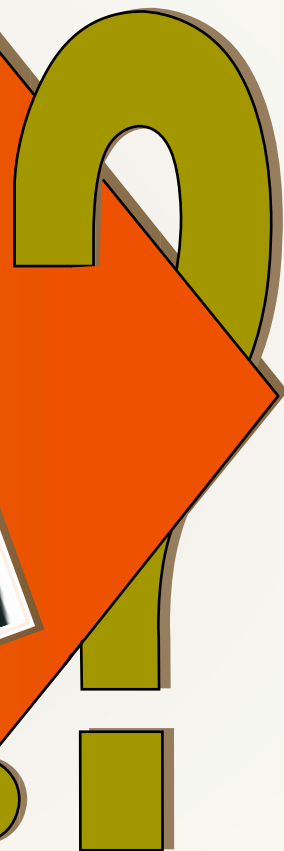


Qué es para ti emprender



Guía para profesionales
que trabajen la motivación
a emprender



• Presentación	3
• ¿Qué pretende esta guía?	5
• Un acercamiento a la motivación al emprendizaje	6
→ Aspectos que influyen en el hecho de emprender	6
→ ¿Y la motivación...?	8
→ Principales motivaciones relacionadas con el emprendizaje	8
• Qué es para ti emprender	9
→ Aspectos generales	9
→ Jóvenes menores de 30 años	10
→ Mujeres	12
→ Personas migrantes	14
→ Personas con diversidad física funcional	16
→ Personas gitanas	18
• Propuestas de intervención	20

qué es para ti emprender • guía para profesionales que trabajen la motivación a emprender

Proyecto Empléate. Iniciativa Comunitaria Equal. Mayo 2006

Guía realizada por la Asociación TEDER y el Consorcio de Desarrollo de la Zona Media, a partir de los resultados de la investigación **Qué es para ti emprender**, elaborada por GAP Recursos (www.empleatenavarra.com)

Financia: Gobierno de Navarra y Fondo Social Europeo

Impulsa: Servicio Navarro de Empleo

Traducción: Olatz Zabaleta y Karrikiri Iruñeko Euskaldunon Elkartea

Diseño: Fundación María del Villar Berruezo. Tafalla

Impresión: Gráficas ONA. Pamplona

Depósito Legal: NA-2105/2006

El Gobierno de Navarra, junto con 16 entidades del territorio foral, puso en marcha en el año 2005 el proyecto *Empléate*, iniciativa que persigue fomentar el espíritu emprendedor y la creación de empresas en aquellas personas que encuentran más dificultades para constituir y poner en marcha sus ideas empresariales, proporcionándoles la ayuda necesaria para hacerlas realidad.

Precisamente como material de apoyo al proceso de creación de una nueva empresa, las entidades responsables del proyecto hemos considerado de gran utilidad la edición de varios manuales sobre emprendizaje donde, desde diferentes temáticas, se aborden las cuestiones más importantes que hay que tener en cuenta a la hora de poner en marcha y desarrollar una idea de negocio.

Uno de los aspectos fundamentales en el proceso de emprender es tener motivación para querer dar ese paso. Para ello, es importante que quienes trabajan informando, asesorando u orientando a personas que buscan empleo tengan en cuenta que no todas las personas emprenden de la misma manera, ni por los mismos motivos, ni desde la misma situación de partida. También es preciso que conozcan con qué barreras se encuentran los grupos que normalmente no emprenden, qué estereotipos y mitos poseen sobre el hecho de emprender o cómo sienten que, en caso de emprender, la sociedad valoraría sus ideas. Esta guía, basada en los contenidos y resultados de la investigación cualitativa *Qué es para ti emprender*, aporta algunas pautas que serán de gran utilidad para las y los profesionales que trabajan en materia de empleo.

Investigar y abordar la motivación al emprendizaje entre mujeres mayores de treinta años, jóvenes, personas con alguna discapacidad física, comunidad gitana y personas inmigrantes es uno de los objetivos del proyecto Empléate, marco en el que se desarrolla esta guía. Este proyecto es un Equal impulsado y financiado por el Gobierno de Navarra, a través del Servicio Navarro de Empleo, que está a su vez cofinanciado por el Fondo Social Europeo y en él participan o colaboran las organizaciones AMEDNA, Asociación TEDER, Ayuntamiento de Pamplona, Caja Rural de Navarra, Cámara Navarra, Cederna Garalur, CEIN SL, CEN, Consorcio EDER, Consorcio de Desarrollo de la Zona Media, Fundación Empresa Universidad de Navarra, Fundación Gaztelan, Instituto Navarro de la Mujer, Instituto Navarro de Deporte y Juventud y TRACASA.

Esperamos que acercándonos a la visión que poseen sobre el hecho de emprender las personas que habitualmente no optan por un empleo por cuenta propia, así como teniendo más información sobre los estereotipos y el universo simbólico que pervive en aquéllas que sí lo hacen, podamos construir itinerarios para la inserción laboral por cuenta propia adaptados a las realidades y diferentes situaciones de las personas.

