

Diseño de un programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá, que capitalice sus habilidades y motivaciones, e involucre activamente a la comunidad local para propiciar la superación de la condición de vulnerabilidad y fomentar el desarrollo económico y social.

Alejandro Ávila Restrepo

Universidad ICESI

Facultad de Ciencias Humanas

Maestría en Educación

Santiago de Cali

2025

Diseño de un programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá, que capitalice sus habilidades y motivaciones, e involucre activamente a la comunidad local para propiciar la superación de la condición de vulnerabilidad y fomentar el desarrollo económico y social

Alejandro Ávila Restrepo

Trabajo de investigación

Universidad ICESI

Facultad de Ciencias Humanas

Maestría en Educación

Santiago de Cali

2025

## Tabla de contenido

	Pág.
Introducción .....	9
1. Contextualización del problema de investigación.....	11
2. Antecedentes.....	14
2.1 Internacionales .....	14
2.2 Nacionales.....	20
2.3 Locales .....	24
3. Formulación del problema.....	28
3.1 Pregunta de investigación.....	28
4. Objetivos.....	29
4.1 Objetivo general.....	29
4.2 Objetivos específicos .....	29
5. Justificación.....	30
6. Marco teórico.....	39
6.1 Emprendimiento .....	39
6.2 Formación en emprendimiento .....	49
6.3 Tipos de programas educativos en emprendimiento.....	53
6.4 Teoría del aprendizaje socioconstructivista .....	57

6.5	Teoría del aprendizaje experiencial .....	60
7.	Metodología.....	63
7.1	Enfoque del estudio .....	63
7.2	Diseño de la investigación .....	63
7.3	Desarrollo del programa de formación.....	65
7.4	Participación de la comunidad local: .....	65
7.5	Procedimiento metodológico .....	66
8.	Resultados.....	70
8.1	Identificación de las habilidades, conocimientos y motivaciones específicas de las madres cabeza de hogar en Tuluá que puedan ser aprovechadas en un programa de formación en emprendimiento.....	70
8.1.1	Revisión de literatura sobre estudios previos relacionados .....	70
8.1.2	Diseño de instrumentos de investigación.....	72
8.1.3	Análisis cuantitativo de datos .....	73
8.1.4	Análisis cualitativo de datos .....	83
8.2	Elaborar la estructura curricular del programa de formación en emprendimiento adaptado a las habilidades y motivaciones identificadas, proporcionando herramientas prácticas y teóricas que fortalezcan las capacidades empresariales de las participantes. ....	85
8.2.1	Diseño de la estructura y contenidos del programa de formación .....	86
8.2.2	Análisis del impacto de los módulos de formación en la población objetivo.....	90
8.2.3	Identificación de recursos didácticos y materiales de apoyo .....	105

8.2.4	Bases para la elaboración de materiales didácticos y guías de trabajo .....	107
8.2.5	Metodología de evaluación del aprendizaje.....	108
8.2.6	Impacto esperado del programa .....	113
8.2.7	Ruta de implementación del programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar .....	115
8.3	Evaluar la propuesta de diseño de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá.....	123
9.	Discusión de resultados .....	126
10.	Conclusiones y recomendaciones.....	131
10.1	Conclusiones.....	131
10.2	Recomendaciones .....	133
	Referencias bibliográficas.....	135
	Anexos .....	145

## Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Procedimiento metodológico .....	66
Tabla 2. Análisis cualitativo de datos.....	83
Tabla 3. Estructura y contenidos del programa de formación. ....	86
Tabla 4. Componentes transversales del programa.....	90
Tabla 5. Recursos didácticos y materiales de apoyo.....	105
Tabla 6. Materiales didácticos y guías de trabajo .....	107
Tabla 6. Indicadores de evaluación por momento formativo.....	111
Tabla 8. Síntesis de la evaluación del Programa de Formación en Emprendimiento para Madres Cabeza de Hogar en Tuluá (Realizada por Paula Andrea Ponce Ramírez).....	123

## Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Edad.....	74
Figura 2. Nivel educativo alcanzado.....	75
Figura 3. ¿Cuál de las siguientes habilidades técnicas posee?.....	76
Figura 4. ¿Tiene experiencia en la gestión o administración de algún negocio? .....	76
Figura 5. ¿Qué tan confiada se siente en su habilidad para comunicarse eficazmente con otras personas en un entorno empresarial? .....	77
Figura 6. ¿Qué nivel de conocimiento tiene en administración y finanzas básicas? .....	78
Figura 7. ¿Qué nivel de conocimiento tiene en estrategias de comercialización y marketing?....	78
Figura 8. ¿Ha utilizado alguna herramienta digital (redes sociales, plataformas en línea) para comercializar productos o servicios? .....	79
Figura 9. ¿Cuál es su principal motivación para emprender?.....	80
Figura 10. ¿Qué espera obtener de un programa de formación en emprendimiento? (Seleccione las dos opciones más importantes).....	81
Figura 11. ¿Qué tan dispuesta estaría para sacar tiempo para formarse por medio de en un programa que involucre talleres presenciales y actividades comunitarias? .....	82
Figura 12. ¿Posee aparatos digitales que le permitan acceder al programa de formación? .....	82

## Lista de anexos

	Pág.
Anexo A. Cuestionario.....	145
Anexo B. Consentimiento informado .....	149
Anexo C. Instrumento de Evaluación para Expertos en Educación .....	151

## Introducción

El emprendimiento, más allá de ser una moda o una alternativa pasajera, se ha convertido en una vía concreta para promover la autonomía económica y, con ella, impulsar el desarrollo social de grupos históricamente marginados; entre estos, las madres cabeza de hogar enfrentan condiciones particularmente difíciles, marcadas por carencias materiales, responsabilidades no compartidas y escasa visibilidad en las políticas públicas. Ellas, a pesar de todo, resisten. Por eso, pensar en estrategias formativas que se adapten a sus realidades no solo es pertinente: es urgente.

En este marco, el presente trabajo se propuso diseñar un programa de formación en emprendimiento dirigido a madres cabeza de hogar del municipio de Tuluá, con el fin de potenciar sus capacidades para gestionar microempresas, fortalecer lazos con la comunidad y abrir posibilidades reales para superar su situación de vulnerabilidad.

Para alcanzar este objetivo, se estructuraron tres fases claras. La primera fue identificar qué sabían, qué les interesaba, qué habilidades ya tenían estas mujeres y cuáles les hacían falta; se aplicaron encuestas, se escucharon sus voces, se reconocieron sus trayectorias, y de ahí surgió una base sólida. Luego, con esa información como punto de partida, se diseñó el programa formativo: un currículo compuesto por módulos que combinan teoría y práctica, que van desde lo más personal como el autoconocimiento hasta lo más técnico como la gestión contable o el mercadeo digital. Todo pensado para que las participantes no solo aprendan a emprender, sino también a sostenerse, a crecer. La tercera parte fue la validación: una experta en educación revisó el diseño, lo analizó a fondo, ofreció comentarios muy útiles sobre su estructura, los contenidos, los métodos sugeridos.

Metodológicamente, se adoptó un enfoque cualitativo-cuantitativo, con instrumentos variados, desde el análisis documental hasta encuestas y revisión experta, buscando siempre que el programa fuera coherente con la realidad de las mujeres que lo inspiraron. Y la conclusión más fuerte que dejó el proceso es que no basta con enseñar a hacer un plan de negocios: hay que trabajar también la confianza, la capacidad de tomar decisiones, la posibilidad de contar con otras. El programa no es una receta mágica, pero sí una propuesta viable, útil y, sobre todo, humana, que podría significar un cambio verdadero en la vida de muchas mujeres y en la de sus comunidades también.

## 1. Contextualización del problema de investigación

En Colombia, la Constitución Política establece la obligación del Estado de asegurar la igualdad efectiva para las poblaciones en situación de discriminación, desigualdad o vulnerabilidad. Este compromiso abarca a diversos grupos, como niños, jóvenes, mujeres cabeza de familia, adultos mayores, personas con discapacidad, grupos étnicos, población LGBTIQ+, desplazados y víctimas, entre otros. Aunque no existe una definición única de vulnerabilidad en el marco jurídico colombiano, se consideran poblaciones vulnerables aquellas que enfrentan obstáculos significativos para ingresar y mantenerse en el mercado laboral formal, especialmente en ciertos contextos territoriales. La vulnerabilidad es entendida, más que como una característica propia de las personas, sino como una condición de exclusión que genera barreras que dificultan su participación y permanencia en el terreno laboral (Fundación Corona, 2020).

Según Bethany (2023), el concepto de vulnerabilidad abarca a personas expuestas a riesgos debido a su edad, género, salud, estado civil, historial personal, origen étnico y geográfico, impidiéndoles integrarse al desarrollo y acceder a mejores condiciones de bienestar. En el contexto colombiano, la vulnerabilidad también se entiende en términos económicos, abarcando a aquellos en situación de pobreza o en riesgo de caer en ella. La estimación del número de personas vulnerables varía según el enfoque aplicado, siendo más del 67% de la población colombiana considerada vulnerable si se adopta una referencia económica, donde ingresos menores a 654.000 pesos mensuales se vinculan a esta condición.

En el caso de Tuluá, municipio ubicado en el Departamento del Valle del Cauca, es un centro importante en diversos aspectos como comercio, demografía, cultura e industria. Con 906,86 km<sup>2</sup> de extensión, se distribuye en suelo urbano, rural, centros poblados, expansión urbana

y suelos protegidos. Políticamente, está dividido en 10 comunas y 150 barrios en la zona urbana, además de 25 corregimientos y 145 veredas en la zona rural (Alcaldía Municipal de Tuluá, 2024).

Siendo el cuarto municipio más poblado del Valle del Cauca, representa el 5% de la población del departamento y el 0,44% de Colombia. Proyecta alcanzar 231.962 habitantes en 2023, con un aumento del 0,49% respecto al año anterior. La población urbana creció un 0,73%, mientras que la rural experimentó un decrecimiento del -0,61%. En términos de género, las mujeres representan el 52,5%, y los hombres el 47,5%, con una razón de masculinidad de 90,3%. La población se concentra principalmente en el rango de edades de 15 a 59 años, conformando el 61% de la fuerza laboral del municipio (Alcaldía Municipal de Tuluá, 2024).

En términos de vulnerabilidad, según datos del Sisbén IV a corte de 2023, la población vulnerable en Tuluá se divide en tres grupos (Alcaldía Municipal de Tuluá, 2024):

- Grupo A: Población con menor capacidad de generación de ingresos. Total: 25.317 personas.
- Grupo B: Población pobre, pero con mayor capacidad de generar ingresos que la del grupo A. Total: 49.481 personas.
- Grupo C: Población vulnerable o en riesgo de caer en condición de pobreza. Total: 40.541 personas.

En total, son 115.339 lo cual representa el 52,04% del total de la población de Tuluá, estimada en 221.604 habitantes en el año 2022 (Alcaldía Municipal de Tuluá, 2024).

Al respecto, Rodríguez et al. (2015), reflexionaron sobre el emprendimiento en población vulnerable, centrándose en el proyecto de investigación "Caracterización ocupacional y determinación de la intención emprendedora en las familias del barrio Santafé". El propósito fue analizar la viabilidad de proyectos empresariales con esta población y destacar la importancia del

entorno, la motivación y la colaboración comunitaria. Las autoras concluyen que es factible llevar a cabo proyectos empresariales con población vulnerable, además, destacan que el emprendedor necesita un entorno y motivación adecuados para sentirse capaz de emprender, subrayando la importancia del trabajo colaborativo entre la comunidad, la universidad y la empresa, mientras que se resalta la posibilidad a largo plazo de que estas iniciativas contribuyan a que las personas superen su condición de vulnerabilidad, promoviendo así el desarrollo económico y social.

La contextualización del problema de investigación permite comprender la situación de vulnerabilidad en Tuluá y destaca la importancia de abordar este problema para promover la igualdad y el desarrollo económico y social, por lo tanto, para complementar esta información y formular una pregunta de investigación, es importante considerar el análisis de estudios similares en otras regiones de Colombia y en contextos internacionales para identificar mejores prácticas y lecciones aprendidas en la promoción del emprendimiento en población vulnerable, para ello, seguidamente se presentan los antecedentes consultados.

## **2. Antecedentes**

Los antecedentes seleccionados para este trabajo se escogieron teniendo en cuenta varios criterios que aseguraran su pertinencia y utilidad, en primer lugar, todos los estudios abordan temas muy cercanos al objetivo central de esta propuesta, como lo son la capacitación, el emprendimiento y las condiciones de vulnerabilidad, elementos clave para pensar en un programa dirigido a madres cabeza de hogar en Tuluá. También se dio prioridad a investigaciones recientes, realizadas desde el año 2019 en adelante, con el fin de contar con información actual y ajustada al contexto socioeconómico actual. En cuanto al enfoque geográfico, se incluyeron tanto estudios internacionales como nacionales; especialmente se tuvo en cuenta la región latinoamericana, por su cercanía cultural y social con Colombia, y se revisaron experiencias nacionales en territorios con características parecidas a las de Tuluá. Las fuentes fueron tomadas de bases académicas reconocidas como Scielo, Dialnet y Google Scholar, lo que asegura un respaldo metodológico sólido, y se buscó una variedad de enfoques, incluyendo trabajos cualitativos, cuantitativos y mixtos, lo cual permitió una mirada más amplia sobre cómo se diseñan, aplican y evalúan estos programas. Gracias a este conjunto de criterios, fue posible construir una base conceptual rica, útil y coherente con las necesidades del proyecto.

### **2.1 Internacionales**

Torres, Hernández y Milburn (2020) describen tres programas de emprendimiento en el estado de Chihuahua, México, dirigidos a la población vulnerable, y analizar su relación con el desarrollo endógeno, enfocándose en la generación de empleo, mejora de ingresos y contribución al progreso económico y social de la comunidad.

La investigación utilizó una metodología cualitativa empírica, combinando revisión documental, encuestas y entrevistas al presidente de la Red Emprende y a los programas DreamBuilder, Proempleo e IMESUN. Se exploró el ecosistema emprendedor de Chihuahua, recopilando datos sobre la creación de empresas, apoyos brindados y beneficiarios de la Red Emprende, así como analizando el impacto de los programas mencionados.

Los programas de emprendimiento orientados a poblaciones vulnerables, como DreamBuilder, Taller Emprende o IMESUN, han mostrado resultados concretos que permiten hablar no solo de cifras alentadoras, sino de verdaderas transformaciones en las dinámicas económicas y sociales de comunidades como las de Chihuahua, lo que resalta no es solamente la creación de empresas o el fortalecimiento de microemprendimientos, sino el impacto más profundo: una mejora tangible en la calidad de vida de quienes tradicionalmente han sido marginados del desarrollo. El caso de la Red Emprende, con sus 80 empresas creadas y más de 9 mil personas beneficiadas hasta 2019, ofrece una muestra clara de cómo la inversión en capital humano, cuando está bien direccionada, puede detonar procesos de desarrollo endógeno que responden a necesidades reales, no solo a indicadores técnicos.

Ahora bien, hay matices que no se deben pasar por alto, el trabajo de Sacta et al. (2021) pone sobre la mesa un asunto complejo, emprender no es simplemente una decisión, sino una apuesta que se realiza muchas veces desde la necesidad, desde la urgencia de salir adelante, así, a través de entrevistas y revisiones documentales, los autores logran vincular esa realidad con los programas de apoyo institucional, destacando que si bien existen esfuerzos, sin un acompañamiento real —que no se limite a talleres esporádicos— es difícil que los emprendimientos tengan continuidad.

En esa misma línea, el trabajo de Arteaga et al. (2022) apunta hacia la responsabilidad de las instituciones educativas de tercer nivel en el desarrollo de los sectores más excluidos, su propuesta, aunque teórica, tiene un trasfondo muy práctico: si las universidades se conectan con los sectores productivos vulnerables, no solo pueden formar profesionales competentes, sino que pueden aportar al crecimiento sostenible de regiones que históricamente han estado al margen, además, el estudio, con un enfoque mixto, sugiere que la educación superior debería implicarse mucho más activamente en la generación de oportunidades reales, canalizando su conocimiento hacia proyectos viables, sostenibles y con impacto territorial.

Por otra parte, Arias, et al. (2022) abordan una problemática que, aunque parece más técnica, tiene profundas implicaciones sociales: la falta de formación administrativa y comercial de quienes intentan emprender sin una base sólida, entonces, su propuesta de una malla curricular pensada para el Distrito Metropolitano de Quito no se queda en la teoría, sino que responde a lo que muchos emprendedores necesitan para tomar decisiones informadas y evitar errores costosos.

Finalmente, el estudio de Arce y Gordillo (2023) aterriza en una población muy particular: los jóvenes en situación de vulnerabilidad, aquí el emprendimiento no aparece como un simple objetivo económico, sino como una estrategia de vida, entonces, el abordaje de la Fundación Salesiana PACES, que articula lo social, lo educativo y lo económico, es presentado como un ejemplo replicable, además, ellos trabajan desde la base, primero comprendiendo a fondo la realidad de los jóvenes con los que trabajan, y luego acompañándolos paso a paso, no solo con capacitación técnica, sino con formación humana, seguimiento constante y redes de apoyo, por lo tanto, este enfoque integral resulta especialmente potente porque entiende que el éxito de un

emprendimiento juvenil no se mide únicamente por la apertura de un negocio, sino por la capacidad de sostenerlo, hacerlo crecer y convertirlo en una herramienta real para cambiar el rumbo de una vida.

Para complementar los antecedentes internacionales, a continuación, se presenta una caracterización de la organización Pro Mujer, cuya experiencia y enfoque enriquecen este apartado del presente trabajo, dado su papel destacado en la promoción del emprendimiento femenino en América Latina.

- **Misión y Enfoque Holístico**

Pro Mujer es una organización social sin ánimo de lucro con más de tres décadas de trayectoria, fundada en 1990 en El Alto, Bolivia, y enfocada en promover la equidad de género y el empoderamiento económico de las mujeres en la región. Su propósito gira en torno a acompañar a las mujeres para que puedan alcanzar su máximo potencial, mejorar sus condiciones de vida y convertirse en líderes transformadoras dentro de sus comunidades. Su modelo de intervención combina tres pilares esenciales: salud y bienestar, inclusión financiera y formación para el desarrollo de habilidades. Esta mirada integral reconoce que detrás de cada emprendimiento hay una historia de vida compleja que requiere apoyo más allá del plano técnico o económico. Además, su labor se articula con varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), reforzando su compromiso con la justicia social, la reducción de desigualdades y la sostenibilidad (Pro Mujer, 2022).

- **Impacto y Alcance Geográfico**

A lo largo de sus 34 años de operación, Pro Mujer ha impactado positivamente la vida de más de 2.5 millones de mujeres. Solo en 2023, logró capacitar a más de 208.000 mujeres, proporcionó más de 480.000 servicios de salud y entregó servicios financieros a más de 184.000 usuarias, con un desembolso total superior a los 286 millones de dólares. En Bolivia, su fundación financiera atendió a más de 130.000 emprendedoras, formó a cerca de 138.000 personas y realizó más de 64.000 controles de salud en 2022. Actualmente, sus operaciones se extienden a Argentina, México, Nicaragua y Guatemala, además de Bolivia, consolidando así una red regional de apoyo con fuerte presencia en contextos marcados por la exclusión estructural (Pro Mujer, 2023).

- **Programas de Emprendimiento y Capacitación**

Uno de los programas más representativos es Emprende Pro Mujer, una plataforma digital que ofrece formación, mentoría y oportunidades de networking para mujeres en diferentes etapas de sus proyectos. Este espacio educativo ha mostrado resultados tangibles pues el 99% de sus usuarias afirma haber fortalecido sus habilidades, mientras que el 20% ha logrado aumentar sus ventas. En Colombia, este programa fue implementado junto al Fondo Mujer Libre y Productiva, alcanzando a más de 3.200 mujeres en solo un año y cubriendo la totalidad de los departamentos del país a través de modalidades híbridas y digitales. La diversidad de su población beneficiaria es notable, incluyendo más de un 15% de mujeres afrodescendientes y un 34% provenientes de comunidades indígenas. Asimismo, para el año 2025 se proyecta la formación de 76 mentoras en ciudades como Bogotá, Cali y Barranquilla, quienes replicarán el modelo con más de 2.300 mujeres adicionales (Pro Mujer, 2023). Otros espacios, como Todas Digitales y Espacio Integra, complementan la propuesta formativa incluyendo temas de alfabetización digital, salud financiera,

promoción de historias de vida e incluso espacios de aprendizaje para los hijos de las participantes dentro de las agencias (Pro Mujer, 2022).

- **Abordaje de Barreras y Colaboraciones Estratégicas**

Pro Mujer no solo reconoce las múltiples barreras que enfrentan las mujeres emprendedoras —como la falta de acceso al crédito, la brecha digital, la desigualdad en el mercado laboral y los roles de género tradicionales—, sino que diseña soluciones concretas para enfrentarlas. Su plataforma digital, por ejemplo, hace uso de WhatsApp como canal educativo, consciente de que es una herramienta accesible incluso para quienes tienen poca conectividad o conocimientos tecnológicos limitados. Además, ha tejido alianzas con actores clave como Google, Microsoft, Mercado Libre, ONU Mujeres, VISA y 2X Global, lo que ha permitido ampliar su impacto e innovar en sus modelos de intervención. Más recientemente, también ha colaborado con la Universidad Fuerza Migrante y el Fondo Mujer Emprende para llegar a poblaciones más amplias y diversas, consolidando una propuesta que conjuga experiencia, enfoque territorial y adaptabilidad tecnológica (ONU Mujeres, 2024).

Los antecedentes internacionales consultados permiten ver con más claridad que los programas de emprendimiento realmente eficaces no se limitan a transmitir habilidades técnicas o fórmulas de negocio replicables, lo que muestran, en cambio, es un enfoque más amplio y profundo que intenta responder a condiciones estructurales que históricamente han marginado a ciertos grupos, entre ellos las mujeres cabeza de hogar. Se trata de iniciativas que, más allá de enseñar a calcular un presupuesto o diseñar un plan de negocios, priorizan también el fortalecimiento emocional, la creación de redes de colaboración y la apertura de caminos hacia el financiamiento, elementos que suelen estar ausentes cuando se trabaja con poblaciones en situación de

vulnerabilidad. Estas estrategias integrales, que mezclan lo teórico con lo vivencial y lo técnico con lo humano, no solo mejoran los resultados inmediatos, sino que contribuyen a que el impacto perdure en el tiempo.

Varios de estos programas han demostrado que el emprendimiento, bien acompañado y contextualizado, se convierte en una palanca para mucho más que el sustento económico, puede abrir espacios de transformación colectiva, al tiempo que ofrece herramientas concretas para romper patrones de exclusión y dependencia. En ese sentido —aunque no sea una receta universal— sí hay elementos clave que deberían guiar la adaptación de estas experiencias a escenarios locales como el de Tuluá, por lo tanto, incorporar estos aprendizajes en la estructuración de una propuesta dirigida a mujeres cabeza de hogar no debería limitarse a importar metodologías, sino a reconstruirlas desde la realidad concreta de las participantes, reconociendo sus capacidades y sus historias, así, el objetivo no sería únicamente crear negocios sostenibles, sino activar procesos de desarrollo personal y comunitario que puedan sostenerse incluso cuando el acompañamiento institucional ya no esté presente.

## **2.2 Nacionales**

Alfonso et al. (2019) analizan la viabilidad de un proyecto enfocado en mujeres cabeza de familia en condiciones de vulnerabilidad, con bajo nivel educativo y limitadas oportunidades laborales. Se busca determinar el interés de esta población en los servicios de la fundación para mejorar su calidad de vida.

El estudio se basa en encuestas dirigidas a mujeres cabeza de familia en situaciones vulnerables, evaluando su disposición para utilizar los servicios ofrecidos por la fundación, se realiza un análisis técnico y financiero para determinar la inversión necesaria en el sector de

Charrascal, ubicado en la comuna 8 del municipio de Villavicencio, Meta, Colombia en donde se examinan aspectos como el nivel de inversión requerido, la sostenibilidad financiera durante los primeros 5 años y la capacidad de cubrir los costos mediante aportes de los socios y donaciones, sin depender de créditos financieros.

El estudio revela el interés de las mujeres cabeza de familia en condiciones vulnerables por los servicios de la fundación, indicando una demanda potencial, además, muestra datos específicos sobre la demanda potencial. En particular, se determinó que el 51% de la muestra analizada consiste en mujeres cabeza de familia en condiciones de vulnerabilidad, lo que representa un total de 99 mujeres en el sector de Charrascal que muestran interés en los servicios ofrecidos por la fundación. Desde el punto de vista técnico y financiero, se determina que la inversión inicial es mínima y puede ser cubierta con aportes de los socios. Además, las proyecciones financieras sugieren que la fundación sería sostenible durante los primeros 5 años basándose en donaciones y actividades propias, sin la necesidad de recurrir a créditos financieros.

Serrano, Tiuzo y Martínez (2019) realizan una revisión documental de estudios relacionados con estrategias empresariales aplicables a una población vulnerable ubicada en la estación de tren Siatame y el Durazno en el municipio de Sogamoso, Colombia.

El estudio se lleva a cabo mediante una metodología cualitativa que incluye un análisis documental. La información recopilada se organiza y clasifica en temas clave como estudios sobre población vulnerable, estrategias de negocios y asociatividad. Se destacan los estudios más representativos en diversos contextos que sirven como guía metodológica para la investigación.

La revisión documental destaca la importancia de implementar estrategias empresariales centradas en la asociatividad para mejorar la calidad socioeconómica de la población vulnerable

en la estación de tren Siatame y el Durazno en Sogamoso, Colombia, por lo tanto se llega a la conclusión de que la asociatividad, especialmente en ideas de emprendimientos, debe ser el enfoque principal para lograr un impacto positivo en la situación socioeconómica de esta población específica.

Cepeda et al. (2019) proponen un enfoque para respaldar la creación de emprendimientos en población vulnerable, utilizando a los familiares de los niños del jardín Mi Primera Infancia en el barrio Santa Fé de Bogotá como caso de estudio, con la intención de identificar la disposición emprendedora, habilidades e intereses ocupacionales de esta población.

El estudio inicia con sesiones de caracterización de la población, seguidas de talleres de capacitación para identificar y definir ideas de emprendimiento, en donde se emplea la metodología CANVAS, considerando el perfil de la población, posteriormente, se elige una idea de negocio alineada con el perfil y los intereses, específicamente en el ámbito de producción y venta de productos alimenticios para transeúntes.

La propuesta destaca la relevancia de respaldar la generación de emprendimientos en población vulnerable, utilizando un enfoque participativo y adaptado a las características específicas de la comunidad, así, la elección de una idea de negocio, en este caso, la producción y venta de productos alimenticios, se basa en el perfil y los intereses identificados durante el proceso, buscando mejorar la calidad de vida de la población estudiada.

Arce et al. (2022) presenta los resultados de la investigación "Modelo Sistémico de Innovación Social desde Estrategias de Emprendimiento para Mujeres Cabeza de Familia en Condición de Vulnerabilidad", centrada en analizar los procesos de emprendimiento de mujeres

víctimas del conflicto armado en ciudades colombianas como Ibagué y Bogotá, buscando entender cómo estos procesos fortalecen a las mujeres y contribuyen a su resiliencia para mejorar su calidad de vida.

La investigación se divide en dos fases, realizadas en Ibagué y Bogotá, utilizando grupos focales y encuestas para recopilar datos sobre las condiciones de vulnerabilidad, especialmente las generadas por el conflicto armado, así, se analizan los emprendimientos, con énfasis en la innovación social, identificando tipos de emprendimientos, beneficios y obstáculos para su sostenibilidad, mientras que la metodología incluye un análisis cualitativo de la revisión de literatura para construir un modelo sistémico multinivel.

Los resultados destacan la importancia crucial de los emprendimientos, especialmente en innovación social, en el fortalecimiento y resiliencia de mujeres en situación de vulnerabilidad por el conflicto armado. Se caracterizan los emprendimientos, sus beneficios y desafíos. Estos hallazgos contribuyen a la construcción de un modelo sistémico multinivel, proporcionando una comprensión más profunda de la situación de estas mujeres en distintas ciudades colombianas.

Los antecedentes nacionales revisados ofrecen pistas valiosas, no solo sobre lo que funciona en los programas de emprendimiento, sino sobre lo que suele fallar cuando se abordan desde una lógica puramente técnica. Resulta evidente que, si se busca realmente impactar la vida de las madres cabeza de hogar en Tuluá, la estrategia no puede limitarse a enseñar cómo montar un negocio, hacerlo implicaría desconocer un conjunto de barreras —muchas veces invisibles— que condicionan sus oportunidades desde mucho antes de que puedan siquiera pensar en emprender, de ahí que los programas más sólidos, aquellos que han logrado resultados duraderos, suelen combinar capacitación técnica con componentes que fortalecen lo emocional, lo social y lo comunitario.

Es decir, el enfoque debe ir más allá de la formación tradicional: debe construirse desde el reconocimiento de las trayectorias de vida de las participantes, incorporando espacios para el acompañamiento continuo, para el acceso a recursos financieros reales (no meramente teóricos) y, sobre todo, para tejer redes que no desaparezcan cuando el curso termine. Este tipo de diseño solo puede lograrse si se parte de una mirada profundamente contextual, donde las mujeres no son vistas como receptoras pasivas de conocimientos, sino como agentes con voz, criterio y necesidades propias, en consecuencia, adoptar un enfoque participativo y flexible no es un lujo metodológico, sino una condición indispensable para que el programa tenga sentido y resultados concretos, por lo tanto, apostar por este tipo de formación integral puede marcar la diferencia entre una oportunidad simbólica y un proceso de transformación genuina para estas comunidades.

### **2.3 Locales**

Dentro de las iniciativas locales orientadas a la equidad social y el fortalecimiento económico de poblaciones en situación de vulnerabilidad, la Alcaldía de Tuluá ha desarrollado el Programa de Atención para las Madres Cabeza de Hogar, así, este programa tiene como objetivo brindar apoyo integral a mujeres que, sin contar con el respaldo de una pareja, asumen la responsabilidad exclusiva del sostenimiento económico y el bienestar de sus hijos, por lo tanto, a través de este programa, se busca reducir las brechas de acceso a oportunidades laborales y educativas, proporcionando herramientas que favorezcan su autonomía económica y su integración al sector productivo (Dávalos & Porras, 2019).

