



ACUERDO NO. 1998 CON FECHA DEL 07 DE JUNIO DE 2016 DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES

IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA PILOTO DE CAPACITACIÓN EN VENTAS, DIRIGIDO A MUJERES CABEZA DE FAMILIA.

Barrio la Nevada, Valledupar - Colombia

TESIS PARA: **DOCTORADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

PRESENTA: **FERNANDO MARIO ARIZA DAZA**

DIRECTOR DE TESIS: **JUAN CARLOS CENTENO MALDONADO**

Marzo, 2022

ASUNTO: Carta de liberación de tesis.

Aguascalientes, Ags., 08 de agosto de 2022.

LIC. ROGELIO MARTÍNEZ BRIONES
UNIVERSIDAD CUAUHTÉMOC PLANTEL AGUASCALIENTES
RECTOR GENERAL

P R E S E N T E

Por medio de la presente, me permito informar a Usted que he asesorado y revisado el trabajo de tesis titulado:

***PROPUESTA DE UN PROGRAMA PILOTO DE ACCIÓN SOCIAL Y
CAPACITACIÓN EN VENTAS, DIRIGIDO A MUJERES CABEZA DE FAMILIA***

Barrio la Nevada, Valledupar - Colombia

Elaborado por el **Mtro. Fernando Mario Ariza Daza**, considerando que cubre los requisitos para poder ser presentado como trabajo recepcional para obtener el grado de **Doctorado en Ciencias de la Educación**.

Agradeciendo de antemano la atención que se sirva a dar la presente, quedo a sus apreciables órdenes.

ATENTAMENTE



Dr. Juan Carlos Centeno Maldonado

A Quien Corresponda
Presente


Asunto: Responsiva de integridad académica

Yo, FERNANDO MARIO ARIZA DAZA con matrícula EDCO19517 egresado del programa DOCTORADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN de la Universidad Cuauhtémoc, plantel Aguascalientes, identificado con IFE-INE o CC, N.º 84038858 pretendo titularme con el trabajo de tesis titulado:

PROPUESTA DE UN PROGRAMA PILOTO DE ACCIÓN SOCIAL Y CAPACITACIÓN EN VENTAS, DIRIGIDO A MUJERES CABEZA DE FAMILIA, BARRIO LA NEVADA, VALLEDUPAR COLOMBIA

Por la presente Declaro que:

- 1.- Este trabajo de tesis, es de mi autoría.
- 2.- He respetado el Manual de Publicación APA para las citas, referencias de las fuentes consultadas. Por tanto, sus contenidos no han sido plagiados, ni ha sido publicado total ni parcialmente en fuente alguna. Además, las referencias utilizadas para el análisis de la información de este Trabajo de titulación están disponibles para su revisión en caso de que se requiera.
- 3.- El Trabajo de tesis, no ha sido auto-plagiado, es decir, no ha sido publicado ni presentado anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional y se han contemplado las correcciones del Comité Tutorial.
- 4.- Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presentan en el trabajo de tesis, constituirán aporte a la realidad investigada.
- 5.- De identificarse fraude, datos falsos, plagio información sin citar autores, autoplagio, piratería o falsificación, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Cuauhtémoc, plantel Aguascalientes, Instituto de Educación de Aguascalientes, la Secretaría de Educación Pública, Ministerio de Educación Nacional y/o las autoridades legales correspondientes.
6. Autorizo publicar mi tesis en el repositorio de Educación a Distancia de la Universidad Cuauhtémoc, plantel Aguascalientes.



Fernando Mario Ariza Daza
fernandparizadaza@hotmail.com - 3168694004

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	ix
DEDICATORIA	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCION	13
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.1. Formulación del problema	20
1.1.1. Contextualización.....	20
1.1.2. Definición del problema.....	23
1.2. Pregunta de Investigación	26
1.3. Justificación	26
1.3.1. Conveniencia	26
1.3.2. Relevancia social	26
1.3.3. Implicaciones prácticas.....	27
1.3.4. Utilidad metodológica.....	28
1.3.5. Utilidad teórica	29
1.4. Hipótesis	29
1.4.1. Hipótesis de investigación:.....	29
1.4.2. Hipótesis nula:.....	30
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	31
2.1. Teoría educativa que sustenta la investigación	33
2.1.1. Enfoque constructivista	35
2.2. Marco conceptual	38
2.2.1. Análisis conceptual Madres cabezas de Familia.....	38
2.2.1.1. Mujer y la realidad del barrio en Colombia	39
2.2.1.2. Teoría de género.....	43
2.2.1.3. La perspectiva de género.....	46
2.2.1.4. Liderazgo de género	48
2.2.1.5. Condiciones de empoderamiento en mujeres Cabeza de Familias	49
2.2.1.6. Mujer y estructura familiar de la barriada colombiana	50
2.2.1.7. El Barrio	51
2.2.1.8. La estructura familiar colombiana	53

2.2.2. Análisis conceptual de la acción social	55
2.2.3.1. Mujer y empoderamiento a través de la educación para el trabajo	59
2.2.3.2. La educación como vía para el empoderamiento de la mujer	60
2.3.1. Variable Independiente	65
2.3.2. Variable dependiente	71
2.4. Marco Legal	76
<i>CAPÍTULO III MÉTODO.....</i>	79
3.1. Objetivo.....	81
3.1.1. General	81
3.1.2. Específicos.....	81
3.2. Participantes	82
3.3. Escenario.....	82
3.4. Instrumentos de recolección de información.....	83
3.5. Validez.....	85
3.6. Confiabilidad	86
3.6.1. Cuestionario para recolectar información referente al proyecto de investigación.	89
3.7 Procedimiento	91
3.8. Diseño del método	92
3.8.1. Diseño.....	92
3.8.2. Momento de estudio.....	93
3.8.3. Alcance del estudio	94
3.9 Operacionalización de las variables.....	95
3.10. Análisis de datos.....	96
3.11. Consideraciones éticas	97
<i>CAPÍTULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</i>	99
4.0. Resultados.....	101
4.1. Integración de datos (sociodemográficos, estadística descriptiva).....	101
4.1.1. Análisis estadístico descriptivo en SPSS	102
4.1.2. Estadística inferencial	133
<i>CAPÍTULO V DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</i>	143
5.1 Discusión (Teórico vs resultados y resultados vs estudios empíricos).....	145
5.1.1 Teórico vs resultados	145
5.1.2 Resultados vs estudios empíricos.....	147

5.2. Propuesta de acción social y capacitación en ventas, dirigido a mujeres cabeza de familia del Barrio la Nevada.	156
5.2.1. Presentación del programa	156
5.2.2. Principios del programa.	157
5.2.3. Objetivos del programa piloto.	158
5.2.4. Ejecución del programa piloto.	159
5.2.5. Programa de capacitación	160
CONCLUSIONES.....	164
REFERENCIAS.....	177
3. Hoja de Respuesta.....	187

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 : Operacionalización de las categorías de estudio	96
Tabla 2: Responsabilidad por el soporte económico del hogar	102
Tabla 3: Estadísticos descriptivos de la variable soporte económico	103
Tabla 4: Madres cabeza de hogar	103
Tabla 5: Estadísticos descriptivos de la variable madre cabeza de hogar	104
Tabla 6: Tenencia de hijos.....	104
Tabla 7: Estadísticos descriptivos de la variable tenencia de hijos	105
Tabla 8: Número de miembros del núcleo familiar	105
Tabla 9: Estadísticos descriptivos de la variable número de miembros del núcleo familiar	106
Tabla 10: Dinero recibido mensualmente	106
Tabla 11: Estadísticos descriptivos de la variable dinero recibido mensualmente	107
Tabla 12: Nivel educativo	108
Tabla 13: Estadísticos descriptivos de la variable nivel educativo.....	109
Tabla 14: Edad	110
Tabla 15: Estadísticos descriptivos de la variable edad	111
Tabla 16: Pertinencia de los materiales del curso	111
Tabla 17: Estadísticos descriptivos de la variable pertinencia de los materiales del curso	112
Tabla 18: Pertinencia de los materiales del curso	113
Tabla 19: Estadísticos descriptivos de la variable división del tiempo dedicado a la teoría y práctica	114

Tabla 20: Claridad al explicar los temas.....	114
Tabla 21: Estadísticos descriptivos de la variable claridad al explicar los temas	115
Tabla 22: Participación de los alumnos con preguntas.	116
Tabla 23: Estadísticos descriptivos de la variable participación de los alumnos con preguntas.....	117
Tabla 24: Interacción entre las alumnas.....	117
Tabla 25: Estadísticos descriptivos de la variable Interacción entre los alumnos.....	118
Tabla 26: Respuestas a las preguntas de los capacitadores	119
Tabla 27: Estadísticos descriptivos de la variable respuestas a las preguntas de los capacitadores	120
Tabla 28: Ejemplos de los temas trabajados.....	120
Tabla 29: Estadísticos descriptivos de la variable ejemplos de los temas trabajados .	121
Tabla 30: Conocimiento antes de recibir la capacitación.....	122
Tabla 31: Estadísticos descriptivos de la variable conocimiento antes de la capacitación	123
Tabla 32: Conocimiento después de recibir la parte teórica capacitación	124
Tabla 33: Estadísticos descriptivos de la variable conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación	125
Tabla 34: Habilidad para vender antes de la capacitación	125
Tabla 35: Estadísticos descriptivos de la variable habilidad para vender antes de la capacitación.....	126
Tabla 36: Habilidad para vender después de la capacitación.....	127
Tabla 37: Estadísticos descriptivos de la variable habilidad para vender después de la	

capacitación.....	128
Tabla 38: Aplicabilidad de lo aprendido	129
Tabla 39: Estadísticos descriptivos de la variable aplicabilidad de lo aprendido	130
Tabla 40: Satisfacción con la capacitación	130
Tabla 41: Estadísticos descriptivos de la variable satisfacción con la capacitación	131
Tabla 42: Beneficio de la capacitación a la familia	132
Tabla 43: Estadísticos descriptivos de la variable beneficio de la capacitación a la familia	133
Tabla 44: Prueba T de Wilcoxon para la variable percepción del conocimiento.....	134
Tabla 45: Estadísticos de la Prueba T de Wilcoxon para la variable percepción del conocimiento	134
Tabla 46: Prueba T de Wilcoxon para la variable percepción de habilidad	135
Tabla 47: Estadísticos de la Prueba T de Wilcoxon para la variable percepción de la habilidad	135
Tabla 48: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.....	137
Tabla 49: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.....	139
Tabla 50: Alfa de Cronbach.....	144
Tabla 51: Alfa de Cronbach para cada variable.....	145

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:Árbol de toma de decisiones	97
Figura 2:Mujeres que llevan el soporte económico del hogar.....	102
Figura 3:Mujeres cabeza de hogar	103
Figura 4:Tenencia de hijos	104
Figura 5:Número de miembros del núcleo familiar	105
Figura 6:Dinero recibido mensualmente.....	107
Figura 7:Nivel educativo	109
Figura 8:Edad.....	110
Figura 9:Pertinencia de los materiales del curso	112
Figura 10:División del tiempo dedicado a la teoría y práctica.....	113
Figura 11:Claridad al explicar los temas.....	115
Figura 12:Participación de los alumnos con preguntas	116
Figura 13:Interacción entre las alumnas.....	118
Figura 14:Respuestas a las preguntas de los capacitadores	119
Figura 15:Ejemplos de los temas trabajados.....	121
Figura 16:Conocimiento antes de la capacitación	123
Figura 17:Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación	124
Figura 18:Habilidad para vender antes de la capacitación	126
Figura 19:Habilidad para vender después de la capacitación	128
Figura 20:Aplicabilidad de lo aprendido.....	129
Figura 21:Satisfacción con la capacitación.....	131
Figura 22:Beneficio de la capacitación a la familia	132

AGRADECIMIENTO

Primero, doy gracias a Dios, por darme la voluntad, disciplina para culminar mis estudios de doctorado en ciencias de la educación. Agradecer a mi familia por apoyarme en este sueño, a mi esposa e hijos, que han tenido la paciencia, la comprensión para que este proyecto se convirtiera en realidad.

Agradecer a la Universidad, a los docentes y en especial a mi director de proyecto, quien me brindó su apoyo desde el inicio en este trabajo de grado.

Y a todas las personas que de una y otra forma aportaron su granito de arena para que este trabajo fuera una realidad.

DEDICATORIA

Al culminar esta nueva etapa de mi crecimiento profesional quiero dedicar este triunfo, a quienes posibilitaron que este sueño se convirtiera en una realidad, aquellos que permanecieron a mi lado en todo momento. A mi esposa, estuviste motivándome siempre, a mis hijos los cuales son mi orgullo y la razón que me permiten continuar esforzándome día a día, a mis maestros y asesor de la Universidad Cuauhtémoc, por aportarme sus conocimientos para ser un mejor profesional.

RESUMEN

Los actuales cambios que experimenta la sociedad a nivel mundial evidencian en las madres cabezas de hogar, la necesidad de reevaluar el rol de estas en la producción económica del hogar. Se plantea implementar un programa de acción social y capacitación en ventas para las madres cabezas de hogar del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar, que promueva cambios desde la defensa de la equidad y participación de la mujer en el ámbito laboral. Esta investigación es de carácter no experimental de naturaleza transversal explicativa, la cual establece coherencias entre los métodos teóricos, empíricos y estadísticos, garantizando metodológicamente el éxito de la investigación. La población del estudio corresponde a las 50 mujeres cabeza de familia del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar que están comprendidas en edades entre los 20 y 40 años. Para obtener los resultados en esta investigación se implementó el cuestionario como medio para recaudar de manera útil y eficaz la información requerida en un tiempo relativamente corto. El análisis de los resultados arroja datos sobre las variables acerca de la acción social y capacitación en ventas y las madres cabezas de familia. Identificando un bajo nivel educativo con ausencia de interés en los procesos de formación de las madres cabezas de familia, que influye en el desarrollo profesional y en las pocas oportunidades de empleos dignos que generen recursos para el sostenimiento de su núcleo familiar.

Palabras Clave: Programa, Acción Social, Capacitación, Ventas, Madres cabezas de familia.

ABSTRACT

The current changes that society is facing worldwide imply that the mothers who are head of households need to reevaluate their role in terms of the economic production for their families. It is proposed to implement a social action program and sales training sessions for mothers who are heads of households in La Nevada neighbourhood in the city of Valledupar, which propose changes based on the defense of equity and participation of women in the workplace. This research is a non-experimental study with a transversal explanatory nature, characterized by establishing coherence between theoretical, empirical and statistical methods, methodologically guaranteeing the success of the research. The population of this study is composed by the 50 female heads of households from La Nevada neighbourhood in Valledupar whose ages range between 20 and 40. In order to obtain the results of this research, a questionnaire was implemented for collecting data in a useful and effective way in a relatively short time. The analysis of the results yields data on the three variables about social action and sales training and mothers who are heads of households. It was found a low educational level and lack of interest in the training processes of mothers who are heads of households, which affect their professional development and show few opportunities for decent jobs that could generate resources to support their families.

Keywords: Program, Social Action, Training, Sales, Mothers heads of households.

INTRODUCCION

La importancia de plantear un programa de acción social y capacitación en ventas, como oportunidad de aprendizaje, radica en la consideración de las necesidades que tienen estos grupos, de producir para su existencia, desde su contexto cultural y económico. Es necesario entonces, generar oportunidades que satisfagan la demanda creciente de este tipo de recursos, como fuente directa de ingresos para las madres cabezas de hogar del Barrio la Nevada, en el municipio de Valledupar.

Este tipo de proyectos permite que las madres cabezas de hogar obtengan 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. Lo cual surge a partir de la identificación de problemas relacionados con el acceso y gestión de oportunidades de formación. La participación de las mujeres, como protagonistas en el proceso de gestión y transformación de su comunidad, permite abrir un debate en torno al derecho de las mujeres a ser ciudadanos activos, facilitando la creación de patrones que les permitan obtener una mayor participación en el ámbito público y privado.

Al diseñar programas de acción social y capacitación en ventas, se pretende enfocar perspectivas de géneros, que se ajusten a la realidad social del condicionamiento laboral al cual se exponen constantemente. Con esto, se puede conseguir que cada madre esté en capacidad de reestructurar su economía y condición social, a partir de procesos de

formación específicos, como estrategia individual y colectiva. Esto permitirá en la praxis que, la mujer genere una mayor resistencia frente a toda segmentación, discriminación social y laboral.

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 de utilizar a las madres cabezas de hogar como un medio, y no como un fin, para mejorar las economías locales, de tal manera que, su rol no afecte su desempeño como agente de desarrollo social (Gualdrón y Varela, 2012).

Según Gualdrón y Varela (2012) el rol social de la mujer colombiana ha tenido cambios significativos ya que la sociedad considera que la mujer debe cumplir con funciones protagónicas en el ámbito social ocupando distintas funciones y ejerciendo un liderazgo más dinámico e inclusivo dentro de la sociedad moderna. Este nuevo rol las proyecta incorporando nuevos atributos y competencias que generen crecimiento alrededor de una nueva estructura social. Se hace énfasis en el rol de madre cabeza de familia como una situación de actualidad frente al reto de la formación, esto teniendo en cuenta que no es un tema abordado en su contexto, se basó en información que aportan otras investigaciones que muestran las dificultades que poseen las madres cabeza de familia

para acceder a procesos de mejora de sus niveles de educación, debido al tiempo que emplean en actividades para garantizar cada rol dentro de la sociedad: mujer, maternidad, madre, papel de mujer trabajadora, mujeres cabezas de familia, entre otros.

Asimismo, es necesario conocer la disposición que tendrían las madres cabezas de hogar del Barrio la Nevada para realizar algún tipo de capacitación que mejore las oportunidades concretas de optimizar sus condiciones laborales; lo cual implica un mayor compromiso, entendiendo que en la realidad existen muchos factores que determinan la posibilidades de interesarse por este tipo de programas, como la responsabilidad con las personas a su cargo y la dificultad de no contar con horarios flexibles que les permitan realizar las funciones tanto de madre, estudiante como de trabajadora.

La sociedad de nuestros días 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).

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.

Para Miranda & Arancibia (2017) la relación entre educación y trabajo desde la perspectiva de género busca realizar una proyección del ser como persona. Incluyendo su manera de vivir, de expresarse, de sentir, asegurando en el futuro conciencia de su propia identidad. Estas características garantizan que se empoderen sus capacidades, para suplir sus necesidades cognitivas y operativas que presenta su entorno socio cultural. Este proceso de adaptación social facilita en las madres cabezas de familia un mejor desarrollo de habilidades. Las cuales llevan a comprender como la productividad articula todos los procesos de cambios sociales a los que están sometidas (Miranda y Arancibia,2017).

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).

A continuación, se dará evidencia a partir del capítulo I del Impacto de la implementación de un programa piloto de acción social y capacitación en ventas, dirigido a mujeres cabeza de familia del Barrio la Nevada, del municipio de Valledupar. Teniendo en cuenta la visión social desde el ámbito internacional, nacional y local, presentando antecedentes de investigaciones relacionadas con la temática abordada, ofreciendo claridad a la hipótesis, a partir de su relevancia social teórica y como metodología. Posteriormente en el capítulo II se analizarán las variables acción social y capacitación en ventas y madres cabezas de familia, basándose en estudios empíricos que ayuden a construir proposiciones teóricas generales, para orientar sobre el desarrollo del estudio.

El capítulo III describe el objetivo general y específicos, junto a los participantes, el diseño metodológico a partir de la técnica, instrumento, validez y análisis de la información a través del Software estadístico SPSS. En el capítulo IV se presenta datos sociodemográficos y la interpretación de los resultados a partir de análisis estadísticos e inferenciales, corroborando la coherencia del proceso y los objetivos propuestos. Por último, el capítulo V se plantea la discusión de los objetivos, la hipótesis, explicando los resultados obtenidos. De igual manera se resaltan la manera como se aplican los resultados mediante la estructuración de la DOFA, como análisis para dar continuidad a nuevas líneas de investigación, que realice aportes a la sociedad y a todo el contexto de género a partir de la formación de madres cabezas de familia.

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el primer capítulo de este estudio se presenta la formulación del problema. Con éste, se delimita el campo de investigación en función del contexto pedagógico del proyecto. Esto con el fin de identificar el impacto que genera la implementación de un programa piloto de acción social y capacitación en ventas, dirigido a mujeres cabeza de familia del Barrio la Nevada, del municipio de Valledupar. Lo anterior, permite la construcción de contextos educativos flexibles y promueve competencias dirigidas al fortalecimiento e inclusión de esta población.

Dentro de la pertinencia de la aplicación de este programa de acción social y capacitación en ventas, surgen posibilidades concretas de activar una fuerza laboral disponible para la reactivación de la economía local, que ha estado golpeada por efectos de la pandemia del Covid 19. Esperando que la reactivación genere una oportunidad para la construcción de mejores ciudadanos, que se adapten a las diferentes exigencias de los mercados actuales.

1.1. Formulación del problema

1.1.1. Contextualización

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 (Cediel, Sánchez, Sánchez & Castro, 2021).

Son estos tipos de desigualdades los que también 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, p.5, citado por 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. 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, podremos plantear posibles soluciones, ante la falta de oportunidades que enfrenta este segmento de la población.

La desintegración del tejido social, como consecuencia de los mayores niveles de

inequidad, mala distribución de la riqueza, reducción de derechos sociales, hacen del barrio el espacio donde confluyen la mayoría de los conflictos y necesidades. Para Castellano, Garzón y Sotelo (2015) estos factores motivan a las madres cabezas de hogar a generar cambios en sus estilos de vida, en el desarrollo de su cotidianidad, en el comportamiento y en la conciencia ciudadana. Para el estudio propuesto, es el ámbito barrial, el elegido para observar prácticas, acontecimientos, relacionamientos, códigos, lenguajes; desde el escenario microsocioal al macrosocioal. Es decir, en el barrio se construye identidad, constituye el lugar propicio para recuperar el contenido del pensar popular (Ferrero, 2016).

La iniciativa llevada a cabo en el Barrio la Nevada del municipio de Valledupar, Colombia, sobre la capacitación en ventas de madres cabezas de familia, busca la identificación de problemas relacionados con el acceso y gestión de oportunidades de formación. La participación de las mujeres, como protagonistas activas en el proceso de gestión y transformación de su comunidad, permite abrir un debate en torno al derecho de las mujeres a ser ciudadanos activos, facilitando la creación de patrones que les permitan obtener una mayor participación en el ámbito público y privado.

Este tipo de proyectos permite que las madres cabezas de hogar obtengan un mayor respaldo social y con ello, se logre su aceptación e inclusión en el mercado laboral, 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. El proyecto también contribuirá con la búsqueda de una vía para poder salir de ese ranking que ubica

a Valledupar como la ciudad con el mayor desempleo del país. Según el DANE (2021) la ciudad presenta una tasa del 27,9% de mujeres desempleadas, frente a la tasa nacional que comprende un 19,6% de mujeres desempleadas en el país.

Las mujeres ocupan una gran proporción de la economía informal. Esta se ha afectado por las medidas de aislamiento social para prevenir el Covid 19, además, se le suma el hecho de tener que enfrentar solas el liderazgo de sus hogares para sacar adelante a sus hijos. Esto acrecienta la crisis, lo que hace necesario la generación de un marco de oportunidades para que ellas desde su condición de madres cabezas de hogar, puedan superarse a sí mismas y así cumplir con su responsabilidad.

La importancia de plantear un programa de acción social y capacitación en ventas, como oportunidad de aprendizaje, radica en la consideración de las necesidades que tienen estos grupos, de producir para su existencia, desde su contexto cultural y económico. Es necesario entonces, generar oportunidades que satisfagan la demanda creciente de este tipo de recursos, como fuente directa de ingresos para las madres cabezas de hogar del Barrio la Nevada, en el municipio de Valledupar.

1.1.2. Definición del problema

Los actuales cambios que experimenta la sociedad a nivel mundial evidencian en las madres cabezas de hogar, la necesidad de reevaluar el rol de estas en la producción económica del hogar. Ahora tienen, no solo la función de las labores domésticas, sino también la provisión de recursos económicos para la subsistencia de toda la familia. Así

las cosas, surge la necesidad de generar programas de capacitación no formal, para fortalecer emprendimientos empresariales con poca inversión de recursos financieros.

Como componente del desarrollo socioeconómico, se pretende, el fortalecimiento de la identidad femenina. Esto será posible, aumentando su autoestima y liderazgo, a partir del reconocimiento de sus responsabilidades en el hogar y en su trabajo (Erazo, Jiménez & López ,2014). Para esto, es necesario proporcionarles las herramientas adecuadas para superar los problemas que, como madres cabezas de hogar enfrentan y de esta manera, lograr una mejor realización de ellas como sujetos sociales.

Al diseñar programas de acción social y capacitación en ventas, se pretende enfocar perspectivas de género, que se ajusten a la realidad social del condicionamiento laboral al cual se exponen constantemente. Con esto, se puede conseguir que cada madre esté en capacidad de reestructurar su economía y condición social, a partir de procesos de formación específicos, como estrategia individual y colectiva. Esto permitirá en la praxis que, la mujer genere un blindaje frente a todo tipo de segmentación, discriminación social y laboral.

A partir de los cambios comportamentales de las personas, se incorporan nuevos hábitos, conocimientos, habilidades y destrezas, asimilando y desarrollando valores a efecto de capacitarlas mejor para su trabajo. Según Chiavenato (2009) las necesidades de capacitación surgen a partir de las escasas posibilidades que tiene las madres cabezas de hogar de aprovechar oportunidades laborales, a partir de su proceso de

formación profesional. En las primeras fases exploratorias se entrevistan las madres y estas manifiestan su preocupación sobre el futuro de sus familiares, entendiendo que sus hijos y familiares, mejoran sus posibilidades desde su inserción laboral, la cual debe estar estimulada por un medio ambiente cambiante y discontinuo, desde su tradicional enfoque de género.

Las madres cabeza de familia del barrio La Nevada, son personas con bajos recursos económicos. Estas vienen experimentando cambios en la estructura familiar, donde los padres son separados, o nunca formaron unión marital de hecho, por lo tanto, las madres tienen que asumir paralelamente dos condiciones dentro de sus hogares como son ama de casa y de respaldo financiero para sostener a sus familias. Con el proyecto las madres cabeza de familia se verán beneficiadas logrando tener unas bases sólidas, para entender el mercado y su entorno. Para esto necesitan una formación y capacitación en ventas con el fin de tener conocimientos claros en temas de gestión comercial, atención a clientes, trabajo en equipo, para desarrollar habilidades y lograr alcanzar objetivos en busca de un beneficio personal y de su bienestar (Agudelo, 2019).

