

Informe de Proyecto de Investigación

Título del proyecto	Duración	Lugar de ejecución
Significados contruidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia la compra, el consumo y el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca	10 Meses	Veredas Parcelas, El Pencal Y El Playón Entre Los Municipios De Mosquera Y Madrid, Cundinamarca

Nombre del Investigador principal	Enlace CvLAC	Enlace ORCID	Enlace Google Académico
Sara Catalina Forero Molina	http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvllac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001377177	https://orcid.org/000-0002-3020-0690	https://scholar.google.es/citations?user=V4FviDYA-AAAJ&hl=es

División	Facultad	Programa	Línea activa	Campos de acción	Grupo de investigación
División de Ciencias Administrativas y Económicas	Facultad de Mercadeo	Mercadeo	Conocimiento profundo del consumidor y de los mercados	Sociedad	Consumo y mercados

Nombre(s) CO-Investigadores	Enlace CvLAC	Enlace ORCID	Enlace Google Académico

Carolina Garzón Medina	http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001492327/	orcid.org/0000-0003-1269-3230 .	https://scholar.google.es/citations?user=BSvuAhwAAAJ&hl=es
Mauricio Novoa Campos	http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001394887	https://orcid.org/0000-0003-0494-9451	https://scholar.google.es/citations?user=pckXnGgAAAAJ&hl=es

División	Facultad	Programa	Línea activa	Campos de acción	Grupo de investigación
División de Ciencias Administrativas y Económicas	Facultad de Mercadeo	Mercadeo	Conocimiento profundo del consumidor y de los mercados	Sociedad	Consumo y mercados

Resumen de la propuesta	Palabras clave
El objetivo principal del proyecto de investigación se orienta en comprender los significados construidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia la compra, el consumo y el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca, a través de un estudio exploratorio, con método hermenéutico y desde la teoría fundamentada. En tal medida, se busca elaborar marcos interpretativos de las dinámicas económicas rurales en el ámbito familiar, del rol que cumple la mujer en la administración de la economía y las finanzas del hogar, de las creencias que subyacen a las prácticas de endeudamiento y ahorro en el escenario personal, social y cultural y del tipo de calidad de vida que esperan conseguir para beneficio de sus familias.	significados, satisfacción con la vida, creencias, endeudamiento, amas de casa, rural

Planteamiento del problema y pregunta de investigación
El rol que cumple el ama de casa en la orientación y administración de las finanzas personales, ha venido siendo a lo largo de la historia muy significativo tanto en la parte económica y de mantenimiento del hogar. Por lo anterior es importante destacar que es la ama de casa, iniciadora

de los procesos de socialización económica en el hogar, así como de los aprendizajes, y competencias adquiridas a partir del contexto social y familiar en el que se desarrollan (Furth, 1980; Denegri, Gempp, Del Valle, Etchebarne y González, 2006). En el escenario rural, el rol que cumple el ama de casa posee una serie de particularidades y complejidades, relacionada con la escasez de dinero para abastecer con todas sus necesidades (Kabeer, 2012, citado en Guzmán, 2012), debido a la escasa formación económica y financiera, por lo que es frecuente el acceso a créditos y a niveles altos de sobreendeudamiento para respaldar los pequeños negocios de emprendimiento que gestan desde sus territorios (Guzmán, 2012), lo que afecta su capacidad de satisfacción con la vida (entendida como las valoraciones en relación con las diferentes dimensiones de la vida). Con base en lo anterior, investigaciones como las realizadas por Hernández y Rodríguez (2001) acerca de experiencias de alfabetización económica en mujeres; Godoy, Araneda, Díaz, Villagrán y Valenzuela (2015) acerca de la satisfacción con la vida y las actitudes hacia el endeudamiento en un sector urbano de la ciudad de Temuco-Chile, sustentan la necesidad de abordar la siguiente pregunta problema: ¿Cuáles son los significados construidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia la compra, el consumo y el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca?.

Justificación

En línea con proyectos anteriores (desarrollados en FODEIN 2015, 2016 y 2017) en torno al entendimiento de los aspectos cognitivos, afectivos y comportamentales que sustentan la toma de decisiones económicas en jóvenes universitarios, el programa de educación económica y financiera para jóvenes universitarios (Garzón y Librado, 2018) diseñado e implementado con estudiantes de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Santo Tomás, con recomendaciones importantes en términos de seguir promoviendo la alfabetización económica en otros escenarios sociales; la presente investigación se justifica en primer lugar al tener en cuenta que conocer de fondo aspectos como los significados y las creencias que las personas tienen en torno a sus dinámicas de compra, consumo y endeudamiento es fundamental para consolidar programas de educación económica y financiera, lo que se vislumbra como una segunda fase del proyecto. La educación financiera dirigida hacia el sector rural se encuentra en desarrollo en Colombia, lo que se articula con el tema de la inclusión financiera, siendo prioridad dentro de las agendas de los países, al impactar en el desarrollo y crecimiento económico de los mismos (Cano, Cuadros, & Estrada, 2017). Para esta investigación es fundamental comprender los significados y creencias como aporte al entendimiento de fondo de las dinámicas económicas en los hogares familiares rurales de cara a los vacíos que hay actualmente desde el punto de vista empírico, enfatizando en el tema de la mujer rural bajo el rol de “ama de casa” debido a su importante, pero lamentablemente, subvalorado papel; Cediel, Donoso, & Hernández (2017) indican que la mujer rural colombiana es un agente de transformación, en tanto que de ella depende la estabilidad familiar

Objetivo general

Comprender los significados contruidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia la compra, el consumo y el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca a través de un estudio exploratorio para la elaboración de marcos interpretativos de las dinámicas económicas rurales en el ámbito familiar.

