

Identidad social de jóvenes cuentapropistas

Social Identity of Young Self-Employed Workers

Lucia Calabuche Dib^{1*} <https://orcid.org/0000-0001-5300-7773>

Daybel Pañellas Álvarez^{2**} <https://orcid.org/0000-0003-0060-5571>

¹ Centro de Estudios sobre la Juventud, La Habana, Cuba.

² Facultad de Psicología, Universidad de La Habana, Cuba.

* Autor para la correspondencia: calabuchelucia@gmail.com

** Autor para la correspondencia: daybel77@psico.uh.cu

RESUMEN

En el 2010 se dictó la reapertura del sector no estatal en el país. Desde entonces, el número de trabajadores por cuenta propia ha ido en aumento y las cifras de jóvenes que se insertan al sector señalan un incremento sostenido en el tiempo. Luego, resulta necesario el estudio de los efectos que pueda estar generando en la subjetividad social del grupo juvenil el emergente escenario laboral. La investigación tiene como objeto de análisis la identidad social, según el enfoque de Henry Tajfel y John Turner. Los resultados aportan una caracterización psicológica de un grupo de jóvenes cuentapropistas y muestran que el desarrollo de la actividad por cuenta propia en la juventud es visto no solo como presente, sino también como futuro.

Palabras clave: empleado, empleador, grupos sociales.

ABSTRACT

In 2010, the reopening of the non-state sector in the country was dictated. Since then, the number of self-employed workers has been increasing and the numbers of young people entering the sector show a sustained increase over time. Therefore, it is necessary to study the effects that the emerging labor scenario may be having on the social subjectivity of the youth group. The object of analysis of the research is social identity, according to the approach of Henry

Tajfel and John Turner. The results provide a psychological characterization of a group of young self-employed workers and show that the development of self-employment among young people is seen not only as a present, but also as a future.

Keywords: *employee, employer, social groups.*

Recibido: 2/7/2020

Aceptado: 27/7/2020

INTRODUCCIÓN

Desde octubre de 2011 se ha producido un sostenido aumento del número de personas que ejercen la actividad por cuenta propia en el país –de 157 371 a 617 974 en septiembre del 2019, de ellos un 33 % está representado por jóvenes y un 36 % por mujeres (Ministerio del Trabajo y Seguridad Social [MTSS], citado por Correa, 2019)–. En el periodo 2011-2015, las provincias con mayor cantidad de jóvenes cuentapropistas eran, por orden de mayor a menor, La Habana, Matanzas, Holguín, Santiago de Cuba, Villa Clara y Camagüey (MTSS, citado por Luis, 2015). De forma general, se puede decir que la juventud cuentapropista es representada mayoritariamente por el sexo masculino, así como que los jóvenes se incorporan en su gran mayoría a la categoría de trabajador contratado, lo cual se traduce en que una importante proporción de ellos no son propietarios, sino que laboran mediante convenio con otro cuentapropista (Luis y Díaz, 2014).

Si bien la juventud cubana se encuentra en su gran mayoría empleada en el sector estatal de la economía, una investigación llevada a cabo por el Centro de Estudios sobre la Juventud (CESJ) denota la tendencia reciente a que el crecimiento de la población joven en las formas de gestión no estatal sea más acelerado que el de la población adulta (Luis, 2015). El espacio laboral como una forma más de socialización contribuye a crear y/o perpetuar estereotipos, valores, creencias, percepciones e identidades, lo cual denota la importancia de su estudio desde la etapa juvenil.

El enfoque de las identidades sociales posibilita el abordaje teórico y práctico de los grupos que conforman la sociedad. La teoría de la identidad social rescata el papel del «otro» en la conformación de la propia identidad y refleja la interdependencia entre la otredad y la mismidad

en un contexto determinado. La investigación de la que da cuentas este artículo tuvo como objetivo principal caracterizar la identidad social de un grupo de jóvenes cuentapropistas de La Habana, a través de una metodología mixta y a partir de los resultados que se obtienen, se encuentran continuidades con respecto a investigaciones anteriores (Rodríguez y Torralbas, 2011; Curbelo, 2012; Llano, 2012; Pañellas, 2012, 2019; Dujarríc y Vázquez, 2015; Calabuche, 2016; Luya, 2016; Palay, 2016; Pañellas, Torralbas y Caballero, 2016; Peña, 2017; Arango, 2018; Rosales, 2018).

TRABAJO POR CUENTA PROPIA (TCP). PARTICULARIDADES EN LA EDAD JUVENIL

El Decreto Ley 356/2018 señala que pueden ejercer el trabajo por cuenta propia los ciudadanos cubanos y extranjeros residentes permanentes en el país mayores de 17 años de edad que cumplan los requisitos establecidos en la ley, siendo la autorización consecuente personal e intransferible. Se destaca, a su vez, la incorporación de manera excepcional de los jóvenes de 15 y 16 años, así como las condiciones que deben garantizarse a los jóvenes de 17 y 18 años (Consejo de Estado, 2018).

