100.0

Nella vita è importante avere degli obiettivi e delle mete		
<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	4	1.6
Totale	257	100.0

Il successo dipende dal lavoro sodo e la fortuna conta poco		
<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	7	2.7
Totale	257	100.0

Al giorno d'oggi per riuscire nella vita è necessario saper rischiare		
<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	11	4.3
Totale	257	100.0

Da quando lei dirige la sua impresa le è mai venuto in mente di trasformarsi in lavoratore dipendente per deresponsabilizzarsi (per acquisirne le tutele e ridurre i rischi dell'imprenditore)?		
<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	1	0.4
Totale	257	100.0

In quale settore opera la sua azienda?		
<i>Domanda a risposta singola</i>	Freq.	%
<i>non indica</i>	1	0.4
Totale	257	100.0

Quando si è costituita l'azienda della quale è imprenditore?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
<i>non indica</i>	1	0.4
Totale	257	100.0

La sua impresa lavora sui mercati esteri?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
<i>non indica</i>	2	0.8
Totale	257	100.0

Quanto essere all'interno dell'area pratese rappresenta un vantaggio per la Sua azienda?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
<i>non sa, non risponde</i>	12	4.7
Totale	257	100.0

Negli ultimi 12 mesi il fatturato della Sua azienda è:

Domanda a risposta singola	Freq.	%
<i>non indica</i>	3	1.2
Totale	257	100.0

Come si è evoluto il numero degli addetti della sua impresa rispetto all'anno precedente?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
<i>non indica</i>	22	8.6
Totale	257	100.0

Cosa prevede per quello che riguarda l'occupazione per i prossimi mesi?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
<i>non indica</i>	22	8.6
Totale	257	100.0

Se pensa alla sua azienda nei 5 prossimi anni quali pensa siano le prospettive?

Domanda a risposta singola	Freq.	%
<i>non indica</i>	23	8.9
Totale	257	100.0

Nell'ultimo anno la richiesta di prestiti/finanziamenti alle banche da parte dell'azienda è:

Domanda a risposta singola	Freq.	%
<i>non indica</i>	4	1.6
Totale	257	100.0

Il campione**Macrocategoria**

Domanda a risposta singola	Freq.	%
<i>tessile</i>	87	33.9
<i>confezione</i>	41	16.0
<i>manifattura</i>	20	7.8
<i>servizi</i>	68	26.5
<i>costruzioni</i>	6	2.3
<i>commercio</i>	30	11.7
<i>altri settori</i>	5	1.9
Totale	257	100.0

Genere

Domanda a risposta singola	Freq.	%
<i>uomini</i>	178	69.3
<i>donne</i>	79	30.7
Totale	257	100.0