

RED MUJER Y TRABAJO

PROPUESTA DE PROYECTO

**CAMPAÑA MULTIMEDIAL DE SENSIBILIZACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE
LA INCORPORACIÓN SIGNIFICATIVA DE LA MUJER EN EL MERCADO
LABORAL DE OCUPACIONES TÉCNICAS Y NO TRADICIONALES**

Diciembre de 2000

INDICE DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN	3
II.	ANTECEDENTES	4
III.	OBJETIVOS DEL PROYECTO	10
IV.	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	11
V.	DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DEL PROYECTO	19
VI.	ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO	21
VII.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y ORGANIZACIONALES	23
VIII.	COSTOS ESTIMADOS DEL PROYECTO	24

I. INTRODUCCIÓN

Las acciones realizadas en los últimos años por la Red Mujer y Trabajo en coordinación con el Instituto Nacional de Formación Profesional (INAFORP), con el Consejo del sector Privado para la Asistencia Educativa (COSPAE) y con el auspicio de la Agencia de Cooperación Alemana (GTZ), han estado abocadas a la promoción, formación, sistematización y fortalecimiento del Sistema Dual en Panamá, y de hecho han permitido el inicio de una plataforma que propicia una nueva cultura de equidad laboral en áreas técnicas tradicionales y no tradicionales.

Se es consciente de que "los patrones socioculturales y el sistema económico que lo impulsa mantienen la tendencia preferencial masculina en todos los órdenes del desarrollo productivo del país". Es por ello que la realización de una campaña multimedial de sensibilización e información sobre la incorporación significativa de la mujer en el mercado laboral de ocupaciones técnicas y no tradicionales, constituye en estos momentos un importante eslabón para la cadena de acciones que la Red ha planificado a favor de la igualdad de oportunidades.

De hecho no es nueva la iniciativa, ya que desde su conformación, la Red ha priorizado todos aquellos aspectos que tienen que ver con la sensibilización de los (as) actores (as) del Sistema de Formación Dual: instructores (as), facilitadores (as), empresarios (as), funcionarios (as) de entidades gubernamentales y sociedad en general.

La presente propuesta busca el desarrollo e implantación de una estrategia de sensibilización, que propicie la participación protagónica de la mujer en el diseño y ejecución de un desarrollo que involucre los distintos aspectos de la realización humana. Poniéndose especial énfasis en el rol que le toca jugar al sector empresarial en el desarrollo y formación de las mujeres, así como a las propias aprendizas y a la sociedad en general.

II. ANTECEDENTES

En la pasada conferencia de Bejim realizada en 1995, en donde se aprobó una plataforma de acción para la mujer y a la cual se suscribieron todos los gobiernos miembros de las Naciones Unidas, se establecen las acciones que deben ser adoptadas nacional e internacionalmente para garantizar una participación igualitaria en la economía y en el mercado laboral.

Esta plataforma fue revisada y evaluada en este año 2,000, con la finalidad de determinar el grado de cumplimiento de cada gobierno de las acciones establecidas.

Cada uno de estos objetivos constituye un importante antecedente que se constituye en el preámbulo de acciones como los es la realización de una Campaña multimedial de sensibilización e Información sobre la incorporación significativa de la mujer en el mercado laboral de ocupaciones técnicas y no tradicionales.

A partir de la década del '90 el movimiento de las mujeres adquirió una significativa presencia y un gran reconocimiento en la vida nacional mediante el ejercicio de una campaña de denuncia contra la violencia y la discriminación de la mujer e igualmente se mantuvo una constante lucha por lograr mayores y mejores oportunidades para las mujeres en todos los espacios de la sociedad.¹

De igual manera, en el Informe Nacional sobre la Situación de la Mujer se reconoce la necesidad de apoyar las acciones encaminadas a mejorar la inserción de las mujeres en el mercado nacional de oficios tradicionales y no tradicionales, con miras a promover condiciones igualitarias entre mujeres y hombres.

