

Demoscopía S. A.

Informe final

"Importancia del área ocupacional en la generación de empleo productivo y potencialidad para la incorporación y desarrollo profesional de las mujeres"

Proyecto INA-BID

Junio del 2001



INTRODUCCIÓN

Este documento representa el informe final del proyecto "Importancia del área ocupacional en la generación de empleo productivo y potencialidad para la incorporación y desarrollo profesional de las mujeres".

Este estudio tiene como objetivo determinar o identificar los sectores en los cuales existe oportunidades de generar empleo productivo y el potencial que existe para la inserción de la mujer en el ambiente laboral de dichos sectores.

En Costa Rica la participación laboral de las mujeres ha sido históricamente condicionada por los patrones culturales de división sexual del trabajo y por los procesos socioeconómicos del país, caracterizados por una distribución desigual de los recursos productivos entre hombres y mujeres.

La construcción de la identidad de género se ha reforzado a través de los diferentes discursos como el político, jurídico, religioso, médico, sociológico y fundamentalmente biológico (sexos), esto se ha visto repercutir en los diferentes escenarios de vida de las personas como son la familia, organizaciones de enseñanza, los barrios, las universidades y, como es lógico pensar, en los centros de trabajo.

De cara al siglo XXI, resulta de interés para el logro de un verdadero desarrollo del país, el rompimiento de dichos patrones culturales, logrando la elaboración de políticas de desarrollo en equidad. Para ello se hace necesario identificar las necesidades reales de empleo tanto de mujeres y hombres, como de los diferentes sectores productivos del país, de forma tal que los recursos se orienten a la satisfacción de demandas y a la creación de nuevas fuentes de empleo, mediante una adecuada preparación de la población económicamente activa, sin distingo de sexo.



Por ello es que se deben realizar ingentes esfuerzos para romper los perfiles de identidades genéricas, que limitan las potencialidades de las personas, sean éstas hombres o mujeres. Es necesario romper con la idea arraigada en nuestros antepasados de que hablar de mujer es pensar en una persona débil física y emocionalmente, sumisa, con oficios exclusivamente reproductivos, sensual, pasiva, dependiente, y que hablar de hombre es todo lo contrario a lo anterior. Es indispensable que los discursos que se interioricen en la población en general, logren romper con estos estigmas sociales, que cortan las potencialidades de las mujeres invisibilizándola como persona activa, sujeto transformador de la realidad social y le niegan por otra parte al hombre su derecho a expresar emoción, sensibilidad y hasta sus sentimientos por encajar en lo que se espera de ellos como macho-masculino.

Por ello, resulta de interés crear condiciones para la inserción laboral de la mujer en áreas que han sido eminentemente dadas a los hombres. Generando espacios nuevos a ese 51% de la población costarricense se logrará alcanzar mayores índices de salud, educación, participación política, económica y otras, se hablará entonces de un verdadero desarrollo humano sostenible ya que en efecto de cascada se logrará alcanzar a la mayor parte de la población costarricense. Importa resaltar que no se trata de desplazar al hombre sino más bien posicionarse a la par de él, trabajando hombres y mujeres por el desarrollo social de nuestro país.



I. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

1. Diseño de la muestra, según ramas de actividad, núcleos, y regiones del país.

De acuerdo a la propuesta realizada, la siguiente matriz nos describe la muestra de empresas a estudiar en el proyecto. El total de la muestra propuesta es de 300 empresas a nivel nacional,

El tamaño de las empresas según el número de empleados es el siguiente:

Pequeña	5 a 20 empleados
Mediana	21 a 70 empleados
Grande	Más de 71 empleados

Los Núcleo estudiados son: Eléctrico, Metalmecánico, Industria Gráfica, Mecánica de Vehículos y sus respectivos Sub-núcleos: Electricidad, Electrónica, Refrigeración, Telemática, Autotrónica, Mecánica General, Mecánica de Precisión, Serigrafía, Fexográfica, Litografía, Prerensa y Autotrónica.

2. Distribución de la muestra. Se ha construido un universo disponiendo de una estimación, calculado a partir de las listas de empresas de la Caja Costarricense de Seguro Social, brindada por la contraparte del proyecto, el Directorio de la Cámara de Industrias y Páginas Amarillas del Directorio Telefónico. Esto nos obligó a definir la muestra bajo las características siguientes:
 - La muestra se relaciona con empresas mayores de diez empleados y en algunos casos mayores de cinco empleados, cuando así fuera necesario



para cubrir la ausencia de unidades de estudio a nivel regional. Por tal razón se ha expandido de 250 a 316 empresas, garantizando casos en todas las regiones del país.

- Para la selección de las unidades de estudio se aplicó el criterio de “muestra estratificada y por cuota”. Esto significa que se ha tenido que realizar previamente un sondeo telefónico para determinar el tamaño de cada empresa, y definir si califica o no para el estudio.
- En la información estadística siguiente el universo estimado según las cuatro ramas y Núcleos de actividad es:

Núcleo	Empresas	Peso por rama o núcleo de actividad
Eléctrico	155	25,5%
Metalmecánica	189	31,1%
Industria Gráfica	250	41.1%
Mecánica de Vehículos	14	2,3%
Total	608	100%

- Agrupando las cuatro ramas de actividad y sus respectivos sub-núcleos, podríamos señalar que el margen de error global es de $\pm 6\%$, de acuerdo con el tamaño muestra utilizado y con un margen de confianza del 95% en las estimaciones utilizadas.



El procedimiento de cálculo ha sido:

$$\frac{0,9604}{316} = 0,00303924$$
$$\sqrt{0,00303924} = 5.5 = 6\%$$

- El procedimiento para calcular el número de casos a estudiar por rama de actividad y sub-núcleos, y según regiones del país, es el siguiente:
 - Se calculó vía fuente de información señaladas, la cantidad de empresas que calificaban para el estudio cuadro matriz N° 1.
 - Como se señaló anteriormente, de acuerdo a la cantidad total de empresas (608), se calculó el peso de cada rama o núcleo de actividad:

Eléctrico	25,6%
Metalmecánica	31,1%
Industria Gráfica	41,1%
Mecánica de Vehículos	2,2%
Total	100%

- Asumiendo que la muestra total va a ser de 316 unidades de estudio, la participación de cada rama será proporcional, según su peso en el universo estimado, tal como se ha señalado en el punto anterior.



A manera de ejemplo, si el peso del Núcleo Eléctrico es del 25,5% en el universo estimado, su peso dentro de la muestra establecida será igualmente del 25,5%, lo que significa un total de 81 empresas a estudiar.

Al interior de cada rama o núcleo de actividad, vía estimación por medio de las fuentes de información disponibles, se calculó el peso de cada sub-núcleo en su respectiva rama de actividad.

Así, y continuando con el ejemplo de la rama o Núcleo Eléctrico, la distribución porcentual de cada sub-núcleo fue de:

Sub-muestra	Número de empresas	Porcentaje de empresas
Electricidad	15	18,5%
Electrónica	22	27,2%
Refrigeración	35	43,2%
Telemática	9	11,1%
Total	81	100%

- La distribución para cada región se determinó sobre la base de su respectivo peso relativo regional, según resultados del análisis de las fuentes de información y el sondeo previo realizado, para verificar presencia de la empresa y su tamaño.

Este es el procedimiento que se ha seguido para cada núcleo y sub-núcleo, siempre teniendo como fundamento, que en algunos casos la muestra es muy pequeña. Los resultados serán confiables y permitirán científicamente extraer conclusiones y recomendaciones.



Es importante anotar que en algunos casos, prácticamente se realizará un censo de las empresas grandes, caso concreto de autotrónica. Los mismos criterios de cuota y juicio se han aplicado para la selección de grandes, medianas y pequeñas empresas, tomando preferencia para las grandes y medianas. Al basarnos en la cuota por núcleo, sub-núcleo, región y tamaño, la muestra se irá ajustando durante el trabajo de campo, con el propósito de garantizar su calidad.