Objetivos específicos

Reconocer los significados contruidos en torno a la satisfacción con la vida a partir de las dinámicas económicas rurales en las mujeres amas de casa. Identificar las creencias que dan sentido a la compra, el consumo y el endeudamiento en las mujeres amas de casa estudiadas

Marco teórico

Antecedentes

En línea con la comprensión de las dinámicas económicas en el sector rural, el papel de la mujer “ama de casa” y las creencias asociadas con el endeudamiento, a nivel del sector rural el estudio de Cano et al. (2017) titulado “Inclusión financiera rural: el caso del sur del Tolima”, permitió identificar algunas dinámicas en torno al manejo financiero rural. De este, es preciso identificar que para dicha región (el estudio se focalizó en Ataco, Planadas y Rioblanco) el 90% de los encuestados no suelen gastar dinero en cosas que consideran innecesarias; a la mitad nunca le sobra dinero después de que pagan sus obligaciones mensuales; la mitad alguna vez se ha quedado escasa de dinero principalmente porque ganan muy poco o por una mala planeación al momento de gastar el dinero; el 45 % de la población nunca ha pedido un crédito o un préstamo para comprar alimentos u otros artículos necesarios. Sin embargo, el 63 % de los encuestados ha tenido que pedir prestado para pagar deudas. En general en los resultados se refleja lo poco eficiente que es el manejo que tienen de sus recursos y tienden a adquirir créditos informales.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación - FAO (2009), la mujer rural es especialmente vulnerable pero de gran importancia para el desarrollo económico y social, para el bienestar de su familia y el de toda la sociedad. Así, según Vera y Moyano (2010), la mujer rural, además de ama de casa, ha sido siempre una trabajadora más en la explotación familiar, sin sueldo ni prestaciones sociales, pero íntimamente ligada al mercado de trabajo agrícola” (p. 6). Las mujeres rurales son las que modernizan el hogar, incentivan la elevación cultural de los hijos y cada vez participan con más frecuencia en la toma de decisiones (García, 2004).

Como manifiesta Perilla (2014), “los roles de las mujeres y de los hombres han sido históricamente construcciones sociales, por lo que no podemos hablar exclusivamente de determinaciones biológicas” (p.193). De igual modo, para esta autora los roles asignados a hombres y mujeres no son naturales sino contruídos según las culturas, los contextos sociales, los momentos históricos y los intereses de las sociedades. Articulado con lo anterior, lo que se deja entrever es que si bien las mujeres han sido social e históricamente asociadas con los cuidados del hogar y el trabajo doméstico, y sobre todo en el sector rural, y los hombres con el sustento económico, también se genera una dualidad ya que se identifica que la mujer es quien organiza y estructura la distribución del dinero en el hogar.

Este tema también torna gran relevancia en la medida en que a nivel mundial se vienen gestando iniciativas en torno a la reivindicación del trabajo doméstico no remunerado (amas de casa principalmente), por el papel que las mujeres tienen tanto dentro de su hogar como en la sociedad. Así, por ejemplo, dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) se incluye una meta en torno al reconocimiento y

valoración del trabajo doméstico no remunerado destacando, entre otras cosas, la importancia de otorgar a las mujeres el derecho a recursos económicos en condiciones de igualdad (Cediel, y otros, 2017).

En su estudio sobre el rol de la mujer rural en Nariño – Colombia, Perilla (2014) identifica que la mayoría de mujeres encuestadas (entre los 35 y 73 años de edad) manifiestan que su labor es ser *amas de casa*, aunque ésta ya no se lleva a cabo de forma exclusiva, sino que se combina con otras labores productivas como la agricultura, crianza de animales, etc., cuyo ingreso se destina para los gastos de la familia. De igual manera, manifiestan que el papel más importante es ser madres y estar al cuidado de la familia.

Particularizando en el tema del endeudamiento, es preciso detallar que diversos investigadores a nivel mundial en los últimos años se han enfocado en estudiar las dinámicas alrededor de la deuda en los hogares, teniendo en cuenta la gran participación que ésta tiene dentro de la cartera del sistema financiero en conjunto y que no ha sido fácil obtener microdatos sobre el tema (Gutiérrez, Capera, & Estrada, 2011). Como afirman estos autores, estudiar el endeudamiento en los hogares es clave ya que permite identificar vulnerabilidades frente a choques macroeconómicos o de otro tipo, lo que afecta la disponibilidad de recursos destinados al pago.

Así por ejemplo, la metodología propuesta por Fuenzalida y Ruiz-Tagle (2009, citados en Gutiérrez et al., 2011), pretende aproximar el grado de sobreendeudamiento de un hogar a partir de umbrales diseñados sobre el indicador de carga financiera. De igual manera, el Banco de la República de Colombia articulado con el Dane cuenta con la encuesta de educación y carga financiera - Iefic, la cual tiene como pretensión obtener información en torno a las condiciones financieras de los hogares y el nivel de educación financiera de los mismos, evaluando la situación de endeudamiento y las dinámicas en torno a las decisiones de gasto, ahorro e inversión (DANE, 2016). Es importante observar cómo las poblaciones rurales, que en cierto modo han llegado a ser vulnerables por muchos sentidos, recurren como afirma Allen et al. (2012, citados en Cano et al., 2017) a vías informales o a sus propios recursos para realizar sus transacciones financieras generalmente (ahorro, proyectos productivos, educación, etc.).

Así, si bien existen múltiples iniciativas en torno a la educación financiera cada vez con más enfoque hacia el sector rural, es preciso mencionar que muchas adolecen de un soporte de investigación profunda de contexto sobre aspectos como los que se plantean en la presente investigación como son los significados que asumen las amas de casa en torno al constructo “satisfacción con la vida” y las creencias hacia la compra, el consumo y el endeudamiento. Así, por ejemplo la educación financiera hacia lo rural se ha centrado más que todo hacia las escuelas y productores, se destaca por ejemplo Finagro que cuenta con un trabajo en torno a la educación financiera en escuelas rurales y para productores (Asobancaria, s.f.). Por otra parte, el Banco Agrario ha enfocado sus programas y planes de educación financiera hacia escuelas, colegios, etnias, minorías, asociaciones gremiales, víctimas del conflicto, entre otros, y manifiesta que su foco está hacia el área rural donde otras entidades financieras no llegan (Guevara, 2017).