La socióloga María Josefa Luis (2014), estudiosa de temas laborales en la etapa juvenil, refiere la importancia del Lineamiento 167 para comprender los cambios que se han venido gestando en la inserción laboral de los jóvenes cubanos, en tanto el Estado pasa de una posición paternalista (antes garantizaba, ahora favorece) a una que rescata en mayor medida la responsabilidad del individuo respecto a su inserción laboral. Al decir de la autora: «no existe ninguna disposición que discrimine a la juventud en los procesos de reordenamiento laboral, sin embargo, no es un secreto que impone retos importantes; sobre todo para quienes estaban acostumbrados a la idea de que, por derecho natural, tenían garantizado un puesto de trabajo» (p. 17).

Además, Luis alega que, a pesar de la voluntad política y los esfuerzos reales para garantizar la ubicación laboral a todos los egresados de las enseñanzas universitaria y técnico profesional, existen insatisfacciones, ya que muchas veces el empleo que se puede garantizar permite a los jóvenes aplicar los conocimientos adquiridos, pero no ejercer la especialidad estudiada. Además, es muy común no explicar el contenido de trabajo que deben enfrentar los egresados

en las entidades donde son ubicados. Cuando coinciden estas irregularidades y la falta de correspondencia con las expectativas que se habían creado, se generan descontento y frustraciones. En el balance anual del MTSS en 2020, se asume como reto hacer una mejor gestión de los recursos humanos en cada entidad, para intentar que los jóvenes ubicados en los centros laborales, después de sus estudios, no se decepcionen y abandonen su puesto de trabajo (L. Armas, 2020).

ENFOQUE DE IDENTIDAD SOCIAL. BREVÍSIMA SÍNTESIS

El enfoque de identidad social, que incluye la Teoría de la Identidad Social de Henri Tajfel (TIS) y la Teoría de la Autocategorización de John Turner (TAC), realza la importancia de tomar en cuenta «la interacción dinámica entre la conducta individual y su escenario social más amplio» (Tajfel, 1984, p. 67), en tanto considera que el marco social de las relaciones intergrupales contribuye a hacer a los individuos lo que son, estos a su vez lo producen, y así ambos se desarrollan y cambian simbióticamente

Esta teoría es reconocida por Abrams y Hogg (2004) como una meta-teoría, pues ofrece un marco de acción amplio con un carácter multidimensional, versátil y flexible a determinados fenómenos como el autoconcepto, el comportamiento intergrupar, la influencia, la motivación grupal y la cohesión. Según Fischer, Haslam y Smith (2010), fue la primera dentro de la psicología social que reconoció los diferentes niveles de estatus y poder que ocupan los diferentes grupos en la sociedad, así como que los comportamientos intergrupales son generados en la búsqueda del alcance o mantenimiento del *status quo*.

Para Tajfel (1984), la identidad social es «aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social (es) junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia» (p. 291). El proceso de conformación de la identidad social incluye dos procesos básicos: la categorización y la comparación. La categorización social es la vía mediante la cual el individuo se orienta en su entorno a través de la codificación de objetos naturales y abstractos en categorías. Es un proceso que acentúa las diferencias entre estímulos percibidos como pertenecientes a categorías distintas, y refuerza la similitud entre los de una misma categoría.

La categorización del individuo en categorías básicas, traducido en la autodefinición como miembro de grupos, se hace en dimensiones sociales como género, raza, religión o ideología. Pueden ser principales, según alega Hornsey (2008), en una situación, o ser siempre accesibles si frecuentemente son activadas o las personas son motivadas para usarlas.

Hogg (citado por Scandroglio, López y San José, 2008) refiere que la TAC propone que las personas representan a los grupos sociales en términos de prototipos, entendiendo estos como «representación subjetiva de los atributos definitorios (creencias, actitudes, conductas, etc.) que son activamente construidas y dependientes del contexto» (p. 82). El prototipo posee una importancia trascendental, pues representa el valor central del grupo y, a su vez, constituye la base de las diferencias dentro del mismo: mientras más cercanos se encuentren sus miembros al prototipo, más influencia tendrán sobre los miembros restantes. Otro concepto relacionado con el de prototipo es el de estereotipo, el cual surge igualmente de los procesos de categorización. Según Tajfel (1984), es la «atribución de características psicológicas generales a grupos humanos grandes [...] introducen simplicidad y orden donde hay complejidad y variación al azar» (p. 160).

En sus formulaciones iniciales, Tajfel (1984) concluye que el comportamiento social de un individuo se mueve en un continuo unidimensional, con dos extremos bien definidos: el intergrupalo, en el cual la conducta individual es condicionada por la pertenencia a diferentes grupos o categorías sociales, y el interpersonal, en el que la conducta es determinada por las relaciones personales con otros individuos y por las características personales idiosincráticas. Turner (citado por Vega, 2001) clarifica estas cuestiones en tanto concibe en la TAC las tesis de Eleanor Rosch sobre inclusividad categorial y prototipicidad, postulando un sistema de auto y heterocategorización jerárquico compuesto por diferentes niveles de abstracción, los que de manera simplificada se conceptualizarían como identidad humana, identidad social e identidad personal, de forma respectiva.