Cuadro N° 1
Distribución de las empresas según núcleo, sub núcleo y región del país

Región	Eléctrico				Mecánica de vehículos	Metalmecánica		Industria gráfica				Total región
	Electri-cidad	Electró-nica	Refrige-ración	Telemá-tica	Autotrónica	Mecánica general	Mecánica precisión	Serigrafía	Flexo-gráfico	Lito-grafía	Pre-prensa	
Central Occidental	2	6	6	-	-	13	11	6	1	3	4	52
Central Oriental	6	11	22	9	7	32	23	38	8	32	19	207
Chorotega	2	1	1	-	-	2	1	2	-	1	1	11
Brunca	1	1	1	-	-	2	1	-	-	3	-	9
Huetar Atlántica	1	1	1	-	-	3	2	1	-	1	1	11
Huetar Norte	3	1	3	-	-	2	1	2	-	1	-	13
Pacífico Central	-	1	1	-	-	4	1	3	-	2	1	13
TOTAL	15	22	35	9	7	58	40	52	9	43	26	316



Para la realización de este estudio se entrevistó a funcionarios y funcionarias de alto nivel dentro de las empresas participantes, que por la posición que ocupan conocen a profundidad las políticas y estrategias de la organización. Los puestos o cargos que desempeñan son los siguientes:

Cuadro N° 2
Puesto de las personas entrevistadas según sexo

Puesto	Mujeres		Hombres	
	No.	%	No.	%
Gerencia, administración	23	7,3	68	21,5
Subgerencia, asesoría, asistencia	29	9,2	20	6,3
Administración, jefatura de taller o planta	-	-	47	14,9
Gerencia o jefatura de producción	7	2,2	25	7,9
Gerencia general	4	1,3	25	7,9
Dueño o propietario	-	-	24	7,6
Gerencia o jefatura de recursos humanos	15	4,7	8	2,5
Gerencia de servicios	-	-	8	2,5
Gerencia de ventas y mercadeo	2	0,6	3	0,9
Gerencia financiera, contable	2	0,6	2	0,6
Gestión técnica	1	0,3	1	0,3
Presidencia	-	-	2	0,6
Total	83	26%	233	74

El 74% de las personas entrevistadas son del sexo masculino y el 26% del sexo femenino. El Núcleo y Sub-núcleo de actividad al cual pertenecen las empresas participantes según el puesto que ocupan los(as) entrevistados(as) se muestra en el cuadro No. 3



Cuadro No. 3
Número de mujeres y hombres entrevistados
según puesto y Núcleo

Puestos	Eléctrico		Mecánica de vehículos		Metalmecánica		Industria gráfica	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Gerencia, administración	9	23	-	-	1	20	13	25
Subgerencia, asesoría, asistencia	10	7	-	-	5	5	14	8
Administración, jefatura de taller o planta	-	1	-	2	-	39	-	5
Gerencia o jefatura de producción	-	6	-	-	-	7	7	12
Gerencia general	1	4	-	-	-	10	3	11
Dueño o propietario	-	4	-	-	-	5	-	15
Gerencia o jefatura de recursos humanos	7	6	-	5	-	1	8	1
Gerencia de servicios	-	-	-	-	-	3	-	-
Gerencia de ventas y mercadeo	1	-	-	-	-	1	1	2
Gerencia financiera, contable	1	-	-	-	-	-	1	2
Gestión técnica	1	-	-	-	-	1	-	-
Presidencia	-	-	-	-	-	-	-	2
Total	81	51	-	7	6	92	47	83



Las empresarias entrevistadas se encuentran en los siguientes Sub-núcleos de actividad:

▪ Serigrafía	17	20.5%
▪ Litografía	14	16.9%
▪ Refrigeración	11	13.3%
▪ Preprensa	10	12.0%
▪ Electrónica	8	9.6%
▪ Electricidad	6	7.2%
▪ Flexográfico	6	7.2%
▪ Mecánica de precisión	5	6.0%
▪ Telemática	5	6.0%
▪ Mecánica general	1	1.2%
Total	83	100.0%

El 68% de las personas entrevistadas tiene entre 26 y 45 años; el 20% tiene de 46 a 55 años, el 7% tiene menos de 25 años y el 5% tiene más de 55 años. Las edades según sexo se muestran en el cuadro siguiente.

Cuadro No. 4

Edades de las personas entrevistadas según sexo

Edad	Mujeres		Hombres	
	No.	%	No.	%
25 años y menos	9	10.8%	12	5.2%
De 26 años a 35	35	42.2%	72	30.9%
De 36 años a 45	30	36.1%	77	33.0%
De 46 años a 55	7	8.4%	57	24.5%
De 55 años en adelante	2	2.4%	15	6.4%
Total	83	100.0%	233	100.0%



Entre las personas entrevistadas existe una tendencia hacia que la mujer tenga menos edad que el hombre ya que el 53,0% de las mujeres tiene hasta treinta y cinco años de edad, el 36,0% tiene de treinta y seis a cuarenta y cinco años, y el 11,0% tiene más de cuarenta y seis años. A diferencia del hombre que solamente el 36% tiene hasta treinta y cinco años, el 33% tiene de treinta y seis a cuarenta y cinco años y el 30,9% tiene más de cuarenta y seis años.

El 60% de las personas entrevistadas tiene universidad completa; el 14% tiene un nivel técnico, 10% universidad incompleta y el 16% tiene un nivel de escolaridad menor. El nivel de escolaridad de las personas de la muestra según sexo se puede apreciar en el cuadro siguiente.

Cuadro No.
Escolaridad de las personas entrevistadas según sexo

Nivel	Mujeres		Hombres	
	No.	%	No.	%
Universidad completa	65	78.3%	124	53.2%
Universidad incompleta	3	3.6%	28	12.0%
Técnico	9	10.8%	34	14.6%
Secundaria completa	1	1.2%	21	9.0%
Secundaria incompleta	2	2.4%	15	6.4%
Primaria completa	2	2.4%	10	4.3%
Primaria incompleta	1	1.2%	1	.4%
Total	83	100.0%	233	100.0%

Igual que en el cuadro de las edades de las personas de la muestra, la tendencia es que las mujeres entrevistadas tengan un nivel educativo superior. El 93% de ellas tienen un grado técnico, universitario incompleto o completo,



caso contrario a los hombres que solamente el 80% de los hombres tienen ese mismo nivel educativo.

Estos números muestran la asimetría en las capacidades y otras determinaciones vinculadas al poder, que se traduce en la idea tradicional de que la mujer en lo privado y el hombre en lo público. Sin embargo, resulta interesante el que muchas de las mujeres ni siquiera se cuestionen hoy día tales situaciones como el hecho de que deben tener mayores requisitos académicos que los hombres para ocupar un puesto de dirección.



II. SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS EMPRESARIALES

En este apartado se realiza una descripción socioeconómica de las empresas participantes en el estudio y se analiza la visión de los representantes del sector empresarial respecto al sector al que pertenecen.

El 42% de las empresas participantes en el estudio tiene menos de cinco años de operación, el 30% tiene más de veintiún años y el 28% tiene de seis a veinte años de operación. Dentro de los diferentes Núcleos, las empresas con dieciséis años o más de operación se encuentran distribuidas de la siguiente manera: Eléctrico 59,2%, Mecánica de Vehículos 42,8%; Industria Gráfica 38,5% y en Metalmecánica el 25,5%. Es importante hacer notar que en este último Núcleo el 61% de las empresas tiene menos de cinco años de operar en el mercado.

De acuerdo con el número de empleados que tienen, las empresas participantes se encuentran clasificadas de la siguiente manera:

Cuadro N° 6
Tamaño de las empresas
según número de empleados

Tamaño	No.	%
Microempresas	3	0,9%
Pequeñas empresas	171	54,1%
Medianas empresas	97	30,7%
Grandes empresas	45	14,2%
Total	316	100.0%

El 54,1% de las empresas participantes son Pequeñas Empresas (de cinco a veinte empleados), el 30,7% son Empresas Medianas (de veintiuno a setenta



empleados), el 14,2% son Empresas Grandes (más de setenta y un empleados), y el 0,9% son Microempresas (de uno a cuatro empleados).

El número de empleados que tienen las empresas participantes y su distribución por sexo se muestra en el cuadro siguiente.