Esto cobra relevancia bajo lo argumentado por Neme-Chaves y Forero-Molina (2018) en cuanto a que “las finanzas personales requiere una renovación en términos de las perspectivas, expectativas, gustos y necesidades (...), lo que conlleva el entendimiento de las dinámicas de una manera más equilibrada entre lo racional, psicológico y emocional” (p. 8). El sentido de lo contextual se refuerza desde los constructos base de la presente investigación como son las creencias, los significados y la satisfacción con la vida ya que los tres de una u otra manera reflejan el carácter contextual de los individuos; para las creencias desde autores como Jodelet (1990), Pepitone (1992) y Fishbein & Ajzen (1972); para significados desde autores como Bruner (1998) y Flórez (2009); y para satisfacción con la vida desde autores como Diener, Emmons, Larsen, y Griffin (1985, citados en Godoy, Araneda, Díaz, Villagrán, & Valenzuela, 2015) y Veenhoven (2015, citados en Godoy, Araneda, Díaz, Villagrán, & Valenzuela, 2015). Así, por ejemplo la FAO (s.f.) indica que, las mujeres rurales consideran que necesitan asistencia en capacitación en técnicas agrícolas, alfabetización o conocimientos financieros.

De igual manera se ha ampliado la capacidad para acceder a servicios financieros en el ámbito rural como lo afirman Cano et al. (2011), pero la reflexión que pretende esta investigación es hasta qué punto esto ha implicado o no una mejora en la calidad de vida y la satisfacción con la vida en los hogares rurales, particularmente desde la cabeza de su ama de casa: como lo manifiesta García (2004), aun cuando la mujer rural no sea la que genera ingresos, ella es generalmente la que se responsabiliza de la economía familiar, es decir, que se encargan de las gestiones cotidianas y la organización del ahorro. De acuerdo con Ruíz (2003, citado en Farah & Pérez, 2004), la vinculación de las mujeres rurales al sector laboral no agrícola ha venido creciendo en América Latina y el Caribe. En conformidad con lo expuesto por Callamard (2002, citado en Perilla, 2014), las mujeres, en general, destinan gran parte de sus ingresos a la alimentación familiar y otros gastos del hogar como los servicios públicos, la educación, la salud, etc., mientras que los hombres dedican una parte significativa de sus ingresos a cubrir sus gastos personales.

Dinámicas económicas rurales y amas de casa.

En principio, la comprensión de las dinámicas económicas rurales parte del entendimiento conceptual de lo urbano y lo rural, generalmente concebidos de forma opuesta. De acuerdo con Lozano (2011), el elemento que más se resalta en la distinción entre lo urbano y lo rural son las características socioculturales y económicas de sus habitantes o campesinos, en especial las que definen su racionalidad y modo de relación con la naturaleza y con su comunidad. Particularmente en torno a lo rural y las dinámicas económicas, se destaca que el campesino desarrolla su vida productiva y familiar en torno al trabajo llevado a cabo en la Unidad Agrícola Familiar (UAF), la cual es definida por la política agraria colombiana como la extensión de tierra que es “explotada en condiciones de razonable eficiencia puede suministrar a la familia ingresos adecuados para su sostenimiento, para el pago de la deuda agraria y para el mejoramiento de la vivienda, equipo de trabajo y nivel de vida; además debe tratarse de una extensión que no requiera más que el trabajo del propietario y de su familia” (Incora, 1977, p. 32, citado en Lozano, 2011).

Así, la economía campesina, posee elementos particulares como el carácter familiar de la fuerza de trabajo, la demanda limitada en materia de consumo y la ausencia del beneficio económico (Lozano, 2011). Por el mismo lado, las unidades campesinas de tipo familiar se caracterizan porque participan todos los miembros de la familia con roles determinados, sin recibir salario de forma directa (Siabato, 1986, citado en Lozano, 2011).

En cuanto a dichos roles, la mujer particularmente cumple con un papel fundamental ya que además de las que tienen vinculación directa al mercado de fuerza de trabajo, las que no hacen parte de la Población Económica Activa contribuyen a la actividad económica “: desde los huertos familiares que proveen de alimentos a los hogares, con su participación en algunas de las etapas del ciclo productivo agropecuario, con la preparación de alimentos para obreros y jornaleros, con la cría y el levante de animales menores, y desde sus casas con la venta de productos, entre otras actividades” (Jaramillo, 2006, p. 55). Lamentablemente, el tema de las dinámicas económicas en los hogares rurales se complica al tener en cuenta que para nuestro país, el fenómeno del desplazamiento forzado lleva muchas veces a que las mujeres, sobre todo si son jefas de hogar, tengan dificultad de acceso a educación y capacitación laboral, pero aún así deban buscar sustento económico (Cediel, y otros, 2017).

Aun así, el rol sigue siendo fundamental ya que Cediel y otros (2017) citando a EU-FAO (2014), afirman que “...si en los hogares rurales la mujer tuviera más autonomía en la toma de decisiones, esto tendría un impacto positivo en el bienestar inmediato y a largo plazo para la formación de capital humano y el crecimiento económico de la región, a través de una mejoría en la salud, la nutrición y la educación de los miembros de la familia” (p. 64). De igual manera, en conformidad con Vera y Moyano (2010), en el sector rural el tema de la responsabilidad compartida en el hogar no ha sido muy sensibilizado, por lo cual es la mujer la que ha tenido que enfrentar la conciliación entre la vida familiar, laboral y social.

Tradicionalmente, el papel de la mujer en el hogar para el ámbito rural se ha concentrado en ama de casa o eventualmente, en la agricultura (Vera y Moyano, 2010), sin embargo los cambios en el entorno han llevado a que la mujer rural aporte a la economía familiar desde lo que recibe por su inserción al mercado laboral, esto se debe a que como lo manifiesta la FAO (2009), en el ámbito rural la dedicación exclusiva de la mujer a las tareas domésticas y reproductivas genera una disminución en los ingresos familiares. De igual manera, Perilla (2014) afirma que en el sector rural, el trabajo doméstico o de casa sigue siendo en su mayoría responsabilidad de la mujer. En consonancia, en el medio rural, cada vez más se evidencia que la mujer encuentra espacios laborales fuera de las explotaciones agrarias generando diversificación para la economía familiar. Sin embargo, aún la mayoría de las mujeres en dicho medio asumen el rol tradicional de “ama de casa” (Cruz, 2006).