MÉTODOS

La presente investigación tuvo lugar entre abril y noviembre de 2019, en La Habana. Siguió una metodología mixta y fue procesada mediante el Statistical Packet for Social Sciencies (SPSS) y el análisis de contenido. La muestra en su totalidad fue utilizada tanto en la fase cuantitativa

como en la cualitativa del estudio. En la etapa cuantitativa se empleó un cuestionario que incluye preguntas abiertas y cerradas, la técnica de proyectos futuros y la técnica de la escalera de la vida cotidiana. Mediante esta última se obtuvo información acerca de los criterios sobre los que los jóvenes construyen su vida cotidiana, así como su percepción sobre la jerarquía en la estructura cubana, su inclusión en ella y la correspondencia entre su posición y la de su grupo de pertenencia. En la etapa cualitativa se empleó el estudio de caso con técnicas como el dibujo y la entrevista. Esta segunda parte se tornó clave, pues con el manejo de las técnicas proyectivas –vías de expresar lo que se piensa de forma indirecta–, se profundiza en la información brindada con anterioridad por los jóvenes a través de un discurso políticamente correcto o elaborado desde el deber ser.

Se trabajó con una muestra no representativa, cuyo propósito fundamental fue lograr a su interno la distinción entre funciones, así como la presencia de diversidad en los tipos de actividades realizadas. A partir del criterio de saturación, la muestra quedó conformada por 38 jóvenes cuentapropistas de La Habana, 24 en el papel de empleados y 14 en el de empleadores. De estos, 16 son del sexo masculino (6 empleadores) y 22 del femenino (8 empleadoras); 25 de piel blanca, (9 empleadores), 12 mestizos (5 empleadores) y 1 de piel negra; 19 de nivel preuniversitario (5 empleadores), 9 universitarios (7 empleadores), 6 de secundaria y 4 técnicos medio (2 empleadores). De las actividades específicas que realizan, prevalecen las asociadas a la gastronomía en los empleados (20) y se incluyen 2 vendedores de discos, 1 artesano y 1 parqueador. Luego, ser administrador de negocios refleja la realidad de 5 empleadores y se le suman 2 artesanos, 2 estilistas, 1 vendedor de artículos religiosos y 1 de artículos de cumpleaños, 1 modista, 1 mensajero y 1 transportista.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Identidad social asociada a la actividad por cuenta propia

El 100 % de la muestra se siente cuentapropista, aun cuando el 43 % de los empleadores entrevistados se autodenomina «emprendedor». Cuando se les interroga sobre las razones asociadas a dicha pertenencia, la primera enunciada, para el 100 % de los entrevistados es la económica. La función, el sexo, la edad y el nivel escolar heterogenizan las respuestas.

Aun cuando empleados y empleadores destacan como razón principal la económica, los empleadores refieren en segunda opción: «me satisface lo que tengo» (42,9 %), el doble de veces que los empleados, y estos últimos señalan «por mi actividad laboral» (29,2 %). En cuanto al nivel escolar, la razón «me satisface lo que tengo» es seleccionada por el 50 % de los técnicos medios, alrededor de un 30 % de los de secundaria y preuniversitario y solo por el 11 % de los universitarios.

La razón de permanencia más seleccionada por género fue «porque obtengo mayores ingresos», aunque se obtiene que más de un tercio de las féminas la señalan (77,3 %), destacándose las empleadas (78,6 %), mientras que un poco menos de la mitad de los hombres lo hace (43,8 %). Las mujeres, específicamente empleadas, destacan el valor de los ingresos relativo a la independencia económica que les proporciona y, con ella, realzan su papel como proveedoras del hogar y desplazan mitos tradicionales en este sentido: «con mi trabajo puedo no solo darme gustos, sino mantener a mi hijo sin tener que depender de la remesa de su padre»; «valoro y cuido mi trabajo, porque me ha dado la posibilidad de ser independiente, no dependo de mis padres, ni tengo que depender de mi novio»; «desde que empecé a trabajar aquí, vivo sola, alquilada, no dependo de nadie, si no trabajara en este lugar, dudo mucho que pudiera hacerlo, todo no es color de rosa pero el sacrificio no es en vano».

En relación a la edad, la razón «me da prestigio en la sociedad» es señalada en mayor medida por el grupo de empleadores de 30-34 años. Algunos argumentos que lo ponen en evidencia son: «cada vez más estamos siendo valorados por lo que realmente somos muchos de nosotros, emprendedores, creadores de sentidos, no es crear solo para vender, sino crear con el objetivo de dejar una impronta social, un propósito que va más allá de la economía»; «más que prestigio, siento que soy útil, el proyecto intenta rescatar una manera de ser auténtica, de sentirse bien consigo mismo, con nuestras raíces, ser reconocida por tu labor diaria no tiene precio».

La pertenencia al grupo significa, fundamentalmente, satisfacción de necesidades (68,4 %), mejor calidad de vida (65,8 %), solvencia económica (50 %) y tener comodidades (39,5 %). Nuevamente, función, sexo, edad y nivel de escolaridad diversifican las respuestas.

Aun cuando empleadores y empleados señalan la satisfacción de necesidades como razón principal de pertenencia y, en segundo lugar, mejor calidad de vida, los empleados (70,8 %) señalan esta última en mayor proporción que los empleadores (57,1 %). Ello sucede de forma similar con el significado de tener comodidades (45,8 % y 28,6 %, respectivamente), a

contracorriente de lo que expresaría un sentido común estereotipado. Luego, el significado de la superación profesional sí es referido mayormente por los jóvenes empleadores (50 %).