Cuadro Nº 7
Distribución por sexo del número de empleados

Número de empleados	Porcentaje de empresas que emplean mujeres	Porcentaje de empresas que emplean hombres
Veinte y menos empleados	68,0%	61,7%
De 21 a 50 empleados	6,3%	25,6%
De 51 a 100 empleados	1,3%	5,1%
De 101 a 150 empleados	0,6%	4,1%
De 151 a 200 empleados	0,3%	1,3%
De 201 a 250 empleados	-	0,3%
De 251 a 300 empleados	-	0,3%
De 301 a 350 empleados	0,3%	-
De 351 a 400 empleados	0,3%	-
De 401 a 500 empleados	0,6%	-
Más de 500 empleados	1,3%	1,6%
No laboran mujeres	20.9%	
Total	100.0%	100.0%

Es importante notar que en la fuerza laboral del 21% de las empresas participantes no están incluidas las mujeres. Y que en el 68,0% de las mismas tienen veinte o menos empleadas del sexo femenino. Las 66 empresas que no cuentan con personal femenino se encuentran en los siguientes Núcleos y Sub-núcleos:



Cuadro N° 8
Núcleo y Sub-núcleo al cual pertenecen las
Empresas que no cuentan con personal femenino

Metalmecánica		Eléctrico		Industria gráfica	
Mecánica general	35	Refrigeración	7	Serigrafía	5
Mecánica de precisión	12	Electrónica	3	Litografía	4
Total	47		10		9

En lo que respecta a las áreas funcionales de las empresas, las distribuciones según sexo se muestran en el siguiente cuadro comparativo:



Cuadro N° 9
Número de empleados según área de trabajo y sexo

ÁREA	NÚMERO DE EMPLEADOS	NIVEL DE CONTRATACIÓN DE LAS EMPRESAS	
		Mujeres	Hombres
Gerencia	No laboran en esta área	73,1%	13,3%
	Menos de cinco	25,3%	75,3%
	De cinco a diez	0,6%	7,0%
	De once a quince	0,3%	1,3%
	De dieciséis a veinte	-	0,6%
	Más de veinte	0,6%	2,5%
	TOTAL	100%	100%
Control y supervisión	No laboran en esta área	81,0%	56,3%
	Menos de cinco	13,6%	35,8%
	De cinco a diez	4,1%	5,7%
	De once a quince	0,3%	0,9%
	De dieciséis a veinte	0,6%	0,6%
	Más de veinte	0,3%	0,6%
	TOTAL	100%	100%
Administración	No laboran en esta área	34,2%	49,7%
	Menos de cinco	48,4%	33,9%
	De cinco a diez	10,8%	8,9%
	De once a quince	2,5%	1,6%
	De dieciséis a veinte	0,6%	1,9%
	Más de veinte	3,5%	4,1%
	TOTAL	100%	100%
Nivel técnico	No laboran en esta área	83,2%	36,4%
	Menos de cinco	12,7%	24,4%
	De cinco a diez	0,9%	18,0%
	De once a quince	0,9%	8,2%
	De dieciséis a veinte	0,6%	5,1%
	Más de veinte	1,6%	7,9%
	TOTAL	100%	100%
Nivel operativo	No laboran en esta área	73,4%	31,3%
	Menos de cinco	13,0%	15,5%
	De cinco a diez	5,4%	26,3%
	De once a quince	2,5%	7,0%
	De dieciséis a veinte	1,6%	4,7%
	Más de veinte	4,1%	15,2%
	TOTAL	100%	100%
Servicios generales	No laboran en esta área	69,6%	67,4%
	Menos de cinco	26,9%	16,8%
	De cinco a diez	3,2%	11,4%
	De once a quince	-	0,9%
	De dieciséis a veinte	0,3%	0,9%
	Más de veinte	-	2,5%
	TOTAL	100%	100%



Este cuadro evidencia la situación laboral de la mujer dentro de la estructura organizacional de las empresas participantes en el estudio. En porcentajes superiores al 70% no laboran mujeres en las áreas indicadas en el cuadro anterior, a excepción de Administración donde solamente el 34% de las empresas no cuenta con mujeres en esa área.

Las empresas que no cuentan con mujeres en las diferentes áreas de la estructura organizacional se encuentran en los Núcleos:

Cuadro No. 10
Áreas de la estructura organizacional donde no se contratan mujeres
según Núcleo de actividad al cual pertenece la empresa

ÁREA	Eléctrico		Metalme- cánico		Industria gráfica		Mecánica de vehículos	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Gerencia	42	51,8	87	88,8	95	73,1	7	100
Control y supervisión	59	72,8	92	93,4	101	77,7	4	57,1
Administración	18	22,2	57	58,2	32	24,6	1	14,3
Técnico	68	83,9	93	94,9	97	74,6	5	71,4
Operativo	66	81,5	96	97,9	63	48,5	7	100
Servicios generales	52	64,2	77	78,6	86	66,1	5	71,4

El Núcleo Metalmecánica es donde se encuentran las empresas que en porcentajes superiores no cuentan con mujeres en las diferentes áreas de su estructura organizativa y dentro de este Núcleo las dos áreas donde no se contratan mujeres son a nivel Operativo y Técnico donde el 98% y 95% del Núcleo, respectivamente, señala esto.



Es importante anotar que en lo que a la contratación de mujeres en el área de Servicios Generales se refiere, las empresas no contratan mujeres específicamente para desempeñar esos puestos, sino que utilizan personal masculino contratado para otras labores.

El 49% de las personas entrevistadas considera que sus empresas se encuentran en una etapa de crecimiento; el 39% indica que está estable, el 7% indica que se encuentra en una etapa de desaceleración y solamente el 5% considera que se encuentra en crisis. Sin embargo, el 38% de las y los empresarios entrevistados considera que el sector productivo al cual pertenece la empresa está en crecimiento, el 42% considera que se encuentra estable, el 11% indica que está en desaceleración y solamente el 7% señala que se encuentra en crisis y, el 1% se abstuvo de responder. En ambos casos se vislumbra una actitud positiva en lo que al futuro de la empresa y del sector productivo al que pertenece se refiere. Lo cual representa una oportunidad del entorno en lo que a generación de empleo se refiere.

En lo que respecta al tipo de tecnología con que cuentan las empresas, el 46,8% de las personas entrevistadas manifiesta que la empresa utiliza una tecnología moderna, el 28,2% indica que es de avanzada y el 25% la califica como tradicional. El siguiente cuadro muestra el tipo de tecnología según el sector de actividad.

**Cuadro No. 11****Tipo de tecnología que utilizan las empresas según Núcleo**

Núcleo	Tipo de tecnología		
	Tradicional	Moderna	De avanzada
Eléctrico	23,5%	41,9%	34,6%
Metalmecánica	27,6%	49,0%	23,5%
Gráfico	25,4%	50,8%	23,8%
Mecánica de vehículos	-	-	100%

El 76% de las empresas realizarán cambios importantes en los próximos tres años en las siguientes áreas:

Cuadro N° 12
Áreas en las cuales realizarán cambios importantes en los próximos tres años

Área	Porcentaje
Nueva tecnología	51,3%
Reorganización productiva	26,9%
Reorganización administrativa	19,4%
Otras respuestas	2,4%
Total	100,0%

Los principales cambios que realizarán las empresas, en las áreas antes mencionadas son, entre otros, los siguientes

Nueva tecnología:

- Maquinaria y equipo moderno 80,6%
- Sistemas y programas de computación en todas las áreas 14,0%

**Reorganización productiva:**

▪ Contratación de nuevo personal	25,2%
▪ Mayor capacitación al personal	22,6%
▪ Nuevo productos y servicios	21,2%
▪ Incrementar nuevas líneas de producción	14,8%
▪ Mejorar sistemas de control y supervisión	9,6%
▪ Mejor aprovechamiento de los recursos	7,0%
▪ Mejoras en la infraestructura	6,1%
▪ Aplicar normas de calidad ISO	5,2%

Reorganización administrativa:

▪ Reingeniería de procesos	25,9%
▪ Capacitación al personal	23,5%
▪ Contratación de nuevo personal	18,5%
▪ Reorganización del área de mercadeo y ventas	8,6%
▪ Introducir sistemas computarizados	7,4%
▪ Mejorar la calidad de los servicios	6,2%

El 57% de las empresas que indican que realizarán cambios en los próximos tres años, manifiestan que dichos cambios incrementarán el número de empleados, el 34% indica que no tendrán ningún efecto en su fuerza laboral, y solamente el 8% dijo que disminuirán el número de empleados o se abstuvo de responder. Las empresas donde los cambios incrementarán el número de empleados se encuentran distribuidas de la siguiente manera en los Núcleos de actividad.



