

VIABILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HERRAMIENTA
TECNOLÓGICA PARA LA EVALUACIÓN FINANCIERA DE MICROEMPRESAS
DEL SECTOR ESTETICA, COSMETICA Y ORNAMENTAL EN EL BARRIO BOSA
LA AMISTAD DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ.

FREDDY GUILLERMO PÉREZ ARÉVALO

CRISTIAN STEVEN PORTELA DÍAZ

ASTRID MILENA TOLOSA RODRIGUEZ



UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALES

BOGOTÁ, COLOMBIA

2021

Resumen

En el presente trabajo de investigación, se identificó que las microempresas del sector estético, cosmético y ornamental, específicamente las peluquerías y barberías, optan por llevar las finanzas de sus microempresas, sin realizar un adecuado análisis de la situación actual del negocio, y de este modo se pierde de vista factores internos y externos que pueden afectar la estabilidad de la misma. Por tal razón, lograr establecer la viabilidad de implementar una herramienta financiera que ayudará a los microempresarios a visualizar aspectos importantes de sus negocios para su crecimiento y fortalecimiento de la empresa, donde también les servirá para conocer, aprender e interpretar la información financiera obtenida, reforzando el perfil empresarial de los microempresarios. De este modo permitiría que los microempresarios a través del tiempo pierdan la costumbre de tomar decisiones basadas en conocimientos empíricos y de acuerdo con lo que para ellos puede estar bien, sin tener como fundamentar racionalmente las decisiones tomadas.

Mediante el método utilizado, se logró darle claridad a los objetivos expuestos, y así dar respuesta al problema planteado, se pudo conocer varios factores importantes para determinar la viabilidad de implementar una herramienta tecnológica en el sector seleccionado, tales como la informalidad que presentan las microempresas analizadas, la falta de estrategias para permanecer en el mercado a mediano y largo plazo y por otra parte la falta de conocimientos en aspectos básicos sobre las finanzas y saber cómo utilizar dicha información para el crecimiento y funcionamiento de la empresa.

Sin bien es cierto que los microempresarios repelan de algún modo la implementación de nuevos métodos o tecnologías que facilitan la forma de realizar

procesos o tareas que anteriormente eran más complejas de realizar, este rechazo se presenta especialmente en los negocios de barrio ya que normalmente funcionan entre la informalidad y el trabajo experimental que llevan cada día. Estas posiciones identificadas se pueden presentar por miedo al cambio, por temor a que aparezcan nuevos gastos y costos o simplemente porque se desconoce el tema y no se tiene claro realmente la utilidad de llevar un buen análisis financiero de la empresa.

Finalmente, el diseño y desarrollo del prototipo de la herramienta financiera, está pensada para personas que tengan pocas bases financieras o ya sea que no tenga ningún conocimiento, lo cual facilitará el uso eficiente de la misma herramienta y no que se convierta en una carga o “dolor de cabeza” para los microempresarios. De este modo la herramienta cuenta con los principales indicadores básicos financieros los cuales ayudarán a los microempresarios a tener un detallado informe de la situación actual de la microempresa.

Palabras claves: *Herramienta financiera, microempresas, desarrollo empresarial, indicadores financieros, toma de decisiones, análisis y tecnología.*

Abstract

In the present research work, it was identified that microenterprises in the aesthetic, cosmetic and ornamental sector, specifically hairdressers and barber shops, they choose to carry the finances of their micro-businesses, without carrying out an adequate analysis of the current business situation, and in this way, internal and external factors that can affect its stability are lost sight of. For this reason, to establish the viability of implementing a financial tool that will help microentrepreneurs to visualize important aspects of their

businesses for their growth and strengthening of the company, where it will also serve them to know, learn and interpret the financial information obtained, reinforcing the business profile of microentrepreneurs. In this way, it would allow microentrepreneurs over time to lose the habit of making decisions based on empirical knowledge and in accordance with what may be good for them, without having as a rational basis for the decisions made.

Through the method used, it was possible to give clarity to the stated objectives, and thus respond to the problem raised, it was possible to know several important factors to determine the viability of implementing a technological tool in the selected sector, such as the informality presented by the micro-enterprises analyzed, the lack of strategies to remain in the market in the medium and long term and, on the other hand, the lack of knowledge in basic aspects of finance and how to use this information for the growth and operation of the company.

Although it is true that microentrepreneurs somehow repel the implementation of new methods or technologies that facilitate the way of carrying out processes or tasks that were previously more complex to carry out, this rejection occurs especially in neighborhood businesses since they normally work between the informality and experimental work that they carry out every day. These identified positions can be presented for fear of change, for fear that new expenses and costs will appear or simply because the subject is unknown and the usefulness of carrying a good financial analysis of the company is not clear.

Finally, the design and development of the prototype of the financial tool is designed for people who have few financial bases or who do not have any knowledge,

which will facilitate the efficient use of the same tool and not become a burden or "headache" for microentrepreneurs. In this way, the tool has the main basic financial indicators which will help microentrepreneurs to have a detailed report of the current situation of the microenterprise.