El significado de tener comodidades se argumenta de distintas maneras. Es señalado por más de la mitad de los hombres (56,3 %) y solo por el 27,3 % de las mujeres. En este sentido, los hombres argumentan que: «trabajo duro, tengo poco tiempo de descanso, pero cuando llego a la casa me siento tranquilo, tengo todas las comodidades que necesito y es gracias a mi trabajo»; «a veces me estreso, no es fácil hacerse responsable de un negocio, esta labor requiere de mucho trabajo, pero al final del día significa una vida confortable»; «con mi salario puedo salir, ir a buenos lugares, me siento satisfecho, puedo darme gustos que otros no se dan».

En relación a la edad, ese sentido de comodidad es mencionado por el 50 % de los jóvenes de 20-24 años y el 43,8 % de los de 25-29 años, mientras que solo por un 22,2 % de los de 30-34 años. Además, es seleccionado por un 75 % de los técnicos medio, el 66,7 % de los de secundaria, mientras que solo por el 31,6 % de los preuniversitarios y el 22,2 % de los universitarios. En este sentido, se refleja que a medida que aumenta la edad, y especialmente el nivel educativo, se hace menos presente el significado de tener comodidades en el discurso de los jóvenes estudiados, ganando significado la superación profesional fundamentalmente. Algunos ejemplos son: «mi trabajo es mi proyecto, significa un sueño realizado, me da garantía económica y me permite crecerme profesionalmente, soy licenciada en economía, y pronto defenderé una maestría relacionada con mi labor dentro del proyecto que he creado»; «soy diseñadora, para mí la labor que realizo con mi emprendimiento no es meramente económica, tiene un añadido social muy importante, significa crecer como profesional, tener algo propio, diferente, crear una impronta, cada día es reto»; «mi proyecto me ha dado la posibilidad de articular varias actividades: la enseñanza y la creación, hoy me siento más útil y más realizada profesionalmente que antes».

En lo referido a la identificación de ventajas y desventajas de ser cuentapropistas refieren, como ventajas del grupo, el nivel de ingresos (58,1 %), la independencia (19,4 %), la flexibilidad en el horario laboral (12,9 %) y el no tener jefes (12,9 %). Como desventajas señalan la incertidumbre (25,8 %), el desamparo estatal (16,1 %), el poco tiempo libre (16,1 %), la gran inversión realizada (12,9 %) y las exigencias del jefe (12,9 %). Algunos consideran que pertenecer al grupo de cuentapropistas no representa ninguna desventaja (19,4 %), estos en su mayoría son empleados.

El nivel de ingresos es señalado principalmente por los empleados (73,7 %), más del doble de veces que lo refieren los empleadores (33,3 %), mientras que la flexibilidad en el horario y el no tener jefes son expresados de manera fundamental y exclusiva por jóvenes empleadores en un 25 % y 33,3 % respectivamente. Los jóvenes empleadores distinguen que sus posiciones de ventaja no vienen dadas de forma exclusiva por ganancias económicas, sino por la libertad de poder hacer lo que desean como desean y vivir de ello. Ejemplos: «cada vez que despierto me parece mentira haber tenido la posibilidad de liderar este proyecto, ya vamos por tres años y me maravillo como el primer día»; «estoy haciendo lo que me gusta, lo que estudié, aún me queda mucho por aprender, pero tener la libertad de decidir los estilos, los diseños, sin trabas burocráticas y jefes de por medio, me reconforta profesionalmente»; «mi negocio es familiar, mi hermana y yo lo administramos, no siento que haya mejor trabajo en el mundo que poder crear algo en familia, y se convierta en tu razón de ser».

En lo que se refiere a la independencia, es señalada exclusivamente por el 33,3 % de las féminas de la muestra. Según la edad y el nivel escolar, se evidencian matices respecto a esta misma ventaja, la cual es señalada por el 50 % de las jóvenes de 30-34 años, por el 25 % de las de 20-24 años y solo por el 9 % de las de 25-29 años; así como por el 50 % de las de nivel secundario, el 28,6 % de las universitarias, solo el 15,4 % de las preuniversitarias y por ninguna de las de nivel técnico medio.

En lo que a desventajas se refiere, la incertidumbre y desamparo estatal son propuestas en su mayoría por las empleadoras, un 20 % de mujeres respecto a un 9,1 % de hombres para la primera, y un 35 % de mujeres respecto a solo un 9,1 % de hombres en la segunda. Aumenta a medida que incrementa el rango etario de los jóvenes estudiados: 20-24 años (11,1 %), 25-29 años (23,1 %) y 30-34 años (50 %). Entre las ideas más frecuentes se hallan: «Necesito que mi proyecto se haga escalable y rentable, pues no podría ser un sueño si no pudiera sustentar a mi futura familia con ello»; «no siento que pueda descansar tranquila en un contexto tan variable, no sé si algún día lo logre, aunque me siento optimista, ya debemos pensar en un hijo [su pareja y ella] y aún me queda mucho por lograr, mucho por enseñar, mucho por hacer»; «¿cómo se puede decir cuando te señalan, pero no llega a ser exclusión? ¿etiquetado?»; «considero que de alguna forma somos aislados, porque no tenemos ninguna entidad que nos represente».