El programa ofrece asistencia en diferentes áreas, incluyendo apoyo psicosocial, capacitación en habilidades para el empleo, asesoría para la creación de emprendimientos y acceso a redes de apoyo institucional, además, la selección de las beneficiarias se realiza con base en

criterios socioeconómicos establecidos por la Alcaldía, priorizando a aquellas mujeres que se encuentran en condiciones de mayor vulnerabilidad, como el desempleo, la informalidad laboral o la falta de educación formal, mientras que para ingresar al programa, las madres interesadas deben inscribirse en la Secretaría de Bienestar Social del municipio, presentar documentación que acredite su condición de madre cabeza de hogar y participar en un proceso de evaluación que determina su inclusión en las diferentes líneas de apoyo disponibles.

Actualmente, el programa atiende a 609 mujeres inscritas, quienes representan una parte significativa de la población total de madres cabeza de hogar en el municipio, estimada en 4.687 según datos de la Alcaldía, por tanto, la inclusión de este grupo en el presente estudio permitirá obtener información precisa y relevante sobre sus condiciones socioeconómicas, nivel educativo, experiencia laboral y principales necesidades, facilitando así el diseño de un programa de formación en emprendimiento adaptado a sus realidades y potencialidades (Alcaldía Municipal de Tuluá, 2024).

Para complementar estos antecedentes locales (regionales), es importante considerar a la Fundación WWB Colombia, entidad que se ha consolidado como uno de los referentes más relevantes en el Valle del Cauca cuando se trata de promover el emprendimiento con una perspectiva de género clara y comprometida. Su trabajo se enfoca en fortalecer tanto a las personas como a los negocios en contextos de vulnerabilidad, especialmente entre mujeres de estratos populares, brindando herramientas prácticas y acompañamiento continuo. Bajo este enfoque, la fundación despliega una propuesta metodológica innovadora a través de su programa principal como es la Ruta Yarú (Fundación WWB, 2024). Este itinerario formativo está estructurado por niveles y se apoya en estrategias pedagógicas para adultos que combinan el juego, la reflexión personal y el fortalecimiento empresarial, lo que permite a las participantes avanzar según sus

propios ritmos, necesidades y contextos. La Ruta Yarú contempla componentes transversales que van desde la capacitación técnica hasta el acompañamiento psicosocial, incorporando temas como la digitalización, la prevención de violencia de género y la conexión con redes comerciales.

El impacto de esta intervención no es menor. Solo en 2023, la ruta formativa benefició a más de 1.100 mujeres —casi el 89% del total de participantes— en diversos municipios del Valle del Cauca, incluyendo Tuluá, donde se registraron 115 inscripciones. Las cifras dan cuenta de resultados concretos, a saber, más del 77% de las emprendedoras reportaron un incremento en sus ventas, cerca del 90% diseñaron e implementaron una estrategia comercial, y casi la totalidad mejoró al menos una práctica clave de gestión empresarial (Fundación WWB, 2024).

Además, muchos negocios comenzaron procesos de formalización, incluyeron el salario del emprendedor en los costos fijos y adoptaron herramientas como el flujo de caja para tomar decisiones más informadas. El modelo de intervención de la Fundación WWB Colombia se fortalece también con alianzas estratégicas que suman legitimidad y alcance, entre ellas, el Banco W, la Cámara de Comercio de Tuluá, el ICBF, USAID, y otras entidades nacionales e internacionales (Fundación WWB, 2024).

Los antecedentes locales dejan ver con claridad que en Tuluá ya se han dado pasos importantes hacia la atención de las mujeres cabeza de hogar, lo cual no es menor, dado que existen programas, esfuerzos institucionales y proyectos comunitarios que han buscado, desde distintos ángulos, responder a sus necesidades más urgentes, sin embargo, al revisar con más detalle esas experiencias, también se hace evidente una especie de patrón: la mayoría de estas iniciativas tienden a ser fragmentadas, con un alcance temporal limitado y con escasa articulación entre sí. Es como si respondieran a una urgencia inmediata, pero sin pensar demasiado en lo que viene después,

lo técnico suele predominar, mientras que lo humano —lo emocional, lo relacional— queda en un segundo plano, o directamente fuera del radar.

Esto lleva a una conclusión que no puede pasarse por alto: cualquier propuesta seria que aspire a generar un impacto real no puede seguir esa lógica de intervenciones aisladas, no basta con enseñar a elaborar un plan de negocios o manejar una herramienta digital, en cambio, lo que realmente se requiere es un modelo de formación que abrace la complejidad de las trayectorias de estas mujeres, reconociendo sus saberes previos, sus contextos particulares, sus luchas cotidianas, es decir, un modelo que entienda el emprendimiento no solo como medio de subsistencia, sino como una vía para recuperar la autonomía, para reconstruir autoestima y, por qué no, para reconectar con otros proyectos de vida que en algún momento parecieron inalcanzables. Y eso no se logra sin redes, sin apoyo mutuo, sin espacios donde la formación conviva con el acompañamiento emocional, el acceso a oportunidades reales y una visión compartida de futuro, porque transformar vidas requiere tiempo, constancia y, sobre todo, un enfoque que ponga lo humano en el centro.

### **3. Formulación del problema**

#### **3.1 Pregunta de investigación**

Considerando la contextualización del problema y los antecedentes consultados, es posible formular la pregunta de investigación:

¿Cómo se puede diseñar un programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá, que potencie sus habilidades en la gestión de microempresas, involucrando a la comunidad local para propiciar la superación de la condición de vulnerabilidad y fomentar el desarrollo económico y social?

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo general**

Diseñar un programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá, que potencie sus habilidades en la gestión de microempresas, involucrando a la comunidad local para propiciar la superación de la condición de vulnerabilidad y fomentar el desarrollo económico y social.

### **4.2 Objetivos específicos**

Identificar las habilidades, conocimientos y motivaciones específicas de las madres cabeza de hogar en Tuluá que puedan ser aprovechadas en un programa de formación en emprendimiento.

Elaborar la estructura curricular del programa de formación en emprendimiento adaptado a las habilidades y motivaciones identificadas, proporcionando herramientas prácticas y teóricas que fortalezcan las capacidades empresariales de las participantes.

Evaluar la propuesta de diseño de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá.

## 5. Justificación

Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en Colombia, las madres cabeza de hogar representan aproximadamente el 46,5% de los hogares en el país (DANE, 2025). En Tuluá, se estima que esta cifra se mantiene en un rango similar, con un gran número de mujeres que enfrentan la responsabilidad de sostener a sus familias en condiciones de vulnerabilidad, específicamente, según la Alcaldía Municipal de Tuluá (2023), las madres cabeza de hogar en este municipio ascienden a un total de 4.687 mujeres, lo que representa un sector significativo de la población local. Estos datos provienen del “Programa de Atención para las Madres Cabeza de Hogar”, que también estima que atiende actualmente a 609 mujeres registradas bajo este programa.

Los estudios han mostrado que muchas de estas madres carecen de acceso a educación formal, estudios como el de Torres et al. (2020) muestran que los programas de emprendimiento como DreamBuilder han sido efectivos en el desarrollo de habilidades empresariales prácticas en mujeres en situación de vulnerabilidad, mientras que Cepeda et al. (2019) resaltan la importancia de caracterizar a las participantes para diseñar programas adecuados. Otros estudios, como los de Arias et al. (2022), destacan que muchas mujeres emprendedoras carecen de conocimientos administrativos y comerciales básicos, afectando la sostenibilidad de sus negocios. Esto respalda la necesidad de una capacitación específica que aborde estas carencias y potencie sus competencias empresariales, dado que estas falencias limitan sus oportunidades de empleo y las mantiene en un ciclo de pobreza. Muchas de estas madres cabeza de hogar hacen parte de la exclusión social debido a la falta de acceso a la educación formal, además, en muchos casos, son jóvenes que no saben leer ni escribir, lo que incrementa la desigualdad y limita sus posibilidades de desarrollo

personal y laboral, situación que se debe a diversas barreras como la pobreza, que obliga a abandonar los estudios para trabajar o cuidar de sus familias, la falta de instituciones educativas accesibles en zonas rurales y contextos de violencia o desplazamiento que rompen su continuidad escolar, presentándose condiciones que perpetúan el ciclo de pobreza y dificultan su acceso a empleos dignos y sostenibles.

No se puede desconocer que las mujeres cabeza de hogar de nuestro país afrontan realidades muy difíciles, ser mujer per se, en sociedades históricamente heteropatriarcales es un reto muy grande, porque la construcción de roles ha segregado a las mujeres a labores y actividades específicas que las excluyen del mercado laboral externo formal e informal, pareciera que su condición de ser mujer únicamente le permitiera a lo largo de la historia cuidar del hogar y de los hijos, socavando el potencial enorme que existe en ellas para la sociedad y los mercados laborales y económicos. A pesar de que como sociedad se ha avanzado en la adquisición de derechos para las mujeres, las dificultades y las desigualdades siguen siendo enormes, pues la responsabilidad de sus hogares, la vida familiar y el trabajo, la falta de oportunidades de estudio, todavía siguen siendo razones de exclusión, terreno que los hombres ampliamente tienen ganado históricamente, pues su rol ha sido más bien el de prepararse académicamente, laborar y proveer económicamente el hogar.

Por lo tanto, aunque los discursos sobre igualdad de género han ganado protagonismo en las últimas décadas, la situación real de muchas mujeres, en especial las madres cabeza de hogar del Valle del Cauca, sigue estando atravesada por desigualdades estructurales. En 2020, los hogares con jefatura femenina en esta región enfrentaron una incidencia de pobreza monetaria del 41,3%, frente al 29,8% de los hogares encabezados por hombres, marcando una brecha de 11,5 puntos porcentuales (Betancourt, 2023). Esta diferencia no es casual porque responde a la persistente división sexual del trabajo, donde las mujeres cargan con la mayor parte de las tareas domésticas

y de cuidado, sin reconocimiento ni remuneración. Esta realidad limita su posibilidad de estudiar, trabajar o incluso descansar. No es extraño, por tanto, que en 2022 la tasa de desempleo femenina en el departamento haya alcanzado el 16,5%, frente al 10,6% de los hombres, reflejando una brecha laboral del 5,9% que se ha mantenido durante más de dos décadas (Betancourt, 2023).

La informalidad también afecta de manera desproporcionada a las mujeres, por tanto, en municipios como Tuluá, muchas madres solteras sobreviven en empleos precarios, mal remunerados y sin posibilidad de ahorro ni proyección. La falta de capital humano, reflejada en cifras de analfabetismo, agrava la situación, en Cali, por ejemplo, más de 85.000 mujeres adultas son analfabetas, frente a poco más de 79.000 hombres, lo que limita seriamente sus oportunidades de empleo formal. Además, aunque las mujeres caleñas superan a los hombres en promedio de años de escolaridad (10,4 frente a 10,1 años), siguen atrapadas en empleos de baja calidad, mal remunerados y escasamente protegidos, por ello, la brecha salarial se mantiene incluso entre quienes tienen el mismo nivel educativo, así, a nivel nacional, las mujeres sin ningún tipo de formación ganan notablemente menos que los hombres en la misma situación, reforzando la feminización de la pobreza (Alcaldía de Santiago de Cali, 2022).

Por otra parte, la violencia de género continúa siendo un factor crítico de exclusión, así, el Valle del Cauca figura entre los departamentos con mayor número de feminicidios en Colombia, por ejemplo, en Cali, el 66% de los casos de violencia sexual sin consentimiento ocurren dentro de la vivienda, y la mayoría de las víctimas son mujeres entre los 5 y 49 años, lo que confirma que el agresor suele ser un hombre cercano a la víctima (Betancourt, 2023). La situación se vuelve aún más compleja para las mujeres desplazadas dado que el 66% de ellas han sufrido violencia intrafamiliar y el 16% han sido víctimas de violación, revelando una realidad profundamente dolorosa y muchas veces invisibilizada. Esta violencia, sumada al estigma social que recae sobre

las madres solteras —vistas aún por sectores conservadores como "transgresoras" del orden patriarcal— refuerza el aislamiento, la culpa y la exclusión social (Delgado & Mejía, 2020).

Finalmente, la falta de acceso a servicios financieros y productivos también configura una barrera estructural para el desarrollo de proyectos económicos sostenibles. Muchas mujeres en Tuluá no tienen acceso a educación financiera ni a herramientas básicas para administrar sus ingresos, lo que deriva en gastos ineficientes y una baja capacidad de ahorro. A ello se suma la brecha digital, que limita su participación en la economía digital y en espacios de formación virtual (ONU Mujeres, 2024). La Fundación WWB Colombia, por ejemplo, ha identificado que el 61% de las emprendedoras que acompaña no incluían sus propios salarios en los costos fijos del negocio y que solo el 65,5% llevaba un registro adecuado de sus cuentas, lo que afecta la sostenibilidad financiera de sus iniciativas (Fundación WWB, 2024). En suma, los datos confirman que, a pesar de los avances en leyes y políticas públicas, las mujeres —especialmente aquellas en situación de vulnerabilidad— siguen enfrentando un contexto complejo de exclusión económica, educativa, social y simbólica que demanda acciones decididas, estructurales y contextualizadas.

Consecuente con lo anterior, la discriminación de género en el mercado laboral es una realidad, para las mujeres el acceso no solo al trabajo, sino a la educación ha sido una barrera y ahora un reto para los gobiernos Municipales, Departamentales y Nacionales. Es un deber y una deuda histórica con las mujeres ayudarlas a consolidar su posicionamiento social, educativo y laboral y es precisamente con iniciativas como la que planteo en esta tesis un aporte a la consecución de espacios que resignifique sus derechos.

a Aunque durante años se ha sostenido la idea de que las madres cabeza de hogar tienen una tasa de participación laboral más alta que otros grupos, los datos recientes permiten matizar esta afirmación y observar con mayor claridad la precariedad estructural que enfrentan muchas

mujeres en Colombia al insertarse en el mercado de trabajo. Si bien muchas de ellas acceden a actividades económicas por necesidad urgente más que por oportunidad, su vinculación suele estar marcada por informalidad, bajos ingresos y la doble carga del trabajo productivo y reproductivo.

En el Valle del Cauca, por ejemplo, apenas el 37% de las mujeres jóvenes están trabajando, mientras que un 25,7% se dedica exclusivamente a labores de cuidado no remuneradas y cerca del 20% está desempleada. Esta distribución evidencia que la carga doméstica continúa siendo un factor determinante que impide a muchas mujeres participar activamente en la economía formal. A nivel nacional, el 61% de las mujeres que no forman parte del mercado laboral dedica su tiempo a estas tareas de cuidado, frente a solo un 17% de los hombres, lo cual demuestra que no se trata de una elección voluntaria, sino de un mandato social profundamente arraigado (Fundación WWB Colombia, 2022).

Cuando las mujeres logran insertarse en el mundo laboral, lo hacen en condiciones claramente desventajosas. Para el primer trimestre de 2022, la tasa de desempleo femenina fue del 17,1%, frente al 10,4% de los hombres. Además, el 44% de las mujeres ocupadas en las principales ciudades del país trabajaban en la informalidad, sin acceso a seguridad social ni protección legal, una cifra especialmente preocupante si se tiene en cuenta que muchas de ellas son jefas de hogar. El empleo doméstico, uno de los sectores más feminizados y precarizados, refleja de manera dramática esta desigualdad, dado que por cada 100 hombres empleados en estas tareas, hay 1.472 mujeres; en el caso de mujeres migrantes venezolanas, la relación asciende a 3.557 por cada 100 hombres (DANE, 2022).

La brecha salarial persiste en todos los niveles educativos, por ejemplo, en 2020, las mujeres recibían en promedio 94,2 pesos por cada 100 que ganaban los hombres; y aquellas que tienen hijos menores de 18 años obtenían un 10,8% menos que sus pares masculinos en la misma

situación. En el sector informal, la diferencia es aún más marcada: las mujeres reciben apenas 71,6 pesos por cada 100 de los hombres, lo que reafirma la vulnerabilidad económica que enfrentan quienes laboran por cuenta propia o en condiciones informales. En el caso específico del emprendimiento femenino joven en el Valle del Cauca, los ingresos promedio en 2021 fueron de apenas \$860.979 mensuales, muy por debajo del salario mínimo legal, mientras que sus pares masculinos alcanzaron un ingreso de \$1.026.000 (DANE, 2022).

La falta de acceso a seguridad social también es alarmante. Aunque el 93,3% de las personas ocupadas en Colombia declararon estar afiliadas al sistema de salud, solo el 41,2% cotiza a pensión (DANE, 2022). Entre las mujeres jóvenes trabajadoras del Valle del Cauca, apenas el 49% realiza aportes a pensiones, y un preocupante 24% no está haciendo nada para asegurar su bienestar económico en la vejez (Fundación WWB Colombia, 2022). Esta falta de previsión no responde a desinterés, sino a la dificultad real de generar excedentes en contextos laborales precarios.

Además, las cifras revelan un panorama claro de feminización de la pobreza, por ejemplo, en 2020, por cada 100 hombres en situación de pobreza monetaria en Colombia, había 114 mujeres. A esto se suma que el 39,1% de las mujeres de 15 años o más que no estaban estudiando no contaban con ingresos propios, frente al 16,7% de los hombres, lo cual amplía la brecha de dependencia económica y refuerza su vulnerabilidad. Para muchas madres jóvenes, la manutención de sus hijos depende de cuotas alimentarias, pero el 91% de estas mujeres recibe menos de un salario mínimo, lo que apenas alcanza para sobrevivir (DANE, 2022). A esto se suma la carga financiera de las deudas, dado que una de cada tres mujeres jóvenes está endeudada y el 30% de ellas destina la mitad o más de su ingreso al pago de esas obligaciones, muchas veces adquiridas en circuitos informales como el "gota a gota" (Fundación WWB Colombia, 2022).

Finalmente, la carga de cuidado continúa siendo una barrera crítica dado que el 56% de las mujeres jóvenes en el Valle tienen al menos un hijo, mientras que solo el 24% de los hombres reportan esa condición. Esto tiene efectos directos sobre su autonomía económica: el 48% de las mujeres emprendedoras tienen personas a su cargo de manera permanente, frente a apenas el 13% de los hombres. Esta responsabilidad las obliga a operar desde casa (el 58% lo hace así), lo que limita sus posibilidades de expansión y acceso a nuevos mercados (Fundación WWB Colombia, 2022).

Todo esto sugiere que la participación laboral de las madres cabeza de hogar, aunque pueda parecer cuantitativamente alta en algunos registros, está condicionada por múltiples factores de exclusión que afectan su capacidad de generar ingresos sostenibles y dignos. Lejos de ser una señal de progreso, dicha participación muchas veces encubre dinámicas de subsistencia, informalidad y sobreexplotación. La necesidad de repensar las políticas públicas y los programas de formación desde una perspectiva de género estructural no solo es urgente, sino fundamental para romper estos ciclos de precariedad heredada.

Este panorama muestra la urgente necesidad de diseñar programas específicos de formación en emprendimiento que les brinden no solo conocimientos técnicos y herramientas prácticas, sino también fortalezcan aspectos como la confianza, el liderazgo y la capacidad de relacionarse en redes de apoyo comunitario, aquí, la formación en habilidades blandas, como la comunicación, el trabajo en equipo y el manejo de conflictos, se vuelve esencial para empoderarlas, no solo en el ámbito empresarial, sino también en la vida cotidiana, además, estos programas deben incluir el desarrollo de proyectos que promuevan la autogestión y la sostenibilidad, facilitándoles el acceso a herramientas digitales y tecnológicas modernas que les permitan competir en mercados actuales, por tanto, en este sentido, el enfoque no solo busca

mejorar sus condiciones de vida, sino también transformar su potencial en un motor que impulse tanto su familia como el desarrollo económico local.

La propuesta de diseñar un programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá responde a la urgente necesidad de mejorar la calidad de vida de un sector de la población que enfrenta múltiples barreras para acceder a oportunidades económicas estables y sostenibles, como se ha indicado, las mujeres, y particularmente las madres cabeza de hogar, enfrentan una serie de obstáculos estructurales que limitan severamente su acceso a empleos dignos y sostenibles. En el Valle del Cauca, el 41.3% de los hogares con jefatura femenina se encuentran en situación de pobreza, frente al 29.8% con jefatura masculina, lo que evidencia una brecha del 11.5% en detrimento de las mujeres (Betancourt, 2023). Esta desventaja se amplifica por la carga de trabajo doméstico y de cuidado no remunerado, que recae sobre el 61% de las mujeres que están por fuera del mercado laboral, mientras que solo el 17% de los hombres están en esa condición (DANE, 2022). A pesar de estos esfuerzos invisibilizados, muchas mujeres logran insertarse en el mercado, pero en condiciones precarias, pues en 2022, el desempleo femenino en el Valle fue del 16.5%, frente al 10.6% en los hombres, y el 44% de las ocupadas lo hacían en el sector informal, sin garantías laborales ni seguridad social. Además, enfrentan una brecha salarial persistente: por cada 100 pesos que ganaba un hombre en 2020, una mujer recibía 94.2, y en el caso del trabajo informal, la cifra descendía a apenas 71.6 pesos. Entre las mujeres jóvenes que logran trabajar, solo el 49% cotiza a pensión, y un 24% no realiza ninguna acción para asegurar su vejez (DANE, 2022). En paralelo, el 33.8% de los hogares caleños están encabezados por mujeres, muchas de ellas solas y sin redes de apoyo suficientes, lo que las obliga a aceptar trabajos mal pagados o recurrir a microcréditos informales con tasas de interés abusivas (Fundación WWB Colombia, 2022).

Por lo tanto, en el caso de las madres cabeza de hogar, al asumir la responsabilidad del sustento familiar, enfrentan desafíos asociados a la falta de educación formal, la precariedad laboral y la vulnerabilidad social, por tanto, en este contexto, un programa de emprendimiento no solo incrementaría sus capacidades y competencias, sino que también contribuiría a su empoderamiento económico, permitiéndoles mejorar sus ingresos y, a su vez, la calidad de vida de sus familias.

Este estudio surge como una respuesta concreta a una problemática social que no desaparece fácilmente, enfocándose en un grupo que históricamente ha estado marginado como son las madres cabeza de hogar, por medio de una propuesta que no solo busca ofrecer formación y herramientas para el emprendimiento, sino que también persigue objetivos más amplios relacionados con la equidad y la inclusión social. Así, se intenta abrir puertas hacia nuevas oportunidades y disminuir esas brechas socioeconómicas tan arraigadas, entendiendo que el desarrollo económico de la comunidad depende en buena medida de la atención y el apoyo a quienes más lo necesitan.

El impulso de este proyecto surge desde una convicción personal y profesional del autor, quien, con una formación sólida en emprendimiento y educación, busca aportar al bienestar de su comunidad, además, a través de la Fundación Exicasa, de su propiedad, pretende implementar programas que no solo transformen vidas, sino que también fomenten un desarrollo integral, por ello, este trabajo refleja la pasión del autor por la educación y el emprendimiento, además de su deseo genuino de generar un cambio positivo, así, el autor cree firmemente que este programa tiene el poder de generar un impacto duradero, modificando la realidad de muchas mujeres y sus familias, lo que, a su vez, contribuiría al bienestar de la comunidad en su conjunto.

## 6. Marco teórico

### 6.1 Emprendimiento

La manera en que se ha comprendido el término entrepreneur no ha sido, ni de cerca, un concepto estático, por el contrario, ha cambiado bastante a lo largo del tiempo, y no solo eso, también se ha nutrido de múltiples miradas, desde la economía clásica hasta la administración moderna, pasando incluso por reflexiones de orden más filosófico, al respecto, uno de los primeros en hablar del emprendedor como figura clave fue Richard Cantillon, un economista francés del siglo XVIII. Para él, el emprendedor era quien compraba insumos, organizaba recursos y se arriesgaba a producir algo en medio de la incertidumbre del mercado, por tanto, asumía los riesgos, lo incierto, lo que no todos están dispuestos a enfrentar (Azqueta, 2017).

Más tarde, Jean-Baptiste Say retomó esta noción, pero le dio un giro importante., a su juicio, el emprendedor no se limita a organizar lo que ya existe, sino que moviliza los recursos desde sectores donde no rinden mucho hacia usos más productivos, en otras palabras, Say lo consideraba un agente dinamizador que mejora la eficiencia del sistema económico, generando beneficios que van más allá del negocio propio (Azqueta, 2017).

En el mundo anglosajón, Adam Smith también se aproximó a esta figura. Aunque hay que decir que lo hizo con otro término: business management. Su interés estaba más en la administración efectiva de empresas que en el emprendimiento como hoy se entiende. Aun así, su aporte no deja de ser relevante (Azqueta, 2017). Luego vendría John Stuart Mill, quien sí reconoció explícitamente que el emprendimiento es crucial para el desarrollo económico. Él vinculó esta actividad con capacidades como la innovación, la toma de decisiones en condiciones de riesgo y la visión estratégica a largo plazo (Ávila, 2021).

Ya hacia finales del siglo XIX, Alfred Marshall dio un paso más allá. Incorporó al emprendimiento como un factor formal de la producción, al mismo nivel del capital, el trabajo o la tierra. Marshall veía al emprendedor como la figura que coordina todos estos elementos. Era, en su visión, quien los articula para que el proceso económico funcione (Azqueta, 2017).

Después aparece Joseph Schumpeter, que representa un giro radical. Su contribución es quizás una de las más influyentes. En su obra *Teoría del desenvolvimiento económico*, introdujo el concepto de destrucción creativa. Con esta expresión, explicaba cómo las innovaciones empresariales rompen con lo existente, desestabilizan lo viejo y dan lugar a nuevas formas de organización y producción (Castillo, 1999).

Más adelante, Kirzner (1998) complementó esta visión, señalando que el verdadero valor del emprendedor está en su capacidad de descubrir oportunidades. Oportunidades que están ahí, pero que no todos ven. Y eso —según él— solo es posible en un entorno donde la información no es perfecta. Si todos lo supieran todo, nadie emprendería porque nada quedaría por descubrir. Por su parte, Drucker (1986) fue claro en advertir que emprender no es simplemente abrir un negocio. No, eso no basta. Para él, emprender es innovar. Porque no toda nueva empresa representa un emprendimiento real.

Stevenson (2000) fue aún más enfático: lo que distingue al emprendedor es su obsesión por las oportunidades. No espera que las cosas se den. Las busca, las persigue. Esta postura lo diferencia de aquellos que simplemente gestionan una empresa, que la administran sin ir más allá. Castillo (1999), en sintonía con esta idea, advertía que copiar modelos exitosos, sin agregar algo nuevo, sin aportar un valor adicional, no es emprender. Es solo repetir. Y emprender —vale decirlo— no es eso. Emprender es atreverse. Es hacer algo diferente.

En ese mismo sentido, Pinchot (1987) propuso un concepto muy interesante: intrapreneurship. Lo que él plantea es que también se puede emprender desde dentro de una organización ya existente. Es decir, no hace falta crear una empresa desde cero. También se puede innovar desde adentro, desde lo ya constituido. En Colombia, esta idea fue aplicada por Nieto Bernal (como se cita en Castillo, 1999), quien analizó figuras como Jaime Michelsen Uribe y Luis Carlos Sarmiento Angulo. Ambos lideraron transformaciones importantes desde estructuras organizacionales ya consolidadas. Es una forma distinta de emprender, pero no por eso menos valiosa.

Desde una mirada más práctica y menos teórica, Papin (2005) hace una advertencia clave: el emprendimiento debe llevarse a la acción. No puede quedarse en buenas ideas ni en planes escritos que nunca se ejecutan. Para que el espíritu emprendedor florezca, es necesario actuar. Porque es en la práctica —en el intento, en el error, en el ajuste— donde se valida si lo emprendido tiene sentido o no.

En conclusión, aunque cada autor ofrece matices diferentes, todos coinciden en lo esencial: el emprendimiento es un proceso complejo, dinámico y transformador, es más que crear empresas, mucho más, es crear valor, innovar, adaptarse y asumir riesgos, sobre todo eso: atreverse a correr riesgos cuando otros dudan.

En el contexto colombiano, hablar de emprendimiento ya no es simplemente referirse a una alternativa económica más, con el paso del tiempo, se ha ido consolidando como un instrumento estratégico —y, en muchos casos, urgente— dentro de las políticas públicas orientadas a combatir la pobreza estructural y abrir caminos hacia una mayor equidad social. Ejemplos como el Programa de Atención para Madres Cabeza de Hogar en Tuluá muestran cómo estas iniciativas buscan mucho más que generar ingresos: intentan, en realidad, reconfigurar trayectorias de vida marcadas por la

exclusión, a través de herramientas que permiten reconstruir autonomía y proyectar futuros sostenibles (Alcaldía Municipal de Tuluá, 2023). Lo interesante es cómo se empiezan a ver esfuerzos por adaptar modelos teóricos del emprendimiento —en ocasiones muy generalistas o diseñados desde otras realidades— a un contexto local que tiene sus propias complejidades y ritmos, lo cual es clave para que las intervenciones realmente funcionen,

Es importante considerar además y no menos importante el momento histórico de nuestro país, donde más de 60 años de conflicto armado interno han dejado huellas imborrables de dolor, sufrimiento y explotación sexual y laboral sistemática en las mujeres. Tuluá es un Municipio receptor de desplazamiento forzado, cientos de mujeres víctimas de la violencia viven en Tuluá en zonas urbanas y rurales, lo que genera una realidad social, económica y psicológica diferente.

Por su parte, el planteamiento de Kuratko (2005) resulta bastante revelador al señalar que el éxito de los programas de emprendimiento no depende únicamente de transmitir conocimientos técnicos, sino de su capacidad para fortalecer dimensiones humanas, como el liderazgo, la flexibilidad frente al cambio y, sobre todo, la resiliencia, este último aspecto cobra especial sentido cuando se piensa en mujeres que han sostenido solas no solo sus hogares, sino también historias cargadas de múltiples obstáculos, de ahí que el programa proyectado en este municipio haya optado por integrar un enfoque más práctico, centrado en el ser humano, que busca acompañar no solo la gestación de proyectos productivos, sino también un proceso de reafirmación personal que puede ser tan o más importante que el propio negocio.