María Isabel García Malo

Directora Gerente del Servicio Navarro de Empleo

Esta guía se ha realizado con el objeto de proporcionar herramientas que faciliten el trabajo de las y los profesionales que, desde diferentes ámbitos, motivan a otras personas para que emprendan y pongan en marcha su propio negocio. Según la bibliografía consultada, muy pocas veces se profundiza en la visión que, sobre el hecho de emprender, poseen los grupos que normalmente no emprenden y que con más barreras internas y externas, objetivas y subjetivas, se acercan al mercado laboral: mujeres mayores de treinta años, jóvenes, personas con discapacidad o diversidad física funcional, la comunidad gitana o personas inmigrantes. Conocer esta visión, ahondar en los estereotipos, los mitos,



Algunas percepciones sobre el mercado laboral de los Grupos de Discusión que han participado en la investigación.

los prejuicios, los miedos, los deseos o las proyecciones que perviven en las personas ante el hecho de emprender nos va a permitir detectar dónde es preciso incidir cuando se elaboran itinerarios de formación, orientación e inserción por cuenta propia.

Aspectos que influyen en el hecho de emprender

El concepto de emprender es versátil y complejo ya que concurren en él una gran diversidad de cuestiones. Para analizar la visión y percepción sobre la puesta en marcha de un negocio que tienen los grupos a los que nos venimos refiriendo, o aquellos que poseen más dificultades para emprender o que nunca se han planteado montar un negocio, se han estudiado cómo interactúan en este proceso cuatro dimensiones: Las representaciones sociales, estereotipos y prejuicios; la motivación; la capacitación de las personas; y la posibilidad personal, o el contexto que las rodea.

A continuación se describen detenidamente estas cuatro dimensiones:

1. Las representaciones sociales, estereotipos y prejuicios sobre el emprendizaje

En esta dimensión se analiza cómo influye en el hecho de emprender la socialización diferencial de género, la procedencia, la diversidad cultural y la edad.

2. La capacitación personal

En esta dimensión se tienen en cuenta diferentes competencias:

- Competencias y capacidades **personales**
Autoestima y autonomía, empoderamiento, inteligencia emocional y habilidades sociales, habilidades de comunicación y capacidad para aprender.
- Competencias **empendedoras**
Competencias dirigidas al desarrollo del espíritu emprendedor (iniciativa, curiosidad, apertura mental, capacidad de asumir riesgos, creatividad, etc.), competencias dirigidas al desarrollo de la actitud emprendedora (responsabilidad, identificación y solución de problemas, tenacidad, resistencia a la frustración, etc.) y competencias relacionadas con las habilidades para las relaciones (liderazgo, trabajo en equipo, negociación, etc.).
- Competencias o capacidades **técnicas**
Conocimientos teóricos y/o técnicos relacionados con el sector, oficio u ocupación laboral, y la experiencia laboral.
- Competencias **empresariales**
La existencia de cultura empresarial, la experiencia en gestión de proyectos y en la viabilidad del proyecto, finanzas y gestión administrativa, etc.

3. Motivación

Aquí se estudian los motivos internos que impulsan y movilizan a las personas a la acción:

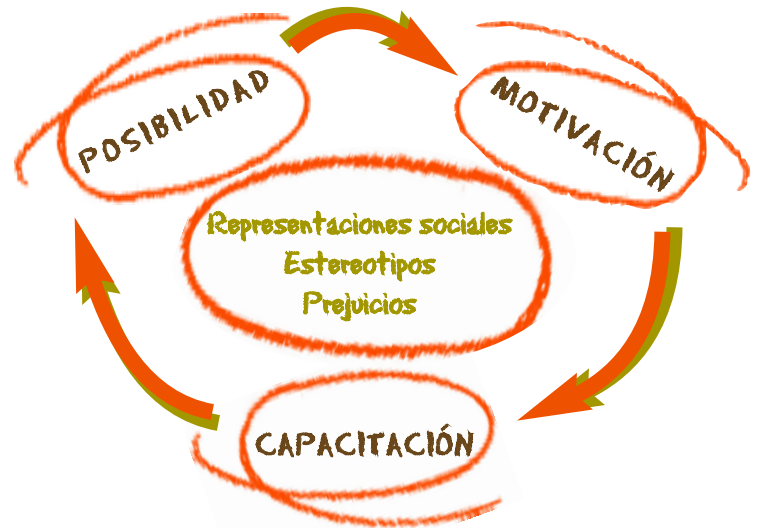
- La persona emprende para ella misma o para otras personas.
- Emprende por necesidad económica y laboral o por oportunidad y satisfacción personal.
- Existen antecedentes familiares emprendedores.

4. Posibilidades personales

(aspectos externos y objetivos)

Esta dimensión está relacionada con el contexto que rodea a la persona y aborda aspectos como los siguientes:

- Legalidad: permiso de residencia, posibilidad de obtención de licencias, etc.
- Idioma.
- Situación personal de empleo/mejora de empleo/desempleo.
- Acceso a recursos económicos, formales o informales.
- Posibilidad de acceso a recursos públicos o institucionales: subvenciones, ayudas, programas, etc.



- Acceso a las nuevas tecnologías y/o a la conexión local de redes.
- Movilidad (carné de conducir y coche propio, transporte público...).
- Posibilidad de mercado (si hay o no saturación).
- Recursos para la conciliación entre la vida laboral, familiar, personal y social.
- Otros.