Las exigencias del jefe, referida por los empleados, se expresa sobre la supervisión diaria a la que son expuestos en esta modalidad laboral: «se trabaja mucho, en todo momento hay que estar

pendientes del salón, mi jefe es sociable pero súper exigente»; «aquí no existe eso de perder el tiempo, aunque no estén los clientes, tú nos ves que parecemos hormiguitas, organizando, ayudando a los de la cocina, los mensajeros, el jefe no descansa ni nos deja descansar».

Los sentimientos que más se asocian a la pertenencia al grupo son satisfecho (63,2 %), seguro (47,4 %), contento (47,4 %), estresado (42,1 %), feliz (36,8 %) y apoyado (33,3 %). Los empleadores, en un 50 % o más, señalan estresado y ansioso como consecuencia de las responsabilidades que conlleva el ejercicio de la función del empleador y de la poca experiencia en este (más de la mitad de los jóvenes estudiados desempeñan ese papel desde hace menos de tres años), así como de la vorágine legal y de los contratiempos derivados del contexto económico y social: «casi siempre me encuentro bajo tensión, me levanto y me acuesto pensando en trabajo»; «el trabajo me absorbe por completo, la mayoría de las veces no tengo tiempo para mis amistades, mi familia, es muy estresante»; «no todo es color de rosa, conseguir insumos es una de las tareas más estresantes, en un país donde no existe un mercado mayorista y en el minorista todo escasea», «no se trata solo de haber creado un proyecto, hay que lograr mantenerlo y que sea rentable, requiere de voluntad, creatividad, tesón, no se descansa, se vive mucho estrés». Aun así, el 42,9 % de los jóvenes empleadores señalan sentirse confortables, en tanto los jóvenes empleados enfatizan con mayor fuerza los sentimientos de satisfacción, seguridad y felicidad: «este trabajo me da seguridad, independencia, ha sido muy bueno para mí»; «con mi trabajo puedo darme gustos, salir a lugares que antes no podía, eso me gusta y me motiva»; «me gusta lo que hago, me hace sentir útil, tengo más amigos, me siento feliz».

Las mujeres enfatizan estar contentas (54,5 %) y los hombres sentirse apreciados (43,8 %). A su vez, ambos reconocen con altos valores estar satisfechos (72,7 % y 50 %, respectivamente). Según la edad, los sentimientos como confiado, estresado y ansioso van ganando en elección a medida que aumenta el rango etario de los jóvenes estudiados (desde 25 % hasta más de 44 %), mientras que en los sentimientos apoyado y feliz ocurre a la inversa y resulta más evidente en la elección del primero. En cuanto al nivel escolar, más del 65 % de los jóvenes universitarios estudiados seleccionan estresado y ansioso, mientras que más del 50 % de los preuniversitarios destaca estar seguro. Los dos niveles señalan, en valores bastante similares, estar contento (en más de un 45 %), satisfecho (en más de un 45 %) y ser feliz (en más de un 30 %).

Prototipo grupal

La generalidad de los jóvenes cuentapropistas de la investigación encuentra parecido entre ellos y este prototipo se unifica en lo que respecta a gustos, condiciones de vida, necesidades satisfechas y actividad laboral: hombre/mujer blanco(a), joven, de buena apariencia física, que posee características morales positivas como ser responsable, trabajador(a), luchador(a), sociable y familiar; tiene una vivienda sencilla, pero con comodidades, y en su tiempo libre pasea con su familia y comparte con sus amigos; puede ejercer diversas actividades por cuenta propia siendo empleado o empleador. El papel desempeñado, la edad, el sexo y el nivel escolar establecen diferencias.

Los empleadores señalan con mayor énfasis las cualidades de ser emprendedores y ser familiares. Refieren, en un 78,6 %, un prototipo empleador y femenino. Los empleados subrayan ser luchadores, y refieren un prototipo empleado en un 54,2 % y masculino. En cuanto a la edad, los jóvenes de 20-24 años son los que mayormente señalan un prototipo empleado (67 %) con posesión de una vivienda promedio (67 %), mientras que los jóvenes pertenecientes a los rangos etarios de 25-29 años y de 30-34 años refieren, en mayor medida, un prototipo empleador (60 % y 78 % respectivamente) y poseedor de una vivienda con comodidades (67 % en ambos casos). El ser trabajador aparece como característica moral más destacada en los tres grupos etarios, secundada por ser sociable. La variable sexo demuestra que el 56,3 % de los hombres jóvenes entrevistados señalan un prototipo empleado masculino, mientras que el 54,6 % de las mujeres señalan un prototipo empleador femenino. En lo que respecta al nivel escolar de los jóvenes entrevistados, a medida que aumenta, se nota un incremento en la selección del prototipo empleador, y a medida que disminuye la escolaridad alcanzada, aumenta la elección de un prototipo empleado.

Vida cotidiana

La vida cotidiana actual se define a partir de criterios económicos fundamentalmente. De manera simultánea aparecen, con gran peso, las buenas condiciones laborales (50 %), buenas relaciones familiares (50 %) y la salud (39,5 %).