¹ Existe una extensa bibliografía de referencia sobre el avance del movimiento de mujeres nacional e internacional. Entre otras están, Urania Ungo, **Para cambiar la vida: política y pensamiento del feminismo en América Latina**. Ana Ma. Portugal, **El Siglo de las Mujeres**, publicación de Isis Internacional. Virginia Vargas **Como Cambiar el mundo sin perdernos** y de CLADEM **Cumbres Consensos y Después...**

La Plataforma de Acción para la Mujer aprobada por las Naciones Unidas en la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer realizada en Beijing en 1995. La aprobación y ratificación oficial de este documento por los gobiernos constituye un importante antecedente de las acciones que se realizan en pro de la igualdad de oportunidades.

Es precisamente dentro de este contexto que se considera como un hecho trascendental, el reconocimiento que hizo el gobierno panameño de la Plataforma de Acción para la Mujer y de la Convención para la Eliminación de todas las Formas de discriminación contra la Mujer (CEDAW)² lo cual sirvió como base legal para orientar las acciones públicas y hacer propuestas novedosas en el campo de la educación, la salud, el empleo, entre otras.

El movimiento de mujeres a nivel nacional, retroalimentado y fortalecido con los avances que se venían alcanzando en el plano internacional, también se había dispuesto incidir en las decisiones del gobierno de turno. Para ello se inició a partir de 1992 un proceso de concertación y reflexión que involucró a un gran número de organizaciones que promovían los derechos de las mujeres que concluyó con el diseño del **Plan Nacional “Mujer y Desarrollo”** bajo el lema: **“Construyamos el Futuro con Equidad”**. En este documento se recopiló las principales demandas y recomendaciones en materia de políticas públicas, identificadas por el movimiento de mujeres.

Entre las principales demandas que se recogieron en el Plan se encontraban:

- ◆ La modificación de todas las leyes discriminatorias contra la mujer;
- ◆ La incorporación plena de la mujer al proceso de desarrollo sostenible.
- ◆ La promoción de la igualdad de oportunidades, deberes y derechos en el ambiente laboral.
- ◆ La adecuación de los programas de educación formal y no formal y de capacitación técnica para facilitar el acceso de las mujeres a nuevas oportunidades de trabajo mejor remuneradas.
- ◆ Impulsar la formación técnico-profesional de mujeres jóvenes en oficios no tradicionales.

² Dirección Nacional de la Mujer, *Plan Nacional Mujer y Desarrollo: 1996-2001*. Colección Doc. N°5, Marzo de 1996.

Se promueve la incorporación de mujeres en oficios no tradicionales:

Con el impulso que el movimiento de mujeres a la incorporación de la perspectiva de género en las Políticas Públicas, a partir de los años noventa algunos organismos gubernamentales y no gubernamentales que trabajan con mujeres, también se interesaron en incluir en sus respectivas agendas acciones que pretendían, entre otras cosas, lograr una mayor incorporación de las mujeres en oficios técnicos "no tradicionales".

Todo esto supuso el surgimiento de una serie de cambios importantes en las estructuras educativas y más específicamente las de formación técnico-profesional, a fin de que se propiciara la incorporación de las mujeres en este tipo de carreras y su posterior inserción en el mercado laboral. Para lo anterior, se requirió diseñar una estrategia realista que comprometiera a todos los entes involucrados, (organismos no gubernamentales y gubernamentales, mujeres, empresarios, fundaciones, etc.) para alcanzar este objetivo.³

En octubre de 1994 seis (6) organizaciones deciden como acción concreta agruparse en lo que denominaron la: Red Mujer y Trabajo (RTM). Estas Organizaciones no Gubernamentales (ONGs) fueron: Centro de la Mujer Panameña (CEMP), Fundación para la Promoción de la Mujer, (FUNDA-MUJER), Centro para el Desarrollo de la Mujer (CEDEM), Centro de Estudios y Acción Social Panameño (CEASPA), Corporación de la Micro y Pequeña Empresa (COMISEIN), Federación Nacional de Mujeres de Negocios y Profesionales de Panamá (FNMNPP). Esta última permaneció como integrante de la Red sólo hasta 1997.