Núcleo	Número de empresas	Porcentaje
Eléctrico	38	27,7%
Metalmecánica	32	23,4%
Gráfico	64	46,7%
Mecánica de vehículos	3	2,2%
Total	137	100%

De las empresas donde los cambios que realicen incrementarán el número de empleados, el 56% indica que el aumento será de diez a veinte por ciento; el 19% manifiesta que el incremento será de veintiuno a treinta por ciento, y el 10,2% indica que el aumento será menor a un diez por ciento. El porcentaje de incremento en el número de empleados, según Núcleo se muestra en el cuadro siguiente.



Cuadro No. 13
Porcentaje de aumento en el número de empleados
según Núcleo

Porcentaje de aumento	Eléctrico		Metal mecánico		Industria gráfica		Mecánica de vehículos	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Menos de diez por ciento	8	21.1%	2	6.3%	4	6.3%		
De diez a veinte por ciento	21	55.3%	17	53.1%	38	59.4%	1	33.3%
Del veintiuno al treinta por ciento	2	5.3%	8	25.0%	15	23.4%	1	33.3%
Del treinta y uno al cuarenta por ciento	2	5.3%	1	3.1%	1	1.6%	1	33.3%
Del cuarenta y uno al cincuenta por ciento	3	7.9%	2	6.3%	4	6.3%		
Del sesenta y uno al setenta por ciento					1	1.6%		
Del setenta y uno al ochenta por ciento	1	2.6%	1	3.1%				
Del ochenta y uno al noventa por ciento	1	2.6%						
Del noventa y uno al cien por ciento			1	3.1%	1	1.6%		
Total	38	100.0%	32	100.0%	64	100.0%	3	100.0%



Las empresas que tendrán un incremento del diez al treinta por ciento en su fuerza laboral como consecuencia de los cambios que piensan realizar, se encuentran en los Núcleos: 83% Industria Gráfica, Metalmecánica 78%, Mecánica de Vehículos 67% y Eléctrico el 61%

El 34% de las empresas vislumbran oportunidades de desarrollo en la incursión de nuevos mercados; el 18% en nuevos productos y el 15% en la diversificación de la producción.

De las empresas que vislumbran oportunidades de desarrollo en nuevos mercados, el 54% lo vislumbra en la incursión en mercados internacionales; el 42% a nivel nacional, y solamente el 4% no supo responder o se abstuvo de hacerlo.

Entre las oportunidades que las empresas vislumbran en nuevos productos, se mencionan entre otras las siguientes:

- | | |
|--|------|
| ▪ Modelos de automóviles | 8,2% |
| ▪ Servicio de repuestos, accesorios y mantenimiento industrial | 7,1% |
| ▪ Equipos de refrigeración | 5,9% |
| ▪ Productos de avances tecnológicos | 5,9% |
| ▪ Impresión digital | 5,9% |



III SITUACIÓN LABORAL Y DE RECURSOS HUMANOS

En este apartado se identifican las necesidades de personal nuevo en las empresas participantes a corto plazo (seis meses) y mediano plazo (tres años) y trata de conocer cuál es el grado de apertura (cultura de empleo) para incorporar mujeres al sector en áreas diversificadas midiendo actitudes, valores y cultura general de los y las empresarias en torno al empleo y género.

En el siguiente cuadro se muestran las necesidades de personal femenino de las empresas participantes en el estudio. Así como las características que debe poseer este personal y si esta necesidad es a corto o mediano plazo.



Cuadro No. 14
Necesidades de personal femenino

Área de trabajo	Cantidad de empleadas necesitadas	Número de empresas	Características		Necesidades	
Producción	De 1 a 5	50	Técnico	47,7%	Corto plazo	38,8%
	De 6 a 10	4	Graduado universitario	25,4%	Mediano plazo	59,7%
	De 11 a 15	1	Experiencia	13,4%	Ambos	1,5%
	De 16 a 20	1	Conclusión estudios primarios	4,5%	Total	100%
	Más de 21	6	Recomendaciones	4,5%		
	No sabe-No responde	5	Conclusión estudios secundarios	3,0%		
	Total	67	Tercer año de secundaria	1,5%		
		Total	100%			
Administración	De 1 a 5	48	Graduado universitario	61,4%	Corto plazo	35,1%
	De 6 a 10	2	Técnico	35,5%	Mediano plazo	63,2%
	De 11 a 15	-	No sabe-No responde	3,55	Ambos	1,8%
	De 16 a 20	1	Total	100%	Total	100%
	Más de 21	-				
	No sabe-No responde	6				
Total	57					
Ventas	De 1 a 5	21	Graduado universitario	66,7%	Corto plazo	41,7%
	No sabe-No responde	3	Técnico	12,5%	Mediano plazo	58,3%
	Total	24	Experiencia	12,5%	Total	100%
			Conocimientos en el área de mercadeo	4,2%		
			Conclusión estudios secundarios	4,2%		
		Total	100%			



Continuación...

Cuadro No. 14
Necesidades de personal femenino

Área de trabajo	Cantidad de empleadas necesitadas	Número de empresas	Características		Necesidades	
Mercadeo	De 1 a 5	16	Graduado universitario	83,3%	Corto plazo	22,2%
	No sabe-No responde	2	Técnico	11,1%	Mediano plazo	77,8%
	Total	18	Graduado en área de inglés	5,6%	Total	100%
			Total	100%		
Finanzas y contabilidad	De 1 a 5	17	Graduado universitario	66,7%	Corto plazo	22,2%
	De 6 a 10	1	Técnico	27,8%	Mediano plazo	77,8%
	Total	18	Auxiliar de contabilidad	5,6%	Total	100%
			Total	100%		
Servicios generales	De 1 a 5	14	Técnico	50,0%	Corto plazo	25,0%
	No sabe-No responde	2	Tercer año de secundaria	18,8%	Mediano plazo	75,0%
	Total	16	Conclusión estudios secundarios	18,8%	Total	100%
			Conclusión estudios primarios	6,3%		
			Experiencia	6,3%		
			Total	100%		
Otros	De 1 a 5	14	Técnico	64,7%	Corto plazo	17,6%
	De 6 a 10	1	Estudiante universitario	23,5%	Mediano plazo	82,4%
	De 16 a 20	1	Experiencia	5,9%	Total	100%
	Más de 21	1	Conclusión estudios primarios	5,9%		
	Total	17	Total	100%		



Continuación...

Cuadro No. 14
Necesidades de personal femenino

Área de trabajo	Cantidad de empleadas necesitadas	Número de empresas	Características		Necesidades	
Informática	De 1 a 5	14	Graduado universitario	86,7%	Corto plazo	13,3%
	De 6 a 10	1	Técnico	13,3%	Mediano plazo	86,7%
	Total	15	Total	100%	Total	100%
Recursos humanos	De 1 a 5	6	Graduado universitario	85,7%	Corto plazo	14,3%
	No sabe-No responde	1	Técnico	14,3%	Mediano plazo	85,7%
	Total	7	Total	100%	Total	100%



Se evidencia en el cuadro anterior que existe necesidad de personal femenino en todas las áreas indicadas, y en otras que no se especifican. Las tres áreas de trabajo donde el mayor número de empresas indica que tendrá necesidad de personal femenino son: Producción (67 empresas), Administración (57 empresas) y Ventas (24 empresas).

En el área de Producción cincuenta de las empresas participantes indican tener necesidad de una hasta cinco empleadas, igual cantidad de mujeres necesitarán cuarenta y ocho empresas en el área de Administración y veintiuna empresas en el área de Ventas.

Cabe resaltar que en el área de Producción tres empresas del Sub-núcleo Electrónica necesitarán 600 empleadas, en Electricidad dos necesitarán 300 mujeres y en Telemática una empresa necesitará 100 empleadas.

