

# ARTÍCULO

## CAPACITACIÓN EN VENTAS Y ACCIÓN SOCIAL EN MADRES CABEZAS DE FAMILIA COMO PEDAGOGÍA DE LIBERACIÓN

---

Recepción: 01-09-2023 | Aceptación: 24-03-2023

---

FERNANDO MARIO ARIZA DAZA

*Vol. 3, Nº 1, 2023*

## Capacitación en ventas y acción social en madres cabezas de familia como pedagogía de liberación.

**Palabras clave:** Capacitación, Ventas, Madres cabezas de familia, Inclusión, Pedagogía

**Keywords:** Training, Sales, Mothers heads of households, Inclusion, Pedagogy

### Resumen:

El siguiente artículo es el resultado del trabajo de investigación denominado: La capacitación en ventas y la acción social en madres cabezas de familia como pedagogía de la liberación, donde se identifican problemas relacionados con el acceso y gestión de oportunidades de formación para madres cabezas de familia del barrio la nevada en el municipio de Valledupar Colombia, promoviendo cambios desde la defensa de la equidad y participación de la mujer en el ámbito laboral, enfocando perspectivas de género, ajustadas a la realidad social del condicionamiento laboral al cual se exponen constantemente, en la medida en que cada madre estará en capacidad de reestructurar su economía y condición social, a partir de procesos de formación específicos, como estrategia individual y colectiva. Dicho trabajo tiene un enfoque cuantitativo y utiliza el cuestionario como herramienta estadística de recolección de la información. Los

resultados obtenidos destacaron la habilidad para vender de las mujeres encuestadas antes y después de recibir la capacitación. Con el proyecto las madres cabeza de familia obtienen unas bases sólidas, para entender el mercado y su entorno, de manera tal que se amplíen sus expectativas laborales, mediante su capacidad para aportar al desarrollo y construcción de una mejor sociedad.

### Abstract

The following article is the result of the research work called Sales training and social action in mothers heads of households as a pedagogy of liberation, where problems related to access and management of training opportunities for mothers heads of family of the La Nevada neighborhood in the municipality of Valledupar Colombia, promoting changes from the defense of equity and participation of women in the workplace, focusing on gender perspectives, adjusted to

the social reality of labor conditioning to which they are constantly exposed, to the extent in which each mother will be able to restructure her economy and social condition, based on specific training processes, as an individual and collective strategy. This work has a quantitative approach and uses the questionnaire as a statistical tool for collecting information. The results obtained highlighted the ability to sell of the women surveyed before and after receiving the training. With the Project, mothers who are heads of households obtain a solid foundation to understand the market and their environment, in such a way that their job expectations are expanded, through their ability to contribute to the development and construction of a better society.

**Introducción:** En América Latina y el Caribe según ONU (2020), la mitad de las mujeres en condiciones de pobreza no acceden al mercado laboral; razón por la cual se dedican a actividades domésticas y de cuidados que no son remuneradas. Dichas responsabilidades del hogar han sido recargadas por la misma sociedad a través del tiempo como un deber innato de las mujeres, lo que genera dinámicas sociales que mantienen y reproducen desigualdades y como tal, violencia (Cediell, Sánchez,

Sánchez & Castro, 2021). Estas desigualdades ponen al descubierto los estragos que la pandemia está causando en un marco social y económico en todos los países. Por ende, se requieren políticas educativas que incluyan y reconozcan a las madres cabezas de hogar su derecho a la educación, a partir de una mejor cobertura, disponibilidad y flexibilidad en el acceso a diferentes alternativas de aprendizaje. Estas deben adaptarse a sus condiciones, aspiraciones y necesidades, para que incorporen respuestas sensibles que desde lo pedagógico se adecúen a las diferencias lingüísticas, culturales, de género y acceso al mercado laboral, de manera que, se generen fuentes alternativas de ingresos para ellas.