El apoyo de la Red Mujer y Trabajo a l Programa Dual se definió en los siguientes términos:

- Promoción y Divulgación del Proyecto de Formación Dual, tanto en el sector empresarial como a las estudiantes.
- Actividades de Formación de Género, desarrollo humano y autoestima, dirigido principalmente a estudiantes de ambos sexos y monitores del Proyecto de Formación Dual.

- Búsqueda de apoyo político en instancias gubernamentales.
- Actividades periódicas de seguimiento y evaluación del desempeño de las aprendizas”⁴

Todo el esfuerzo realizado permitió crear las condiciones necesarias para establecer una alianza entre INAFORP COSPAE y la Red Mujer y Trabajo (RMT). De allí que fue necesario elaborar un Acuerdo de Asistencia Técnica, que se firmó entre las partes el cual estableció “actuar de manera conjunta para contribuir al desarrollo del Programa Dual a fin de brindar oportunidades de capacitación laboral práctica y teórica a la mujer incrementando la participación de la mujer en dicho programa”⁵.

A través de este acuerdo la RMT se comprometió, entre otras cosas, a:

- Proporcionar apoyo logístico para los trabajos de supervisión de las aprendizas.
- Participar en la elaboración, discusión y elaboración del Plan Operativo anual
- Promover paquetes audiovisuales, cuñas documentación paquetes psicológicos y pedagógicos u otro material que facilitara la promoción y formación de las aprendizas.
- Ofrecer charlas a las aprendizas sobre legislación laboral, género, planificación familiar y desarrollo humano.
- Darle publicidad y promoción al proyecto con el fin de contar en el futuro con una legislación acorde al Sistema.
- Producir trimestralmente un boletín informativo sobre las actividades que realiza de la Red, y distribuirlas dentro de los miembros participantes.
- Elaborar proyectos y gestionar financiamiento interno o externo acorde a las necesidades de la Red con miras a dotar al proyecto de equipo y material necesario para su continuación.
- Ofrecer asistencia técnica y capacitación en género al Programa Dual.

³ Informe de Avance. Integración de la Mujer a la Formación Profesional Dual. Silma Pinilla Díaz. Panamá, 1995.

⁴ Pinilla Díaz, Sima. Informe de Avance Integración de la Mujer a la Formación Dual Panamá 1995. Pág. 6

⁵ INAFORP. Memoria Anual 1995

En 1998 la RMT a través de PROIGUALDAD y de la GTZ, logra obtener financiamiento para fortalecer las acciones realizadas en apoyo al programa de incorporación de mujeres a la formación profesional dual en condiciones de igualdad. Igualmente, a raíz de este programa se crea en el INAFORP la oficina para Asuntos de la Mujer y se logra un financiamiento para incorporar el enfoque de género en los Programas del INAFORP.

III. OBJETIVOS:

GENERAL:

- Promover entre los (as) empresarios (as) y la sociedad panameña en general, prácticas y actitudes favorables a la inserción de mujeres en el mercado laboral panameño en condiciones de igualdad.

ESPECÍFICOS:

- Diseminar, entre la opinión pública los principios y lineamientos estratégicos del Programa Dual con enfoque de género.
- Posicionar la oferta del Centro de Formación Dual en el mercado de capacitación.
- Potenciar la disponibilidad y la intervención de empresarios (as) y demás sectores de la sociedad para la inserción de Mujeres en el Mercado Laboral Panameño en condiciones de equidad.
- Fortalecer la promoción y difusión de la oferta de formación laboral dirigida principalmente a mujeres de bajos ingresos.
- Posicionar en la opinión pública la labor que realiza la Red Mujer y Trabajo para lograr un inserción más equitativa de la mujer en el mercado laboral

IV. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO:

La brecha entre regiones y grupos sociales tiende a profundizarse cada vez más, lo cual exige la necesidad de reflexionar y actuar de manera efectiva para el fortalecimiento y la proliferación de políticas dirigidas a lograr un mayor crecimiento equilibrado en igualdad de oportunidades. La igualdad es un requisito fundamental para el desarrollo y concierne no sólo a mujeres, sino que más aun, a la sociedad en su conjunto.