Lo anterior contribuirá con un mejor desarrollo personal de la madre y su familia. Se construyen así, nuevas relaciones jerárquicas en el hogar, con un mayor grado de equidad y respeto al momento de tomar decisiones, para la creación de relaciones comerciales ajustadas a la dinámica que cada ciudad pretende plantear dentro de su cadena productiva. Esto generará mayor competitividad y sostenibilidad en el tiempo para cada actividad que planteen, entendiendo que sobre ellas recaen todas las

responsabilidades del hogar, lo que podría convertirse en una variable de riesgo en la medida que restringe el tiempo necesario para una mejor inserción laboral.

1.2. Pregunta de Investigación

¿De qué manera la implementación de un programa de acción social y capacitación en ventas permitiría un mejoramiento en la percepción del conocimiento y la habilidad para la gestión comercial de las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar?

1.3. Justificación

1.3.1. Conveniencia

Ser mujer cabeza de familia exige cubrir amplias áreas para el desarrollo del hogar, especialmente en lo que tiene que ver con aportar mayores ingresos económicos al grupo que depende de ella. Ante la poca oferta de empleos formales para la población menos capacitada en las zonas urbanas del país, las mujeres buscan alternativas para la generación de ingresos que le permitan la subsistencia de su familia. Esta situación hace necesaria la creación de programas de capacitación que permitan acercar a la mujer al cumplimiento de sus objetivos empresariales.

1.3.2. Relevancia social

Analizando el comportamiento socioeconómico actual en el que se ha venido enfrentando una pandemia mundial por efectos del Covid-19, se puede afirmar que el presente estudio tiene una relevancia social, porque busca contribuir con el mejoramiento de las condiciones de vida de las madres cabezas de hogar. De esta manera, se cree que, este trabajo pueda generar oportunidades para optimizar las capacidades intelectuales de las madres cabeza de familia en la medida que les permite forjar retos que amplíen sus expectativas laborales, mediante su capacidad para aportar al desarrollo y construcción de una mejor sociedad.

Desde esta perspectiva, se buscará ampliar la posibilidad de ejercer un liderazgo del hogar congruente con las necesidades del momento y el marco de oportunidades que ofrece la capacitación a las mujeres cabeza de familia. Estas son: un mayor fortalecimiento de su identidad y como tal, de los ingresos que se generen de manera autónoma para el mejoramiento de sus condiciones socio económicas.

1.3.3. Implicaciones prácticas

El proyecto tiene implicaciones prácticas, en cuanto a la pretensión de solucionar un problema que cada día se agudiza, debido a las condiciones socioeconómicas a las cuales están expuestas las madres cabezas de hogar en Valledupar, quienes enfrentan dificultades para el acceso a procesos de formación profesional que mejoren sus condiciones. Con este trabajo investigativo se aspira garantizar el mejoramiento de las actividades económicas en las que se puedan desempeñar las madres cabezas de

familia. Para esto, se podrán aprovechar los procesos de comercialización de las empresas beneficiarias que conforman el aparato económico de la ciudad de Valledupar, generando oportunidades de insertarlas en el contexto laboral, ya que existe deficiencia en la implementación de planes de acción social y capacitación en ventas dirigida a madres cabezas de familia.

1.3.4. Utilidad metodológica

Este estudio tiene una importancia metodológica, porque para el Departamento del Cesar sería algo novedoso ya que en la literatura consultada no existe evidencia de que se haya diseñado y aplicado este tipo de programa de acción social que enfrente la falta de oportunidades para acceder a la educación como vehículo de transformación social y económico. Las madres cabeza de familia del municipio de Valledupar necesitan trascender en el quehacer educativo, bajo principios de equidad y sostenibilidad. A través de la producción y transmisión de saberes, enfocados a la construcción de una ciudadanía moderna, se podrá brindar oportunidades de transformación para el desarrollo social de esta población vulnerable, que debido a sus escasos recursos y bajos niveles de educación se les restringe el acceso a trabajos dignos que mejoren su calidad de vida y la de sus familias.

El interés con este trabajo es poder contribuir con el mejoramiento de las condiciones socio económicas de las madres cabeza de familia del barrio la Nevada, del municipio de Valledupar, desde un ejercicio pedagógico que permita, como docentes, brindar a esta

población, las posibilidades de soñar con un mejor mañana. Así las cosas, los resultados de este plan piloto, deben servir para demostrar que, las instituciones educativas pueden contribuir con el mejoramiento de las condiciones de vida de estas poblaciones vulnerables, a través de la generación de ecosistemas educativos para acceder a los beneficios de estar capacitados para competir en el campo laboral.

1.3.5. Utilidad teórica

Los cambios socioeconómicos que se viven actualmente estimulan a las madres cabezas de familia a asumir de manera particular la responsabilidad de prepararse para enfrentar las exigencias que demanda el mercado laboral. De esta manera, a las madres cabezas de hogar, se les ofrecerá acompañamiento, aportándoles elementos que puedan considerarse fundamentales al momento de incorporarlos a las políticas de generación de oportunidades de manera más equitativa dentro de la sociedad. Lo cual crea fundamentos para que las madres cabezas de familia encuentren espacios para insertarse activamente como actoras sociales dentro de su propia comunidad.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis de investigación:

La implementación de un programa de acción social y capacitación en ventas para madres cabezas de familia del barrio la Nevada, del municipio de Valledupar permite un mejoramiento en la percepción del conocimiento y la habilidad para la gestión comercial

de estas mujeres.

1.4.2. Hipótesis nula:

La implementación de un programa de acción social y capacitación en ventas para madres cabezas de familia del barrio la Nevada, del municipio de Valledupar no permite un mejoramiento en la percepción del conocimiento y la habilidad para la gestión comercial de estas mujeres.

Se puede concluir del capítulo uno, la importancia que representa para la economía local, la implementación de un programa de acción social y capacitación en ventas. Este pretende en primer lugar, la generación de posibilidades de acceso a beneficios que, les permitan competir a las madres cabezas de familia del barrio la Nevada, en el campo laboral y posibilite la recuperación del tejido humano de la ciudad de Valledupar.

En estos momentos, cuando los estragos de la pandemia del Covid, exigen oportunidades tangibles de mejorar las condiciones laborales e ingresos económicos de las madres cabezas de hogar, es necesario brindarles escenarios de transformación social, educativa y laboral a esta población vulnerable, quienes por sus escasos recursos y bajos niveles de educación no tienen el acceso a trabajos dignos que mejoren su calidad de vida y la de sus familias.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

El marco teórico permite organizar todos los conocimientos existentes que van a ir coordinando de manera coherente todas las proposiciones teóricas generales con respecto al problema planteado, de tal manera que, sirva como material de respaldo en el proceso de fundamentación teórica. A través de este proceso de construcción estructurado, se detallan todos los elementos necesarios en la elaboración teórica, de tal manera que, permitan que la formulación del problema y sus posibles soluciones sean el resultado de cada deducción conceptual de lo que se pretende analizar dentro de un fenómeno específico, que prevenga errores cometidos en otras investigaciones. El marco teórico nos permite orientarnos sobre la manera como se desarrolla el estudio, ampliando el horizonte. Allí se identifican las fuentes primarias y secundarias que permiten estructurar objetivos concretos bajo los cuales se sustenta el diseño del estudio.

Se podría decir que esto se efectúa a través de diferentes definiciones que le van dando sentido a cada una de las hipótesis o afirmaciones que tendrán que ser verificadas, para ser interpretadas posteriormente de acuerdo con cada resultado que arroje la aplicación del plan de acción social y capacitación en ventas de las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar. Para esto, se lleva a cabo, la identificación de la variable independiente que, para este caso encierra a las madres cabezas de familia y la variable dependiente que es aquella que se investiga y analiza, mediante el proceso de formación a través de la capacitación en ventas como parte activa dentro del proceso enseñanza aprendizaje y estudios empíricos que muestran la relación entre cada variable.

2.1. Teoría educativa que sustenta la investigación

La pedagogía, se convierte desde lo humano en auténtica en la medida en que se procure integrar a todos los individuos de la comunidad a su realidad nacional, en la medida en que cada madre cabeza de familia del barrio la Nevada pierda el miedo y permita que se genere a través de la enseñanza intercambio de experiencias que busquen independizar a la mujer de las ataduras de la marginalidad, a través de la solidaridad. En cuanto a la necesidad del ser, este tipo de esperanza necesita de la práctica para volverse algo concreto, por eso se necesitan acciones, compromisos, empoderamiento de la mujer, ya que los cambios esperados no ocurren en la pura espera de los acontecimientos (Freire, 1969).

La pedagogía progresista tiene que estar atenta, no sólo a los contenidos, sino, a las formas de abordarlos, ya que están en relación directa con los niveles de lucha por adaptar sus necesidades a la esperanza de poder cambiar sus entornos sociales. Por eso es preciso dejar claro que, en el dominio de las estructuras socioeconómicas, el conocimiento más crítico de la realidad, que se adquiere a través de su desnudamiento, no opera, por sí solo, la modificación de la realidad lleva a que cada madre cabeza de familia, genere compromiso e interacciones en pro de asimilar los contenidos y poner en práctica los conocimientos que se construyen a partir de la relación mutua entre educador y educando. Para Freire (1969) la educación, en cuanto práctica reveladora, gnoseológica, no efectúa por sí sola la transformación del mundo, aunque es necesaria para ella.

Según Freire (1969) la desesperanza lleva a la desesperación social, de ahí que sea necesario educar. Una de las tareas del educador o educadora progresista, es descubrir las posibilidades que tiene el ser humano para vencer los obstáculos, para tener esperanzas de mejorar sus condiciones de vida. Este proyecto de acción social y capacitación en ventas para madres cabezas de familia del barrio la Nevada se convierte en una esperanza de encontrar caminos concretos que, a través de la enseñanza, cada individuo se fortalezca con nuevos saberes. Así aprenderían naturalmente lo que podían hacer y lo que no (Freire, 1969).

En esta pedagogía, las formas tradicionales de trabajo en sala de aula se remplazaban por estructuras flexibles donde el objeto de estudio se basa en la realidad de cada madre cabeza de familia y las problemáticas que diariamente enfrentan para sobrevivir en un ambiente de inequidad y de falta de oportunidades para trabajar dignamente. Este proyecto de acción social y capacitación en ventas logra, descifrar códigos incomprensibles por parte de sectores públicos y privados en el que ha sido difícil acceder como madres cabezas de familia sin oportunidades para mejorar sus condiciones de vida.

Por eso, la educación dentro de este renacer adquirirá mayor importancia. Su fuerza se basaría sobre todo en la aptitud que expresan las madres cabezas de familia para incorporarse al dinamismo del paso a una transformación en la manera de concebir las realidades. Una de las tareas de la pedagogía de la esperanza es posibilitar en las clases populares el desarrollo de su lenguaje, propio de sus realidades, que describa sus

conjeturas, su visión de un nuevo horizonte. Es desde esta perspectiva que el lenguaje se convierte en el mejor camino para que la ciudadanía se reconstruya a partir de imaginar un entorno diferente al que las oprime. Las prácticas cotidianas transforman la realidad de lo que va a hacer si deciden aceptar los procesos de cambio (Freire, 1969).

2.1.1. Enfoque constructivista

La teoría educativa que sustenta esta investigación es el socio constructivista. Esta corriente considera los procesos de aprendizajes como una forma de interacción social, donde se deben resaltar las maneras cómo los individuos y los grupos participan en la construcción de un nuevo modelo de percepción social del entorno en el que se desenvuelven las madres cabezas de hogar del barrio la Nevada de Valledupar Colombia. Estas realidades se caracterizan por un dinamismo, enmarcado en la interpretación individual de los hechos sociales que imposibilitan que las madres cabezas de hogar tengan las mismas oportunidades de acceder a procesos de formación y por ende a situaciones laborales acordes a sus necesidades.

Las teorías educativas nos brindan oportunidades de marco referenciar las observaciones del entorno social, para ayudarnos en la articulación de las realidades encontradas en el proceso de investigación y la práctica educativa que se llevará a cabo en la ejecución del proyecto. De esta manera, permite transformar esos hallazgos en recomendaciones para futuras investigaciones. Cubero (2005) demarca que el aprendizaje humano pretende que las personas adquieran sus habilidades, creencias y

modifiquen sus conductas y conceptos a través de la práctica y construcción de su conocimiento más básico, derivado de la realidad diaria, donde se interioricen y reconstruyan valores individuales que puedan aplicarse en el plano social. La teoría constructivista concibe el conocimiento como algo provisional, donde se contemplan múltiples construcciones y se forman a través de las negociaciones en el interior de las comunidades (Cubero, 2005). Este tipo de expresiones se transmiten mediante el lenguaje.

Para la teoría del constructivismo social, estos conocimientos se adquieren a partir de cada personalidad, y su comparación con el entorno social que lo rodea, busca un mayor fortalecimiento de lo aprendido. La investigación social crítica, concibe a la educación como un proceso histórico e ideológico, capaz de transformar los razonamientos normales en las organizaciones y en la manera de aplicar las normas sociales (Fernández,1995).

Entendiendo que, hoy la sociedad experimenta cambios fundamentales en sus estructuras, en las que la participación de la mujer juega un papel fundamental en la resignificación de los conceptos de igualdad y participación dentro de las comunidades urbanas, se plantea la puesta en marcha de un programa piloto de acción social y capacitación en ventas para madres cabeza de familia. Generando condiciones para que ellas accedan a procesos de empoderamiento social, de manera independiente, donde cada madre realice reflexiones críticas y facilite espacios dentro de su comunidad para la generación de un debate pedagógico dentro de la negociación de modelos educativos

acordes a su situación de madre cabeza de familia. Bauersfeld (1995) citado por Cubero (2005), establece que el constructivismo nos ofrece una alternativa en la búsqueda del conocimiento, donde éste surge de una acción o un proceso de construcción situada y del ámbito social.

Esta investigación desnuda las diferentes realidades que enfrentan las madres cabezas de hogar en Colombia. Un país que afronta un conflicto social amplio y donde precisamente las mujeres han puesto una alta cuota de sacrificio frente a cada factor que las margina y las pone en desventaja frente a las posibilidades laborales y educativas que ofrece el entorno social, para que puedan cumplir con sus responsabilidades de sacar adelante sus hijos y mejorar sus condiciones de vida.

La sociedad debe concienciarse de la manera cómo sobreviven, con bajos recursos económicos y en algunos casos insuficientes, como el resultado de su bajo nivel de formación educativa y su imposibilidad de insertarse en el contexto productivo de las economías urbanas. La mayoría de estas mujeres madres cabezas de hogar son víctimas de crueles desplazamientos forzados, como consecuencia del conflicto armado que enfrentan los colombianos, por la desigualdad social que se evidencia, especialmente en zonas rurales del país, donde el Estado no ofrece las condiciones necesarias para su subsistencia económica y física (Salcedo y Paes,2019). Debido a la falta de oportunidades para educarse y sobrevivir, ellas se ven obligadas a buscar nuevas oportunidades en otras ciudades, donde puedan acceder a ayudas necesarias, de tal manera que, mejoren sus condiciones para sostener sus familias.

Las condiciones de vulnerabilidad de estos hogares, liderados por las madres cabeza de familia están estrechamente relacionadas con la forma como están constituidas desde la estructura de familia a la cual pertenecen; estas son: sus costumbres, actitudes y formación académica, sumadas a la poca intervención que el Estado hace frente a este tipo de problemáticas.

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Análisis conceptual Madres cabezas de Familia

El término madre cabeza de familia se atribuye en principio a la mujer en ausencia de un varón adulto responsable de la manutención económica de su familia, pero también a las mujeres solas con hijos y otros que dependan de ellas para sobrevivir. No obstante, todos estos cambios de roles sociales, dentro de la convivencia, han posibilitado que la mujer asuma responsabilidades económicas mediante el desarrollo de actividades remuneradas, con o sin compañero conyugal presente, o que aporte a la manutención del núcleo familiar. Esto, genera transformaciones significativas a nivel socioeconómico, cultural y demográfico, que demarcan el tipo de relacionamiento con la sociedad civil. Dentro de la caracterización de las madres jefas de hogar se puede distinguir como rasgos distintivos, ser madres solteras, viudas, separadas, abandonadas por sus parejas; mujeres con uniones estables, pero obligadas a trabajar por enfermedad o desempleo de los esposos (Rico de Alonso, 2006).

2.2.1.1. Mujer y la realidad del barrio en Colombia

Durante mucho tiempo la mujer ha estado bajo un manto invisible. Ha tenido que enfrentarse a un sin número de luchas, obstáculos, incomprensiones, represiones etc. que han ido sorteando hasta ganar reconocimiento, para demostrar que están a la par de los hombres. Esta cosmovisión que por años fue instaurada, las sumió bajo un dominio patriarcal, donde la mujer libra batallas por el reconocimiento social, involucrándose en procesos emancipadores en diferentes momentos, a través de actividades que buscan ratificar la importancia que representa para la sociedad alcanzar la participación pública dentro del contexto social, político y económico.

A continuación, se tendrá en cuenta algunas cuestiones relativas al enfoque constructivista en torno a la dimensión histórica y social de la perspectiva de género, la cual permite tener en cuenta cómo influyen en las madres cabezas de familia, fenómenos relacionados con la demografía, la inmigración, los conflictos urbanos, situaciones epidemiológicas tan manifiestas ahora con el tema del Covid- 19, el VIH etc. Para lo cual surge la necesidad social de deconstruir la categoría de género, por medio de la cual se ha definido a la mujer, encerrándola en un marco de actuación muy estrecho dentro de su participación en la sociedad, para construir de manera consciente una identidad propia, que doten a la mujer de diferentes significados que la lleven a reivindicar su rol protagónico dentro de un marco social (Beauvoir,1949).

En el siglo XX, con el desarrollo de las ciencias sociales, se genera un espacio de reconocimiento de la mujer como grupo social. Para Lamas (1996) el constructivismo de género ha permitido a la mujer generar su propio espacio de interacción, donde se reconocen su accionar y su experiencia, dejando a un lado su rol pasivo para convertirse en un agente fundamental en la transformación social. En cuanto a la construcción femenina de su propia voz, se deben analizar los efectos que conectan a la educación, con la historia pasada y su influencia en las prácticas actuales, para ir encontrando las respuestas a la manera cómo actúa el género en las relaciones sociales y su significado frente a la organización familiar en nuestra sociedad actual.

Las desigualdades generan un tipo de violencia, que sitúa a la mujer en una posición desventajosa, a partir de su identidad sexual. El concepto de género hace parte de una estrategia feminista contemporánea para reivindicarse, de tal manera que se pueda explicar la persistente desigualdad entre mujeres y hombres. Según Scott (1986, citado por Jiménez & Galeano, 2020) a partir de las teorías feministas surgidas a finales del siglo XX y alrededor de los años sesenta, autoras como Simone de Beauvoir, convertida en una de las más importantes teóricas, plantea que la construcción del género obedece más a aspectos culturales que a esencias biológicas. El hecho que determina esta condición es la permanencia de algunas tradiciones que se mantienen en la sociedad actual.

Butler (1999) confirma que género no solo encierra características físicas, ni se limita a una perspectiva binaria de género, sino que se estructura de acuerdo con sus

relaciones y a sus prácticas, argumentando que el género debería suprimirse o convertirse en algo ambiguo, debido a que siempre es interpretado como signo de subordinación de la mujer. Para Butler, plantear la desnaturalización del género obedece a un deseo de vivir, de hacer la vida posible, y de replantear lo posible en cuanto al deseo de contrarrestar la violencia normativa de las formas ideales del sexo, eliminando las suposiciones dominantes acerca de la heterosexualidad natural, en las cuales se basan los discursos sobre sexualidad y género.

A finales de los años sesenta, el nuevo feminismo dirige sus fuerzas en contra de la desigualdad con epicentro en Estados Unidos y Europa, con influencia en América Latina, Oriente y África. A diferencia de los movimientos antecesores, contaban con un bagaje político, el cual forjó una ideología más radical al reflexionar sobre el capitalismo y su relación directa con el dominio patriarcal, como agente directo en el origen de la opresión femenina (Butler, 1999). Estos alcances ratificaron en su entender que, el papel que han desempeñado las mujeres en los procesos sociales es mucho más importante de lo que han sido reconocidos, detectándose estructuras sociales que han facilitado o frenado los intentos de las mujeres por modificar su estatus dentro de la sociedad. Según Lamas (2000) las diferencias sexuales son la base sobre la cual toma asiento la mala distribución de los papeles sociales, dejando a un lado la naturaleza biológica para entenderlo como un hecho social.

La sociedad moderna 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, si no como una parte integral de ella (Lamas, 1996).

El constructivismo busca reconstruir la percepción social, que llevan a las clases sociales a actuar en dirección de campos, las cuales convierte al barrio en el escenario propicio para que se desarrolle la convivencia ciudadana, donde los factores culturales de la mujer y el hombre se convierten en eje esencial para reivindicar estructuras sociales, que reflejen cómo se interconectan éstas con las acciones individuales. El barrio se constituye en el espacio, donde se desarrollan las relaciones entre el individuo y el mundo social y físico. Relaciones entre personas y estructuras que involucran a sus habitantes y la manera cómo puede participar el sujeto de sus dinámicas, trayectorias, para satisfacer sus necesidades cotidianas.

Los procesos de inserción social y de construcción de identidades por medio del trabajo, se ven interrumpidos constantemente por el aumento del desempleo. Convirtiendo al barrio en una unidad urbana donde se viven las realidades cotidianas y se perpetúan las diferencias sociales. Para Mayol (1999) desde el barrio se impone un saber hacer desde la interacción, que no se puede decidir ni evitar al mismo tiempo, mediante el cual cada sujeto se ajusta a él, concediendo una parte de sí mismo a la

jurisdicción del otro. Para las madres cabezas de familia este tipo de oportunidades representan una oportunidad de reivindicar su rol dentro del contexto laboral a partir de los procesos de formación y capacitación en ventas, que pretenden a través de los beneficios esperados de manera progresiva, basados en las costumbres del espacio social del barrio.

Para Durkheim (1893, citado por Mereton,2002) a medida que se incrementa la densidad y el tamaño de la población, crece la interacción social, intensificándose la lucha por la existencia en busca de la diferenciación progresiva de funciones. Este tipo de razonamiento pretende demostrar cómo la densidad demográfica es un agente dinamizador de la competencia entre géneros. Para encontrar la liberación social, las madres cabezas de hogar como agentes activos dentro del comportamiento social del barrio, deben convivir diariamente con diferentes situaciones de desventajas, pero que a través de procesos de formación y de acción social, pueden lograr un reconocimiento y participación de las oportunidades, tratando de ser más conscientes, frente a los retos que asumen ellas en la cotidianidad. Un individuo libre no responsabiliza a nadie de sus fracasos sino a sí mismo, los asume. Cuando a una mujer se le reconoce las obras a la par de los hombres, se debe a que las instituciones sociales lo exaltan por encima de toda diferenciación sexual (Beauvoir, 1949).

2.2.1.2. Teoría de género

Para Rodríguez (2015) el concepto de género describe las características sociales y

culturales que vinculan a hombres y mujeres. Son estos tipos de diferencias las que se definen como género femenino y masculino. Esta definición se construye a partir de la manera cómo se organiza jerárquicamente la sociedad, desde la diferenciación sexual y sus valoraciones. Éstas a su vez, son las que han cimentado la hegemonía masculina en nuestra sociedad. Las desigualdades sociales generadas en función a la diferencia sexual se encargan de controlar los recursos materiales y simbólicos, de manera diferencial frente al acceso a los mismos, desde la forma como se concibe y construye el poder.

Esta construcción sociocultural distingue diferentes sentidos en el significado que el término contiene, desde la diferencia sexual, su organización y jerarquización dentro del contexto social, donde se establecen, relaciones de poder, que, históricamente son definidas a partir de hegemonías masculinas en distintas culturas. Estas jerarquías permiten ver cómo se relaciona el género con diferentes variables que facilitan la exclusión o discriminación, como las diferencias de clase o condición socioeconómica, la raza etc, que hacen posible la construcción de formas específicas, influenciadas por el tipo de género en cada sociedad.

Al hablar de género, es importante referenciar el concepto de poder, haciendo referencia a la manera cómo las sociedades lo organizan en función de las diferencias de género. Estas diferencias son ordenadas por los contextos socioculturales que inciden en la construcción de sociedades desiguales. Se puede decir que, éstas se generan desde una asignación cultural diferente de los géneros, generando comportamientos,

símbolos, valores y expectativas diferentes según el grupo social al que pertenezcan (Rodríguez, 2015).

Desde la genealogía Foucault (1991, citado por Piedra Guillen, 2004) revisa la historia, tratando de observar aquellos pliegues que no fueron visibles en otros momentos. Encontrando lo que siempre existió, pero estuvo oculto por los discursos de poder y saber. Según Foucault (1991, citado por Piedra Guillen, 2004) al analizar las emergencias, se deben mostrar las maneras como luchan las mujeres, contra las circunstancias adversas, para escapar de las realidades que viven dentro de sus contextos sociales. Es justamente una lucha de fuerzas por el saber, donde el poder emerge como una relación, donde unos y unas serán dominados por otros. Este tipo de relación está siendo estimulada por un ambiente donde los actores por igual deben participar activamente para resolver las diferentes necesidades de manera equitativa, mejorando las relaciones y por ende el bienestar social.

Butler (2007) sostiene que a todo ejercicio del poder le corresponde uno de resistencia, afirma que no existe una norma que construya una idea de género, sino que es el resultado de las relaciones sociales. Como consecuencia de este planteamiento, el comprender esta resistencia abre la posibilidad para crear identidades más allá de los efectos del poder. El género debe perder el miedo de protagonizar transformaciones verdaderas, desde sus propias posibilidades. Es decir, construir un mundo, donde las personas puedan vivir sin discriminación. Luchando por la igualdad, reconociendo la diversidad cultural que existe en nuestra sociedad actual y que afirma lo complejo que

resulta el ser humano como agente social.

Judith Butler (2007) se declara convencida de que la teoría de género brinda posibilidades reales cuando las personas emergen del contexto en el que se concibe, para entrar en otro que la transforma en algo diferente. Se trata de incentivar una propuesta de acción social y capacitación en ventas, que permita desarrollar y fortalecer valores que desarrollen actitudes, hábitos y pensamientos, que puedan dotar a las personas de herramientas para perfeccionar su trabajo. En Butler (2007) los efectos del poder social aparecen como estructuras dinámicas y productivas que inician al sujeto, sostienen su agencia, y pueden oponerse y transformar las condiciones que las generan (Butler, 2007).

2.2.1.3. La perspectiva de género

La perspectiva de género permite imaginar y diseñar un derecho inclusivo de las experiencias, intereses, necesidades y demandas de las mujeres, a partir del reconocimiento de la diversidad humana y la paridad de los diferentes. Así pues, el ejercicio de teorizar desde la perspectiva de género quiere dar respuesta a la necesidad de explicar las desigualdades persistentes y las experiencias sociales diferentes que viven las mujeres respecto de los hombres.