Ahora bien, al momento de aplicar este marco teórico al diseño del programa, se vuelve evidente que no se trata de una fórmula rígida, sino de una guía que invita a combinar innovación con sensibilidad social, por tanto, el emprendimiento, más que una meta, aparece como un medio para algo mayor: la posibilidad de que estas mujeres se reconozcan como agentes activas de

transformación, tanto en su entorno inmediato como en la comunidad en general. Así, conceptos como resiliencia o innovación dejan de ser ideas abstractas para volverse experiencias vividas que moldean nuevas formas de participación y liderazgo.

Entonces, asumir el emprendimiento desde esta perspectiva —como una herramienta con poder transformador, más allá de lo económico— permite abordar de forma más efectiva las barreras de desigualdad que enfrentan muchas mujeres en condición de vulnerabilidad, cuando el conocimiento técnico se conecta con las vivencias cotidianas y se adapta a las realidades locales, el proyecto no solo gana en pertinencia, sino que empieza a tener sentido real para quienes lo viven.

La manera entonces de lograr que mi proyecto sea de verdadero impacto, comienza desde la profunda comprensión del grupo seleccionado, es necesario acudir a la contextualización de las mujeres cabeza de hogar a lo largo de la historia, para entender desde sus realidades como afrontamos el reto de generar oportunidades productivas para ellas.

Hablar de MUJER implica adentrarnos en las complejidades históricas que socialmente han enfrentado las mujeres para ganar espacios en la sociedad y esto implica una comprensión de las desigualdades, roles, percepciones en las diferentes culturas, luchas, concepción de género, construcción de la feminidad y no menos importante tener en cuenta la realidad social de nuestro país profundamente afectado por la violencia y el conflicto armado interno.

Historicamente las mujeres han sido concebidas en roles como cuidadoras del hogar mediante la crianza de los hijos, la realización de labores domésticas y la sumisión y subordinación en las relaciones afectivas y paradójicamente esta concepción sigue aun estando presente en muchas culturas y sociedades, pese a la lucha incansable a través de los años por la igualdad.

La historia de las mujeres, lejos de ser un relato lineal de conquistas plenas, continúa marcada por una lucha persistente por alcanzar la igualdad, la autonomía y la justicia en una sociedad que aún opera con profundas desigualdades estructurales. Los datos recientes del Global Gender Gap Report 2024 revelan que, a nivel mundial, solo se ha cerrado el 68.5% de la brecha de género y, al ritmo actual, se necesitarán 134 años para alcanzar la plena paridad. Esta distancia no solo es simbólica, sino concreta: las mujeres cuentan apenas con el 64% de los derechos legales que tienen los hombres y, aunque existen leyes que promueven la equidad salarial, solo 35 países han implementado mecanismos reales para garantizar su cumplimiento. La brecha también es económica, dado que las mujeres ganan, en promedio, solo 77 centavos por cada dólar que reciben los hombres, y participan en la fuerza laboral en proporción de una a dos respecto a ellos (Consejo Nacional de Competitividad, 2024).

Además, ellas asumen una carga diaria de 2.4 horas más de trabajo doméstico y de cuidado no remunerado, lo cual limita sus oportunidades para emprender, estudiar o desarrollarse laboralmente. Solo el 41% de los países ha adoptado estándares mínimos de calidad para los servicios de cuidado infantil, y menos de la mitad ofrece apoyos económicos para quienes los necesitan (Romig, 2024). En materia de empoderamiento político, la situación es aún más desigual: solo se ha alcanzado un 22.5% de paridad y se proyecta que cerrar esa brecha tomará casi 170 años (Consejo Nacional de Competitividad, 2024). Por si fuera poco, la violencia sigue siendo una amenaza constante: apenas un tercio de las protecciones legales necesarias están vigentes a nivel global, y solo 39 de 151 países prohíben el acoso sexual en espacios públicos (Romig, 2024). Incluso en la vejez, la desigualdad persiste, con 62 economías que mantienen edades de jubilación diferenciadas y mujeres que reciben pensiones más bajas debido a carreras laborales fragmentadas (Romig, 2024). Así, cada uno de estos datos refuerza que la lucha femenina por sus derechos no

ha terminado, pues continúa siendo una disputa por condiciones reales de equidad, reconocimiento y justicia que aún no se alcanzan del todo. e

El trabajo desde la sociedad y desde los gobiernos a través de sus políticas públicas debe enfocar sus esfuerzos a que el reconocimiento, la visibilización, inclusión y la protección de las mujeres no sea solo papel escrito, sino una realidad. Numeros estudios se han realizado en nuestro país y en el mundo para entender el contexto y la realidad de las mujeres, basta incluso con ver las noticias diariamente, donde los feminicidios continúan en aumento, donde las niñas y las mujeres siguen siendo blancos de violencia sexual sistemática, donde el sistema de salud no protege, ni garantiza verdaderamente los derechos, donde el acceso a condiciones mínimas de calidad de vida son solo un ideal, donde la educación formal y profesional es una oportunidad para pocas, donde todavía se ve en el mundo el matrimonio permitido con niñas, donde en las zonas rurales e incluso urbanas persiste la subordinación de la mujer y la imposibilidad de acceder a títulos de tierra, donde la discriminación sigue siendo el pan de cada día, donde los desplazamientos en Colombia son mayormente sufridos y soportados por las mujeres y sus hijos; entre miles de ejemplos más que se pueden enumerar, es decir los resultados siguen mostrando un panorama desalentador que revelan brechas de género significativas en la actualidad.

Ahora bien, ya entendiendo un poco y a grandes rasgos este contexto, podemos comprender un poco más los desafíos y retos que afrontan las mujeres cabeza de hogar, si solo el hecho de ser mujer genera tantas complejidades, el serlo con hijos y solas aumenta significativamente las dificultades que llevan a cuentas para vivir, o más bien, sobrevivir.

Colombia es un país donde la tasa de mujeres cabeza de hogar es alto según el DANE, mas adelante se muestra la estadística, cada vez más es común conocer mujeres cuyo compañero sentimental ha dejado el hogar o está ausente y esto implica que la mujer, sin importar su condición,

es decir, si cuenta con recursos económicos, familiares, educativos, laborales o de otra índole, debe asumir completamente la responsabilidad del hogar, el cuidado de los hijos, la provisión económica, las labores domésticas y además su autoprotección, lo que verdaderamente conduce a la discriminación y la reducción de sus posibilidades y oportunidades para salir adelante con sus hijos en un mundo altamente complejo y competitivo.

El Departamento Administrativo de la Función Pública, define la mujer cabeza de hogar como aquella que ejerce la jefatura del hogar y tiene bajo su cargo a menores de edad, independientemente de su estado civil y la estadística más reciente del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) indica que en 2024, el 46,5% de los hogares en Colombia tenían a una mujer como jefa de hogar (DANE, 2025) revelando además que ha habido un aumento frente a años anteriores y continúa en ascenso actualmente. De estos, el 69,7% son encabezados por mujeres solas o sin pareja, mientras los hogares con jefatura de hombres solos equivalen al 28,8%, una amplia brecha de género de 40,9% desfavorable para las mujeres.

Desarrollar entonces un proyecto de vida satisfactorio, tranquilo o al menos que asegure un mínimo de calidad de vida y dignidad humana es todo un desafío para las madres cabeza de hogar, al tener que ser las únicas responsables de asegurar todo en sus entornos familiares: Cuidado, educación, comida, vivienda, crianza, salud, labores domésticas y además trabajo para conseguir recursos económicos, por lo general con sueldos mínimos o muy precarios que no les permiten suplir necesidades básicas.

Ahora bien, otra realidad paralela es que la gran mayoría de madres cabeza de hogar de nuestro país viven en entornos muy difíciles, con condiciones muy precarias y vulnerables, por lo general huyendo de la violencia intrafamiliar y tratando que las autoridades actúen brindando la protección que necesitan para ellas y sus hijos, pero desafortunadamente como vemos en las

noticias cada día, las mujeres mueren a manos de sus ex parejas, quedando los hijos a la deriva y el feminicida con la ventaja de que su investigación pueda precluir por vencimiento de términos, como es muy común en nuestro sistema penal.

Según reportes del Observatorio de Femicidios Colombia, difundidos en un informe de la Defensoría del Pueblo, entre enero y abril de 2025, Colombia ha registrado cifras alarmantes de violencia de género, con 123 feminicidios, 79 tentativas de homicidio y 19 asesinatos contra personas identificadas con Orientación Sexual, Identidad y Expresión de Género Diverso, así como miembros de la comunidad Lgbti+. Estas cifras demuestran la vulnerabilidad de las mujeres y la falta de garantías para proteger sus vidas.

Lo anterior es solo uno de los temas a considerar, una de tantas dificultades que enfrentan y quise mencionar primero esta, porque nuestra Constitución contempla la vida como el primer derecho fundamental y a su vez le impone al Estado el deber de garantizarlo, lo que claramente no ha podido lograr el Estado Colombiano. De este tipo de situaciones derivan también muchos otros problemas, la salud mental por ejemplo, mujeres cuya tranquilidad emocional, mental y física está minada por el miedo, la invalidación de su autoestima y la incertidumbre, el tener que huir para salvaguardar su integridad y la de sus hijos, la soledad, la escasez, el rechazo social, la revictimización de las instituciones que son incapaces de garantizar procesos judiciales y administrativos ágiles, por ejemplo: las cuotas alimentarias, que además de ser procesos dispensiosos y demorados, terminan casi que favoreciendo al padre de los menores con cuotas irrisorias, con las cuales ningún ser humano puede garantizar un mínimo de subsistencia y por si fuera poco, terminan siendo juzgadas por haberse enamorado de su expareja y tenerle hijos además.

Sumado a lo anterior, otra dificultad grande que enfrentan este gremio de mujeres vulnerables, es la falta de oportunidades para educarse, ya sea profesional, técnicamente o incluso

terminar una básica secundaria, bien sea porque se dedicaron a ser amas de casa, o porque sus propios entornos no les ofrecieron las condiciones para ello, lo que hace que las barreras sean infinitamente mayores para ellas y el mercado laboral exige conocimientos y habilidades certificadas para acceder a cargos laborales. Aunque en el Valle del Cauca las mujeres han alcanzado niveles educativos notables —con una escolaridad promedio de 10.4 años, incluso por encima de la de los hombres— y cerca de una de cada tres ha logrado formación técnica o tecnológica, estos avances no se han traducido en mejores oportunidades laborales ni en empleos dignos. La desconexión entre la educación y el mercado de trabajo es evidente, pues incluso aquellas con educación superior o posgrado enfrentan tasas de desempleo significativamente más altas: en 2021, el 26.3% de las mujeres jóvenes con ese nivel estaban desempleadas frente al 19.5% de sus pares hombres (Fundación WWB Colombia, 2022). Esto demuestra que, más allá de las barreras tradicionales, muchas siguen atrapadas en un sistema que exige formación certificada para acceder a un empleo, pero no les garantiza igualdad de condiciones para competir por él.

Como he podido documentar a grandes rasgos, son muchas las barreras y dificultades que afrontan las mujeres cabeza de hogar, incluso debo mencionar que una de las motivaciones que tengo para llevar a cabo esta idea de emprendimiento, es que yo soy hijo de una madre cabeza de hogar, donde a lo largo de mis años he sido testigo directo de todos los esfuerzos, sacrificios y dificultades que mi madre padeció para sacarnos a mi hermana y a mi adelante. Incluso mi mamá pudo estudiar siendo ya mayor, lo que demuestra que nunca es tarde para empezar, cumplir sueños y salir adelante.

Me mueve mi propia experiencia y quiero aportar al empoderamiento de muchas mujeres que como mi madre, luchan por sacar sus hijos, hogares y vidas adelante, sé que es posible y es

además una deuda no solo histórica con las mujeres, sino una necesidad imperante si queremos que como sociedad evolucionemos hacia una justicia y equidad de género real.

## **6.2 Formación en emprendimiento**

El concepto de formación en emprendimiento, tal como lo plantea Formichella (2004), se sostiene en una idea poderosa, pero, a veces, poco comprendida: la educación puede transformar no solo lo que una persona sabe, sino también cómo actúa frente al riesgo, la innovación y la oportunidad. No se trata simplemente —como a veces se cree— de enseñar a montar un negocio. Es algo mucho más amplio. Esta formación implica un conjunto de experiencias, de procesos educativos que buscan moldear actitudes, valores, y sobre todo, una forma distinta de mirar el mundo desde la iniciativa individual.

Formichella (2004) es claro al afirmar que el objetivo no se reduce a la adquisición de conocimientos técnicos. No. La educación emprendedora busca modificar comportamientos, transformar la manera en que las personas enfrentan su entorno, profesional y personalmente. Hablamos, entonces, de autoconfianza, de autoestima, de autoeficacia. Hablamos también del deseo —casi necesidad— de lograr metas que parecen difíciles. Todo eso hace parte del perfil emprendedor.

Por su parte, Seidahmetov et al. (2014) argumentan que esta formación también puede influir de manera directa en los atributos individuales. ¿Cómo? Pues, al enseñar a los jóvenes a canalizar su energía hacia proyectos útiles, productivos, les ayuda a evitar caminos menos deseables como la vagancia o incluso la delincuencia. De alguna manera, es una alternativa socialmente valiosa para prevenir el desarraigo o la exclusión, tan frecuentes en ciertos contextos.

Ahora bien, Stevenson (2000) aporta algo clave: el entorno importa, y mucho. Porque no basta con tener motivación o herramientas. Si el contexto no facilita el reconocimiento y la persecución de oportunidades, el potencial emprendedor puede estancarse. Las personas necesitan un entorno que inspire, que les permita ver más allá de lo evidente. Que les dé permiso, por decirlo así, para intentar cosas nuevas.

De acuerdo con todo esto, se puede afirmar que la formación emprendedora no es únicamente técnica. Es actitudinal. Es emocional. Y es social. Implica enseñar a asumir riesgos, a identificar oportunidades reales, a crear valor de forma sostenida. Pero también a levantarse cuando algo sale mal, porque emprender no garantiza el éxito inmediato. A veces, de hecho, el fracaso enseña más que cualquier manual.

Feijó et al. (2020) amplían aún más esta visión. Según estos autores, la formación en emprendimiento no debe verse como un entrenamiento para crear empresas, sin más. No se trata de decir: “usted va a ser empresario”, y ya. Hay que ir más allá. Hay que formar personas con pensamiento creativo, que sepan evaluarse, que aspiren a la autorrealización. Es decir, emprender también es un proceso interno, personal. Es un camino que comienza desde dentro.

Y esto no quiere decir que las habilidades técnicas no sean necesarias. Al contrario, Feijó et al. (2020) insisten en que los emprendedores deben manejar conocimientos en distintas áreas: finanzas, marketing, gestión, liderazgo. Todo suma. Pero ese conocimiento debe usarse como una herramienta estratégica, no como una receta mecánica, porque sin criterio, sin visión, de poco sirve saber operar un negocio.

Un punto interesante que plantean estos autores es que, aunque algunas personas parezcan “nacidas” para emprender, la formación sigue siendo crucial. Incluso los microemprendimientos exitosos pueden fracasar si no hay una base teórica, si todo se hace desde la improvisación o el

ensayo y error. Cuando falta formación, hay riesgo de caer en la informalidad, de repetir errores comunes, o de no saber cómo crecer sosteniblemente.

Además, la formación emprendedora no es solo para los fundadores. También se necesita dentro de las organizaciones. La capacitación del personal es clave. Feijó et al. (2020) lo destacan: si se quiere que una empresa crezca de forma saludable, es necesario invertir en el desarrollo de su gente. En sus habilidades, sí, pero también en su actitud frente al cambio, frente a los desafíos y las oportunidades.

En suma, la formación emprendedora no es un paquete de herramientas, es una filosofía, es una forma de vida laboral, profesional, social, y sobre todo, una forma de pensar.

Silva et al. (2021) complementan esta visión al destacar que la educación emprendedora tiene un alcance mucho más amplio de lo que comúnmente se cree. No es solo para estudiantes de administración. No es solo para quienes tienen recursos o ideas claras desde el inicio. Cualquier persona puede beneficiarse de este tipo de formación. Desde jóvenes en situación de desempleo hasta personas de grupos sociales tradicionalmente marginados. Porque, al final, todos tienen derecho a imaginar un futuro diferente.

Según Silva et al. (2021), lo importante es que esta formación no se limite a enseñar cómo hacer un plan de negocios. También debe fomentar una mentalidad: la de la innovación, la de la creatividad, la de la persistencia. Así, no solo se preparan emprendedores; se construye una cultura. Una cultura que puede transformar barrios, comunidades, regiones enteras.

Y aunque aún hay mucho por definir en este campo, el camino es claro: hay que seguir investigando, seguir diseñando programas, seguir formando a quienes deseen emprender. Porque, al final, el emprendimiento no es solo una cuestión de empresas. Es una cuestión de futuro y también, de esperanza.

De acuerdo con lo anterior, cuando se habla de madres cabeza de hogar en Tuluá, la formación en emprendimiento no puede limitarse a la promesa de mejorar ingresos o a la expectativa de montar un pequeño negocio, más que eso, lo que está en juego va mucho más allá, para estas mujeres, muchas de las cuales han tenido que afrontar desafíos enormes en silencio, emprender puede convertirse en una vía —no la única, pero sí una muy potente— para recuperar la voz, construir independencia y encontrar un nuevo lugar en sus comunidades, por eso, el programa diseñado no se enfoca únicamente en enseñar técnicas comerciales o planes de negocio, sino que articula dimensiones emocionales, sociales y humanas que, en muchos casos, habían sido relegadas a un segundo plano.

Más que promover la creación de empresas por sí misma, el objetivo es ofrecer un proceso formativo que abra horizontes y fortalezca la confianza, que permita a las participantes reconocerse capaces de decidir, de proyectarse y de conectar con otras mujeres que comparten luchas similares, así, lo técnico se convierte en un medio, no en el fin, mientras que las redes de apoyo que se tejen, la validación de experiencias propias y el descubrimiento de talentos ocultos terminan siendo tan transformadores como cualquier habilidad empresarial, y quizá ahí esté la clave de todo: entender que el emprendimiento, cuando se piensa con sentido humano, tiene la capacidad de reconfigurar no solo economías familiares, sino trayectorias personales y vínculos comunitarios.

Por lo tanto, asumir la formación en emprendimiento desde una mirada más amplia permite ver con mayor claridad su verdadero potencial, no se trata solo de negocios, sino de construir condiciones para que estas mujeres puedan hacer valer sus derechos, ejercer su autonomía y tomar decisiones sobre sus vidas con mayor seguridad, por tanto, este tipo de enfoque, que une crecimiento personal, generación de oportunidades reales y compromiso con la equidad, es coherente con los principios que orientan este proyecto en Tuluá, y aunque el camino no sea fácil

ni inmediato, vale la pena recorrerlo, porque el impacto —aunque a veces silencioso— suele ser profundo y duradero.

Quiero resaltar en este punto un documental que recientemente tuve la oportunidad de analizar, el documental se llama “*Cuando las aguas se juntan, una historia de mujeres y paz* (2023), dirigido por Margarita Martínez Escallón; al inicio del documental hay una frase poderosa que dice: “*Las mujeres, como las aguas, cuando se juntan, crecen*” y a la par se proyectan imágenes de pequeños ríos que van confluyendo al gran río Amazonas, simbolizando la unión de fuerzas femeninas que, al mezclarse, se fortalecen y generan un cambio significativo.

En este documental se transmiten voces sobre el testimonio de las mujeres en la guerra, pero a la vez, es una voz esperanzadora sobre el papel esencial de las mujeres en la construcción de la tan anhelada paz, un momento histórico de nuestro país, que quizá, es el escenario más importante y trascendental que la sociedad colombiana afronta. 45 mujeres de diversas regiones del país, desde el Caribe hasta el Amazonas, comparten sus historias de resistencia, resiliencia y transformación social, muchas de ellas con emprendimientos que actualmente sostienen y que han dignificado y resignificado sus derechos y sus calidades de vida a través de la acción comunitaria, lo que me motiva mucho más a hacer realidad esta tesis, porque sé con absoluta certeza que es posible contribuir a la construcción de una mejor sociedad.

### **6.3 Tipos de programas educativos en emprendimiento**

Mwasalwiba (2010) clasifica los programas educativos de emprendimiento en tres categorías, como son, educación "para", "sobre" y "en" emprendimiento, de tal forma la educación "para" el emprendimiento se enfoca en el desarrollo de habilidades y actitudes emprendedoras buscando cultivar una mentalidad innovadora y resiliente en los participantes, a través de estos

programas se fomenta la capacidad de identificar oportunidades, asumir riesgos calculados y liderar proyectos con una visión estratégica permitiendo a los individuos transformar sus ideas en empresas viables.

La educación en emprendimiento puede tomar distintas formas, y cada una aporta algo único al proceso de formación. Por un lado, aprender sobre el emprendimiento implica adquirir fundamentos teóricos y herramientas prácticas para comprender cómo se construye y se dirige un negocio, desde los modelos operativos hasta las estrategias comerciales. Sin embargo, esto no basta por sí solo; lo realmente transformador ocurre cuando se pasa a la educación en emprendimiento, donde las personas enfrentan desafíos reales o simulados, toman decisiones bajo presión y resuelven problemas como parte de un proceso más experiencial. Esa práctica constante moldea no solo las habilidades, sino también la actitud, la forma en que se enfrentan los riesgos y se aprovechan las oportunidades.

Autores como Mwasalwiba (2010) y Kuratko (2005) han profundizado en estas ideas, aportando marcos útiles para entender cómo debería estructurarse una formación integral. Mientras Mwasalwiba propone una diferenciación clara entre los enfoques —para, sobre y en emprendimiento—, Kuratko se enfoca en los contenidos esenciales, como la creatividad, la resiliencia y el conocimiento de distintas formas de emprendimiento, incluyendo el social o el que se da dentro de grandes organizaciones. Además, plantea la necesidad de considerar las particularidades de poblaciones históricamente excluidas, como las mujeres y las minorías. En conjunto, ambas visiones permiten repensar los programas educativos no solo como transmisores de contenido, sino como espacios donde se forman agentes capaces de transformar su entorno desde lo económico, lo social y lo humano.

En el contexto de Tuluá, donde las madres cabeza de hogar enfrentan condiciones complejas, la aplicación de este enfoque no es un lujo metodológico, sino una necesidad, no basta con brindar conocimientos técnicos, hay que despertar la confianza, trabajar el liderazgo desde lo cotidiano y fortalecer la capacidad de resistir y adaptarse, incluso cuando el entorno no acompaña.

En este punto es importante hacer énfasis en dichas “situaciones complejas”, porque muchas de estas mujeres, madres cabeza de hogar en Tuluá, cargan con una responsabilidad inmensa que rara vez se distribuye con justicia, dado que son quienes sostienen sus hogares casi por completo, encargándose del cuidado de los hijos, de los adultos mayores o incluso de personas enfermas (Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, 2022), sin contar con una red real de apoyo ni con políticas públicas que les ofrezcan alternativas viables. Es como si la vida las obligara a multiplicarse para cumplir con todo, mientras el tiempo, los recursos y la energía siempre parecen escasos, por tanto, esta situación reduce drásticamente sus posibilidades de formarse, trabajar fuera de casa o iniciar cualquier tipo de proyecto personal o productivo, y aun cuando surgen oportunidades, como las de emprender, el riesgo asociado suele ser alto porque sus ingresos, cuando los hay, son irregulares, informales, y casi nunca alcanzan para cubrir algo más allá de lo urgente.

A esto se suma una historia común —aunque no por eso menos dolorosa— de violencia intrafamiliar, machismo cotidiano y discriminación, muchas de ellas han vivido en contextos donde el maltrato se normaliza, donde su palabra vale poco y donde aspirar a algo más puede parecer, en ocasiones, un acto de osadía (Soto, 2023). Estas experiencias dejan huellas profundas que no solo afectan la salud emocional, sino que también erosionan la autoestima y el sentido de agencia, y si a eso se le añade la dificultad para acceder a educación superior, a empleos dignos o a servicios públicos de calidad sobre todo en las zonas más alejadas del centro urbano (Martínez

& Márquez, 2024), queda claro que no se trata solo de falta de oportunidades, sino de un sistema que históricamente les ha negado las condiciones mínimas para salir adelante.

Todo esto configura un escenario donde la vulnerabilidad no es una excepción, sino casi una regla, se vuelve paisaje, por eso, cualquier programa de formación, por muy bien intencionado que sea, tiene que ir más allá de la transmisión de herramientas técnicas, tiene que reconocer esas condiciones estructurales, esas barreras que no desaparecen con un taller ni con una charla, de lo contrario, se corre el riesgo de responsabilizar a las mujeres por no “aprovechar” oportunidades que, en realidad, no están al alcance de forma justa. Enseñar a emprender, entonces, debería ir acompañado de un esfuerzo más amplio: desmontar prejuicios, cuestionar la desigualdad de fondo y construir, poco a poco, un entorno donde ellas puedan decidir y crecer con mayor libertad, y eso, aunque exija más tiempo, más escucha y más compromiso, es lo que verdaderamente transforma.

El programa, entonces, no se limita a enseñar cómo montar un negocio ni a transmitir definiciones abstractas sobre el ecosistema emprendedor, lo que se busca es crear un espacio donde las participantes puedan reconocerse como sujetas activas de su proceso de cambio, dotadas no solo de ideas, sino de herramientas personales para llevarlas a cabo. La resiliencia, por ejemplo, no se enseña con diapositivas, pero puede construirse desde la experiencia compartida, desde los errores y aciertos, y desde la validación mutua entre mujeres que han atravesado historias parecidas.

Por eso, pensar en los distintos tipos de educación en emprendimiento como una caja de herramientas flexible y adaptada al territorio tiene tanto sentido, en comunidades marcadas por la exclusión o el abandono institucional, como ocurre con frecuencia en sectores vulnerables de Tuluá, una formación bien diseñada puede ser una puerta de entrada no solo a mejores ingresos, sino también a una vida más digna, y eso, en el fondo, debería ser el objetivo de cualquier política

pública que se tome en serio la inclusión social: no solo formar emprendedoras, sino acompañarlas a construir un futuro que no les sea impuesto, sino elegido.

#### **6.4 Teoría del aprendizaje socioconstructivista**

La teoría del aprendizaje socioconstructivista, anclada en las raíces del constructivismo social, propone una idea tan simple como poderosa en la que se propone que aprender no es una tarea solitaria, más bien, es un proceso que se da entre personas, a través del lenguaje, de la colaboración y, sobre todo, del intercambio de experiencias en entornos que realmente tengan sentido para quienes aprenden, en este sentido, esta visión, defendida por autores como Riera y Fernández (2008), pone en primer plano la interacción social como catalizador del conocimiento, alejándose de enfoques que reducen el aprendizaje a una acumulación pasiva de información, aquí, no se trata solo de transmitir contenidos, sino de construir juntos algo que tenga valor en un contexto determinado.

El legado más influyente en esta corriente probablemente sea el de Lev Vygotsky en el que su planteamiento, tan vigente como disruptivo en su época, se centra en la idea de que el desarrollo cognitivo no ocurre en el vacío, sino que está ligado a la cultura y a las relaciones interpersonales, además, la famosa “zona de desarrollo próximo” (Ortíz, 2015) se convierte, entonces, en una especie de mapa para los educadores: un espacio donde el estudiante no puede avanzar solo, pero sí con el apoyo adecuado, es ahí, en esa zona intermedia entre lo que ya sabe y lo que aún no domina, donde el aprendizaje realmente cobra vida. Vygotsky no solo subraya el valor del acompañamiento, sino que da al lenguaje un papel central; no como un simple medio para comunicarse, sino como herramienta para pensar, para razonar y, en definitiva, para aprender (Vygotsky, 1995).

Jerome Bruner, por su parte, aporta matices distintos aunque complementarios, su insistencia en el papel de la narrativa —es decir, en cómo organizamos el mundo a través de historias— le da al proceso educativo una dimensión más humana y experiencial, entonces, en “Actos de significado”, Bruner (1990) plantea que enseñar no debería limitarse a transmitir respuestas correctas, sino a provocar la construcción de sentido, de significados personales a partir de los contenidos, mientras que, según Camargo y Hederich (2010), esta postura refuerza la idea de que el aprendizaje ocurre mejor cuando está vinculado a la resolución de problemas reales, a la exploración activa y a la creación de relatos que conecten lo nuevo con lo que ya se conoce.

Llevando estas ideas al terreno de la práctica, el aprendizaje colaborativo aparece como una estrategia natural dentro del marco socioconstructivista, en donde David y Roger Johnson han dedicado décadas a explorar esta modalidad, defendiendo que aprender en grupo, lejos de ser una simple dinámica participativa, tiene efectos profundos en el desarrollo social y cognitivo, así, en “Learning Together and Alone” (1999), proponen formas concretas de integrar la cooperación en el aula, mostrando que los estudiantes no solo aprenden mejor juntos, sino que aprenden a convivir, a negociar y a construir sentido común (Johnson & Johnson, 1994).

Esto se conecta con el emprendimiento, dado que aplicar la teoría socioconstructivista a la formación en emprendimiento no solo es pertinente, sino casi inevitable, por tanto, aprender a emprender no se logra leyendo teorías de negocios o resolviendo ejercicios aislados, sino enfrentando situaciones que se parezcan a las del mundo real.

Asimismo, si el lenguaje es, como decía Vygotsky, el vehículo del pensamiento, entonces en el emprendimiento adquiere un papel doblemente estratégico, saber comunicar no es solo una habilidad más; es una necesidad, entonces, un emprendedor debe ser capaz de contar su historia, de presentar su idea de forma convincente, de negociar y de influir, por tanto, los programas

educativos deberían potenciar la expresión oral y escrita no como fin, sino como medio para lograr conexiones significativas y oportunidades reales.