Para la Federación Colombiana de Educadores (FECODE,2020) la pandemia evidenció que, el Estado ha permanecido ausente frente a la necesidad de disminuir los impactos socioeconómicos de una sociedad dispar. En este sentido, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2021) ratifica que el 50% de los trabajadores en Colombia basan sus actividades en la informalidad, es decir, viven de las actividades diarias. Los informes del Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2021) y del Banco Mundial (BM,2021)

señalan a Colombia como uno de los países con mayor inequidad en la distribución de la riqueza a nivel mundial. Esto impide que la educación con calidad se aplique de manera eficaz para la generación de oportunidades, lo que impide atenuar las diferencias sociales inherentes al desarrollo de los hogares colombianos.

La realidad actual que atraviesa el municipio de Valledupar, derivada de la crisis que ha generado el COVID-19, impacta directamente sobre las mujeres y profundiza las desigualdades de género. Éstas se reflejan al interior de los hogares, en el trabajo, en la sociedad y en la política laboral colombiana, incrementando el índice de desempleo. Según el DANE (2020, como se cita en Rangel, 2020) los empleos de las mujeres madres cabezas de familia se relacionan en su mayoría con servicios personales, sociales y comunitarios, por lo tanto, han sido las más afectadas por la crisis del Covid-19. Lo que obliga a reflexionar sobre las vicisitudes que enfrentan las madres cabezas de hogar y abre la posibilidad para desarrollar esta investigación. A través de ella, se plantean posibles soluciones, ante la falta de oportunidades que enfrenta este segmento de la población.

Este trabajo permite hacer un recorrido por la realidad que enfrentan las madres cabezas de hogar del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar, afectadas por la situación económica y social que padece el departamento del Cesar y Colombia en general, en cuanto a desempleo y escasos recursos; razones por las cuales deben asumir la jefatura del hogar, para obtener un mayor respaldo social y con ello garantizar la subsistencia de sus familias, de tal forma que puedan reinsertarse en el contexto laboral, a medida que se les generen posibilidades de capacitación en oficios específicos como las ventas. Las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar, Colombia, experimentan en forma desfavorable la falta de beneficios y oportunidades; no existen medios de capacitación apropiados que le permitan desafiar las nuevas exigencias del mercado. Este tipo de estructura familiar, en los sectores populares, incrementan su responsabilidad en la satisfacción de necesidades básicas, reestructurando sus hábitos de consumo.

Todos los cambios socioeconómicos que se viven actualmente son los que demandan asumir de manera particular la responsabilidad de estar a la par de las

exigencias del mercado laboral. De esta manera, a las madres cabezas de hogar, se les permitirá tener un mejor acompañamiento, como también una mayor definición de políticas que generen oportunidades para una participación más equitativa en la sociedad. Por lo tanto, se deben plantear paradigmas que diseñen la forma en la cual las madres cabezas de hogar participen activamente, para mejorar las economías locales, de tal manera que, su rol no afecte su desempeño como agente de desarrollo social (Gualdrón & Varela, 2012).

La sociedad actual permite ver los cambios que ha sufrido la estructura familiar, influyendo culturalmente en las mentalidades como producto de la interacción dentro de un sistema dado. En cuanto a la relación del género con el trabajo. Lamas (1996) lo enfoca desde el cómo y por qué los sistemas de género se encargan de moldear la relación hombres y mujeres, a partir de la inversión en educación, lo que define los niveles de participación en el contexto laboral. Desde esta perspectiva el estudio del género es la manera de entender a la mujer no como un aspecto aislado de la sociedad, sino como una parte integral de ella (Lamas, 1996).

Desde este enfoque los procesos de capacitación no solamente pretenden mejorar la calidad en la actividad laboral productiva. También brinda la posibilidad de construir su propio proyecto de vida, de tal modo que haga parte de su identidad como ciudadano responsable. Estas construcciones favorecen la comunicación consigo mismo como sujeto activo. Haciéndolo responsable con la organización del tiempo y del espacio que lo lleve a trascender dentro de una misma sociedad. El ser humano estará apto para aspirar un mejoramiento, en la medida en que un método activo lo ayuda a tomar consciencia de su problemática, de su condición de persona, de sujeto. Permitiéndole incluirse y participar de forma activa en la conformación de la identidad colectiva (Freire, 1969).

