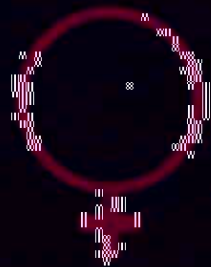


REVISTA MUJER Y TRABAJO

Nº 2



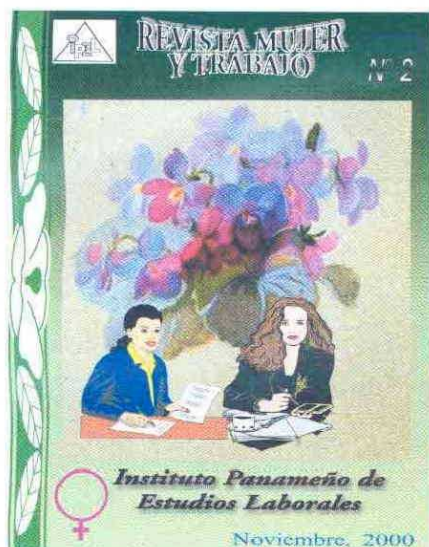
RESERVA DE DERECHOS



El contenido de esta revista es de exclusiva responsabilidad de las autoras y autores. No se responsabiliza por los errores de imprenta ni por los daños que se ocasionen por el uso de esta revista.



PORTADA



REVISTA MUJER Y TRABAJO

N°2

Octubre de 2000



Director del IPEL

Licdo. Roberto Bruneau

Edición y Publicación

Licda. Saturnina Anderson

Recolección de Información

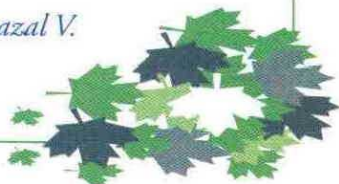
*Licda. María de Carrera
Reynaldo Cerrud*

Fotografías:

Rodrigo Moreno C.

Texto:

Carlos R. Agrazal V.



SUMARIO

PORTADA	1
Editorial	2
Mujer Autogestionaria	3
El Género como Categoría de Análisis: Una Visión de las Relaciones Entre Hombres y Mujeres.	4
Ahorro para la Formación de Capital Fundación Credimujer Sin Fines de Lucro - Mujer que Trabajan para Beneficios de Otras Mujeres	11
Estudio sobre las Condiciones de Trabajo del Servicio de la Lavandería del Complejo Hospitalario Arnulfo Arias Madrid.	14
La Importancia de los Seminarios sobre Derecho Procesal de Trabajo	15
Entrevista a la Sra. Sandra de Patiño	15
Cuándo el Género es importante y cuándo no lo es.	

CONTRAPORTADA

Información a Colaboradores



- Los Trabajos no deben tener más de 6 cuartillas.
- Numeración de las páginas.
- Presentar trabajo en original y copia. Título del artículo, nombre y apellido del autor o autores.
- Profesión, empleo y lugar de trabajo.



En caso de ilustraciones que estén separadas del texto, indiquen la posición del mismo.



La bibliografía debe presentarse al final de cada artículo.



La recepción de un artículo, trabajo o estudio no implica obligación alguna en cuanto a su publicación o fecha de Aparición en la revista.



EDITORIAL

La presente Revista Mujer y Trabajo es el esfuerzo conjunto del IPEL, trabajadores y colaboradores, para apoyar el cumplimiento de los objetivos del Programa Mujer Trabajadora que desarrolla el IPEL y a la vez promocionar las actividades que hacen y comparten las mujeres con su familia, en el campo laboral, su participación en el medio científico, político y ese crecimiento espiritual emocional que se logra día a día en aras de llegar a las metas establecidas y sólo puede lograrse a través de la participación conjunta de mujeres y hombres que forman la sociedad, En el Universo existe un equilibrio armonioso, el cual debe mantenerse.

Exhortamos a las Organizaciones Sindicales para que hagan más visible el trabajo de las mujeres dentro de su agrupación, dándoles a su vez el apoyo que requieren a través de las Secretarías Femeninas o de cualquier otro medio existente en su organización.