Según Rodríguez (2015) la perspectiva de género incide en la necesidad de analizar otros factores de diferenciación social como la condición socioeconómica, la

etnicidad, la edad, la condición de migrante y observar críticamente cómo y en qué medida el género y otros factores estructuran y revisten especificidades en los distintos contextos socioculturales. Aunque actualmente la presencia femenina en el trabajo productivo remunerado y la economía fuera del ámbito doméstico es cada vez mayor. Se ha empezado a valorar el aporte económico y social de las labores domésticas en las sociedades. No obstante, las diferencias entre roles productivos denotan jerarquías.

La distribución del poder en términos de control diferencial de hombres y mujeres (masculino y femenino) sobre los recursos materiales y simbólicos o el acceso a los mismo, se han encargado de estructurar percepciones concretas a partir de la organización simbólica de la vida social. Los roles de género que establecen la división sexual del trabajo, que, para el caso de las mujeres, es el rol reproductivo asociado a la maternidad, el cuidado de otras personas y la responsabilidad de las tareas domésticas constituye uno de los factores determinantes para el mantenimiento de la discriminación de las mujeres en las relaciones interpersonales y en todos los ámbitos de la vida social (Rodríguez, 2015).

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.

La perspectiva de género hace referencia a la forma de concebir los procesos sociales, a partir de las necesidades y peticiones, que logren mejorarse desde el desarrollo del principio de equidad, en oposición de los efectos discriminatorios y subordinados de la mujer. Esto ocurre concretando nuevas posibilidades que impulsen a las madres cabezas de familia del barrio la Nevada, en el municipio de Valledupar a construir concepciones más adecuadas sobre la participación de la mujer en la transformación social. La mirada de género facilita el reconocimiento de nuevas relaciones en la vida cotidiana de las madres cabezas de familia, particularmente, revisando el sitio que ocupan estas y la posibilidad de hablar; de hecho, indistintamente del lugar que ocupan en la estructura de poder (Ferrero, 2007).

2.2.1.4. Liderazgo de género

La participación femenina en el mundo laboral exige dentro del contexto laboral tener en cuenta factores como la maternidad. Esto, combinado con las responsabilidades laborales diarias, algo con lo cual, no lidiaban las empresas anteriormente fundamentadas en una cultura masculina. Estos cambios aportan una mirada distinta sobre la visión del liderazgo tradicional, a partir del reconocimiento de la diversidad e inclusión como valor y principios de actuación dentro de las organizaciones modernas.

Los entornos bajo los cuales se desenvuelven las madres cabezas de hogar de manera natural influyen en sus habilidades. A esto lo llama Fisher (2000) “capacidades

innatas”, las cuales moldean a través del tiempo y de las experiencias vividas como lo son las habilidades verbales, gestos, expresiones corporales, como también las interpretaciones del entorno que mejoran la capacidad de pensar y por ende, la toma de decisiones, que les permite llegar a mejores consensos y ejercer un mejor liderazgo dentro de los equipos (Fisher, 2000).

2.2.1.5. Condiciones de empoderamiento en mujeres cabeza de Familias

El empoderamiento en las jefas de hogar conlleva a que sean las mismas madres cabezas de hogar, quienes escojan su ubicación dentro del entorno social. Esto debido a la necesidad de asumir papeles dentro de la transformación cultural de la sociedad, para insertarse como agentes fundamentales en el desarrollo social del país. Según Sharma (1992, citado por León, 1997) establece que el empoderamiento orienta a la mujer cabeza de familia a generar cambios en la naturaleza, y las fuerzas sistémicas que la marginan, poniéndola en desventaja frente al contexto de competitividad social.

En este sentido, la educación se ha constituido como uno de los mecanismos centrales de cambio, de transformación de la realidad social, e impone nuevos retos en el proceso de demarcar el sendero a través del cual transitan los diferentes cambios que experimentan las mujeres en la sociedad actual. Para lograr que el proceso de empoderamiento femenino se lleve a cabo, las madres deben actuar, aprovechando el campo de acción de la educación, para facilitar que los procesos de formación logren su transformación, entendiéndose como la acción que logra que las mujeres educadas se

transformen en agentes activos para efectuar diferentes cambios sociales.

En ese sentido Stromquist (1997) citado por León (1997) plantea que el empoderamiento es un medio por el cual las personas mejoran las relaciones interpersonales, tanto en las instituciones como dentro de la sociedad en general. A través del empoderamiento, las mujeres se capacitan para la consecución de mayores recursos necesarios para poder garantizarlos la subsistencia, desafiando las distribuciones que la sociedad ha establecido y que siguen oprimiendo y explotando a ambos géneros.

2.2.1.6. Mujer y estructura familiar de la barriada colombiana

El papel de la mujer desde el barrio en Colombia adquiere importancia a partir del rol que cumple en las estrategias de socialización como instancia mediadora entre lo privado y lo público, fundamentalmente con su aporte a la producción de trabajos remunerados y no remunerados y en su intervención en las diferentes luchas por reivindicar las condiciones de vidas de sus grupos. Por otro lado, las madres cabezas de familia, pertenecen al sector humano más vulnerable, sometido a situaciones extremas, que se agudizan por efectos de la crisis que se vive a nivel social.

La sociedad actualmente vive un período de incertidumbre, un período de cuestionamiento, que se manifiesta en todos los ámbitos, lo cual exige una mayor reflexión crítica por parte de los diferentes estamentos e instituciones. Son las mujeres,

las que hacen la vida cotidiana del barrio, tanto arrendatarias como propietarias. Son estas, las más interesadas en acceder a la organización de este tipo de programas que les ayuden a mejorar sus habilidades y destrezas. Para las NACIONES UNIDAS (1984) hay que destacar que las deficiencias de capacitación y educación formal e informal, de desarrollo personal, son temas que van a crear mayor grado de conciencia de la responsabilidad social compartida.

En la actualidad la calidad de vida y el contexto familiar de las madres cabezas de hogar se construye como base fundamental de su formación, logrando un mejor desarrollo. Por ende, cuando se pretende educar en la construcción de un mejoramiento en la calidad de vida de las personas, lo que se busca en realidad es educar para la vida (Colom, Pérez y Vázquez, 2000). La educación brinda las mejores posibilidades de transformar a la mujer, cuando esta adquiere conocimiento, con decisiones que apunten al aprovechamiento de las oportunidades.

2.2.1.7. El Barrio

Es la unidad socioeconómica primaria en un contexto urbano, a partir del cual se establecen relaciones comunitarias y de solidaridad. Aquí también se generan comportamientos colectivos. De esta forma, el término barrio está ligado a la estratificación socioeconómica de sus moradores y a sus características, derivadas del crecimiento urbano. Estas manifestaciones urbanísticas según Tapia (2015) se convierten en sistemas organizados de relaciones, conexiones, personificaciones y

prácticas cotidianas a determinadas escalas de la ciudad.

El barrio ha venido evolucionando de manera simultánea con la ciudad y la sociedad, en la que existen diversos tipos de organización social. Un lugar donde las personas encuentran los medios para vivir, no sólo de las actividades económicas y asociativas, sino también un espacio donde se permite la integración familiar, actuando como modelador de la vida social (Tapia, 2015).

Para el piloto de acción social y capacitación en ventas propuesto, el barrio se convierte en el espacio adecuado para llevar a cabo prácticas, relacionadas con procesos microsociales, donde las madres se relacionan con otros, dentro de distintas expresiones culturales e institucionales que son capaces de implementar planes o programas sociales que le den sentido de pertenencia y generen oportunidades laborales. De esta manera, las madres encuentran sentido a sus vidas, es decir el barrio se convierte en el espacio, donde ellas construyen identidad (Ferrero, 2007).

Las mujeres de los sectores populares han modificado sus formas de reaccionar, especialmente en los últimos años, condicionadas por los contextos, que la crisis socioeconómica que la pandemia del Covid 19 y las políticas estatales determinan sobre su entorno. Por ende, construyéndose condiciones adversas, donde ellas asumen toda la responsabilidad del grupo familiar. En estos casos el Estado colombiano, ha permanecido como observador pasivo, ante procesos de formación profundos que cambiaban nuestra sociedad y represivo ante sus consecuencias. La integración de la

mujer como agente y beneficiaria de estos procesos de cambio, pretende fortalecer su rol como reestructuradora de su propio entorno, reconociendo así su igualdad y equidad con el hombre. Apostar por modelos de desarrollo más justos y equitativos para mujeres y hombres contribuirá a mejorar las relaciones entre ambos transformando su calidad de vida y bienestar social (Ferrero, 2007).

2.2.1.8. La estructura familiar colombiana

La estructura familiar colombiana difiere por regiones, debido a las diferentes formaciones culturales que componen el país. Lo que, si es claro, es que el común denominador, es la carencia de uniformidad en todo el territorio nacional. Estos actores atribuidos a estas composiciones de costumbres han propiciado estructuras aceptadas en algunas regiones y rechazadas en otras por razones de distanciamientos geográficos y por ende al menor acceso a medios de comunicación masivos. Caso contrario, con aquellas estructuras que tienen más oportunidades de interacción social, frente a conceptos, opiniones y nuevas percepciones del mundo, lo cual tiene una mayor influencia en las actuales estructuras familiares en Colombia.

Así entonces, el Departamento Nacional de Planeación (DNP, 2016) plantea una caracterización de la familia colombiana de fin de siglo, a partir de las transformaciones experimentadas de acuerdo con la organización y composición, a los tipos de familia y las características del jefe.

- ✓ Hogares nucleares = núcleo conyugal biparental con o sin hijos; o núcleo conyugal monoparental con hijos

- ✓ Hogares extensos = hogares nucleares + otros parientes

- ✓ Hogares compuestos = hogares nucleares (con o sin otros parientes) + otros no parientes

- ✓ Hogares familiares sin núcleo = no existe un núcleo conyugal o una relación padre/madre-hijo/hija, pero existe una relación de hermanos u otras relaciones de parentesco

- ✓ Hogares no familiares sin núcleo = no existe un núcleo conyugal o una relación padre/madre-hijo/hija, no existe una relación de hermanos ni otras relaciones de parentesco

Los hogares no familiares sin núcleo difieren dependiendo del estrato social, cultura, religión y antecedentes históricos. Todas estas características son transmitidas de generación en generación, ya que las familias buscan preservar rasgos que resalten su pasado histórico como grupo que pertenece a determinada cultura. Son todas estas circunstancias las que vienen generando inestabilidades, crisis y reacomodamiento, trayendo consigo nuevas normatividades, roles y límites, en el contexto social.

La familia con jefatura femenina se asocia con conyugalidad, capacidad económica, reconocimiento del grupo familiar, de sus aportes económicos y no económicos, que garantizan la supervivencia del hogar. Castro (2020) aclara que se han venido utilizando las jefaturas femeninas como indicadores de pobreza, enmascarando su aporte al sostenimiento del núcleo familiar y de la comunidad misma, presentándolas solamente desde una dimensión de vulnerabilidad y no desde la autonomía que cada día se vuelve más común en nuestros días.

2.2.2. Análisis conceptual de la acción social

La acción social está relacionada con la conducta humana a partir de cómo interactúa un individuo en particular dentro de un proceso de desarrollo, al relacionarse con la conducta de otros individuos. Weber (1959) considera al individuo como un ser racional capaz de modificar la conducta de otro. La acción se considera social solo cuando repercuten en los demás. Esta red de interacciones hace parte de la vida social de los individuos, quienes utilizan diferentes medios como el lenguaje hablado, escrito, corporal y gestual, como también se manifiestan en diferentes contextos sociales como en la casa, en el trabajo, en el barrio, en una conversación, a través de un proceso de capacitación.

La adaptación del individuo a las situaciones cotidianas permite modificar sus hábitos con el objeto de conseguir el mayor éxito a través de sus interacciones sociales. Giddens (1994, citado por Altomare, 2012) describe la acción social como aquella capaz de afectar

la conducta de otras personas, dándole sentido a quienes se encargan de realizarla. Esta manera de obrar articula la práctica y la expectativa sobre la realización de lo que se pretende lograr, a partir, de la intención de las acciones entre los medios y los fines. Esto valida la necesidad de controlar cada actividad que se desprenda de la interacción social, entendiendo que, su estructura es un conjunto de recursos y reglas que buscan resignificar y legitimar la participación dentro de la sociedad (Giddens,1994, citado por Altomare, 2012).

Los recursos destinados a proyectos de desarrollo socioeconómico que pretenden apoyar a personas desfavorecidas en las áreas de formación profesional y empleo configuran acciones sociales capaces de influir en la vida diaria, para maximizar el impacto positivo generado en el entorno, de tal manera que, apoyen causas, y favorezcan el conocimiento y la innovación. Esto alrededor de temas prioritarios, como la generación de empleo y mejoramiento de las condiciones sociales que aumenten el impacto positivo en la sociedad, a partir de la implementación de un programa de acción social y capacitación en ventas para madres cabezas de familia del barrio La Nevada, del municipio de Valledupar.

2.2.2.1. Tipos ideales de acción social

Los ideales de acción social desde la postura de Weber (1964) son recursos en la creación de conceptos, de donde se sustraen elementos de consideración para la construcción de sus realidades. Por lo tanto, estas realidades se van presentando a

través de varias acciones que sean capaces de explicarse y de entenderse a partir de que se pueda sustentar el motivo de la acción, para analizar sus resultados. Creando distintos tipos ideales de acción social, y los relaciona con los tipos de dominación y de administración del poder.

Para Weber (1964) los tipos ideales de acción social pueden ser:

1 - Acción racional con arreglo a fines: Se toma en consideración el comportamiento de las demás personas y de los objetos del mundo exterior como un medio para alcanzar sus propios objetivos. Se selecciona el medio, de tal forma que los resultados que se obtengan deben coincidir con lo que realmente se pretende alcanzar. Ejemplo: Culminar el proceso de capacitación en ventas por las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada en Valledupar.

2 - Acción racional con arreglo a valores: El agente determina sus acciones desde sus creencias, ya sean de tipo religioso, políticas, filosóficas, etc. Debido a las convicciones de cada individuo el proceso de toma de decisiones es más corto. Ejemplo: Si se pertenece a un tipo de religión la decisión correcta sería asistir a un templo a escuchar la palabra de Dios.

3 - Acción afectiva: las acciones afectivas son determinadas por los estados emocionales en el momento que ocurren las acciones, motivadas por el afecto. Ejemplo: Cuando pierdes un ser querido, te pones triste y lloras sin consuelo.

4 - Acción tradicional: Se reacciona a los diferentes estímulos expuestos habitualmente por costumbres que se arraigan en las tradiciones. No existe una elección como tal del medio a fin, si no que se basa en un patrón de costumbre. Tal como siempre se ha hecho siempre, no existe una reflexión sobre la efectividad del medio. Ejemplo: hábito de lavarse los dientes al levantarse.

2.2.2.2. Relación social

Sucede cuando se da una relación recíproca de los sentidos de cada agente que interviene en la relación establecida. Una relación social puede tener un carácter enteramente transitorio o bien implicar permanencia. Las relaciones que se contemplan como intercambio son construidas mediante el tránsito de algo entre la relación, buscando crear una nueva identidad o situación. Nuestra sociedad actual se podría interpretar como una construcción de lo que se establece en esta definición.

Para Weber (1964) se debe entender por relación social el comportamiento de diversos individuos de manera recíprocas según su contenido y su orientación. De tal manera que los individuos puedan obrar de un modo determinado, con sentido común, que sea la base en la cual se establezcan las acciones. Para el caso de las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada y su participación en un programa de acción social y capacitación en ventas, se construye a partir de una relación social pactada por declaración recíproca, Lo cual significa que los que en ella participan prometen que su conducta se ajustará a lo pactado en la medida en que se proceda racionalmente,

convencido de que el otro orientará su acción en el mismo sentido de la promesa tal como el sujeto lo entiende (Weber, 1964).

2.2.3. Análisis conceptual de la capacitación de las Madres cabezas de familia

2.2.3.1. Mujer y empoderamiento a través de la educación para el trabajo

La educación para el trabajo, crea consciencia en el ser humano sobre su identidad y sus capacidades. Pretende, no solamente reintegrarlos a la vida en comunidad, sino que también contribuyan con un mejor modelo de convivencia dentro del barrio, comunidad y sociedad misma. La solución no es puramente integradora, si no de identificar los diferentes factores y condicionantes que excluyen a las madres de procesos de formación y capacitación que permitan eliminar dichos factores. Para Colom (2005) son estos entornos los responsables de transferir a través de procesos educativos informales, determinados recursos, inherentes al grupo social de pertenencia, de tal manera que amplíen o limiten su universo de opciones.

La relación entre Educación y trabajo desde la perspectiva femenina busca realizar una proyección del ser. Incluyendo su manera de vivir, de expresarse, de sentir, asegurando en el futuro conciencia de su propia identidad. Según (García, 2012) estas características garantizan que se empoderen sus capacidades, para suplir sus necesidades cognitivas y operativas que presenta su entorno socio cultural. Este proceso de adaptación social facilita en las madres cabezas de familia un mejor desarrollo de habilidades. Las cuales llevan a comprender como la productividad articula todos los

procesos de cambios sociales a los que están sometidas.

Desde este enfoque los procesos de capacitación, no solamente pretende 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. Permitiéndole incluirse y participar de forma activa en la conformación de la identidad colectiva (Freire, 1969).

2.2.3.2. La educación como vía para el empoderamiento de la mujer

Subirats (1998) establece que la educación se ha constituido en el mecanismo central de cambio, principalmente para las personas que se encuentran en situación marginal. Contribuyendo con el desarrollo de capacidades que posibilitan el acceso al trabajo, de manera tal que, cada madre cabeza de familia del barrio la Nevada de municipio de Valledupar fortalezca su autoestima frente a los procesos de cambios. Por ende, la educación crea condiciones de empoderamiento, convirtiéndose en un medio eficaz para el desarrollo de su capacidad productiva.

Es así como Subirats (1998) deja claro que la educación es el camino que está

llevando a las mujeres desde una situación de marginalidad y subordinación, hasta una situación de autonomía y posibilidad de intervención en los procesos de decisión colectivos, a partir del desarrollo de sus capacidades y habilidades que les permitirán fortalecerse desde autoestimas más consolidados, para generar una mayor autoconfianza en sus decisiones y por ende el mejoramiento de sus condiciones de vida.

2.2.3.3. Trayectoria laboral y ocupacional de las mujeres

Las madres cabezas de hogar durante su evolución laboral desempeñan múltiples actividades para lograr la subsistencia de su núcleo familiar, sin embargo, los cambios socioeconómicos influyen en su desarrollo profesional. Es así como su ingreso al mercado laboral trae un sinnúmero de retos y realidades, ante las cuales, las mujeres cabeza de familia no están preparadas para afrontarlas de manera profesional. Estos nuevos cambios exigen rupturas de paradigmas a través del ejercicio laboral. El empleo, propone a las jefas de hogar retos, compromisos, riesgos y responsabilidades, factores que amplían sus límites personales, con los que se evidencia una diferencia entre las condiciones laborales de antes y las actuales (Del Valle, 2002).

Las madres cabezas de hogar enfrentan una serie de situaciones sociales y de género que no van a depender de su estado civil. Por esta razón, los procesos de capacitación y formación adquieren un valor preponderante, para desarrollar habilidades que les permitan ampliar el nivel de conocimiento y, por ende, los recursos que mejoren las condiciones de vidas, propia y de sus familiares. Son estas expectativas de mejorar sus

ingresos económicos y estabilidad en el trabajo, las que les permiten ampliar sus trayectorias laborales y ocupacionales. El crecimiento intelectual y social genera nuevas posibilidades y alternativas de vida que se incrementan con el trabajo (Burin, 1996).

La posibilidad de crecer intelectualmente va a depender del tipo de trabajo al que accedan las madres cabezas de hogar. En Colombia muchas madres optan por trabajos domésticos o independientes, más flexibles en el tiempo, los cuales permiten compartirlos con el cuidado de sus hijos y personas a cargo. Es por ello, por lo que asumen el trabajo como una carga adicional que implica sobre explotación y falta de oportunidades para desarrollarse personalmente. Esto impide su crecimiento profesional. En contraste, Del Valle (2002) menciona que el trabajo asalariado extra-doméstico que realizan, sobre todo las mujeres de generaciones modernas resultan de una mejor preparación, producto de una mejor educación, lo cual explica cómo el trabajo asalariado incide en la forma de actuar y pensar de las jefas de hogar, facilitándoles un mayor liderazgo en la toma de decisiones individual y familiar.

2.2.3.4. ¿Qué es un Programa?

Los programas se podrían definir como acciones continuadas, planificadas y encaminadas a la consecución de unos objetivos, tratando de satisfacer necesidades, para enriquecer o potencializar competencias específicas. Planificar un programa de acción social y capacitación en ventas, ofrece oportunidades de avanzar y asegurar resultados que mejoren la situación de las madres cabezas de familia del barrio la

Nevada, en el municipio de Valledupar, Colombia. El programa nos dirige a una construcción técnica, cuya estructura, depende, del grado con que se desea expresar la complejidad del problema. Podríamos decir que los entes estatales, son responsables de priorizar el tipo de intervención, de tal manera que, identifiquen y organicen los proyectos, definiendo y asignando los recursos necesarios para su implementación (Fernández, 2012).

Para Álvarez Rojo (2002) el concepto de programa hace referencia, en el campo del trabajo social, a la actuación coordinada de diferentes unidades administrativas para la prestación de un servicio o el desarrollo de un conjunto de actividades específicas, para detectar deficiencias. Un programa define un conjunto de actuaciones, que se planifican para lograr metas educativas o asistenciales dentro de una población previamente seleccionada. Requiere definir claramente lo que se pretende obtener. Los programas de formación académica tienen por objeto la adquisición de conocimientos y habilidades, preparando a las personas para impulsar procesos de autogestión, de participación, desarrollando competencias laborales específicas que permitan ejercer una actividad productiva en forma individual o colectiva.

El término programa, se refiere a un tipo de planificación, sobre procedimientos organizados. Estos buscan permanentemente la definición de acciones, para dar cumplimiento a los objetivos de las diferentes actividades definidas en cada estrategia. Los programas sociales, enfocan la participación comunitaria en la búsqueda de soluciones que, se adapten a las realidades, ofreciendo el apoyo técnico y la capacitación

necesaria para lograr mejores condiciones sociales. En este contexto, los programas de acción social transfieren crecimiento del ingreso de los hogares, trayendo como consecuencia la disminución en los niveles de pobreza.

2.2.3.5. Capacitación en ventas

Es el medio que permite asegurar una formación permanente en ventas del recurso humano, lo que garantiza la adquisición de conocimientos teóricos, técnicos y prácticos que desarrollan al individuo en el desempeño de una actividad comercial. Se muestra como un instrumento eficaz que enseña, desarrolla de manera integral al ser humano, poniéndolo en circunstancias de competencia necesarias para lograr un mejor desempeño de las actividades comerciales. La capacitación en ventas y los programas de desarrollo ayudan en forma continua a los vendedores a perfeccionar sus estrategias y técnicas de ventas, desarrollando fortalezas acerca de su comportamiento frente a sus clientes, Por ende, debe considerarse como algo específico, que puede desarrollarse de manera formal o informal para el desarrollo de la fuerza de venta de una organización (Maldonado,2006).

Según Maldonado (2006) la capacitación en ventas para madres cabezas de familia, se basa en el principio de que las madres tienen necesidades múltiples, dentro de su desarrollo integral, que van desde el ingreso económico como el resultado de la realización de su actividad laboral; sino también, la obligación de mejorar sus capacidades intelectuales y creativas. Esto se sustenta en el rescate de los valores de

los seres humanos, desde su manera de pensar y entender el funcionamiento del medio ambiente social, laboral y familiar.

2.3. Marco referencial

2.3.1. Variable Independiente

Para la construcción del análisis conceptual y estudios empíricos sobre la implementación de un programa capacitación en ventas, dirigido a mujeres cabeza de familia del barrio la Nevada, del municipio de Valledupar, Colombia. Estos estudios se basan en varias investigaciones para resaltar los conceptos de distintos autores e integrarlos en nuestra definición de variables independiente dentro de lo que es un plan de acción social y capacitación en ventas.

El rol social de la mujer colombiana ha tenido cambios significativos, ya que la sociedad considera que la mujer debe cumplir con funciones protagónicas en el ámbito social ocupando distintos quehaceres y ejerciendo un liderazgo más dinámico e inclusivo dentro de la sociedad moderna. Este nuevo rol las proyecta incorporando nuevos atributos y competencias que generen crecimiento intelectual alrededor de una nueva estructura social. Se hace énfasis en el rol de madre cabeza de familia como una situación de actualidad frente al reto de la formación. Esto teniendo en cuenta que no es un tema abordado en su contexto. Para esto, se basó en información que aportan otras investigaciones mostrando las dificultades que poseen las madres cabeza de familia para acceder a procesos de mejora de sus niveles de educación, debido al tiempo que

emplean en actividades para garantizar cada rol dentro de la sociedad: mujer, maternidad, madre, rol de mujer trabajadora, mujeres cabezas de familia, entre otros.

En el año 2017, se publica un artículo, de la autoría de Teresa Carreño, Valentina González y Luz Eliana Gallego, en la Universidad de Manizales, en el que se plantea el siguiente problema: identificar, describir e interpretar las institucionalidades y procesos emergentes de las comunidades de Manizales. El objetivo de la investigación es identificar las prácticas colaborativas y las maneras de organizarse de las madres cabezas de hogar, para afrontar su situación de pobreza y vulnerabilidad social que faciliten los procesos de interacción social. Se aplica a un grupo de mujeres madres comunitarias del bienestar Familiar denominadas guardianas de las laderas en la ciudad de Manizales.

Freire (1970) piensa que el empoderamiento determinará la manera de ubicarse dentro de la sociedad para las madres cabezas de hogar, mediante la construcción de una cultura de inclusión, por ser una población con doble marginación por su condición de mujer y de responsables de las personas a sus cargos, lo que exige verdaderos compromisos para la reivindicación de los derechos. Según Freire (1970) las madres cabeza de familia necesitan que las reconozcan como personas autónomas y protagonistas del cambio social, pues el empoderamiento como tal, no se cumple; al contrario, sufre un desaceleramiento, al encontrarse fallidos los factores que constituyen dicho empoderamiento, lo que hace que, estas mujeres sigan conformando la lista de mujeres incapaces de empoderarse de sus procesos de transformación social.