Keywords: Financial tool, microenterprises, business development, financial indicators, decision making, analysis and technology.

Contenido

Introducción.....	10
1. Naturaleza del problema	10
1.1. Definición del problema.....	10
1.1.1. <i>Enunciado del problema</i>	10
1.2. Pregunta problema	11
1.3. Objetivos del estudio	11
1.3.1. Objetivo general.....	11
1.3.2. Objetivos Específicos	11
1.4. Justificación y alcance	12
1.4.1. Justificación	12
1.4.2. Antecedentes.....	13
1.4.3. Relación con la línea de investigación institucional	14
1.4.4. Alcance	14
2. Revisión Literaria.....	15
2.1. Marco conceptual.	15
2.1.1. Situación de las pymes en el mundo y en Colombia.....	15
2.1.2. Importancia del sector Estética y Cosmética para la economía Bogotana.	16
2.1.3. Conceptualización del análisis de indicadores financieros	17
2.1.4. División de los indicadores financieros:	18
2.1.5. Equilibrio financiero	20
2.1.6. Análisis Horizontal	21
2.1.7. Análisis Vertical	22
2.2. Marco histórico	23
2.2.1. Comportamiento de las microempresas en los últimos años	23
2.2.2. Historia de la localidad de Bosa.....	26
2.2.3. Origen de las peluquerías y de su profesión	27
2.2.4. Toma de decisiones de las microempresas	27
2.3. Marco teórico.....	29
2.3.1. Análisis financiero en la MiPymes	29
2.3.2. La toma de decisiones en las organizaciones.....	31

2.3.3.	Desarrollo empresarial	32
2.3.4.	Innovación de las empresas mediante la implementación de herramientas tecnológicas.....	33
2.3.5.	Origen de la estética como arte de belleza.....	35
2.3.6.	Relaciones humanas.....	36
2.4.	Marco Legal.....	37
2.4.1.	Creación y desarrollo de las MiPymes.....	37
2.4.2.	Reglamentación del uso de las nuevas tecnologías en las empresas.....	41
2.4.3.	Reglamentación para el adecuado funcionamiento de las peluquerías en el territorio nacional. 42	
2.4.4.	Medidas para el manejo y control del riesgo de coronavirus en peluquerías y otros tratamientos de belleza.....	44
3.	Diseño Metodológico.....	46
3.1.	Estudio.....	46
3.1.1.	Fuentes de Información.....	46
3.2.	Población y Muestra:	47
3.1.	Instrumento.	48
3.2.	Procedimiento:.....	48
3.3.	Cronograma.....	49
3.4.	Presupuesto	50
3.5.	Desarrollo Metodológico	50
3.5.1.	Caracterización de las microempresas del sector estético, cosmético y ornamental del barrio Bosa la Amistad.....	51
3.5.2.	Diagnostico situación financiera microempresas del sector estético, cosmético y ornamental:	60
3.5.4.	Realizar un modelo comparativo de las posibles herramientas que se ajustan a las características de los microempresarios	65
4.	Conclusiones	75
5.	Recomendaciones	76
6.	Referencias	77
7.	Anexos.....	84
7.1	Anexo N° 1.....	84

Tabla de Tablas.

Tabla N. 1. Cronograma de actividades para la investigación.

Tabla N. 2. Presupuesto para realizar la encuesta, para obtener los datos de investigación.

Tabla N. 3. Estado de situación financiera.

Tabla N. 4. Estado de pérdidas y Ganancias

Tabla N. 5. Modelo comparativo de las distintas Herramientas tecnológicas.

Tabla de Ilustraciones.

Ilustración 1. Tiempo de funcionamiento en el mercado.

Ilustración 2. Porcentaje de microempresas formalizadas.

Ilustración 3. Tipo de contratos manejados en las microempresas del sector estética, cosmética y ornamental.

Ilustración 4. Seguridad social aportada a los empleados de las microempresas del sector de estética, cosmética y ornamental.

Ilustración 5. Tipo de salario pagado, a los empleados del sector estética, cosmética y ornamental.

Ilustración 6. Servicios Esenciales utilizados por las microempresas.

Ilustración 7. Espacio donde se encuentra en funcionamiento el negocio.

Ilustración 8. Días de mayor afluencia de clientes en su negocio.

Ilustración 9. Mes en el año con mayores ventas.

Ilustración 10. Nivel de conocimientos financieros.

Ilustración 11. Servicio de contador o administrador en la microempresa.