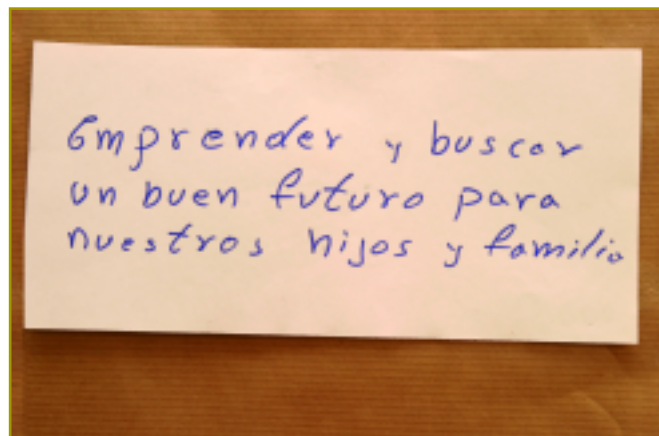
Estas cuatro dimensiones se interrelacionan como un sistema abierto y dinámico, de modo que basta incidir en una de ellas para llegar a modificar o a producir cambios en las otras tres.

¿Y la motivación...?

La motivación puede entenderse como un proceso psicológico que tiene relación con la forma en que la conducta se inicia, es activada, mantenida, dirigida e interrumpida.

La fuerza motivacional de una persona orientada a emprender está determinada por sus necesidades y deseos insatisfechos, el valor que les otorga, y las dificultades y barreras que percibe para emprender (distancia psicológica).

$$\text{Fuerza Motivacional} = \frac{\text{Necesidad} * \text{Valor (valencia)}}{\text{Distancia psicológica}}$$



¿Qué supone para ti montar una empresa? Resultado del trabajo en uno de los Grupos de Discusión de personas migrantes.

Principales motivaciones relacionadas con el emprendizaje

Motivaciones de logro y autorrealización

- Autonomía, control, satisfacción personal, autoestima, empoderamiento.
- Desarrollo personal, crecimiento, adquisición de experiencias y de conocimientos.
- Solidaridad con la familia y grupo de pertenencia.

Motivaciones instrumentales laborales y económicas

- Generación de un puesto de trabajo, posibilidad laboral.
- Mejora de ingresos económicos, más ganancias.

Motivaciones ligadas al entorno

- Antecedentes familiares emprendedores.
- Incentivos, subvenciones de políticas públicas de apoyo.

Aspectos generales

Tras estos apuntes teóricos, que enmarcan cómo se ha analizado la motivación a emprender, se describen aspectos generales, no singulares o individuales, sobre la visión que tienen del empleo por cuenta propia los grupos de los que venimos hablando. También se analiza su situación y posición ante el hecho de emprender.

Esta información se presenta por grupos (jóvenes menores de treinta años, mujeres, inmigrantes, personas gitanas y personas con discapacidad o diversidad física funcional) y por dimensiones (representaciones sociales, motivación, capacitación y posibilidad personal) y es un extracto del estudio cualitativo más completo que bajo el título *Qué es para ti emprender*, se realizó en el marco del proyecto **Equal Empléate**.

Este estudio puede consultarse íntegramente en la página www.empleatenavarra.com y se confeccionó a partir de entrevistas en pro-



¿Qué aspectos valoras como positivos del hecho de emprender?
Resultados de trabajo en uno de los Grupos de Discusión.

fundidad y grupos de discusión en los que participaron más de ochenta personas. De todas ellas, pertenecientes a los grupos que antes mencionábamos, el 95 % no se había planteado nunca emprender una idea de negocio.

Estereotipos, prejuicios y representaciones sociales

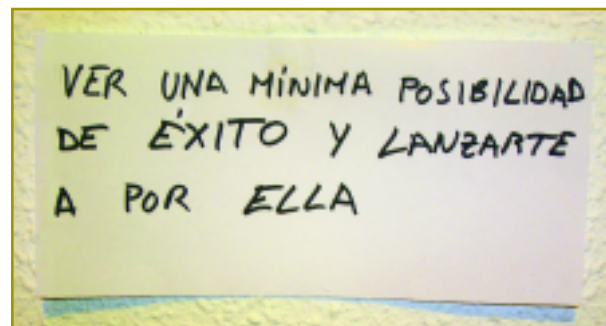
- Las personas jóvenes explican el mercado laboral a través de estereotipos y tópicos, debido a su falta de experiencias y de vivencias reales en ese ámbito.
- La juventud asocia el emprendizaje, en mayor medida que otros grupos, con ideas muy novedosas, creativas y muchas veces vinculadas al uso de las nuevas tecnologías.
- Consideran que la sociedad les percibe como menos responsables, con escasa experiencia o menor preparación, y que esto puede influir en el éxito de su idea empresarial (falta de clientela inicial, menor credibilidad en los bancos...).
- La imagen social de la juventud es positiva cuando se trata de negocios relacionados con las nuevas tecnologías, ya que se les percibe con mayor capacitación en este ámbito. También se valora a la juventud, en muchos casos, como la savia nueva que puede facilitar cambios en determinadas actividades laborales o profesionales.
- En el caso de las mujeres jóvenes, se constata la pervivencia del mito de la igualdad supuesta o velo de la igualdad, pues consideran que tienen las mismas posibilidades y oportunidades para emprender que sus compañeros varones.