Según datos del último censo nacional la PEA femenina ha crecido de manera constante, vemos hoy día que la duplicación numérica de este importante indicador es real y nos lleva a hacer ciertas interpretaciones importantes en cuanto a la presencia de la mujer en el proceso productivo nacional, no obstante las inequidades la han mantenido en los estratos más bajos de las categorías ocupacionales.

LA SITUACIÓN DE LA MUJER

La situación de la mujer en Panamá ha cambiado durante los últimos años. Los cambios más notables se refieren:

- ◆ A la fuerte inserción de las mujeres en el mercado de trabajo;
- ◆ A la reversión de la brecha educacional entre los sexos;
- ◆ Al aumento de hogares liderados por mujeres;
- ◆ A la mayor proporción de la mujer entre los más pobres;
- ◆ A la disminución de la tasa de natalidad iniciada en los años sesenta.

Lo anterior señala tanto una situación preocupante para la mujeres panameñas, como adelantos que aportan a generar el contexto para una mayor equidad entre los sexos. Empero, la participación de la mujer en los procesos de toma de decisión a nivel nacional, provisional y municipal sigue siendo muy baja.

Según los censos de Población y Vivienda de 1990, las mujeres son aproximadamente el 50% de los 2.3 millones de habitantes del país. De la población rural (1,077,774), las mujeres representan menos de la mitad (46.9%), efecto de la migración de mujeres hacia las

zonas urbanas del país. Como se ha señalado anteriormente, esta migración se debe a las fuertes limitaciones que enfrentan las mujeres en el campo en tener acceso a créditos, tierra cultivable, vías de comercialización de lo que producen y empleo remunerado, elementos que llevan a su éxodo hacia la zona metropolitana que concentra la producción y el consumo nacional y sigue siendo un polo de atracción poblacional. Véase Anexo No. 1

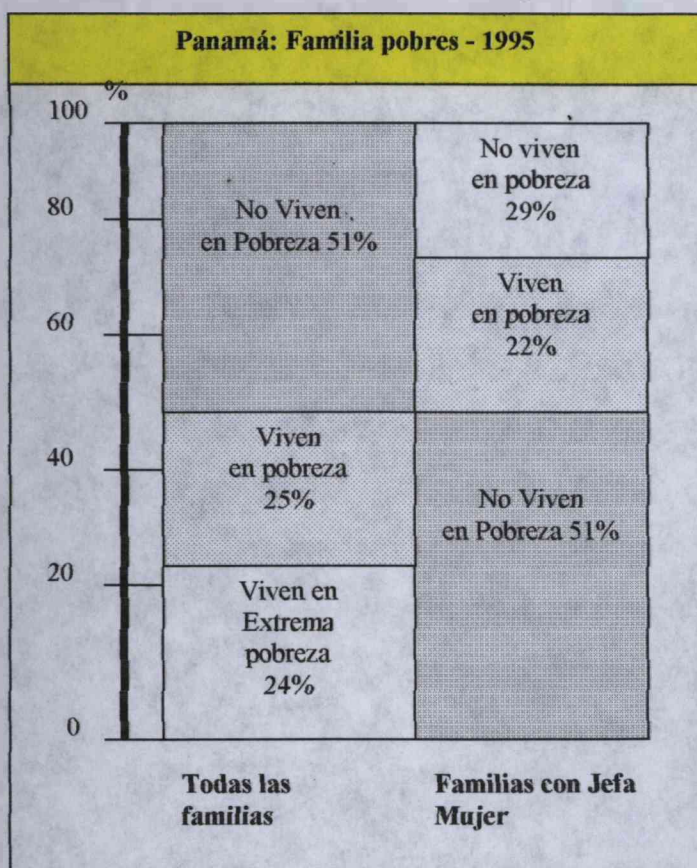
En cuanto a Educación, según los censos de 1990, el porcentaje nacional promedio de analfabetismo de la población de 10 años y más de edad, era de 10.7%, con 10.3% para los hombres y 11.1% para las mujeres. En los grupos indígenas, se observa un promedio de 44.3%, siendo el mismo de 35.9% para los hombres y el 53.2% para las mujeres. Véase Anexo No. 2.