Y volviendo a la zona de desarrollo próximo, es inevitable pensar en cómo los emprendimientos se benefician del trabajo conjunto entre personas con diferentes trayectorias, así, aprender de alguien más experimentado, o colaborar con colegas que dominen áreas complementarias, puede marcar la diferencia entre una idea vaga y un proyecto viable, en ese sentido, los programas formativos que promuevan el trabajo interdisciplinar, el acompañamiento de mentores o la formación de equipos diversos están no solo alineados con la teoría, sino también con las exigencias reales del entorno emprendedor.

Llevar la teoría del aprendizaje socioconstructivista al diseño de un programa de emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá no debería limitarse a una simple adaptación técnica; más bien, se trata de construir una experiencia de formación que realmente conecte con sus vivencias, que les permita reflexionar sobre su realidad y, desde ahí, transformar lo posible. No basta con entregar contenidos o herramientas, lo que se necesita es crear espacios donde el conocimiento se construya colectivamente, donde cada participante pueda reconocerse como sujeto activo del proceso, aportar desde su experiencia y aprender también del recorrido de las demás.

Al final, lo que propone esta perspectiva pedagógica es una forma de aprender que se teje en conjunto, que reconoce el valor del otro, del grupo, y que se construye mientras se hace. Esta manera de entender la educación tiene una potencia transformadora enorme, sobre todo en comunidades que han sido históricamente relegadas o invisibilizadas, pues no se trata solo de enseñar a emprender, sino de abrir espacios donde las mujeres puedan reconocerse como agentes capaces de incidir, de imaginar otros futuros, y de actuar para alcanzarlos. Esa, quizá, es la mayor

fortaleza del socioconstructivismo: su capacidad de conectar el aprendizaje con la vida misma, con lo cotidiano, con lo que muchas veces no se nombra en las aulas, pero que define lo que somos.

### **6.5 Teoría del aprendizaje experiencial**

La teoría del aprendizaje experiencial parte de una premisa sencilla pero profundamente transformadora: se aprende mejor cuando se hace, se vive y luego se reflexiona. Aprender no consiste únicamente en adquirir información, sino en participar activamente en experiencias reales, enfrentarse a situaciones auténticas y, más adelante, detenerse a pensar en lo que ocurrió, en lo que se podría mejorar o en lo que vale la pena conservar. Esta perspectiva fue desarrollada con mayor claridad por David Kolb, quien propuso un modelo cíclico del aprendizaje donde el conocimiento surge a partir de la interacción continua entre la experiencia concreta, la observación reflexiva, la conceptualización abstracta y la experimentación activa (Kolb, 1984), aunque este ciclo se presenta de forma ordenada, en la práctica su desarrollo tiende a ser menos predecible, pues las personas aprenden de forma más fluida y no siempre lineal.

Esta concepción del aprendizaje no surge de la nada, John Dewey, desde principios del siglo XX, ya defendía una idea similar: para él, la educación debía anclarse en la experiencia vital del estudiante, no en la simple transmisión de saberes aislados, así, en su obra *Experience and Education*, Dewey (1938) argumentaba que aprender implicaba interactuar con el entorno de forma activa y significativa, construyendo sentido a partir de esa experiencia, entonces, esta visión se articula con un enfoque pedagógico democrático, donde el aula se convierte en un espacio vivo de exploración y no en un simple lugar de instrucción. Por su parte, Carl Rogers, desde la psicología humanista, insistió en que el aprendizaje significativo sólo ocurre cuando parte de la iniciativa del estudiante, de su necesidad real de comprender algo que le importa, así, en *Freedom to Learn*,

Rogers (1969) destacó que las personas aprenden de manera más efectiva cuando participan en experiencias personales y auténticas que estimulan la curiosidad y el deseo de descubrir.

Aunque Jean Piaget no se enfocó directamente en la teoría del aprendizaje experiencial, sus aportes desde la psicología del desarrollo enriquecen esta perspectiva, en *La psicología de la inteligencia*, Piaget (1972) explicó cómo los individuos, desde la infancia, construyen activamente el conocimiento a partir de su interacción con el entorno, adaptando sus esquemas mentales a través de procesos como la asimilación y la acomodación, así, el conocimiento no se recibe pasivamente, sino que se construye, se reconstruye y, a veces, se transforma radicalmente cuando el sujeto se enfrenta a nuevos desafíos o contradicciones.

Al trasladar estos planteamientos al campo de la formación en emprendimiento, resulta evidente que no basta con enseñar teorías de negocios o estrategias de mercado, por tanto, es necesario que los futuros emprendedores vivan el proceso, lo experimenten con sus propias manos, enfrenten problemas reales y se equivoquen, entonces, proyectos simulados, prácticas empresariales, participación en startups y resolución de retos concretos son algunas estrategias que permiten incorporar esta filosofía en la formación en emprendimiento. Como señalan Granados y García (2016), el aprendizaje se vuelve más sólido cuando el estudiante puede reflexionar sobre sus acciones y conectar esas vivencias con conceptos teóricos.

La reflexión crítica también ocupa un lugar central en este enfoque, pues no basta con hacer; hay que pensar sobre lo hecho, reconocer errores y descubrir aciertos, de hecho, el error deja de ser una amenaza para convertirse en una fuente rica de aprendizaje, por lo tanto, para que esto ocurra, sin embargo, se requiere un entorno educativo que no castigue el fracaso, sino que lo asuma como parte del proceso, al respecto, Riveros (2014) argumenta que los estudiantes deben

tener la posibilidad de explorar ideas nuevas sin temor a equivocarse, ya que esta libertad fortalece su autonomía y confianza en sí mismos.

Incorporar la teoría del aprendizaje experiencial en el diseño del programa de emprendimiento dirigido a madres cabeza de hogar en Tuluá no solo revitaliza la forma en que se enseña, sino que redefine lo que significa aprender desde la práctica, con todo lo que eso conlleva. Lejos de quedarse en lo teórico, este enfoque invita a las participantes a sumergirse en experiencias concretas, como la elaboración de planes de negocio o la puesta en escena de ferias de venta, donde deben ensayar estrategias reales de mercado, tropezar quizás, y luego volver a intentarlo con mejores herramientas, además, abre espacio para algo que suele olvidarse: la reflexión sobre lo vivido, sobre esos intentos pasados de emprender que a veces fallaron y otras no tanto, pero que siempre dejan lecciones, así, más que transmitir contenidos, este tipo de formación busca sembrar confianza, provocar decisiones, generar preguntas, incluso cuando no hay respuestas del todo claras, porque al final, lo que se construye no es solo una habilidad técnica, sino una forma de estar en el mundo, de atreverse a hacer, a probar, y a transformar lo que parecía inamovible.

## **7. Metodología**

Para el diseño del programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá, se propone un enfoque metodológico mixto que integre tanto técnicas cuantitativas como cualitativas (Hernández-Sampieri, Fernández, & Babiata, 2014). Este enfoque permitirá obtener una comprensión completa de las habilidades, conocimientos y motivaciones específicas de las madres cabeza de hogar, así como establecer mecanismos efectivos para la participación activa de la comunidad local en el programa.

### **7.1 Enfoque del estudio**

El presente trabajo se enmarca en una investigación con un enfoque mixto, que combina elementos cuantitativos y cualitativos para abordar de manera integral los objetivos específicos propuestos.

### **7.2 Diseño de la investigación**

Fase cualitativa: Se realizará un estudio exploratorio cualitativo mediante entrevistas semiestructuradas y grupos focales con madres cabeza de hogar en Tuluá. Estas técnicas permitirán identificar las habilidades, conocimientos y motivaciones específicas de las participantes en relación con el emprendimiento.

Fase cuantitativa: Se aplicará un cuestionario estructurado a una muestra representativa de madres cabeza de hogar en Tuluá. De acuerdo con datos de la Alcaldía Municipal, esta población asciende a 4.687 mujeres, sin embargo, se tomará como foco de interés el grupo inscrito en el Programa de Atención para las madres Cabeza de Hogar de dicha alcaldía, que corresponde a un

total de 609, para obtener datos cuantitativos sobre sus características demográficas, nivel educativo, experiencia laboral, entre otros aspectos relevantes para el diseño del programa de formación (Alcaldía Municipal de Tuluá, 2024).

**Procedimiento:**

Selección de participantes: Se seleccionará una muestra representativa de madres cabeza de hogar en Tuluá. Para ello, se estima una muestra de acuerdo con el siguiente procedimiento:

**Tipo de muestreo:** Muestreo aleatorio simple (Hayes, 2006).

**Nivel de confianza y error:** El Nivel de Confianza es el Grado de certidumbre sobre la exactitud de la estimación de la muestra. Se fija para este estudio en 95% ( $Z = 1.96$ ). El error muestral se origina al trabajar una muestra y no un censo. Corresponde al error que se comete al extraer la muestra. Se escoge un nivel de error del 5%

**Tamaño de la muestra:** se estimó con base al muestreo estratificado con fijación proporcional y la población objetivo de la siguiente manera:

$p$ = Probabilidad favorable (éxito) del atributo que se investiga en la población. Corresponde al 50%.

$q$ = Probabilidad desfavorable ( $1-p$ ). 50%.

A partir de estos datos, se aplica la siguiente fórmula de muestreo para poblaciones finitas:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{(N \times e^2) + (z^2 \times p \times q)}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 609}{(609 \times 0.1^2) + (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)} = 83$$

Es necesario realizar un total de 83 encuestas.

Recolección de datos cualitativos: Se llevarán a cabo entrevistas semiestructuradas y grupos focales con las participantes para explorar en profundidad sus habilidades, conocimientos y motivaciones relacionadas con el emprendimiento.

Recolección de datos cuantitativos: Se administrará un cuestionario estructurado a la muestra seleccionada para recopilar información demográfica y datos cuantitativos relevantes para el diseño del programa de formación.

Análisis de datos: Los datos cualitativos se analizarán mediante técnicas de análisis de contenido para identificar patrones, temas y categorías emergentes. Los datos cuantitativos se analizarán utilizando análisis descriptivos y estadísticos para obtener una comprensión cuantitativa de las características de las participantes.

### **7.3 Desarrollo del programa de formación**

Con base en los resultados del análisis cualitativo y cuantitativo, se diseñará la estructura del programa de formación en emprendimiento, adaptado a las habilidades y motivaciones identificadas de las madres cabeza de hogar en Tuluá.

El programa incluirá módulos prácticos y teóricos que fortalezcan las capacidades empresariales de las participantes, así como actividades participativas y experiencias de aprendizaje práctico.

### **7.4 Participación de la comunidad local:**

Se establecerán mecanismos para involucrar activamente a la comunidad local en el programa de formación, promoviendo la colaboración entre instituciones locales, empresas, organizaciones sin fines de lucro y la propia comunidad.

Se organizarán reuniones, talleres y eventos comunitarios para generar un entorno favorable al emprendimiento de las madres cabeza de hogar y fomentar el desarrollo económico y social en Tuluá.

Por lo tanto, este enfoque metodológico mixto permitirá diseñar un programa de formación en emprendimiento efectivo y adaptado a las necesidades específicas de las madres cabeza de hogar en Tuluá, capitalizando sus habilidades y motivaciones y promoviendo la participación activa de la comunidad local para propiciar su superación y el desarrollo económico y social de la región.

### 7.5 Procedimiento metodológico

Para el desarrollo de los objetivos específicos propuestos, se requiere acceder a fuentes de información primaria y secundaria, así como utilizar técnicas de recolección adecuadas a través del proceso investigativo. En la siguiente tabla se relacionan dichos objetivos, fuentes y técnicas requeridas en esta investigación.

Tabla 1. Procedimiento metodológico

<b>OBJETIVOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>FUENTES</b>	<b>TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b>
<b>Objetivo Específico 1: Identificar las habilidades, conocimientos y motivaciones específicas de las madres cabeza de hogar en Tuluá que puedan ser</b>	1. Revisión de literatura sobre estudios previos relacionados	Secundarias:  Bases de datos, repositorios académicos como Redalyc, Scielo, Scopus, Web Of Science, Google Scholar entre otros	Análisis documental

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	FUENTES	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
<b>aprovechadas en un programa de formación en emprendimiento.</b>	2. Diseño de instrumentos de investigación	Secundarias:  Libros sobre metodología de la investigación, diseño de encuestas y entrevistas	Análisis documental
	3. Obtención de permisos éticos y aprobaciones necesarias	Primarias:  Alcaldía Municipal de Tuluá, base de datos de madres cabeza de hogar.	
	4. Establecimiento de la muestra mediante muestreo estratificado	Secundarias:  Libros de estadística	Muestreo aleatorio estratificado.
	5. Realización de entrevistas semiestructuradas y grupos focales	Primarias:  Madres cabeza de hogar de Tuluá seleccionadas.	Entrevistas  Grupos focales
	6. Análisis cualitativo de datos	Secundarias:  Datos recopilados a través de las entrevistas	Análisis de contenido
	7. Análisis cuantitativo de datos	Secundarias:  Datos cuantitativos recopilados sobre características demográficas, nivel educativo, experiencia laboral, entre otros aspectos relevantes para el diseño del programa de formación	Análisis estadístico
	8. Elaboración de informe preliminar de	Secundarias:	Análisis de contenido

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	FUENTES	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
<b>Objetivo Específico 2: Elaborar la estructura curricular del programa de formación en emprendimiento adaptado a las habilidades y motivaciones identificadas, proporcionando herramientas prácticas y teóricas que fortalezcan las capacidades empresariales de las participantes</b>	resultados y conclusiones	Resultados del trabajo de campo.	Análisis documental
	1. Diseño de la estructura y contenidos del programa de formación	Secundarias:  Gubernamentales • SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje). Cartillas de información, cursos virtuales.	Análisis de contenido
	2. Identificación de recursos didácticos y materiales de apoyo	Fundaciones. Experiencia teórica-práctica. • Fundación WWB Colombia. • Fundación Mujeres por Colombia. • Corporación Mundial de la Mujer Colombia.	
	3. Elaboración de materiales didácticos y guías de trabajo	Universidades. Centros de emprendimiento. • Universidad Icesi. • Centro de Emprendimiento de la Universidad de los Andes. • Centro de Emprendimiento Externadista (CEE) • Universidad del Rosario	
4. Revisión y ajuste del programa de formación			
<b>Objetivo Específico 3: Evaluar la propuesta de diseño de formación en emprendimiento</b>	1. Desarrollo de instrumentos de evaluación	Secundarias:	Análisis de contenidos.
	2. Aplicación de instrumentos	Con base en los resultados obtenidos en los objetivos	

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	FUENTES	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
<b>para madres cabeza de hogar en Tuluá.</b>	3. Análisis de datos recolectados 4. Recomendaciones para la propuesta	previos se estructura la evaluación de la propuesta.	

## 8. Resultados

### 8.1 Identificación de las habilidades, conocimientos y motivaciones específicas de las madres cabeza de hogar en Tuluá que puedan ser aprovechadas en un programa de formación en emprendimiento

#### 8.1.1 *Revisión de literatura sobre estudios previos relacionados*

El primer objetivo de esta investigación busca realizar un análisis de las habilidades, conocimientos y motivaciones particulares de las madres cabeza de hogar en Tuluá, con el fin de identificar aquellos aspectos que puedan ser aprovechados en un programa de formación en emprendimiento. Este análisis es importante, ya que permitirá construir un perfil claro de las beneficiarias y adaptar el programa de manera que responda efectivamente a sus necesidades y potencialidades. Para ello, se partirá de una revisión de la literatura existente sobre estudios previos en torno al emprendimiento en grupos vulnerables, particularmente en mujeres, lo cual proporcionará un marco para entender mejor las características que pueden influir en el éxito de este tipo de iniciativas. Este enfoque permitirá, además, integrar a la comunidad local y generar un impacto positivo en el desarrollo económico y social, superando las condiciones de vulnerabilidad de estas madres.

El análisis de los estudios revisados revela varios factores clave que pueden ser aprovechados para diseñar un programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá, basados en sus habilidades, conocimientos y motivaciones.

El desarrollo de habilidades en mujeres emprendedoras que enfrentan condiciones de vulnerabilidad ha sido una de las estrategias más relevantes en programas de empoderamiento

económico durante la última década. Torres, Hernández y Milburn (2020), por ejemplo, describen cómo iniciativas como DreamBuilder han logrado resultados significativos al enfocarse en capacidades prácticas que realmente se aplican en la vida cotidiana, no solo en teorías empresariales abstractas. En estos espacios, las mujeres no solo aprenden a gestionar pequeños negocios, sino que empiezan a vislumbrar cambios tangibles en su entorno familiar y social. Ahora bien, más allá de la enseñanza técnica, parece crucial —como lo propone Cepeda et al. (2019)— empezar por escuchar, observar y reconocer qué saben hacer estas mujeres, cuáles son sus habilidades cotidianas, a menudo invisibles, pero muy valiosas. Un diagnóstico participativo, por ejemplo, permitiría identificar talentos en producción artesanal, preparación de alimentos, oficios varios, entre otros, que podrían convertirse en la base de proyectos viables con enfoque local.

En cuanto al conocimiento necesario para sostener un emprendimiento a largo plazo, hay vacíos importantes que no se pueden ignorar. Según Arias, Jaramillo y Muquis (2022), muchas mujeres tienen ideas interesantes, incluso propuestas viables, pero se enfrentan a obstáculos al momento de planificar, organizar o comercializar sus productos por falta de nociones en administración, finanzas o mercadeo. Esto lleva a pensar que cualquier iniciativa en Tuluá debe contemplar un componente formativo sólido, pero accesible, sin caer en tecnicismos que alejen a las participantes. Aspectos como la contabilidad básica o la elaboración de un plan de ventas deben explicarse desde lo cotidiano, con ejemplos concretos. En ese mismo sentido, Serrano, Tiuzo y Martínez (2019) aportan otra perspectiva muy potente: la asociatividad. Promover redes de colaboración entre las participantes podría no solo reducir costos y facilitar el acceso a insumos, sino también crear entornos de apoyo emocional y aprendizaje mutuo, que suelen ser tan importantes como el capital financiero.

Sobre las motivaciones, hay que decir que no se trata únicamente de querer emprender por gusto o ambición. Muchas veces, el impulso nace de la necesidad urgente de transformar realidades difíciles. Como muestran los estudios de Sacta et al. (2021) y Arce et al. (2022), para muchas mujeres en situación de vulnerabilidad, emprender es una forma de resistir, de ofrecer algo mejor a sus hijos, de cortar ciclos de pobreza o dependencia. Pero esa motivación interna, aunque poderosa, necesita un entorno que la sostenga. Por eso el acompañamiento no puede ser un detalle menor: debe estar presente desde el inicio y mantenerse, idealmente, en las etapas más críticas del proceso. El acceso a capital semilla es importante, claro, pero también lo es trabajar la confianza, la toma de decisiones, el manejo del fracaso y, en general, esa capacidad de sostenerse en el camino aún cuando las cosas no salen como se esperaba.

Al juntar estas perspectivas, parece evidente que un programa serio de emprendimiento para madres cabeza de hogar no puede limitarse a impartir contenidos estandarizados. Hay que mirar de cerca las historias, los saberes previos y las aspiraciones de cada participante, y a partir de ahí construir una propuesta que realmente les haga sentido. Es ahí donde la intervención cobra profundidad y se convierte en una herramienta de transformación. Si el programa en Tuluá logra captar esa complejidad —si logra combinar lo técnico con lo humano, lo económico con lo emocional—, entonces no solo se estarán formando emprendedoras, sino sembrando nuevas posibilidades de vida para ellas y sus familias.

### ***8.1.2 Diseño de instrumentos de investigación***

**Objetivo del Instrumento:** El objetivo del cuestionario que se aplicó de manera virtual utilizando la plataforma Google Forms es identificar las habilidades, conocimientos y motivaciones específicas de las madres cabeza de hogar en Tuluá que puedan ser aprovechadas en

un programa de formación en emprendimiento (ver Anexo A). El cuestionario permitió obtener datos clave para comprender el perfil emprendedor de las participantes y diseñar una capacitación que responda a sus necesidades.

### **Variables de Interés:**

#### **1. Habilidades:**

- Habilidades técnicas específicas (artesanías, cocina, costura, etc.)
- Habilidades de gestión y administración
- Habilidades interpersonales (comunicación, trabajo en equipo, liderazgo)

#### **2. Conocimientos:**

- Conocimientos en administración y finanzas
- Conocimientos en comercialización y marketing
- Conocimientos en tecnología (manejo de herramientas digitales)

#### **3. Motivaciones:**

- Motivaciones intrínsecas (superación personal, mejorar la calidad de vida familiar)
- Motivaciones extrínsecas (necesidad económica, obtener independencia financiera)
- Expectativas del programa de formación (obtener herramientas técnicas, acceso a capital semilla)

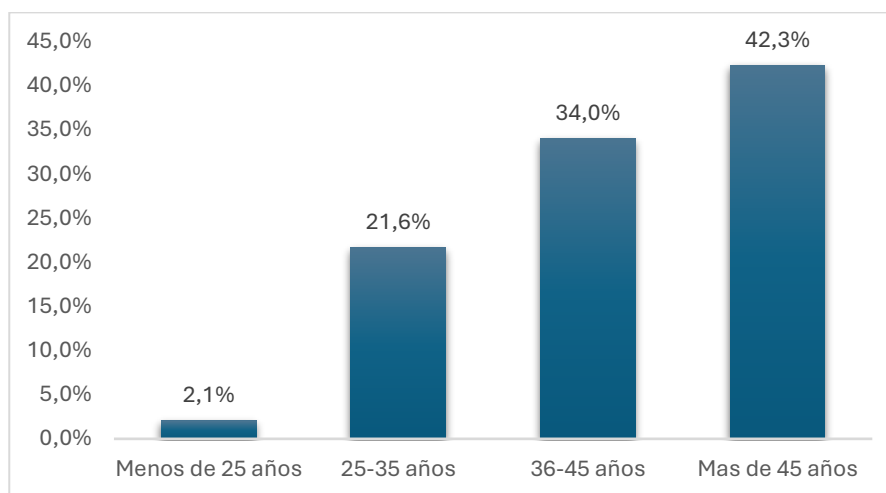
### **8.1.3 Análisis cuantitativo de datos**

Como se señaló anteriormente, la aplicación del cuestionario permitió obtener datos relevantes que brindan la posibilidad de comprender el perfil emprendedor de las participantes y diseñar una capacitación que responda a sus necesidades.

## Sección 1: Información General sobre la estratificación

Con relación a la información general de las personas encuestadas, inicialmente es importante advertir que la muestra estuvo compuesta por 97 mujeres cabeza de hogar, de las cuales el 42,3% tienen más de 45 años, el 34% entre 36 y 45 años, el 21,6% entre 25 y 35 años y solo el 2,1% menos de 25 años (ver Figura 1).

Figura 1. Edad

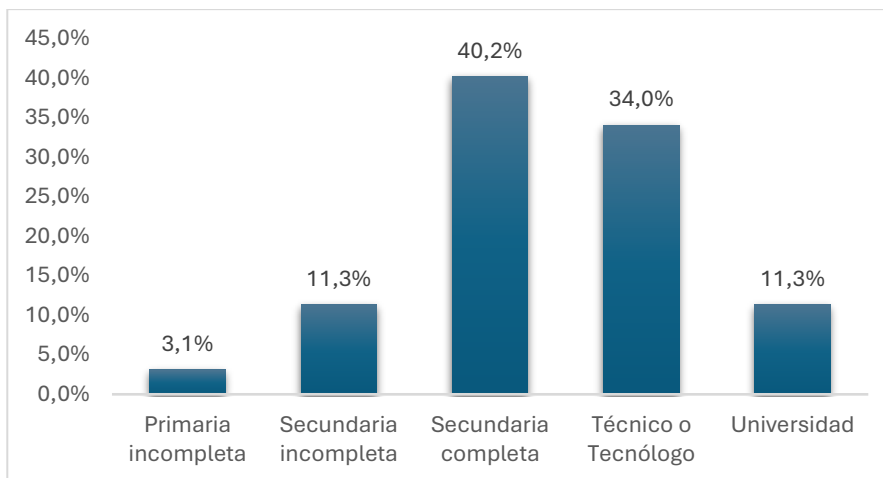


Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

Otro aspecto importante obtenido a través de la encuesta realizada tiene que ver con el nivel educativo de la población objetivo, la cual en su mayoría corresponde a mujeres con un nivel educativo máximo de secundaria completa (40,2%) y técnico o tecnólogo (34%), mientras que solo el 11,3% ha alcanzado el grado universitario (ver Figura 2). en el estudio no se encontraron mujeres sin escolaridad. En cuanto a los rangos de edad y su relación con los niveles educativos, generalmente se estima que: Primaria incompleta: corresponde a personas que no completaron los 5 años de educación primaria, lo cual usualmente abarca edades entre 6 y 11 años; Primaria completa: culmina alrededor de los 11 años; Secundaria incompleta: incluye a quienes cursaron parte de los 6 años de secundaria, generalmente entre los 12 y 16 años; Secundaria completa:

finaliza aproximadamente a los 17 años; Técnico o tecnólogo: es un nivel posterior al bachillerato, que puede alcanzarse generalmente a partir de los 18 años. Esto sirve como referencia para entender los rangos educativos relacionados con las edades en este contexto.

Figura 2. Nivel educativo alcanzado.

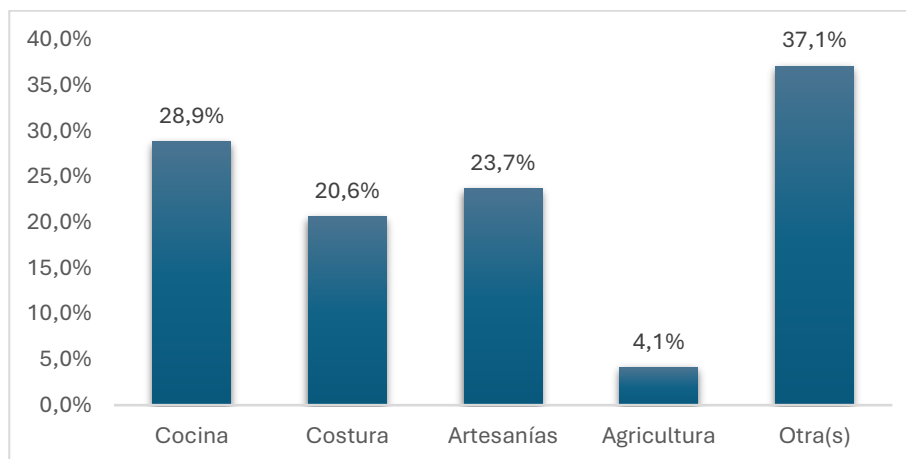


Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

## Sección 2: Habilidades

Con relación a las habilidades, se encontró que el 28,9% de las mujeres cabeza de hogar de Tuluá encuestadas posee habilidades técnicas en cocina, el 23,7% en artesanías y el 20,6% en costura, aunque existe diversidad en este aspecto dado que el 37,1% de la muestra afirma contar con otro tipo de habilidades técnicas variadas, entre las que se destacan el cuidado de niños y adultos mayores, la jardinería y cuidado de plantas, el corte de cabello, peinados, maquillaje y manicure, también la comercialización y ventas (ver Figura 3).

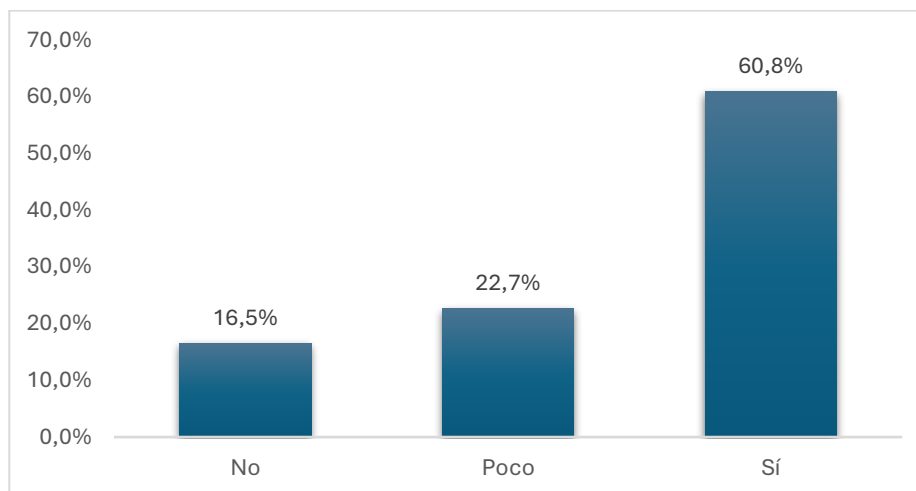
Figura 3. ¿Cuál de las siguientes habilidades técnicas posee?



Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

De otra parte, un resultado importante que se obtuvo tiene que ver con el hecho que el 60,8% de las mujeres cabeza de hogar encuestadas afirma tener experiencia en la gestión o administración de algún negocio, mientras que el 22,7% acepta que tiene poca experiencia y el 16,5% no la tiene (ver Figura 4).

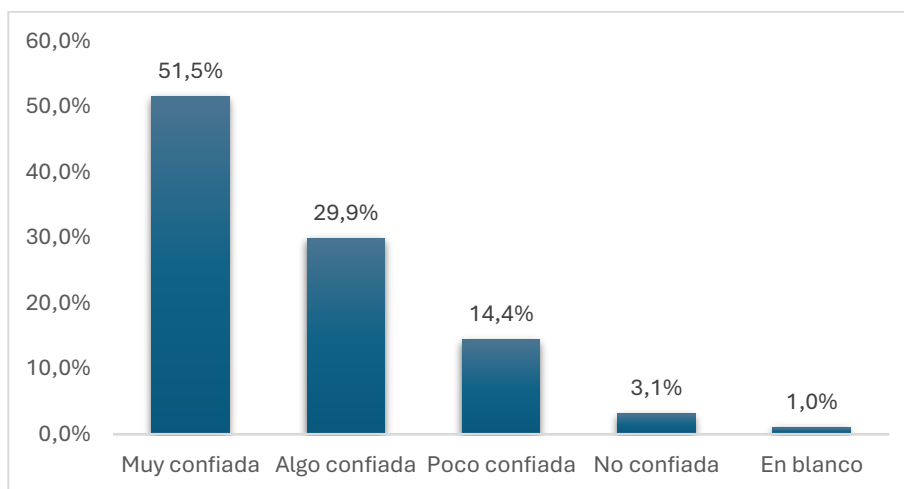
Figura 4. ¿Tiene experiencia en la gestión o administración de algún negocio?



Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

Adicionalmente, el 51,5% de las encuestadas afirma tener mucha confianza respecto a su habilidad para comunicarse eficazmente con otras personas en un entorno empresarial, mientras que el 29,9% se muestra algo confiada y el 14,4% poco confiada (ver Figura 5).

Figura 5. ¿Qué tan confiada se siente en su habilidad para comunicarse eficazmente con otras personas en un entorno empresarial?

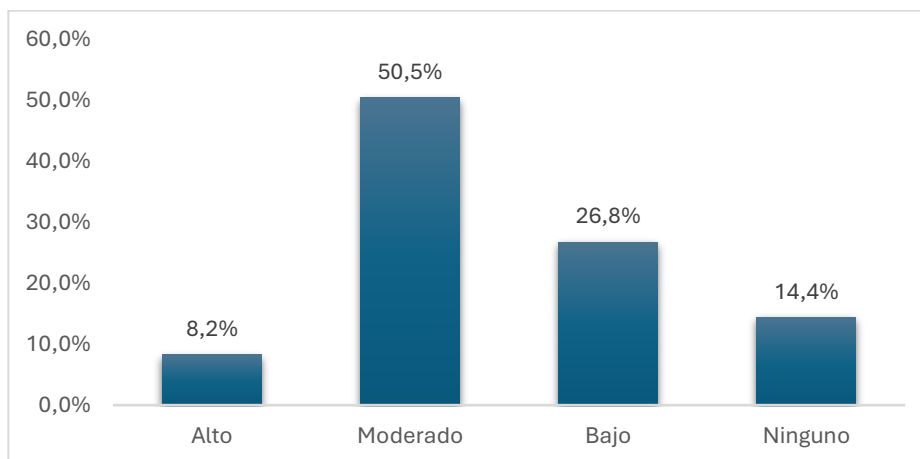


Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

### Sección 3: Conocimientos

En esta sección de la encuesta se indagó sobre los conocimientos de las mujeres cabeza de hogar, al respecto, con relación a la administración y finanzas básicas, el 50,5% de la muestra afirma tener un conocimiento moderado, mientras que el 26,8% y el 14,4% acepta que es bajo o nulo, solo el 8,2% dice que es alto (ver figura 6).

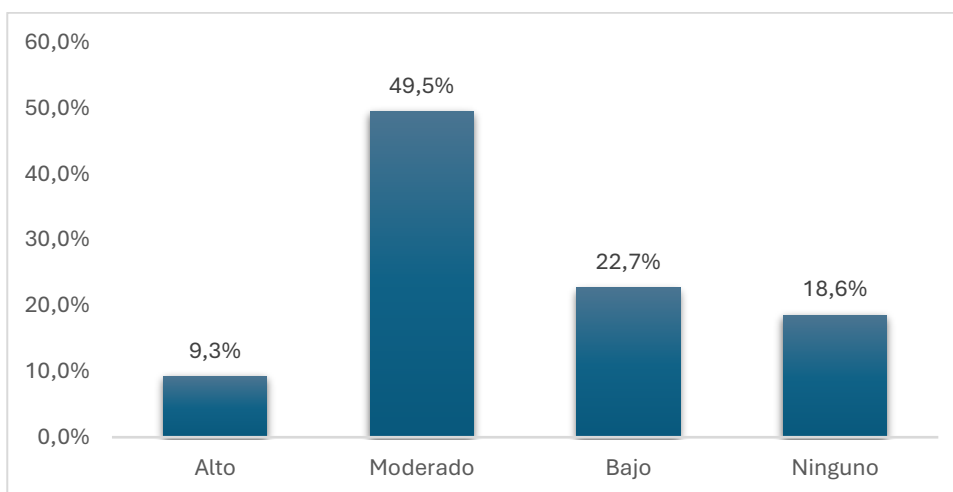
Figura 6. ¿Qué nivel de conocimiento tiene en administración y finanzas básicas?



Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

En lo que respecta al conocimiento sobre estrategias de comercialización y marketing, la tendencia es similar a la anterior, considerando que el 49,5% dice que su conocimiento es moderado, mientras que el 22,7% y el 16,6% acepta que es bajo y nulo respectivamente, solo el 9,3% afirma tener un conocimiento alto en estos aspectos (ver Figura 7).

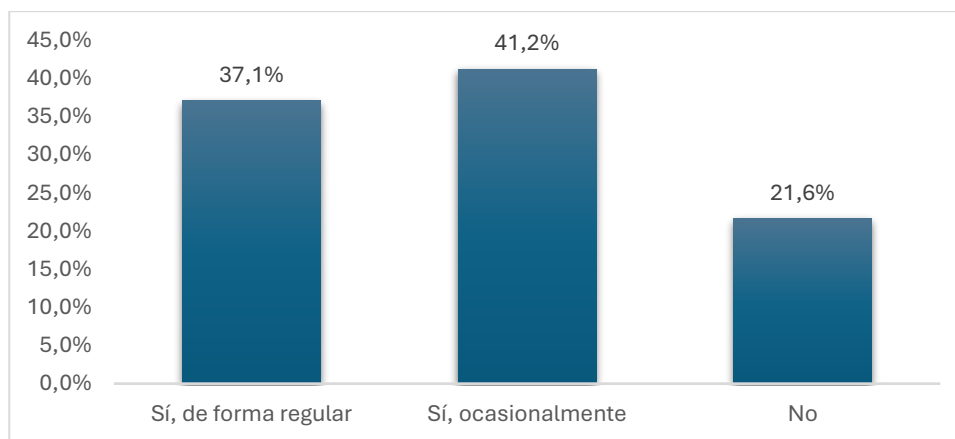
Figura 7. ¿Qué nivel de conocimiento tiene en estrategias de comercialización y marketing?



Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

Por su parte, al indagar sobre la utilización de herramientas digitales como redes sociales, plataformas en línea, entre otros, para la comercialización de productos o servicios, se encontró que el 41,2% lo ha hecho ocasionalmente y el 37,1% de forma regular, sin embargo, un porcentaje elevado correspondiente al 21,6% acepta que no ha utilizado estas herramientas (ver Figura 8).

Figura 8. ¿Ha utilizado alguna herramienta digital (redes sociales, plataformas en línea) para comercializar productos o servicios?

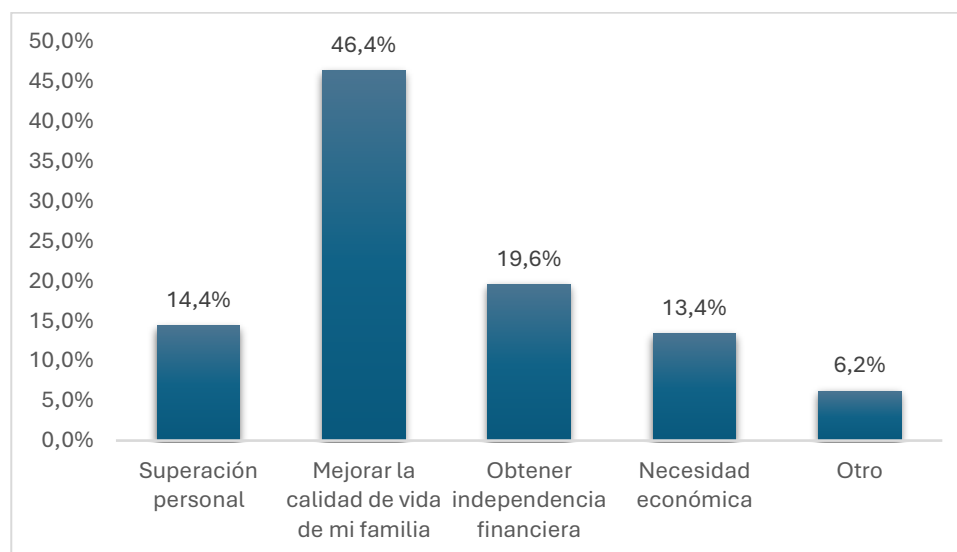


Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

#### Sección 4: Motivaciones

En esta sección se presentan los resultados correspondientes a las motivaciones de las mujeres cabeza de hogar encuestadas en Tuluá. Respecto a la motivación para emprender se encontró que el 46,4% de las mujeres afirma que buscan mejorar la calidad de vida de sus familias, mientras que el 19,6% desean obtener independencia financiera, el 14,4% por superación personal y el 13,4% por necesidad económica (ver Figura 9).

Figura 9. ¿Cuál es su principal motivación para emprender?



Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

Por su parte, al preguntarse sobre lo que las encuestadas esperaban obtener de un programa de formación en emprendimiento, se encontró que la mayoría de ellas (46,4%) buscan obtener conocimientos en administración y finanzas, mientras que el 45,4% esperan tener acceso a financiamiento o capital semilla. El 41,2% también quieren mejorar sus habilidades técnicas, el 36,6% tener acceso a herramientas de marketing y comercialización, mientras que el 21,6% crear redes de apoyo con otras emprendedoras (ver Figura 10).

Figura 10. ¿Qué espera obtener de un programa de formación en emprendimiento? (Seleccione las dos opciones más importantes)

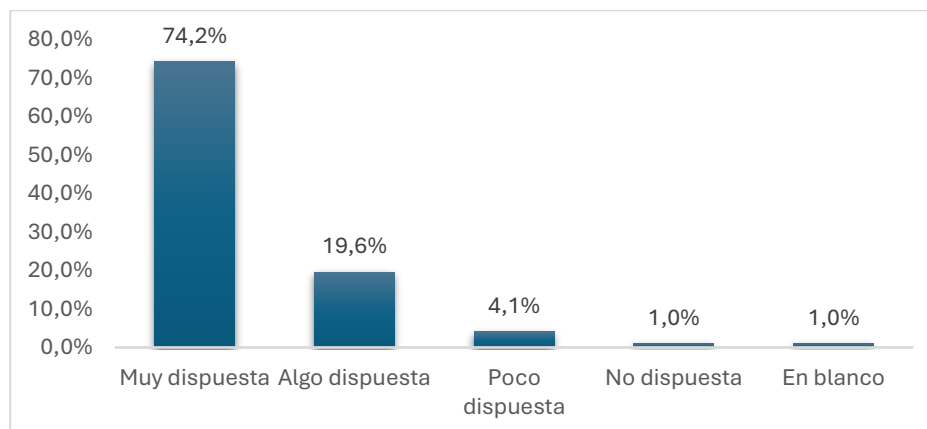


\* Esta pregunta fue de opción de respuesta múltiple, la encuestada podía escoger dos o más opciones.

Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

Dado lo anterior, se preguntó qué tan dispuesta estaría para sacar tiempo para formarse por medio de un programa que involucre talleres presenciales y actividades comunitarias, encontrándose que el 74,2% de las encuestadas muestran una alta disposición, mientras que el 19,6% una menor disposición, contrariamente, el 4,1% y 1% está poco dispuesta o sin disposición respectivamente (ver Figura 11).

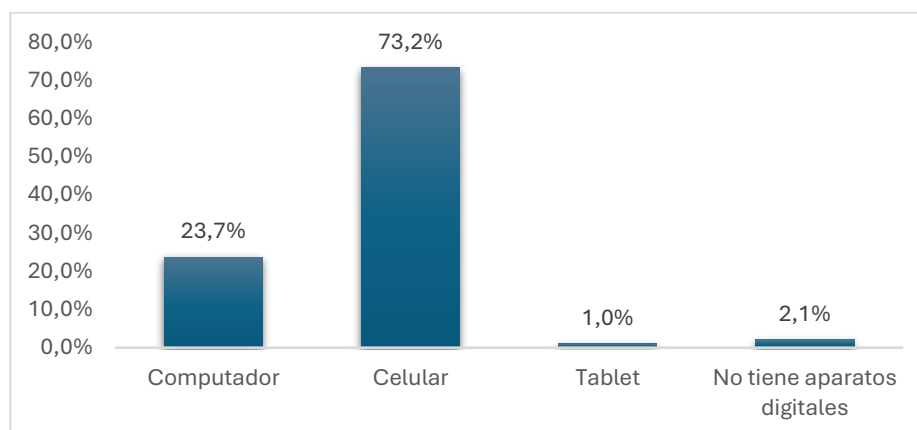
Figura 11. ¿Qué tan dispuesta estaría para sacar tiempo para formarse por medio de en un programa que involucre talleres presenciales y actividades comunitarias?



Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

Finalmente, se preguntó sobre la posesión de aparatos digitales que le permitan acceder al programa de formación, encontrándose que el 73,2% de las mujeres cabeza de hogar tienen celular y solo el 23,7% poseen computador (ver figura 12).

Figura 12. ¿Posee aparatos digitales que le permitan acceder al programa de formación?



Fuente: trabajo de campo elaborado por el autor

### 8.1.4 Análisis cualitativo de datos

El análisis cualitativo de los datos obtenidos en la encuesta a mujeres cabeza de hogar en Tuluá permite profundizar en las interpretaciones y significados detrás de las cifras, permitiendo reconocer algunos aspectos relevantes para el diseño del programa de formación en emprendimiento (ver Tabla 2).

Tabla 2. Análisis cualitativo de datos

<b>Aspecto Analizado</b>	<b>Interpretación Cualitativa</b>
<b>Composición Etaria</b>	Predomina el grupo de mujeres mayores de 36 años, lo que sugiere experiencia de vida y habilidades acumuladas. Sin embargo, podrían enfrentar barreras como falta de tiempo y acceso limitado a recursos tecnológicos.
<b>Nivel Educativo</b>	La mayoría tiene secundaria completa o formación técnica/tecnológica, lo que es adecuado para una capacitación práctica. El bajo acceso a la educación universitaria refuerza la necesidad de programas accesibles y contextualizados.
<b>Habilidades Técnicas</b>	Las habilidades predominantes (cocina, artesanías, costura) representan una oportunidad para emprendimientos específicos. La diversidad de habilidades (cuidado de personas, jardinería, ventas) muestra el potencial para ampliar las opciones.
<b>Experiencia en Negocios</b>	Más del 60% tiene experiencia previa en gestión de negocios, lo que puede ser una base sólida para la capacitación. Sin embargo, aún se necesitan fortalecer áreas como administración, marketing y herramientas digitales.
<b>Confianza Comunicativa</b>	La mayoría muestra confianza para interactuar en entornos empresariales, pero un porcentaje significativo se siente insegura, destacando la necesidad de módulos específicos para mejorar estas habilidades.
<b>Conocimientos en Finanzas y Marketing</b>	Existe un conocimiento moderado en estas áreas, pero las carencias en finanzas básicas y estrategias de comercialización destacan la importancia de incluir estos temas en la capacitación.
<b>Motivaciones</b>	La principal motivación es mejorar la calidad de vida familiar, seguida de la independencia financiera. Esto subraya la necesidad de un enfoque humanista que conecte los aprendizajes con sus aspiraciones personales y sociales.
<b>Disposición y Acceso Digital</b>	La alta disposición a participar en actividades formativas es alentadora. Las limitaciones en acceso a computadores sugieren la necesidad de estrategias de formación híbridas (presencial y virtual) para maximizar la participación.

Este análisis cualitativo complementa la interpretación cuantitativa, resaltando la importancia de diseñar un programa de formación que no solo aborde las habilidades técnicas y necesidades prácticas, sino que también valore las experiencias de vida, motivaciones y aspiraciones de las mujeres cabeza de hogar en Tuluá.

Las mujeres, especialmente aquellas en situación de vulnerabilidad, enfrentan una compleja red de barreras que van más allá de lo económico y se extienden a lo cultural, psicológico y estructural. Muchas de ellas, por ejemplo, evitan solicitar créditos no solo por temor al endeudamiento, sino por una baja autoconfianza y una percepción negativa sobre el sistema financiero: en 2021, el 65% de las mujeres en Colombia no solicitó crédito porque simplemente "no le gusta tener deudas" (Banca de las Oportunidades y CAF, 2024), reflejando una aversión al riesgo condicionada por convenciones sociales y culturales.

A esto se suma el peso abrumador del trabajo doméstico y de cuidado no remunerado, que continúa recayendo principalmente en mujeres y limita sus oportunidades económicas: mientras el 76.7% de los hombres estaban activos laboralmente en 2023, solo el 52% de las mujeres lo estaban (DANE, 2022). Las desigualdades también se manifiestan en el acceso al crédito, donde el 89.8% de mujeres adultas tenía algún producto financiero frente al 96.6% de los hombres, una brecha aún más amplia en zonas rurales (Banca de las Oportunidades y CAF, 2024).

La innovación financiera tampoco ha sido completamente inclusiva, ya que los sistemas tradicionales de evaluación crediticia reproducen sesgos que perjudican a quienes no tienen historial formal, como muchas trabajadoras informales. Además, la falta de redes de apoyo y capital social, sumada a una sobrerrepresentación en empleos precarios y mal remunerados, ahonda su exclusión (Banca de las Oportunidades y CAF, 2024).

Ahora bien, cuando estas condiciones se intersectan con factores étnicos o de discapacidad, la exclusión se multiplica, por ejemplo, en el Valle del Cauca, el 15.1% de la población se reconoce como parte de pueblos étnicos y las mujeres afrodescendientes o indígenas enfrentan mayores tasas de pobreza, analfabetismo y negación de empleo por motivos étnicos; el 51.3% de los afrocolombianos, por ejemplo, mencionó que su etnia fue la razón por la que no fueron contratados (Betancourt, 2023). Las mujeres con discapacidad, que representan el 49.9% de las personas registradas con discapacidad en el departamento, enfrentan barreras aún más severas: el 16.2% no tiene ningún nivel educativo, y el 82.1% de quienes cuidan a personas con discapacidad también son mujeres, lo que perpetúa ciclos de dependencia económica y exclusión social (DANE, 2022).

Estas realidades demuestran que cualquier política que pretenda ser efectiva debe tener una mirada interseccional y reconocer que la desigualdad de género no es una línea recta, sino una trama de factores que se entrecruzan y profundizan la brecha de acceso a derechos, ingresos y oportunidades reales.

## **8.2 Elaborar la estructura curricular del programa de formación en emprendimiento adaptado a las habilidades y motivaciones identificadas, proporcionando herramientas prácticas y teóricas que fortalezcan las capacidades empresariales de las participantes.**

El programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá se ha diseñado para capitalizar las barreras, habilidades y motivaciones específicas de las participantes, desarrollando tanto su potencial empresarial como su capacidad para generar ingresos sostenibles que permita, además, superar las barreras sociales que enfrentan. El enfoque del programa será práctico y teórico, proporcionando una base sólida en conceptos clave de emprendimiento mientras se trabaja en el fortalecimiento de habilidades blandas, indispensables para la gestión exitosa de

un negocio. La estructura del programa incluye módulos progresivos que abarcan desde la conceptualización de ideas de negocio hasta la implementación y sostenibilidad de los emprendimientos.

### **8.2.1 *Diseño de la estructura y contenidos del programa de formación***

El programa se estructura en **seis módulos** principales, desarrollados en un periodo de **cuatro meses**, con sesiones semanales de formación teórico-práctica. Cada módulo incluye evaluaciones prácticas, ejercicios colaborativos y acceso a tutorías personalizadas.

Tabla 3. Estructura y contenidos del programa de formación.

<b>Módulo</b>	<b>Objetivo del módulo</b>	<b>Contenido específico</b>	<b>Duración estimada</b>
<b>Módulo 1.</b> <b>Autoconocimiento y motivación personal</b>	Identificar habilidades, intereses y motivaciones individuales desde una perspectiva de empoderamiento y superación de barreras personales, sociales y culturales.	Evaluación de competencias personales mediante FODA, teoría RIASEC e Ikigai. Reconocimiento de barreras psicosociales y brechas de género que afectan el desarrollo emprendedor (mentalidad, autoestima, miedo al crédito). Talleres de autoestima, autoconfianza y propósito de vida en clave de empoderamiento económico. Definición de metas personales y empresariales conectadas con calidad de vida (salud, economía, relaciones, propósito).	2 semanas (total módulo)

<b>Módulo</b>	<b>Objetivo del módulo</b>	<b>Contenido específico</b>	<b>Duración estimada</b>
<b>Módulo 2. Introducción al emprendimiento y desarrollo de la idea de negocio</b>	Guiar la creación de ideas de negocio viables, basadas en talentos existentes y conectadas con las necesidades reales del entorno.	<p>Análisis territorial y del entorno: oportunidades desde el barrio hasta la región.</p> <p>Técnicas para la generación de ideas desde saberes previos (cuidado, cocina, confección).</p> <p>Desarrollo del Modelo de Negocio Canvas.</p> <p>Construcción de la Propuesta de Valor centrada en la resolución de necesidades reales.</p> <p>Técnicas de validación de ideas mediante herramientas del enfoque Lean Startup.</p>	2 semanas (total módulo)
<b>Módulo 3. Planificación financiera y gestión de recursos</b>	Fortalecer las competencias financieras desde una base de educación financiera práctica, reconociendo barreras de acceso y uso de instrumentos financieros por parte de mujeres.	<p>Relación entre finanzas personales y del emprendimiento.</p> <p>Contabilidad básica adaptada a microempresas.</p> <p>Elaboración de presupuestos personales y empresariales.</p> <p>Identificación de tipos de negocios y estructuras de costos/rentabilidad.</p> <p>Diagnóstico participativo sobre nivel de bancarización, ahorro, crédito y causas de exclusión financiera.</p> <p>Acceso a fuentes de financiamiento alternativas y estrategias para evitar la</p>	4 semanas (total módulo)

<b>Módulo</b>	<b>Objetivo del módulo</b>	<b>Contenido específico</b>	<b>Duración estimada</b>
		dependencia del crédito informal.	
<b>Módulo 4. Habilidades de comercialización y marketing digital</b>	Desarrollar capacidades para comercializar productos o servicios, incorporando herramientas digitales, estrategias de venta y uso práctico de la tecnología.	<p>Estrategias de venta efectiva con enfoque en la relación con el cliente.</p> <p>Introducción al marketing digital: uso funcional de redes sociales (Facebook, Instagram).</p> <p>Creación y gestión de perfiles comerciales atractivos.</p> <p>Aproximación a la inteligencia artificial y herramientas tecnológicas, con reconocimiento de barreras de acceso, uso y confianza.</p> <p>Construcción de redes de contacto y networking con propósito estratégico.</p> <p>Reputación y marca personal como dimensión transversal del emprendimiento (no limitada al entorno digital).</p>	2 semanas (total módulo)
<b>Módulo 5. Gestión operativa y aspectos legales del emprendimiento</b>	Capacitar en procesos operativos, legales y administrativos fundamentales para la sostenibilidad legal y organizativa del emprendimiento.	<p>Gestión microempresarial cotidiana: planificación, dirección y control.</p> <p>Introducción al Cuadro de Mando Integral e interpretación de indicadores clave.</p> <p>Uso de herramientas tecnológicas para la gestión</p>	2 semanas (total módulo)

Módulo	Objetivo del módulo	Contenido específico	Duración estimada
		<p>operativa: Trello, Google Drive, Dropbox.</p> <hr/> <p>Trámites de formalización empresarial: tipos de empresa, Cámara de Comercio, RUT, licencias.</p> <hr/> <p>Comprensión de los efectos de la informalidad y beneficios de la legalización.</p> <hr/> <p>Inclusión del enfoque de sostenibilidad: impactos económicos, sociales y ambientales del negocio.</p> <hr/> <p>Consolidación del Plan de Negocio como herramienta estratégica y evolutiva.</p>	
<b>Módulo 6. Habilidades blandas: liderazgo y consolidación del equipo</b>	Fortalecer las competencias personales e interpersonales necesarias para liderar, trabajar en equipo y sostener redes de apoyo eficaces.	<p>Desarrollo de liderazgo femenino desde una visión de superación de brechas emocionales y de comunicación.</p> <hr/> <p>Comunicación asertiva, gestión del tiempo, toma de decisiones, resiliencia.</p> <hr/> <p>Formación de equipos: asociaciones, alianzas y colaboración estratégica.</p> <hr/> <p>Gerencia del talento humano en microemprendimientos.</p> <hr/> <p>Redes familiares e institucionales como soporte</p>	4 semanas (total módulo)

<b>Módulo</b>	<b>Objetivo del módulo</b>	<b>Contenido específico</b>	<b>Duración estimada</b>
		para la sostenibilidad del emprendimiento.	

Fuente: elaboración del autor.

Tabla 4. Componentes transversales del programa

<b>Componente</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Contenidos</b>	<b>Aplicación</b>
<b>Metodología de enseñanza</b>	Asegurar el aprendizaje participativo y significativo.	- Talleres colaborativos y empresariales - Simulaciones - Estudios de caso - Tutorías presenciales y virtuales	Aplicada en todos los módulos
<b>Evaluación y seguimiento</b>	Medir la apropiación del conocimiento y acompañar el proceso emprendedor posterior.	- Evaluaciones prácticas por módulo - Proyectos colaborativos - Presentación final del Plan de Negocio ante aliados - Mentorías por 2 meses posteriores al cierre	Durante y después del programa

Fuente: elaboración del autor.

### **8.2.2 *Análisis del impacto de los módulos de formación en la población objetivo***

#### **Módulo 1: Autoconocimiento y motivación personal**

Este primer módulo se fundamenta en una premisa clave para la promoción del emprendimiento femenino con enfoque diferencial: muchas mujeres, especialmente aquellas que son cabeza de hogar o se encuentran en situación de vulnerabilidad, han construido su identidad en función de roles impuestos social y culturalmente, como cuidadoras o proveedoras, y han visto limitadas sus posibilidades de desarrollo personal y profesional. Esta configuración no es casual ni subjetiva: estudios recientes evidencian que la sobrecarga de trabajo doméstico y de cuidado no

remunerado es una de las principales barreras estructurales que enfrentan las mujeres para participar de manera autónoma en espacios económicos. En Colombia, el 61% de las mujeres fuera del mercado laboral se dedican exclusivamente a estas labores, frente al 17% de los hombres. Además, muchas no accedieron a educación media o superior, o lo hicieron en condiciones de desventaja, lo cual afecta su confianza y percepción de sí mismas como agentes capaces de transformar su entorno.

Frente a este panorama, el módulo busca reconfigurar esa narrativa, no desde el discurso idealizado, sino desde el reconocimiento real de las barreras y la construcción de herramientas que fortalezcan la autoestima, la autopercepción y el propósito de vida. Para ello, se integran ejercicios de autodiagnóstico personal FODA, con el objetivo de identificar con honestidad fortalezas internas, limitaciones personales, amenazas del contexto y oportunidades que puedan aprovecharse desde sus realidades. Esta herramienta se convierte en punto de partida para planificar no solo proyectos de negocio, sino también trayectorias de vida más coherentes con sus aspiraciones y capacidades.

En respuesta a la desconfianza en sus propias habilidades —una barrera psicológica ampliamente documentada en mujeres emprendedoras— se incorpora el modelo RIASEC de John Holland, que permite a las participantes explorar sus intereses vocacionales de forma empática y sin prejuicios, comprendiendo si su perfil se alinea más con lo artístico, lo investigativo, lo práctico, lo social o lo emprendedor, lo cual favorece la toma de decisiones informadas sobre sus metas laborales. A esto se suma el modelo japonés de propósito vital Ikigai, como brújula de sentido y sostenibilidad, clave para promover emprendimientos con propósito y visión a largo plazo. La evidencia muestra que las mujeres con una motivación vinculada a propósitos sociales o

familiares suelen tener mayor perseverancia, incluso en contextos de precariedad (ONU Mujeres, 2022).

Este módulo, además, responde a una necesidad esencial: muchas mujeres cabeza de hogar han desarrollado mecanismos de defensa frente al rechazo, la exclusión o la violencia simbólica y económica, lo que ha derivado en actitudes de resignación o baja motivación. No es casual que el 65% de las mujeres en Colombia no soliciten crédito por miedo al endeudamiento, según datos de inclusión financiera de 2021. Por ello, trabajar la autoestima y el sentido del merecimiento se vuelve un eje transversal del módulo. Una mujer que reconoce su valor interno está en mejor disposición para enfrentar los retos del mercado, tomar decisiones y avanzar hacia su empoderamiento económico.

Finalmente, el módulo no separa lo personal de lo profesional, porque no es posible emprender un negocio sin integrar de manera consciente los otros pilares que sustentan la vida: la salud física y emocional, las relaciones personales, el crecimiento continuo y la aportación social. En contextos de alta vulnerabilidad, las mujeres emprenden por necesidad, pero solo logran sostener sus proyectos si cuentan con una estructura vital sólida, un entorno que les brinde soporte y una comprensión clara de lo que desean alcanzar y por qué. Este módulo, entonces, no solo forma, sino que repara y resignifica, permitiendo que el emprendimiento sea una vía para reconstruir no solo ingresos, sino también identidad, dignidad y autonomía.

## **Módulo 2: Introducción al emprendimiento y desarrollo de la idea de negocio**

Este segundo módulo marca el tránsito del reconocimiento personal a la proyección productiva, y lo hace con una apuesta clara: construir una idea de negocio viable desde las capacidades existentes de las mujeres participantes, pero reconociendo también el peso real de las

barreras que históricamente han limitado su acceso al emprendimiento. El diseño parte de una constatación ampliamente documentada: muchas mujeres cabeza de hogar, particularmente en contextos rurales o populares, se enfrentan a la dificultad de convertir sus saberes y oficios en modelos de negocio sostenibles, no por falta de talento o interés, sino por obstáculos como la ausencia de capital social, la baja autoconfianza, la aversión al riesgo económico y la sobrecarga por la economía del cuidado. A lo anterior se suman brechas de acceso a servicios financieros, tecnologías o redes de apoyo, lo que configura un terreno desigual en términos de condiciones para emprender.

Por ello, este módulo no se limita a enseñar “cómo emprender”, sino que parte desde una base profundamente realista: lo que las mujeres ya saben hacer —cocinar, coser, cuidar, tejer, organizar— no es menor ni improvisado. Son saberes adquiridos, muchas veces por necesidad, que este espacio resignifica como activos estratégicos. En lugar de imponer modelos externos, se reconoce el conocimiento situado de cada mujer, lo que reduce la curva de aprendizaje y previene el abandono prematuro del proceso. De hecho, estudios recientes muestran que más del 65% de las mujeres en contextos vulnerables prefieren emprender con lo que ya conocen, como mecanismo para reducir el miedo al fracaso y sortear las barreras de financiamiento formal, las cuales afectan especialmente a mujeres sin historial crediticio o con ingresos informales.