En cuanto a las características que debe poseer el personal femenino necesitado, el 48% de los que manifestaron tener necesidad de personal en el área de Producción indica que debe tener nivel técnico y el 25,4% que debe ser graduada universitaria, entre otras características. En el área de Administración el 61,4% indica que debe ser graduada universitaria y el 35,5% que debe poseer un nivel técnico. En el área de Ventas el 66,7% de las y los consultados que manifiestan necesitar personal femenino, indican que deben ser graduadas universitarias y el 12,5% nivel técnico.

Las necesidades de personal masculino y sus características se muestran en el cuadro siguiente:



Cuadro No. 15
Necesidades de personal masculino

Área de trabajo	Cantidad de empleados necesitados	Número de empresas	Características		Necesidades	
Producción	De 1 a 5	88	Técnico	60,0%	Corto plazo	37,7%
	De 6 a 10	11	Graduado universitario	14,8%	Mediano plazo	61,4%
	De 11 a 15	3	Experiencia	10,4%	Ambos	0,9%
	De 16 a 20	4	Conclusión estudios primarios	7,0%	Total	100%
	Más de 21	7	Conclusión estudios secundarios	5,2%		
	No sabe-No responde	1	Recomendaciones	0,9%		
	Total	114	Tercer año de secundaria	0,9%		
			No sabe-No responde	0,9%		
		Total	100%			
Administración	De 1 a 5	24	Graduado universitario	65,5%	Corto plazo	31,0%
	De 6 a 10	1	Técnico	31,0%	Mediano plazo	65,0%
	De 11 a 15	1	No sabe-No responde	3,5%	Ambos	4,0%
	No sabe-No responde	3	Total	100%	Total	100%
	Total	29				
Ventas	De 1 a 5	20	Graduado universitario	40,9%	Corto plazo	40,9%
	De 16 a 20	1	Técnico	22,7%	Mediano plazo	59,1%
	No sabe-No responde	1	Experiencia	18,2%	Total	100%
	Total	22	Conclusión estudios secundarios	13,6%		
			Conocimientos en el área de mercadeo	4,5%		
			Total	100%		



Continuación...

Cuadro No. 15
Necesidades de personal masculino

Área de trabajo	Cantidad de empleados necesitados	Número de empresas	Características		Necesidades	
Mercadeo	De 1 a 5	6	Graduado universitario	75,0%	Corto plazo	16,7%
	Total	6	Graduado en área de inglés	16,7%	Mediano plazo	83,3%
			Licencia de conducir	8,3	Total	100%
			Total	100%		
Finanzas y contabilidad	De 1 a 5	10	Graduado universitario	80,0%	Corto plazo	10,0%
	Total	10	Técnico	20,0%	Mediano plazo	90,0%
			Total	100%	Total	100%
Servicios generales	De 1 a 5	14	Técnico	52,9%	Corto plazo	29,4%
	De 6 a 10	1	Tercer año de secundaria	23,5%	Mediano plazo	70,6%
	Más de 21	1	Conclusión estudios primarios	11,8%	Total	100%
	No sabe-No responde	1	Experiencia	11,8%		
	Total	17	Total	100%		
Otros	De 1 a 5	21	Técnico	70,8%	Corto plazo	60,9%
	De 6 a 10	1	Estudiante universitario	8,3%	Mediano plazo	39,1%
	Más de 21	1	Experiencia	20,8%	Total	100%
	Total	23	Total	100%		



Continuación...

Cuadro No. 15
Necesidades de personal masculino

Área de trabajo	Cantidad de empleados necesitados	Número de empresas	Características		Necesidades	
Informática	De 1 a 5	12	Graduado universitario	84,6%	Corto plazo	7,7%
	De 6 a 10	1	Técnico	15,4%	Mediano plazo	92,3%
	Total	13	Total	100%	Total	100%
Recursos humanos	De 1 a 5	7	Graduado universitario	85,7%	Corto plazo	-
	Total	7	Técnico	14,3%	Mediano plazo	100%
			Total	100%	Total	100%



Las necesidades de personal masculino se encuentran principalmente en el área de Producción, Ventas y Otras sin especificar. Es importante resaltar que en el área de Producción una empresa del Sub-núcleo Electricidad señala que necesitará 250 hombres, en Electrónica tres empresa necesitarán 200, en Telemática una empresa necesitará 100 empleados, en Mecánica General una empresa necesitará 80 y en Prerensa una empresa necesitará 40, para un total de 720 empleados.

En cuanto a las características que debe tener el personal masculino que necesitarán en el área de Producción, el 60% de las personas entrevistadas manifiesta que deberán tener un nivel técnico y el 15% señala que deberán ser graduados universitarios. En el área de Ventas el 41% indica que deberá tener un nivel universitario y el 23% que debe tener un nivel técnico.

En los cuadros No. 14 y No. 15 se evidencia que en general el personal femenino que necesitarán las empresas deben tener niveles educativos superiores que el personal masculino.

Si bien es cierto que la inserción en el mercado laboral ha abierto una serie de posibilidades a las mujeres en el ejercicio de sus derechos; aún hoy podemos considerar la asimetría como producto de patrones tradicionales de perfiles genéricos vistos desde una diferencia biológica y no como las conductas, relaciones sociales, autovaloraciones, heterovaloraciones, autopercepciones, roles y posiciones sociales que es a lo que hace alusión el género bien entendido. Lo cual nos mantiene siempre en el ámbito de rompimiento de patrones.

Las necesidades de personal a corto (seis meses) o mediano (tres años) plazo se muestran en el cuadro siguiente.



Cuadro N° 16
Necesidades de personal a corto y mediano plazo
Según área de trabajo y sexo

Área	Corto plazo		Mediano plazo	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Producción	38,8%	37,7%	59,7%	61,4%
Administración	35,1%	31,0%	63,2%	65,5%
Ventas	41,7%	40,9%	58,3%	59,1%
Mercadeo	22,2%	16,7%	77,8%	83,3%
Finanzas y contabilidad	22,2%	10,0%	77,8%	90,0%
Servicios generales	25,0%	29,4%	75,0%	70,6%
Otros	17,6%	60,9%	82,4%	39,1%
Informática	13,3%	7,7%	86,7%	92,3%
Recursos humanos	14,3%	-	85,7%	100%

A corto plazo se evidencia que existe una necesidad superior de mujeres en todas las áreas, excepto en Servicios Generales y Otras sin especificar.

A mediano plazo las necesidades de personal masculino son superiores a las de personal femenino, excepto en Servicios Generales y Otras sin especificar donde las necesidades de personal femenino aumentan.

En las empresas participantes en el estudio no contratan mujeres en las siguientes áreas de trabajo.

Cuadro No. 17
Áreas de trabajo en las que no contrata mujeres

Áreas de trabajo	No.	Porcentaje
Producción	151	45,2%
En ningún departamento	84	25,1%
Contrata mujeres en todos los departamentos	57	17,1%
Servicios generales	6	1,8%
Finanzas y contabilidad	5	1,5%
Mercadeo	4	1,2%
Ventas	4	1,2%
Informática	4	1,2%
Administración	2	0,6%
Otras sin especificar	1	0,3%
No sabe-No responde	16	4,8%
Total	334	100,0%

Multirespuesta

El cuadro anterior evidencia la cultura de empleo de las empresas participantes en el estudio, donde no se contrata mujeres en áreas de trabajo que tradicionalmente han sido asignadas a los hombres como es el caso de Producción donde el 45,2% de las respuestas de las personas entrevistadas indican que no contratan mujeres. Asimismo, el 25,1% que indica que no contrata mujeres en ninguna área o departamento.

Las ochenta y cuatro empresas que indican que no contratan mujeres en ningún departamento se encuentran en los Núcleos Metalmecánica (45%), Industria Gráfica (30%), Eléctrico (20%) y Mecánica de Vehículos (5%).