Este tipo de proyectos permite que las madres cabezas de hogar obtengan un mayor respaldo social y con ello, se logre promover cambios desde la defensa de la equidad y participación de la mujer en el ámbito laboral del municipio de Valledupar. De tal forma que se sientan útiles para sus familias y para la sociedad a medida que se les generan posibilidades de capacitación en oficios específicos como las ventas. De ahí la importancia de implementar un programa de capacitación en ventas, para

madres cabeza de familia que promueva cambios desde la defensa de la equidad y participación de la mujer en el ámbito laboral del municipio de Valledupar como pedagogía de la liberación.

**Método:** El presente trabajo de investigación utilizó un enfoque cuantitativo, usando el cuestionario como herramienta estadística de recolección de la información, para medir las características socioeconómicas de las madres cabeza de familia del Barrio la Nevada en Valledupar, Colombia y su percepción de conocimiento y habilidad antes y después de recibir una capacitación en ventas. Para Arias (2012) el cuestionario es la modalidad de encuesta realizada en forma escrita a través de un instrumento que contiene una serie de preguntas, dentro de una serie de preguntas cerradas o abiertas según sea el caso. Donde el sujeto que responde proporciona por escrito información sobre sí mismo o sobre un tema dado, donde el tiempo requerido para reunir la información necesaria sobre grupos numerosos es relativamente corto.

Para el desarrollo de esta investigación se realizó un cuestionario tipo encuesta, que contuvo preguntas cerradas y escalas de opinión para saber la percepción de

conocimiento y habilidad de las madres cabeza de familia del Barrio la Nevada antes y después de la capacitación. Dentro de la encuesta se midieron 12 dimensiones de las características socioeconómicas, en la que por cada dimensión se midieron 4 ítems, los cuales correspondieron a variables nominales y ordinales, cuyas opciones de respuestas son cerradas.

En la presente investigación se trabajó con una unidad de análisis, constituida por 50 madres cabeza de familia comprendida entre las edades de 20 y 40 años que residen en el Barrio la Nevada de Valledupar, a quienes se les practicó un cuestionario para determinar la relación de influencia entre la acción social y capacitación en ventas con las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada en el municipio de Valledupar. Igualmente, la población se tipificó como accesible, ya que al ser reducida de tamaño y estar ubicada en un área geográfica delimitada, fue susceptible de ser abordada por el investigador.

Para este proyecto de investigación se empleó como propósito un estudio correlacional, este tipo de estudio midió el nivel de relacionamiento entre las variables para luego cuantificarlas y determinar su grado de influencia, para responder las hipótesis

establecidas en la investigación (García, 2011). Con el desarrollo de esta investigación se buscó definir la relación existente entre las variables independiente y dependiente, las cuales se plantearon en este estudio teniendo como base las necesidades del grupo a investigar.

Es por esta razón que se recurrió al uso de herramientas estadísticas, con el propósito de dar respuesta tanto a las hipótesis y a los objetivos planteados, todo esto con el fin de determinar la influencia de un programa de capacitación en ventas en la generación de oportunidades de formación en las expectativas laborales de las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada en el municipio de Valledupar, para ello se basó en las respuestas dadas por el instrumento planteado y por aquellos recursos y tareas que se aplicaron dentro y fuera del contexto académico, y la comparación de la percepción de conocimiento y habilidad antes y después de la capacitación.

Este estudio permitió explicar un fenómeno, especificar propiedades, características y rasgos importantes sobre las madres cabezas de hogar y todos los factores que incidieron para que no accedieran a los procesos de formación profesional de manera continua.

También apoyó identificando las personas involucradas en todo el proceso que definieron las diferentes variables a medir a través de la recolección de información mediante la implementación del cuestionario y el contacto con las madres cabezas de hogar, quienes manifestaron el interés por hacer parte de este programa piloto de capacitación.

El diseño de investigación permitió obtener información sobre las madres cabezas de familia al momento de poner en marcha el programa de acción social y capacitación en ventas para las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada en el municipio de Valledupar. Esta información fue recolectada de las variables observadas en dos momentos, en el cual se pudo observar la relación entre el comportamiento de las madres cabeza de familia antes y después de recibir la capacitación en ventas, todo esto desde un ambiente natural sin manipular completamente las variables de estudio; este tipo de diseño permitió hacer estudios en ciencias sociales desde diferentes ámbitos tales como la educación, la política, la salud y seguridad entre otros.