En este sentido, una alternativa del empoderamiento es no pretender conocer en qué medida las madres jefas de hogar son autónomas en los procesos de participación social. En cambio, tal vez resultaría conveniente medir el nivel de empoderamiento desde la propia iniciativa de la madre cabeza de familia, frente a los procesos de formación, buscando a través de ellos un mejoramiento en su posición social y mejoramiento de su calidad de vida y la de los suyos, identificándose con nuestro proyecto a partir de garantizar el principio de equidad como derecho fundamental que mantenga bien el entorno en el que habita la madre cabeza de familia.

En el año 2014 es publicado un artículo, escrito por Vilma Paura y Carla Zibecchi, en las Universidades de La Pampa, Luján y Comahue de Argentina, en el que se plantea el siguiente problema: identificar factores, que expliquen las nuevas emergencias que surgen en las organizaciones sociales y comunitarias y cómo influyen las mujeres y sus prácticas en estos procesos. El objetivo de la Investigación es identificar en las instituciones comunitarias atributos de bienestar, para incorporarlos a las comunidades y sus tejidos sociales, como nos lo muestra esta investigación.

En la discusión se plantea la ejecución de un plan que erradique cualquier tipo de discriminación causada por los estereotipos de género, por la violación de derechos, o trabajar en contra de los procesos excluyentes, para posibilitar la inserción social. El aporte de este artículo sobre esta investigación, no se denota solamente a partir de la violación de los derechos fundamentales, sino de las dificultades de acceso a procesos

de formación profesional que permitan a las madres cabezas de familia, poder aspirar a posiciones laborales con mejores remuneraciones y posición social, de tal manera que, les permita una mejor reinserción en el mercado laboral.

En el año 2019, se publica un artículo, de Alexa Corena Gutiérrez en la Universidad Autónoma de Colombia, en el que se plantea el siguiente problema: cómo reaccionan las madres jefas de hogar en el mercado laboral y qué tipo de bienestar social representa para sus familias. El objetivo es generar empoderamiento en las mujeres cabezas de hogar alrededor de sus actividades productivas. Según García y Gutiérrez (1996), la inserción laboral es el término que hace referencia a la manera cómo esta población vulnerable, participa en el sistema educativo que pretende transformar sus oportunidades.

Se presentan conclusiones que surgen del análisis de la relación que existe entre el mercado laboral y los diferentes cambios que experimenta la familia en su estructura social que se vienen construyendo y deconstruyendo. Se ha pasado del tipo de familia nuclear tradicional, compuesta por hombre y mujer, a aquellas monoparentales, compuestas y extendidas, que en la Constitución Política Colombiana no son reconocidas explícitamente.

Las exigencias de los entornos laborales sirven de impulso para el desarrollo de la identidad de muchas personas, capaces de fortalecer sus aspectos económicos. En este sentido, la educación permite que las mujeres compitan por mejores oportunidades

laborales; no obstante, continúen desempeñando, al interior de sus familias, roles compartidos para lograr garantizarles una mejor calidad de vida a los integrantes de sus familias.

En el año 2016, se publica un artículo, elaborado por Lina Constanza Cruz y Diana Carolina Rodríguez en la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga Colombia, en el que se plantea el siguiente problema: bajas condiciones de calidad de vida, resultado de constantes desplazamientos de sus tierras y exclusión a fuentes de financiación, para acceder de manera continua a procesos de educación formal. El objetivo es analizar las condiciones de la calidad de vida de las mujeres rurales jefas de hogar en el municipio de Villavicencio. Se aplica a un grupo focal de mujeres cabezas de hogar de la vereda la llanerita.

En este artículo, la metodología aplicada fue mixta o multimodal. El análisis permitió deducir que las mujeres de bajas condiciones son el resultado de procesos de exclusión sobre las tierras y su manejo, al acceso a la educación, donde estas mujeres no se identifican como rurales. Es aquí donde las instituciones deben tratar de generar espacios encaminados en mejorar los procesos de formación que ayuden a las madres cabezas de hogar de las zonas rurales de Villavicencio a mejorar las condiciones de vida.

Según Válcárcel-Resalt (1995), el desarrollo rural se define como un proceso de cambio social sostenible con crecimiento económico dentro del desarrollo permanente de la comunidad y de cada individuo que la integre. Cabe mencionar que la identidad permite

que la persona se apropie de lo suyo y procure alrededor de lo que pueda desarrollar y alcanzar mediante los procesos de una identidad social, con políticas institucionales dirigidas hacia las mujeres jefes de hogar, que permitan contrarrestar las desigualdades sociales, además una legislación que establezca la responsabilidad masculina hacia los hijos e incentive la responsabilidad económica.

En el año 2013, se publica un artículo, realizado por Norman Darío Moreno Carmona en la Universidad del Norte Colombia, en el que se plantea el siguiente problema: Analizar el papel que representa la familia como primer núcleo social en las nuevas generaciones. El objetivo es reflexionar sobre el ejercicio de la paternidad para identificar los efectos que tienen los cambios en la realidad social de nuestros días y que afectan el desarrollo psicosocial de los niños dentro de las estructuras monoparentales de las familias contemporáneas.

Desde los cambios que vienen sufriendo las sociedades, acerca del papel que desempeñan las familias como agentes socializadores de nuevas generaciones, son muchas las investigaciones realizadas para conocer la estructura ideal que nos clarifique de manera más acertada el verdadero rol de la paternidad en los nuevos contextos de familia actuales. Como lo define Moreno, N (2010) en la crisis de paternidad, donde se evidencia el desdibujamiento de estas figuras y funciones al interior de la familia tradicional en su investigación sobre el ejercicio de la paternidad en las familias cambiantes.

Moreno (2010) señala, lo importante que resulta para las conductas sociales las figuras parentales dentro del seno familiar, por ende, los procesos de formación ayudan a mejorar la forma cómo los jóvenes e integrantes de las familias modernas acepten y se adapten a estas nuevas formas de representaciones que se evidencian con mayor frecuencia en la actualidad. Considero que aporta esencialmente al proyecto la necesidad de formar, mediante procesos de capacitación formal a los integrantes de este tipo de estructura familiar que son más frecuentes hoy día, de tal manera que, impacten menos en la parte psicológica de los entornos familiares con este tipo de características.

Merzthal (2013) realizó una tesis doctoral titulada “la capacitación como instrumento de marketing para la generación de valor en las empresas industriales en el Perú”, 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.

2.3.2. Variable dependiente

El análisis conceptual y referencial de la variable dependiente surge de un estudio crítico sobre las madres cabezas de familia. Este transforma el significado a partir de las diferentes posturas empíricas que nutren este proceso de investigación, creando nuevas

formas y escenarios, para que estas mujeres puedan mejorar sus condiciones de vida y, por ende, la de sus núcleos familiares. Estos fundamentos permiten explicar mejor la ruta que se pretende elaborar, en medio de toda la información que se encuentra en cada tema a estudiar.

En el año 2017, se realiza un proyecto de grado, bajo la autoría de Jorge Andrés Quiroz y Nicolás Rodríguez en la Universidad Javeriana (Bogotá) Facultad de Psicología, en el que se plantea el siguiente problema: Identificar la variación en el relacionamiento y en la composición de las familias en Colombia, que han generado cambios en el posicionamiento de la mujer en la sociedad y su relacionamiento con otros géneros. A pesar de esto, siguen en condiciones de desigualdad con relación al género masculino.

Este proyecto quiere mostrar el rol de madre cabeza de familia, desde la comprensión de sus experiencias emocionales como madres. La investigación tiene como objetivo conocer y describir las experiencias emocionales de unas madres cabezas de hogar desde una autodescripción y explicación de los diferentes roles de interacción, a través de las cuales participan tres madres jefas de hogar, nacidas en Bogotá Colombia, con familias tipo monoparentales.

El diseño de esta investigación es de carácter cualitativo, desde la metodología de historia de vida. El uso de mecanismos cualitativos logró acercamientos de manera subjetiva a las vidas de cada madre, lo que permitió comprender sus experiencias emocionales y la manera cómo son narradas. Se utilizó la entrevista semiestructurada

como instrumento de recolección de información. Los resultados arrojaron historias de vida que muestran la importancia de eventos, que les dan sentido y orden a sus vidas, desde diferentes etapas de sus vidas, a través de la descripción de sus evoluciones que, reflejan una transformación desde la interacción con la sociedad.

En el 2015, se realiza una Investigación por parte de Jeremías Caicedo y Luisa Fernanda Veru, en la Universidad abierta y a Distancia UNAD- CEAD Ibagué, donde se plantea el siguiente problema: La deficiencia en el manejo de las emociones frente a la resolución de conflictos en las madres cabezas de hogar por falta de una adecuada formación en la comuna 12 de la ciudad de Ibagué, cuyo objetivo es el de analizar la influencia en la solución de conflictos familiares en madres cabeza de familia, de la comuna 12 de Ibagué a través de un adecuado manejo de la inteligencia emocional que permita identificar el nivel de inteligencia emocional en el que se encuentran estas madres. Este proyecto se aplica a los usuarios del hogar comunitario mi arcoíris de la comuna 12, aplicando una muestra poblacional de 15 madres cabezas de hogares participantes en las actividades que conllevan a dicha investigación.

Este proyecto utilizó la investigación descriptiva y un enfoque mixto, donde se desarrollan igualmente procesos de recolección y análisis de datos, cuantitativos y cualitativos. Utilizando como instrumentos la ficha sociodemográfica, el inventario de inteligencia emocional Barón y el cuestionario Conflictalk. Arrojando que las madres de la comuna 12 de Ibagué cuentan con una inteligencia emocional muy baja, donde existe una ausencia de autorrealización, poseen la autoestima muy baja, no son empáticas y se

muestran con un alto grado de irresponsabilidad en el manejo de sus problemas.

En el año 2018, se desarrolla una investigación por parte de Laura Bueno Peña, en la Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Facultad de Ciencias sociales y Humanas, en la cual se plantea el siguiente problema: La posibilidad de identificar los diferentes elementos que intervienen en el compromiso de generar, bienestar total de los integrantes de las familias frente a las dificultades económicas de familias monoparentales de jefatura femenina, cuyo objetivo es el de identificar elementos de generatividad frente a la vulneración económica que sufren las familias monoparentales en los estratos bajos del municipio de Soacha, con mujeres en la cabeza del hogar. Este proyecto se aplica a un grupo de 10 familias monoparentales con mujeres al frente del hogar con dos o cinco personas a su cargo.

Esta investigación utilizó una metodología cualitativa, basada en recolección de información sin medición numérica, para construir realidades, tal como se presenta frente a las madres cabeza de familia, en un contexto social, utilizando como instrumento de recolección de información la entrevista y la encuesta enfocadas en analizar grupos poblacionales, para valorar factores de vulnerabilidad y generatividad económica en familias monoparentales con jefatura femenina en el municipio de Soacha. Este proyecto arrojó como resultado, que los diferentes cambios que experimentan las familias en su estructura no permiten reconocer la importancia del rol de las madres jefas de hogar que son excluidas, encontrando que la mayoría no terminaron sus estudios por dificultades económicas en sus entornos o por no contar con el tiempo suficiente lo cual representa

dificultades para poder aspirar a oportunidades mejor remuneradas.

En el año 2018, se desarrolla una investigación por parte de Gina Muñoz, en la Universidad Externado de Colombia, Bogotá, en la que se plantea el siguiente problema: para insertar económica y socialmente a una serie de madres adolescentes producto del conflicto que se vive en la región y que son responsables de sus familias en San Vicente del Caguán Colombia, cuyo objetivo es el de diseñar una propuesta que permita desarrollar y empoderar a las mujeres adolescentes que están al frente de los hogares, que han sido víctima del conflicto en el Caguán, para aportar soluciones innovadoras a problemas sociales de origen humano. Este proyecto se aplica a madres adolescentes cabezas de familia que por efectos de la violencia están al frente de sus familias y que responden económicamente por ellas.

Esta Investigación utilizó una metodología mixta que combina métodos cuantitativos y cualitativos. También se basan en trabajo de campo y documentaciones institucionales básicas que muestren metodologías para manejar problemas en el caso de las madres cabezas de hogar en condiciones marginadas, entrevistas estructuradas, encuestas cerradas y el diario de campo. Esta investigación arrojó como resultado que las madres adolescentes son vulnerables y no tienen posibilidades de educarse, vivir dignamente y ser parte de la sociedad, con empleos dignos que le permitan ofrecer una mejor calidad de vida para sus hijos, por ende, necesitan apoyo estatal y de la sociedad misma.

En el año 2016, se desarrolla una investigación por parte de Mayda Gonzales, Pablo

Vera y Ernesto Galvis, en la Universidad del Magdalena Santa Marta, Colombia, en la que se plantea el siguiente problema: falta de acceso y desconocimiento por parte de líderes comunales del Distrito de Santa Marta (Magdalena), a los servicios de teletrabajo, cuyo objetivo es el de identificar aspectos a fortalecerse mediante un proceso de alfabetización digital, que los incorpore al desarrollo tecnológico, para que puedan acceder a mejores condiciones, generando ingresos mediante el teletrabajo, utilizando la internet. Este proyecto se aplica a líderes comunitarios, en especial madres cabezas de hogar, en la línea de alfabetización digital en escuelas de formación ciudadana para el desarrollo social.

2.4. Marco Legal

Las bases legales que sustentan esta investigación hacen referencia a las leyes y decretos bajo los cuales se rige el programa de acción social y capacitación en ventas, como también la normatividad que rige a las madres cabezas de familia. La constitución política de Colombia (1991, p.23) en su artículo 67 establece que la educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social, a través de la cual se busca acceder al conocimiento, a la ciencia, la tecnología y a los demás bienes y valores de la cultura. La ley General de Educación de 1994, ley 115 de conformidad con el artículo 67 de la constitución colombiana define y desarrolla la organización y la prestación de la educación formal, No formal e Informal.

Además, la ley 1232 de 2008 en su artículo 1, considera que la Jefatura Femenina de

Hogar, es una categoría social de los hogares, derivada de los cambios socio demográficos, económicos, culturales y de las relaciones de género que se han producido en la estructura familiar. En concordancia con lo anterior, es Mujer Cabeza de Familia, quien, siendo soltera o casada, ejerce la jefatura femenina de hogar y tiene bajo su cargo, afectiva, económica o socialmente, en forma permanente, hijos menores propios u otras personas incapaces o incapacitadas para trabajar, ya sea por ausencia permanente o incapacidad física, sensorial, síquica o moral del cónyuge o compañero permanente o deficiencia sustancial de ayuda de los demás miembros del núcleo familiar.

Parágrafo. La condición de Mujer Cabeza de Familia y la cesación de esta, desde el momento en que ocurra el respectivo evento, deberá ser declarada ante notario por cada una de ellas, expresando las circunstancias básicas del respectivo caso y sin que por este concepto se causen emolumentos notariales a su cargo.

La metodología utilizada en este artículo es de tipo mixta, la cual hace combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, utilizando un muestreo de conveniencia como instrumento metodológico, la entrevista y la encuesta para la obtención de información y análisis de resultados. Esta investigación arrojó como resultado la necesidad de fortalecer el conocimiento acerca del teletrabajo como modalidad laboral y sus beneficios, permitiendo a este tipo de población generar ingresos para mejorar sus condiciones de vida y de sus familiares a cargo.

El marco teórico pretende guiar este proceso de investigación, suministrando bases a

través de principios fundamentales, que tienen como fundamento, distintos conceptos que puedan servir de soporte para garantizar unos resultados acordes con cada situación que se pretenda mejorar. Resulta importante revisar paso a paso los diferentes aportes que hacen otras investigaciones al análisis que se pretende realizar sobre la problemática, con respecto a la formación de las madres cabezas de hogar y cómo podrían servir de ayuda en futuras investigaciones en materia de movilidad social, educación y pobreza.

CAPÍTULO III MÉTODO

En este capítulo se establecieron las etapas que se desarrollaron en el proyecto para llegar a la construcción del conocimiento, mediante instrumentos que permitieron determinar la relación existente entre las madres cabezas de familia y los procesos de formación a través de la capacitación en ventas como parte activa dentro del proceso enseñanza aprendizaje y estudios empíricos que mostraron la relación entre cada variable. Para realizar este tipo de análisis se trabajó con la totalidad de la población, 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 encuestaron para determinar la relación de influencia entre el nivel de formación y los factores que intervienen en su realización.

El trabajo de investigación es de carácter no experimental de naturaleza transversal, en donde la información fue recolectada de las variables observadas en un solo momento y en un tiempo específico. Por lo tanto, permitió establecer una coherencia entre los métodos teóricos, empíricos y estadísticos, que garantizaron metodológicamente el éxito de la investigación. Este modelo permitió hacer estudios en poblaciones desde la educación, la política, la salud y seguridad entre otros, ya que relacionaron entre dos o más variables, el sistema de categorías, conceptos u objetos a través de mediciones que explicaron las causas de un fenómeno.

3.1. Objetivo

3.1.1. General

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.

3.1.2. Específicos

- Analizar las características demográficas de las Madres Cabeza de familia del Barrio la Nevada frente a la sociedad y sus realidades.
- Debatir desde la perspectiva de género sobre las dificultades y escollos que han tenido que superar las madres cabezas de familia en el ejercicio comercial.
- Evaluar los intereses de las madres cabeza de familia del Barrio la Nevada con respecto a la capacitación.
- Identificar habilidades y destrezas previas en ventas de las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada que a través de la práctica sean susceptibles para su desarrollo.

3.2. Participantes

El universo de la presente investigación estuvo compuesto por las mujeres cabeza de familia del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar, por lo cual no se estableció una muestra para el estudio. La población del estudio correspondió a las 50 mujeres cabeza de familia del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar que comprendieron edades entre los 20 y 40 años. Dentro de este orden de ideas, esta población se rotuló como finita, pues como lo señala Jany (2000), en este tipo de universo los objetos de estudio son iguales o inferiores a treinta mil (30.000) unidades. 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.

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.

3.3. Escenario

La investigación se desarrolló en el Barrio la Nevada de Valledupar, ubicado al noroccidente de la ciudad, el cual cuenta a diferencia de muchos otros barrios con su propio espacio para socializar los proyectos de impacto hacia la comunidad, en donde se

aplicó el instrumento de medición.

3.4. Instrumentos de recolección de información

Para recoger los resultados en esta investigación se implementó el cuestionario como medio para recaudar de manera útil y eficaz la información requerida en un tiempo relativamente corto, en su diseño y elaboración se pudieron considerar el uso de preguntas abiertas, cerradas o mixtas. Las principales características del cuestionario como instrumento de recolección de información en proyectos de investigación educativa, es que 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, posibilitando el estudio de hechos como también de aspectos subjetivos, con informaciones del pasado, presente e incluso lo que se aspire conocer de cara al futuro, favoreciendo la estandarización de los datos obtenidos y la posibilidad de comparar las respuestas obtenidas.

El cuestionario impreso permite que la persona pudiera revisar las preguntas y su contexto antes de iniciarlo. 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. Dentro de las principales ventajas del cuestionario personal es que se conoce la identidad del encuestado, poseen una alta tasa de respuesta 90%, donde se usan de manera fácil

preguntas filtro, con posibilidades de utilizar tarjetas, observaciones o parte del cuestionario auto relleno, controlando el entorno visual del encuestado, limitando la contaminación entre preguntas, posibilitando diseños maestres específicos por determinadas áreas.

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. Esta fue una encuesta multipropósito que tuvo como objetivo 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. 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.

Por otro lado, la percepción de habilidad y conocimiento se fundamentó en un curso de Gestión Comercial con énfasis en ventas, el cual tuvo un componente teórico en el que se presentó un flujograma del proceso comercial que desarrolla la empresa Movistar, y una parte práctica en la que se analizaron unos casos específicos relacionados con clientes de la empresa, para que las madres cabeza de familia capacitadas pudieran aplicar el conocimiento adquirido (Ver anexo 4).

3.5. Validez

Entendida como el grado en el que un instrumento mide la variable que el investigador quiere medir. Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) esta validez 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 del 80%, es decir, 40% más de lo que respondieron antes de la capacitación; mientras que en lo relacionado con la percepción de habilidad después de la capacitación, ellas manifestaron haber alcanzado un nivel de 80%, 40% más de lo mencionado antes de recibir la información teórica.

Adicionalmente, los resultados se compararon con los obtenidos en la tesis doctoral realizada por Merzthal (2013), la cual fue titulada “la capacitación como instrumento de marketing para la generación de valor en las empresas industriales en el Perú”, 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, ya que el 60% de los soldadores percibía que su conocimiento en soldadura antes de la

capacitación era de 40% o menos, mientras que después de la capacitación el 65% manifestó que su conocimiento era igual o mayor al 80%, lo cual es muy similar a los resultados obtenidos en este estudio, donde se obtuvieron los mismos porcentajes tal como se mencionó anteriormente. Por otro lado, en cuanto a la percepción de habilidad, antes de la capacitación, la mitad de los soldadores percibía que su habilidad para soldar era de 40% o menos y después de la capacitación, 70% de ellos percibieron que su habilidad era igual o mayor al 80%, 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.

3.6. Confiabilidad

Para Hernández, Fernández & Baptista (2014) la confiabilidad en un instrumento depende de los resultados que éste presente, se ha de tener en cuenta que estos resultados sean coherentes y estables, es decir que al aplicar el instrumento este produzca resultados semejantes cuantas veces se aplique dicho instrumento al mismo sujeto.

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 $p\text{valor} < 0.5$, 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.

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, los cuales se indican a continuación:

- Materiales del curso pertinentes para el desarrollo de habilidades en ventas
- División del curso en una parte teórica y en una parte práctica
- Utilización de conceptos adecuados y fáciles de comprender relacionados con ventas
- Incentivo de la participación de los aprendices en cada una de las actividades que se realicen en el curso
- Incentivo al trabajo colaborativo de los aprendices
- Desarrollo de un proceso de evaluación formativa
- Utilización de casos reales para desarrollar las temáticas del curso

3.6.1. Cuestionario para recolectar información referente al proyecto de investigación.

1. ¿Es usted responsable por el soporte económico de su hogar?
2. ¿Se considera usted una madre cabeza de familia?
3. ¿Tiene hijos?
4. ¿Cuántas personas componen su núcleo familiar?
5. ¿Cuánto dinero recibe mensualmente?
6. ¿Cuál es su nivel educativo?
7. ¿Cuál es su edad?

Conteste las preguntas teniendo en cuenta la capacitación que recibió:

8. Sobre la capacitación, usted considera que:

Organización de la capacitación	Malo	Regular	Bueno	Excelente
a. Los materiales del curso fueron los adecuados				
b. La división del tiempo dedicado a la teoría y a la práctica.				

9. Sobre los expositores usted considera que:

Desempeño de los expositores	Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
a. Fueron claros al explicar los temas de la capacitación.				

b. Facilitaron que los alumnos realizaran preguntas.				
c. Facilitaron la interacción entre los alumnos.				
d. Tuvieron tiempo para responder las preguntas de los capacitados.				
e. Dieron ejemplos de acuerdo con los temas trabajados.				

10. En la siguiente escala de 1 a 100 puntos, marque:

	0	20	40	60	80	100
a. Lo que sabía antes de recibir la capacitación						
b. Lo que sabe después de llevar la parte teórica de la capacitación.						
c. Su habilidad para vender antes de la capacitación.						
d. Su habilidad para vender después de la capacitación.						
e. De lo que ha aprendido usted podrá aplicar en su trabajo.						

11. Con respecto a la capacitación recibida, en general usted está:

Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho

12. ¿La capacitación que ha recibido beneficiará a su familia?

SI	NO

¿Por qué? _____

3.7 Procedimiento

Para realizar esta investigación se tomó en cuenta situaciones reales, las cuales fueron observadas dentro del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar con las madres cabezas de hogar en edades comprendidas entre los 20 y 40 años, en donde manifestaron desinterés y apatía por los procesos educativos actuales y la falta de oportunidades laborales, fue en este momento cuando se iniciaron una serie de preguntas e inquietudes que no obtuvieron respuesta de forma inmediata y rápida, de tal manera que para encontrar la solución se tuvo que ejecutar la aplicación de un instrumento que permitió validar y encontrar aspectos que ayudaron a encaminar la solución del problema planteado en esta investigación.

Con miras a la validación del instrumento, se contactó con las madres cabezas de hogar del Barrio la Nevada y con el presidente de la Junta comunal del barrio, para obtener la aceptación y colaboración de sus autoridades. Se realizó la aplicación del prototipo del instrumento a los participantes, quienes fueron debidamente informados y dieron sus correspondientes consentimientos y asentimientos. Las aplicaciones de instrumentos se realizaron en versión papel y lápiz, en los propios espacios sociales que el barrio tiene para este tipo de actividades en pro de la comunidad, con la ayuda de las autoridades representativas del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar Colombia. Con los resultados obtenidos, se analizaron los ítems a nivel individual de acuerdo con

su índice de discriminación, y a su correlación con la puntuación final para obtener resultados adecuados que dieron respuesta al objetivo general de este proyecto de investigación.

3.8. Diseño del método

El diseño de investigación describió como se manejó la investigación del estudio; constituyó parte de la propuesta de investigación para definir el proceso práctico u operativo, requerido para recopilar información, que permitió dar respuesta al problema desde una estrategia particular. En el caso del enfoque cuantitativo el diseño pretendió analizar la veracidad de la hipótesis en un contexto o para buscar evidencias, además en el proceso de investigación, la toma de la decisión de escoger una u otra estrategia se dió después de haber limitado la propuesta con el problema, objetivo e hipótesis.

3.8.1. Diseño

El diseño de la investigación es una herramienta que 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. El diseño de Investigación como dice Fidias (1999), es la estrategia general que establece el investigador para responder al problema planteado, considerando el diseño, sin manipular o controlar alguna de las variables.

El trabajo de investigación fue de carácter cuasi experimental, en donde la 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.

3.8.2. Momento de estudio

Para la presente investigación el momento del estudio se apoyó en el enfoque cuantitativo donde se utilizaron métodos estadísticos para analizar los datos obtenidos del instrumento de recolección de la información utilizada, como lo es la encuesta (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Por estas razones este estudio se enfocó en dos tiempos en los que se reunieron los datos, teniendo en cuenta las observaciones sobre dos variables que para esta investigación fueron la capacitación en ventas como variable independiente y las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada como variable dependiente, los datos para el estudio de estas dos variables fueron recolectados por medio del cuestionario (Datos inalterables) y a partir de ello estos resultados fueron comparados y analizados con el fin de determinar la incidencia y la explicación entre las dos variables.

3.8.3. Alcance del estudio

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 Hernández, 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 al inicio de este trabajo, 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.