Desde lo postulado por Gradín y Otero (2001, citados en Vera y Moyano, 2010), la mujer rural casada que reside en hogares con ingresos más altos, se suele incorporar al mercado de trabajo, es decir trabajar fuera del hogar principalmente debido a que a adquirido un nivel de educación más alto que la lleva a hacerlo. Sin embargo, también ocurre que la mujer casada en el ámbito rural participa con mayor probabilidad en el mercado laboral si su pareja está desempleada (Mincer, 1974, citado en Vera y Moyano, 2010). Al respecto, Vera y Moyano (2010) en su estudio en la región rural de Andalucía, confirman que “las esposas en hogares de rentas altas tienden a poseer un mayor nivel de formación por lo que el coste de oportunidad de permanecer en casa (amas de casa) será mayor” (p. 14).

Como indica García (2004), la mujer rural enfrenta una realidad hoy en día, la cual consiste en que es ama de casa pero a la vez está trabajando. En tal medida, de acuerdo con el autor, las mujeres rurales suelen manifestar que el trabajo que asumen fuera del hogar les genera ingresos que no destinan para su riqueza u autonomía personal, sino para mejorar la situación económica del hogar. Es preciso notar una particularidad en cuanto al trabajo de casa o rol de ama doméstica en la mujer rural, ya que como manifiesta Perilla (2014) en su estudio sobre las mujeres rurales en el departamento de Nariño - Colombia, se evidencia que la adscripción de la mujer al trabajo doméstico se asocia también al trabajo de la tierra (productivo), es decir, el proyecto productivo hace parte del trabajo del hogar. De igual manera, las mujeres casadas más jóvenes encuestadas consideran que hoy en día han cambiado las cosas y por ende, tienen más participación en las decisiones de su vida y del hogar, sin embargo, las mayores consideran que para ellas nada ha cambiado en cuanto a su rol. Perilla (2014) también nota que en el 99% de los casos estudiados, las mujeres se definen como amas de casa, pero además realizan actividades productivas por las cuales normalmente reciben ingresos bajos que aportan para los gastos familiares. En resumen, la mujer rural tiene el doble rol, por un lado ama de casa y por el otro, agricultora (Martínez & Baeza, 2017).

En relación con la formalidad que se puede gestar en torno al manejo de las finanzas del hogar rural, es preciso destacar que como menciona Martínez, Pertuz, & Scarpetta (2017), hay todavía falta de accesibilidad a mecanismos derivados de los sistemas bancarios y además existe alta desconfianza en los mismos; la dinámica económica rural de los hogares se sustenta principalmente en el sentido de la producción. Al respecto, los hogares rurales se ven en aprietos en tanto que por sus limitadas capacidades financieras, los proveedores de servicios financieros les restringen las posibilidades de acceso a diversos productos (Villareal, 2017).

A nivel empírico es preciso destacar el estudio de Cano et al., (2017) el cual se fijó como pretensión “estudiar, desde la demanda, el estado actual de la inclusión financiera en estos tres municipios del sur del Tolima, con el fin de caracterizar y evidenciar los retos que tiene el sistema financiero en el sector rural” (p. 30). Allí destaca diversas dinámicas económicas rurales en torno a motivos, formas, frecuencias, y demás, del uso del dinero y el consumo rural, así como niveles de conocimiento financiero e implicaciones.

Satisfacción con la vida en el sector rural.

De acuerdo con Farah y Pérez (2004), las condiciones de vida existentes en las zonas rurales son determinantes para que sus pobladores decidan irse o quedarse. En conformidad con éstos autores, las transformaciones en las condiciones de vida rurales han generado una tendencia en torno a buscar un equilibrio entre lo rural y lo urbano, de tal que lo rural deje de ser visto

como atrasado; esto implica condiciones mínimas de vida en relación con los aspectos de salud, educación, vivienda, vías de comunicación, etc. De igual modo, autores como Chayanov (s.f., citado en Lozano, 2011) deja entrever que respecto a la dinámica económica rural, se busca un equilibrio entre satisfacción de la demanda familiar y fatiga del trabajo.

Particularmente, en relación con la mujer en el sector rural se gesta la importancia del impulso (apoyo para educarse, trabajar en condiciones de igualdad, etc.) de ella, en tanto que se considera que redundará directamente en el beneficio de la sociedad y se incrementa a su vez el nivel económico familiar (Méndez, 2015, citado en Cediell y otros, 2017).

En consonancia con lo anterior, es relevante enfocar la presente investigación desde el constructo conocido como “Satisfacción con la vida” (SWL o SAVI), el cual es definido por Diener, Emmons, Larsen, y Griffin (1985, citados en Godoy, Araneda, Díaz, Villagrán, & Valenzuela, 2015) como “un juicio cognitivo global en el que el sujeto utiliza sus propios criterios para sopesar los distintos aspectos de su vida” (p. 31) y por ende, los estándares para medir la propia SWL no son impuestos externamente, sino creados por la misma persona. De igual manera, Veenhoven (2015, citados en Godoy, Araneda, Díaz, Villagrán, & Valenzuela, 2015) definen la SWL como la “..apreciación valorativa que tiene un individuo respecto de su vida de manera global” (p. 31). En pocas palabras, según Veenhoven (1994) el constructo indica cuánto le gusta a una persona la vida que lleva.

Así, los juicios sobre la SAVI se determinan a partir de factores situacionales, de personalidad y culturales (Schimmack, Radhakrishnan, Oishi, & Ahadi, 2002, citados por D’Anello, 2006). De igual manera, Veenhoven (1994) indica que el constructo SWL es parte de un campo de investigación mayor como lo es el de la “calidad de vida”, de hecho se constituye en uno de los indicadores de la calidad de vida “realizada”.

En vista de lo anterior, realizando un rastreo documental tanto teórico como empírico, es posible evidenciar que el constructo es importante como soporte en diversas temáticas de estudio, ya que existen múltiples escalas para medir SWL las cuales han sido diseñadas, adaptadas y validadas con las respectivas propiedades psicométricas hacia diferentes temas y contextos. Por ejemplo, en términos de la medición del constructo “buen vivir” se hace uso además de otras escalas, de la de SWL (Guillén & Phélan, 2012). A nivel empírico se destaca el estudio de Godoy et al. (2015) en el cual se indaga por la relación entre la satisfacción con la vida, actitudes hacia la compra y el consumo y hacia el endeudamiento, lo que de cara a la presente investigación sirve de fundamento.