Ilustración 12. *Métodos de pagos que reciben las microempresas del sector estética, cosmética y ornamental.*

Ilustración 13. *Modos de financiamiento del proyecto.*

Ilustración 14. *Home – Sección 1 página web de herramienta tecnológica financiera Valeo*

Ilustración 15. *Versión móvil: Home – Sección 1 página web de herramienta tecnológica financiera Valeo*

Ilustración 16. *Home – Sección 2 página web de herramienta tecnológica financiera Valeo*

Ilustración 17. *Home – Sección 3 página web de herramienta tecnológica financiera Valeo*

Ilustración 18. *Home – Sección 4 página web de herramienta tecnológica financiera Valeo*

Ilustración 19. *Login – Página web de herramienta tecnológica financiera Valeo*

Ilustración 20. *Ingreso plataforma – Página web de herramienta tecnológica financiera Valeo*

Ilustración 21. *Glosario de términos – Página web de herramienta tecnológica financiera Valeo*

Ilustración 22. *Sección Comercial – Página web de herramienta tecnológica financiera Valeo*

Ilustración 23. *Resultados – Página web de herramienta tecnológica financiera Valeo*

Introducción

El siguiente trabajo de investigación nos ayudará a determinar la viabilidad de implementar una herramienta tecnológica en las microempresas del sector de estética, cosmética y ornamental en un barrio popular de Bogotá “BOSA LA AMISTAD” siendo un punto de interés porque alberga una cantidad de comercio relacionado con la presente investigación, También se quiere identificar las dificultades financieras a las que se enfrentan los microempresarios en el transcurso de los primeros años de haberla constituido legalmente.

A través de la exploración de la viabilidad de la implementación de una herramienta financiera en las microempresas del sector investigado, permitirá recolectar e introducir datos financieros, logrando así acceder a información clave de la situación actual de la microempresa, permitiendo que los microempresarios interactúen con el prototipo planteado y así puedan evaluar la situación y plantear acciones estratégicas para corregir o mejorar la operación del negocio.

1. Naturaleza del problema

1.1. Definición del problema

1.1.1. Enunciado del problema

En Colombia muchos de los microempresarios no tienen el manejo financiero apropiado o pertinente para determinar por ejemplo, si se están sobre endeudando, si el negocio está dejando un margen de utilidad significativo o si su capacidad económica da para poder apalancarse con entidades financieras, preguntas que todo empresario debería formularse y así mismo poder responderlas sin inconvenientes, situación que en el sector

investigado no se refleja que suceda principalmente a que, los microempresarios tienen recursos limitados, como por ejemplo recursos económicos y la mano de obra.

De acuerdo con lo anterior este problema obstaculiza que los pequeños empresarios realicen un análisis de la microempresa que les permita evaluar, si el negocio va dirigido hacia el camino deseado o si por el contrario se tendrá que reevaluar los procesos y de este modo reestructurarse mediante estrategias financieras óptimas, sin que afecte directamente a la supervivencia de las empresas.

1.2. Pregunta problema

¿Cómo identificar la viabilidad de implementar una herramienta tecnológica de evaluación financiera para microempresarios del sector de estética, cosmética y ornamental del barrio Bosa la Amistad de la ciudad de Bogotá?

1.3. Objetivos del estudio

1.3.1. Objetivo general

Identificar la viabilidad de implementar una herramienta tecnológica de evaluación financiera para microempresas del sector estética, cosmética y ornamental del barrio Bosa La Amistad de la ciudad de Bogotá.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Realizar la caracterización de las microempresas del sector estética, cosmética y ornamental en el barrio Bosa La Amistad.
- Identificar la situación financiera de las empresas encuestadas por medio de un diagnóstico.

- Realizar un modelo comparativo de las posibles herramientas que se ajustan a las características de los microempresarios.
- Elaborar un prototipo de la herramienta de acuerdo con los resultados del análisis comparativo.

1.4. Justificación y alcance

1.4.1. Justificación

El sector de estética, cosmética y ornamental es un mercado que está en auge y esto se puede evidenciar porque cada vez es más frecuente ver como inauguran un nuevo establecimiento en los barrios y además por el constante interés del gobierno en que este tipo de negocios se formalice. Esto puede darse por la cantidad de ingresos que estos generan en el corto plazo y la posibilidad de convertirse a largo plazo en uno de los sectores que aporten significativamente al producto interno bruto del país. Cabe señalar que en una investigación de la revista La República, en el 2010 solo 4 de cada 10 hombres frecuentaban estos lugares, estas cifras se duplicaron hacia el 2017 ya que, de cada 10 hombres 8 utilizaban los servicios de barberías y salones de belleza (López, 2018).

Además, a través de esta investigación se pondría en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera profesional y especialmente en la profundización de la línea financiera porque mediante esta herramienta estaríamos ayudando a los microempresarios primero a tener un control adecuado de las finanzas de sus negocios y segundo fortalecer el sector mediante el uso de la tecnología.

1.4.2. Antecedentes

Según con el informe presentado por Confecámaras sobre la “Dinámica de creación de empresas en Colombia” para el año 2019, el número de microempresas creadas para dicho año fueron 308.223, representando el 99,6% del total de empresas creadas en Colombia y teniendo un crecimiento del 2,16% comparado con el año 2018 (Confecámaras, 2019). Y pese a la idea de cada uno de sus creadores, la perspectiva de supervivencia de estas empresas en Colombia es que de cada 100 empresas de tipo micro, pequeño y mediano, tan solo 43 logran permanecer en funcionamiento luego de 5 años, según estimaciones de Asobancaria presentadas en 2018 en un informe bajo el nombre “Supervivencia de las MiPymes: un problema por resolver” (Asobancaria, 2018).