3.9 Operacionalización de las variables.

La variable encerró todo lo que se midió, controló y estudió en la investigación, permitió clasificar valores diferentes, ya sean cuantitativos o cualitativos y a la vez pudieron ser definidos conceptual y operacionalmente. En este sentido, la operacionalización de las variables permitió, elaborar los instrumentos de medida, convirtiendo los indicadores en ítems, también sirvieron para mostrar en forma esquemática el contenido de lo que se investigó, lo que permitió tener una visión global de manera integrada que explicó cada dimensión y concepto.

El propósito de conceptualizar una variable fue transformarla de lo general a lo específico, teniendo en cuenta la observación y la medición con el fin de establecer las dimensiones e indicadores que hicieron posible la medición de esta variable. Se describe brevemente la forma en que se conceptualizaron las variables.

Tabla 1 : Operacionalización de las categorías de estudio

	<i>Variables</i>	<i>Instrumentos</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Ítems</i>
<i>Independiente</i>	Capacitación en Ventas	Tipo de formación adquirida	Mejoramiento académico	Desarrollo social	6,8,9,10,11,12
<i>Dependiente</i>	Madres cabeza de familia	Escala de factores sociales	Estructura familiar	Conformación	2,3,4
			Oportunidades laborales	Nivel académico	6

Fuente: Elaboración propia

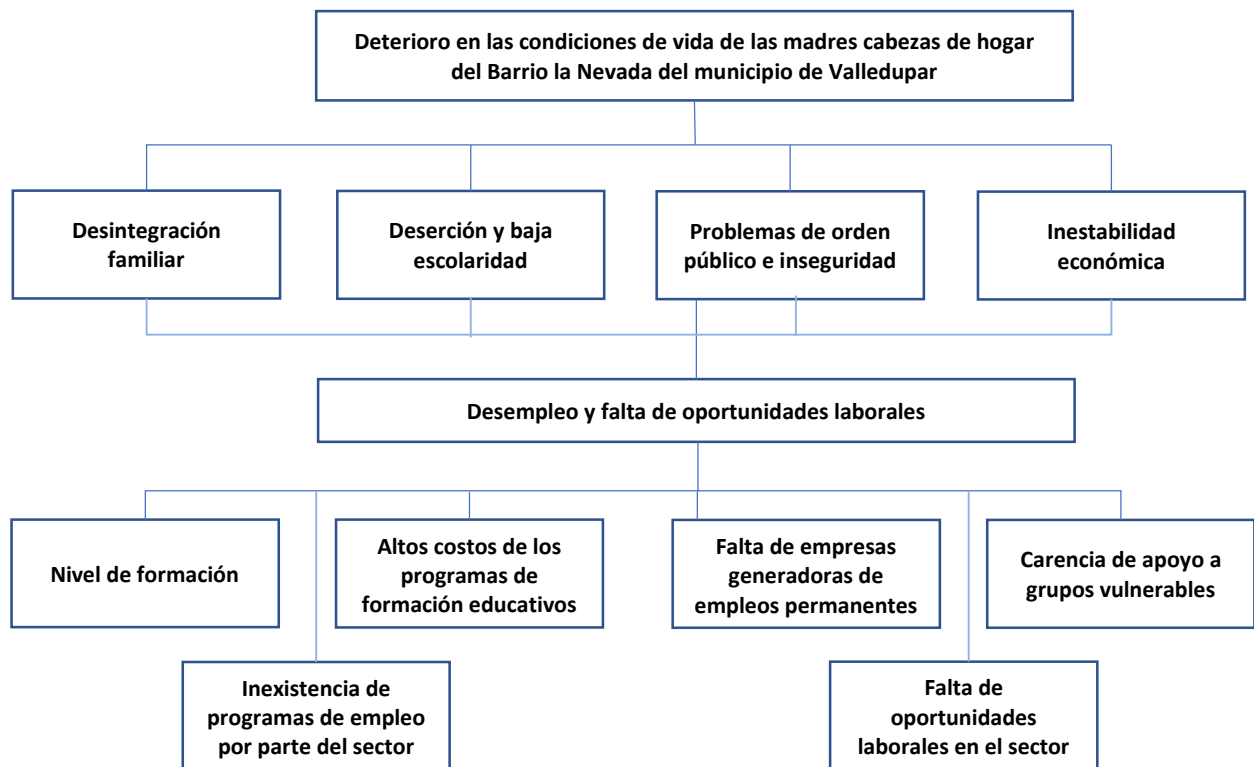
3.10. Análisis de datos

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.

Figura 1:Árbol de toma de decisiones



Fuente: Elaboración Propia

3.11. Consideraciones éticas

Se llevó a cabo la socialización con las madres cabezas de familia y las autoridades comunales del Barrio la Nevada para que concedieran el permiso y poder aplicar el instrumento para la recolección de la información de la variable independiente que en

este caso se refirió a la capacitación en ventas. Partiendo de esta información se llevó a cabo una socialización de las actividades de capacitación en ventas como recurso académico.

Las madres cabezas de hogar que participaron en el estudio compartieron sus experiencias y opiniones. Se les informó de qué trataba el estudio y cuál era el objetivo que se pretendía alcanzar mediante este análisis, de igual manera se les describió cuál iba a ser su rol dentro del proceso, como sería su participación, dejando claro cuáles eran sus derechos y deberes como participantes del primer programa de capacitación en ventas, como también se les garantizó la confiabilidad de sus respuestas y sus dudas dentro de los procedimientos éticos que correspondieron al manejo de la honestidad por parte de cada actor.

En el desarrollo del método se contempló el diseño del estudio, las técnicas y los procedimientos utilizados para la consecución de los objetivos, teniendo en cuenta los recursos necesarios para el desarrollo de la investigación, enunciando las estrategias y los mecanismos puestos en práctica para garantizar la validez de los resultados a partir del instrumento implementado, y de esta manera hacer un ejercicio de reflexión que relacionó los objetivos específicos con los metodológicos.

CAPÍTULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis de los resultados pretende en este proyecto arrojar datos sobre las variables acerca de la capacitación en ventas y las madres cabezas de familia. Con este estudio se aspira lograr una interpretación de la información obtenida en el cuestionario implementado como instrumento, para lo cual se debe hacer una descripción resumida de los datos, identificándose la relación entre las variables analizadas, identificando sus diferencias.

Este proceso se compone del análisis de los hechos que conforman cada uno de los comentarios obtenidos en la aplicación del instrumento que ayudan en la generación de las conclusiones a las cuales se llegó mediante el proceso metodológico, con el fin de promover cambios desde la defensa de la equidad y la participación de la mujer en el ámbito laboral del municipio de Valledupar. Por esta razón se recurre al uso de herramientas estadísticas, con el propósito de dar respuesta tanto a las hipótesis y a los objetivos planteados al inicio de este trabajo, lo que se espera con esto es determinar si la clase social influye en el nivel de formación de las madres cabezas de hogar del Barrio la Nevada en el municipio de Valledupar.

4.0. Resultados

4.1. Integración de datos (sociodemográficos, estadística descriptiva)

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. En Colombia la estratificación socioeconómica está determinada por los estratos de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos, y a partir de esto se asignan subsidios y cobran contribuciones en esta área (DANE,2021).

En Colombia el salario mínimo legal vigente hace referencia a la cantidad de dinero que se le paga a un trabajador formal, el cual es ajustado cada año, en torno a un acuerdo entre líderes sindicales de trabajadores, representantes de los gremios productivos y el Gobierno Nacional (Ministerio de Protección Social). Para el año 2021 el salario quedó estipulado en \$ 908.000 pesos. Este salario legal vigente se utiliza como herramienta de control público, para aumentar a demanda agregada, incentivar la generación de empleos, para atraer la inversión extranjera o el aumento de la inversión local, como también los indicadores económicos que reaccionan de acuerdo a los niveles de ingreso de las personas, lo cual debe responder el reto que enfrenta un grupo familiar promedio de 4 integrantes, el cual no compensa el déficit de ingresos de la población tras la época

de crisis que se enfrenta hoy día (Navarro, 2021).

Considerando lo anterior, se identificaron las siguientes características Sociodemográficas:

4.1.1. Análisis estadístico descriptivo en SPSS

4.1.1.1. Soporte económico del hogar

Tabla 2: Responsabilidad por el soporte económico del hogar

Soporte económico	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	100%
No	0	0%
Total	50	100 %

Fuente: Elaboración propia

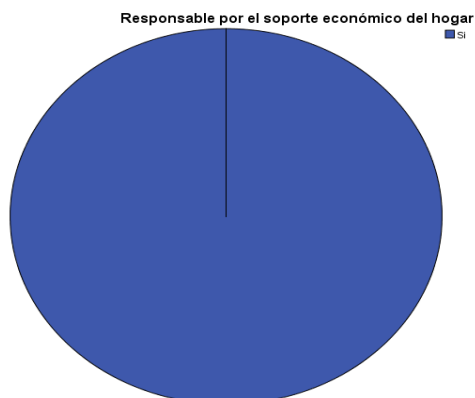


Figura 2: Mujeres que llevan el soporte económico del hogar

Fuente: Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 3: Estadísticos descriptivos de la variable soporte económico

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Responsable por el soporte económico del hogar	50	1	1	1,00	,000
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

La Tabla 2 muestra que el 100% de las mujeres encuestadas manifestaron que tienen la responsabilidad por el soporte económico del hogar, lo cual es confirmado por el estadístico descriptivo correspondiente y evidencia el alto grado de participación de la mujer en el ámbito laboral en Valledupar.

4.1.1.2. Madres cabeza de familia

Tabla 4: Madres cabeza de hogar

Madre cabeza de hogar	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	100%
No	0	0%
Total	50	100 %

Fuente: Elaboración propia



Figura 3: Mujeres cabeza de hogar

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 5: Estadísticos descriptivos de la variable madre cabeza de hogar

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Madre cabeza de hogar	50	1	1	1,00	,000
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

La Tabla 4 muestra que el 100% de las mujeres encuestadas se consideran madre cabeza de hogar, lo cual es confirmado por el estadístico descriptivo correspondiente.

4.1.1.3. Tenencia de hijos

Tabla 6: Tenencia de hijos

Tenencia de hijos	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	100%
No	0	0%
Total	50	100 %

Fuente: Elaboración propia



Figura 4: Tenencia de hijos

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 7: Estadísticos descriptivos de la variable tenencia de hijos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Tenencia de hijos	50	1	1	1,00	,000
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

La Tabla 6 muestra que el 100% de las mujeres encuestadas tienen hijos, lo cual es confirmado por el estadístico descriptivo correspondiente, y afirma el hecho de que son madres cabeza de familia, ya que ellas tienen la responsabilidad del sostenimiento de estos.

4.1.1.4. Número de miembros del núcleo familiar

Tabla 8: Número de miembros del núcleo familiar

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

Fuente: Elaboración propia

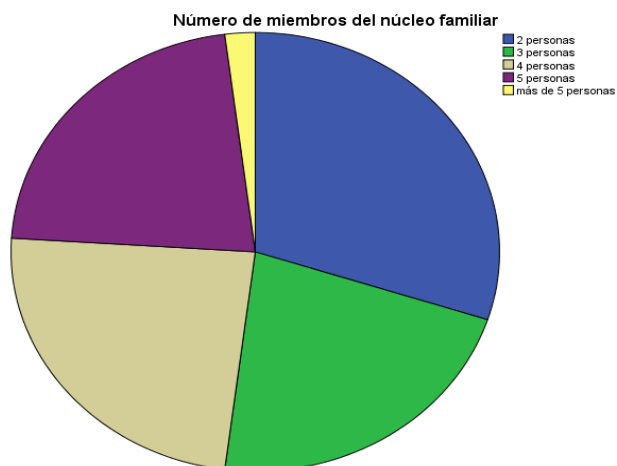


Figura 5: Número de miembros del núcleo familiar

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 9: Estadísticos descriptivos de la variable número de miembros del núcleo familiar

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Número de miembros del núcleo familiar	50	1	5	2,44	1,198
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

La Tabla 8 muestra que el 98 % de 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. Estos datos son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 2,44, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas tiene una familia compuesta por 3 personas; por último, en promedio los datos se desvían de la media 1,19 unidades de la escala.

4.1.1.5. Dinero recibido mensualmente

Tabla 10: Dinero recibido mensualmente

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

Fuente: Elaboración propia

La tabla 10 muestra que 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.

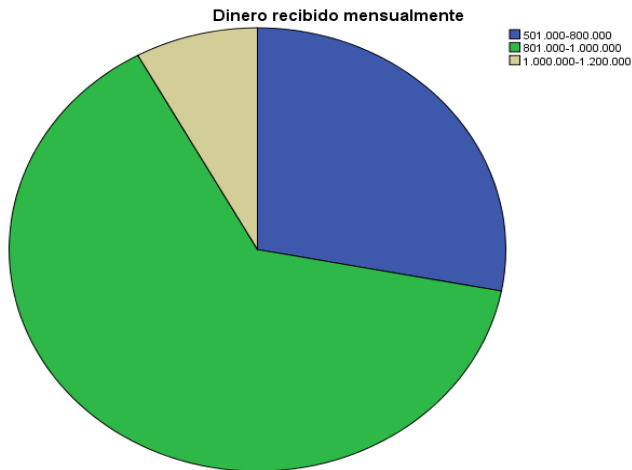


Figura 6: Dinero recibido mensualmente

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 11: Estadísticos descriptivos de la variable dinero recibido mensualmente

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Dinero recibido mensualmente	50	2	4	2,80	,571
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos presentados en la Tabla 10 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 2,80, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas recibe mensualmente entre 801.000 y 1.000.000 pesos, es decir, menor o igual ingreso que el establecido como salario mínimo en Colombia; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,571 unidades de la escala. 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.

4.1.1.6. Nivel educativo

Tabla 12: Nivel educativo

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

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 12 muestra 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 mejor salario y de esta forma alcanzar la equidad salarial que ella necesitan.

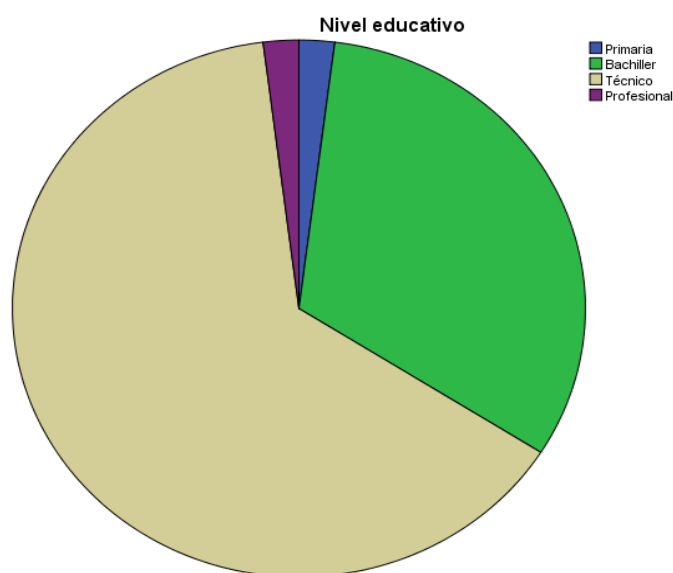


Figura 7: Nivel educativo

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 13: Estadísticos descriptivos de la variable nivel educativo

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Nivel educativo	50	2	5	3,66	,557
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 12 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 3,66, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas alcanzó un nivel educativo técnico, lo cual quiere decir que su formación no es suficiente para poder aspirar a tener un ingreso que supere el salario mínimo en Colombia; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,557 unidades de la escala.

4.1.1.7. Edad

Tabla 14: Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
21-25 años	1	2%
26-30 años	5	10%
31-40 años	26	52%
Más de 40 años	18	36%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 14 muestra que el 88% de las mujeres encuestadas tienen edades por encima de los 30 años, de las cuales el 52 % tienen edades entre 31 y 40 años, mientras que el 36% tienen más de 40 años; por otro lado, solo el 10% tienen entre 26 y 30 años, y el 2% tienen entre 21 y 25 años. Al momento de poder tener una amplia participación de la mujer en el mercado laboral la edad es importante, ya que para las mujeres jóvenes es más fácil de que puedan ser contratadas, que las mujeres que tienen edades por encima de los 40 años.

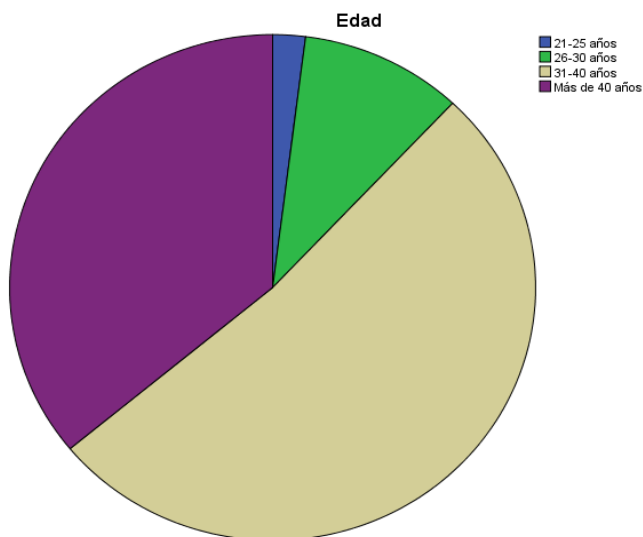


Figura 8: Edad

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 15: Estadísticos descriptivos de la variable edad

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Edad	50	2	5	4,22	,708
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos en la Tabla 14 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 4,22, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas tiene una edad entre 31 y 40 años, lo cual quiere decir que son mujeres adultas con la información clara de lo que quieren hacer con sus vidas; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,708 unidades de la escala.

4.1.1.8. Pertinencia de los materiales del curso

Tabla 16: Pertinencia de los materiales del curso

Pertinencia de los materiales del curso	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	36	72%
Excelente	14	28%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 16 muestra que el 72% de las mujeres encuestadas consideran que la pertinencia de los materiales del curso fue buena, mientras que el 28% consideran que fue excelente; lo que demuestra un buen nivel de satisfacción con los materiales recibidos en la capacitación por parte de todas las encuestadas. El hecho de contar con materiales adecuados para la capacitación permite un aumento en la percepción que tienen las mujeres encuestadas del conocimiento adquirido.

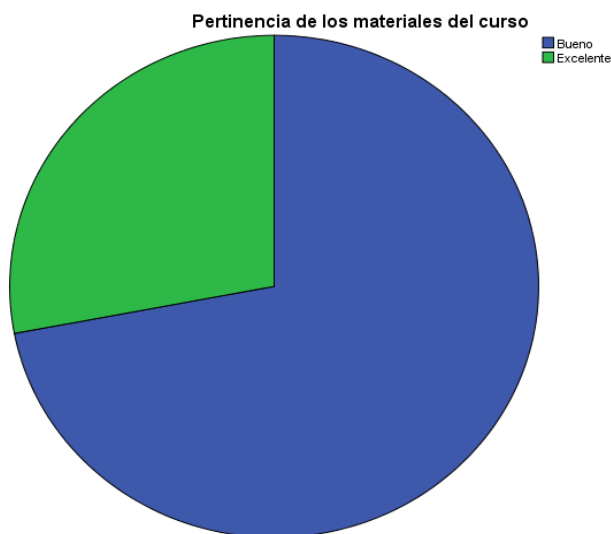


Figura 9: Pertinencia de los materiales del curso

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 17: Estadísticos descriptivos de la variable pertinencia de los materiales del curso

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Pertinencia de los materiales del curso	50	3	4	3,28	,454
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos en la Tabla 16 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 3,28, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas considera que la pertinencia del material de la capacitación es buena, lo cual indica que las madres cabeza de familia se sintieron satisfechas con la información que recibieron; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,454 unidades de la escala.

Tabla 18: Pertinencia de los materiales del curso

División del tiempo dedicado a la teoría y la práctica	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	19	38%
Excelente	31	62%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 18 muestra que el 62% de las mujeres encuestadas consideran que la división del tiempo a la teoría y práctica en la capacitación fue excelente, mientras que el 38% consideran que fue bueno; lo que demuestra un buen nivel de satisfacción con la división del tiempo por parte de todas las encuestadas. La forma como estuvo dividida la capacitación permite un aumento en la percepción de conocimiento y habilidad que tienen las mujeres participantes del entrenamiento, ya que tienen un espacio para asimilar los conocimientos y otro espacio para ponerlos en práctica.



Figura 10: División del tiempo dedicado a la teoría y práctica

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 19: Estadísticos descriptivos de la variable división del tiempo dedicado a la teoría y práctica

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
División del tiempo dedicado a la teoría y práctica	50	3	4	3,62	,490
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 18 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 3,62, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas considera que la pertinencia del material de la capacitación es buena, lo cual demuestra que las madres cabeza de familia consideran que la información recibida es pertinente para su desarrollo laboral; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,490 unidades de la escala.

4.1.1.9. Claridad al explicar los temas

Tabla 20: Claridad al explicar los temas

Claridad al explicar los temas	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	20	40%
Siempre	30	60%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 20 muestra que el 100 % de las mujeres encuestadas consideran que la mayor parte del tiempo los temas se explicaron con claridad, de las cuales el 60 % mencionan que siempre hay claridad al explicar los temas, y el 40% consideran que casi siempre se dio claridad al explicar los temas; lo que demuestra un buen nivel de

satisfacción con la explicación de los temas por parte de todas las encuestadas, mejorando de esta forma la percepción de conocimiento que ellas tienen.

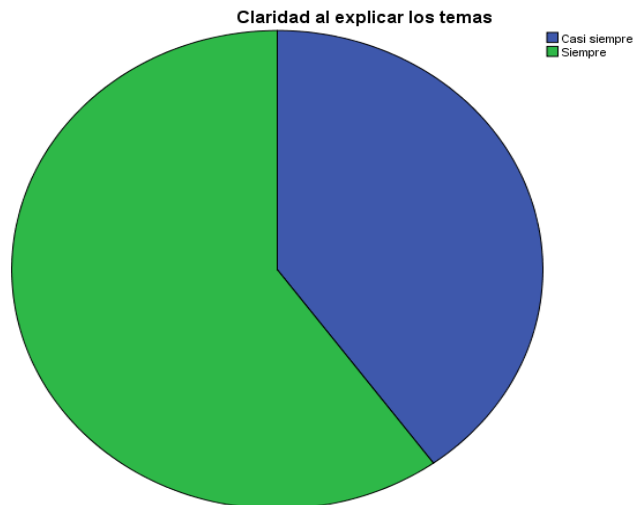


Figura 11:Claridad al explicar los temas

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 21: Estadísticos descriptivos de la variable claridad al explicar los temas

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Claridad al explicar los temas	50	3	4	3,60	,495
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 20 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 3,60, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas considera que casi siempre hubo claridad al explicar los temas, lo cual significa que las madres cabeza de familia entendieron a cabalidad la información de la capacitación; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,495 unidades de la escala.

4.1.1.10. Participación de las madres cabezas de familia con preguntas

Tabla 22: Participación de las madres cabezas de familia con preguntas.

Participación de los alumnos con preguntas	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	20	40%
Siempre	30	60%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 22 muestra que el 60% de las mujeres encuestadas consideran que siempre hubo participación de las madres cabezas de familia con preguntas en la capacitación, mientras que el 40% consideran que fue casi siempre; lo que demuestra un buen nivel de satisfacción con la participación de las mujeres que recibieron el entrenamiento. Esto facilita el aumento en la percepción de habilidad de estas mujeres, ya que al momento de participar pueden poner en práctica los conocimientos que van adquiriendo.



Figura 12: Participación de los alumnos con preguntas

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 23: Estadísticos descriptivos de la variable participación de las madres cabezas de familia con preguntas

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Participación de los alumnos con preguntas	50	2	4	3,60	,606
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 22 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 3,60, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas menciona que casi siempre hubo participación de las asistentes a la capacitación con preguntas, lo que indica que esta se desarrolló de una forma dinámica y logró captar la atención de las mujeres participantes. por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,606 unidades de la escala.

4.1.1.11. Interacción entre las alumnas

Tabla 24: Interacción entre las alumnas.

Interacción entre las alumnas	Frecuencia	Porcentaje
Casi siempre	23	46%
Siempre	27	54%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 24 muestra que el 54% de las mujeres encuestadas consideran que siempre hubo interacción entre las madres cabeza de familia en la capacitación en ventas, mientras que el 46% consideran que fue casi siempre; lo que demuestra que se tuvo en cuenta la motivación a trabajar en equipo, lo cual es algo importante para el trabajo en

ventas. Esto estimula el incremento en la percepción del conocimiento que tienen las asistentes a la capacitación, ya que pueden aportar ideas sobre temas en específico.



Figura 13: Interacción entre las alumnas

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 25: Estadísticos descriptivos de la variable Interacción entre las alumnas

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Interacción entre los alumnos	50	3	4	3,54	,503
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 24 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 3,54, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas menciona que casi siempre hubo interacción entre las madres cabezas de familia, demostrando que se logró estimular en ellas el sentido del trabajo en equipo; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,503 unidades de la escala.

4.1.1.12. Respuestas a las preguntas de los capacitadores

Tabla 26: Respuestas a las preguntas de los capacitadores

Respuestas a las preguntas de los capacitadores	Frecuencia	Porcentaje
A veces	2	4%
Casi siempre	18	36%
Siempre	30	60%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 26 muestra que el 96% de las mujeres encuestadas consideran que en la mayor parte del tiempo hubo respuestas a las preguntas de los capacitadores, de los cuales el 60% coincide en que fue siempre, el 36% dice que fue casi siempre, mientras que el 2% consideran que fue a veces; lo que demuestra un buen nivel de satisfacción relacionado con las respuestas a las preguntas de los capacitadores, lo que demuestra un buen nivel de percepción de conocimiento y habilidad adquirido después de la capacitación por las participantes.

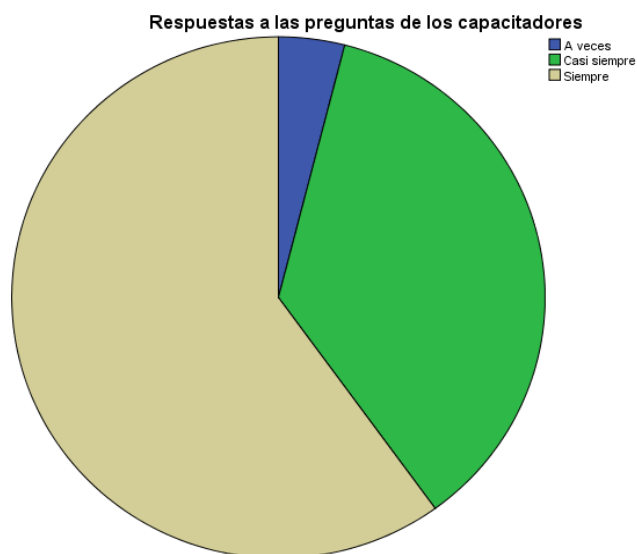


Figura 14: Respuestas a las preguntas de los capacitadores

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 27: Estadísticos descriptivos de la variable respuestas a las preguntas de los capacitadores

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Respuestas a las preguntas de los capacitadores	50	2	4	3,56	,577
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 26 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 3,56, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas menciona que casi siempre hubo respuestas a las preguntas de los capacitadores, lo que indica que hubo apropiación del conocimiento que se recibió. por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,577 unidades de la escala.