El módulo inicia con un análisis del entorno que no se queda en la superficie. A través de herramientas accesibles, se enseña a observar críticamente el mercado local, reconociendo brechas reales en bienes y servicios que puedan ser resueltas desde sus capacidades. Este ejercicio tiene un impacto importante, pues según datos de ONU Mujeres y Confecámaras, las mujeres tienden a emprender en sectores saturados o poco rentables si no cuentan con apoyo técnico para identificar

oportunidades. Por eso, aquí se promueve una lectura estratégica del territorio —desde las condiciones regionales hasta el barrio o corregimiento— como fuente de ideas con viabilidad.

La creatividad, en este módulo, se entiende no como talento innato, sino como capacidad entrenable. Se activan dinámicas de ideación guiada, pensamiento divergente y resolución de problemas, porque muchas mujeres han sido socializadas bajo esquemas que castigan el error y frenan la innovación. Además, se incorpora el desarrollo de propuestas de valor mediante el modelo Canvas, una herramienta que no solo permite estructurar ideas, sino visualizar el propósito, los recursos, los canales y los clientes potenciales. Esto es clave para superar una barrera común: el desconocimiento de aspectos operativos del negocio, lo que en muchas emprendedoras genera inseguridad, informalidad prolongada o baja rentabilidad.

Posteriormente, se introduce el enfoque Lean Startup, adaptado a contextos con escasos recursos. Esta metodología, centrada en la validación temprana y los ajustes progresivos, resulta particularmente útil para mujeres que no cuentan con capital suficiente para grandes inversiones y que, por su experiencia previa, son más cautelosas ante el riesgo. La alta aversión al endeudamiento en mujeres —documentada en estudios de inclusión financiera, donde el 65% de las consultadas evita solicitar crédito formal— hace que este enfoque sea no solo pertinente, sino necesario para disminuir la ansiedad ante la incertidumbre y promover el aprendizaje como eje del proceso.

Este módulo, en suma, responde de forma concreta a barreras estructurales que no pueden ignorarse: desde la falta de redes de apoyo hasta la exclusión del sistema financiero, pasando por la carga del cuidado no remunerado, la desconfianza en sí mismas, los sesgos culturales sobre el rol productivo de la mujer y la poca valorización de sus saberes. A través de una ruta formativa flexible, situada y validada en la experiencia, se busca que cada mujer transforme su capacidad de hacer en una oportunidad real de generar ingresos y construir autonomía económica. No se trata

solo de enseñar a emprender, sino de abrir camino a modelos de negocio posibles, sostenibles y profundamente conectados con su historia de vida.

### **Módulo 3: Planificación financiera y gestión de recursos**

Aunque este módulo aborda contenidos de carácter técnico, representa en realidad uno de los puntos de mayor transformación dentro del programa, ya que enfrenta de manera directa una de las barreras más persistentes que enfrentan las mujeres cabeza de hogar: la limitada educación financiera. Esta restricción, que suele estar normalizada o invisibilizada, constituye un factor estructural que condiciona no solo la viabilidad de los emprendimientos, sino la autonomía económica personal. Diversos estudios indican que las mujeres, especialmente en entornos de vulnerabilidad, tienen una menor exposición a contenidos de planificación financiera formal y una participación más baja en el sistema financiero: para 2023, solo el 89.8% de mujeres adultas en Colombia contaba con al menos un producto financiero, frente al 96.6% de los hombres, una brecha de casi siete puntos porcentuales. Pero más preocupante aún es que muchas de esas cuentas de ahorro son inactivas o se usan solo para recibir transferencias de programas sociales, no como herramientas activas de gestión financiera.

Esta distancia con el sistema financiero no se debe únicamente a la falta de ingresos, sino también a una profunda desconfianza y a una relación ambigua con el dinero. Según encuestas nacionales, una proporción significativa de mujeres afirma que “no le gusta tener deudas” (65%) y evita deliberadamente el crédito formal, por miedo al endeudamiento o por la complejidad percibida del proceso. Asimismo, muchas no acceden a crédito porque no cuentan con comprobantes de ingresos, historial laboral o garantías, lo cual las expone a la informalidad

financiera o a prácticas riesgosas como los préstamos “gota a gota”. Estas barreras, al no ser tratadas de forma explícita, perpetúan una brecha que impide el crecimiento de iniciativas económicas lideradas por mujeres.

Por ello, este módulo ha sido diseñado para abordar, desde la base, el vacío estructural de educación financiera. Aquí no se asume que las participantes ya entienden conceptos como liquidez, capital de trabajo, tasa de interés o punto de equilibrio, sino que se parte de un diagnóstico sencillo pero profundo de su relación actual con el dinero, tanto en el plano personal como productivo. Se propone un enfoque de aprendizaje vivencial que conecte sus rutinas cotidianas con las nociones de presupuesto, planificación, ahorro y uso estratégico de recursos. El principio pedagógico que lo sustenta es claro: no se trata de imponer saberes técnicos, sino de traducirlos a su contexto.

El módulo introduce, de manera gradual, los fundamentos de la contabilidad simplificada para microemprendimientos, haciendo énfasis en la separación de las finanzas personales y del negocio, una de las prácticas más difíciles de consolidar pero también más determinantes para la sostenibilidad. También se incluyen herramientas para la elaboración de presupuestos, registro de ingresos y egresos, y toma de decisiones sobre precios, costos y utilidad, todo en función del ciclo real de cada negocio. En paralelo, se promueve una reflexión profunda sobre los hábitos financieros existentes, el manejo de efectivo y las prioridades de gasto, no como un juicio moral, sino como un espacio de toma de conciencia.

Un componente clave es la exploración de fuentes de financiación alternativas, más allá del crédito bancario tradicional, reconociendo que muchas mujeres no acceden a este por falta de garantías o por experiencias previas negativas. Por eso se analizan mecanismos como el ahorro comunitario, los fondos rotatorios, las cooperativas, el crowdfunding local y los programas

públicos de apoyo a emprendedoras, junto con estrategias para mejorar el perfil financiero: creación de historial crediticio, uso responsable de productos financieros y acceso progresivo a fuentes de mayor volumen. Se fomenta, además, la comprensión de los costos reales de endeudarse y las formas de evaluar cuándo un préstamo es una herramienta útil y cuándo puede convertirse en una carga.

Finalmente, el módulo incorpora una dimensión emocional y social de las finanzas que rara vez se aborda: el miedo al fracaso financiero, la vergüenza asociada al manejo del dinero, y la sensación de que las mujeres deben priorizar siempre las necesidades de otros por encima de las propias. Al reconocer estas tensiones, se construyen espacios seguros para resignificar la relación con los recursos, reconociendo que la gestión financiera no es solo una competencia técnica, sino también una práctica de autonomía y poder.

En síntesis, este módulo propone una alfabetización financiera con enfoque de género, contextualizada y práctica, que reconoce las brechas existentes pero también las posibilidades de transformación. No se trata de reproducir un modelo estándar de formación empresarial, sino de generar capacidades reales y sostenibles para que cada mujer tome decisiones informadas, planifique con claridad y administre sus recursos desde el conocimiento, la confianza y la dignidad.

#### **Módulo 4: Habilidades de comercialización y marketing digital**

Con frecuencia se asume que tener un producto de calidad basta para venderlo, pero lo cierto es que muchas mujeres emprendedoras encuentran mayores dificultades en el momento de comercializar que en el de producir. Este módulo nace precisamente de esa realidad. Se plantea como una herramienta para que las madres cabeza de hogar adquieran competencias básicas y funcionales para conectar de manera efectiva con sus potenciales clientes, comprender su entorno

comercial, y posicionar sus productos de forma estratégica, tanto en entornos físicos como digitales.

Uno de los principales retos identificados es el bajo conocimiento previo sobre estrategias de venta, comunicación comercial y canales de difusión. Muchas mujeres expresan no sentirse seguras al momento de promocionar lo que hacen o no saber cómo identificar y acercarse a su cliente ideal. Además, el entorno tecnológico suele percibirse como lejano, complejo o “para otros”, lo que genera una mezcla de desconocimiento, temor y baja autoconfianza. Estas barreras no son menores y deben ser reconocidas explícitamente, ya que según estudios recientes del DANE y la CEPAL, la brecha digital en mujeres en situación de vulnerabilidad no solo es de acceso, sino de uso y apropiación significativa de la tecnología. La alfabetización digital, por tanto, debe estar cruzada por un enfoque empático y realista, donde se reconozcan los miedos legítimos y las limitaciones materiales que muchas enfrentan.

Desde allí, el módulo aborda contenidos progresivos. Comienza por las bases de la comercialización tradicional: identificar el mercado potencial, comprender al cliente, diseñar una propuesta de valor clara y diferenciar el producto frente a la competencia. Se fortalece la comunicación verbal y no verbal, la seguridad en las ventas presenciales, y la capacidad de generar experiencias de valor para el cliente. Se promueve también la comprensión del entorno comercial cercano (mercados locales, ferias, redes de vecinos, grupos solidarios), que puede ser el punto de partida de un proceso más amplio.

Posteriormente, se introduce el componente digital, pero no como una imposición, sino como una oportunidad gradual. Las participantes aprenden a crear perfiles comerciales en redes sociales, especialmente en Facebook e Instagram, entendiendo sus funcionalidades básicas y cómo convertir esas plataformas en canales activos de promoción. El uso de la inteligencia artificial, más

que imponerlo como una moda, se presenta como una herramienta accesible y al servicio de sus necesidades concretas: diseñar piezas gráficas, redactar textos para publicaciones, analizar tendencias o automatizar respuestas. Sin embargo, se hace reconociendo las brechas de entrada, por lo que se prioriza el acompañamiento, el lenguaje sencillo y la práctica constante. No se trata solo de mostrar herramientas, sino de crear confianza en su uso.

Un énfasis particular se pone en el fortalecimiento de redes sociales en el sentido más amplio: vínculos colaborativos, conexiones con otras emprendedoras, referentes positivos y alianzas locales. Esta dimensión del capital relacional es esencial, ya que muchas veces el aislamiento y la falta de contactos estratégicos impiden la consolidación de negocios. La creación de redes de apoyo no solo facilita la comercialización, sino que también construye comunidad y resiliencia.

En paralelo, se trabaja con un concepto transversal: la construcción de la marca personal. Aquí se amplía el enfoque solicitado por el jurado: no se limita al ámbito digital, sino que se vincula con la forma en que cada mujer se presenta, se proyecta y es percibida en su comunidad. Se reflexiona sobre los valores que transmite su producto, la coherencia entre lo que se dice y lo que se ofrece, y la reputación que va construyendo a lo largo del tiempo. Este componente de marca se aborda de manera integral —consciente, estratégica y emocional— como una extensión de su identidad emprendedora.

De acuerdo con lo anterior, este módulo busca superar la lógica tradicional del marketing enseñado desde el tecnicismo, para transformarse en una experiencia pedagógica centrada en las necesidades reales de las mujeres, que fortalece sus capacidades de conexión con el mercado, amplía sus herramientas de visibilidad, y contribuye a cimentar su confianza para sostener el crecimiento de sus negocios en el tiempo.

## **Módulo 5: Gestión operativa y aspectos legales del emprendimiento**

Uno de los desafíos más comunes en los procesos de emprendimiento liderados por mujeres en situación de vulnerabilidad es la gestión operativa. Muchas veces, las ideas surgen con entusiasmo, pero sin una estructura mínima que les permita sostenerse en el tiempo. Este módulo tiene como objetivo brindar herramientas prácticas y comprensibles para que las participantes no solo organicen y formalicen sus negocios, sino que también los gestionen con visión, planificación y responsabilidad jurídica.

Se parte de una noción realista de la gerencia en contextos de microemprendimientos, alejada de los tecnicismos empresariales convencionales. Aquí, la gestión se concibe como ese arte cotidiano de planear lo que se necesita, organizar lo disponible, dirigir lo posible y corregir cuando es necesario. A partir de esta lógica sencilla pero poderosa, las mujeres aprenden a identificar sus tareas clave, establecer rutinas de seguimiento y evaluar con criterios básicos el desempeño de su negocio. Para ello, se introduce de manera amigable el concepto de Cuadro de Mando Integral, con indicadores adaptados a la escala de sus iniciativas y enfocados en facilitar la toma de decisiones sin generar confusión o sobrecarga.

El módulo también incorpora herramientas tecnológicas básicas que permiten agilizar y ordenar la gestión, como el uso de Trello para la administración de tareas, o plataformas de almacenamiento en la nube como Google Drive o Dropbox. Muchas de estas herramientas suelen ser desconocidas para las participantes, por lo que se presentan de forma gradual y vinculadas a situaciones concretas de su experiencia como emprendedoras.

Un componente central de este módulo es el proceso de formalización. En Colombia, emprender de manera legal puede parecer abrumador por la cantidad de trámites y conceptos involucrados, razón por la cual muchas mujeres optan por permanecer en la informalidad. Para

contrarrestar esto, se explican de forma clara y sencilla los pasos básicos para formalizar un negocio: desde los servicios de la Cámara de Comercio, las clases de empresas más accesibles, hasta el registro del RUT y otras obligaciones tributarias o licencias. Se busca, ante todo, desmitificar la formalización y mostrar sus beneficios, no solo legales sino también comerciales y de acceso a oportunidades.

Ahora bien, el módulo no se detiene en la legalidad como meta final, sino que propone un enfoque más amplio y comprometido con el entorno: la sostenibilidad. Este concepto, tal como lo sugiere el jurado, se aborda aquí como una visión integral que debe estar presente desde el nacimiento del emprendimiento. Se invita a las participantes a reflexionar sobre tres dimensiones fundamentales:

- Económica, en cuanto a la viabilidad del negocio y su capacidad de generar ingresos constantes que mejoren su calidad de vida sin depender de subsidios.
- Social, al reconocer el impacto que sus actividades pueden tener en otras mujeres, en sus comunidades y en sus propias familias. Se promueve que sus iniciativas, además de ser rentables, aporten valor social, generen empleo local o se articulen con redes de colaboración femenina.
- Ambiental, incentivando prácticas responsables con el entorno, como la reducción de residuos, el uso eficiente de recursos o la elección de materias primas sostenibles, según la naturaleza del negocio.

Esta mirada hacia la sostenibilidad busca que las mujeres comprendan que su emprendimiento no es solo un medio de subsistencia, sino una plataforma con potencial para transformar su entorno inmediato, influir en otras vidas y contribuir a un desarrollo más justo y equitativo.

Finalmente, como punto de cierre, se consolida el Plan de Negocio. A diferencia de los enfoques tradicionales donde este documento se presenta como un requisito de cierre, aquí se construye como una guía flexible y orgánica que ha sido nutrida por los aprendizajes de cada módulo anterior. En este momento, se analiza como un todo coherente, con mirada crítica y sentido estratégico, permitiendo que cada mujer proyecte su iniciativa con claridad, solidez y capacidad de adaptación.

### **Módulo 6:** Habilidades blandas: Liderazgo y consolidación del equipo.

Las habilidades blandas, frecuentemente subestimadas en los programas de formación técnica o empresarial, constituyen en realidad uno de los pilares más frágiles pero más determinantes en el proceso emprendedor, especialmente para mujeres cabeza de hogar en contextos de vulnerabilidad. Este módulo reconoce que, más allá de dominar aspectos contables o legales, las emprendedoras deben fortalecerse como líderes, gestoras de emociones, comunicadoras efectivas y constructoras de redes, habilidades que no solo facilitan su crecimiento empresarial, sino que transforman su percepción de sí mismas.

Ahora bien, este trabajo no puede ser generalizado ni tratarse como una capacitación estándar. Diversas investigaciones en Colombia y América Latina han demostrado que las mujeres emprendedoras enfrentan barreras emocionales y sociales que afectan directamente el desarrollo de sus habilidades interpersonales. Por ejemplo, el estudio “Mujeres, barreras y emprendimiento” (WWB Colombia, 2022) muestra que más del 60% de las mujeres encuestadas señalaron como obstáculos clave su baja autoconfianza, el temor a equivocarse y el miedo a ser juzgadas por su entorno familiar o comunitario. A esto se suma el dato revelador de ProMujer (2023), que indica que el 47% de las mujeres emprendedoras en contextos urbanos periféricos han abandonado al

menos un intento de negocio debido a la falta de redes de apoyo emocional y la dificultad para manejar conflictos en sus relaciones laborales o familiares.

Con estos insumos como base, este módulo parte del reconocimiento de esas brechas reales —no supuestas— para diseñar una formación enfocada en el fortalecimiento de la autoestima, la confianza y la capacidad de agencia de las mujeres. Las participantes trabajan primero en su liderazgo personal, entendiendo este no como la habilidad de “mandar”, sino como la capacidad de influir positivamente, tomar decisiones con convicción y mantenerse firmes frente a los desafíos, incluso en entornos adversos. Esto se traduce en el desarrollo de competencias como la autogestión emocional, la comunicación asertiva, el manejo del tiempo y la resiliencia.

Otro componente fundamental es la formación en trabajo colaborativo. Se reconoce que muchas mujeres cabeza de hogar han enfrentado dinámicas de aislamiento, sobrecarga de responsabilidades o desconfianza institucional, lo que limita su capacidad para establecer relaciones efectivas y duraderas. Este módulo promueve la creación intencional de vínculos estratégicos con otras mujeres, aliadas o socios, como parte de un ecosistema que les permite compartir cargas, dividir tareas, y sumar talentos. No se trata solo de enseñar que “trabajar en equipo es bueno”, sino de vivenciarlo a través de ejercicios y simulaciones reales que reflejen los retos de cooperación, negociación y liderazgo compartido.

Asimismo, se incorpora un componente de gerencia del talento humano, adaptado a la escala de microemprendimientos. Muchas mujeres líderes de sus propios negocios desconocen cómo seleccionar, motivar o retener colaboradores, lo que con frecuencia conduce a conflictos, rotación constante o desgaste emocional. Por ello, se trabajan herramientas sencillas para liderar desde la empatía, promover la responsabilidad compartida y construir ambientes de trabajo seguros y productivos.

Finalmente, se introduce el concepto de red de apoyo como capital social esencial, entendiendo que ninguna emprendedora avanza sola. Se incentiva la creación de redes familiares, vecinales e institucionales que les permitan compartir aprendizajes, conseguir apoyo en momentos críticos y generar oportunidades conjuntas de crecimiento económico y personal.

Este módulo, más allá de formar, busca reparar y reconstruir la narrativa interna con la que muchas mujeres se relacionan con su valor personal y su capacidad de liderar. Reconoce que el empoderamiento no se da por decreto, sino que se construye cuando una mujer se siente vista, escuchada y acompañada en su camino. Por eso, su enfoque es humano, colectivo y transformador.

### **Conclusión: Un diseño con sentido, pero con espacio para crecer**

El conjunto de módulos evidencia una comprensión real de las múltiples dimensiones que atraviesan los procesos de emprendimiento en mujeres en situación de vulnerabilidad, hay una apuesta clara por empoderar, capacitar técnicamente y ofrecer herramientas concretas, pero también por generar vínculos y proyectar futuro, sin embargo, si se quiere aumentar el alcance y la efectividad del programa, sería recomendable profundizar en los contenidos financieros, ofrecer mayor acceso a formación digital avanzada y establecer alianzas que fortalezcan redes de acompañamiento con actores del entorno empresarial.

Los módulos diseñados contribuyen de manera directa y coherente al cumplimiento del objetivo general, ya que no solo fortalecen las capacidades individuales de las madres cabeza de hogar en áreas clave como el autoconocimiento, la planificación financiera y la comercialización digital, sino que también promueven una visión integral del emprendimiento como herramienta de transformación social. Al partir de sus habilidades previas y acompañarlas en el proceso de

formalización y sostenibilidad de sus ideas de negocio, el programa permite que estas mujeres desarrollen competencias reales para la gestión de microempresas, además, al incorporar componentes como el liderazgo, la creación de redes de apoyo y la vinculación con la comunidad, se propicia un entorno colaborativo que favorece la inclusión, el empoderamiento colectivo y el desarrollo económico local, lo cual incide positivamente en la superación de condiciones de vulnerabilidad de manera estructural y no meramente asistencialista.

### 8.2.3 *Identificación de recursos didácticos y materiales de apoyo*

La implementación del programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá requiere de una serie de recursos didácticos y materiales de apoyo que permitan facilitar el aprendizaje, garantizar la comprensión de los contenidos y promover la aplicación práctica de las competencias adquiridas. A continuación, se describen los recursos necesarios:

Tabla 5. Recursos didácticos y materiales de apoyo.

<b>Categoría</b>	<b>Recursos</b>	<b>Descripción</b>
<b>Recursos didácticos principales</b>	- Guías de aprendizaje personalizadas	Documentos impresos o digitales con explicaciones, actividades y ejercicios prácticos.
	- Presentaciones audiovisuales	Diapositivas y videos explicativos que resuman conceptos clave.
	- Casos de estudio	Ejemplos reales o simulados para analizar problemas y diseñar estrategias.
<b>Recursos tecnológicos</b>	- Plataforma virtual de aprendizaje	Espacio en línea con acceso a contenidos, foros, actividades interactivas y tutorías en tiempo real.
	- Dispositivos digitales	Disponibilidad de computadores o tabletas para el uso de herramientas digitales.
	- Software y aplicaciones	Herramientas como Canva (diseño gráfico), Google Sheets (presupuestación), WhatsApp (comunicación y seguimiento).

<b>Categoría</b>	<b>Recursos</b>	<b>Descripción</b>
<b>Materiales de apoyo físico y práctico</b>	- Kits de emprendimiento	Materiales básicos como libretas, bolígrafos, calculadoras y ejemplos de productos adaptados a las habilidades de las participantes.
	- Tableros y rotafolios	Herramientas para actividades grupales como lluvias de ideas y planificación colaborativa.
	- Manuales técnicos	Documentos específicos sobre contabilidad básica, marketing digital y normatividad legal.
<b>Recursos humanos</b>	- Instructores especializados	Profesionales con experiencia en emprendimiento y/o pedagogía con perspectiva de género para guiar las sesiones.
	- Mentores y tutores	Personas con experiencia empresarial para asesorías personalizadas.
<b>Espacios y herramientas comunitarias</b>	- Aulas de capacitación	Espacios adecuados para talleres prácticos y actividades grupales.
	- Redes de apoyo y colaboración	Vinculación con asociaciones, ONG y empresas locales para fortalecer la formación y ampliar oportunidades de mercado.
<b>Materiales promocionales y de motivación</b>	- Historias de éxito	Videos o testimonios de emprendedoras locales que inspiren a las participantes.
	- Reconocimientos y certificaciones	Diplomas al finalizar el curso como incentivo y evidencia de la formación adquirida.

Estos recursos son esenciales para proporcionar un aprendizaje completo y adaptado a las necesidades específicas de las participantes, combinando guías, herramientas tecnológicas, materiales físicos y recursos humanos que buscan fomentar el conocimiento teórico y la aplicación práctica. Además, la inclusión de espacios comunitarios y materiales de motivación ayudará a crear un ambiente de apoyo y colaboración, facilitando el éxito y la sostenibilidad de los emprendimientos que las participantes decidan implementar.

### 8.2.4 Bases para la elaboración de materiales didácticos y guías de trabajo

Para el desarrollo efectivo del programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá, es fundamental la elaboración de materiales didácticos y guías de trabajo que apoyen el aprendizaje teórico y práctico. Estos recursos deben estar alineados con los objetivos del programa y adaptados a las necesidades específicas de las participantes.

Tabla 6. Materiales didácticos y guías de trabajo

<b>Tipo de Material</b>	<b>Descripción</b>	<b>Contenido</b>
<b>1. Guías de aprendizaje personalizadas</b>	Se desarrollarán guías de estudio que contengan explicaciones claras y estructuradas sobre los temas tratados en cada módulo.	Cada guía estará dividida por módulos y se enfocará en aspectos como autoconocimiento, planificación financiera, habilidades de marketing y liderazgo. Además, se incluirán cuestionarios y prácticas de aplicación.
<b>2. Presentaciones audiovisuales</b>	Creación de diapositivas y videos que expliquen conceptos fundamentales del emprendimiento.	Cada presentación se enfocará en un área específica del emprendimiento, como desarrollo de ideas de negocio, gestión financiera y comercialización digital, con ejemplos visuales y recursos interactivos.
<b>3. Casos de estudio</b>	Selección y adaptación de casos de estudio de negocios locales e internacionales.	Cada caso incluirá información sobre la empresa, desafíos enfrentados, estrategias aplicadas y resultados obtenidos, fomentando el análisis crítico y la discusión en grupo.
<b>4. Evaluación de competencias personales (análisis FODA individual)</b>	Se desarrollará una plantilla de evaluación FODA para identificar competencias personales y áreas de mejora.	Incluirá instrucciones claras, ejemplos y pautas para establecer metas personales y empresariales.
<b>5. Talleres de motivación y empoderamiento</b>	Talleres interactivos para fortalecer la autoestima y autoconfianza de las participantes.	Actividades como “power talks”, juegos de roles y visualizaciones para explorar motivaciones personales y definir un propósito claro.

Tipo de Material	Descripción	Contenido
<b>6. Plan de negocio preliminar</b>	Guía paso a paso para la creación de un plan de negocio básico.	Incluirá secciones sobre el resumen ejecutivo, la propuesta de valor, el análisis de mercado, la estrategia de marketing y el plan financiero, acompañadas de ejemplos y preguntas clave.

Los recursos didácticos y materiales de apoyo son fundamentales para el programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá, en donde los elementos clave incluyen una combinación de teoría y práctica, utilizando guías de aprendizaje personalizadas, presentaciones audiovisuales, y casos de estudio que reflejan la diversidad del entorno empresarial local e internacional. Estos recursos no solo facilitan la adquisición de conocimientos técnicos, sino que también promueven el desarrollo de habilidades blandas esenciales como el pensamiento crítico, la toma de decisiones y el trabajo en equipo. Además, la inclusión de herramientas como el análisis FODA y la creación de un plan de negocio preliminar permite a las participantes aplicar directamente lo aprendido a su contexto empresarial específico, asegurando una transferencia efectiva del aprendizaje al mundo real.

### **8.2.5 Metodología de evaluación del aprendizaje**

La evaluación del aprendizaje dentro del programa de formación para madres cabeza de hogar en Tuluá se concibe como un proceso integral, continuo y transformador. No se limita a medir conocimientos adquiridos, sino que busca comprender cómo ese saber se traduce en herramientas útiles para mejorar la calidad de vida, fortalecer la autonomía y potenciar el desarrollo emprendedor de las participantes. Esta evaluación está profundamente conectada con la realidad social, económica y emocional de las mujeres a las que va dirigida, lo que implica asumir

una perspectiva de género que reconozca y visibilice las barreras que enfrentan, así como sus trayectorias individuales.

Desde el inicio del proceso, se establece una línea base mediante un diagnóstico integral que combina entrevistas individuales, cuestionarios estructurados y ejercicios de autoevaluación. Este diagnóstico no solo identifica saberes previos, sino que también permite mapear brechas de conocimiento, dificultades de acceso a recursos, niveles de autoconfianza, temores asociados al emprendimiento y percepción de sus propias capacidades. Este levantamiento es esencial, pues actúa como insumo para el ajuste y la adaptación contextualizada de los contenidos y metodologías de los módulos. Además, permite construir una fotografía inicial desde la que luego se podrá contrastar el impacto del proceso.

Durante el desarrollo de los módulos, la evaluación toma un carácter formativo y participativo, orientado a generar aprendizajes significativos. Aquí, las actividades evaluativas se integran a las dinámicas propias del programa y toman diversas formas: ejercicios prácticos, simulaciones, debates, presentaciones, resolución de casos y prototipado de ideas. Cada módulo concluye con un espacio de reflexión y retroalimentación, donde el acompañamiento del tutor se vuelve fundamental. Su rol no es calificar, sino observar, escuchar y retroalimentar desde una posición de respeto, empatía y motivación, reconociendo que muchas participantes están haciendo este recorrido por primera vez y enfrentando miedos profundos como el fracaso, el rechazo o el juicio ajeno.

Una herramienta clave durante el proceso es la evaluación de la autopercepción. Al finalizar cada módulo, se aplican cuestionarios de autoevaluación que permiten a las participantes identificar cambios en su forma de pensar, sentir y actuar. Estas autoevaluaciones permiten medir no solo habilidades técnicas, sino también avances en autoestima, seguridad personal, capacidad

para tomar decisiones, liderazgo, visión de futuro y percepción de viabilidad del emprendimiento. Este contraste entre los datos de línea base y los reportes de cierre permite capturar el proceso de transformación interna que el programa busca provocar, más allá de indicadores meramente cuantitativos.

En la etapa final, las participantes presentan su Plan de Negocio y un pitch ante un panel mixto conformado por expertos, emprendedoras consolidadas y miembros de la comunidad local. Aunque esta instancia cumple una función evaluativa, su enfoque no es punitivo ni excluyente, sino de empoderamiento. El objetivo es ofrecer retroalimentación constructiva, visibilizar los avances y abrir espacios de diálogo, mentoría y oportunidades. Es también un momento simbólico de validación del recorrido: muchas mujeres, al presentar públicamente su proyecto, toman conciencia de que están listas para asumir el desafío de emprender.

Finalmente, el proceso evaluativo se extiende durante los dos meses posteriores a la formación mediante tutorías individuales y mentorías grupales. Estas sesiones permiten hacer seguimiento realista a la implementación de los proyectos, brindar orientación en momentos críticos, y sobre todo, sostener emocionalmente a las participantes ante los obstáculos inevitables. Esta etapa es especialmente importante porque refuerza la red de apoyo construida durante el programa y promueve la permanencia de los emprendimientos en el tiempo.