Además de lo descrito hasta ahora, este constructo se articula desde lo rural en la medida en que tiene relevancia desde la concepción de la calidad de vida como una de sus dimensiones. Así, como destaca el estudio de Fawaz-Yissi y Vallejos- Cartes (2011), la sostenibilidad rural se inserta en el concepto de calidad de vida, el cual se define como “la satisfacción de las necesidades de los habitantes de un espacio determinado, es parte fundamental del desarrollo sostenible, al incorporar componentes como esperanza de vida, educación, acceso a servicios básicos, vivienda, salud, empleo, ingreso, capital social y participación; incluso variables psi-cosociales para incorporar la comunidad y la percepción de las personas” (Sepúlveda et al., 2008, PNUD, 2008, Olave y Fawaz, 2008, citados en Fawaz-Yissi y Vallejos- Cartes, 2011).

Creencias orientadas a la compra, el consumo y el endeudamiento en amas de casa.

En línea con lo explicado en apartados anteriores, es muy común en el escenario rural el sobreendeudamiento en las amas de casa, al respecto es importante destacar que son múltiples las causas que impulsan y generan el endeudamiento, entre algunas de estas se encuentra la necesidad de construir la identidad, con base a las posesiones y bienes que se adquieren (Denegri, Gempp y Palavecino, 2005); en ese sentido es evidente, la necesidad de construir la identidad con base

en los objetos que se adquieren, con el fin de afianzar su autoestima y estatus social. Al respecto, López (2012) destaca que en el escenario rural, muchos de estos procesos de endeudamiento y sobreendeudamiento se deben a la falta de oportunidades de la población para acceder a fuentes de ingreso, con una remuneración mucho más justa, así mismo el acceso de educación de la población se hace de manera muy fragmentada, ya que en el caso de las mujeres amas de casa, la capacitación que reciben para administrar sus pequeños negocios o para administrar las finanzas del hogar, se hace desde una base muy empírica, producto de la experiencia y aprendizajes recibidos en el contexto familiar.

En ese sentido y en el marco del escenario globalizado, algunas mujeres en el escenario rural como una esperanza de salir de las dificultades y generar algún tipo de patrimonio, que permita generar ingresos adicionales para un mejor subsistir (Villareal, 2007). Sin lo rural como se mencionó en otros apartados se encuentra hoy en día más articulada con lo urbano, con un mayor acceso a la adquisición de bienes a través de créditos ofrecidos por medio de cooperativas de ahorro y crédito, los bancos y cadenas de hipermercados, este último desarrollando todo un conjunto de estrategias, que soportado en los medios electrónicos o en otros medios de pago, han facilitado el “consume ahora y pague después”.

Con base en estos argumentos, se hace relevante entender que esa predisposición al endeudamiento en las amas de casa de los sectores rurales, está muy en línea con lo que representa el *dinero* y sobre la base de estas ventajas y desventajas que tiene el adquirir un crédito. Para Luna (1998) el dinero permite comprar bienes y servicios, con el fin de no solo satisfacer necesidades básicas y gratificación personal, sino que su posesión se relaciona con el hecho de poder adquirir calidad de vida, diferenciación, aceptación dentro de un grupo social. Por otra parte, Chiguay, Denegri y Álvarez (2016) evidencian el papel del locus de control (sustentado en la capacidad de dominio de una situación, determinado por factores internos y externos) en las actitudes hacia la deuda y el comportamiento del uso del crédito.

De acuerdo Doyle (1992, citado en Denegri y Palavecinos, 2003) relaciona la comprensión de la deuda, con las características de personalidad, frente a ello propone 4 tipologías de personalidad: a) dinámicos, caracterizado por personas que están muy orientadas al logro, el dinero representa un medio de competitividad y éxito social, la ansiedad por obtenerlo es una constante dentro de su repertorio comportamental; b) amables, utilizan el dinero como un medio para ganar relaciones y ser queridos, tienen una gran dificultad para decir “no”, por lo que ante una pérdida pueden caer en depresión y baja autoestima; c) los analíticos, quienes orientan el dinero como una forma de proyección, por ello sus estrategias se enfocan en el ahorro y en la austeridad, buscan constantemente los precios bajos, y en muchas ocasiones evitan el contacto social, porque esto implica gasto de dinero; d) los expresivos, quienes utilizan el dinero como un medio para comprar autoestima y sentimientos de estatus y privilegios, viven mucho de la apariencias, por lo que son impulsivos y egocéntricos.

Con base en estos hallazgos, Winerman (2004, citado en Denegri, Cabezas, Del Valle, Gonzalez y Sepúlveda, 2012) propone dos estilos distintos de orientación de las creencias hacia el endeudamiento, muy asociados con sus rasgos y características de personalidad, por un lado consumidores con un perfil de austeridad, caracterizados por utilizar con cautela el crédito, más aun si este tiene unos fines consumistas; y por otro lado los hedonistas, con una percepción favorable al endeudamiento y una resistencia muy alta a la postergación de sus deseos e intereses.

Es importante destacar que las creencias relacionadas con el endeudamiento, se asocian principalmente con variables culturales, históricas e individuales que sirven como marco de referencia para interpretar algunos sucesos o situaciones (Jodelet, 1990) y por otra parte se instauran como cuerpos normativos relativamente estables, creados y enraizados en los grupos sociales y culturales para justificar o representar algunos eventos (Pepitone, 1992). A la luz de esto, otros autores como Fishbein & Ajzen (1974) afirman que las creencias se construyen sobre un objeto, a través de la observación directa, de aprendizajes previos, que van más allá de la sola observación, como la que se establece a través de las improntas generadas en la infancia, a través del contacto con la familia y el grupo de referencia más próximo, y que determinan desde luego el sistema de valores y de actitudes.

Con base en estas consideraciones, Ortega y Rodríguez-Vargas (2005) sustentan en sus hallazgos la clara correspondencia entre la creencia justificada de que a mayor número de tarjetas de crédito, mayor endeudamiento y mayor consumo, especialmente en las personas de ingresos medios; por otra parte Bogliacino & Ortoleva (2015) destacan la influencia de la comparación social, determinada por la percepción de la norma esperada para su grupo de referencia, en ese sentido las personas parten de la creencia de considerar irrelevante el gastar más allá de sus recursos monetarios promedio, si el objetivo está en función de adquirir productos aceptados por su grupo social de referencia.