Conforme con lo anterior, en esta investigación se quiere establecer el tiempo estimado que permanecen en el mercado este tipo de establecimientos en el sector investigado. Ya que, de acuerdo con el informe elaborado por el DANE que proporciona los resultados estadísticos de una encuesta realizada en el año 2019, sobre el sector de peluquerías y otros tratamientos de belleza en el año 2019, el 30% de las microempresas del sector estético, cosmético y ornamental tienen entre 5 y 10 años en el mercado, seguido del 23% donde los empresarios manifiestan que llevan entre 1 y 3 años en el mercado (DANE, 2020).

A partir de estos antecedentes queremos iniciar esta investigación acerca de la viabilidad de implementar una herramienta tecnológica para la evaluación financiera del sector de estética, cosmética y ornamental del barrio Bosa la Amistad.

1.4.3. Relación con la línea de investigación institucional

La línea de investigación institucional con la que se relaciona la presente investigación es con la número 3, que es Administración y Competitividad, y la sublínea de investigación es productividad y competitividad en las empresas Colombianas, debido a que el presente trabajo busca implementar una herramienta tecnológica, la cual los microempresarios puedan acceder a ella a un costo bajo y de una manera fácil, puedan obtener información financiera clave de sus negocios para tomar decisiones asertivas y adicional ayudaría a culturizar a los microempresarios hacia la formalidad bajo el apoyo y uso de la tecnología, hoy en día siendo este un aspecto primordial en las empresas para la continuidad en el mercado a través del tiempo, el cual cada vez es más cambiante y exigente.

1.4.4. Alcance

La siguiente investigación abarca las microempresas del sector estético, cosmético y ornamental específicamente peluquerías y barberías del barrio Bosa la Amistad, donde se explorará las características, procesos y funcionalidades de estos establecimientos, permitiendo identificar la viabilidad de implementar una herramienta tecnológica que permita mejorar las decisiones y estrategias financieras que normalmente se toman de forma instintiva en este tipo de negocios y consecuentemente realizar el diseño y la elaboración de la herramienta de acuerdo con los resultados de viabilidad de la investigación.

2. *Revisión Literaria*

2.1. *Marco conceptual.*

2.1.1. *Situación de las pymes en el mundo y en Colombia*

Según informes del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) “For the year 2017, developed countries present large enterprises motivated mainly by innovation, this is reflected in the figures presented in the United States, where the intensity of innovation stands at 39.6% and 29.5% of their entrepreneurs aspire to create six or more jobs within the first five years” [para el año 2017 los países desarrollados presentan grandes emprendimientos motivados principalmente por la innovación, esto se ve reflejado en las cifras presentadas en Estados Unidos, donde la intensidad en innovación se sitúa en el 39,6 % y el 29,5% de sus empresarios aspiran a crear entre seis o más empleos dentro de los primeros cinco años] (GEM, 2017).

Ahora, en contraste con América Latina y con Colombia principalmente, estas tasas de innovación y empleabilidad no son las más alentadoras, ya que, para el caso colombiano el 67% de las empresas no empleadoras están correlacionadas con actividades personales que se convierten en alternativas económicas para personas que se le dificulta la entrada al mercado laboral, según Serrato Guana el crecimiento que tienen las pymes en Colombia se ve opacado ya que principalmente por tener recursos escasos, desde su estructura financiera hasta el recurso humano, hacen que sean factores que afecte la estabilidad del crecimiento de dichas empresas y por tal motivo no alcancen permanecer en el mercado más de los cinco años de estar constituidas. (Serrato, 2019).

Sin embargo, se ha visto un progreso del índice de empleabilidad de las empresas entre los años 2013 y 2017, aumentando un 18,6%. En adición, cabe resaltar que, en palabras de Alicia Arango, ministra del Gobierno Nacional las “MiPymes representan más de 90% del sector productivo nacional y generan el 80% del empleo en Colombia”, lo cual hace notar la importancia de estos modelos de negocio, que si bien no impulsan a profundidad el desarrollo del país si lo mantienen a flote.

2.1.2. Importancia del sector Estética y Cosmética para la economía Bogotana.

Según la revista semana Bogotá en el año más difícil para todo el mundo se constituyeron 9432 empresas que pertenece al sector de estética y cosmética, generando que en promedio los bogotanos gastaran medio billón de pesos en estos servicios, pero uno de los principales problemas en el desarrollo de este sector, el cual es un gran generador de empleo y de ingresos para todas las familias colombianas, es que la mayoría de los establecimientos de belleza y cosméticas se mueven en la informalidad, lo que les resta la posibilidad del desarrollo con dificultades de acceder a beneficios y créditos por optar formalizarse como empresa (Semana, 2021).