El análisis de los datos en este proyecto pretendió arrojar datos sobre las variables

acerca del nivel de formación y los factores que intervinieron en su proceso de realización. Con este estudio se logró un análisis de la información obtenida en el cuestionario implementado como instrumento. Teniendo en cuenta la habilidad para vender de las mujeres encuestadas antes y después de recibir la capacitación, se realizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, la cual fue una muestra no paramétrica que buscó verificar si las puntuaciones de la muestra seguían o no una distribución normal.

Esta prueba estadística permitió establecer una diferencia entre una distribución de frecuencia y una distribución teórica. Es importante identificar frecuencias y estadísticas básicas para la elaboración de gráficos que representaron los resultados. Estos análisis demostraron la relación existente entre el valor del coeficiente, donde la forma de la gráfica fue fundamental debido a que existían relaciones no lineales. Este tipo de coeficiente se calculó a través de programas informáticos como EXCEL y el SPSS. Como lo menciona Lopez Roldan & Fachelli (2015) el SPSS se creó en 1968 con esta sigla y se definió como Statistical Package for the Social Sciences, el cual se ha convertido en un programa de uso mundial y

contiene una serie de programas y subprogramas que se interconectan.

La validez del instrumento, se establece al cotejar los resultados con algún juicio externo que procura medir lo mismo. En esta investigación se tuvo en cuenta la validez de criterio, ya que se analizó la percepción de conocimiento y habilidad de las madres cabeza de familia antes y después de recibir la capacitación en Gestión comercial con énfasis en ventas, en donde se obtuvo que el promedio de las mujeres que recibieron la capacitación consideran que alcanzaron un nivel de conocimiento mayor que antes de recibir la formación en ventas.

De igual forma los resultados se compararon con los obtenidos en la tesis doctoral realizada por Merzthal (2013), en esta se desarrolló una metodología cuantitativa en la que se contrastó, a partir de soporte estadístico, la relación entre la variable capacitación y las variables satisfacción con la capacitación recibida, desarrollo de la competencia, percepción del conocimiento y percepción de la habilidad para desarrollar la tarea especificada. Los hallazgos de esta tesis doctoral mostraron que hay diferencias significativas en cuanto a la percepción de conocimiento y percepción de la habilidad

antes y después de la capacitación, lo cual también coincide con los resultados obtenidos en el cuestionario que se les aplicó a las madres cabeza de familia en esta investigación, lo que demuestra que los hallazgos encontrados son confiables.

La confiabilidad está relacionada al grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes, en este estudio el instrumento utilizado fue el cuestionario, en el cual para garantizar su confiabilidad se realizó un análisis estadístico descriptivo, con el fin de determinar la homogeneidad de los datos en el Software SPSS y se les aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para entender el comportamiento de los datos. Los resultados indicaron que en las dos muestras  $p < 0.5$ , lo que hizo que se rechazara la hipótesis nula y se aceptara la alternativa, que plantea que la implementación de una capacitación en ventas para madres cabeza de familia del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar, permite un mejoramiento en la percepción del conocimiento que tengan estas mujeres después de la capacitación.

Además, para saber la consistencia interna de la escala utilizada dentro del cuestionario se calculó el Alfa de Cronbach, el cual dio como resultado 0,103 para las variables

relacionadas con percepción del conocimiento y percepción de la habilidad antes y después de la capacitación en ventas, así como también, la opinión relacionada con la aplicabilidad de lo aprendido y el nivel de satisfacción con la capacitación; los resultados indican que la escala utilizada para conocer el impacto de la capacitación en la percepción de las madres cabeza de familia encuestadas acerca del conocimiento y habilidad en ventas tiene un excelente nivel de fiabilidad, lo que demuestra que los resultados obtenidos en este estudio son confiables.

En lo que corresponde a la percepción de habilidad para las ventas antes y después de la capacitación, los resultados demostraron que, en el grupo de mujeres encuestadas hubo diferencias significativas, ya que  $z = -5,639$  y  $p = 0,000 < 0,001$ , lo que indica que la percepción de la habilidad mejoró después de la capacitación.