En síntesis, esta metodología de evaluación no se limita a medir conocimientos, sino que se orienta a reconocer el proceso de transformación personal y colectiva de las mujeres participantes. A través de instrumentos participativos, comparativos (línea base vs. cierre) y centrados en la autopercepción, se pretende demostrar que el verdadero aprendizaje ocurre cuando las mujeres comienzan a verse a sí mismas como sujetas activas de cambio, capaces de construir un futuro económico autónomo, digno y sostenible.

Tabla 7. Indicadores de evaluación por momento formativo

<b>Momento de Evaluación</b>	<b>Indicador</b>	<b>Descripción</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Meta Cuantitativa / Cualitativa Esperada</b>
Diagnóstico inicial	Nivel de competencias previas	Determina el conocimiento base en temas clave: autoconocimiento, emprendimiento, finanzas, marketing, legalidad.	Cuestionario diagnóstico, entrevistas individuales	Identificar el 100% del nivel de partida del grupo para ajustar contenidos y estrategias pedagógicas.
Diagnóstico inicial	Claridad de expectativas y metas personales	Evalúa si las participantes tienen objetivos definidos para su desarrollo personal y empresarial.	Entrevista inicial estructurada	80% de las participantes formulan al menos un objetivo personal vinculado al emprendimiento.
Diagnóstico inicial	Barreras personales y contextuales para emprender	Identifica obstáculos como falta de tiempo, cuidado de hijos, inseguridad, baja autoestima, violencia económica o desconocimiento legal.	Entrevista semiestructurada, cuestionario de barreras	Detectar al menos 3 tipos de barreras predominantes en el grupo para integrarlas en el diseño pedagógico.
Diagnóstico inicial	Distribución del tiempo y carga de cuidado	Permite comprender cómo distribuyen su tiempo entre el trabajo no remunerado, el cuidado y otras actividades, y cómo esto condiciona su participación.	Encuesta sobre uso del tiempo, diario semanal de actividades	Establecer un perfil de uso del tiempo en al menos el 70% de las participantes para ajustar horarios y dinámicas.

<b>Momento de Evaluación</b>	<b>Indicador</b>	<b>Descripción</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Meta Cuantitativa / Cualitativa Esperada</b>
Diagnóstico inicial	Actitudes y mentalidad hacia el emprendimiento	Evalúa niveles de autoconfianza, percepción de riesgo, temor al fracaso, motivación interna y disposición para aprender.	Escalas de auto percepción, test de mentalidad emprendedora	Categorizar la mentalidad emprendedora en al menos 3 niveles y diseñar estrategias diferenciadas de acompañamiento.
Seguimiento formativo	Participación activa	Nivel de compromiso, asistencia y participación en sesiones presenciales y virtuales.	Lista de asistencia, observación directa, rúbricas de participación	90% de asistencia promedio por participante y al menos 75% de participación activa.
Seguimiento formativo	Aplicación práctica de conceptos	Capacidad para resolver casos, aplicar herramientas y simular decisiones reales.	Ejercicios prácticos, simulaciones, rúbricas de desempeño	80% de participantes alcanzan nivel “satisfactorio” o superior en ejercicios prácticos.
Seguimiento formativo	Desarrollo progresivo del plan de negocio	Progreso continuo en la formulación del plan de negocio, desde el diagnóstico hasta la propuesta de valor.	Plantilla de plan de negocio, revisión de avances modulares	100% de las participantes completan al menos el 70% de su plan de negocio al finalizar el módulo 5.
Evaluación final	Presentación del plan de negocio (pitch)	Evalúa la claridad, viabilidad y coherencia del proyecto ante jurado.	Evaluación externa con rúbrica estandarizada	85% de los proyectos alcanzan una calificación $\geq 3.5/5$ .
Evaluación final	Cambio en la auto percepción y	Contrasta datos de línea base con una evaluación final sobre	Escala de autoevaluación	80% de participantes reportan una mejora significativa en al

<b>Momento de Evaluación</b>	<b>Indicador</b>	<b>Descripción</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Meta Cuantitativa / Cualitativa Esperada</b>
	confianza emprendedora	autoestima, toma de decisiones, liderazgo y percepción de capacidad.	comparativa, entrevista final	menos dos dimensiones personales.
Evaluación final	Nivel de satisfacción con el programa	Percepción sobre utilidad, contenidos, acompañamiento y aplicabilidad.	Encuesta de satisfacción y grupo focal	85% de las participantes califican el programa como “muy útil” o “transformador”.
Seguimiento posterior	Implementación del emprendimiento	Porcentaje de mujeres que inician actividades económicas formales o informales.	Entrevistas, visitas, autoevaluaciones	Al menos el 25% de las participantes implementa una unidad de negocio dentro de los seis meses posteriores.
Seguimiento posterior	Impacto percibido en la calidad de vida	Cambios reportados en ingresos, bienestar emocional, autonomía, redes de apoyo y estabilidad familiar.	Entrevista semiestructurada, escalas de percepción	80% de las participantes manifiestan mejoras en al menos un ámbito de su calidad de vida.

Fuente: elaboración propia

### **8.2.6 Impacto esperado del programa**

El programa de formación en emprendimiento diseñado para madres cabeza de hogar en el municipio de Tuluá parte de una premisa fundamental: el emprendimiento no solo es una vía para generar ingresos, sino también una herramienta poderosa de transformación social, empoderamiento femenino y mejora en la calidad de vida.

En este marco, se espera que el impacto del programa se exprese en varios niveles. En lo personal, se proyecta un fortalecimiento del autoestima y la autonomía económica de las participantes, quienes, a través del autoconocimiento, la capacitación técnica y el acompañamiento, podrán identificar y potenciar sus habilidades, transformar ideas en proyectos concretos y asumir un rol activo en sus decisiones de vida.

Se espera que las madres cabeza de hogar, al asumir el rol de emprendedoras, no solo mejoren la situación económica de sus familias, sino que también impulsen cambios en la educación de sus hijos y en la estabilidad de sus hogares a través de un proceso que suele implicar una transformación en las dinámicas familiares, donde las mujeres empiezan a replantear sus proyectos de vida con una perspectiva más clara y empoderada.

Por otro lado, a nivel comunitario, las redes de apoyo creadas durante el programa y la colaboración con entidades locales contribuyen a fortalecer el tejido social, generando una economía más solidaria e inclusiva, además, estos pequeños emprendimientos no solo aportan a la economía local, sino que también fomentan la generación de empleo indirecto, algo vital en contextos donde las oportunidades escasean.

A mediano y largo plazo, se espera que las mujeres que consoliden sus proyectos puedan acceder a mercados más amplios y conectarse con ecosistemas de innovación social, convirtiéndose en ejemplos inspiradores para otras en situaciones similares, por tanto, el verdadero impacto del programa no se mide únicamente en términos económicos, sino en la capacidad de transformar vidas y trayectorias marcadas por la exclusión, ofreciendo a estas mujeres una oportunidad real para construir un futuro digno, a pesar de las condiciones adversas en las que han tenido que emprender históricamente.

### ***8.2.7 Ruta de implementación del programa de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar***

A partir de los elementos desarrollados hasta el apartado 8.2.6, se propone una ruta de implementación que, más que un simple plan operativo, busca dar vida a un proceso formativo con sentido, profundidad y coherencia con las realidades de las madres cabeza de hogar en Tuluá. No se trata únicamente de ejecutar una serie de talleres, sino de construir una experiencia transformadora, donde cada fase aporte tanto al desarrollo personal como al tejido comunitario.

#### **Fase 1: Preparación y Alistamiento**

##### *Socialización del Programa*

Lo primero es poner a circular la idea. Explicar con claridad, pero también con cercanía, qué se propone y por qué vale la pena sumarse. Para ello, se plantean encuentros con las posibles participantes y actores clave del entorno comunitario. Estos espacios no solo sirven para informar, sino para empezar a crear vínculos de confianza, algo indispensable si se espera una participación activa y sostenida. Además, se apoyaría la difusión con piezas gráficas y mensajes en redes sociales, intentando llegar tanto a quienes ya están vinculadas a procesos sociales como a aquellas que aún no han encontrado un espacio propio.

##### *Selección de Participantes*

Con la base de datos del Programa de Atención para Madres Cabeza de Hogar como punto de partida, la idea es aplicar un breve formulario que no solo recopile información básica, sino que permita conocer qué las motiva, qué conocimientos ya tienen y cuánto tiempo podrían dedicar. No se trata de excluir, sino de entender desde dónde parten, y así personalizar un poco mejor la experiencia.

### *Capacitación de Instructores y Tutores*

Los formadores no pueden ser meros transmisores de contenido. De ahí que se considere crucial un proceso previo de capacitación enfocado en metodologías activas, dinámicas de grupo, mediación de conflictos y uso de recursos digitales. También es clave que comprendan que no están frente a estudiantes comunes, sino ante mujeres que cargan historias complejas, que a veces dudan de sí mismas, pero que tienen una enorme capacidad de resiliencia. Empatía, aquí, no es un valor añadido, sino una necesidad.

### *Alistamiento de Recursos*

Antes de iniciar, hay que asegurarse de contar con lo mínimo para que el programa funcione sin sobresaltos: salones disponibles, conectividad aceptable, dispositivos para las actividades digitales y materiales sencillos pero funcionales, como cuadernos, guías o insumos para dinámicas grupales. Si esto no está garantizado, la experiencia podría diluirse o perder calidad desde el inicio.

## **Fase 2: Ejecución del Programa**

### *Inicio del Programa*

El arranque no debe ser tímido. Un evento de bienvenida puede marcar la diferencia en el ánimo con que se recibe el proceso. Incluir testimonios de mujeres que ya han logrado sacar adelante pequeños negocios aporta no solo inspiración, sino credibilidad. Y como paso necesario, se realizarían diagnósticos iniciales —autoevaluaciones y entrevistas— que ayuden a mapear las fortalezas y vacíos, sin juzgar.

### *Desarrollo Modular*

Durante catorce semanas, las participantes se adentrarán en seis módulos que combinan teoría con ejercicios prácticos, espacios de diálogo y colaboración entre pares. No se busca una

transferencia rígida de contenidos, sino una apropiación progresiva y significativa. Las simulaciones de negocio, las ferias internas, los debates sobre casos reales... todo suma para que el aprendizaje no sea abstracto. Además, se espera que poco a poco vayan tejiendo una red entre ellas, que puede volverse un sostén emocional y productivo.

#### *Monitoreo y Retroalimentación*

No se puede avanzar a ciegas. Por eso, se propone un sistema de reuniones semanales entre tutores, donde se analicen avances, tropiezos y ajustes. Al final de cada módulo, pequeñas evaluaciones —más cualitativas que numéricas— permitirán saber qué ha calado y qué necesita reforzarse. La clave está en no perder de vista la experiencia real de las participantes.

### **Fase 3: Culminación**

#### *Presentación de Proyectos*

Este momento es, para muchas, la primera vez que presentan formalmente una idea propia. Por eso, el evento final no debe ser solo protocolario, sino también motivador y respetuoso. Un jurado compuesto por actores locales —emprendedores, líderes sociales, representantes institucionales— escuchará sus propuestas. No se trata de juzgar, sino de reconocer el esfuerzo y abrir la puerta a posibles apoyos.

#### *Entrega de Certificaciones*

Más allá del diploma, lo que se entrega es una validación del proceso recorrido. Este gesto, aunque simbólico, puede tener un gran peso emocional. Para muchas, es el primer certificado de formación que reciben, y eso cuenta.

### *Evaluación Global del Programa*

La evaluación global del programa no se limita a una revisión logística o administrativa posterior a su ejecución, sino que se concibe como una instancia estratégica para medir y evidenciar el impacto integral que tuvo el proceso formativo sobre las participantes, especialmente en lo que respecta a las transformaciones personales, cognitivas y contextuales que son el objetivo central de una intervención con enfoque de género.

Para ello, desde el inicio del programa se aplicará una línea base robusta, en la cual no solo se identificarán conocimientos previos o niveles técnicos, sino también dimensiones clave sobre las cuales se espera generar cambios significativos: autopercepción, autoestima, mentalidad emprendedora, identificación de barreras estructurales (económicas, familiares, sociales y culturales), nivel de autonomía, redes de apoyo y distribución de los tiempos de cuidado. Esta línea base servirá como punto de comparación para una medición final equivalente, aplicada tras la culminación del programa.

Este contraste permitirá observar la evolución individual y colectiva de las participantes, respondiendo a preguntas como: ¿las mujeres se sienten hoy más capaces de tomar decisiones económicas propias?, ¿han identificado rutas reales para iniciar o fortalecer su emprendimiento?, ¿lograron transformar creencias limitantes sobre su potencial o su rol productivo?, ¿han desarrollado nuevas redes de colaboración o apoyo mutuo?

Además, durante el proceso formativo se documentarán logros, obstáculos, resistencias y adaptaciones, a través de bitácoras pedagógicas, tutorías, observaciones y retroalimentaciones continuas. Al cierre del programa, esta evaluación cualitativa se enriquecerá con:

- Encuestas de satisfacción final.
- Grupos focales con participantes y equipo pedagógico.

- Entrevistas con agentes externos (mentores, jurados, aliados comunitarios).

Finalmente, se elaborará un informe de evaluación global, que no solo integre los resultados cuantitativos y cualitativos, sino que también presente estudios de caso significativos, recomendaciones para su mejora continua y posibilidades de escalabilidad del programa a otros territorios con poblaciones de características similares. En este sentido, el contraste entre la línea base y el cierre del proceso se convierte en la principal “carta de presentación” del programa, dotándolo de evidencias sólidas para su réplica, financiación y sostenibilidad.

#### **Fase 4: Seguimiento Post-Programa**

##### *Acompañamiento Individual*

El proceso no termina con el certificado. Durante al menos dos meses, se mantendrá un acompañamiento personalizado, con sesiones de mentoría orientadas a resolver dudas, ajustar planes de negocio y dar ese pequeño empujón que muchas veces marca la diferencia entre avanzar o abandonar.

##### *Monitoreo de Resultados*

Para saber si el programa realmente transformó vidas, hay que medir. Se propone crear un sistema de seguimiento con indicadores como número de iniciativas en marcha, ingresos generados, vínculos creados, nivel de confianza alcanzado, entre otros. No se trata solo de cifras, sino de historias de vida.

##### *Redes de Apoyo Continuas*

Mantener viva la conexión entre las participantes es clave. Un grupo digital puede servir para compartir logros, dificultades, oportunidades, incluso para hacer pequeñas alianzas comerciales. La idea es que el proceso no se disuelva, sino que se mantenga vivo en la cotidianidad.

## **Fase 5: Escalamiento del Programa**

### *Evaluación de Impacto*

Concluido el ciclo formativo inicial, el programa se proyecta hacia una fase de escalamiento y evaluación progresiva del impacto, que permita analizar no solo los resultados inmediatos, sino también los efectos potenciales en el mediano y largo plazo. En esta etapa no se busca responder prematuramente preguntas que requieren maduración de los emprendimientos — como la sostenibilidad económica o los cambios estructurales en las dinámicas familiares o comunitarias—, sino sentar las bases para monitorearlas de forma rigurosa.

Para ello, se propone implementar un sistema de seguimiento periódico (cada 6 y 12 meses) posterior a la finalización del programa, el cual permita observar:

- La tasa de implementación real de los planes de negocio.
- El nivel de continuidad o ajustes realizados en los emprendimientos iniciados.
- Cambios auto-percibidos en la calidad de vida, la autonomía económica y la autoconfianza.
- Aparición o fortalecimiento de redes de colaboración comunitaria o comercial.
- Dificultades estructurales persistentes que obstaculicen el desarrollo empresarial de las participantes.

Este monitoreo puede nutrirse de entrevistas cualitativas, encuestas digitales, visitas de campo, y, cuando sea posible, alianzas con actores locales que acompañen la evolución de los negocios.

A partir de estos aprendizajes, el programa podrá adaptarse y escalarse en otros territorios con características socioeconómicas similares. La documentación sistemática de la metodología, junto con los resultados de línea base y post-formación, constituirá un portafolio de evidencia

evaluativa, esencial para su presentación ante entidades financiadoras, gobiernos locales, o instituciones aliadas interesadas en replicar o fortalecer procesos de formación para mujeres emprendedoras con enfoque de género.

Así, el escalamiento no se entiende únicamente como ampliación geográfica, sino como profundización cualitativa, en la medida en que el programa ajusta sus contenidos, metodologías y estructuras operativas con base en evidencias y aprendizajes reales.

#### *Fortalecimiento*

Con lo aprendido, se deben hacer ajustes, mejorar contenidos, profundizar en ciertos módulos y quizá repensar estrategias. Lo que sirvió se afianza; lo que no funcionó, se corrige. Así evoluciona un programa con vocación real de transformación.

#### *Expansión a Otras Comunidades*

La posibilidad de replicar este modelo de formación en otras comunidades dependerá no solo de la voluntad institucional, sino también de la capacidad del programa para generar evidencia confiable sobre su pertinencia, efectividad y adaptabilidad. En este sentido, el proceso de evaluación no se limita al desempeño técnico, sino que cobra especial relevancia el levantamiento de datos que den cuenta de transformaciones en la mentalidad, autopercepción y motivaciones de las mujeres participantes.

Por ello, se plantea como requisito esencial para el escalamiento la implementación rigurosa de una línea base, aplicada al inicio del programa, que explore no solo las habilidades técnicas y conocimientos previos, sino también las percepciones individuales sobre el emprendimiento, los roles de género, las cargas de cuidado, la autoestima, y la autoconfianza en la toma de decisiones económicas. Esta información permite diseñar intervenciones más ajustadas

a las realidades locales y establecer criterios de comparación con los resultados al finalizar el proceso.

Al cierre del ciclo formativo, se aplicarán instrumentos cualitativos y cuantitativos para identificar cambios significativos en estas dimensiones personales, lo cual constituye un indicador clave del impacto transformador del programa, más allá de la creación efectiva de un negocio.

Estos datos servirán como insumo estratégico para el escalamiento, ya que permiten mostrar, de manera empírica, la evolución de las participantes en aspectos subjetivos fundamentales para el éxito emprendedor. Además, facilitarán la adaptación del modelo a contextos con dinámicas sociales, económicas y culturales distintas, respetando siempre los saberes locales y manteniendo un enfoque centrado en la mujer, con perspectiva de género y acompañamiento constante.

La expansión no se concibe simplemente como una réplica técnica, sino como una propuesta de formación sensible al contexto, nutrida por evidencias del proceso vivido, que demuestren su capacidad para generar transformación individual, comunitaria y económica en otros territorios.

Esta ruta no es un guion rígido, sino una propuesta con alma, construida para que las madres cabeza de hogar no solo reciban formación técnica, sino también oportunidades concretas para reconstruir sus proyectos de vida, la clave está en la constancia, la empatía y la voluntad real de transformar el entorno desde abajo.

### 8.3 Evaluar la propuesta de diseño de formación en emprendimiento para madres cabeza de hogar en Tuluá.

La evaluación del programa para madres cabeza de hogar en Tuluá se hizo con un instrumento especialmente diseñado para medir su relevancia, metodología y resultados (ver Anexo C), usando preguntas cerradas con justificaciones, lo que permitió valorar si los contenidos y recursos respondían a las verdaderas necesidades de las participantes y si la metodología práctica funcionaba bien. Paula Andrea Ponce Ramírez, experta en gestión educativa, fue quien realizó este análisis profundo, señalando tanto fortalezas como puntos a mejorar en la estructura y enfoque del programa. De esa valoración se generó una síntesis crítica con recomendaciones que se resumen en la Tabla 8.

Tabla 8. Síntesis de la evaluación del Programa de Formación en Emprendimiento para Madres Cabeza de Hogar en Tuluá (Realizada por Paula Andrea Ponce Ramírez)

<b>Criterio de Evaluación</b>	<b>Observación Crítica</b>	<b>Recomendación Propositiva</b>
<b>Relevancia y Adecuación del Contenido</b>	El contenido cubre aspectos esenciales del emprendimiento, pero algunos módulos, como el de habilidades de comercialización, podrían ser ampliados para incluir estrategias más detalladas sobre acceso a plataformas digitales.	Incluir un submódulo dedicado a tendencias globales y digitalización avanzada, lo que permitirá a las participantes explorar nuevas oportunidades de mercado.
<b>Metodología de Enseñanza</b>	La propuesta metodológica es participativa y práctica, lo que es ideal para este grupo objetivo. Sin embargo, se podría reforzar el enfoque colaborativo incluyendo dinámicas más profundas de trabajo en red.	Promover alianzas con asociaciones locales y redes empresariales para facilitar mentorías entre emprendedoras, fortaleciendo el enfoque práctico con experiencias reales.
<b>Duración y Ritmo de los Módulos</b>	Aunque los módulos tienen una estructura progresiva, algunos temas como la planificación financiera podrían necesitar más	Extender la duración del módulo de planificación financiera en una semana adicional e incluir simulaciones de escenarios

<b>Criterio de Evaluación</b>	<b>Observación Crítica</b>	<b>Recomendación Propositiva</b>
	tiempo para garantizar su adecuada asimilación, dado que es una de las áreas más complejas para este público objetivo.	financieros para una mayor comprensión.
<b>Recursos Didácticos y Materiales</b>	Los recursos son pertinentes y variados; sin embargo, el acceso a herramientas digitales puede ser limitado para algunas participantes debido a barreras económicas o tecnológicas.	Proporcionar acceso a dispositivos digitales a través de convenios con entidades públicas o privadas, y realizar capacitaciones básicas en tecnología para garantizar un uso efectivo de las plataformas propuestas.
<b>Evaluación y Seguimiento</b>	El seguimiento individual posterior al programa es un punto fuerte, pero podría beneficiarse de un enfoque más estructurado y sistemático para medir resultados a mediano y largo plazo.	Diseñar un sistema de indicadores clave de rendimiento (KPI) que permita monitorear los progresos empresariales de las participantes durante un periodo extendido, evaluando tanto resultados financieros como desarrollo personal y comunitario.
<b>Impacto y Sostenibilidad del Programa</b>	El programa tiene el potencial de generar un impacto positivo en la calidad de vida de las participantes y sus familias. No obstante, la sostenibilidad a largo plazo dependerá de su capacidad para acceder a redes de apoyo y financiamiento continuo.	Crear un fondo rotatorio de microfinanciación administrado por las participantes y vincularlas a programas gubernamentales o iniciativas de cooperación internacional que apoyen el desarrollo sostenible de microempresas lideradas por mujeres. Conexión con oportunidades de financiamiento no tradicional.

- **Conclusión del Evaluador**

El programa está bien estructurado y diseñado para responder a las necesidades identificadas de las madres cabeza de hogar. Su enfoque práctico y progresivo fomenta tanto el aprendizaje como la aplicación directa de los conocimientos adquiridos. Sin embargo, para maximizar su impacto y sostenibilidad, se sugiere reforzar los módulos clave como el de

planificación financiera y habilidades digitales incluidas las herramientas de inteligencia artificial (IA), mejorar el acceso a tecnología, e incorporar mecanismos de seguimiento y apoyo post-programa, lo cual fortalecerán la propuesta, asegurando no solo el éxito inmediato de las participantes, sino también su capacidad para adaptarse y prosperar en un entorno económico dinámico.

## 9. Discusión de resultados

Al analizar los resultados obtenidos tras proponer el programa de formación en emprendimiento dirigido a madres cabeza de hogar en Tuluá, surge la necesidad de poner estos hallazgos en diálogo con el marco teórico y los antecedentes que sirvieron de base para su formulación. Más allá de una simple validación, este contraste permite revisar si las decisiones tomadas durante el diseño fueron efectivamente pertinentes, si tuvieron sentido en la práctica y, sobre todo, si lograron conectar con las trayectorias de vida y las realidades de las participantes. No basta con que un programa esté bien estructurado; tiene que sentirse cercano, útil y coherente con las expectativas de quienes lo viven.

- **Autoconocimiento y motivación personal**

Uno de los primeros aciertos, y quizás uno de los más significativos, es el enfoque del módulo inicial: “Autoconocimiento y motivación personal”. Lejos de iniciar con contenidos técnicos, se decidió empezar por algo más esencial: ayudar a las mujeres a reconocerse como capaces, a reconstruir su autoestima desde sus propias historias. Aquí, la teoría no se queda corta. Formichella (2004) insiste en que la educación emprendedora va más allá de enseñar a manejar inventarios o hacer presupuestos; se trata de transformar actitudes, de cultivar la confianza. Y tiene sentido, muchas veces, lo que limita no es la falta de conocimientos, sino el miedo o la sensación de no estar hechas para eso, además, experiencias como los talleres de motivación femenina tienen el potencial de demostrar que cuando una mujer empieza a visualizar su meta desde sus propios deseos, el impulso es otro, lo que Sacta et al. (2021) llaman “motivación intrínseca” cobra vida en estos espacios.

- **Introducción al emprendimiento y desarrollo de la idea de negocio.**

En cuanto al diseño de ideas de negocio, el programa parte de un principio casi obvio, pero frecuentemente ignorado: trabajar con lo que ya saben hacer. No imponerles un modelo, sino ayudarlas a ver el potencial económico en sus saberes cotidianos: la cocina, la costura, los oficios manuales. Cepeda et al. (2019) y también Torres, et al. (2020) coinciden en que los programas efectivos nacen de diagnósticos participativos, y aquí eso se aplicó con claridad. Las participantes no son vistas como receptoras de conocimiento, sino como portadoras de saberes útiles, listos para convertirse en negocios reales, por lo tanto, en este punto, la propuesta también bebe del aprendizaje experiencial de Kolb (1984), permitiendo que las mujeres aprendan haciendo, equivocándose incluso, pero sin dejar de construir.

- **Planificación financiera y gestión de recursos.**

Ahora bien, cuando se llega al módulo financiero, la situación cambia un poco, aunque fue bien recibido, quedó la sensación —compartida por evaluadores— de que se necesitaba más tiempo, más profundidad, considerando que los contenidos abordaron lo básico: presupuestos, contabilidad sencilla, costos. Pero emprender implica tomar decisiones económicas, a veces complejas, que requieren no solo saber sumar y restar, sino proyectar, priorizar, asumir riesgos. Estudios como los de Arias et al. (2022) y Feijó et al. (2020) respaldan esta preocupación: la sostenibilidad de los negocios populares depende, en buena medida, de un manejo financiero sólido, por eso, se sugiere ampliar este módulo en futuras ediciones, convirtiéndolo en una especie de columna vertebral del proceso formativo.

- **Habilidades de comercialización y Marketing Digital**

El módulo de marketing digital, por su parte, genera entusiasmo, dado que las participantes pueden ampliar cómo usar las redes sociales no solo para entretenerse, sino para vender, lo cual está en consonancia con Silva et al. (2022) quienes afirman que las tecnologías digitales han redefinido la forma en que los pequeños negocios acceden al mercado, y eso quedó claro aquí, pues no se trata solo de saber publicar un producto, sino de entender cómo llegar a públicos específicos, cómo diferenciarse, cómo aprovechar herramientas gratuitas que antes parecían inaccesibles. Este conocimiento, además de útil, tiene un efecto motivacional evidente: las mujeres pueden empezar a visualizar sus negocios fuera de su barrio, en otras ciudades, incluso en el extranjero.

- **Liderazgo y consolidación del equipo.**

El Liderazgo y la Consolidación del Equipo, se plantea en este módulo como un componente de carácter imprescindible en el plan de formación, puesto que plantea la consideración de que el emprendimiento debe superarse más allá de la estrategia de la mera gestión técnica y de los saberes necesarios para emprender, esto es, que se ocupe más que del saber, de crear las habilidades que completan al saber y que hacen que se labre el liderazgo y la autogestión.

De este modo al abordar el desarrollo de habilidades blandas en las participantes, procuramos no solo la enseñanza de técnicas de comunicación o trabajo en equipo, sino la oportunidad de concebir el liderazgo desde una perspectiva comunitaria y desde ejemplos sencillos y cotidianos que sean de fácil entendimiento para las emprendedoras. La relevancia de este enfoque se subraya por Kuratko (2005), quien enfatizaba el fortalecimiento de dimensiones humanas como el liderazgo.

Teniendo en cuenta este enfoque, se resalta que las redes de apoyo familiares, vecinales o institucionales son herramientas importantes y por ende su potenciación constituye una meta del módulo. En sintonía con Serrano et al. (2019), el capital social representa, en numerosas ocasiones, el recurso más potente con el que cuentan las mujeres en situación de vulnerabilidad y ello significa que si enseñamos a nuestras emprendedoras estos componentes, no solo van a potencializar sus capacidades individuales, sino que crearán un entorno colaborativo que les permita sostenibilidad e impacto social.

- **Práctica, reflexión, aplicación**

Otro aspecto relevante fue la forma en que se integraron los aprendizajes prácticos con la reflexión teórica. No se trata de un programa lleno de conferencias, sino de dinámicas, ejercicios, simulaciones, con una metodología influida por las ideas de Vygotsky (1995) y Bruner (1990), en la que parte de que se aprende mejor en interacción con otros, en escenarios reales o al menos, realistas, por lo tanto, se busca que las participantes no memoricen, sino que hagan, discutan, propongan. El conocimiento no se entrega, se construye en conjunto y esa diferencia, aunque parezca sutil, marca una gran distancia respecto a programas más tradicionales.

- **Impacto y sostenibilidad futura**

Finalmente, la evaluación del impacto se estructura a partir de la presentación de un plan de negocio, lo cual permitirá medir no solo lo aprendido, sino su aplicabilidad. Kuratko (2005) lo ha dicho con claridad: los programas exitosos son los que logran unir teoría y práctica, pero aquí también se abre un desafío pendiente: la sostenibilidad del proceso. Muchas participantes expresaron la necesidad de seguir recibiendo orientación después del cierre del programa y tienen

razón, al respecto, Arce et al. (2022) insisten en la importancia de contar con un sistema de acompañamiento post-formación, especialmente en contextos frágiles. Sin ese apoyo, varios de los emprendimientos podrían quedarse en el camino, no por falta de capacidad, sino por falta de respaldo.

- **A manera de cierre**

En conclusión, el programa diseñado no solo responde a las necesidades identificadas durante el diagnóstico inicial, sino que se apoya en una base teórica sólida y en experiencias previas relevantes, no es una propuesta perfecta, ni pretende serlo, pero sí es un modelo coherente, sensible, adaptable, que entiende que emprender no es solo aprender a vender, sino aprender a creer en uno mismo, a sostenerse, a crear redes, y eso, en el caso de estas mujeres, puede significar mucho más que un ingreso, puede significar dignidad, autonomía y una nueva forma de habitar el mundo económico.