4.1.1.13. Ejemplos de los temas trabajados

Tabla 28: Ejemplos de los temas trabajados

Ejemplos de los temas trabajados	Frecuencia	Porcentaje
A veces	1	2%
Casi siempre	24	48%
Siempre	25	50%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 28 muestra que el 98% de las mujeres encuestadas consideran que en la mayor parte del tiempo hubo ejemplos de los temas trabajados en la capacitación, de los cuales el 50% coincide en que fue siempre, el 48% dice que fue casi siempre, mientras que el 2% consideran que fue a veces; lo que demuestra un buen nivel de satisfacción

relacionado con los ejemplos de los temas trabajados y permite aumentar el nivel de percepción de conocimiento de los temas adquiridos en la capacitación.



Figura 15: Ejemplos de los temas trabajados

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 29: Estadísticos descriptivos de la variable ejemplos de los temas trabajados

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Ejemplos de los temas trabajados	50	2	4	3,48	,544
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 28 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 3,48, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas menciona que casi siempre hubo respuestas a las preguntas de los capacitadores, lo que demuestra que ellas entendieron muy bien la información

relacionada con las ventas y tienen las condiciones adecuadas para poder aplicar este conocimiento; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,544 unidades de la escala. Esta encuesta de satisfacción es importante debido a que muestra que las mujeres lograron adquirir las habilidades necesarias para poder desempeñarse correctamente en el área de las ventas y de esta forma poder aspirar a tener una estabilidad laboral que les brinde seguridad a sus familias.

4.1.1.14. Conocimiento antes de recibir la capacitación

Tabla 30: Conocimiento antes de recibir la capacitación

Conocimiento antes de recibir la capacitación	Frecuencia	Porcentaje
0	4	8%
20	14	28%
40	13	26%
60	10	20%
80	9	18%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 30 muestra que el 74% de las mujeres encuestadas consideran que antes de la capacitación tenían un conocimiento entre 20 y 60 de una escala de 0 a 100, de los cuales el 28% coincide en que tenían 20, el 26% dice que 40, mientras que el 20% consideran que 60; lo que demuestra un buen nivel de conocimiento relacionado con la temática de la capacitación.



Figura 16: Conocimiento antes de la capacitación

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 31: Estadísticos descriptivos de la variable conocimiento antes de la capacitación

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Conocimiento antes de recibir la capacitación	50	1	5	3,12	1,239
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 28 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 3,12, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas menciona que antes de la capacitación tenía un conocimiento de 40, lo cual indica que la información que recibieron fortaleció las habilidades que tenían en ventas, brindándoles mayor confianza para desempeñarse en este ámbito laboral y aumentando el nivel de percepción de habilidad de las participantes; por último, en promedio los datos se desvían de la media 1,239 unidades de la escala.

4.1.1.15. Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación

Tabla 32: Conocimiento después de recibir la parte teórica capacitación

Conocimiento después de recibir la capacitación	Frecuencia	Porcentaje
40	1	2%
60	8	16%
80	23	46%
100	18	36%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 32 muestra que el 98% de las mujeres encuestadas consideran que después de recibir la capacitación teórica tenían un conocimiento entre 60 y 100 de una escala de 0 a 100, de los cuales el 36% coincide en que tenían 100, el 46% dice que 80, mientras que el 16% consideran que 60; lo que demuestra un buen nivel de conocimiento relacionado con la temática después de la capacitación.



Figura 17: Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 33: Estadísticos descriptivos de la variable conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación	50	3	6	5,16	,766
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 32 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 5,16, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas menciona que después de recibir la parte teórica de la capacitación tenía un conocimiento de 80, lo cual demuestra que estas mujeres se sienten seguras con la información que recibieron para poder aplicarla en el entorno laboral; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,766 unidades de la escala.

4.1.1.16. Habilidad para vender antes de la capacitación

Tabla 34: Habilidad para vender antes de la capacitación

Habilidad para vender antes de la capacitación	Frecuencia	Porcentaje
0	3	6%
20	13	26%
40	15	30%
60	12	24%
80	7	14%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 34 muestra 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.

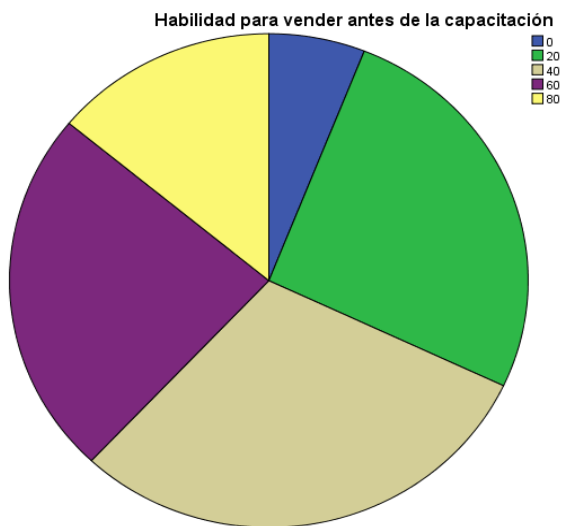


Figura 18: Habilidad para vender antes de la capacitación

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 35: Estadísticos descriptivos de la variable habilidad para vender antes de la capacitación

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Habilidad para vender antes de la capacitación	50	1	5	3,14	1,143
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 34 son confirmados por el estadígrafo

correspondiente, el cual indica que la media es 3,14, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas menciona que antes de recibir la capacitación tenía una habilidad de 40, lo cual indica que las mujeres estaban familiarizadas con muchos de los términos que se abordaron en el entrenamiento, lo cual facilitó la apropiación del conocimiento; por último, en promedio los datos se desvían de la media 1,143 unidades de la escala.

4.1.1.17. Habilidad para vender después de la capacitación

Tabla 36: Habilidad para vender después de la capacitación

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

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 36 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.

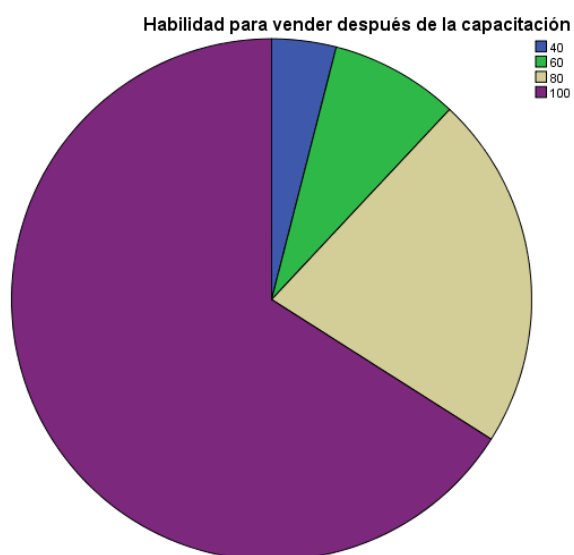


Figura 19: Habilidad para vender después de la capacitación

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 37: Estadísticos descriptivos de la variable habilidad para vender después de la capacitación

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Habilidad para vender después de la capacitación	50	3	6	5,50	,814
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 36 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 5,50, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas menciona que después de recibir la capacitación tenía una habilidad de 80, lo cual demuestra que se obtuvieron las habilidades necesarias para desempeñarse en el entorno laboral; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,814 unidades de la escala.

4.1.1.18. Aplicabilidad de lo aprendido

Tabla 38: Aplicabilidad de lo aprendido

Aplicabilidad de lo aprendido	Frecuencia	Porcentaje
60	7	14%
80	1	2%
100	42	84%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 38 muestra que el 84% de las mujeres encuestadas consideran que el 100% de lo aprendido tiene una aplicabilidad; lo que demuestra la importancia de la información recibida en la capacitación y un aumento en la percepción de conocimiento y habilidad frente a las temáticas estudiadas.

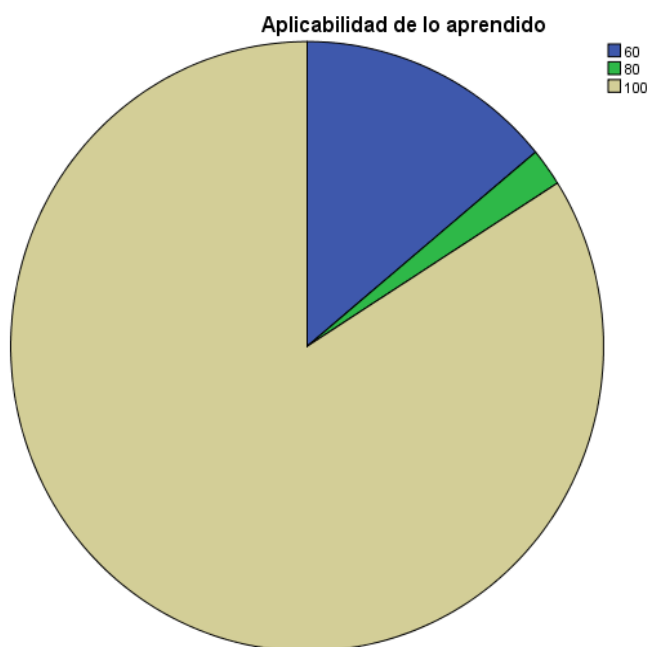


Figura 20: Aplicabilidad de lo aprendido

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 39: Estadísticos descriptivos de la variable aplicabilidad de lo aprendido

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Aplicabilidad de lo aprendido	50	4	6	5,70	,707
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 38 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 5,70, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas menciona que la información recibida en la capacitación tenía un porcentaje de aplicabilidad del 80 %, lo que demuestra la pertinencia y el valor que le dan estas mujeres a la información recibida; por último, en promedio los datos se desvían de la media 0,707 unidades de la escala.

4.1.1.19. Satisfacción con la capacitación

Tabla 40: Satisfacción con la capacitación

Satisfacción con la capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Satisfecho	19	38%
Muy satisfecho	31	62%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 40 muestra que el 100% de las mujeres encuestadas quedaron satisfechas con la capacitación que recibieron, ya que el 62% manifestó estar muy satisfecha y el 38% manifestó estar satisfecha; lo que demuestra el éxito de la capacitación y la mejora

en la percepción del conocimiento y habilidad de estas mujeres.



Figura 21: Satisfacción con la capacitación

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 41: Estadísticos descriptivos de la variable satisfacción con la capacitación

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Satisfacción con la capacitación	50	3	4	3,62	,490
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 40 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 3,62, es decir, que el promedio de las mujeres encuestadas menciona que después de recibir la capacitación quedaron satisfechas, lo cual indica que las mujeres ven en esta capacitación una posibilidad para poder aspirar a tener cambios en su salario debido a las habilidades adquiridas; por

último, en promedio los datos se desvían de la media 0,490 unidades de la escala.

Beneficio de la capacitación a la familia

Tabla 42: Beneficio de la capacitación a la familia

Beneficio de la capacitación a la familia	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	100%
No	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 42 muestra que el 100% de las mujeres encuestadas mencionaron que la capacitación de alguna u otra forma va a traer un beneficio a sus familias, lo que demuestra el éxito de la capacitación.

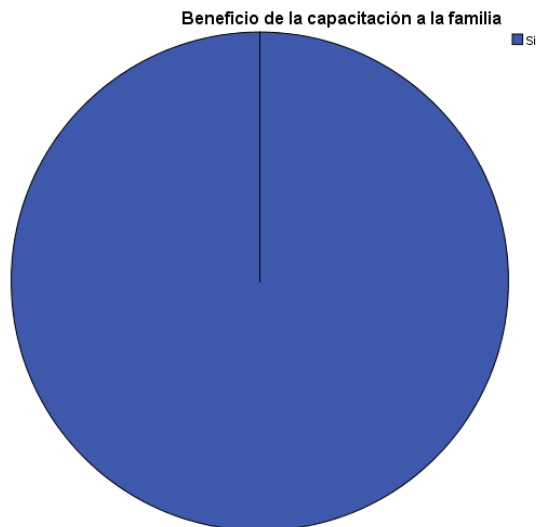


Figura 22: Beneficio de la capacitación a la familia

Fuente. Elaboración propia con la aplicación del software SPSS

Tabla 43: Estadísticos descriptivos de la variable beneficio de la capacitación a la familia

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Beneficio de la capacitación a la familia	50	1	1	1,00	,000
N válido (por lista)	50				

Fuente: Software estadístico SPSS

Los datos obtenidos de la Tabla 42 son confirmados por el estadígrafo correspondiente, el cual indica que la media es 1,00, es decir, que todas las mujeres encuestadas mencionan que la capacitación va a beneficiar a sus familias, ya que el conocimiento adquirido les permite visionarse realizando otro tipo de actividades que tienen mejor remuneración económica y de esta forma poder suplir las necesidades básicas de sus familias.

4.1.2. Estadística inferencial

4.1.2.1. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

Para saber si la capacitación generó un cambio en la percepción del conocimiento en ventas, se realizaron diferencias entre las percepciones que se tenían antes y después de la capacitación. Debido a que la variable percepción del conocimiento es ordinal, se utilizó para el análisis la prueba T de Wilcoxon, cuyos resultados se muestran a continuación:

Tabla 44: Prueba T de Wilcoxon para la variable percepción del conocimiento

		Rangos		
		N	Rango promedio	Suma de rangos
Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación - Conocimiento antes de recibir la capacitación	Rangos negativos	4 ^a	6,50	26,00
	Rangos positivos	41 ^b	24,61	1009,00
	Empates	5 ^c		
	Total	50		

a. Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación < Conocimiento antes de recibir la capacitación

b. Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación > Conocimiento antes de recibir la capacitación

c. Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación = Conocimiento antes de recibir la capacitación

Fuente: Software estadístico SPSS

Tabla 45: Estadísticos de la Prueba T de Wilcoxon para la variable percepción del conocimiento

Estadísticos de prueba^a	
Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación - Conocimiento antes de recibir la capacitación	
Z	-5,600 ^b
Sig. asintótica (bilateral)	,000

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Software estadístico SPSS

Los hallazgos demuestran que, en el grupo de mujeres encuestadas, hay diferencias significativas cuanto a la percepción del conocimiento antes y después de la capacitación, ya que $Z=-5,600$ y $p=0,000<0,001$, lo cual indica que la percepción del conocimiento mejora después de la capacitación.

Por otro lado, para saber si la capacitación generó un cambio en la percepción de habilidad para las ventas, se realizaron diferencias entre las percepciones que se tenían

antes y después de la capacitación. Debido a que la variable percepción de la habilidad es ordinal, se utilizó para el análisis la prueba T de Wilcoxon, cuyos resultados se muestran a continuación:

Tabla 46: Prueba T de Wilcoxon para la variable percepción de habilidad

		Rangos		
		N	Rango promedio	Suma de rangos
Habilidad para vender después de la capacitación -	Rangos negativos	3 ^a	5,00	15,00
Habilidad para vender antes de la capacitación	Rangos positivos	41 ^b	23,78	975,00
	Empates	6 ^c		
	Total	50		

a. Habilidad para vender después de la capacitación < Habilidad para vender antes de la capacitación

b. Habilidad para vender después de la capacitación > Habilidad para vender antes de la capacitación

c. Habilidad para vender después de la capacitación = Habilidad para vender antes de la capacitación

Fuente: Software estadístico SPSS

Tabla 47: Estadísticos de la Prueba T de Wilcoxon para la variable percepción de la habilidad

Estadísticos de prueba^a

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

Z	-5,639 ^b
Sig. asintótica (bilateral)	,000

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Software estadístico SPSS

Los hallazgos demuestran que, en el grupo de mujeres encuestadas, hay diferencias significativas cuanto a la percepción de la habilidad antes y después de la capacitación, ya que $Z=-5,639$ y $p=0,000 < 0,001$, lo cual indica que la percepción de la habilidad mejora después de la capacitación.

4.1.2.2. Percepción del conocimiento de las mujeres encuestadas

Teniendo en cuenta el conocimiento de las mujeres encuestadas antes y después de recibir la capacitación, se realiza la prueba de Kolmogórov-Smirnov, para lo cual se plantean las siguientes hipótesis:

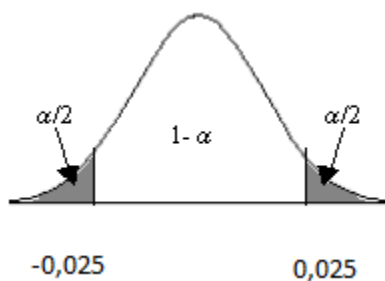
1. Planteamiento de las hipótesis

H₀: la implementación de una capacitación en ventas para madres cabeza de familia del Barrio la Nevada del municipio de Valledupar, no permite un mejoramiento en la percepción del conocimiento que tengan estas mujeres después de la capacitación.

H_A: 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.

2. Estadística de Prueba: se utiliza la prueba de Kolmogórov-Smirnov

3. Región crítica



4. nivel de significación $\alpha = 0,05$ en una prueba de dos colas se tendrá $\alpha/2$ en cada lado de la gráfica

5. Cálculo de la estadística de prueba

Tabla 48: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

		Conocimiento antes de recibir la capacitación	Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación
N		50	50
Parámetros normales ^{a,b}	Media	3,12	5,16
	Desviación estándar	1,239	,766
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,177	,237
	Positivo	,177	,223
	Negativo	-,141	-,237
Estadístico de prueba		,177	,237
Sig. asintótica (bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: Software estadístico SPSS

De la información anterior se obtuvo que el pvalor antes y después de recibir la capacitación es 0,000, lo cual quiere decir que las dos muestras están por debajo de 0,05.

6. Decisión:

Teniendo en cuenta que en las dos muestras pvalor $<0,05$, 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 en la percepción del conocimiento que tengan estas mujeres después de la capacitación, esto se puede

corroborar en el hecho de que la media en la primera muestra 1 es 3,12, mientras que la media en la muestra 2 es 5,16.

4.1.2.3. *Habilidad para las ventas de las mujeres encuestadas*

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. Teniendo en cuenta lo anterior, se plantearon las siguientes hipótesis:

1. Planteamiento de las hipótesis

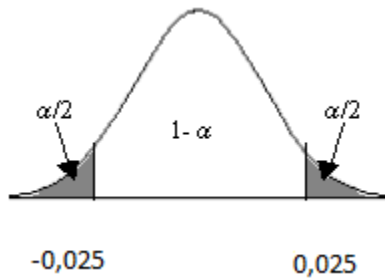
H₀: la implementación de una capacitación en ventas para madres cabeza de familia del Barrio La Nevada del municipio de Valledupar, no permite un mejoramiento en la percepción de la habilidad para vender que tengan estas mujeres después de la capacitación.

H_A: 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 de la habilidad para vender que tengan estas mujeres después de la capacitación.

2. Estadística de Prueba: se utiliza la prueba de Kolmogórov-Smirnov

3. Región crítica

4. Nivel de significación $\alpha = 0,05$ en una prueba de dos colas se tendrá $\alpha/2$ en cada lado de la gráfica



5. Cálculo de la estadística de prueba

Tabla 49: 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 ^{a,b}	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 ^c	,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: Software estadístico SPSS

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.

6. Decisión:

Teniendo en cuenta que en las dos muestras p valor $<0,05$, 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 la percepción de la habilidad para vender que tengan estas mujeres después de la capacitación, 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.

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.

Asimismo, es necesario conocer la disposición que tendrían las madres cabezas de

hogar del barrio la Nevada para realizar algún tipo de capacitación que mejore las oportunidades concretas de optimizar sus condiciones laborales, lo cual implica un mayor compromiso, entendiendo que en la realidad existen muchos factores que determinan la posibilidades de interesarse por este tipo de programas, como la responsabilidad con las personas a sus cargos y la dificultad de no contar con horarios flexibles que les permitan realizar las funciones tanto de madre, estudiante como de trabajadora.

4.1.2.4. Alfa de Cronbach

Para determinar la consistencia interna de la escala utilizada para conocer el impacto de la capacitación sobre la percepción de las madres cabeza de familia encuestadas acerca del conocimiento y habilidad en ventas, así como también la aplicabilidad y el nivel de satisfacción con el entrenamiento recibido se calculó el Alfa de Cronbach, cuyos resultados se presentan en la Tabla 50.

Tabla 50: Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,103	,111	6

Fuente: Software estadístico SPSS

Los resultados de la Tabla 50 muestran que el Alfa de Cronbach es 0,103, lo que indica que el nivel de fiabilidad para las variables analizadas en la escala es excelente, lo cual demuestra que los resultados son confiables.

En la Tabla 51 se presentan los resultados del Alfa de Cronbach para cada una de las variables analizadas en la escala y que muestran el detalle del nivel de consistencia interna de la escala utilizada para el estudio.

Tabla 51: Alfa de Cronbach para cada variable

	Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Conocimiento antes de recibir la capacitación	23,12	3,455	,064	,725	,057
Conocimiento después de recibir la parte teórica de la capacitación	21,08	3,953	,246	,366	-,093 ^a
Habilidad para vender antes de la capacitación	23,10	3,153	,204	,657	-,148 ^a
Habilidad para vender después de la capacitación	20,74	5,625	-,259	,554	,323
Aplicabilidad de lo aprendido	20,54	4,702	,028	,540	,098
Satisfacción con la capacitación	22,62	5,098	-,022	,012	,124

a. El valor es negativo debido a una covarianza promedio negativa entre elementos. Esto viola los supuestos del modelo de fiabilidad. Podría desea comprobar las codificaciones de elemento.

Fuente: Software estadístico SPSS

La Tabla 51 muestra que 4 de los 6 elementos analizados en la escala tienen un nivel de fiabilidad excelente, mientras que en los otros dos, que corresponden a percepción del conocimiento después de recibir la capacitación y la percepción de la habilidad para vender antes de la capacitación dieron valores negativos, lo cual significa que hay una covarianza promedio negativa entre los elementos.

CAPÍTULO V DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este capítulo se presentan una serie de discusiones, donde se trata de describir el significado de los hallazgos obtenidos, comparándolos con los conceptos teóricos y con investigaciones realizadas por otros autores, además de proponer estudios complementarios que podrían desarrollarse en el futuro a manera de mejora o ampliación de este tipo de investigación, en la cual se pretende mejorar las condiciones socioeconómicas de las madres cabeza de familia del Barrio la Nevada en Valledupar, a través de un programa de acción social y capacitación en ventas.

Con base en las respuestas obtenidas por las madres cabezas de familia, se pudo contrastar que los estudios empíricos consultados ratifican, que los procesos de formación influyen positivamente en el nivel académico de las madres involucradas en la capacitación en ventas, cuando se aprovechan de manera correcta durante el proceso de construcción del conocimiento. Así mismo, queda demostrado que existe una explicación entre el plan de acción social y las madres cabezas de familia.

5.1 Discusión (Teórico vs resultados y resultados vs estudios empíricos)

5.1.1 Teórico vs resultados

Con este proyecto de investigación se genera un debate sobre los diferentes cambios que pueden ocurrir a partir de un programa de acción social y capacitación para madres cabezas de familia. Para Castells (1998), la identidad de proyecto 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 investigación responde el interrogante sobre la manera cómo se implementa un programa de acción social y capacitación en ventas para madres cabezas de familia del Barrio la Nevada, para mejorar la percepción del conocimiento y las habilidades para la gestión comercial. A partir de la implementación de este proyecto, se estima que las madres cabeza de familia podrán encontrar posibilidades para su desarrollo integral, que genere una mejor transferencia en el incremento de los ingresos a sus hogares, lo cual impacta positivamente los niveles de pobreza del municipio de Valledupar.

Este crecimiento en la percepción del conocimiento y habilidades para las ventas surge a partir de la realización de una actividad laboral con las mejoras que obtienen las

madres en sus capacidades intelectuales y creativas. Esto se sustenta en el rescate de su cultura, sus valores, su manera de pensar y de entender el funcionamiento del medio ambiente social, laboral y familiar. Sin embargo, para Freire (1969) la educación por sí sola no transforma el mundo, aunque es necesaria, se necesita de un entorno que genere oportunidades para mejorar las condiciones de vida como pedagogía de la esperanza.

Rebollo (2010) corrobora que las madres cabeza de familia han sido parte de la fabricación de su nueva identidad, desde sus propios territorios, donde la capacitación en ventas se convierte en eje fundamental de la educación para el desarrollo. La autonomía para replantear sus propias vidas y para lograr el control de ellas, es clave para su autonomía económica y social. Tener posibilidades concretas de un trabajo remunerado, les permite empoderarse de su transformación social y la de sus familiares. La transformación de las madres cabezas de familia en sujetos activos, resulta de contrastar los individuos contra la comunidad y contra el mercado (Castells,1998).

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 la estructura de este proyecto se plantea un intercambio social. Dicho intercambio se refiere, a la interacción espontánea en la capacitación en ventas que tiene las madres cabezas de familia, lo cual permite valorarlas como materia prima. De esta manera Savater (1997) explica que, las madres cabezas de familia son seres humanos, sociales, activos, con inteligencia y un gran sentido de pertenencia, por ende, sus compromisos giran alrededor del desarrollo de sus capacidades al máximo. Es necesario comprender que la vida humana adquiere sentido a partir de la comunión de los unos con los otros, implicando un intercambio significativo que confirma nuestra condición (Savater,1997).

5.1.2 Resultados vs estudios empíricos

Al comparar los resultados obtenidos en esta investigación con los presentados en otros estudios empíricos, se destaca que estos son muy parecidos a los obtenidos por Merzthal (2013) en su investigación titulada “la capacitación como instrumento de marketing para la generación de valor en las empresas industriales en el Perú”, ya que este autor 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, ya que el

60% de los soldadores percibía que su conocimiento en soldadura antes de la capacitación era de 40% o menos, mientras que después de la capacitación el 65% manifestó que su conocimiento era igual o mayor al 80%, lo cual es muy similar a los resultados obtenidos en este estudio, donde se obtuvieron los mismos porcentajes tal como se mencionó anteriormente. Por otro lado, en cuanto a la percepción de habilidad, antes de la capacitación, la mitad de los soldadores percibía que su habilidad para soldar era de 40% o menos y después de la capacitación, 70% de ellos percibieron que su habilidad era igual o mayor al 80%, lo cual también coincide con los resultados obtenidos en el cuestionario que se le aplicó a las madres cabeza de familia en esta investigación.