### **Resultados:**

A través de este estudio, se llegó a recolectar los datos de 50 madres cabezas de hogar del barrio la nevada del municipio de Valledupar, Colombia las cuales por su ubicación de residencia pertenecen al estrato 2. Se aplicaron 50 encuestas a madres cabezas de

hogar del barrio la Nevada en el municipio de Valledupar Colombia, encontrando que el 98% de las mujeres encuestadas no son profesionales, de las cuales el 64% tienen un nivel de formación técnica, mientras que el 32% alcanzaron el nivel de bachiller y el 2% alcanzaron el nivel de primaria; por otro lado,

solo el 2% alcanzó el nivel profesional. El hecho de que la mayoría de estas mujeres no sean profesionales, limita la posibilidad de que puedan aspirar a un ingreso salarial que supere el salario mínimo vigente en Colombia y de esta forma alcanzar la equidad salarial que ellas necesitan (Tabla: 1).

*Tabla1: Nivel educativo*

<b>Nivel educativo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Primaria</b>	1	2 %
<b>Bachiller</b>	16	32 %
<b>Técnico</b>	32	64 %
<b>Profesional</b>	1	2 %
<b>Total</b>	50	100 %

Las mujeres encuestadas manifestaron que su núcleo familiar estaba compuesto en un rango de 2 a 5 personas, donde el 30% mencionaron tener una familia de 2 personas, el 24% tienen una familia de 4 personas y el resto mencionaron que sus familias estaban compuestas por 3 y 5 personas respectivamente. Este tipo de estructura

familiar, en los sectores populares, incrementan su responsabilidad en la satisfacción de necesidades básicas, reestructurando sus hábitos de consumo, con los cuales deben asumir la jefatura del hogar y con ello garantizar la subsistencia de sus familias (Como se observa en la tabla 2).

*Tabla2: Número de miembros del núcleo familiar*

<b>Nro. de miembros de la familia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>2 personas</b>	15	30%
<b>3 personas</b>	11	22%
<b>4 personas</b>	12	24%
<b>5 personas</b>	11	22%
<b>más de 5 personas</b>	1	2%
<b>Total</b>	50	100 %

Con respecto al dinero que reciben las madres cabezas de hogar mensualmente, el 92% de las mujeres encuestadas reciben igual o menor cantidad que el salario mínimo en Colombia, de las cuales el 64% ganan entre 801.000 y 1.000.000 pesos, mientras que el 28% reciben entre 501.000 y 800.000 pesos, y solamente el 8% reciben entre 1.000.000 y 1.200.000 pesos, es decir la mayoría de las madres cabezas de hogar reciben menor o

igual ingreso que el establecido como salario mínimo en Colombia. Teniendo en cuenta, el hecho que se genere una equidad en estas mujeres se destaca que el salario recibido no es suficiente para el sostenimiento de sus hijos, por lo cual se hace necesario que ellas mejoren sus habilidades para las ventas, con el fin de que puedan aspirar a tener un salario mayor (Como se observa en la tabla 3).

*Tabla3: Dinero recibido mensualmente*

<b>Dinero recibido mensualmente</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>501.000-800.000</b>	14	28 %
<b>801.000-1.000.000</b>	32	64 %
<b>1.000.000-1.200.000</b>	4	8 %
<b>Total</b>	50	100 %

Dentro de los niveles de habilidades para las ventas antes de la capacitación en ventas los resultados muestran que el 94% de las mujeres encuestadas consideran que antes de recibir la capacitación tenían una habilidad para vender entre 20 y 80 de una escala de 0

a 100, de los cuales el 30% coincide en que tenían 40, el 26% dice que 20, el 24% consideran que 60 y el 14% 80; lo que demuestra un buen nivel de habilidad para las ventas antes de la capacitación (Ver tabla 4).

*Tabla4: Habilidad para vender antes de la capacitación*

<b>Habilidad para vender antes de la capacitación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>0</b>	3	6%
<b>20</b>	13	26%
<b>40</b>	15	30%
<b>60</b>	12	24%

<b>80</b>	7	14%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Después de efectuada la capacitación en ventas, el resultado estadístico muestra que el 88% de las mujeres encuestadas consideran que después de recibir la capacitación tenían una habilidad para vender entre 80 y 100 de una escala de 0 a 100, de los cuales el 66%

coincide en que tenían 100, el 22% dice que 80, el 8% consideran que 60 y el 4% 40; lo que demuestra un buen nivel de habilidad para las ventas después de la capacitación (Tabla: 5).