## 10. Conclusiones y recomendaciones

### 10.1 Conclusiones

El análisis inicial permitió reconocer algo fundamental: las madres cabeza de hogar en Tuluá no solo enfrentan condiciones adversas, sino que además poseen un conjunto valioso de habilidades prácticas. Muchas de ellas saben coser, cocinar, vender, otras tienen intuición para los negocios o simplemente una fuerza interior que las impulsa a seguir, también se evidenció un marcado sentido de responsabilidad, acompañado de una profunda motivación por mejorar sus condiciones de vida, esto reflejado en que muchas de ellas ya han tenido la posibilidad de adquirir conocimientos y habilidades a través de capacitaciones, charlas y pequeños programas que el ente territorial municipal ha impulsado en sus programas sociales. Estos elementos, lejos de ser detalles aislados, representan recursos estratégicos, son el punto de partida, por lo tanto, con una orientación adecuada —es decir, una formación estructurada y sensible a su realidad—, esas habilidades pueden convertirse en la base para la creación de emprendimientos sostenibles. A partir de esta identificación, fue posible diseñar un programa que respondiera no solo a sus necesidades, sino también a su potencial, ese que muchas veces permanece oculto.

Ahora bien, sobre la propuesta curricular esta fue construida con cuidado, teniendo en cuenta no solo, todo el conocimiento que he adquirido a través de una maestría en emprendimiento, un master en liderazgo, además de un robusto material bibliográfico consultado a través de los años y mi propia experiencia como emprendedor desde hace más de 15 años, sino aterrizado a la realidad de las participantes, es decir, no es una simple lista de contenidos, sino una ruta formativa organizada en seis módulos que progresan de lo básico a lo complejo, por lo tanto, la estructura combina teoría y práctica, lo que permite no solo aprender, sino aplicar de inmediato. Se incluyeron

temas clave como la conceptualización de ideas de negocio, la gestión financiera, el marketing digital, el trabajo en red, entre otros, aunque no solo eso, también se integraron componentes de desarrollo humano, autoestima, liderazgo, comunicación asertiva, resolución de conflictos, porque emprender no es solo vender, es también creer en sí misma, tomar decisiones, resistir y entender que cada emprendimiento tendrá la cara de su dueña, es decir, es como un espejo que refleja lo que hay en su ser. Así, la propuesta curricular guarda coherencia con los objetivos del programa, no busca formar vendedoras, sino mujeres empoderadas, con visión empresarial y herramientas para sostener sus proyectos en el tiempo.

Respecto a la evaluación del diseño, los resultados fueron, en términos generales, alentadores, se evidenció que el programa tiene viabilidad técnica, metodológica y social, considerando la opinión de la experta, quien opina que permitirá que las participantes lo entiendan y valoraron, además, que se sienten vistas, también indicó que es pertinente, no solo por los contenidos, sino por la forma en que estos se adaptan al ritmo de vida y responsabilidades de las madres cabeza de hogar de Tuluá. No obstante, también surgieron oportunidades de mejora, por ejemplo, se notó que el componente de planificación financiera podría reforzarse aún más, también se hizo evidente la necesidad de un sistema de seguimiento posterior al egreso, algo así como un acompañamiento continuo, porque el camino del emprendimiento no termina al terminar el curso.

De acuerdo con lo anterior, el diseño del programa de formación para madres cabeza de hogar en Tuluá responde a los objetivos planteados desde el inicio, establece una base importante para fortalecer sus habilidades, promover su empoderamiento y facilitar su participación activa en el desarrollo económico local. No es solo un programa de capacitación, es en esencia una apuesta por transformar vidas a través del conocimiento, la autonomía y la posibilidad real de emprender

con conocimientos, sentido y propósito, mi intención es conectar con las madres cabeza de hogar y agregar valor a sus vidas, transformando lo que saben hacer en riqueza.

Finalmente, debo mencionar que mi deseo además de impactar la vida de otras personas de manera positiva, es tratar de disminuir con este curriculum los riesgos de ser emprendedor, y digo disminuir, porque no hay forma posible de asegurar el éxito, entendiendo que cada persona va a interiorizar y procesar de manera diferente el conocimiento transmitido, pero así como se aprende a ser empleado, también se puede aprender a ser emprendedor y si mi población objeto lo comprende y se dispone, tendremos un resultado alentador.

## **10.2 Recomendaciones**

- Fortalecer el componente de planificación financiera, con énfasis en estrategias para afrontar riesgos económicos y garantizar la sostenibilidad de los emprendimientos a largo plazo.
- Vincular al programa entidades como cámaras de comercio, ONG, microfinancieras y empresas locales para facilitar acceso a recursos financieros, mentorías y oportunidades de mercado para los emprendimientos de las participantes.
- Implementar un esquema de tutorías y acompañamiento durante al menos dos meses posteriores al programa, que permita evaluar el progreso de los proyectos y ofrecer soporte en áreas críticas como comercialización y resolución de problemas operativos.
- Asegurar que las participantes adquieran competencias prácticas en el uso de herramientas digitales accesibles (como WhatsApp Business y Canva) y que dispongan de recursos tecnológicos básicos, a través de la dotación o préstamo de dispositivos.

- Ejecutar un programa piloto con un grupo reducido de participantes para evaluar la efectividad de los módulos, identificar áreas de mejora y ajustar la metodología antes de ampliar la implementación a un público más amplio.

### Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Santiago de Cali. (2022). *Política pública reconocimiento equidad de género e igualdad de oportunidades para las mujeres*. Obtenido de Secretaría de Bienestar Social: <https://www.cali.gov.co/bienestar/publicaciones/172656/politica-publica-reconocimiento-equidad-de-genero-e-igualdad-de-oportunidades-para-las-mujeres/>
- Alcaldía Municipal de Tuluá. (2024). *Anuario Estadístico "Tuluá Datos 2024"*. Obtenido de Departamento Administrativo de Planeación Municipal: <https://tulua.gov.co/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=descargas&lFuncion=visorpdf&file=https%3A%2F%2Ftulua.gov.co%2Floader.php%3FlServicio%3DTools2%26lTipo%3Ddescargas%26lFuncion%3DexposeDocument%26idFile%3D5203%26tmp%3Df854e912ff39ee5527edcd0e51f15115%2>
- Alfonso Castillo, S. P., Luna Hernández, L., & Ortiz Arévalo, B. (2019). *Las mujeres, su protección y promoción para el trabajo y los emprendimientos: un análisis para la viabilización de una fundación en Charrascal Villavicencio - Meta*. Villavicencio: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Obtenido de [http://uniminuto-dspace.scimago.es:8080/bitstream/10656/12531/1/UVDT.CP\\_AlfonsoSandra-LunaLiliana-OrtizBriyid\\_2019.pdf](http://uniminuto-dspace.scimago.es:8080/bitstream/10656/12531/1/UVDT.CP_AlfonsoSandra-LunaLiliana-OrtizBriyid_2019.pdf)
- Arce Cuesta, D., & Gordillo Gordillo, E. (2023). Abordaje socioeducativo para promover el emprendimiento con jóvenes en vulnerabilidad: Caso Fundación Salesiana PACES. *Revista San Gregorio*(55), 237-253. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/v1n55/2528-7907-rsan-1-55-00237.pdf>

- Arce, J., Gutiérrez, D., López, M., & Costa, M. (2022). El emprendimiento social como fuente de resiliencia en las mujeres colombianas víctimas del conflicto armado. *Palermo Business Review*(26), 85-104. Obtenido de [https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr26/PBR\\_26\\_04.pdf](https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr26/PBR_26_04.pdf)
- Arias, C., Jaramillo, C., & Muquis, L. (2022). Propuesta de contenidos en plan de capacitación administrativa para emprendimientos en Quito. *Revista Eruditus*, 3(1), 27-41. Obtenido de <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/538/536>
- Arteaga Ureta, F. M., Muñoz Chávez, R. E., Sánchez Arteaga, A., & Macías Arteaga, M. F. (2022). La vinculación de la comunidad como eje de apoyo en los sectores vulnerables. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 6(11), 17-28. Obtenido de <https://www.editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/284/472>
- Avila, E. (2021). La evolución del concepto de emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista digital Investigación & Negocios*, 14(23), 32-48. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-32.pdf>
- Azqueta, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e interpretación. *Siempre*(17), 21-39. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74177/EI%20concepto%20de%20emprendedor%20origen%20%20evoluci%C3%B3n%20e%20introducci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Banca de las Oportunidades y CAF. (2024). *Estudio experimental de género*. Obtenido de Banca de las Oportunidades y Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe: <https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2024-03/Estudio%20Experimental%20de%20g%C3%A9nero.pdf>

- Betancourt, D. M. (2023). *Contexto general regional Valle del Cauca*. Obtenido de Capítulo Valle de la Ruta Pacífica de Mujeres, En: Alienta: <https://alienta.rutapacifico.org.co/contexto-general-regional-valle-del-cauca/>
- Bethany. (2023). *La protección y el servicio a las comunidades más vulnerables, uno de los compromisos ineludibles de Bethany*. Obtenido de Bethany.org: <https://colombia.bethany.org/es/recursos/la-proteccion-y-el-servicio-a-las-comunidades-mas-vulnerables-uno-de-los-compromisos-ineludibles-de-bethany#:~:text=Si%20nos%20guiamos%20por%20las,caer%20en%20condici%C3%B3n%20de%20pobreza.>
- Bruner, J. (1990). *Actos de significado. Más allá de la revolución cognitiva*. Alianza Editorial. Obtenido de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24926w/Actos-de-significado.pdf>
- Camargo, Á., & Hederich, C. (2010). Jerome Bruner: dos teorías cognitivas, dos formas de significar, dos enfoques para la enseñanza de la ciencia. *Psicogente*, 13(24), 329-346. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4975/497552357008.pdf>
- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. Santiago de Chile: Intec Chile. Obtenido de <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-estatal-de-milagro/economia-basica/estado-del-arte-ensenanza-del-emprendimiento/66219946>
- Cepeda, O., Bernal, J., Neira, G., & Rodríguez, S. (2019). Diseño de un proyecto de emprendimiento con población vulnerable: caso, Jardín Infantil de Bogotá. *Ciencias administrativas. Revista Digital FCE - UNLP*, 7(4), 16-27. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/cadmin/n14/2314-3738-cadmin-14-15.pdf>

- Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. (2022). *Boletín de género. Población adulta mayor en la economía del cuidado*. Obtenido de Observatorio Mujeres: [https://observatoriomujeres.gov.co/archivos/Publicaciones/Publicacion\\_307.pdf](https://observatoriomujeres.gov.co/archivos/Publicaciones/Publicacion_307.pdf)
- Consejo Nacional de Competitividad. (2024). *Índice Global de Brecha de Género 2024*. Obtenido de Dirección de Inteligencia Competitiva: <https://cnc.gob.do/wp-content/uploads/2024/11/Indice-Global-de-Brecha-de-Genero-2024.pdf>
- DANE. (2022). *Mujeres y hombres: brechas de género en Colombia*. Obtenido de Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas: <https://colombia.unwomen.org/sites/default/files/2022-11/MyH%20BrechasColombia-NOV5-17Nov%20%284%29.pdf>
- DANE. (2025). *Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV) 2024*. Obtenido de Boletín técnico: <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ECV/bol-ECV-2024.pdf>
- Dávalos, V., & Porras, K. (2019). *Efectividad de las políticas adoptadas por el municipio de Tuluá para la garantía de los derechos de las mujeres cabeza de familia*. Tuluá: Unidad Central del Valle. Obtenido de [https://repositorio.uceva.edu.co/bitstream/handle/20.500.12993/3222/T00031356.pdf?sequence=1&utm\\_source=chatgpt.com](https://repositorio.uceva.edu.co/bitstream/handle/20.500.12993/3222/T00031356.pdf?sequence=1&utm_source=chatgpt.com)
- Delgado, R. A., & Mejía, J. (2020). *Análisis de la violencia económica y/o patrimonial contra la mujer en el marco de violencia de género y su protección legal en Colombia*. Obtenido de Unidad Central del Valle del Cauca: <https://repositorio.uceva.edu.co/handle/20.500.12993/3125?locale-attribute=fr>

Dewey, J. (1938). *Experience and education*. Macmillan. Obtenido de <https://www.schoolofeducators.com/wp-content/uploads/2011/12/EXPERIENCE-EDUCATION-JOHN-DEWEY.pdf>

Dongo, A. (2008). La teoría del aprendizaje de Piaget y sus consecuencias para la praxis educativa. *Revista IIPSI*, *11*(1), 167-181. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2747352.pdf>

Drucker, P. (1986). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. México: Sudamericana. Obtenido de [http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan\\_Digital\\_1/ENTREPRENEURSHIP%20Innovation%20and%20entrepreneurship.PDF](http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/ENTREPRENEURSHIP%20Innovation%20and%20entrepreneurship.PDF)

Feijó, N., Feijó, T., Salazar, G., & Moreira, J. (2020). Formación emprendedora y mejoramiento empresarial. *Dominio de las Ciencias*, *6*(2), 782-802. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7425698.pdf>

Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Tres Arroyos: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Fundación Corona. (2020). *Poblaciones vulnerables: segmentos poblacionales con menor acceso-permanencia en el mercado laboral formal*. Obtenido de Fundación Corona: [https://www.fundacioncorona.org/sites/default/files/documentos\\_tecnicos/inei/CORONA\\_Empleo\\_inclusivo\\_Cap%203.pdf](https://www.fundacioncorona.org/sites/default/files/documentos_tecnicos/inei/CORONA_Empleo_inclusivo_Cap%203.pdf)

Fundación WWB. (2024). *Cultivando empoderamiento, autonomía económica e identidad campesina en Tuluá, Valle*. Obtenido de Fundación WWB Colombia:

<https://www.fundacionwwbcolombia.org/fundacion-en-medios-post/cultivando-empoderamiento-autonomia-economica-e-identidad-campesina-en-tulua-valle/>

Fundación WWB. (2024). *Yarú: Un impulso transformador para el emprendimiento regional*.

Obtenido de Fundación WWB Colombia: <https://fundacionwwbcolombia.org/fundacion-en-medios-post/yaru-un-impulso-transformador-para-el-emprendimiento-regional/>

Fundación WWB Colombia. (2022). *Situación socioeconómica de las mujeres jóvenes en el Valle*

*del Cauca: reflexiones a partir de sus clamores durante el paro nacional*. Obtenido de

Observatorio para la Equidad de las Mujeres -OEM:

[https://www.fundacionwwbcolombia.org/wp-content/uploads/2022/02/Boletin-12-](https://www.fundacionwwbcolombia.org/wp-content/uploads/2022/02/Boletin-12-Situacion-socioeconomica-de-las-mujeres-jovenes-en-el-Valle-del-Cauca-v2.pdf)

[Situacion-socioeconomica-de-las-mujeres-jovenes-en-el-Valle-del-Cauca-v2.pdf](https://www.fundacionwwbcolombia.org/wp-content/uploads/2022/02/Boletin-12-Situacion-socioeconomica-de-las-mujeres-jovenes-en-el-Valle-del-Cauca-v2.pdf)

Granados, H., & García, C. (2016). El modelo de aprendizaje experiencial como alternativa para

mejorar el proceso de aprendizaje en el aula. *Ánfora*, 23(41), 37-54. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/3578/357848839002.pdf>

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Babbista, P. (2014). *Metodología de la investigación*

(Sexta ed.). México: McGraw Hill.

Johnson, D., & Johnson, R. (1994). *El aprendizaje cooperativo en el aula*. Quilmes: Editorial

Paidós. Obtenido de [https://www.ucm.es/data/cont/docs/1626-2019-03-15-](https://www.ucm.es/data/cont/docs/1626-2019-03-15-JOHNSON%20El%20aprendizaje%20cooperativo%20en%20el%20aula.pdf)

[JOHNSON%20El%20aprendizaje%20cooperativo%20en%20el%20aula.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/1626-2019-03-15-JOHNSON%20El%20aprendizaje%20cooperativo%20en%20el%20aula.pdf)

Kirzner, I. (1998). El empresario. *Revista Libertas*(29), 1-40. Obtenido de

[https://www.eseade.edu.ar/files/Libertas/16\\_3\\_Kirzner.pdf](https://www.eseade.edu.ar/files/Libertas/16_3_Kirzner.pdf)

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning*. Englewood Cliffs,

NJ: Prentice-Hall. Obtenido de

[https://www.fullerton.edu/cice/\\_resources/pdfs/sl\\_documents/Experiential%20Learning%](https://www.fullerton.edu/cice/_resources/pdfs/sl_documents/Experiential%20Learning%20)

20-

%20Experience%20As%20The%20Source%20Of%20Learning%20and%20Developmen  
t.pdf

Kuratko, D. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-597. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>

Martínez, C., & Márquez, J. (2024). Desigualdades en el acceso a la educación superior pública. *Magis, Revista Internacional De Investigación En Educación*, 17, 1-22. doi:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.m17.daes>

Mwasalwiba, E. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, tea-ching methods, and impact indicators. *Education+training*, 52(1), 20-47. doi:<https://doi.org/10.1108/00400911011017663>

ONU Mujeres. (2024). *El emprendimiento femenino para acelerar la igualdad*. Obtenido de Emprende Pro Mujer: <https://promujer.org/portal/2024/03/13/el-emprendimiento-femenino-para-acelerar-la-igualdad/>

Ortíz, D. (2015). El constructivismo como teoría y método de enseñanza. *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación*(19), 93-110. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4418/441846096005.pdf>

Papin, R. (2005). *Como favorecer el emprendimiento en América Latina*. Cali: Universidad ICESI.

Piaget, J. (1972). *La psicología de la inteligencia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Obtenido de <https://www.fre.uy/a/9d2e313f/PIAGETpsicologiadelainteligencia.pdf>

Pinchot, G. (1987). Innovation through intrapreneuring. *Research Management*, 30(2), 14-19. Obtenido de <https://www.jstor.org/stable/24121910>

- Pro Mujer. (2022). *Informe de Sostenibilidad 2022*. Obtenido de Emprende Pro Mujer:  
[https://promujer.org.bo/wp-content/uploads/2023/07/InformeSostenibilidad2022-PM-vf\\_compressed.pdf](https://promujer.org.bo/wp-content/uploads/2023/07/InformeSostenibilidad2022-PM-vf_compressed.pdf)
- Pro Mujer. (2023). *Pro Mujer une fuerzas con tres organizaciones líderes en busca de garantizar el desarrollo de las mujeres de la región*. Obtenido de Emprende Pro Mujer:  
<https://promujer.org/portal/2023/11/15/pro-mujer-une-fuerzas-con-tres-organizaciones-lideres-en-busca-de-garantizar-el-desarrollo-de-las-mujeres-de-la-region/>
- Pro Mujer. (2023). *Reporte anual 2023*. Obtenido de Emprende Pro Mujer:  
[https://promujer.org/portal/wp-content/uploads/2024/03/Reporte-Anual\\_Digital-Espanol\\_VF.pdf](https://promujer.org/portal/wp-content/uploads/2024/03/Reporte-Anual_Digital-Espanol_VF.pdf)
- Riera, J., & Fernández, M. (2008). Un enfoque socioconstructivista y sistémico de los modelos de apoyo y actualización docente para la innovación educativa de base TIC. Proyecto EDUTICOM. *Educación*, 41, 29-40. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3421/342130830003.pdf>
- Riveros, E. (2014). La psicología humanista: sus orígenes y su significado en el mundo de la psicoterapia a medio siglo de existencia. *Ajayu*, 12(2), 135-186. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rap/v12n2/v12n2a1.pdf>
- Rodríguez, S., Bolívar, M., Herrán, M., & Rodríguez, A. (2015). *Emprendimiento en población vulnerable: una reflexión desde los conceptos teóricos hacia la práctica*. Obtenido de Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud:  
<https://repositorio.fucsalud.edu.co/server/api/core/bitstreams/e1d5fc10-0bbf-41fb-825f-809124df3064/content>

- Rogers, C. F. (1969). *Freedom to learn*. New York: Maxwell. Obtenido de <https://archive.org/details/freedomtolearn0000roge/page/n1/mode/2up>
- Romig, S. (2024). *Nuevos datos muestran en todo el mundo una enorme brecha de género, mayor de lo esperado*. Obtenido de Grupo Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2024/03/04/new-data-show-massive-wider-than-expected-global-gender-gap>
- Ruíz, G. (2013). La teoría de la experiencia de John Dewey: significación histórica y vigencia en el debate teórico contemporáneo. *Foro de Educación*, 11(15), 103-124. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4475/447544540006.pdf>
- Sacta Lojano, C., Cañizares Medina, A., Tapia Segarra, J., & Fernández Aucapiña, N. (2021). Estudio de los emprendimientos en escenarios socioeconómicos de los usuarios de la Fundación Salesiana Paces. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 6(4), 666-682. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926995>
- Seidahmetov, M. I., Yesbolova, A., Mergenbayeva, A., Zhadigerova, G., & Ahelova, A. (2014). Development of Entrepreneurial Potential of Students through System of Professional Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*(143), 615-620. Obtenido de [https://pdf.sciencedirectassets.com/277811/1-s2.0-S1877042814X00364/1-s2.0-S1877042814043754/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEMP%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJHMEUCIDK%2FpJ%2BIzRS2K89BxyM4lr5XzelWqyDNJ%2Fbba1M3TJVrAiEA8QvBxm](https://pdf.sciencedirectassets.com/277811/1-s2.0-S1877042814X00364/1-s2.0-S1877042814043754/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEMP%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJHMEUCIDK%2FpJ%2BIzRS2K89BxyM4lr5XzelWqyDNJ%2Fbba1M3TJVrAiEA8QvBxm)

- Serrano, A., Tiuzo, S., & Martínez, M. (2019). Estrategias Empresariales para una Población Vulnerable en Colombia. *Información Tecnológica*, 30(6), 147-156. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v30n6/0718-0764-infotec-30-06-00147.pdf>
- Silva, Y., Rompató, M., Tassier, D., & Castaño, A. (2022). Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitarios. *Rexe - Revista de estudios y experiencias en educación*, 21(46), 328-344. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/2431/243172248019/html/>
- Soto, L. (2023). *Una mirada rápida a la violencia de género en Colombia*. Obtenido de Interra: <https://blog.fundacioninterra.org/notas/una-mirada-rapida-a-la-violencia-de-genero-en-colombia/>
- Torres, A., Hernández, J., & Milburn, A. (2020). *Programas de emprendimiento de negocios para población vulnerable que contribuyen al desarrollo endógeno en Chihuahua*. México: Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C. Obtenido de <https://ru.iiec.unam.mx/5179/1/1-100-Torres-Hernandez-Milburn.pdf>
- Vygotsky, L. (1995). *Pensamiento y Lenguaje. Teoría del desarrollo cultural de las funciones psíquicas*. México: Ediciones Fausto. Obtenido de <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2015/10/Pensamiento-y-Lenguaje-Vigotsky-Lev.pdf>

## Anexos

### Anexo A. Cuestionario

#### **Sección 1: Información General**

**1. Edad:**

- a) Menos de 25 años
- b) 25 - 35 años
- c) 36 - 45 años
- d) Más de 45 años

**2. Nivel educativo alcanzado:**

- a) Primaria incompleta
- b) Primaria completa
- c) Secundaria incompleta
- d) Secundaria completa
- e) Técnico o Tecnólogo
- f) Universidad

#### **Sección 2: Habilidades**

**3. ¿Cuál de las siguientes habilidades técnicas posee? (Seleccione las que apliquen)**

- a) Cocina
- b) Costura
- c) Artesanías
- d) Agricultura

- e) Otra(s), especifique: \_\_\_\_\_
4. **¿Tiene experiencia en la gestión o administración de algún negocio?**
- a) Sí
  - b) No
  - c) Poco
5. **¿Qué tan confiada se siente en su habilidad para comunicarse eficazmente con otras personas en un entorno empresarial?**
- a) Muy confiada
  - b) Algo confiada
  - c) Poco confiada
  - d) No confiada

### **Sección 3: Conocimientos**

6. **¿Qué nivel de conocimiento tiene en administración y finanzas básicas?**
- a) Alto
  - b) Moderado
  - c) Bajo
  - d) Ninguno
7. **¿Qué nivel de conocimiento tiene en estrategias de comercialización y marketing?**
- a) Alto
  - b) Moderado
  - c) Bajo
  - d) Ninguno

8. **¿Ha utilizado alguna herramienta digital (redes sociales, plataformas en línea) para comercializar productos o servicios?**

- a) Sí, de forma regular
- b) Sí, ocasionalmente
- c) No

#### **Sección 4: Motivaciones**

9. **¿Cuál es su principal motivación para emprender? (Seleccione la opción más relevante)**

- a) Superación personal
- b) Mejorar la calidad de vida de mi familia
- c) Obtener independencia financiera
- d) Necesidad económica
- e) Otro, especifique: \_\_\_\_\_

10. **¿Qué espera obtener de un programa de formación en emprendimiento? (Seleccione las dos opciones más importantes)**

- a) Mejorar mis habilidades técnicas
- b) Obtener conocimientos en administración y finanzas
- c) Acceso a herramientas de marketing y comercialización
- d) Obtener acceso a financiamiento o capital semilla
- e) Crear redes de apoyo con otras emprendedoras
- f) Otro, especifique: \_\_\_\_\_

11. **¿Qué tan dispuesta estaría para sacar tiempo para capacitarse por medio de en un programa que involucre talleres presenciales y actividades comunitarias?**

- a) Muy dispuesta
- b) Algo dispuesta
- c) Poco dispuesta
- d) No dispuesta

**12 ¿Posee aparatos digitales que le permitan acceder al programa de formación?**

- a) Computador
- b) Celular
- c) Tablet
- d) No tiene aparatos digitales

Este cuestionario permitirá recopilar datos clave sobre las habilidades técnicas, conocimientos en áreas críticas para el emprendimiento, y las motivaciones personales de las madres cabeza de hogar en Tuluá. Estos datos serán fundamentales para adaptar el programa de formación a las necesidades y expectativas específicas de las participantes, asegurando que este sea relevante y efectivo.

## Anexo B. Consentimiento informado

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

**Título del Estudio:** Diseño de un programa de formación en emprendimiento específicamente para madres cabeza de hogar en Tuluá, que capitalice sus habilidades y motivaciones, e involucre activamente a la comunidad local para propiciar la superación de la condición de vulnerabilidad y fomentar el desarrollo económico y social.

**Investigador Responsable:** Alejandro Ávila

**Afiliación Institucional:** Universidad ICESI, Maestría en Educación.

**Estimado/a participante:**

Usted ha sido invitada a participar en este estudio cuyo objetivo es diseñar un programa de formación en emprendimiento adaptado a las necesidades, habilidades y motivaciones de madres cabeza de hogar en Tuluá, para ello, se utilizará un cuestionario virtual que permitirá comprender mejor su perfil emprendedor y las áreas en las que requiere apoyo.

**Importante:**

- **Participación voluntaria:** Su participación es completamente voluntaria y puede retirarse en cualquier momento sin que esto tenga consecuencias negativas para usted.
- **Confidencialidad:** Toda la información que nos proporcione será tratada con estricta confidencialidad y solo se usará para fines académicos. Sus respuestas serán anónimas y no estarán asociadas a su identidad.
- **Duración:** El cuestionario tomará aproximadamente 20 minutos.

- **Beneficios:** La información recolectada contribuirá al diseño de un programa de formación que responda a sus necesidades y habilidades.
- **Riesgos:** No existen riesgos significativos asociados a la participación en este estudio.

**Declaración de Consentimiento:**

Al aceptar este consentimiento, manifiesta que:

- Ha leído y comprendido la información anterior.
- Ha tenido la oportunidad de hacer preguntas sobre el estudio y todas sus dudas han sido resueltas.
- Acepta participar voluntariamente en este estudio.

Si tiene alguna pregunta o inquietud sobre el estudio, puede contactarse con el investigador principal:

Alejandro Ávila

Correo electrónico y teléfono

---

**Firma de la participante:**

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

---

## Anexo C. Instrumento de Evaluación para Expertos en Educación

Nombre del Evaluador: PAULA ANDREA PONCE RAMÍREZ, Magister en Gestión de la Tecnología Educativa

Fecha: 3 de diciembre de 2024

Sección	Pregunta	Escala de valoración				
		Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
<b>Sección 1: Relevancia y Adecuación del Contenido del Programa</b>						
1	¿Los módulos del programa de formación están alineados con las necesidades y habilidades identificadas de las participantes?					
2	¿Los contenidos de los módulos cubren aspectos clave como el autoconocimiento, la planificación financiera, habilidades de marketing, y gestión operativa?					
3	¿El programa aborda adecuadamente las diferentes motivaciones de las participantes para emprender?					
4	¿La duración de cada módulo es apropiada para abordar los temas de manera adecuada?					
5	¿Los recursos didácticos y materiales de apoyo son adecuados para el nivel de comprensión de las participantes?					
6	¿La estructura del programa permite una progresión lógica en el aprendizaje?					
<b>Sección 2: Metodología de Enseñanza</b>		Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
7	¿La metodología utilizada (participativa, casos prácticos, simulaciones) es adecuada para la enseñanza de emprendedores?					
8	¿Los métodos de evaluación (exámenes prácticos, proyectos colaborativos) son efectivos para medir el aprendizaje de las participantes?					

9	¿Los tutores están adecuadamente capacitados para implementar la metodología propuesta?					
10	¿El programa promueve el trabajo colaborativo entre las participantes?					
<b>Sección 3: Aplicabilidad y Resultados Esperados</b>		Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
11	¿Los temas tratados en el programa son aplicables a la realidad empresarial de las participantes?					
12	¿La estructura de evaluación final (presentación del plan de negocio) permite a las participantes mostrar sus avances y capacidades?					
13	¿Las participantes se sienten preparadas para aplicar lo aprendido en un contexto de emprendimiento real?					
14	¿La propuesta de diseño facilita la creación de redes de apoyo y colaboración entre emprendedoras?					
15	Comentarios adicionales o recomendaciones para mejorar la propuesta de diseño:					