En lo que a EMPLEO se refiere, los problemas asociados a la inserción laboral tienen una estrecha relación con la pobreza y afecta en mayor medida a las mujeres que a los hombres. Según los censos de 1990, la Tasa de Desempleo Abierto, TDA, de 21.6% entre las mujeres era muy superior a la masculina con un 13.7%. Las mujeres económicamente activas se concentran en las provincias de Panamá y Colón,, las que presentan la mayor proporción de mujeres ocupadas entre las de 15 años y más (33.4% y 28.5% respectivamente), seguidas por Chiriquí y Herrera, y duplicando las tasas de participación en Bocas del Toro y Coclé.

Las provincias de Panamá y Colón también concentran, en 1990, los hogares que tienen como jefe a una mujer, ascendiendo al 25.2% y 25.4% respectivamente superior al 22% nacional. En las otras provincias observamos proporciones de 21.0% en Chiriquí, 19.4% en Los Santos, 19.2% en Herrera y 19% en la Comarca de San Blas (Kuna Yala). El resto de las provincias presentan un porcentaje de jefas de hogares de menor magnitud. La incidencia de la pobreza en hogares bajo responsabilidad de mujeres es muy alta: mientras el 55% de los hogares jefaturados por mujeres es pobre, en contraposición al 46% hogares con jefatura masculina. En el área rural la situación es aún más crítica: el 71% de los hogares que tienen a una mujer al frente clasifican como pobres de acuerdo a cifras de 1994. Véase Anexos No.3 y No.4.

El alto porcentaje de casos de jefas de hogares pobres e indigentes está asociado al bajo nivel educativo y a la dependencia de los hijos en edad pre – escolar de ellas. Estas dos razones dificultan su trabajo fuera de la casa, particularmente como asalariadas en el sector moderno de la economía, lo cual les limita las posibilidades de obtener ingresos adecuados para sostener su carga familiar.

CUADRO No.1



Fuente: Contraloría General de la República

De acuerdo a la Encuesta de Hogares de marzo de 1999 el porcentaje de desempleo se eleva a un 13.1% correspondiendo el 9.6% a los hombres y el 19.1% a las mujeres.

Este aumento creciente de la presencia de mujer en el mundo del trabajo, no se visualiza en todas las ramas y sectores, ya que su participación sigue reducida, en muchos de los casos a oficios de bajo nivel, poco remunerados y en carreras tradicionales.

Al considerarse solamente las carreras tradicionales para las mujeres, las oportunidades de trabajo se reducen, en relación con los hombres, produciéndose un desequilibrio laboral que hace que el número de mujeres desempleadas sea mayor y por ende su nivel de pobreza mucho más acentuado.

Tales inequidades se deben fundamentalmente a la necesidad de crear una nueva cultura con enfoque de género, lo cual supone realizar acciones que promuevan una nueva visión de nuestras realidades en donde no se refuercen los estereotipos que promueven la división sexual en el trabajo y que en nada ayudan a fomentar una cultura de desarrollo con equidad.

Equidad significa iguales oportunidades de trabajo, igual trato, iguales niveles tecnológicos, igual oportunidad de ser capacitada en aquello donde logra potenciar sus habilidades y destrezas e igual remuneración por igual trabajo.