En lo que se refiere a fortalezas y debilidades del personal femenino, las personas entrevistadas señalan, entre otras, las siguientes:

Fortalezas		Debilidades	
Responsabilidad	12,2%	No disponen de fuerza física	24,8%
Habilidad y versatilidad	11,3%	Embarazo o maternidad	14,6%
Orden y aseo	10,6%	Sensibles, vulnerables	8,6%
Ambición	7,9%	Ninguna	7,8%
Detallistas, minuciosas	7,7%	Asumen mayor control del núcleo familiar	6,2%
Buen trato y atención	5,7%	Ausencia por incapacidades o enfermedad	4,6%
Creatividad	5,0%	Se involucran con personal masculino	2,7%
Esforzada	4,6%	No sabe / No responde	18,6%
Inteligencia	4,5%		
Honestidad, lealtad	2,9%		
Mejor nivel educativo	2,2%		
Puntualidad	2,1%		
Paciencia	2,1%		
Control sobre los problemas	2,1%		
No sabe / No responde	9,8%		

Las principales fortalezas: Responsabilidad (12,2%), Habilidad y Versatilidad que poseen (11,3%) y Orden y Aseo (10,6%)

La mayoría de las debilidades de las mujeres en el ámbito laboral hacen referencia a situaciones familiares que afectan su productividad o desempeño en



el trabajo. Aspectos tales como: las ausencias por embarazo, enfermedades y el hecho de asumir un rol de jefatura en el hogar lo cual no les permite trasladarse a lugares fuera de su residencia, suman el 27% de las respuestas. Asimismo, el hecho de no poseer fuerza física representa el 24,7% de las debilidades señaladas.

Otro aspecto que se considera debilidad, son las relaciones afectivas que se involucran en el ámbito laboral cuando laboran mujeres para la empresa ya que el 2,7% de las respuestas hacen referencia a las relaciones que se dan con el sexo opuesto.

Sin embargo, cabe resaltar que solamente el 1,6% de las respuestas de las personas entrevistadas hacen referencia a la falta de preparación profesional o educativa de las mujeres para desempeñarse en el ámbito laboral.

En lo que se refiere a las fortalezas y debilidades del personal masculino señalan, entre otras, las siguientes:

Fortalezas		Debilidades	
Fuerza física	36,7%	Ineficientes	23,6%
Disponibilidad de tiempo	11,7%	Irresponsables	11,4%
Trabajador, mayor capacidad para el trabajo	6,6%	Ninguna	8,5%
No se incapacitan por maternidad	4,9%	Viciosos	6,2%
Habilidad y destreza	4,7%	Mal carácter	5,8%
Buenas relaciones en el trabajo	2,5%	Desordenados	5,6%
Dedicación	2,1%	Indisciplinados	4,7%
No sabe / No responde	11,3%	Impuntuales	4,0%
		Bajo nivel educativo	3,3%
		Se ausentan mucho	2,7%
		Irrespetuosos	2,2%



Las personas entrevistadas señalan como principal fortaleza de los empleados del sexo masculino la fuerza física (36,7%), la disponibilidad de tiempo (11,7%) y que son trabajadores, que tienen más capacidad para el trabajo (6,6%). Las debilidades más mencionadas de este sexo son: ineficientes (23,6%) e irresponsables (11,4%).

Las debilidades del sexo femenino se refieren más a características físicas como la maternidad, a discursos jurídicos mal interpretados como las incapacidades por esta última, pero nunca en cuanto a su responsabilidad, actitud al cambio y versatilidad.

Resulta interesante que la responsabilidad provocada en algunos casos, según las entrevistas, por el ejercicio del rol de jefa de hogar sea llevada a una percepción negativa en cuanto a su desempeño laboral, sin rescatar de este mismo rol el hecho de que hay un interés mayor en mantener un trabajo debido a que se cumple el papel de proveedora y se asumen los roles tradicionales de los hombres.

Es un hecho que existen diferencias físicas, y que muy probablemente la “mayoría” de los hombres tengan mayor fuerza física que las mujeres, pero ¿acaso la fuerza física es necesaria para el desempeño en cualquier ámbito laboral? La respuesta evidente es un rotundo NO, lo cual continúa indicando que hay que romper paradigmas, estereotipos; entrar a la sensibilización primaria de género podría ser la respuesta.

Las personas de la muestra señalan, entre otras, las siguientes características que deben poseer los empleados de los diferentes niveles de la estructura organizativa.



Nivel gerencial		Nivel de jefatura intermedia	
Graduado universitario	24,3%	Liderazgo y don de mando	15,7%
Honestidad	9,0%	Buena formación profesional	14,0%
No sabe-No responde	7,8%	Experiencia	11,8%
Experiencia	7,2%	Comunicación y relaciones públicas	7,7%
Liderazgo y don de mando	7,2%	Responsabilidad	7,5%
Comunicación y relaciones públicas	7,2%	Liderazgo y don de mando	
Nivel técnico		Nivel operativo	
Estudios o conocimientos	28,6%	Preparación en su área	18,7%
Experiencia	11,6%	Responsabilidad	10,0%
Responsabilidad	8,6%	Experiencia	9,8%
Capacidad	5,8%	Honestidad	6,5%
Honestidad	5,5%	Capacidad laboral	5,9%

Cabe resaltar que en todos los ámbitos, los porcentajes más elevados de respuesta hacen referencia a la preparación académica o conocimiento en su área, excepto a nivel de jefatura intermedia donde las y los entrevistados señalan, en porcentajes ligeramente superiores, liderazgo y don de mando como las características principales que deben poseer los empleados de este nivel.



IV. NECESIDADES DE CAPACITACIÓN Y VINCULACIÓN CON EL INA

En este apartado se evalúa la imagen del INA ante el sector empresarial y se analiza el uso y beneficio de los servicios que esta institución brinda.

a. Necesidades de capacitación

Las personas entrevistadas señalan que requieren capacitación en las siguientes áreas, entre otras:

▪ Administración	19,9%
▪ Metalmecánica	11,1%
▪ Mecánica automotriz	5,1%
▪ Refrigeración	4,7%
▪ Producción	3,8%
▪ Impresión	3,5%
▪ Electricidad	2,8%
▪ Computación	2,5%
▪ Gerencia	2,2%

Las principales temáticas en las cuales debe desarrollarse la capacitación son, entre otras, las siguientes:

▪ Servicio al cliente	10,1%
▪ Manejo de paquetes de cómputo	7,4%
▪ Manejo de máquinas	6,3%
▪ Normas de control de calidad	4,9%
▪ Recursos humanos	4,7%
▪ Refrigeración industrial	4,4%



- Relaciones humana y ética 4,4%
- Organización y administración 4,4%

En lo que se refiere a la manera de mejorar la inserción de la mujer en el sector de actividad de las empresas, las y los empresarios entrevistados indican las siguientes:

- Brindarle oportunidades para capacitarse 35,3%
- Mostrando mayor interés en sus labores u oficio 14,1%
- Fomentar el respeto hacia la mujer
eliminando el machismo con campañas publicitarias 11,2%
- Empresas sean más flexibles y se les dé mayor
Oportunidades de capacitación 10,9%
- Centros educativos se preocupen por
prepararla bien 5,0%
- Nada se puede hacer 3,5%
- No sean tan débiles de carácter 2,9%
- No involucrándose con el personal masculino 1,8%
- Recibir más apoyo para el cuidado de sus hijos 0,9%
- Leyes que apoyen más a la mujer 0,9%
- La mujer ya se ha involucrado en el sistema laboral 0,6%
- No sabe / No responde 12,9%

Es evidente que la capacitación es la mejor herramienta para mejorar la inserción de la mujer en los sectores productivos. Si unimos respuestas como: mayor capacitación, flexibilidad de las empresas para la capacitación y calidad de la enseñanza en los centros educativos, suman un 51% de las respuestas que hacen referencia a la capacitación de la mujer.



b. Vinculación con el INA

Es importante hacer notar que el 90% de las y los empresarios entrevistados conoce los servicios que brinda el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA). De los servicios que conocen, el 63% manifiesta que conoce el servicio de capacitación, el 4% dice conocer el de asesoría y el 32% indica que conoce ambos servicios.

El 24,4% de las personas entrevistadas nunca han recibido servicios del INA. Entre las empresas que sí han recibido los servicios de esta institución existe una tendencia positiva en lo que al grado de satisfacción con los mismos se refiere, ya que el 67% de las y los consultados manifiesta encontrarse muy satisfecho o satisfecho con los servicios recibidos, y solamente el 22% indica encontrarse medianamente satisfecho, insatisfecho o totalmente insatisfecho con los mismos.