Motivación

- Las personas jóvenes, con importantes diferencias en función de la edad, tienen poca motivación a emprender una idea de negocio como un objetivo a corto plazo y prefieren adquirir previamente experiencia profesional, conocimientos e ingresos económicos con un empleo por cuenta ajena.
- Priorizan la seguridad frente al riesgo y reciben poco estímulo social y familiar a su iniciativa.
- Este hecho es más marcado en el caso de las mujeres jóvenes.
- Cuentan con factores muy importantes a la hora de emprender: optimismo, ilusión para acometer nuevos retos y tiempo.
- Menor constancia, esfuerzo y responsabilidad de los jóvenes varones, en relación a las mujeres de su edad.

Capacitación personal

- Poseen la capacitación teórica y técnica necesaria pero no la han puesto en práctica. Las y los jóvenes perciben que la formación que reciben es excesivamente teórica, alejada de la realidad y que fomenta una actitud pasiva.
- Les falta experiencia laboral. Esta realidad está más acentuada en el caso de las mujeres que en el de los hombres.
- Mayor capacidad de aprendizaje que otros grupos. También poseen capacidades emprendedoras como la curiosidad, la apertura mental y la adaptación al cambio.
- Menor capacidad de asumir riesgos, sacrificios, esfuerzos, etc. Estos rasgos atribuidos a la personalidad emprendedora no se potencian en el proceso de socialización.
- En general, los hombres jóvenes poseen menos habilidades y capacidades de comunicación, negociación y comercialización.



¿Qué es para ti emprender? Resultados del trabajo en uno de los Grupos de Discusión de mujeres jóvenes.

Posibilidades personales

- Poseen menores recursos económicos personales y priorizan destinar sus ahorros a la adquisición de una vivienda.
- Su acceso a los recursos económicos necesarios para emprender les hace depender de avales o del respaldo familiar. Sin embargo, poseen diversas oportunidades que otros grupos no tienen: más tiempo para devolver este dinero, el apoyo familiar para superar las dificultades económicas, y la existencia de ayudas y programas específicos dirigidos a personas jóvenes que tratan de impulsar el autoempleo.
- Poseen menos responsabilidades familiares y les es más fácil conciliar la vida familiar, personal, laboral y social.

Estereotipos, prejuicios y representaciones sociales

- La imagen social de las mujeres emprendedoras ha cambiado positivamente en los últimos años. No obstante, existen todavía estereotipos y prejuicios sociales que influyen en su percepción social, en la valoración de sus actividades, en los tipos de negocio que son o no adecuados para ellas, etc. Faltan otros modelos o ejemplos de mujeres emprendedoras que actúen como referentes.
- Pervivencia del mito de la igualdad supuesta: todavía se considera socialmente que mujeres y hombres emprenden de la misma manera, por los mismos motivos y poseen las mismas oportunidades y recursos para emprender. La realidad demuestra que esto no es así.
- Las mujeres se concentran en negocios orientados al consumidor final frente a sectores de producción, transformación o servicios a empresas.
- No se plantean crear grandes empresas y prefieren las opciones de autónoma o microempresa.
- Pervive la creencia de que el autoempleo facilita la conciliación entre la vida laboral y familiar y se sigue orientando a muchas mujeres a que emprendan como solución a una realidad de la que no sólo ellas son responsables.
- Al hecho de ser mujeres, se unen otras discriminaciones como la etnia, la procedencia, la edad, la tenencia de discapacidades, etc.

Motivación

- Menor motivación a emprender: no se socializa a las mujeres para que emprendan. Poseen, en general, menor autonomía, autoestima, iniciativa y empoderamiento.
- La motivación a emprender está muchas veces, más en la necesidad ante la dificultad de búsqueda de un empleo por cuenta ajena, que en la oportunidad. En ocasiones, la motivación a emprender son otras personas, es decir, no emprenden por y para ellas mismas.
- Menor ambición económica y de estatus profesional.
- En los casos en los que emprenden en ámbitos donde poseen conocimientos y competencias, en su decisión priman motivos relacionados con el desarrollo personal, la satisfacción, la flexibilidad funcional y la autonomía.
- Arriesgan menos económicamente y poseen menor estímulo y apoyo familiar ante el hecho de emprender.

Capacitación personal

- Segregación horizontal en estudios profesionales y universitarios: formación de partida orientada a sectores poco innovadores y de menor expansión.
- Menor formación técnica y de gestión empresarial, de generación de ideas, capacidades emprendedoras, en la forma de afrontar riesgos, etc.
- Menor acceso a NTIC y estudios medios y superiores, en el caso de mujeres gitanas, inmigrantes y mayores de 30 años.
- Menor experiencia laboral, sobre todo en puestos de dirección y gerencia.
- Incremento del número de mujeres con experiencia laboral por cuenta ajena en actividades que pueden ser realizadas por cuenta propia.
- Cada vez se valoran más positivamente las habilidades y capacidades que poseen en mayor medida: comunicación, negociación, administración de recursos, aptitudes comerciales, etc.