Mantengamos el legado maravilloso dado por Dios compartiendo los bienes de la tierra con equidad que brinda paz, armonía y la realización que toda persona requiere.



MUJER AUTOGESTIONARIA

Por: Rosa Rodríguez

Cada día las mujeres se ven enfrentadas a nuevos cambios dentro de la estructura social. Estos cambios tienen como eje central el mejoramiento de sus necesidades básicas y por ende la búsqueda de alternativas que les permitan brindarse y ofrecerle a sus familias mayores oportunidades de acceso a una estabilidad como grupo social. Quizás una buena alimentación, una casa más digna, la posibilidad de que sus hijos e hijas puedan asistir al ciclo completo de educación, son algunas de las aspiraciones que como mínimas se plantean muchas mujeres panameñas. El papel social histórico de la mujer ha retomado un auge en los últimos tiempos. Los estereotipos creados, donde las responsabilidades que éstas desempeñaban estaban enmarcados dentro del rol reproductivo y las tareas del hogar, hacían que la mujer se presentara como un ser pasivo, sumiso, dependiente y limitada a un mundo muy pequeño que giraba en torno al hogar, a su casa. Este mundo limitado ha formado parte de todo el proceso discriminatorio que la mujer ha experimentado históricamente, donde aquellos valores como el dinamismo, la valentía, el razonamiento, la capacidad de diseñar y conquistar el futuro ha sido asignado como características exclusivas de los hombres, relegando de esta forma la participación de las mujeres en la construcción de aportes importantes a la sociedad y afectando el desarrollo personal de las mismas.

Sin embargo, el crecimiento constante de las mujeres, el reconocimiento por ellas mismas de los logros alcanzados y de los aportes al desarrollo no solo de la familia sino de la sociedad que han colaborado en la construcción de nuevos patrones y modelos de participación en los diferentes espacios. En este sentido, su vinculación a los procesos laborales ha sido un logro personal en el proceso

de participación social, que las ha llevado a obtener: independencia, autonomía y Desarrollo personal. Una de las formas que les ha permitido a las mujeres desarrollarse ha sido la AUTOGESTION, instrumento éste que les Permite desarrollar sus habilidades de forma eficiente, a la vez que involucra un crecimiento personal, permitiendo de manera directa la Elevación de su autoestima.

Una mujer autogestionaria es aquella que desde sus capacidades y esfuerzos gestiona actividades que buscan transformar las condiciones de pobreza en que se encuentra, busca generar una nueva visión que impulse el desarrollo de acuerdo a sus propios objetivos y metas y con el apoyo solidario de sus semejantes.

Recordemos entonces que autogestión es una palabra compuesta que significa:

AUTO: Es un prefijo que significa una/omisma / o, O por sí misma / o. GESTIÓN: Se define como administrar, y También como hacer diligencias para conseguir algo.

Así la participación de la mujer en el proceso autogestionario, parte de una toma de conciencia, respecto a la necesidad de mejorar por sí misma sus condiciones de vida.

Es importante recordar que la autogestión es un proceso integral de capacitación. Es robustecer las propias capacidades y su entrega total a lo que nos proponemos. Es descubrir las capacidades, destrezas y habilidades individuales, que muchas veces nos cuesta reconocer como mujeres, pero que están allí presentes, en espera sola de que les abramos las puertas para salir y experimentar todos los conocimientos y experiencias que se tienen. Podemos decir entonces, que la autogestión comienza, se desarrolla y culmina transformando la actitud y disposición de quienes la impulsan, tanto hacia sí mismas como hacia los y las demás.



La idea central en este proceso es lograr cambios que sean permanentes. La autogestión es una herramienta eficaz y probada que exalta y utiliza nuestros mejores valores y los de los grupos, los cuales permiten de manera decidida enfrentar y resolver los problemas comunes.

Es importante recordar que como mujeres somos capaces de enfrentarnos a los nuevos cambios que la modernidad impone, siempre recordando que debe ser un trabajo mancomunado, compartido con los demás miembros de la sociedad.