En correspondencia con el escenario rural, este no ha dejado de ser ajeno a las influencias que las propias migraciones y movilizaciones urbanas ha generado, ya que desde los hábitos y practicas de consumo que se gesta en los hogares, existen toda una serie de factores psicológicos y sociales que determinan el endeudamiento, es así como el apoyo social a la deuda, la socialización económica, el nivel de conocimiento de los mecanismos de endeudamiento, los estilos asociados con el manejo del dinero, el grado de pobreza y el retraso por la gratificación esperada (Lea, Webley & Bellamy, 1995; Denegri y Palavecinos, 2003). Al respecto de lo anterior, es importante denotar que, en el caso de las amas de casa en escenarios rurales, son escasos los estudios que dan cuenta sobre la formación de la comprensión del mundo económico y las creencias asociadas con el endeudamiento, sin embargo Ayllón, Vallejos y Yáñez (1999) destacan que un mayor nivel de formación económica formal en la adultez, no es indicador de un manejo adecuado y racional de los recursos financieros, ya que entre el orden conceptual y la cotidianidad versan muchas diferencias. En términos de las diferencias de género, de la socialización y la participación social de los hombres y las mujeres en el escenario rural, las creencias hacia el manejo del dinero y la deuda, parten de la base de que los hombres actúan más en el contexto de lo público y por ello tienen mayor poder de decisión frente a los temas económicos y financieros, mientras que en el caso de las mujeres, estas pertenecen al orden de lo privado, por ello su rol tienen a ser pasivo (frente al cuidado de los hijos, el cuidado de la casa y las labores del campo) y dependiente de los aspectos económicos (Denegri, Iturra, Palavecinos y Ripoll, 1999).

Sin embargo otros estudios como el Zuñiga (2004) han entrado a demostrar el salto cualitativo de la inserción de la mujer rural en el mundo laboral, sin descuidar el hogar, ya que la multifuncionalidad del territorio le ha permitido a esta, trabajar como microempresaria, mano de obra temporal en la agricultura o en actividades en sectores urbanos propiamente dichas, con una brecha e inequidad considerable en términos de salarios frente al hombre, lo que lleva a que desarrollen hábitos de compra impulsivos, con una alta tolerancia a la deuda, impulsada o motivada por poseer un estilo de vida mucho mas elevado, lo que en palabras de Denegri et al (2012) evidencia la carencia de educación económica y financiera y la despreocupación por variables que afectan el sobre costo en el pago de intereses de mora y el pago total de la deuda (Salazar & González, 2013), lo que indiscutiblemente determina el perfil hedonista, como factor clave para aceptar el endeudamiento.

Al respecto de lo anterior, los resultados de Troncoso y Zuñiga (2013) evidencian que las mujeres rurales poseen una baja tasa de ahorro, la mayoría de las deudas contraídas son mucho más altas, en relación con sus ingresos y estas se adquieren para pagar servicios básicos, educación y otros pequeños negocios adicionales. Así mismo las creencias tienden hacer por lo general ambivalentes, con una actitud positiva hacia el dinero, con la tendencia a poseer algún sistema de crédito, dado a través de una cooperativa o tarjeta, con influencias socioculturales otorgada desde los sistemas tradicionales asociado con el pago de contado para evitar dificultades.

Metodología

Tipo de Investigación La presente investigación se orienta desde los fundamentos establecidos por el enfoque hermenéutico, y la teoría fundamentada, soportando el análisis de datos textuales con Atlas Ti V.8. Como fuente primaria de investigación, se emplearán dos técnicas de selección de información representativas de los métodos anteriormente descritos: a) La observación participante, b) La entrevista en profundidad. Categorías iniciales estudiadas Satisfacción con la vida: Entendida como los juicios cognitivos que el mismo sujeto construye para evaluar los diferentes aspectos de su vida (Diener, Emmons, Larsen y Griffin, 1985). Creencias: Se instauran como cuerpos normativos relativamente estables, creados y enraizados en los grupos sociales y culturales para justificar o representar algunos eventos (Pepitone, 1992). Endeudamiento: Implica el uso del crédito como via principal para construir la identidad, con base a las posesiones y bienes que se adquieren (Denegri, Gempp y Palavecino, 2005); en ese sentido es evidente, la necesidad de construir la identidad con base en los objetos que se adquieren, con el fin de afianzar su autoestima y estatus social. Participantes y muestreo Se tiene previsto realizar 15 entrevistas en profundidad a mujeres amas de casa de las veredas Parcelas, El Pencal y El Playón entre los municipios de Mosquera y Madrid, Cundinamarca, a través de un muestreo bola de nieve, teniendo en cuenta que por las dificultades de acceso y de contacto de esta población, por medio de recomendaciones se establecerá el vinculo como sujetos potenciales de investigación.

Resultados esperados		
Tipo de producto	Detalle	Cantidad
Generación de nuevo conocimiento	Artículos de investigación	1
	Libros de investigación	
	Capítulos de investigación	
	Productos tecnológicos patentados o en proceso	
	Variedades vegetales	
Actividades de investigación, desarrollo e innovación	Productos tecnológicos certificados o validos	
	Productos empresariales	
	Regulaciones, normas, reglamentos técnicos	
	Consultorías científicas y tecnológicas	
	Innovación social	
Apropiación social del conocimiento	Participación ciudadana	
	Transferencia del conocimiento	
	Gestión del conocimiento	

Formación de recursos de formación	Comunicación del conocimiento	
	Circulación del conocimiento especializado	1
	Tesis de doctorado	
	Tesis de maestría	
	Trabajos de grado	1
	Proyectos de ID+i con formación	
	Apoyo a programas de formación	

Contribución del proyecto al cumplimiento con la misión institucional

El proyecto contribuye a la misión institucional desde el enfoque de la investigación, en primer lugar. De igual manera, se articula con la proyección social ya que como se explicó en la justificación y la descripción del problema, el tema de la alfabetización en las zonas rurales todavía tiene mucho por desarrollar desde las agendas gubernamentales e instituciones relacionadas, y el punto de partida debe ser el entendimiento de los significados y las creencias que dichas comunidades tienen, en este caso particular, hablando de las amas de casa rurales. Así mismo, se pretende resaltar el papel de estas mujeres en la organización de la economía familiar, siendo esta una urgencia en el país.