El 95% de los consultados manifiesta tener interés en recibir información sobre el INA y los medios principales por los cuales desean recibir esta información son principalmente:

- Internet
- Boletín
- Fax
- Revista

El 63% de las empresas participantes en el estudio tienen dentro de su fuerza laboral personal capacitado por el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), en las áreas siguientes, entre otras:



▪ Mecánica de precisión	10,6%
▪ Electricidad	8,5%
▪ Refrigeración	7,3%
▪ Soldadura	5,9%
▪ Mecánica general	5,6%
▪ Mecánica automotriz	4,1%
▪ Electrónica	3,8%
▪ Administración	3,2%

En lo que respecta a las ventajas del personal técnico que provienen del INA con respecto al que proviene de Colegios Técnicos, las y los empresarios mencionan, entre otras, las siguientes: Conocimiento y Preparación (41,2%), Experiencia y Práctica (18,4%).

Aún cuando el 38,6% de las personas entrevistadas se abstuvo de responder, cuando se trata de contratar personal nuevo prefieren a:

▪ Los técnicos del INA	38,9%
▪ Los técnicos de los colegios técnicos	11,1%
▪ Los técnicos del COVAO	8,2%
▪ Los técnicos provenientes de una escuela privada o colegio universitario.	3,2%



PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL FOCUS GROUP



1. Diferencias sustantivas entre el hombre y la mujer

- La fuerza física del hombre
- La mujer es más apegada a la familia
- La mujer aprende de forma más rápida, y se empeña más
- Es más emocional y calcula más las cosas
- Ambos son inteligentes, pero la mujer maneja más la inteligencia emocional
- La cultura y la socialización, marcan espacios y áreas preceptivas en torno a la mujer y su actividad. Las diferencias más que naturales, son culturales
- A pesar de las diferencias culturales la vida ha cambiado. Actualmente estamos en una tendencia de disminuir cada vez más las diferencias de género
- La mujer ha avanzado más en ciertos campos
- Para algunos participantes masculinos las mujeres presentan debilidades y pérdida de capacidad como consecuencia de los enamoramientos. Ellas buscan apoyo y pierden su concentración.

En conclusión las diferencias encontradas son más de carácter perceptivo y culturales y menos naturales. Cada quien mira de forma relativa la situación de la mujer, sin llegar a una conclusión definitiva o a un consenso.



2. Ventajas y desventajas del trabajo femenino. Su incidencia en el ámbito laboral

CUALIDADES	DEFECTOS
Dedicación	Se compromete amorosamente
Organizados	Muy sensibles
Trabajo en equipo	Irritables
Responsabilidad	Rencorosas
Inteligente	Posee mayor responsabilidad familiar
Conoce más sus oficios	Los trabajos deben ser escogidos a su género o preparación equivalente
Más cuidadosa	Confianzudas
Excelente compañera	Incapaz de utilizar la fuerza física
Puntuales	Emocional
Obediente	Expresiva
Analítica	Se ausenta del trabajo
Polifuncional	Poca disponibilidad de horarios
Emprendedora	Se enferma con frecuencia
Eficiente	Embarazo
Culta	Llegadas tardías
Independiente	Hablan mucho
Facilidad de aprendizaje	Sentimentales
Hábiles	Falta de carácter
Activas	
Leales	
Perseverante	
Persuasiva	
Espontánea	
Colaboradora	
Involucrada con la empresa	
Económica	
Le gusta enseñar a los compañeros	
Más fáciles de manejar	
Serviciales	
Carácter	
Buen trato	
Tiene más belleza	



- No son aptas para desempeñar funciones que impliquen movilizar cargas pesadas.
- El trabajo mixto (hombres y mujeres) se contribuye en algo complicado y delicado en una empresa.
- El peso cultural, los prejuicios y estereotipos en torno a la mujer son grandes y limitativos.
- Cuando una mujer toma o adquiere un poder importante en la empresa, se vuelve despiadada y dominante.
- La mujer le pone espiritualidad al trabajo. Generan estados emocionales atractivos a sus miembros.
- La mujer es más fácil involucrarla en el cambio. Se adapta mejor a los procesos de transformación.
- Las leyes sobre maternidad se constituyen en un factor limitativo a la mujer. Muchas empresas evitan contratar mujeres en edades o situaciones propensas a quedar embarazadas. La ventaja legal se convierte en una desventaja. Igualmente las mujeres se aprovechan de tales circunstancias
- El rompimiento de esquemas es más fácil con las mujeres.



3. De acuerdo a la preparación técnica profesional de la mujer en Costa Rica, en términos generales, ¿cuáles puestos comparativamente con el hombre pueden ocupar, y cuáles no?

PUESTOS QUE PUEDE DESEMPEÑAR	PUESTOS QUE NO PUEDE DESEMPEÑAR
Administrativos	Trabajos pesados
Labores livianas	En los que los horarios sean extensos
Diagnóstico	Gerente de servicios
Servicio al cliente	Mecánica general
Control de inventario	Jefatura de planta de producción
Proveeduría	Policía o Guarda
Recursos Humanos	Mecánica pesada
Conductor de autobús o taxi	Chofer de trailer o equipo pesado
Operador de montacargas	Construcción
Piloto	En cuidado de estacionamientos
Operador de tractor	Oficiales de seguridad en horario nocturno
Vigilante	Mataderos
Mecánica en soldadura	Operario de máquina pesada
Chequeador de buses	Mantenimiento de equipo
Despachador	Mensajería
Gerencia	Prensista
Empresario	Guillotínista
Medicina	
Ingeniería	
Arquitectura	
Contabilidad	
Derecho	
Educación	
Psicología	
Cómputo	
Secretariado	
Encuadernadora o Diseñadora	
Gráfica	
Recepcionista	



4. AREAS DE TRABAJO EN QUE LAS MUJERES SON VERDADERAMENTE COMPETENCIA PARA EL HOMBRE

- Administrativa
- Salud
- Oficinista
- Ventas
- Educación
- Medicina
- Pediatría
- Finanzas
- Contabilidad
- Recursos humanos
- En todas las áreas

5. PUESTOS O ACTIVIDADES EN LAS QUE NUNCA CONTRATARIA UNA MUJER

- Fuerza física
- Mecánica general
- Jefe de taller mecánico
- Jefe de bodega
- Mecánica pesada
- Construcción
- Levantamiento de cargas
- Jefe de planta



- Operador de máquina litográfica

En el grupo se manifestaron posiciones de aceptación de la mujer en puestos nuevos, pero siempre con un cierto grado de prioridad masculina. Labores como mecánica automotriz, en igualdad de condiciones se prefiere a un hombre. La mujer tiene que demostrar su capacidad para poder competir con el hombre.

A la mujer se le ubica más en labores administrativas, gerenciales, finanzas, ventas, mercadeo, informática, conductores o chóferes, montacarguistas, operadoras de máquinas.

Se deben romper paradigmas y prejuicios. La excusa común es “ No están capacitadas para labores pesadas”.

En términos de autoridad ¿qué es preferible, ser mandado por un hombre o por una mujer?. Las mujeres presentes respondieron que en general preferían al hombre. Se sienten más seguras con el hombre, piensan que se puede incurrir menos en abuso de autoridad, avasallamiento.

En el caso de los hombres por unanimidad se manifestó la preferencia a ser mandados por hombres. Como señalaba alguien, “ Con un hombre yo me puedo madrear, con una mujer o dama, no lo puedo hacer”.

**La tradición, la costumbre, el ambiente cultural,
la práctica cotidiana, reafirma posiciones en el hombre,
y en gran medida induce a las mismas mujeres
a imponerse limitaciones.**



Una mujer decía; “ No me acostumbro a ver a una mujer atendiendo una gasolinera o de chofer de bus”.

Existen arquetipos o modelos que reafirman espacios de inserción de la mujer, y entorpecen a otros. No es un problema perceptivo de un sexo versus el otro, es una cultura compartida.



CONCLUSIONES GENERALES



1. SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS EMPRESARIALES

En este apartado se realiza una descripción socioeconómica de las empresas participantes en el estudio y se analiza la visión de los representantes del sector empresarial respecto al sector al que pertenecen.