La nueva normalidad basada en la actual pandemia la cual llegó de manera sorpresiva para todo el mundo, género que la realidad de muchas personas, negocios y empresas cambiará bruscamente ya que para cuidar a la población mundial del virus del COVID 19 a todos les tocó adaptarse a aislamiento y así mismo cerrar sus micro mediana y gran empresa por un buen tiempo por tanto, las organizaciones que no estaban preparadas para esta situación, se vieron totalmente afectadas por el cierre total, reduciendo la totalidad de sus ventas e ingresos, provocando pérdidas enormes ya que muchas de estas organizaciones funcionaban con lo que lograrán obtener diariamente con su trabajo, de

igual forma el pago de arrendamiento de sus locales físicos generaba la preocupación de los dueños de negocios.

Para el sector de estética y cosmética, el cierre de estos locales según Garzón (2020) del periódico El Tiempo afirma que, ha significado que “más de 180.000 personas que viven de esta profesión, entre peluqueros, manicuristas, esteticistas, barberos, personal auxiliar de aseo, no estén recibiendo ningún tipo de ingresos, afectando su vida a nivel económico afectando principalmente la manutención de las familias” (Garzón, 2020).

Las peluquerías de la ciudad Bogotá, la situación generada por la actual pandemia condujo que muchas de las micro empresas tomaran medidas y estrategias para generar ingresos y no se continúan con pérdidas, día a día que el local mantenía cerrado por la cuarentena general genera muchas pérdidas a nivel organizacional y a nivel personal, esto generando que las familias no obtuvieron ningún tipo de entrada económica, por lo cual estas personas en medio de la cuarentena se han tenido que inventar métodos para enmendar la crisis económica y de empleo que enfrenta este momento su gremio. Con la venta de estos artículos a puerta cerrada como kits de champú, tintes y tratamientos capilares el cual han manejado para implementar la atención de sus clientes de manera virtual.

2.1.3. Conceptualización del análisis de indicadores financieros

El análisis financiero es fundamental para lograr mejores proporciones de rentabilidad de las empresas, a través del desarrollo de éste se evalúan los riesgos empresariales y la estructuración de las actividades a realizar para el aumento de la rentabilidad.

Los indicadores financieros permiten al administrador determinar la situación actual de la empresa y construir las acciones para maximizar la riqueza de la compañía, para esto es necesario considerar los rendimientos, el riesgo de cada actividad planteada y el efecto de estas en la generación de valor. Ahora, la información es tomada principalmente de los dos estados financieros básicos y se usan métodos de cálculo e interpretación para supervisar y analizar el desempeño (Gitman & Zutter, 2012).

2.1.4. División de los indicadores financieros:

Se dividen en cuatro grupos principalmente:

a) Liquidez: Para medir la liquidez de una empresa debe determinarse su capacidad para cumplir con las deudas a corto plazo en la medida que estas van llegando a su cumplimiento, para esto existen las siguientes fórmulas:

b) Liquidez Corriente: mide la capacidad de una compañía para cumplir con sus obligaciones en el corto plazo. Se expresa como: $\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$. A nivel general se acepta que una empresa posee mayor liquidez entre más alta sea su liquidez corriente.

c) Razón rápida (prueba ácida): es parecida a la liquidez corriente, con la diferencia de que omite el inventario, conocido por ser el activo corriente de menor liquidez. Se determina así: $\text{Razón rápida} = \frac{\text{Activos corrientes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos corrientes}}$. Usualmente brinda una idea mejor de la liquidez integral, siempre y cuando el inventario no pueda convertirse en efectivo rápidamente.

Actividad: Se usan principalmente para determinar la velocidad con que algunas cuentas se transforman en ventas o efectivo. Puede entender que estas ratios miden la eficiencia en la operación de la compañía. Las principales fórmulas son:

a) **Rotación de inventario:** Calcula normalmente la liquidez del inventario de una empresa y se calcula de la siguiente manera: $\text{Rotación de inventarios} = \text{Costo de los bienes vendidos} / \text{Inventario}$. Este índice tiene significado cuando se compara con el promedio de la industria a la que se pertenece o con los de meses anteriores, se puede convertir en el número promedio que se necesitan para vender el inventario al tomar 365 (días del año) y dividirlo por la rotación de inventarios.

b) **Período promedio de cobro:** Es fundamental porque se logra saber si las políticas de crédito son las adecuadas. Se calcula de la siguiente manera: $\text{Periodo promedio de cobro} = \text{Cuentas por cobrar} / \text{ventas diarias promedio}$.

c) **Período promedio de pago:** Se calcula igual que el promedio de cobro: $\text{Periodo promedio de pago} = \text{Cuentas por pagar} / \text{compras diarias promedio}$

Endeudamiento: Refleja la cantidad de dinero utilizada de terceros para generar utilidades. Las fórmulas más usadas para determinarlo son:

a) **Índice de endeudamiento:** Calcula qué parte de los activos totales son financiados por los acreedores de la compañía. Se determina de la siguiente manera: $\text{Índice de endeudamiento} = \text{Total de pasivos} / \text{Total de activos}$.

b) **Razón de cargos de interés fijo:** Determina la capacidad que posee la empresa para pagar los intereses de los contratos adquiridos. Entre más alto sea, mayor va a

ser su facilidad para cancelar los intereses de sus obligaciones. Su fórmula es: Razón de cargos de interés fijo = Utilidades antes de intereses e impuestos / intereses.