Otro de los aspectos que se puede considerar de los resultados obtenidos en el estudio, es que contrasta el argumento planteado por Muñoz (2018) en su estudio titulado “propuesta de innovación social para la inserción económica y social de mujeres adolescentes cabeza de familia víctimas del conflicto armado en San Vicente del Caguán Colombia”, quien menciona que las madres adolescentes son vulnerables y no tienen posibilidades de educarse, vivir dignamente y ser parte de la sociedad, con empleos dignos que le permitan ofrecer una mejor calidad de vida para sus hijos, por ende, necesitan apoyo estatal y de la sociedad misma, pero en este estudio se evidenció que a partir de la implementación del programa de capacitación en ventas las madres cabeza de familia pudieron fortalecer la percepción de conocimiento y habilidad relacionado con las ventas, y esto les dio la confianza suficiente para poder desarrollar tareas específicas y aspirar a tener una mejor remuneración que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de sus familias.

Dentro de los procesos de interacción social de las madres cabezas de familia del barrio la Nevada, cobra importancia las realidades sociales de cada individuo, proporcionando elementos esenciales que analizan y evalúan su crecimiento a partir de como interiorizan los contenidos teóricos y prácticos en la gestión comercial de cada madre. Esta socialización permite que cada persona interactúe con otras aprendiendo e interiorizando conceptos, actitudes, principios y comportamientos característicos en los asesores comerciales, los cuales van a permitir que ellas se desenvuelvan de la mejor manera posible. La recreación de un referente de identidad puede ser modificado con el tiempo, para ser incorporado a las nuevas generaciones (Aguado y Portal, 1991).

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, podemos evaluar 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.

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 y Portal,1991).

Las madres cabezas de hogar enfrentan diariamente situaciones que las conducen a renunciar a su realización profesional debido a la familia, lo cual genera una segregación ocupacional en contra de la mujer. Esta desigualdad dificulta el acceso a oportunidades de aprovechar los diferentes recursos materiales y sociales como educación y capacitación, trabajo remunerado, participación comunitaria en la toma de decisiones socioeconómicas. En este sentido, la educación permite que las mujeres compitan por mejores oportunidades laborales; no obstante, continúen desempeñando, al interior de sus familias, roles compartidos para lograr garantizarles una mejor calidad de vida a los integrantes de sus familias. Este tipo de capacitaciones en ventas, facilita herramienta a cada madre, para su transformación social en claves de justicia y solidaridad (Rebollo, 2010).

La perspectiva de género cambia la manera de visionar el futuro de cada madre cabeza de familia, una vez se empodera de su proceso de transformación, favorece su

inclusión en la sociedad. En este sentido, la capacitación en ventas se convierte en un agente para el desarrollo, el cual pretende emanciparla, señalándole el camino y la estrategia para apropiarse de su propia historia e intervenir activamente y de manera responsable en ella. Duflo (2012, citado por de Oliveira, Staduto, Kreter y Darr, 2020) aclara que el proceso de empoderamiento de las madres y su desarrollo económico, se relacionan, debido a que una mayor capacitación de las mujeres genera cambios que impactan el desarrollo y las mejoras en la toma de decisiones en cuanto al bienestar de las personas a su cargo.

El desplazamiento forzado en Colombia se presenta en departamentos que cuentan con recursos naturales y minerales. El departamento del Cesar cuya capital es Valledupar es un ejemplo de lo anteriormente mencionado. Así mismo, se evidencia que son regiones donde el estado no mantiene una presencia significativa en cuanto a cobertura de educación y salud, lo cual influye directamente en la vulnerabilidad de dicha población. Debido a este tipo de situaciones la población desplazada recurre al mercado laboral de manera informal como el medio que les permite la subsistencia y la de sus familiares, en algunos casos llevándolos a ubicarse por debajo de la línea de pobreza (Sandoval, Botón y Botero, 2010).

El desplazamiento representa un foco de pobreza dinámico, donde se estimula la desigualdad, el desempleo, la indigencia. Las personas desplazadas presentan un nivel de formación muy bajo, en su gran mayoría ni siquiera han terminado la básica primaria, ya que provienen de áreas rurales donde el acceso a la educación es precario. Se

considera que este proyecto tiene un impacto social positivo, en el fortalecimiento de sus habilidades y destrezas, que les permiten acceder a oportunidades laborales de manera formal o informal, identificándose espacios que generen procesos de formación y transformación que ayudan a las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada a mejorar su calidad de vida.

Los hogares colombianos vienen sufriendo una reorganización, determinada por diferentes factores y algunas restricciones de recursos que impiden mejorar sus condiciones frente a la toma de decisiones. Lo que pone en evidencia que avanzamos ágilmente hacia un modelo de familia moderna que difiere de la estructura tradicional en su conformación y en la toma de decisiones. En cuanto al protagonismo femenino, uno de los principales inconvenientes es el desempleo y la dificultad de insertarse en el mundo laboral.

Para Uribe (2007) la actual situación económica heredada por la pandemia mundial del covid-19, trajo consigo cambios económicos, donde se percibe un aumento significativo de la participación femenina en la actividad laboral, que repercute en los hogares de estructura monoparental con jefaturas femeninas. Lo que posibilita que proyectos encaminados a generar oportunidades de crecimiento, generen expectativas laborales concretas que ayuden a mejorar sus condiciones de vida y las de sus entornos.

Muchas de estas madres cabezas de familia pertenecen a clases bajas o medias, cuyas mentalidades no les han permitido darle importancia a la educación. En la vida de

muchas de ellas su principal aspiración tiene que ver con casarse y constituir una nueva familia, pero a medida que aparecen los inconvenientes, carecen de recursos para salir adelante, lo que las sume en una posición de pobreza económica, de recursos personales, de habilidades para emprender nuevas actividades (Uribe, 2007).

Las madres cabeza de familia construyen significados a partir de sus experiencias vividas. Por lo tanto, es importante atender fenómenos producto de procesos individuales y colectivos, que enriquecen de experiencias e interacciones el entorno que conceden significado a sus vidas. Bourdieu (1979) plantea que el habitus se concreta en cada escenario donde interactúan las madres cabezas de familia, mediante los discursos del deber ser. Estos se reproducen en los espacios donde las madres socializan con las personas que les ayudan en el proceso de capacitación en ventas. Esta acción pedagógica se ejerce en igual medida a través de condiciones sociales y de los contenidos que se comparten.

Habitualmente los procesos de formación para el empleo utilizan herramientas y recursos para la construcción de competencias imprescindibles en una ocupación específica. Entre las cuales identificamos los conocimientos básicos, habilidades y técnicas necesarias para las ventas, dominio de habilidades y técnicas necesarias, gestión del entorno, trabajo en equipo, adaptabilidad e innovación. Sin embargo, existe una necesidad a futuro de introducir en el proceso de formación competencias transversales o participativas socioemocionales que permitan una mejor adaptación al proceso de formación.

La experiencia emocional en la construcción de una mejor perspectiva social para las madres cabezas de familia del Barrio la Nevada, busca un reconocimiento de los discursos que contribuyeron a fortalecer la experiencia emocional de las madres y la forma como se han concretado las oportunidades laborales a partir del proceso de capacitación en ventas. Para Pérez y Ribera (2009) este tipo de educación emocional tiene como objeto el fortalecimiento de competencias que contribuyen a un mayor bienestar personal y social. La autonomía emocional exige aumentar la autoestima de las madres cabezas de familia, generando una autorresponsabilidad en el proceso de búsqueda de empleo.

En la revisión de la evidencia empírica, se ha identificado estudios que muestran la relación entre inteligencia emocional y resiliencia, frente al manejo de emociones en la resolución de conflictos. Este contraste permite apreciar la realidad de las madres cabezas de hogar y valorar la manera como enfrentaron la pandemia del Covid-19 en su barrio como lo expresa Coutu (2002) con aceptación obstinada de la realidad, con sentido de pertenencia y convicción y una habilidad increíble para improvisar. La emergencia sanitaria y temor continuo de enfermar, muestra la importancia de aprovechar las nuevas oportunidades que surgieron a partir del programa de capacitación en ventas, permitiendo observar como el mejoramiento de su entorno social y económico permitió afianzar su lucha por avanzar, proveyendo a sus familias los recursos necesarios para sobrevivir.

En el marco de la pandemia mundial producida por el Covid-19 el grupo de madres cabezas de familia del Barrio la Nevada que trabajan en la economía informal se vio

inmerso en situaciones vulnerables que exigieron adaptarse a formas de trabajo que no afectaran su salud debido a la interacción con otras personas. Para el desempeño como asesoras comerciales la pandemia permitió fortalecer sus habilidades y destrezas para interactuar con clientes mediante el teletrabajo, lo que permitió que las madres pudiesen mantener su ritmo de venta garantizándose la subsistencia de sus familias. Lo que comenzó como una acción para reducir el contacto con otras personas y la expansión de la enfermedad, se ha convertido en una manera de reestructurar las formas de ofrecimiento mediante el teletrabajo.

Esta adaptación ha exigido a cada madre cabezas de familia vinculada con la investigación a desarrollar resiliencia para sobrevivir a tiempos difíciles por efectos del Covid-19. Para Núñez (2020) esta capacidad de resistir y afrontar la adversidad permite construir con flexibilidad un ambiente laboral que permitió salir fortalecido del suceso que obliga a adaptarse para sobreponerse a una situación adversa de manera decidida. Con base en esto la madre cabeza de familia desempeñó su función comercial fuera de la organización a la cual estaba vinculada, de tal manera que pudiese cumplir con sus funciones de manera remota como su respectivo control y seguimiento.

5.2. Propuesta de capacitación en ventas, dirigido a mujeres cabeza de familia del barrio la Nevada.

5.2.1. Presentación del programa

El Programa planteado como capacitación en ventas pretende desarrollar conocimientos, habilidades y destrezas, a través de la reinserción de las madres cabezas de familia del barrio la Nevada en Valledupar, en el sistema educativo no formal, y su introducción en el mundo del trabajo. Este proyecto brinda una oportunidad educativa flexible, amplia y conectada con un entorno laboral más fácil de acceder. Se trata de convocar un grupo de madres cabeza de familia, a transitar por un programa de capacitación en ventas que se configure como una experiencia social en la que puedan reflejarse a partir del mejoramiento de sus capacidades.

A su vez la capacitación pretende que las madres puedan enriquecer sus interacciones con las demás, adquiriendo conocimientos teóricos y prácticos. Como interés prioritario surge la necesidad de propiciar espacios de inclusión y respeto hacia la mujer, buscando el reconocimiento y la valoración de sus aportes, evitando el sentimiento de exclusión y de falta de oportunidades para las madres cabezas de familia del barrio la Nevada.

Un aspecto básico tiene que ver con el entorno en el que se realiza la formación, la cual casi siempre se desarrolla en un ámbito grupal, en donde el apoyo social entre sus integrantes, resultan fundamentales en el bienestar propio. Estos beneficios aumentan

sus capacidades para la resolución de conflictos e inconvenientes que resultan de su cotidianidad, al enfrentarse con la realidad social en las que cohabitan. Esta actividad socioeducativa, busca proporcionarles elementos que las ayuden a reconstruir sus identidades a través de la participación social, dándole significado al tiempo empleado para mejorar sus capacidades.

5.2.2. Principios del programa.

Como principios fundamentales están la integralidad y la comprensión, los cuales exigen un estricto seguimiento y control del proceso de asimilación y aplicación. Entendiendo este tipo de formación como un hecho social y cultural, donde se plantean diversas formas para que los resultados apunten a fortalecer sus posibilidades en el campo laboral. De esta manera se permite que el educando participe como parte activa del mundo que lo envuelve.

De lo anterior se desprende la producción de información de calidad, actualizada y útil, que genere confianza al momento de divulgarse, permitiendo la activa participación de cada madre cabeza de familia, generando las mismas oportunidades y alternativas para todas. Comprendiendo los roles que juegan dentro del contexto de la formación y el ejercicio comercial, se privilegian unos aspectos sobre otros, no de manera excluyente sino complementaria.

5.2.3. Objetivos del programa piloto.

5.2.3.1. Objetivo general.

Desarrollar un plan de acción para la participación de mujeres cabeza de familia en un programa de capacitación en ventas, que permita su inserción en un permanente proceso de búsqueda de mejores condiciones socioeconómicas como pedagogía de la esperanza.

5.2.3.2. Objetivos específicos:

1. Organizar a mujeres cabeza de familia para mejorar la calidad de vida de ellas y la de sus dependientes.
2. Alcanzar a la comunidad vulnerable para mostrar las condiciones culturales y sociopolíticas que afectan la participación de las madres cabezas de familia, de los procesos de formación, mediante la capacitación y la práctica de la gestión comercial.
3. Concienciar a las madres cabezas de familia para que participen activamente en el proceso de formación, hacia nuevas oportunidades como medio para restablecer el equilibrio socioeconómico en su vida.
4. Lograr que todas las madres cabezas de familia participantes del proceso de capacitación entiendan las dinámicas de renovación constantes en cada proceso acorde a las tendencias del producto.

5.2.4. Ejecución del programa piloto.

El programa se ejecutó a partir de un proceso de identificación de conocimientos comerciales, el cual está diseñado para ofrecer al grupo de mujeres beneficiadas, la posibilidad de acercarse a conceptos teóricos y prácticos. Estos conocimientos les permitirán una mejor interacción, análisis y desarrollo de significados, que posibiliten a cada madre cabeza de familia, desarrollar habilidades y destrezas, que les sirvan de apoyo al momento de enfrentar retos laborales que las lleven a un mejoramiento en sus condiciones socioeconómicas.

Las actividades pueden programarse de dos formas:

- **Taller:** Se integraría la totalidad de las madres cabezas de familia desarrollándose en varias sesiones continuas de entrenamiento o guías de varios días de duración, donde pueden involucrarse todas las madres cabezas de familia que participen del programa y que hagan parte de la comunidad. El taller enfatiza en la solución de inquietudes, problemas, intercambio de ideas, experiencias, que permitan la construcción de conocimientos, enfocado en la participación orientada a resultados.
- **Sesiones específicas:** dirigidas a las madres cabezas de familia que en el diagnóstico inicial muestren rasgos y conocimiento del tema comercial.

Para que los resultados sean productivos se deben tener continuidad en las sesiones, ya que el proceso se afianza a medida que fluyen de manera consecutiva y genera mayor compromiso e interés, asegurando la participación de todas las madres, el cual beneficiaría a aquellas que por sus ocupaciones y responsabilidades no poseen tiempo disponible y desean culminar en menos tiempo sus actividades de capacitación. Para este tipo de formación, se sugiere no tener períodos largos entre una sesión y otra, evitando que las madres olviden las bases y pierdan el sentido de cada taller, el cual será desarrollado dependiendo del tiempo disponible en cada grupo de madre cabeza de familia.

5.2.5. Programa de capacitación

Descripción: capacitar madres cabezas de familia en ventas para el manejo adecuado de ofertas y portafolios comerciales, proporcionando los elementos necesarios para el diseño y la elaboración de estrategias que permitan concretar y cerrar el mayor número de ventas posibles.

Perfil ocupacional: La persona a capacitar, será una madre cabeza de familia para ejercer su actividad comercial puerta a puerta.

Estructura temática.

Módulo 1: Gestión comercial

1.1. Saludo Inicial

- 1.1.1. Construir relación cordial
- 1.1.2. Captar la atención y el interés del cliente

1.2. Perfil del cliente

- 1.2.1. Realizar preguntas filtro para identificar perfil, necesidades y expectativas
- 1.2.2. Confirmar la composición del hogar
- 1.2.3. Identificar las características del grupo familiar
- 1.2.4. Investigar los posibles temores del cliente

1.3. Plan

- 1.3.1. Presentación del producto
- 1.3.2. Ofrecer soluciones integrales que cubran las necesidades encontradas
- 1.3.3. Manejo de objeciones

1.4. Cierre de Ventas

- 1.4.1. Hacer afirmaciones que le faciliten al cliente tomar la decisión
- 1.4.2. Estar siempre atentos al momento en que se presente la oportunidad para inducir al cliente a decidirse por la compra
- 1.4.3. Inducir al cierre

Módulo 2: Servicio al cliente

2.1. El servicio

- 2.1.1. La actitud de servicio
- 2.1.2. Claves para mejorar la actitud
- 2.1.3. Mitos negativos del servicio
- 2.1.4. Servicio: ¿ciencia o arte?

2.2. La comunicación

- 2.2.1. Comunicación verbal
- 2.2.2. Escucha activa
- 2.2.3. Asertividad
- 2.2.4. Elementos de la comunicación humana

2.3. El cliente

- 2.3.1. ¿Qué es el Cliente?
- 2.3.2. Tipos de Clientes
- 2.3.3. ¿Por qué se pierde un Cliente?
- 2.3.4. ¿Qué es atención al Cliente?
- 2.3.5. ¿Cuáles son las diferencias con el servicio al cliente?
- 2.3.6. Cualidades de una buena atención al cliente
 - Paciencia

- Empatía y saber escuchar
- Memoria
- Dotes comunicativas
- Resolución de problemas

2.1.1. Conocimiento de la empresa y sus productos

2.1.2. Tipos De Atención Al Cliente

- Atención al cliente presencial.
- Atención a la cliente telefónica.
- Atención al cliente vía email.
- Atención al cliente virtual.

CONCLUSIONES

En la estructuración de este proyecto de investigación, en el primer capítulo, se enuncia como propósito fundamental la implementación de un programa de capacitación en ventas para madres cabezas de familia del barrio la Nevada, que ayuden a las madres a construir oportunidades concretas de mejoramiento en su calidad de vida. A través de este programa se evidenció que las madres cabeza de familia del barrio La Nevada de Valledupar, Colombia mejoraron la percepción que tenían acerca del conocimiento y habilidad en ventas, lo que les permitió acceder a un entorno laboral que se ajustara a sus condiciones y nivel de educación de manera equitativa.

El barrio la Nevada nació como una invasión hace más de 25 años, pero que hoy es un barrio legalmente constituido, que hace parte de la comuna cinco de la ciudad, con una población compuesta en su mayoría por cerca de cinco mil trescientas familias, las cuales están constituidas por desplazados de la violencia, reinsertados de los grupos armados y migrantes venezolanos. La población de este barrio se ha visto afectada de manera estructural por problemas sociales y económico como la pobreza, la informalidad y la inequidad frente a las oportunidades de educación y de acceso al ámbito laboral.

Dentro de la construcción del marco teórico se estableció que el problema planteado sobre el acceso y gestión de oportunidades de formación para las madres cabezas de familia y su participación como protagonistas en el proceso de transformación de su

comunidad, nos permitía concluir que el Estado y los entes activos de la sociedad tienen la obligación de facilitar los medios necesarios para que estas mujeres puedan obtener una mayor participación en el ámbito público y privado.

Para entender el problema en una magnitud amplia, se debe interpretar los conceptos teóricos como parte necesaria en la asimilación y cambios en la estructura del pensamiento. Analizándolos de tal manera que permitan orientar el proceso de investigación hacia conceptos adecuados expuestos en los antecedentes y teorías seleccionadas. Dentro de la interpretación analítica se deben identificar como soportan teóricamente la explicación del fenómeno o problema planteado dentro de una fundamentación teórica que demuestra como ocurre la influencia de asimilar a través de un proceso de capacitación cambios en su estructura de pensamiento. Lo cual mejora sus desempeños laborales y por ende la gestión de nuevas oportunidades de cambiar sus estilos de vida y la de sus familiares.

En el tercer capítulo se concluye la estructura y la definición del método, el cual permite comprobar si las hipótesis planteadas son correctas. De esta manera se logra exponer las variables que permitieron obtener una explicación del fenómeno observado para ajustarse de acuerdo con el tipo de investigación que permitió determinar los pasos a seguir en la estructura del método empleado en la elaboración de instrumentos de medición de cada factor que interviene en el desarrollo del programa de capacitación. Estos procedimientos permiten determinar la relación de influencia entre la implementación de un programa de acción social y capacitación en ventas para madres

cabezas de familia y la posibilidad de generar oportunidades laborales que hagan posible su reinserción en el ámbito laboral del barrio la Nevada en la ciudad de Valledupar.

Mediante los resultados obtenidos se describen los procesos que hacen posible que las variables planteadas puedan ser explicadas. La posibilidad de identificar sus diferencias, surgen a medida que son procesados los datos y las informaciones obtenidas durante la aplicación del instrumento utilizado para la recolección de la información necesaria. Estas herramientas ayudan a definir e interpretar la manera como impactan las capacitaciones en ventas en el desarrollo de nuevas habilidades para vender de cada madre cabeza de familia, cuando se utilizan como herramientas pedagógicas y didácticas. También se evidencia la manera cómo repercuten positivamente en el desempeño laboral y en la manera cómo son recuperados sus roles de participación, dentro del entorno social en el cual se desenvuelven las madres cabezas de familia del barrio la Nevada.

Las discusiones permiten describir los hallazgos obtenidos a partir de la confirmación de las hipótesis, generando explicaciones concretas a partir de los datos obtenidos y la manera cómo se relacionan con los conceptos teóricos de manera argumentativa. De esta manera se debe demostrar el ejercicio crítico en la valoración de cada aporte, tratando de ofrecer las respuestas necesarias que ayuden a entender el problema planteado. Dentro del proceso de investigación, las conclusiones permiten consolidar lo obtenido con argumentos que sinteticen el trabajo teniendo en cuenta los acontecimientos y sus resultados después de analizar los resultados de la investigación

se llega a las siguientes conclusiones:

En consecuencia, con lo anterior, esta participación en el mercado laboral es determinante a la hora de explicar la importancia que ha tenido para esta población vulnerable el hecho de implementar programas de capacitaciones que ayuden a brindar alternativas concretas de participación en el mercado laboral como asesoras comerciales. Se estima que las madres cabezas de familia que se han beneficiado del programa de capacitación podrán acceder a empleos como asesoras comerciales. Estas actividades les han permitido cambiar su entorno social y mejorar los ingresos que les permiten sostener sus familias e intentar cambiar sus estilos de vida.

Las ciudades y sus barrios enfrentan cambios demográficos y económicos que afectan las estructuras familiares. Este tipo de transformación pone en evidencia factores que influyen en el cambio de estructura familiar como la violencia, pérdida por muerte y/o desaparición de uno de los dos jefes del hogar, el abandono del hogar por parte del hombre, motivo por el cual la mujer asume la dirección del hogar. Este tipo de hogar experimenta una gran disminución en la calidad de vida como consecuencia de la dificultad para la mujer de encontrar empleos dignos que le permitan tener estabilidad laboral (Uribe Díaz, 2007).

No obstante, aunque cambie la estructura familiar moderna, la importancia de la familia en el contexto social, sigue siendo fundamental por encima de cualquier otra forma de organización social. Se concluye que llevar las riendas de un hogar unilateral no es

tarea fácil en una sociedad dinámica, sin embargo, la mujer debe concienciarse de consolidar hábitos para lograr capacitarse, de tal manera que les permita crear y desarrollar nuevas habilidades como agentes activos, ya que, para muchos, el término madres cabeza de familia es sinónimo de informalidad laboral y pobreza urbana, lo cual es perjudicial para el desarrollo social y económico.

Esta investigación y sus resultados confirman a la mujer como protagonista fundamental en el ordenamiento social, debemos mencionar que su participación 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. Esta investigación promueve cambios desde la defensa de la equidad y participación de la mujer en el ámbito laboral; así como la importancia y el valor que ellas le otorgaban a la capacitación en ventas, con respecto a sus responsabilidades sobre sus hijos y otros integrantes de la comunidad. Cabe resaltar que estos programas de capacitación si bien son de gran apoyo y beneficio para muchas madres cabeza de familia y aunque podrían convertirse en una fuente primaria de ingreso, no son de perfil profesional que titule y permita a estas mujeres acceder a un espacio laboral con opción de acenso y crecimiento a nivel profesional y personal.

Las brechas digitales, la diferencia socioeconómica, el nivel de competencias son fenómenos que restringen las oportunidades para las madres cabezas de familia; apagan el crecimiento del tejido social, arrastrando los hogares al empobrecimiento amplificando la desigualdad en términos de género. Los diferentes factores expuestos que enfrentan

diariamente significan que el Estado y el sector privado están ausentes y no propician políticas claras que promuevan la generación de oportunidades equitativas y coherentes con los derechos de la mujer, que aseguren el bienestar propio y el de sus familias. Sin embargo, la participación de las madres cabezas de familia en el ámbito laboral y de los procesos de educación, no garantizan la equidad de género en términos de oportunidades laborales.

La implementación de este tipo de iniciativas, mejoran a cada madre cabeza de familia la capacidad de llevar un hogar en condiciones dignas y de calidad, proporcionando bienestar a los integrantes que constituyen estos hogares. No obstante, la desigualdad en la remuneración, en tiempos y en oficios entre hombres y mujeres aún se ve muy marcada en algunas regiones del país. Las cuales se agudizan con la indiferencia por parte del Estado (Castro, 2020).

Para las madres cabezas de familia del barrio la Nevada el factor educativo aun establece límites que restringe el desarrollo de sus habilidades, lo cual sigue impidiendo su ubicación estable en el contexto laboral, limitando de igual manera la posibilidad de acceder a oportunidades diferentes. Se hace notorio que se mantiene las desigualdades de género en términos de oportunidades de empleo, de educación y de responsabilidades en el soporte de cada familia. Estas deficiencias son fenómenos que discriminan y empobrecen sus capacidades, lo que impiden que se restablezca de manera correcta el tejido social, lo cual contribuye con el empobrecimiento de sus hogares y por ende de su comunidad, amplificando la desigualdad de género (Castro, 2020).

De los principales hallazgos de este proyecto tiene que ver con la ausencia de participación ciudadana de las madres cabezas de familia del barrio la Nevada en el interés de transformar su propio destino a partir de capacitarse. Esto se expresa en su poca confianza y credibilidad hacia este tipo de programas. Con la puesta en marcha de esta investigación se ha podido concluir que por el contrario este tipo de alternativas le dan un valor especial a las capacidades que cada madre cabeza de familia demuestra a la hora de enfrentar las situaciones que la vida pone de manera desfavorable frente a sus ojos y que son sorteadas desde sus propias fuerzas en sus hogares y fuera de ellos, motivadas por la responsabilidad de brindarle a sus protegidos las mejores condiciones para salir adelante.

Estas razones permiten a las madres involucradas en el programa concretar sus ideales, mediante oportunidades que les faciliten potenciar en ellas sus habilidades y destrezas en ventas, generando como consecuencia la posibilidad de resolver problemáticas que antes se dificultaban, debido al poco conocimiento y acceso a oportunidades de bienestar, que generen mejores condiciones de vida para ellas y sus familiares. Para Gallego (2017) estas razones logran generar en cada madre cabeza de familia un mayor empoderamiento como agente activo y productivo de la sociedad valdupareense, contribuyendo de esta manera también al cambio social de nuestro país.