Hoy día la labor que se realiza a través de la RMT, es fundamental para fomentar tal equidad. Por ejemplo si retomamos las conclusiones y recomendaciones planteadas por los diferentes grupos de trabajo que fueron instaurados durante el II FORO NACIONAL, titulado: Las Profesiones no tienen Sexo, evento organizado por la Red, tenemos que las mismas apuntan hacia la realización y ejecución de proyectos como el que nos ocupa. A continuación se presentan parte de tales conclusiones y recomendaciones:

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL SECTOR EMPRESARIAL:

- Se requiere promocionar y divulgar el Programa de Formación Dual entre los organismos de la empresa privada.
- Es preciso y oportuno presentar un proyecto de concientización a los empresarios para la aceptación y creación de oportunidad de plazas de trabajo para las aprendizas.

PRINCIPAL CONCLUSIÓN DEL SECTOR DE LOS TRABAJADORES/AS Y SINDICATOS

Este grupo analizó qué medidas, qué acciones, qué líneas estratégicas se pueden desarrollar para que los sindicatos, el sector de los trabajadores, obreros, sindicatos también tenga una participación en esta lucha que hacemos por lograr mayor equidad para las mujeres en el ámbito laboral.

- Hay que sensibilizar primeramente a los dirigentes (as) en lo que significa el que las mujeres puedan involucrarse en tareas no tradicionales.

PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL (IGLESIAS, CLUBES CÍVICOS, ORGANIZACIONES CÍVICAS, NO GUBERNAMENTALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN)

- Crear conciencia ciudadana y en fieles, la igualdad entre hombres y mujeres.
- Sensibilizar y concientizar a periodistas y publicistas para divulgar una imagen más positiva y la capacidad de aprender y ejercer un oficio tradicionalmente reservado a los hombres.

CONCLUSIONES DEL SECTOR DE LA EDUCACIÓN FORMAL E INFORMAL

- Montar un programa de educación en los medios masivos de comunicación sobre sexo y género. En virtud de que los Medios de Comunicación juegan un papel muy importante en la concientización y sensibilización de todos los aspectos relevantes, relacionados con sexo y género.
- Realizar ferias escolares, promovidas por el Ministerio de Educación y las entidades de educación informal donde presenten la proyección, el contenido curricular de los diferentes oficios y especialidades, que pueda reforzar la materia de orientación profesional y orientación a nivel de las escuelas secundarias. De forma tal que el estudiante o el participante pueda tener una idea mucho más clara de cual es verdaderamente el contenido de lo que va a aprender en tal o cual profesión u oficio en el cual el quiera formarse profesionalmente.

Todos estos datos e informaciones presentadas, muestran por si solas la necesidad de sensibilizar a toda la opinión pública, y en especial a la clase empresarial para lograr condiciones de verdadera equidad entre hombres y mujeres.

V. DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DEL PROYECTO

El proyecto consiste en la implantación de una estrategia de comunicación interna y externa sobre el trabajo y la formación de mujeres mediante el Programa DUAL, así como, sobre el rol que le compete al sector empresarial, a las beneficiarias y al entorno social en general dentro de este proceso, manteniendo como marco general el enfoque de género.

En otras palabras, lo que se pretende es abrir espacios de intercambio, colaboración y ejecución de acciones frente a la necesidad de desarrollar una cultura de equidad laboral, que contenga como ingrediente principal los principios y la perspectiva de género. Para ello se hace necesario involucrar a todos (as) los (as) actores (as) directos e indirectos, como protagonistas de todo el proceso.

La estrategia de promoción y comunicación que se propone se estructurará bajo los lineamientos del fortalecimiento institucional y la promoción de una cultura de equidad con enfoque de género. Entre las principales acciones a realizar se encuentran las siguientes:

- Planificar y diseñar la Campaña Multimedial, la cual se espera desarrollar durante un periodo de seis meses.

Los principales elementos para la planificación y diseño serán:

- Designar a un (a) coordinador (a) general de campaña que cuente con el perfil adecuado para que pueda liderizar el proceso. Esta persona contará, para el desarrollo del proyecto, con un equipo interdisciplinario conformado, por lo menos, con los (as)

siguientes especialistas: sicólogo(a), estadístico(a), sociólogo(a), publicista y un(a) comunicador (a)social.