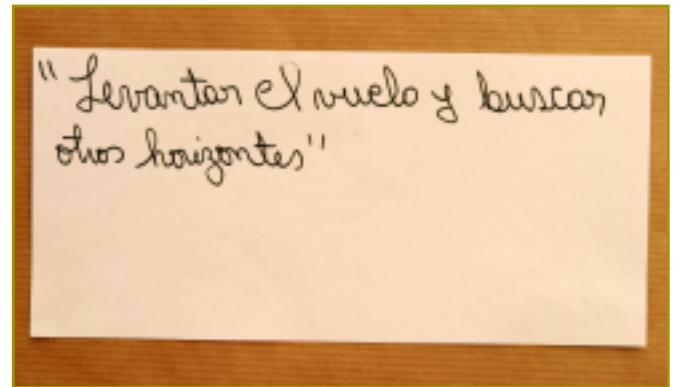
Posibilidades personales

- Más barreras que los hombres para la obtención de recursos económicos y financieros. Menor disponibilidad de patrimonio propio y necesidad de avales familiares para pedir créditos. Menor credibilidad en los bancos, sobre todo con mujeres inmigrantes y gitanas. Por otro lado, tienen la oportunidad de captar subvenciones o créditos con especiales condiciones de entidades financieras y organismos públicos.
- Escasa adaptación de la legislación para afrontar las dificultades específicas a las que se enfrentan, por ejemplo la maternidad, y para que se les hagan atractivas algunas fórmulas de autoempleo.
- Dependen de otras personas para emprender: permiso pareja, horarios y necesidades de sus hijas e hijos, por ejemplo. Consideran que esta es una barrera de difícil superación.
- Soportan mayor carga global de trabajo.
- Menor disponibilidad de horarios.
- Menor movilidad: menor disponibilidad de carné de conducir y vehículo (sobre todo mujeres inmigrantes, gitanas o mayores de 30 años), menor movilidad geográfica, etc.
- Escasa adaptación para afrontar las dificultades específicas de la legislación a la que se enfrentan y para que puedan ser atractivas para las mujeres algunas fórmulas de autoempleo.
- La terciarización de la economía y la flexibilización de las organizaciones les ofrecen oportunidades para la creación de empresas.

Estereotipos, prejuicios y representaciones sociales

- Limitación de la idea empresarial: ponen en marcha negocios dirigidos a la propia población migrante de su país.
- En sus países de procedencia la figura de la persona emprendedora posee mayor reconocimiento social y su imagen social es más positiva que en el país de acogida.
- Percepción social errónea de que poseen menos formación e infravaloración de sus competencias emprendedoras.
- Existencia de estereotipos y prejuicios sociales sobre población migrante que impide el éxito de sus iniciativas empresariales: tradiciones, miedo a lo nuevo y diferente, racismo, xenofobia, etc.

Desde diferentes instituciones se está trabajando por desmontar estos y otros prejuicios.



¿Qué sientes cuando hablamos de emprender? Resultados del trabajo en uno de los Grupos de Discusión mixtos de personas migrantes.

Motivación

- Alta motivación para emprender, en muchos casos derivada de la necesidad económica y laboral. En general, poseen una gran iniciativa personal, ganas e ilusión por emprender. El miedo al fracaso y al riesgo no es tan acusado como en otros grupos.
- Muchas personas prefieren un empleo por cuen-

ta ajena para tener el dinero suficiente para montar posteriormente un negocio en sus países de origen.

- En ocasiones, la motivación a emprender tiene que ver con la existencia de subvenciones y ayudas pero desconocen el verdadero alcance, los requisitos y las limitaciones que presentan.

Capacitación personal

- El desconocimiento del idioma es una barrera para emprender. Aunque no esté homologada, poseen formación y muchas de las competencias emprendedoras necesarias para iniciar la puesta en marcha de un negocio.
- Parten en situación de desventaja: menor conocimiento del entorno y de los recursos disponibles.
- Empreñen con ideas que se orientan a negocios que funcionan en sus países de origen, pero que en los países de acogida no encajan de la misma forma o no tienen por qué funcionar.
- Menor conocimiento de la normativa, procedimientos administrativos, competencias, etc.
- El proceso de convalidación de su formación es dificultoso y largo en el tiempo, lo que impide su acceso a formación complementaria o estudios.
- Poseen cualidades y competencias emprendedoras, derivadas del propio hecho de migrar: iniciativa, capacidad de asumir riesgos, adaptación al cambio, dedicación, constancia, etc.