Líneas del PIM con las que vincula el proyecto

3. Proyección social e investigación pertinentes

Acciones del Plan General de Desarrollo 2016-2019 con el que se articula el proyecto

La propuesta de investigación se articula dentro de la línea “Proyección Social e Investigación Pertinentes” con las acciones: o Elaborar un plan de acción de la sede para incrementar la producción investigativa en el marco de los campos de acción. En tanto que desde el proyecto se proyecta como producto la elaboración de un artículo de investigación pertinente. Establecer estrategias y condiciones que promuevan la visibilidad de la producción en el desarrollo de las Funciones Sustantivas. En tanto que se proyecta participar en eventos mediante modalidad de ponencia y/o póster con el fin de divulgar y hacer visibles los avances y resultados de la investigación en pro del aporte al conocimiento, además de ser un insumo para ampliar desde las funciones sustantivas la oportunidad de genera nuevos proyectos en fases posteriores. Así mismo, dentro de la misma línea de acción, ambas facultades en sus procesos de investigación aportan al incremento de la producción investigativa con impacto regional, así como a la línea de acción “compromiso con el proyecto educativo” en tanto el proyecto cuenta con la participación de semilleros de investigación (neuroconsumer y branding de la Facultad de Mercadeo).

FODEIN				
Concepto	Nombre	Escalafón	Horas mes	Total (\$)
Horas Nomina (Investigador Principal)	Sara Catalina Forero Molina	2	40	\$ 14.618.880
Horas Nomina (Co-Investigadores)	Carolina Garzón Medina	3	40	\$ 15.024.960
	Mauricio Novoa Campos	1	40	\$ 8.537.500

Concepto	Descripción	Total (\$)
Papelería	usb, esferos, libretas, resaltadores, resma de papel	\$ 300.000
Fotocopias	Fotocopias para el instrumento	\$ 100.000
Salidas de campo	Refrigerios y almuerzos para recolección de datos	\$ 500.000
Auxilio de transporte	Para entrevistas presenciales de la comunidad	\$ 500.000
Materiales	Muestras que se entregan a los participantes	\$ 800.000
Movilidad	Ponencia nacional o internacional	\$ 6.000.000
Total FODEIN	\$ 46.381.340	

CONTRAPARTIDA EXTERNA				
Concepto	Nombre	Escalafón	Horas mes	Total
Horas Nomina				\$

Concepto	Descripción	Total
		\$
Total Contrapartida externa	\$	

TOTAL PROYECTO	\$ 0
-----------------------	-------------

CRONOGRAMA		
Actividad	Fecha Inicio	Fecha Fin
Ajustes del proyecto escrito	2018-02-15	2018-03-15
Revisión estado del arte	2018-02-15	2018-03-15
Diseño del trabajo de campo	2018-02-15	2018-04-30
Trabajo de campo	2018-04-01	2018-05-31
Transcripción de la información	2018-05-01	2018-09-15
Resultados	2018-06-15	2018-09-30
Elaboración informe final – Elaboración de artículo científico	2018-07-15	2018-11-15

Posibles evaluadores
Zandra Patricia Calderón Garzón. Correo electrónico: zzaamm@hotmail.com Diana Esperanza Oliveros Fortiche. Correo electrónico: deoliveros@gmail.com .

Referencia(s)
Ayllón, M. Vallejos, M. y Yañez, V. (1999) Hábitos de consumo en estudiantes universitarios. Tesis de Licenciatura en Psicología. Universidad de la Frontera, Temuco, Chile. Asobancaria. (n.d.). Programas de Educacion Financiera de los Bancos en Colombia. Retrieved 2018, from Sitio web de Asobancaria: http://www.asobancaria.com/sabermassermas/programas-de-educacion-financiera-de-los-bancos-en-colombia/
Bruner, J. (1998). Actos de significado: más allá de la revolución cognitiva. Madrid: Alianza. Bogliacino, F., & Ortoleva, P.(2015). The Behavior of Others as a Reference Point. Columbia Business School Research Paper, (13). doi.org/10.2139/ssrn.2292011
Cano, C., Cuadros, P., & Estrada, D. (2017). Inclusión financiera rural: el caso del sur del Tolima. Bogotá: Banco de la República.
Cediel, M., Donoso, N., Hernández, J., López, M., Herrera, P., & Moreno, C. (2017). Empoderamiento de las mujeres rurales como gestoras de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el posconflicto colombiano. Equidad Desarrollo(28), 61-84.

Chiguay, L., Denegri, M., y Álvarez, B. (2016). Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y locus de control del consumidor en estudiantes universitarios. *Suma psicológica*, 23, p. 1-9. Cruz, F. (2006). Género, psicología y desarrollo rural : la construcción de nuevas identidades : las representaciones sociales de las mujeres en el medio rural. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

DANE. (2016). Metodología General Encuesta de Carga Financiera y Educación Financiera de los Hogares - IEFIC. Bogotá. Retrieved from https://formularios.dane.gov.co/Anda_4_1/index.php/catalog/470/download/7891

Denegri, M., M. Palavecino y R. Gempp. (2005). Socialización económica en familias Chilenas de clase media, educando ciudadanos o consumidores. *Psicología y sociedades*, 17 (2), p. 54-68.

Denegri, M. & Palavecinos, M. (2003). Género y Alfabetización Económica: ¿Oportunidades de desarrollo o nuevos caminos para la discriminación? *Revista del Programa de Psicología de la Universidad del Norte*, 12, 76-97.

Denegri, M., Cabezas,D., Del Valle, Y., Gonzalez., Y y Sepúlveda, J.(2012). Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 497-509. Denegri, M.; Iturra, R.; Palavecinos, M.; Ripoll, M. (1999) Consumir para vivir y no vivir para consumir. Ediciones Universidad de La Frontera. Temuco.