La mejor vida cotidiana para los jóvenes empleadores significa buenas condiciones laborales (71,4 %), buena salud (50 %), buenas relaciones familiares (50 %), solvencia económica (42,9 %), comodidades (21,4 %) y tranquilidad (21,4 %); mientras que, para los jóvenes empleados, solvencia económica (54,2 %), relaciones familiares satisfactorias (50 %), buenas condiciones

laborales (37,5 %), buena salud (33,3 %), tenencia de bienes materiales (33,3 %) y comodidades (20,8 %). Los empleadores enfatizan criterios como la existencia de buenas condiciones laborales y de salud con mayor fuerza que los empleados, mientras que estos son los que promueven la tenencia de bienes materiales –casa y carro básicamente–. La peor vida cotidiana para los jóvenes empleadores significa problemas de salud (50 %), dificultades familiares (35,7 %), dificultades económicas (35,7 %), desempleo (28,6 %), necesidades insatisfechas (14,3 %) y soledad (14,3 %); mientras que para los jóvenes empleados sería dificultades económicas (50 %), desempleo (50 %), dificultades familiares (37,5 %), problemas de salud (29,2 %), soledad (29,2 %) y necesidades insatisfechas (20,8 %). La mitad de los empleadores se enfocan en la salud, mientras que la mitad de los empleados lo hacen en el desempleo y las dificultades económicas.

La soledad es mencionada por el 32 % de las féminas, mientras que solo por el 13 % de los hombres. La salud aparece en mayor medida como aspecto que describe una buena vida cotidiana para los rangos de 20-24, 25-29 y 30-34 años (25 %, 43,8 % y 55,6 %, respectivamente); mientras que en los criterios referidos a la tenencia de bienes materiales y confort sucede a la inversa (33,3 %, 31,3 % y 0 %, respectivamente). La solvencia económica, como criterio que describe una buena vida cotidiana, es señalada en mayor medida por los preuniversitarios y técnicos medios (68,4 % y 50 %, respectivamente), así como las dificultades económicas como criterio para una peor vida cotidiana (47,4 % y 75 %, respectivamente), mientras que los universitarios entrevistados son los que en menor medida ponderan la economía como criterio en ambas caras de la cotidianidad (22,2 % en ambos casos).

Los jóvenes estudiados se muestran en su gran mayoría satisfechos con su vida cotidiana y con la posición que ocupan en la sociedad respecto a otros grupos sociales (60,5 %), fundamentalmente gracias a la satisfacción de sus necesidades (32,4 %) y a sus condiciones de vida (13,5 %): «me siento una mujer independiente»; «somos uno de los grupos que más ganamos, por así decirlo»; «ser cuentapropista es la mejor opción por el momento»; «puedo darme gustos y trazarme planes»; «con mi trabajo y mi empeño todo puede mejorar»; «no dependo de nadie»; «puedo mantener a mi familia»; «tengo la posibilidad de soñar y ver el fruto de mi sueño».

Aquellos que se encuentran insatisfechos con la vida cotidiana (39 %) lo justifican principalmente a través de mejores expectativas de vida: «porque creo que puedo seguir

creciendo y avanzando»; «porque estoy empezando, me falta mucho por aprender»; «porque puedo obtener más»; «desearía tener la máxima calidad de vida»; «quisiera trabajar en lo que estudié y poder vivir de ello». En este sentido, se encuentra que el 77,8 % de los jóvenes universitarios de la muestra se sienten insatisfechos. Manifiestan una actitud positiva ante el futuro, materializada en expectativas de progreso para sí mismos en el transcurso de cinco años, esencialmente de su estatus económico y social. Se hacen presentes necesidades de movilidad social: «tengo mis necesidades básicas satisfechas pero mis proyectos son más grandes»; «quisiera agrandar mi negocio»; «tener un negocio propio»; «viajar»; «que mi trabajo se haga internacional».

Algunos argumentos que evidencian su percepción de avance individual/grupal son: «cuando uno trabaja duro y pone empeño, todo mejora»; «si tu salario te da para vivir, te matas trabajando porque sabes que mientras más trabajes, más ganas»; «si trabajas duro y ahorras, puedes mejorar»; «no tienes que estar inventando cuando tu salario te alcanza, se puede hasta guardar un poquito, tener planes»; «estoy ahorrando para tener mi propio negocio».

El 68,4 % no desea cambiarse de grupo, ya que se encuentra satisfecho con las condiciones actuales de su vida cotidiana, y al compararse con otros grupos sociales (trabajadores estatales, desvinculados, universitarios) se ubican en posiciones de ventaja y refuerzan una autoestima grupal positiva y, en consecuencia, la propia. Sin embargo, el 31,6 % sí desea este cambio. En su gran mayoría son empleados (83,3 %), de sexo masculino (58,3 %), de nivel preuniversitario (50 %) y rango etario de 20-24 años (50 %), que quieren ser empleadores: ganan más dinero (100 %), tienen más comodidades (83,3 %), viajan más (66,7 %) y tienen más conocimientos (50 %). Las principales causas del por qué no se cambian son porque no tienen los conocimientos (50 %) y/o porque no tienen el capital suficiente (50 %).

Un tercio de los jóvenes que desean cambiarse de grupo refiere un cambio socio-ocupacional, en tanto desean moverse al grupo de los profesionales –universitarios–. En este caso, todas son empleadas (75 %), de 20-24 años y 25-29 años (50 % cada uno): tienen más conocimientos (75 %), por realización profesional (50 %) y son más respetados (25 %). Las causas fundamentales del por qué no se cambian son por cuestiones monetarias (100 %) y porque no tienen los conocimientos (25 %).