Posibilidades personales

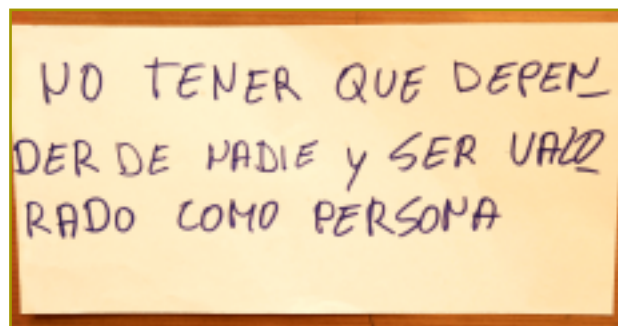
- Menor capacidad financiera, limitada en muchos casos porque tienen deudas contraídas y personas a su cargo en sus países de origen.
- Falta de avales y patrimonio propio para pedir préstamos.
- Menor margen de tiempo: su necesidad económica, la situación legal e incluso la estancia en el país de acogida pueden depender del funcionamiento o no del negocio.
- Barrera legal: necesitan documentación especial para trabajar por cuenta propia.
- Los requisitos legales para poner en marcha una empresa son más complejos que en sus países de origen. Existen instituciones y programas que están tratando de paliar estas y otras barreras.
- El crecimiento de la población migrante genera nuevas necesidades y es esa población la que mejor conoce el público al que se dirige su actividad.
- Existencia de fuertes redes de apoyo y ayuda entre las personas migrantes.

Estereotipos, prejuicios y representaciones sociales

- En el imaginario social persisten los prejuicios y el miedo a lo desconocido, diferente y distinto. Las personas con discapacidad lo sienten y lo incorporan a su autoimagen. Perciben que en el ámbito laboral se da mayor atención a las personas con diversidad psíquica que a las personas con diversidad física.
- La sociedad desconoce la realidad, las necesidades y los intereses de las personas con diversidad funcional. Existen prejuicios sobre su capacidad y rendimiento en el empleo.
- Aunque cada vez se da mayor aceptación social e institucional a la idea de que la inserción laboral es parte de la inserción social, todavía existe

falta de sensibilización sobre su necesaria y plena integración sociolaboral.

- Ausencia de modelos de personas con diversidad funcional que hayan creado sus propias empresas o negocios.



¿Qué es para ti emprender? Resultados del trabajo en uno de los Grupos de Discusión mixtos de personas con diversidad física funcional.

Motivación

- Baja motivación emprendedora por su menor autonomía, autoconfianza, iniciativa y autoestima. El exceso de protección familiar dificulta que se desarrollen estas capacidades o actitudes. Describen de forma muy pesimista su situación.
- La menor aceptación y comprensión social de las personas con diversidad funcional les provoca una actitud pasiva en la búsqueda de empleo.
- El autoempleo no es valorado como una opción.
- Las personas que están empleadas en Centros

Especiales de Empleo, a pesar de manifestar su insatisfacción con las condiciones laborales, acusan un exceso de protección. Esto, además de la falta de apoyo familiar y del entorno para el impulso de la iniciativa emprendedora, imposibilita iniciativas individuales o grupales de autoempleo.

- Poseen gran capacidad para sobreponerse a las adversidades y esto les permite construir y proyectarse positivamente hacia el futuro.

Capacitación personal

- Carencias en su capacitación teórica y técnica (nivel educativo, formación profesional y ocupacional, formación en NTIC), sobre todo entre las personas de más edad y las mujeres.
- Escaso interés en realizar formación y especializarse, ya que consideran que este esfuerzo no conlleva un empleo.
- Falta de experiencia profesional, que limita sus conocimientos técnicos, el conocimiento del mercado, de clientela potencial, etc.
- Falta de habilidades y competencias en gestión empresarial.
- Las personas con discapacidad física leve o moderada reclaman la posibilidad de autoemplearse en iniciativas empresariales no exclusivas de personas en su situación.

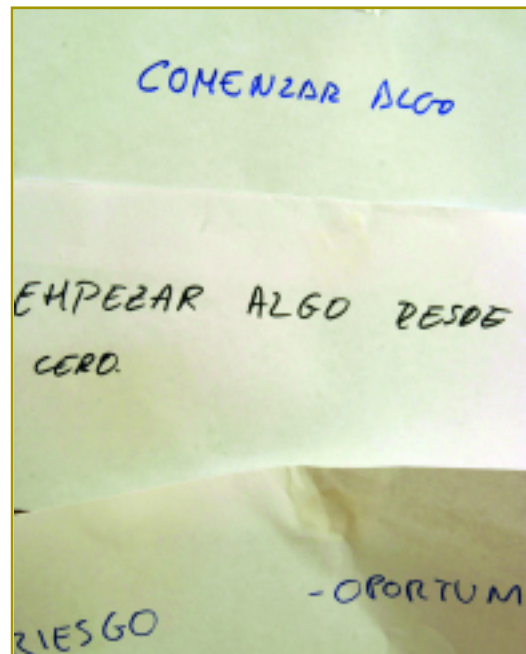
Posibilidades personales

- Todavía existen barreras físicas y sensoriales que crean obstáculos para la puesta en marcha de algunos negocios (sectores, tipos de trabajo, barreras arquitectónicas, de comunicación, de transporte, etc.).
- Las nuevas tecnologías pueden ayudar a subsanar las dificultades relativas a la movilidad y barreras físicas, a la vez que permiten la creación de empleo y de otro tipo de empresas (telegestión, teletrabajo, etc.).
- Mayor dificultad en la obtención de permisos de conducción y posesión de vehículos adaptados.
- Dificultad para la obtención de recursos económicos informales (poco apoyo familiar) y formales (menor accesibilidad y credibilidad).
- Insuficientes medidas técnicas para mitigar las limitaciones funcionales y la falta de adaptación de los puestos de trabajo.
- Incumplimiento de la normativa vigente y falta de control por parte de la Administración para el cumplimiento de las leyes y normativas que facilitan su incorporación laboral.
- En el caso de las mujeres, existe mayor sobreprotección de su entorno hacia ellas, lo que dificulta su autonomía y frena su espíritu emprendedor.
- Existe menor tradición de inserción laboral en el caso de las mujeres, en relación con los hombres de este grupo.
- Existen apoyos de organismos públicos y privadas para su integración social.