El 54,1% de las empresas participantes en el estudio son Pequeñas Empresas (de cinco a veinte empleados), el 30,7% son Empresas Medianas (de veintiuno a setenta empleados), el 14,2% son Empresas Grandes (más de setenta y un empleados), y el 0,9% son Microempresas (de uno a cuatro empleados). Los Núcleos donde está el mayor porcentaje de empresas grandes son: Eléctrico (33,3%) e Industria Gráfica (10%).

El 40% de las empresas participantes en el estudio tiene dieciséis años o más de operación y se encuentran distribuidas de la siguiente manera: Eléctrico 59,2%, Mecánica de Vehículos 42,8%; Industria Gráfica 38,5% y en Metalmecánica el 25,5%. En este último Núcleo el 61% de las empresas tiene menos de cinco años de operar en el mercado.

Existe una clara tendencia, reflejada en el Cuadro N° 7, en las empresas participantes en el estudio a contar con menos personal femenino que masculino. Las empresas que no cuentan con personal femenino dentro de su fuerza laboral se encuentran distribuidas de la siguiente manera según las regiones del país:

- Central Oriental 46,9%
- Central Occidental 15,1%
- Huetar Atlántica 10,6%
- Huetar Norte 9,0%
- Pacífico Central 9,0%



- Brunca 4,5%
- Chorotega 4,5%

El 48% de las empresas del Núcleo Metalmecánica no tiene personal femenino dentro de su fuerza laboral, el 12% del Núcleo Eléctrico y 7% del Núcleo Industria Gráfica indicaron la misma situación.

El 49% de las empresas se encuentra en una etapa de crecimiento. El 40% de estas empresas se encuentra en la Industria Gráfica, el 30% en el Núcleo Eléctrico, el 28% en el Núcleo Metalmecánica y el 3% en Mecánica de Vehículos. El 38% de las personas entrevistadas señalan que el sector económico en el que se desenvuelven sus empresas se encuentra en crecimiento. Esto representa oportunidades en el ambiente laboral de dichos sectores para la generación de empleo, destacándose en ambos casos los Núcleos Industria Gráfica y Eléctrico.

Asimismo, es importante resaltar el hecho que 76% de las empresas realizarán cambios importantes en los próximos tres años y en el 57% de ellas, estos cambios incrementaran el número de empleados.

2. SITUACIÓN LABORAL Y DE RECURSOS HUMANOS

Las necesidades de personal nuevo en las empresas participantes a corto plazo (seis meses) y mediano plazo (tres años) plazo y trata de conocer cuál es el grado de apertura (cultura de empleo) para incorporar mujeres al sector en áreas diversificadas midiendo actitudes, valores y cultura general de los empresarios en torno al empleo y género.



Las necesidades de personal femenino en las empresas participantes son especialmente en el área de Producción, Administración y Ventas y es necesario resaltar que en el Núcleo Eléctrico es donde se da la mayor necesidad de mujeres en el área de Producción donde seis empresas necesitarán mil empleadas.

Asimismo es importante resaltar que el 48% de las empresas no contratan mujeres en el área de Producción y que el 27% no contrata mujeres en ninguna área o departamento. Las ochenta y cuatro empresas que indican que no contratan mujeres en ningún departamento se encuentran en los Núcleos Metalmecánica (45%), Industria Gráfica (30%), Eléctrico (20%) y Mecánica de Vehículos (5%)

En resumen, la participación laboral femenina, todavía hoy, no es vista en toda su magnitud debido a una serie de prejuicios culturales que restringen el ámbito de acción de las mujeres a lo privado y secundario, otorgándole a los hombres el escenario de lo público.

Estos prejuicios culturales se escudan en características físicas de la mujer más que en aptitudes; por ejemplo, se señalan como debilidades para lograr su contratación la situación de la maternidad y las garantías laborales como los cuatro meses de incapacidad, etc., todo ello en contraste evidente con las fortalezas que las mismas empresas empleadoras le señalan a las mujeres, como son la responsabilidad, habilidad y versatilidad, entre otras.

Hay una valorización social y económica de las ocupaciones con una mayor presencia femenina en las políticas de orientación ocupacional y de selección de personal, de ahí que sea necesario tomar acciones en el rompimiento de estos esquemas previos.



Sería conveniente establecer campañas de educación que no sólo resalten los derechos de las mujeres, sino también que sensibilicen hacia las fortalezas de las mujeres, resaltando que aquellas debilidades que se mencionan en la página treinta y seis de este documento, pueden volcarse en oportunidades u opciones de nuevas actividades laborales dependiendo del Núcleo o Subsector.

Lo anterior ayudaría a contrarrestar el que las necesidades de personal femenino a largo plazo disminuyan, ya que con dichas campañas se podría generar la demanda.

3. NECESIDADES DE CAPACITACIÓN Y VINCULACIÓN CON EL INA

En este apartado se evalúa la imagen del INA ante el sector empresarial y se analiza el uso y beneficio de los servicios que esta institución brinda.

Es importante resaltar que el 90% de las personas entrevistadas conoce los servicios que brinda el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), y que el 63% conoce los servicios de capacitación. Asimismo, el 76% ha recibido los servicios de esta Institución y el 67% de ellos se encuentra muy satisfecho o satisfecho con los servicios recibidos. Este aspecto es positivo para el INA.

Como ha sido señalado, al INA le corresponde una participación más activa en la capacitación de mayor personal femenino, en el Núcleo Eléctrico, para mencionar alguno, ya que la demanda se establece a corto y mediano plazo

Sería de extrema utilidad promover políticas que incentiven la contratación de mujeres, al menos temporalmente, el recurrir a acciones afirmativas ayudaría al rompimiento de estereotipos culturales y esquemas aprehendidos durante la



socialización primaria que son los que más inducen a pensar en el hombre hacia lo público y la mujer en lo privado.

Estas campañas podrían cubrir aspectos de información, orientación y divulgación del potencial laboral femenino, tendiente al rompimiento de actitudes patriarcales, y que a su vez procuren un reconocimiento y valoración de la mano de obra femenina en todos los niveles.

Así pues, toda iniciativa que se tome con la intención de fomentar la inserción laboral de las mujeres deberá al menos procurar tres condiciones básicas:

1. Fortalecimiento personal y colectivo de las mujeres
2. Capacitación técnica
3. Garantizar políticas de promoción de inserción laboral y productiva.

Existe a través de instituciones del Estado, programas de generación de incentivos económicos en el proceso de capacitación técnica, que convendría analizar en su oportunidad, dependiendo del perfil socioeconómico de las participantes en dicho proceso.

En el cruce del estudio cuantitativo con el cualitativo realizado, se sustentan las anteriores conclusiones ya que a lo largo de ambos análisis se visibiliza el hecho de que en sí la problemática es más sociocultural que de cualquier otra naturaleza ya que existen modelos que reafirman espacios de inserción laboral de la mujer y entorpecen a otros.

Por ello es que se deben realizar ingentes esfuerzos para romper los perfiles de identidades genéricas, que limitan las potencialidades de las personas, sean éstas hombres o mujeres. Es necesario romper con la idea arraigada en nuestros antepasados de que hablar de mujer es pensar en una persona débil



física y emocionalmente, sumisa, con oficios exclusivamente reproductivos, sensual, pasiva, dependiente, y que hablar de hombre es todo lo contrario a lo anterior. Es indispensable que los discursos que se interioricen en la población en general, logren romper con estos estigmas sociales, que cortan las potencialidades de las mujeres invisibilizándola como persona activa, sujeto transformador de la realidad social y le niegan por otra parte al hombre su derecho a expresar emoción, sensibilidad y hasta sus sentimientos por encajar en lo que se espera de ellos como macho-masculino.

Por ello, resulta de interés crear condiciones para la inserción laboral de la mujer en áreas que han sido eminentemente dadas a los hombres. Generando espacios nuevos a ese 51% de la población costarricense se logrará alcanzar mayores índices de salud, educación, participación política, económica y otras, se hablará entonces de un verdadero desarrollo humano sostenible ya que en efecto de cascada se logrará alcanzar a la mayor parte de la población costarricense. Importa resaltar que no se trata de desplazar al hombre sino más bien posicionarse a la par de él, trabajando hombres y mujeres por el desarrollo social de nuestro país.