Rentabilidad: Principalmente ayudan a los analistas a evaluar las utilidades con respecto de las ventas, los activos o la inversión de los dueños, las principales ratios son:

a) Margen de utilidad bruta: muestra el porcentaje de cada peso que se mantiene luego de pagar sus bienes o servicios. Se calcula así: Margen de utilidad bruta = $(\text{Ventas} - \text{Costo de los bienes o servicios}) / \text{Ventas}$.

b) Margen de utilidad operativa: calcula el porcentaje de cada peso que se mantiene luego de deducir todos los costos y gastos (sin intereses, impuestos y dividendos de acciones). Se determina de la siguiente manera: Margen de utilidad operativa = $\text{Utilidad operativa} / \text{ventas}$.

2.1.5. Equilibrio financiero

Se considera que una empresa tiene equilibrio financiero cuando esta “muestra capacidad para afrontar las deudas a sus respectivos vencimientos” (González, 2016). Las situaciones que puede experimentar una empresa podrían agruparse en las siguientes:

a) Situación de máxima estabilidad: Se presenta cuando no se tiene financiación de terceros, así que no tiene dificultades de solvencia a corto o largo plazo.

b) Situación normal: Se presenta cuando la empresa tiene financiación propia y de terceros, también los recursos propios financian las inversiones circulantes y las permanentes.

c) **Situación de inestabilidad financiera:** Se presenta cuando las deudas a corto plazo son mayores a las inversiones que se vencen en un corto plazo.

2.1.6. Análisis Horizontal

Es una de las técnicas más conocidas para realizar un análisis financiero, en ella se plantea observar los cambios ocurridos en las cuentas individuales dentro de diferentes años o períodos, para su realización es necesario tener varios estados financieros, mínimo dos, del mismo tipo y presentados en distintos períodos. Se considera que es un análisis con dinamismo debido a que expone la variación de las cuentas en un intervalo de periodos, el procedimiento que se realiza es calcular la variación absoluta, la cual muestra el aumento o reducción de los valores en términos absolutos y la variación relativa, expresada en porcentaje y producto de tomar la variación absoluta y dividirla por el valor del primer periodo.

Para este análisis es de vital importancia saber cuáles cuentas deben tener un interés especial para comprobar su variación y cuáles han tenido una mayor variedad, tanto absoluta como porcentual. A continuación, se comparten unos aspectos para tener en cuenta en el análisis horizontal de las cuentas:

A. Activos

- Los cambios producidos en las cuentas por cobrar pueden ser producto de una reducción o aumento en las ventas, por el buen desempeño de cobro también por un cambio de condiciones en los pagos, ya sea del interés, el plazo o los descuentos realizados.
- Los cambios en los inventarios pueden ser debido netamente en términos de cantidad o producto de un alza en los precios.

- Los cambios en el activo fijo deben estar sustentados en sí es conveniente en aspectos de producción y distribución.

B. Pasivos

- Los cambios observados en el pasivo corriente podrían ser debido a cambios de las condiciones de financiación, a un aumento o disminución de compras a proveedores o al cambio de las tasas de interés.

- Los cambios dentro de los llamados pasivos laborales pueden ser producto de la ampliación o reducción del personal o también a cambios en la política laboral del país.

C. Estado De Resultados

- Los cambios en las ventas netas pueden ser producto de dos aspectos principalmente: El volumen de ventas y el precio.

- Los cambios en las cuentas de costo de ventas y gastos operacionales afectan directamente a la utilidad del ejercicio, por lo que es importante controlar su variación y la relación entre ellos.

2.1.7. Análisis Vertical

Dentro del análisis financiero, esta técnica es de las más sencillas de implementar debido a que toma un único estado financiero y mide la participación de una cuenta con respecto a un total escogido dentro del estado a analizar, este total es llamado también cifra base. Otra característica de este análisis es que hace un estudio de la actualidad financiera de una empresa en un momento específico, sin tomar en consideración el tiempo pasado, por lo cual se considera estático.

Dentro del estado de situación financiera, usualmente se utiliza para determinar el peso de las cuentas dentro del Activo para comprender si hay una sobre proporción de activos fijos o corrientes, Así mismo para entender la actividad económica de la organización, y el Pasivo se utiliza para evaluar la política de apalancamiento de la organización. Por último, dentro del estado del resultado sirve para comprender la distribución de las ventas totales dentro de los costos que conllevan el funcionamiento y producción. Con todo lo anterior se logran tomar decisión de producción y distribución, ya sea de aumento de la capacidad instalada, su reducción o su mantenimiento.