Proyección futura

Los jóvenes cuentapropistas tienden a desarrollar estrategias centradas en el yo y/o en la familia. Más del 60 % de los jóvenes estudiados refiere tres proyectos de vida y más del 34 % restante expone dos y cuatro proyectos, lo cual denota no solo la existencia de una proyección futura sino, también, su cuantía. Las principales áreas que se reflejan son la personal (50 %) – fundamentalmente los viajes y la adquisición de propiedades: carro y casa–, la profesional (34 %) –esencialmente negocios propios y superación– y la familiar (16 %) –mayormente creación de la familia propia–.

En general, los proyectos referidos se encuentran estructurados de forma total y parcial, especialmente los de los empleadores (82 %) y empleados (37 %). Los obstáculos más visualizados son los externos (59 % en el grupo de los empleadores, 49 % en el de los empleados) y los argumentos en los que se apoyan son el alto costo de la vida en el país, la burocracia en relación con la apertura y el crecimiento de los negocios y las dificultades para lograr el visado en disímiles embajadas. Las diferencias entre ambos grupos se muestran esencialmente en los contenidos propuestos al interno de cada una de las áreas, diferenciados por las variables función y sexo.

Respecto al área profesional, las mujeres empleadas enfatizan la superación –obtención de nivel universitario, adquisición de conocimientos relativos a la administración de negocios, incorporación de idiomas, etc.–, muchas veces visualizada como paso clave para el éxito de sus futuros negocios. Por otro lado, los empleadores de ambos sexos refieren planes relativos al mantenimiento y desarrollo de sus actuales emprendimientos –mejorar las condiciones del local, desarrollar estrategias de crecimiento, disminuir los gastos, etc.–: «seguir superándome laboralmente, pasando cursos de coctelería, idiomas»; «mejorar las condiciones de mi negocio y con ello la calidad de mi trabajo»; «poder agrandar mi negocio, tener alcance nacional e internacional, que nuestro trabajo sea reconocido»; «expansión del proyecto a todo el país, conectar con otros emprendedores, instituciones, ampliar la plataforma», «hacer que mi negocio sea estable y escalable, a través de estrategias de desarrollo, creando sinergias con otros cuentapropistas».

Relativo al área personal, empleadores y empleadoras señalan hacer turismo internacional, mientras que los empleados y empleadas, fundamentalmente las segundas, además de referirse a los viajes definitivos o temporales, refieren la independencia familiar a través de la compra o construcción de una vivienda: «poder conocer otros países, pasear»; «viajar con mi familia y

conocer otros lugares»; «viajar el mundo»; «tener mi propia casa»; «poder terminar la construcción de mi casa»; «poder tener una casa propia y un carro»; «vivir en otro país». Los proyectos familiares son referidos el doble de veces por mujeres, con respecto, fundamentalmente, a la creación de una familia propia: «crear una familia»; «ser madre»; «tener hijos».

CONCLUSIONES

A partir de estudios previos y de la investigación realizada, se constata la heterogeneidad intragrupal que se expresa a través de las variables función desempeñada, sexo, edad y nivel de escolaridad, y se van consolidando atributos del grupo cuentapropista que emergieron como elementos distintivos previamente. También se detectaron sutiles diferencias con respecto a la elaboración del discurso de los sujetos –amplia, matizada– y su percepción prosocial del ejercicio del papel, satisfaciéndose a sí mismos y sus familias, pero también a la sociedad. Estas diferencias están dadas en el nivel de instrucción –mayormente jóvenes universitarios–.

Sería prudente reflexionar con respecto a las estrategias relativas al empleo de los jóvenes, tomando como referencia cuáles son sus motivaciones fundamentales. Por una parte, se pudiera repensar el listado de actividades permitidas en el sector no estatal, las que en su mayoría son no profesionales. Si bien pudiera pensarse que contribuyen a que no haya emigración de jóvenes, también contribuye a la frustración de muchos que, en la búsqueda de satisfacción económica, comienzan el camino como sobrevivencia individual y luego frustran sueños y proyectos profesionales, muchas veces con carácter espiritual y humanista. De esta forma, gana espacio la inmediatez de lo material en el presente de la vida cotidiana. Además, pueden crearse mecanismos económico-financieros que apoyen a los jóvenes desempleados, insatisfechos con su empleo actual o los que quieran emprender su propio negocio.

En todos estos casos vale pensar sobre el diseño, aplicación y evaluación de estrategias que involucren a los jóvenes, de una manera orgánica, espontánea y dinámica, a proyectos territoriales y comunitarios donde su aporte redunde en autoafirmación, realización, aceptación y reconocimiento. Ello no tiene que ocurrir solamente desde las instituciones políticas y de masas, sino también desde la propia autoorganización de muchos emprendedores del sector, asimismo desde la movilización de otros proyectos relativos a

la conservación del medioambiente, el reciclaje, etc. La pluralidad de actores que convoquen, si se trata de que todos están defendiendo un bien común, contribuye a la mayor inserción de jóvenes por la propia diversidad a su interno.