- Describir claramente la población meta, identificando segmentos o estratos de la población para producir diseños específicos y efectivos. La población meta para la campaña estará constituida por los (as) empresarios (as) y mujeres jóvenes interesadas en ser parte de un proceso de formación.
- Trabajar de manera colectiva con equipos técnicos de las diferentes organizaciones miembros de la Red, del sector empresarial y de la comunidad en general.
 - Establecer los enlaces con la parte empresarial y firmar los acuerdos necesarios para formalizar dichos enlaces.
 - Mantener mecanismos de seguimiento que permitan evaluar la efectividad de la campaña.

La campaña pública se hará mediante el uso de medios combinados, para ello se elaborará un plan en dónde se establecerán los conceptos y mecanismos para divulgar, socializar y hacer públicos los principios y mandatos institucionales desde un enfoque de equidad , para lograr mayores impactos sociales a públicos diferenciados y precisos.

Entre estos medios se están considerando los siguientes:

Distribución y difusión de material impreso

Entrevistas radiales y televisivas

Cuñas radiales y televisivas

Foros y conferencias públicas

Visitas a empresas e instituciones

Desayunos, almuerzos o cenas con conferencias y documentales de fondo

- Continuar con las visitas que se realizan a los colegios, ofreciendo charlas y orientaciones a las jóvenes estudiantes de los colegios secundarios.

Información básica para la planificación de la campaña :

- definición clara del problema
- Objetivos generales y específicos de la campaña
- Descripción del tipo de audiencia a quien se le ha de dirigir la campaña
- Especificar las metas, las cuales deben ser medibles
- Localización
- Medios a utilizar

VI. ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO

El costo total de la campaña se espera que sea financiado de la siguiente manera:

- 60 % organismo financiador
- 30 % la empresa privada nacional y sociedad civil
- 10 % aporte local

Para el financiamiento del 30% de la empresa privada y sociedad civil:

Se elaborarán una serie de paquetes promocionales para que sean colocados entre los (as) empresarios (as). Cada paquete tendrá un valor predeterminado y los mismos deberán contener el tipo de promoción que se espera lanzar, así como los beneficios que obtendría cada empresario por hacer efectivo un aporte en particular.

El objetivo primordial de la campaña sería el de incidir en la opinión pública informando y difundiendo la importancia de contribuir a la productividad y las oportunidades de empleo

de las mujeres en igualdad de condiciones, por medio de los objetivos e imagen corporativa del Programa Dual.

Entre los beneficios a ofrecer a los (as) empresarios (as) se pueden mencionar los siguientes:

- Nombramiento como socio honorario de la Red Mujer y Trabajo.
- Presentación del nombre y logo de la empresa en todas las actividades realizadas durante la campaña.
- Realización de entrevistas a los gerentes o persona designada de cada empresa para que expresen elementos sobresalientes de sus organizaciones, los cuales serían presentados como complemento en un programa televisivo de difusión y comunicación.
- Entrega de una placa conmemorativa a la campaña realizada, haciendo énfasis en su participación y apoyo al Programa Dual.

La otra forma de lograr esta porción del costo de la campaña es a través de la apertura de una cuenta bancaria, en donde la sociedad en su conjunto podrá depositar lo que bien considere conveniente para apoyar al proceso de inserción de la mujer técnica en el mercado laboral nacional.

El aporte del 10% local constituye todos los recursos y espacios físicos necesarios que serán proporcionados por las organizaciones miembros de la Red Mujer y Trabajo y de las organizaciones aliadas.

VII. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y ORGANIZACIONALES

La campaña será de responsabilidad de toda la Red, sin embargo se nombrará a una de las organizaciones miembros como tutora de la campaña, tomando en consideración su experiencia en este tipo de actividad.

Se considera según la información recabada sobre cada organización miembro que la tutoría podría estar a cargo de FUNDAMUJER, quienes ya han acumulado cierta experiencia en materia de promoción y divulgación.