2.2. *Marco histórico*

2.2.1. Comportamiento de las microempresas en los últimos años

Las Microempresas en Colombia siempre han existido y tuvieron un gran auge desde la apertura económica del país y especialmente a través de la ley 590 del año 2000, que permitió el reconocimiento legal. El objetivo de esta ley era aumentar e integrar el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas para contribuir en la generación de empleo y la productividad del país. Desde entonces estos pequeños negocios pueden realizar cualquier actividad de los diferentes sectores económicos del país.

De acuerdo con el censo general del DANE de 1990 al año 2005 más del 90% de los establecimientos eran microempresas las de las cuales el 56% eran del sector comercio, 32% de servicios y el 11% del sector industrial, donde se evidencia que la mayor concentración de microempresas, están ubicadas principalmente en la ciudad de Bogotá con un 23,2% seguido de Antioquia con un 13,7% y el tercer puesto lo ocupa Cundinamarca.

Es de esperarse que la mayoría de las microempresas estén ubicadas en estos departamentos ya que hay una mayor oferta de mano de obra calificada y capital de trabajo. En el 2016 según datos del RUES (Registro Único Empresarial y social), en el país había 1.522.394 equivalente al 94.7% microempresas registradas. En el 2018 según cifras del DANE, habría 10,4 Millones de empresas micro, donde se estima que mensualmente facturan entre 4 y 5 millones de pesos, adicional emplean en promedio 1.3 personas.

En el 2019 y de acuerdo con los datos de la cámara de comercio de Bogotá, la capital y el departamento de Cundinamarca aportan el 31,6 % al Producto Interno Bruto (PIB) del país. Había 531.390 empresas registradas donde el 89% eran microempresas la cual el 60% fueron constituidas por personas naturales y el 40% por sociedades. los tres sectores económicos que predominan y en la cual las microempresas centran sus operaciones son de servicios, comercio e industrias. donde la mayoría se dedican a actividades agrícolas, droguerías, panaderías, expendios de comida, tiendas, prendas de vestir, muebles y sitios de reparación y mantenimiento de vehículos.

Los factores principales que son un detonante para la creación de microempresas a través de la historia es la escasez de oferta laboral, sumada con las poca oportunidad y la baja probabilidad de que las personas accedan a trabajos donde devenguen más de un salario mínimo, ya sea por falta de formación académica o porque las ofertas laborales están siendo diseñadas para que las personas ganen un salario mínimo, y es que de acuerdo con las cifras del DANE el 47% de los trabajadores ganan 1 SMMLV, e incluso en el artículo de la revista semana resaltan que hay una cifra considerablemente de personas devengan menos de 1 SMMLV, y es que por cada 10 trabajadores solo una gana más de 2

SMMLV. por tal razón las microempresas han sido y serán tan importantes para la economía colombiana.

Las microempresas en su gran mayoría son de carácter familiar, ya que según su definición legal son empresas que tienen como máximo 10 empleados, y de acuerdo con cifras del mismo Censo mencionado anteriormente, el 90% de las empresas el 49,7% son unipersonales, es decir que solo tienen un empleado el cual suele ser el mismo creador o fundador, el 49,7% tienen entre 2 y 5 colaboradores y por último el 4,9% tienen de 6 a 10 empleados contratados. De acuerdo con los datos del DANE e incluso dicho por el ministerio de trabajo, en el 2019 las MiPymes contribuyen en un 35% de la producción interna bruta (PIB), del mismo modo aporta el 80% de la oferta laboral del país.

Sin embargo, a través de la historia los microempresarios han tenido que superar una serie de obstáculos en el mercado Mainly at the financial level, this occurs because MSMEs face several credit restrictions since it is not easy for them to access bank loans, precisely because of their financial structure and that is where the abandonment of government support to these types of companies (Carvalho, y Schiozer, 2015). [Principalmente a nivel financiero, esto ocurre porque las MIPYMES se enfrentan a varias restricciones crediticias ya que no es fácil que puedan acceder a créditos bancarios, precisamente por su estructura financiera y es ahí donde se puede de algún modo evidenciar el abandono del apoyo del gobierno a este tipo de empresas], por tal razón estas empresas se encuentran en desventaja en comparación con otro tipo de empresa.

Adicional en la actualidad con el tema del COVID – 19, es importante que este tipo de empresas y acorde con lo expuesto por Mittal y Raman (2021), “receive continuous

financial and non-financial assistance, equitable access to financing, promotion of entrepreneurship among youth, financial awareness initiatives, facilitation council and mitigation of risks and crises” (p. 123) [reciban asistencia financiera y no financiera continua, acceso equitativo al financiamiento, promoción del emprendimiento entre los jóvenes, iniciativas de concientización financiera, consejo de facilitación y mitigación de riesgos y crisis.], es la estrategia que pueda optar el gobierno para ayudar la economía del país y reducir las cifras de MiPymes que han quebrado por culpa de la pandemia. Según cifras de Confecámaras en el 2017, antes de la pandemia solo el 40% de las empresas creadas logran sobrevivir más de 5 años, es decir que de 10 empresas fundadas 4 logran sobrevivir. Y del 60% de las empresas que fracasan, el 98% son microempresas.