**Tabla5:** Habilidad para vender después de la capacitación

Habilidad para vender después de la capacitación	Frecuencia	Porcentaje
<b>40</b>	2	4%
<b>60</b>	4	8%
<b>80</b>	11	22%
<b>100</b>	33	66%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Teniendo en cuenta la opinión de las participantes en torno a su percepción de habilidad de ventas antes y después de recibir la capacitación, se realizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, la cual es una muestra

no paramétrica que busca verificar si las puntuaciones de la muestra siguen o no una distribución normal; para este estudio esta prueba fue la más indicada debido a que la muestra es pequeña (Tabla: 6).

**Tabla6:** Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

Habilidad para vender antes de la capacitación	Habilidad para vender después de la capacitación

N		50	50
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	3,14	5,50
	Desviación estándar	1,143	,814
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,169	,390
	Positivo	,169	,270
	Negativo	-,154	-,390
Estadístico de prueba		,169	,390
Sig. asintótica (bilateral)		,001 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>

Nota: a. La distribución de prueba es normal, b. Se calcula a partir de datos, c. Corrección de significación de Lilliefors.

De la información anterior se obtuvo que el valor antes de la capacitación es 0,001 y después de recibir la capacitación es 0,000, lo cual quiere decir que las dos muestras están por debajo de 0,05, entonces se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa, lo cual quiere decir que la implementación de una capacitación en ventas para madres cabeza de familia del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar, permite un mejoramiento de la percepción de la habilidad para vender, esto se puede corroborar en el hecho de que la media en la primera muestra 1 es 3,14, mientras que la media en la muestra 2 es 5,50. Los resultados obtenidos del análisis inferencial dieron respuesta a la pregunta problema, ya que demostraron que la implementación del programa de

capacitación en ventas a través de la utilización de un componente teórico y otro práctico generó un aumento en la percepción de conocimiento y habilidad que tenían las madres cabeza de familia que participaron en este entrenamiento, ya que estas mujeres indicaron que la información recibida fue pertinente, tuvo una alta aplicabilidad y se desarrolló de una manera clara e interactiva. Adicionalmente, los resultados obtenidos dieron respuesta al objetivo general en la medida en que destacaron algunos elementos que las madres cabeza de familia consideraron importantes al momento de recibir una capacitación de este tipo.

La información proporcionada por las madres cabezas de familia permite posteriormente analizar el contenido de las respuestas de

acuerdo con las variables contempladas en el proyecto de investigación, para observar la frecuencia y significado de aspectos sociológicos en los resultados finales de la investigación. Al contrastar la información con las bases teóricas se pudo concluir que no solamente el proceso de formación mediante la implementación de un piloto de capacitación busca aumentar las competencias y habilidades laborales en las madres cabezas de hogar, sino que adicionalmente se busca que ellas aprendan a adaptarlas a las necesidades laborales del mercado actual, donde afectan factores como la violencia, el desempleo, crisis económica por la que atraviesa el país entre otras, lo cual se han convertido en barreras para su desarrollo social, como para su preparación profesional y académica.

**Discusión o Conclusión:** Con este trabajo se pretendió generar un debate sobre los diferentes cambios que pueden ocurrir a través de procesos de formación, en habilidades específicas como las ventas, en madres cabezas de hogar. Confirmando a la mujer, como protagonista fundamental en el ordenamiento social, su interacción dentro de la comunidad tiene mucho que ver con su capacidad para demostrar sus nuevas habilidades y su participación en los

diferentes espacios que se generan a partir de su formación dentro de la sociedad, promoviendo cambios desde la defensa de la equidad y participación de la mujer en el ámbito laboral.