VIII. COSTOS ESTIMADOS DEL PROYECTO .

COSTOS ANUALES

Equipos	\$ 2,000
1 computadora	1,500
1 impresora	300
1 escritorio con su silla	250
Personal:	\$ 30,600
Coordinadora General (B/1000/mes)	12,000
Asistencia administrativa (B/.500/mes)	6,000
Conductor/mensajero (B/.200/mes)	2,400
Prestaciones	4,200
Contrataciones temporales (técnicos-as)	6,000
Otros costos	\$ 144,000
Transporte	3,000
Producción de material para la campaña	25,000
Reproducción de material	15,000
Utiles de oficina	1,000
Usos de espacios de televisión y radio	80,000
Realización de conferencias	10,000
Periódico	10,000

**RED MUJER Y TRABAJO
MATRIZ DE MARCO LÓGICO**

**CAMPAÑA MULTIMEDIA DE SENSIBILIZACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LA INCORPORACIÓN SIGNIFICATIVA DE LA MUJER
EN EL MERCADO LABORAL DE OCUPACIONES TÉCNICAS Y NO TRADICIONALES**

Objetivos/ Resultados	Indicadores Verificables	Fuente de Verificación	Supuestos
*Objetivo Superior del Proyecto Crear condiciones favorables a la inserción de mujeres jóvenes en el mercado laboral panameño			
*Objetivo del Proyecto -La RMT ha logrado promover en empresarios (as) y en la sociedad panameña prácticas y actitudes favorables a la inserción de mujeres en el mercado laboral en condiciones de equidad	Incremento del 100% de la cantidad de empresas dispuestas a colaborar con el Programa.	Estadística sobre la cantidad de empresas que han formalizado su apoyo. Estadística de plazas disponibles Estadística de puestos de trabajos disponibles	la RMT cuenta con el apoyo de organismos aliados como el INAFORP, COSPAE, CNFD y GTZ. Existe por parte de algunas empresas la apertura para apoyo al Programa de Formación Dual.
*Resultado 1: Se ha diseminado a través de una campaña multimedios los principios de equidad de género para una inserción equitativa de la mujer en el mercado laboral panameño	Conocimiento sobre el Programa Dual con enfoque de género por parte de la opinión pública. Espacio de TV y en la radio por 45 días Existencia de por lo menos 5 centros de información sobre el Programa Dual en escuelas del sector urbano Número de material impreso, producido y distribuido a la población meta. Dos suplementos semestrales en periodicos locales	Sondeos de Opinión . . Registro de llamadas telefónicas realizadas durante los programas de promoción radial y televisiva Programa de TV y de radio en el aire. Inventario de centros de información creados. Informe de campaña Suplementos publicados.	Existen los medios de comunicación y difusión.
*Resultado 2: Se ha posicionado la oferta del Programa de Formación Dual para mujeres en el Mercado de Capacitación.	Incremento del 40% de la matrícula de mujeres en el Programa Dual.	Registro de matrícula	Existen los medios de comunicación y difusión. Existe una oferta del Programa de Formación Dual claramente estructurada
*Resultado 3: Se ha potenciado la disponibilidad y la intervención de empresarios (as) y demás sectores de la sociedad para la inserción de mujeres en el Mercado Laboral panameño en condiciones de equidad	Incremento del 100% de la cantidad de puesto de trabajo disponibles para las egresadas del programa.	Estadística sobre la cantidad de puestos de trabajo disponibles	Los (as) empresarios (as) y la sociedad panameña en general están dispuestos a apoyar el Programa Dual.
*Resultado 4: Se ha Posicionado en la opinión pública la labor que realiza la Red Mujer y Trabajo para lograr una inserción más equitativa de la mujer en el mercado laboral	Conocimiento sobre la RMT por parte de la opinión pública	Sondeo de opinión dirigido a la población meta.	Los medios de comunicación permiten difundir la información sobre la RMT