Denegri,M., Gempp,C., Del Valle, S.,Etchebarne,Y., y González,J (2006). Yo y la economía. Evaluación de la actuación docente en un programa de educación económica para escolares de [6.to](#) año de educación primaria. *Revista IIPSI*, 14 (1), p. 65-77 Doyle, K.O. (1992). Introduction: Money and behavioral sciences. *American Behavioral Scientist*, 35, p. 641-657.

FAO. (2009). La mujer y el empleo rural. *Perspectivas Económicas y Sociales*(5). FAO. (n.d.). La mujer rural y el derecho a la alimentación. Retrieved 2018, from Sitio web de FAO: <http://www.fao.org/docrep/W9990S/w9990s10.htm>

Farah, M., & Pérez, E. (2004). Mujeres rurales y nueva ruralidad en Colombia. *Cuadernos de Desarrollo Rural*(51), 137-160. Farrel, L., Fry, T., & Risse, L. (2016). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behavior. *Journal of Economic Psychology*, 54, 85-99.

Fishbein, I., & Ajzen, M. (1974). Factors influencing intentions and the intention behavior relation. New York. doi.org/10.1177/001872677402700101

Flórez, M. (2009). La construcción social de significados en el fin de la era del padre. *Revista de Ciencias Sociales*, 3(125), 117-125. Furth H.G. (1980) *The world of grown - ups. Children's conceptions of society*. Nueva York: Elsevier North Holland.

García, B. (2004). La mujer rural en los procesos de desarrollo de los pueblos. *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*(55), 107-120.

Godoy, M., Araneda, L., Díaz, M., Villagrán, P., & Valenzuela, S. (2015). Satisfacción con la vida, actitudes hacia la compra y actitudes hacia el endeudamiento. *Revista de Investigación en Psicología*, 18(1), 29-46.

Guevara, L. (2017). Los 16 bancos que están apostando por la educación financiera. Retrieved 2018, from Sitio web de Finanzas Personales: <https://www.larepublica.co/finanzas-personales/los-16-bancos-que-estan-apostando-por-la-educacion-financiera-2541476>

Gutiérrez, J., Capera, L., & Estrada, D. (2011). Reporte de Estabilidad Financiera. Banco de la República. Guzmán, G. (2012). La deuda: del sueño a la pesadilla colectiva. *Endeudamiento de mujeres rurales del centro de Veracruz*. Desacatos, (44), p. 67-82.

Hernández, N y Rodríguez, A.(2001). Experiencia de alfabetización económica con, para y desde las mujeres. Un material de apoyo para contribuir a fortalecer la incidencia de las mujeres en la economía. Recuperado de: <http://www.corteidh.or.cr/tablas/29359.pdf> Jodelet. (1990). *Develando la Cultura*. México.

Kabeer, Naila (2012). ¿Son las microfinanzas una varita mágica para el empoderamiento de las mujeres? Un análisis de hallazgos en el sur de Asia. *Fondo Jalisco de Fomento Empresarial*, p. 43-68.

Lea, S., Webley, P., Bellamy, P; (1995). Student debt: A psychological analysis of the UK experience. *Frontiers in Economic Psychology* , I, p.430-444.

Llambí, L., & Pérez, E. (2007). Nuevas ruralidades y viejos campesinismos. *Agenda para una nueva sociología rural latinoamericana*. Cuadernos Des. Rural, 4(59). López, A. (2012). El endeudamiento de los hogares en México. *Boletín Momento Económico*, (2), p. 15-18.

Lozano, D. (2011). Contribuciones de la educación rural en Colombia a la construcción social de pequeños municipios y al desarrollo rural. *Revista de la Universidad de La Salle*(57), 117-136.

Martínez, I., & Baeza, M. (2017). Enfoques de género en el papel de la mujer rural en la agricultura cubana. *Revista Prolegómenos*, XX(39), 29-38.

Martínez, S., Pertuz, M., & Scarpetta, N. (2017). Evaluación de la Estrategia de Educación Financiera en medios masivos para fomentar el ahorro . Bogotá: Fedesarrollo.

Neme-Chaves, S., & Forero-Molina, S. (2018). Símbolos, significados y prácticas asociados a las finanzas personales en estudiantes universitarios. *Suma de Negocios*, 9(19).

Ortega, V y Rodríguez-Vargas, J.(2005). Consumo y deuda en adultos jóvenes: evaluación desde un modelo integrador de la conducta económica. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 37, (1), p. 95-118.

Pepitone, A. (1991). El mundo de las creencias: Un análisis psicosocial. *Revista de Psicología y Personalidad*. Perilla, L. (2014). Los roles de las mujeres rurales en el departamento de Nariño, Colombia. *Tendencias y cambios. Trabajo Social*(16), 187-204.

Salazar, N. & González, C. (2013) Estudio comparativo de alfabetización económica y actitud hacia el endeudamiento en estudiantes de Ingeniería Comercial y estudiantes de Pedagogía en Chile. (Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial), Mención Administración. Universidad de Chile, Santiago, Chile.

Troncoso y Zuñiga. (2013). Análisis de los patrones de consumo y endeudamiento de las mujeres de la Provincia de Ñuble en el marco de las nuevas vinculaciones rural-urbanas. (tesis de grado). Universidad del Bio Bio, Chile.

Vega, A. (2007). Por la visibilidad de las amas de casa: rompiendo la invisibilidad del trabajo doméstico. *Política y cultura*(28), 181-200.

Vera, E., & Moyano, E. (2010). Empleo femenino y su efecto sobre la distribución de la renta familiar en el medio rural. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 10(1), 5-16.

Villareal , F. (2017). Inclusión financiera de pequeños productores rurales. CEPAL.

Villarreal, M. (2007). La economía desde una perspectiva de género: de omisiones, inexactitudes y preguntas sin responder en el análisis de la pobreza. La Ventana. Revista de Estudios de Género, 2 (25), p. 7-42.

Winerman, L. (2004). Maxed out: Why do some consumers and others steer clear?. Monitor on Psychology, 35(6), p. 62 Zúñiga, M. (2004). Acceso al crédito de las mujeres en América Latina. Santiago, Chile: CEPAL.

Documentos adjuntos	
Cartas grupo.pdf	Acta 004 del comite de investigaciones.pdf