Estereotipos, prejuicios y representaciones sociales

- Existen fuertes prejuicios y estereotipos, muy arraigados entre la población sobre la etnia gitana. Consideran que la imagen social de la población gitana dificulta sus posibilidades de empleo por cuenta propia.
- Asocian el emprendizaje con actividades e ideas de negocio a las que tradicionalmente se han dedicado personas de su etnia.
- Emprenden negocios poco innovadores, muchas veces dirigidos a la propia población gitana y desarrollados, en general, en la economía informal.
- Aunque todavía son escasos, cada vez hay más referentes de personas gitanas que se plantean otro tipo de actividades empresariales fuera del comercio y de la economía sumergida.

En esta ruptura ha sido fundamental el trabajo realizado por asociaciones y entidades que trabajan para su inserción laboral y social.



¿Por qué emprenderías? Resultados del trabajo en uno de los Grupos de Discusión con mujeres de etnia gitana.

Motivación

- Prefieren la opción de empleo por cuenta propia al empleo por cuenta ajena, pero las fórmulas habituales de empresa resultan lejanas de sus modelos.
- No persiguen un empleo estable y, en el caso de los hombres, la autonomía es una de sus principales prioridades.
- Precisan de seguimiento, mediación y acompañamiento intensivo en los procesos de puesta en marcha de un negocio.
- Está frenando su motivación el hecho de que los nichos que tradicionalmente han ocupado están siendo ocupados por otros sectores de población.

Capacitación personal

- Poseen un nivel formativo inferior al del conjunto de la población. No obstante, se constata cómo en la generaciones más jóvenes, el nivel de alfabetización es mayor.
- Falta de conocimientos específicos sobre gestión empresarial.
- Carencia de conocimientos en nuevas tecnologías y baja valoración sobre las mismas, en relación a otros grupos.
- Acceso limitado a la formación ocupacional y complementaria. Esta formación no suele estar adaptada a sus especificidades.
- Las mujeres poseen muy poca experiencia laboral porque sus contactos con el empleo son esporádicos y sólo con determinados sectores.
- Cuentan con algunos de los atributos que se identifican con la personalidad emprendedora: habilidades de negociación, capacidad de comunicación y persuasión, etc.



¿Por qué no emprendo? Resultado del trabajo en uno de los Grupos de Discusión compuesto por mujeres.

Posibilidades personales

- Su baja credibilidad en las entidades bancarias dificulta su acceso a recursos económicos.
- La prioridad absoluta de las mujeres gitanas es el cuidado y la atención a su familia.
- Es preciso ganarse la confianza del entorno familiar de la persona que participa en algún programa de inserción, sobre todo en el caso femenino. También hay que tener en cuenta las estructuras sociales tradicionales de la etnia gitana a la hora de diseñar medidas o programas.
- Las herramientas que habitualmente son utilizadas para motivar al emprendizaje con carácter general en el conjunto de la población, no están adaptadas a las peculiaridades de esta etnia.

En este apartado se ofrecen, en forma de orientaciones, propuestas para trabajar la motivación al emprendizaje con los grupos de personas a los que nos hemos referido en estas páginas.

Cómo impulsar los factores motivacionales

- Desmontaje y deconstrucción de las barreras que existen en el imaginario de las personas: representaciones sociales, prejuicios y estereotipos. Esto supone disminuir el temor a asumir riesgos y el incremento de los niveles de autonomía, iniciativa y autoestima entre las personas, principalmente entre las mujeres.
- Trabajar sobre las competencias emocionales y los estados de ánimo. Las personas ancladas en emociones negativas (miedo, resignación, melancolía...) no están en disposición de emprender con éxito.
- Construir mediante el lenguaje la creación de nuevas realidades. Una utilización sana, eficaz y constructiva del lenguaje, de la conversación, de la narración, para producir acción y transformación, se convierte en herramienta fundamental para construir proyectos.
- Entrenamiento en procesos de toma de decisiones, de liderazgo, de comunicación constructiva, de negociación, de resolución de conflictos, y de mejora de las habilidades para la resolución creativa de problemas.
- Aportar herramientas para el desarrollo de competencias y capacidades que eliminen algunas de las dificultades que se plantean las personas emprendedoras.
- Intervenir de forma integral con todas las partes implicadas en el proceso de creación de una empresa (las personas que financian, las que proveen de recursos, las que comprarán el producto o servicio, etc.).
- Promocionar redes humanas para crear proyectos, para hacer equipos que puedan sumar fuerzas y objetivos. Generar relaciones, identidades y estilos que las personas gusten habitar y compartir.
- Generar modelos, referentes, imágenes... proponiendo ejemplos y conociendo negocios o empresas similares en otros lugares, de forma que las personas se sientan identificadas y vayan eliminando prejuicios o estereotipos.
- Trabajar sobre las consecuencias del fracaso. En nuestra cultura no está bien visto fracasar, por lo que las personas no reciben una segunda oportunidad y se decepcionan. Para estimular el espíritu emprendedor habría que empezar por construir una cultura donde no tuviera cabida tanta culpabilización, ni penalización al fracaso, y se diera valor a los procesos y al aprendizaje obtenido durante los mismos.