En la discusión sobre los procesos excluyentes que forman parte de la marginalidad en que han sumido a las madres cabezas de familia por su condición de mujer, de madre, por su nivel de formación, se evalúa el grado de autonomía que tienen estas mujeres para avanzar en los retos de la vida. El precio a pagar se ve reflejado en la poca autonomía económica que la pone en riesgo de exclusión a partir de sus capacidades para poder mantener esa independencia, que garantice el sostenimiento personal y de sus familiares. Según de Oliveira, Staduto, Kreter y Darr (2020) las personas son medidas por sus capacidades y aquellas desprovistas de elementos básicos para actuar en sociedad, indudablemente van a ser excluidas de las oportunidades que ofrece el entorno social, lo cual va a ser determinante en el nivel de pobreza del medio en el cual se desenvuelve cada actor.

Para Castells (1998), la identidad desde la visión femenina conlleva a redefinir la posición de la mujer dentro de la cultura

dominante desde la elaboración de nuevas conductas que generen una transformación contextual de la madre cabeza de familia. Son estos tipos de acciones las que mejoran la participación de la mujer en el ámbito laboral desde la influencia de la educación social, hacia la transformación esencial de conductas y estereotipos que alrededor de la mujer se han promovido, desde diferentes condiciones de desigualdad.

Esta liberación se da mediante la concientización de que la praxis se convierte en un medio transformador dentro de la Pedagogía de la Liberación de madres con imposibilidades de educarse debido a sus responsabilidades y tareas en la organización doméstica y familiar. Por lo tanto, se deben conciliar con la teoría. La práctica se convierte desde la pedagogía de Freire (1969) en reflexiones que devienen acciones y por medio de estas acciones se logra la transformación social que la pedagogía liberadora busca.

Para Goffman (1959) son estos momentos donde las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada, que han sido desprestigiadas y excluidas del contexto educativo y laboral, deben organizarse sobre el principio básico de que toda persona que

posee ciertas características sociales tiene el derecho moral que las otras las valoren y las traten de una manera adecuada. Cada madre por su entorno natural posee la capacidad de negociación, de tolerancia a la frustración, ya que muchas de las veces afrontan la vida solas y con dificultades para avanzar, pero persisten hasta lograr en este caso con creatividad e inteligencia emocional comprometerse con los resultados. Por todo esto y más cada madre ha demostrado por sí sola que son seres con habilidades y competencias desarrolladas para sobrevivir a las exigencias que la sociedad actual les ofrece.

Las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada, brindaron oportunidades para confrontar la teoría, y ver cómo se refleja en cada realidad por sí sola en el momento en que empezaron a mostrar su interés por su proceso de formación en ventas. Ha sido muy importante observar cómo se generan los lazos entre ellas, para trabajar en equipo, ya que lograr ese tipo de cohesión con base en la confianza entre madres afectadas por múltiples factores incluye credibilidad, persistencia y empoderamiento.

Se espera que después de la implementación de una capacitación en ventas a las madres

cabeza de familia del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar puedan mejorar sus habilidades para vender, lo que podría implicar un cambio en sus comportamientos e impactar positivamente la dinámica social del barrio. Esto conduce a reflexionar sobre la búsqueda de alternativas concretas de solución laboral, que permitan a la madre cabeza de familia ser coherente con este tipo de oportunidades que las lleven a valorar los procesos de formación. Como dice Savater (1997) en su carta a una maestra, podemos confiar en que las individualidades bien dotadas tendrán la posibilidad de arreglárselas para superar sus deficiencias educativas.

Desde esta situación se puede mencionar cómo el programa de capacitación a madres cabezas de familia en ventas, logró insertar a 15 madres cabezas de familia del barrio la Nevada en un contexto laboral como asesoras puerta a puerta, permitiéndoles una mejor participación dentro de su comunidad. Este proceso de inclusión se vuelve complejo, ya que existe una predisposición entre lo que acontece y lo que los grupos sociales valoran de esa experiencia vivida. Se puede afirmar que la experiencia adquirida durante el programa de capacitación, pasa a la memoria colectiva a partir del significado que cada

madre cabeza de familia le dé a su posibilidad de reinsertarse en un contexto laboral y social, que mejore sus condiciones de vida (Aguado & Portal, 1991).

La educación como práctica de la libertad sirve como puente de cambio, camino de libertad para excluidos y oprimidos. Se puede concluir que la implementación de un programa de acción social y capacitación en ventas para madres cabezas de familia, se convierte en herramienta de liberación, que permite desarrollar una mirada crítica de sus realidades, lo cual supone que estas madres estimulen su capacidad de discernimiento, de valorarlo, para juzgar su papel en la sociedad con criterio propio (Weber, 1969).