Promover la mayor participación de la mujer en el desarrollo social es necesario para reducir la pobreza, para crear un mejor vivir, elevar su proceso de autoconstrucción como dinamizadora de una sociedad que está en constante cambio.

ÉL GÉNERO COMO CATEGORÍA DE ANÁLISIS:

UNA VISIÓN DE LAS RELACIONES ENTRE HOMBRES Y MUJERES



Por: Lic. VIRGINIA A. LEON. Psicóloga.

"UNA NO NACE, SINO QUE SE HACE MUJER.
Simón De Beauvoir

Durante las cuatro últimas décadas, la teoría feminista ha reconstruido el conocimiento, no sólo de la ciencia y sus disciplinas, sino también de aquel conocimiento que se vive y se comparte

día a día, de aquel que define las relaciones más íntimas y que ocurren en la privacidad de cada uno de los hogares.

Una de esas reconstrucciones, hace años, usada para referirse a las identidades femeninas y masculinas, es a lo que se ha denominado género. El interés por descubrir cómo han sido las relaciones entre hombres y mujeres en el pasado y en el presente, es lo que ha llevado a diversas autoras a reconocer la existencia de iniquidad, dominación, discriminación y violencia que viven las mujeres por causa de su género

Y es que el género, como categoría que propone una visión alternativa sobre el orden social (Ungo, 1993), tiene su referente, en los escritos de Simón de Beauvoir, y que han sido desarrollados por las académicas feministas, lo cual la sitúa como una categoría nueva, si la comparamos con la de clase o la de etnia. Fue Gayle Rubin(1986), quien marcó esta sistematización al identificar, luego de minuciosas investigaciones, que "el género es una división de los sexos socialmente impuesta".

Y lo definió más ampliamente como "el conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana y en el que se satisfacen esas necesidades humanas transformadas". A esta relación la denominó Sistema Sexo-Género, con lo que deja claro que si bien nacemos con características anatómo-fisiológicas y endocrinas que nos dan un sexo, existe una visión social que determina cómo se debe vivir ese sexo genéticamente heredado. De Barbieri (1992), lo sintetiza así "el género es el sexo socialmente construido".

En ese sentido Rubin nos señala que el lugar individual, donde se construye esa relación sexo género, es el proceso de identidad de género, el cual inicia en las edades más tempranas de la vida, la infancia; por medio de la socialización. Pero deja claro que la sexualidad, las relaciones de parentesco, las relaciones económicas, étnicas y políticas son básicas para hacer cualquier análisis sobre la subordinación de las mujeres. A raíz de esta irrupción, del género desde esta perspectiva, en la vida académica y en la lucha política feminista, Lamas(1996) nos plantea que El concepto género se ha vuelto imprescindible,



no solamente por la necesidad de responder a la inquietud acerca de cuál es la diferencia entre sexo y género, sino por la fuerza que ha cobrado en el debate político el papel de la mujer en la sociedad. En ese sentido vemos que, últimamente, toda

los proyectos productivos, de esfuerzos de organización y de desarrollo humano sostenible, promueve la incorporación del análisis de género. Pero como nos comparte Ungo (1993), en ese uso, se puede perder la riqueza teórica y su compromiso político, como ha pasado en algunos casos, lo que puede degenerar en una utilización práctica con serias deformaciones y superficialidades. El uso de la categoría de análisis de género no solo debe identificar la subordinación de la

mujer, sino que debe explicar esa subordinación a través de las relaciones de poder, que se ejercen de manera múltiple, no solo desde el Estado y su burocracia, como desde diversos espacios sociales caracterizados por los más bellos sentimientos de amor y ternura. Pero además, debe promover el empoderamiento de las mujeres, que permitan nuevas visiones alternativas para el diseño de un proceso de relaciones entre los géneros, un cambio en el ejercicio de poder que de autoconfianza y autoestima y que debe integrarse en un sentido de proceso con la comunidad, la cooperación y La solidaridad (León, 1998).