Aquí describimos algunas pautas de actuación para mejorar el trabajo de las y los profesionales que trabajan la motivación al emprendizaje. Estas orientaciones sólo tienen sentido si van acompañadas de un determinado estilo de trabajo y de una clara definición de las funciones del personal técnico adscrito a los programas de inserción laboral por cuenta propia: Información, Asesoramiento, Formación, Mediación y Acompañamiento social.

Pautas para profesionales

→ Realizar un diagnóstico de autoempleabilidad de cada persona

- **Qué es el diagnóstico de autoempleabilidad**
Consiste en el resultado de valorar el posicionamiento de una persona en las diversas dimensiones que inciden directamente en su potencial emprendedor: las motivaciones, las competencias y las posibilidades personales, sin olvidar el proyecto emprendedor y su viabilidad.

→ Diseñar y utilizar una herramienta diagnóstica adecuada

- **Qué es la herramienta diagnóstica**
La herramienta diagnóstica sirve para hacer el diagnóstico de autoempleabilidad de cada persona. Puede ser una entrevista semiestructurada, un cuestionario abierto o cualquier fórmula que permita evaluar dónde se encuentra la persona en cada una de las dimensiones del emprendizaje. A partir de la valoración de la herramienta diagnóstica se puede hacer una propuesta de cómo se va a trabajar con la persona y del itinerario de mejora de la autoempleabilidad o de las capacidades emprendedoras a seguir.

→ Aspectos a considerar en la herramienta diagnóstica

- Los resultados de la herramienta diagnóstica son únicos para cada persona y no son extrapolables a grupos o sectores más amplios.
- Esta herramienta debe permitir valorar aspectos cualitativos y subjetivos, tiene que ser flexible, abierta y debe modificarse según la situación de cada persona en cada momento.
- Un buen diagnóstico determina la derivación a los recursos adecuados; la propuesta de itinerarios y acciones en función de las oportunidades y necesidades detectadas; las potencialidades y capacidades; las expectativas y las características de las personas.

→ Variables a evaluar en la herramienta diagnóstica

- Aspectos personales (datos formativos, laborales y personales).
- Posicionamiento frente al mercado laboral.
- Aspectos que motivan hacia el autoempleo: valores, intereses, necesidades, estilos de vida...
- Perfil emprendedor: personalidad emprendedora (dimensiones del espíritu emprendedor y de las características emprendedoras).

- Aspectos competenciales: competencias básicas profesionales, competencias técnicas, profesionales u ocupacionales, nivel de desarrollo de habilidades emprendedoras, grado de competencias para la gestión empresarial, etc.
- Aspectos de posibilidad personal: aspectos legales, económico-financieros, movilidad, existencia de obstáculos sociales, factores de contexto, etc.
- Valoración de las principales barreras internas (resistencias cognitivas y emocionales) que pueden incidir en el proceso de emprendizaje como idealizaciones, negaciones, racionalizaciones, dependencias, proyecciones, etc.
- Pre-valoración del proyecto o idea de negocio: aspectos previos de viabilidad, de competencia...

➔ **Elaborar itinerarios de inserción con y desde las personas**

• **Qué son los itinerarios de inserción**

Un conjunto de actividades secuenciadas que las personas deben recorrer con el fin de facilitarles recursos para que gestionen con autonomía su propio proceso de inserción sociolaboral*.

Características de los itinerarios

- Los itinerarios definen el conjunto de acciones (formación técnica, en habilidades, en capacidades emprendedoras, información sobre trámites, orientación, asesoramiento empresarial, etc.) necesarias para mejorar la autoempleabilidad de las personas.
- Los itinerarios tienen que ser personalizados.
- Forman parte de un proceso que abarca más aspectos que los estrictamente laborales.
- Tienen un carácter pedagógico o formativo.
- Se fundamentan en la consecución de una transformación o cambio.
- Son abiertos, flexibles y dinámicos: con capacidad de adaptación a las necesidades, logros y expectativas de las personas que los recorren.
- Tienen un enfoque integrador.
- Persiguen lograr un posicionamiento de equidad respecto al resto de la ciudadanía.
- Fomentan la autonomía, la autoestima, la iniciativa y la corresponsabilidad en el proceso.

* J.C. Ceniceros Estévez; E. Oteo Antuña. **Orientación Sociolaboral basada en Itinerarios**. Una propuesta metodológica para la intervención con personas en riesgo de exclusión. Fundación Tomillo. Madrid 2003, pág. 86.