En este planteamiento de educar y educarse la acción se convierte en un acto creador, lo cual significa construir una nueva visión crítica del mundo. Permittiéndoles a cada madre cabeza de familia del Barrio la Nevada pasar de su antigua realidad a mantener un distanciamiento que les permita una mayor concientización, lo cual antecede a la transformación social (Freire, 1969). Esta conquista, exige una búsqueda constante, que solo existe según Freire en el acto responsable de quien la lleva a cabo. La necesidad de que las madres cabezas de familia superen su

situación de pobreza, implica su reconocimiento crítico, a fin de establecer una situación diferente que les brinde la posibilidad de superarse y mejorar sus condiciones socioeconómicas. Este tipo de proyecto podría servir para dar continuidad a próximas investigaciones sobre Responsabilidad Social Empresarial, Teorías Educativas de Género, Inclusión y Equidad Laboral y cómo influyen en el comportamiento de la mujer en la nueva estructura familiar moderna.

## Referencias

- Aguado, M. A. (1991). Tiempo, espacio e identidad social. *ALTERIDADES*, 1(2), 31-41. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74745539005>
- Arias, F. G. (6ª Ed.) (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la Investigación Científica* Recuperado de [https://tauniversity.org/sites/default/files/libro\\_el\\_proyecto\\_de\\_investigacion\\_de\\_fidias\\_g\\_arias.pdf](https://tauniversity.org/sites/default/files/libro_el_proyecto_de_investigacion_de_fidias_g_arias.pdf)
- Castells, M. (1998). *La era de la información: Economía, Sociedad Y Cultura* (Vol. II). Recuperado de <https://trabajosocialucen.files.wordpress.com/2012/05/castells-manuel-la-era-de-la-informacion-3b3n-el-poder-de-la-identidad-v-ii.pdf>
- DANE. (23 de 10 de 2021). *DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA - DANE*. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#registro-estadistico-de-relaciones-laborales-relab>
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Recuperado de <https://fhcv.files.wordpress.com/2014/01/freire-pedagogia-del-oprimido.pdf>
- Goffman, E. (1959). *Estigma de la identidad deteriorada*. Recuperado de <https://sociologiaycultura.files.wordpress.com/2014/02/goffman-estigma.pdf>
- Gualdron, S. V.-S. (2012). *El Rol de la Mujer en las Organizaciones Colombianas*. Recuperado de <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/4002/131322.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lamas, M. (1996). La perspectiva de género. *Revista de Educación y Cultura de la sección 47 del SNTE*. Recuperado de

- [https://www.ses.unam.mx/curso2007/pdf/genero\\_perspectiva.pdf](https://www.ses.unam.mx/curso2007/pdf/genero_perspectiva.pdf)
- Navarro, J. (2021). *Sobre el Salario Mínimo y la Remuneración en Colombia*. Recuperado de <http://fenadeco.org/wp-content/uploads/2021/04/Salario-Minimo-Abril.pdf>
- Oliveira, J. A. (2020). *Trabajo y pobreza. Las mujeres cabeza de familia*. doi: <https://doi.org/10.25100/sye.v0i41.9692>
- Rangel, L. S. (Diciembre de 2020). Las mujeres, el mercado laboral y la pandemia. *Econografos Escuela de Economía*(155). Recuperado de [file:///C:/Users/FERNANDO%20ARIZA/Downloads/Las\\_mujeres\\_el\\_mercado\\_laboral\\_y\\_la\\_pand.pdf](file:///C:/Users/FERNANDO%20ARIZA/Downloads/Las_mujeres_el_mercado_laboral_y_la_pand.pdf)
- Savater, F. (1997). *EL VALOR DE EDUCAR*. Recuperado de <https://www.ivanillich.org.mx/Conversar-educar.pdf>
- WEBER, M. (1959). *ECONOMÍA Y SOCIEDAD*. Recuperado de <https://sociologia1unpsjb.files.wordpress.com/2008/03/weber-economia-y-sociedad.pdf>