AHORRO PARA LA FORMACIÓN DE CAPITAL

Licda. Catalina de Quelquejeu

Para desarrollar un proyecto personal es indispensable la formación de capital, es el punto elemental en toda empresa. Pero comienza con el deseo de superación y de hacerse independiente. Cuando adquirí conciencia de que debía experimentar la independencia económica, lo primero fue el ahorro. Guardar no es fácil en nuestro medio, porque los salarios son bajos y requerimos apoyar nuestras familias; pero el ahorro comienza con poco, se hace grande en la medida que se mantenga la voluntad de continuar.

AHORRO = VOLUNTAD + PERSEVERANCIA + DETERMINACIÓN (GANAS).

Una vez inicie la formación de un Pequeño y moderno ahorro, estudie cómo capitalizarme. La oportunidad la aproveché cuando la Kodak inició un proceso de retiro voluntario. De la formación de capital, les dejo dos inquietudes personales:

*** LA PEQUEÑA EMPRESA CRECE PRINCIPALMENTE A TRAVÉS DE LA REINVERSIÓN DE UTILIDADES.**

*** EL AHORRO NO TERMINA TENIENDO UN NEGOCIO, TODO LO CONTRARIO ES PRECISO FORTALECERLO.**

En los años de tener el negocio, se ha incrementado manteniendo la determinación de no usar las utilidades, todo lo contrario, hoy sé que para crecer debo reinvertir.

Es claro que para aspirar a un financiamiento es preciso mostrar algo, disponer de un inventario, en fin de un bien (una garantía). Por eso, Primero la inversión inicial (ahorro), después es posible el financiamiento.



FORMACIÓN EMPRESARIAL

En las propias asociaciones y grupos de empresarios, es escasa la participación de la mujer, pero si trabajas y demuestras tu valía y esfuerzo puedes hacerle frente. Ese es mi caso en APEDE, me inicié como miembro y he escalado diferentes posiciones hasta la Vicepresidencia, por la determinación e interés en el desarrollo de

las Comisiones de Trabajo. También debo aceptar, que el hecho de ser mujer también te abre muchas puertas, aunque debes mantener una línea de trabajo y seriedad, para que respeten como profesional y mujer emprendedora no por la belleza. Debo agradecer a la Lic. Victoria Figge que me postuló como candidata a Directora en APEDE.

INVESTIGACIÓN INICIAL.

La formación de la empresa comienza por la propia determinación de ser independientes, implica necesariamente un alto riesgo, no hay ninguna certeza sobre las perspectivas de sacar el dinero invertido. De allí, la necesidad de la investigación previa que implica: Capital para la inversión y capital de trabajo(3meses).

- Acceso a los mercados.
- Acceso a la información.
- Adiestramiento y capacitación.

La investigación inicial nos permite recoger las inquietudes y además nos ayuda a planificar.

Para que una empresa tenga éxito, debe poder vender sus productos o servicios, de lo contrario desaparece.

ACCESO A MERCADOS. En el caso de mi negocio Regalos Cathy S.A. Comenzamos facturando B/25.000.00 en el año 1991 y en el año 1998 cerramos una facturación arriba de los B/ 140,000.00 cómo se logra esto, la idea central es conocer la forma, conducta y particularidades de las compras en el sector femenino de ingresos medios y altos, que Compran ropa de calidad y moda.

Nuestro mercado son todas las mujeres en Distrito Capital mayores de 17 años y turistas con poder adquisitivo arriba de B/ 300.00 mensuales. Hay que segmentar en grupos de clientes potenciales que poseen características similares. Es posible esperar que los clientes dentro de un segmento tengan más o menos las mismas necesidades.

La formación de los segmentos para mi caso fue en tres grandes variables:

- Localización geográfica. Que vivan en la ciudad de Panamá preferiblemente.
- Cliente: Que tengan capacidad de compra. También se refiere a los distintos tipos de clientes que poseen distintas necesidades y hábitos de compra.
- Producto: Que tengan alguna preferencia por la ropa de calidad y de moda.

La investigación preliminar para la instalación de la tienda se orientó a:

- Identificación y satisfacción de las Necesidades de los clientes.
- Acceso de los clientes. Circulación de personas y clientes extranjeros.
- Definición de segmento del mercado.
- Competencia. Definir la competencia, en términos de precios, calidad de los productos y la localización de las tiendas similares.