El sector cuentapropista gana mayor visibilidad en el contexto cubano y es cada vez más atractivo para la juventud. En la construcción del país necesitamos de ellos y de formas de producción que contribuyan al desarrollo económico y también social. Sobran las razones para preocuparnos de lo que con ambos sucede y ocuparnos en la búsqueda de alternativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrams, D., y Hogg, M. (2004). Metatheory: Lessons from Social Identity Research. *Personality and Social Psychology Review*, 8 (2), 98-106.
- Arango, Laura. (2018). *Percepción de prosperidad en actores laborales y no laborales* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana.
- Armas, Liz. (2020). Cuba: trabajo y seguridad social en cifras (+Infografía). *Cubahora*. Recuperado el 28 de mayo de 2020 de <https://www.cubahora.cu/sociedad/cuba-trabajo-y-seguridad-social-en-cifras-infografia>
- Calabuche, Lucia. (2016). *Identidad social de un grupo de cuentapropistas de altos ingresos* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana.
- Consejo de Estado. (2018, 10 de julio). Decreto-Ley 356. *Gaceta Oficial de la República de Cuba*, (35) (Extraordinaria). Recuperado el 20 de diciembre de 2019 de <https://www.gacetaoficial.gob.cu/es/gaceta-oficial-no-35-extraordinaria-de-2018>
- Correa, Y. S. (2019, 5 de noviembre). Nuevas normas jurídicas para el trabajo por cuenta propia. *Granma*. Recuperado el 10 de noviembre de 2019 de <http://www.granma.cu/cuba/2019-11-05/nuevas-normas-huridicas-para-el-trabajo-por-cuneta-propia-05-11-2019-22-11-20>
- Curbelo, Lídice. (2012). *Ser cuentapropista hoy: relación entre identidad y movilidad social* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana.
- Dujarríc, Gabriela, y Vázquez, Maydeé. (2015). *Identidad social de un grupo de altos ingresos económicos* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana.

- Fischer, P., Haslam, S., y Smith, L. (2010). If You Wrong Us, Shall We Not Revenge? Social Identity Salience Moderates Support for Retaliation in Response to Collective Threat. *Group Dynamics: Theory, Research and Practice*, 14 (2), 143-150.
- Hornsey, M. (2008). Social Identity Theory and Self-Categorization Theory: A Historical Review. *Social and Personality Psychology Compass*, 2 (1), 204-222.
- Llano, Laura del. (2012). *Percepción social del poder en cuentapropistas* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana.
- Luis, María Josefa. (2014). *Las modificaciones laborales en Cuba. Su repercusión en los jóvenes* (Informe de investigación). Centro de Estudios Sobre la Juventud (CESJ).
- Luis, María Josefa. (2015). Las transformaciones laborales realizadas en Cuba entre los años 2010 y 2014, su repercusión en los jóvenes. *Estudio* (18), 42-53.
- Luis, María Josefa, y Díaz, M. (2014). *Transformaciones laborales en Cuba entre el 2010 y el 2013 y su repercusión en los jóvenes cubanos* (Informe de investigación). Centro de Estudios sobre la Juventud (CESJ).
- Luya, Lesyany de la Caridad. (2016). *Identidad social en cuentapropistas con altos ingresos. Distinción entre sus roles* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana.
- Palay, G. (2016). *Identidad social de grupos con bajos ingresos económicos* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana.
- Pañellas, Daybel. (2012). *Grupos e identidades en la estructura social cubana* (Tesis de doctorado). Universidad de La Habana.
- Pañellas, Daybel. (2019). Debates en torno al cuentapropismo. En Luis Martín Romero y Mirlena Piedraíta (coords.), *Hablemos del trabajo en Cuba. El debate necesario y el futuro a construir* (pp. 104-115). Ediciones Acuario.
- Pañellas, Daybel, Torralbas, Jorge Enrique, y Caballero, Claudia. (2016). *Timbirichis y otros negocios. Cuentapropismo e inequidades sociales en la capital cubana* (Informe de investigación). Universidad de La Habana.
- Peña, Alejandro. (2017). *Grupos e identidades en la estructura social cubana. Actualizaciones* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana.
- Rodríguez, Daylen, y Torralbas, Jorge Enrique. (2011). *Con el catalejo al revés... Identidad social de los grupos de la estructura socioclasista cubana* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana.

- Rosales, María Teresa. (2018). *Percepción de bienestar en actores laborales y no laborales* (Tesis de licenciatura). Universidad de La Habana.
- Scandroglio, B., López, J., y San José, M. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Psicothema*, (20), 80-89.
- Tajfel, Henry. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales. Estudios de psicología social*. Herder.
- Vega, Manuel de. (2001). *Introducción a la psicología cognitiva*. Alianza Editorial.

Conflictos de intereses

Las autoras declaran que no existen conflictos de intereses.

Contribución de las autoras

Lucia Calabuche: realizó la recolección, procesamiento, interpretación y análisis de los datos. Identificó a los sujetos de la muestra. Llevó a cabo la redacción del manuscrito, así como la adecuación a las normas de la revista y el envío.

Daybel Pañellas: concibió la idea inicial, además de la interpretación y análisis de los datos. Realizó el modelo de presentación de información, la corrección del manuscrito y aprobación de su versión final.