En otra instancia, los resultados del procesamiento de la información obtenida y su posterior evaluación, determina, que en un porcentaje alto las mujeres que participaron

del proceso de formación según el perfil tienen interés y necesidad de capacitación, además las madres cabezas de familia del barrio la Nevada interesada manifiesta una alta necesidad de capacitación en la parte de ventas, ya que les proporcionan posibilidades concretas de ubicarse laboralmente. Por otro lado, estas madres asumen los programas de capacitación de manera positiva, percibiendo oportunidades de sacar sus familias adelante. No cabe duda, que encontramos un porcentaje mínimo que no están de acuerdo porque no tienen la credibilidad de que puedan subsistir con lo que aprendan y desgraciadamente las cifras de desempleo de nuestro país lo demuestra.

La pandemia, agudizó problemáticas, creando retos y desafíos, para que cada madre cabeza de familia del barrio la Nevada desarrolle mejores habilidades y destrezas a partir de su compromiso con el programa de capacitación en ventas. Estas madres cabezas de familia desarrollaron competencias que les permiten adaptarse a las exigencias del mercado. La discusión es fácil de plantearse a partir de lo que una madre cabeza de familia ha desarrollado como parte de su cotidianidad frente a las adversidades de la vida. Podríamos hablar de la capacidad de organización y planificación que tiene las madres para cumplir con los tiempos, poniendo énfasis en cada detalle, por lo tanto, desarrollan mayor capacidad de influencia, ya que su entorno ha forjado su destreza de persuasión, empatía y resolución de objeciones.

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 cuando 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.

La relación entre prácticas de interacción y estructuras sociales, al menos en las sociedades modernas, se presenta en Goffman de manera compleja y articula el orden a partir de la proximidad la una de la otra, por lo tanto un programa de acción social y capacitación en ventas en madres cabezas de familia debe realizarse de manera presencial , donde la interacción genere un instrumento poderoso de comunicación, para que las informaciones emitidas puedan incorporarse alrededor del intercambio de manera tal, que se genere conocimiento como base de la comunicación misma Goffman (1959, citado por Herrera, 2004).

La información acerca del individuo ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que ellos pueden esperar de él. Así informados, los otros sabrán cómo actuar a fin de obtener de él una respuesta determinada. Cuando un individuo aparece ante otros, sus acciones influirán en la

definición de la situación que ellos llegarán a tener. Al definir el rol social como la promulgación de los derechos y deberes atribuidos a un estatus dado, podemos añadir que un rol social implicará uno o más papeles y que cada uno de estos diferentes papeles puede ser presentado por el actuante en una serie de ocasiones ante los mismos tipos de audiencia o ante una audiencia compuesta por las mismas personas.

La educación como práctica de la libertad sirve como puente de cambio, camino de libertad para excluidos y oprimidos. Podemos 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).

Se puede concluir que el programa de capacitación en ventas para madres cabezas de familia del barrio la Nevada, no sólo necesita representarse desde una postura de género para que funcione como una oportunidad de mejoramiento económico y de calidad de vida de la madre y sus familiares, si no que sirvan como plataforma que impulse la transformación de la mujer, para ganar protagonismo. Este tipo de empoderamiento se convierte en fortaleza, ya que las madres reúnen todas las capacidades individuales y colectivas que hacen posible el acceso y el control de los espacios formativos y la red de relaciones sociales que se crea a lo largo de los proyectos. Toda acción, genera en la población vulnerable un conocimiento emancipador que apunta a crear condiciones, individuales y colectivas, que apoyen los procesos de

transformación, que conduzca a la igualdad y justicia social.

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. Permitiéndoles a cada madre cabeza de familia del barrio la Nevada pasar de su antigua realidad a mantener un distanciamiento que les permita una mayor concienciación, 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.

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. Esta liberación se da mediante la concienciación 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.

Frente a las debilidades, es evidente observar que la investigación se trabajó desde factores asociados a la convivencia en el barrio bajo unas dimensiones de interacción entre docente y madres cabezas de familia, pero es necesario mirarlo desde otro punto de vista, partiendo de la idea que las madres cabezas de familia no disponen de tiempo para poder sostener procesos de formación continua, con recursos limitados y otros factores que podrían tomarse en cuenta y no dejarlos a un lado

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.

A partir de lo logrado se construye una FODA, a través de la cual queremos recoger, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto de investigación:

FORTALEZA:

- Habilidades y destrezas en ventas adquiridas a través del programa implementado
- Empoderamiento para afrontar el proceso de capacitación en Ventas
- Fortalecimiento de la autoestima
- Inclusión de la madre cabeza de hogar en la búsqueda de una igualdad y equidad laboral.
- Ayuda a la población vulnerable

OPORTUNIDADES:

- Intereses de las madres cabezas de familia para participar del programa de acción social y capacitación en ventas
- Cambios de hábitos en los procesos de formación en las madres cabezas de familia
- Mejoramiento económico y en la calidad de vida
- Levantar de nuevo su hogar luego de circunstancias que la afectaron.
- Mejoramiento de la estabilidad económica y emocional de la familia

DEBILIDADES:

- Cobertura laboral para las madres cabezas de familia
- Recursos limitados
- Bajo nivel de educación formal de las madres cabezas de familia
- Poco tiempo disponible para dedicarle al proceso de formación de las madres cabezas de familia
- Poco acceso a tecnologías de la información de las madres cabezas de familia

AMENAZAS:

- Abandono del programa
- Falta de continuidad del programa
- Dificultades y escollo que tienen que superar las madres cabezas de familia, pobreza, discriminación, inequidad
- Inseguridad del barrio
- Falta de oportunidades laborales
- Priorización de la educación de sus hijos

REFERENCIAS

- Aguado, J. C., P. .. (1991). Tiempo, espacio e identidad social. Obtenido de Universidad Autónoma: [file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/document%20\(1\).pd](file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/document%20(1).pd)
- Agudelo, B. E. (2019). *Formación del talento humano y la estrategia organizacional en empresas de Colombia*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v15n1/1900-3803-entra-15-01-116.pdf>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*. Caracas - República Bolivariana de Venezuela: Editorial Episteme.
- Altomare, M. (2012). *Acción social y orden social en la sociología de Giddens*. . Obtenido de Revista de Ciencias Sociales: https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/1558/08_RCS-22_miscelaneas2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Álvarez Rojo, V. (2002). *Universidad de Sevilla*. Obtenido de https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/9685/CC_36_art_7.pdf
- Beauvoir, S. d. (1949). *El segundo sexo*. Obtenido de file:///C:/Users/fernando.ariza/Desktop/El_segundo_sex%C3%B3Beauvoir.pdf
- Bueno, L. A. (2018). *VULNERABILIDAD Y GENERATIVIDAD ECONÓMICA EN FAMILIAS*. Obtenido de https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/1010/DAA-spa-2018-Vulnerabilidad_y_generatividad_economica_en_familias_monoparentales_de_jefatura_femenina.pdf;jsessionid=1E362C7DA4833148134CCEEB44AAB669?sequence=1
- Bourdieu, P. (1997). Los tres estados del capital cultural. Obtenido de <https://sociologiac.net/biblio/Bourdieu-LosTresEstadosdelCapitalCultural.pdf>
- Burin Mabel, E. D. (1996). Género, Psicoanálisis, Subjetividad. Obtenido de <http://www.anamfernandez.com.ar/wp-content/uploads/2014/12/A.-M.-Fern%C3%A1ndez-De-eso-no-escucha.-Libro-Burin-Dio-Bleichmar.pdf>
- Butler, J. (1999). *El género en disputa*. Obtenido de El feminismo y la subversión de la identidad: file:///C:/Users/fernando.ariza/Desktop/El_genero_en_disputa_Buttler.pdf
- Carmona, N. D. (2013). *Psicología desde el Caribe*. Obtenido de Familias cambiantes, paternidad en crisis: <https://www.redalyc.org/pdf/213/21328600009.pdf>
- Castellano, G. y. (2015). *Rol de madres Cabezas de Familia y Retos en sus Procesos de Formación*. Obtenido de <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00002661.pdf>
- Castells, M. (1998). La era de la información: Economía , Sociedad y cultura. Obtenido de El poder de la identidad: <https://trabajosocialucen.files.wordpress.com/2012/05/castells-manuel-la-era-de-la-informacic3b3n-el-poder-de-la-identidad-v-ii.pdf>
- Castro, J. P. (2020). *Historias de vida de mujeres/madres cabeza de hogar en Colombia*. Obtenido de Mujeres madres cabeza de hogar Una mirada crítica y reflexiva: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/28424/2020jennycastro.pdf?sequence=9>

- Cediel, N. M. (2021). *Pandemia de la covid-19: un obstáculo para el logro de la equidad de género y el cierre de la brecha entre lo urbano y lo rural en Colombia*. Obtenido de Revista de la Universidad de La Salle: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>
- Colom, A. j. (2005). *Continuidad y Complementariedad entre la Educación Formal y no Formal*. Obtenido de Revista de Educación, Universidad de las Islas Baleares: <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:993fab6c-98a7-4ea7-ba9e-c203c07687e9/re33803-pdf.pdf>
- Coutu, D. (2002). Serie Inteligencia Emocional de HBR. Obtenido de Cómo funciona la Resiliencia: [https://webooks.co/images/team/generos/liderazgo1/11.Resiliencia%20\(Inteligencia%20Emocional\).pdf](https://webooks.co/images/team/generos/liderazgo1/11.Resiliencia%20(Inteligencia%20Emocional).pdf)
- Cubero, R. P. (2005). *Avances en Psicología Latinoamericana*. Obtenido de Elementos Básicos para un Constructivismo Social: <https://www.researchgate.net/publication/26504872>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional*. Obtenido de La dinámica del éxito en las organizaciones: file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/chiavenato2009-comportamiento-organizacional-2ed-ebook_compress.pdf
- DANE. (2020). *ONU Mujeres y Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer*. Obtenido de Mujeres y hombres: brechas de género en Colombia: <https://www2.unwomen.org//media/field%20office%20colombia/documentos/publicaciones/2020/11/mujeres%20y%20hombres%20brechas%20de%20genero.pdf?la=es&vs=5814>
- DANE. (2021). *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas*. Obtenido de Empleo y desempleo: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#registro-estadistico-de-relaciones-laborales-relab>
- de Oliveira, N. S. (2020). Trabajo y pobreza. Las mujeres cabeza de familia de las áreas rurales del Nordeste y Sur de Brasil. Obtenido de Las mujeres cabeza de familia de las áreas rurales: trabajo y pobreza: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/20111/n41a01.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Del Valle, T. (2002). Conciliación entre la Vida Familiar y Social. Obtenido de KOBIE (Serie Antropología Cultural). Bilbao: https://www.bizkaia.eus/fitxategiak/04/ondarea/Kobie/PDF/5/Kobie_10_Antropologia_cultural_CONCILIACI%C3%93N%20ENTRE%20LA%20VIDA%20FAMILIAR%20Y%20SOCIAL,%20Arti.pdf?hash=b7aca2666e7feff16b87fe41e078f8d3
- DNP. (2016). *Departamento Nacional de Planeación*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/estudios-y-publicaciones/publicaciones/Paginas/2016.aspx>
- Erazo, M. I. (2014). *Empoderamiento y liderazgo femenino; su papel en la autogestión comunitaria en el corregimiento El Hormiguero - Valle del Cauca*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/apl/v32n1/v32n1a11.pdf>

- Escofet Anna Roig, P. F. (2016). *Revista Mexicana de Investigación Educativa*. Obtenido de Elaboración y Validación de un Cuestionario para la Valoración de proyectos de aprendizajes y servicios: file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/Dialnet-ElaboracionYValidacionDeUnCuestionarioParaLaValora-5694177%20(1).pdf
- FECODE . (2020). *Emergencia Educativa en Tiempos del Covid- 19*. Obtenido de https://www.adepeeducacionyprogreso.com/wp-content/uploads/2020/08/Documentos_de_trabajo._Emergencia_Educativa_en_Tiempos_del_Covid-19.pdf
- Fernández, S. N. (1995). *Consideraciones sobre la teoría sociocrítica de la enseñanza*. Obtenido de Ediciones Universidad de Salamanca : http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:20489/consideraciones_sobre.pdf
- Fernández, L. f. (2012). *Centro de Investigación y Docencia económicas*. Obtenido de La Educación Ciudadana en el Sistema Mexicano: El desarrollo de Competencias ciudadanas en la Educación Básica mexicana: <http://mobile.repositorio-digital.cide.edu/bitstream/handle/11651/2277/108506.pdf?sequence=1>
- Ferrero, C. H. (2016). *Estrategias Discursivas en la Construcción de Identidades*. Obtenido de file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/430-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1544-1-10-20170414.pdf
- Fisher, H. (2000). *El primer sexo*. Obtenido de <https://psicolebon.files.wordpress.com/2016/07/fisher-helen-el-primer-sexo.pdf>
- Freire, P. (1969). *Pedagogía de la esperanza*. Obtenido de Un reencuentro con la pedagogía del oprimido: <https://cronicon.net/paginas/Documentos/paq2/No.11.pdf>
- García, R. (2012). *La educación desde la perspectiva de género*. Obtenido de Revista de la Facultad de Educación de Albacete: file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/Dialnet-LaEducacionDesdeLaPerspectivaDeGenero-4202732%20(2).pdf
- Gualdrón, V. y. (2012). *El Rol de la Mujer en las Organizaciones Colombianas*. Obtenido de Universidad de la Sabana: <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/4002/131322.pdf;sequence=1>
- Gutiérrez, A. C. (2019). *Inserción laboral de las mujeres colombianas jefas de hogar en el periodo 2014-2017*. Obtenido de Revista Cambios y Permanencias: <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistacyp/article/view/9711/9804>
- Hernández R- Fernández C. y Baptista. (2014). *Selección de la muestra. En Metodología de la Investigación*. Obtenido de http://euaem1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Herrera M, R. M. (2004). *La teoría de la acción social en Erving Goffman*. Obtenido de https://www.margen.org/cursos/44/unid01/apunte04_01.pdf
- Lamas, M. (1996). *La perspectiva de género*. Obtenido de Revista de Educación y Cultura: <http://www.obela.org/system/files/La%20perspectiva%20de%20g%C3%A9nero%20-%20Marta%20Lamas.pdf>
- Lázaro-Castellanos, Z.-M.-C. (2007). *Cambios en el trabajo productivo, reproductivo, las relaciones de poder, y los modelos de género en mujeres jefas de hogar*. Obtenido

- de Revista de Sociedad, Cultura y Desarrollo Sustentable: <http://uaim.edu.mx/webraximhai/Ej-09articulosPDF/art%203%20trabajo.pdf>
- León Rodríguez, M. E. (2015). *Breve historia de los conceptos de sexo y género*. Obtenido de Rev. Filosofía Univ. Costa Rica: <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/75624/Breve%20historia%20de%20los%20conceptos%20de%20sexo%20y%20g%C3%A9nero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- León, M. (1997). *Poder y Empoderamiento de la Mujer*. Obtenido de Fondo de documentación mujer y género y el programa de estudios de género, mujer y desarrollo de la facultad de ciencias humanas de la universidad nacional de Colombia: <file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/9586017354.pdf>
- Maldonado, M. Á. (2006). *¿Competencias o cualificaciones?* Obtenido de Reforma de la educación superior, producción y acreditación: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Competencias-o-cualificaciones.pdf>
- María Teresa Carreño-Bustamante, V. G.-C.-H. (s.f.). *Empoderamiento de mujeres cabeza de familia, un reto social*. Obtenido de Revista Jurídicas: [http://juridicas.ucaldas.edu.co/downloads/Juridicas14\(2\)_4.pdf](http://juridicas.ucaldas.edu.co/downloads/Juridicas14(2)_4.pdf)
- Merton, R. K. (2002). *La división del Trabajo Social de Durkheim*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=292168>
- Merzthal, J. (2013). La capacitación como instrumento de marketing para la generación de valor en las empresas industriales en el Perú. *Tesis doctoral Universitat Ramon Llull, Perú*. Obtenido de <https://www.tesisenred.net/handle/10803/132995#page=1>
- Miranda, A. &. (2017). *Repensar el vínculo entre la educación y el mundo del trabajo desde la perspectiva de género*. Obtenido de Reflexiones a partir de un estudio longitudinal en el Gran Buenos aires: <https://www.researchgate.net/publication/318323690>
- Moreno, N. D. (2013). Obtenido de Psicología desde el Caribe: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-417X2013000100009
- Muñoz, G. L. (2018). *Propuesta de innovación social para la inserción económica y social de mujeres adolescentes cabeza de familia víctimas del conflicto armado en San Vicente del Caguán Colombia*. Obtenido de https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/517/AKA-spa-2018-Propuesta_de_innovaci%C3%B3n_social_para_la_inserci%C3%B3n_econ%C3%B3mica_y_social_de_mujeres_adolescentes_cabeza_de_familia_v%C3%ADctimas_del_conflicto_armado_en_San_Vicente_del_Cag
- Navarro, J. E. (2021). *Sobre el Salario Mínimo y la Remuneración en Colombia*. Obtenido de <http://fenadeco.org/wp-content/uploads/2021/04/Salario-Minimo-Abril.pdf>
- Núñez, S. A. (2020). La Resiliencia en tiempos de COVID. Obtenido de <https://www.cpocr.org/wp-content/uploads/2020/10/RESILIENCIA.pdf>
- Pabón, C. L.-D. (2016). *Calidad de vida de mujeres rurales jefes de hogar de familias monoparentales en la vereda La Llanerita de Villavicencio, Meta*. Obtenido de Revista Lebret, Universidad Santo Tomás,; <http://revistas.ustabuca.edu.co/index.php/LEBRET/article/view/1695/1310>

- Quiroz, J. ,. (2017). *Experiencia emocional de mujeres madre cabeza de familia*. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/335841160>
- Rangel, L. S. (2020). *Las mujeres, el mercado laboral y la pandemia* . Obtenido de Econografos Escuela de Economía Universidad Nacional de Colombia Sede Bogotá - Facultad de Ciencias Económicas: file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/Las_mujeres_el_mercado_laboral_y_la_pand.pdf
- Rebollo, M. Á. (2010). *Perspectiva de género e interculturalidad en la Educación para el Desarrollo*. Obtenido de https://www.bantaba.ehu.eus/obs/files/view/G%C3%A9nero_en_ED_castell.pdf?revision_id=80170&package_id=80150
- Salas, R. M. (1985). *Declaración de la ciudad de México sobre población y desarrollo*. Obtenido de Estudios Sociológicos De El Colegio De México: <https://estudiossociologicos.colmex.mx/index.php/es/article/view/1182/1182>
- Salcedo, E. y. (2019). *Victimización y Desplazamiento Forzado de Mujeres en el Conflicto Armado Colombiano*. Obtenido de Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil: file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/Victimizacion_y_desplazamiento_forzado_de_mujeres_.pdf
- Sandoval, L. B. (2011). *Educación, desigualdad y desplazamiento forzado en Colombia*. . Obtenido de Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada: <file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/Dialnet-EducacionDesigualdadYDesplazamientoForzadoEnColomb-4239637.pdf>
- Savater, F. (1997). *El valor de educar*. Obtenido de <https://www.ivanillich.org.mx/Conversar-educar.pdf>
- Subirats, M. (1998). *La educacion de las Mujeres: De la marginalidad a la Coeducación*. Obtenido de Propuestas para una metodología de cambio educativo: <https://mujeresenred.net/IMG/pdf/subirats.pdf>
- Scott, J. W. (1986). *El género: una categoría útil para el análisis histórico*. Obtenido de <https://www.mec.maestrias.unach.mx/images/tablas/4/scott.pdf>
- Tapia, V. (2013). *El concepto de barrio y el problema de su delimitación: aportes de una aproximación cualitativa y etnográfica*. Obtenido de [file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/El_concepto_de_barrio_y_el_problema_de_s%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/El_concepto_de_barrio_y_el_problema_de_s%20(2).pdf)
- Umbarila, J. P. (2008). *Propuesta de un Programa Piloto de acción Social y Capacitación dirigido a Mujeres cabeza de Familia de la UPZ San Cristobal Norte, de la Localidad de USAQUEN en Bogotá*. Obtenido de <http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/43210.pdf>
- Uribe, P. I. (2007). *Familias monoparentales con jefatura femenina, una de las expresiones de las familias contemporáneas*. Obtenido de Revista Tendencia & Retos: <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/revistas/co/rev-co-tendencias-0012-05.pdf>
- Valcárcel- Resalt, G. (1995). *Desarrollo Rural con enfoque Local. Desarrollo Sustentable*. Obtenido de https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/fondo/pdf/569_16.pdf

- Vargas, L. m. (1994). Sobre el concepto de percepción. Obtenido de Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa:
<https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>
- Veru luisa F, J. R. (2015). *La inteligencia emocional y su Influencia en la Solución de Conflictos familiares en Madres Cabezas de Familia de la Comuna 12*. Obtenido de CONFLICTOS FAMILIARES EN MADRES CABEZAS DE FAMILIA DE LA COMUNA 12:
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/3765/11323172.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Weber, M. (1959). *Economía y Sociedad*. Obtenido de Esbozo de sociología comprensiva:
file:///C:/Users/fernando.ariza/Downloads/max_weber_economia_y_sociedad_pdf.pdf
- Zibecchi, V. P.-C. (2014). *Mujeres, ámbito comunitario y cuidado: Consideraciones para el estudio de relaciones en transformación*. Obtenido de
<https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/aljaba/article/view/1810/1769>

ANEXOS

1. Consentimiento informado para encuesta

Yo, _____ identificado (a) con cédula de ciudadanía N° _____ de _____ en calidad de _____,

Manifiesto que he sido informado (a) por el investigador Fernando Mario Ariza Daza, quien actualmente realiza el trabajo de Investigación “Propuesta de un programa piloto de acción Social y Capacitación en Ventas, dirigido a mujeres cabezas de Familia del Barrio la Nevada en Valledupar, Colombia”, sobre mi participación en un cuestionario el cual no generará ningún perjuicio moral , donde la información será analizada de manera conjunta con la respuesta de mis compañeros de manera responsable y respetuosa, para analizar el impacto que genera la implementación del programa de capacitación en las madres cabezas de familia del barrio la Nevada y por ende en el de su familia, con el fin de obtener el título de Doctor en Ciencias de la Educación.

En constancia firma,

Firma: _____

Nombres y Apellidos: _____

C:C: _____ Celular: _____

2. Cuestionario

Buenos días, estamos realizando un Estudio para un plan piloto de una capacitación en ventas a madres cabezas de familia del Barrio la Nevada en Valledupar Colombia, nos gustaría hacerle algunas preguntas sencillas

P1. ¿Es usted responsable por el soporte económico de su hogar?	
si	<input type="radio"/> 1
No	<input type="radio"/> 2
P2. ¿Se considera usted una madre cabeza de hogar?	
Si	<input type="radio"/> 1
No	<input type="radio"/> 2
P3. ¿Tiene hijos?	
Si	<input type="radio"/> 1
No	<input type="radio"/> 2
P4. ¿Cuántas personas componen su núcleo familiar?	
2	<input type="checkbox"/> 1
3	<input type="checkbox"/> 2
4	<input type="checkbox"/> 3
5	<input type="checkbox"/> 4
Más de 5	<input type="checkbox"/> 5
P5. ¿Cuánto dinero recibe mensualmente?	
\$200.000 a \$500.000	<input type="checkbox"/> 1
\$501.000 a \$800.000	<input type="checkbox"/> 2
\$801.000 a \$ 1.000.000	<input type="checkbox"/> 3
\$1.000.000 a \$ 1.200.000	<input type="checkbox"/> 4
No recibo dinero	<input type="checkbox"/> 5
P6. ¿Cuál es su nivel educativo?	
Sin estudios	<input type="radio"/> 1
Primaria	<input type="radio"/> 2
Bachiller	<input type="radio"/> 3
Técnico	<input type="radio"/> 4
Profesional	<input type="radio"/> 5
P7. ¿Cuál es su edad?	
Entre 18 años y 20 años	<input type="radio"/> 1
Entre 21 años y 25 años	<input type="radio"/> 2
Entre 26 años y 30 años	<input type="radio"/> 3
Entre 31 años y 40 años	<input type="radio"/> 4
Más de 40 años	<input type="radio"/> 5
P8. Sobre la capacitación usted considera que:	

	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Excelente		
Organización de la capacitación						
a. Los materiales del curso fueron los adecuados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
b. Como fue la división del tiempo dedicado a la teoría y a la práctica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
P9. Sobre los expositores usted considera que:						
	<input type="checkbox"/> Nunca	<input type="checkbox"/> A veces	<input type="checkbox"/> Casi siempre	<input type="checkbox"/> Siempre		
Desempeño de los expositores						
a. Fueron claros al explicar los temas de la capacitación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. facilitaron que los alumnos hicieran preguntas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. facilitaron la interacción entre los alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. Tuvieron tiempo para responder las preguntas de los capacitadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Dieron ejemplos de acuerdo con los temas trabajados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
P10. En la siguiente escala de 1 a 100 puntos, marque						
	<input type="checkbox"/> 0	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 40	<input type="checkbox"/> 60	<input type="checkbox"/> 80	<input type="checkbox"/> 100
a. Lo que sabía antes de recibir la capacitación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Lo que sabe después de llevar la parte teórica de la capacitación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Su habilidad para vender antes de la capacitación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Su habilidad para vender después de la capacitación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. De lo que ha aprendido, usted podrá aplicarlo en su trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P11. Respecto a la capacitación recibida, en general usted está:						
Nada satisfecho				<input type="checkbox"/>	1	
Poco satisfecho				<input type="checkbox"/>	2	
Satisfecho				<input type="checkbox"/>	3	
Muy satisfecho				<input type="checkbox"/>	4	
P12. ¿La capacitación que ha recibido beneficiará a su familia?						
Si				<input type="radio"/>	1	
No				<input type="radio"/>	2	

3. Hoja de Respuesta

HOJA DE RESPUESTAS

P1	V24	(1)	(2)				
P2	V25	(1)	(2)				
P3	V26	(1)	(2)				
P4	V27	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	
P5	V28	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	
P6	V29	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
P7	V30	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
P8	V57	(1)	(2)	(3)	(4)		
	V58	(1)	(2)	(3)	(4)		
	V59	(1)	(2)	(3)	(4)		
P9	V38	[1]	[2]	[3]	[4]		
	V39	[1]	[2]	[3]	[4]		
	V40	[1]	[2]	[3]	[4]		
	V41	[1]	[2]	[3]	[4]		
	V42	[1]	[2]	[3]	[4]		
	V43	[1]	[2]	[3]	[4]		
P10	V44	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
	V45	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
	V46	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
	V47	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
	V48	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
	V49	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
P11	V52	[1]	[2]	[3]	[4]		
P12	V53	(1)	(2)				

4. Flujograma del proceso comercial