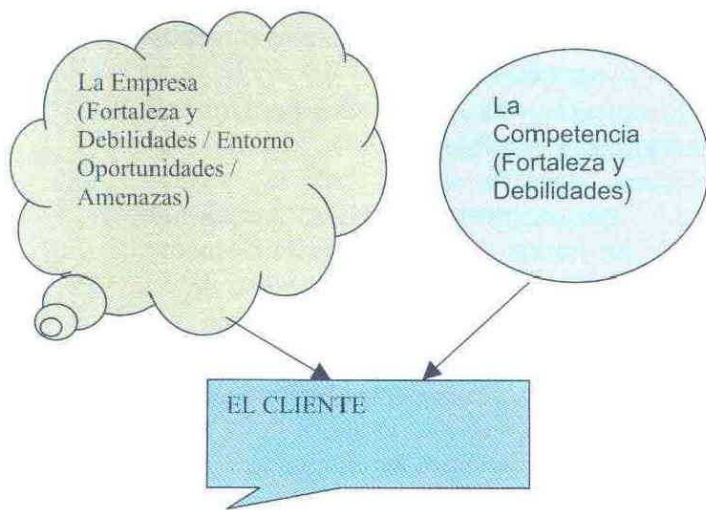
PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La planeación se comienza una vez se haya definido el objetivo, que va hacer, que tipo de negocio, de qué dimensión y clientela. Tomando en cuenta el posicionamiento de la competencia, se determina la figura N° 1.



Figura N° 1

TRIANGULO DE LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES.



Como alguien que desea invertir debemos resolver:

EMPRESA.

- * Cuáles son nuestros puntos fuertes y la debilidad.
- * Cuáles son los objetivos de la empresa, definir
- * Oportunidades y las amenazas surgidas de la competencia.

CLIENTE.

- * Quiénes son tus clientes.
- * A dónde se encuentran tus clientes.
- * Qué tipo de satisfacciones quieren tus clientes.

COMPETENCIA.

- * Quiénes son los competidores directos.
- * Cuáles son sus perfiles.
- * Qué ofrecen ellos que no ofrezca Regalos Cathy S.A.

Una vez definido el mercado, en cuanto a los productos que se pueden vender, el precio de venta, los precios de los proveedores,

márgenes utilidad y el riesgo en la venta. Viene el proceso de definición, que lo hice con una planeación cuidadosa de la inversión.

VENTAS Y FORMAS BÁSICAS DE PROMOVERLAS.

En cualquiera empresa, las ventas y las formas básicas de promoverlas es indispensables en el esquema de la misma. Es posible tener el mejor recurso humano, la producción, la publicidad y la contabilidad; por eso, ser empresaria nos obliga fundamentalmente a disponer de conceptos claros sobre la venta.

Las ventas requieren dedicación: Atención, Interés, Deseo y Acción. Mi vivencia me ha enseñado, que cualquiera transacción que realizó debe estar en función a la venta.

EL ACCESO A LA INFORMACIÓN.

La mujer en cualquier medio requiere conocimiento del entorno, a fin de poder orientarse y disponer de alternativas.

La posibilidad, el uso y el acceso a la información son determinantes. Adicionalmente, es indispensable el conocimiento de las tecnologías que se usan en el mercado.

EL ACCESO AL ADIESTRAMIENTO.

La sociedad ha condicionado a la mujer a encargarse del hogar y la familia. Esta situación en la mayoría de los casos es un obstáculo al adiestramiento necesario para una empresa. El deseo de superación y la determinación a la independencia, nos obliga a buscar un mínimo adiestramiento. Aquí entran en juego las prioridades.

El éxito de una empresa depende del adiestramiento y la formación que tenga el inversionista, mientras más conocimiento del negocio mayores probabilidades de crear alternativas ante los vaivenes del mercado.

CONSOLIDACIÓN DEL NEGOCIO

Planes de trabajo basados en la experiencia y el conocimiento diario de la actividad y el mercado. Puntos Básicos.