Hoy en día uno de los objetivos de las pequeñas empresas es lograr ser autónomos y poder determinar y establecer estrategias financieras, que le permitan generar altos ingresos y de este modo poder financiar los activos de la empresa y cubrir los gastos y costos en los que se incurre para realizar la actividad a la que se dedica la empresa. Además de que los microempresarios puedan obtener un rendimiento óptimo para garantizar el crecimiento, desarrollo y sostenibilidad de las empresas a mediano y largo plazo (Álvarez y Abreu, 2008).

2.2.2. Historia de la localidad de Bosa

En la época precolombina, Bosa fue un importante y destacado poblado muisca en ese entonces era gobernado por el cacique “Techotiva” a la llegada de los españoles. El significado de Bosa en la lengua Chibcha significa “cercado del que guarda y defiende las mieses” (Alcaldía de Bosa, s.f.).

En el parque principal de Bosa ocurrieron varios de los capítulos más dramáticos de la historia de los muiscas por la llegada de los españoles, Gonzalo Jiménez de Quesada el Conquistador como bien se hacía llamar puso fin al linaje de los Zipas, posteriormente en 1538, Bosa más exactamente al frente de la Iglesia de San Bernardino, dio a lugar al encuentro de tres conquistadores, Gonzalo Jiménez de Quesada, Nicolás de Federmann y Sebastián de Belalcázar.

Bosa fue un municipio compuesto por cinco pequeños barrios en la primera mitad del siglo XX, con un promedio de población de 20.000 personas, las cuales se dedicaban en su gran parte a la agricultura, poco después en la constitución política de 1991 le dio a Bogotá el carácter de Distrito Capital, siendo Bosa la localidad número 7 de la ciudad.

2.2.3. Origen de las peluquerías y de su profesión

La profesión misma aparece con la propia civilización, por tano se puede decir que la historia de las peluquerías es tan antigua como nosotros mismos, se tiene pocos datos de los primeros peluqueros estos aquellos que daban sus servicios a estos príncipes sumerios y quienes daban esos toques artísticos a los grandes soberanos egipcios. En la propia historia de las peluquerías del Siglo XVIII, se conoce a partir de los fabricantes de pelucas, siendo este arte mágico un precedente que llevo a la profesional un nuevo nivel de popularidad, donde la vanidad y el feminismo dieron un impulso al progreso de este arte, originando la evolución dado el aumento del mercado de servicios de peluquería (Canle, 2021).

2.2.4. Toma de decisiones de las microempresas

La toma de decisiones en las microempresas a través del tiempo se puede decir que se han caracterizado por ser de forma:

Intuitiva: Este tipo de empresas tradicionalmente no cuentan con sistemas de información o tecnologías, que permitan ilustrar rápidamente información técnica, financiera o administrativa, que facilite una toma de decisiones asertiva y estratégicamente que beneficie el funcionamiento del negocio y por ende la rentabilidad de esta. Esta situación se presenta porque obtener o adquirir herramientas tecnológicas que cumplan estas funciones de reunir y detallar dicha información tienen un alto costo, y esto dificulta el acceso de las microempresas a dichas herramientas ya sea porque no tienen los recursos suficientes para hacer este tipo de inversiones o porque no están dispuestas a incurrir en costos, los cuales no ven necesarios al momento de dirigir y sostener los negocios. Por tal razón los gerentes de estas microempresas toman decisiones acordes con lo que mejor le parezca o crea que le conviene ya que no cuenta con estudios académicos o experiencia laboral en temas financieros. Normalmente este tipo de decisiones se puede ver reflejado en las microempresas constituidas por personas naturales cuyos negocios son por ejemplo tiendas de barrio, droguerías, almacenes de ropa, entre otros.

Experiencia: En microempresas cuyas actividades requieren conocimientos técnicos y son un poco más de carácter profesional, los gerentes toman decisiones de acuerdo con su experiencia laboral y académica. Es decir que ya en esta situación los gerentes de las microempresas cuentan con conocimientos en un área, actividad o función específica que tradicionalmente va ligado al servicio o producto que ofrece la microempresa. Sin embargo, las empresas sin importar su tamaño requieren conocimientos de diferentes áreas como por ejemplo de marketing, financieros, contables entre otros, para lograr mantenerse, evolucionar y posicionarse en un mercado que cada vez es más competitivo y que cada vez se desarrolla con rapidez a través del tiempo.

Contable: Las microempresas que llevan o están obligadas a llevar contabilidad, por ende, requieren de un contador sin importar el tipo de contrato con el cual está vinculado con la empresa. Los gerentes de este tipo de microempresas suelen tomar la información contable que se encuentra reflejada en los diferentes tipos de estados financieros que utiliza el contador para plasmar y recopilar el uso que se le da a los recursos y toda la información operativa del negocio, entonces mediante estos estados el gerente determina los objetivos y toma las decisiones en concordancia con las recomendaciones del contador. Esta forma de tomar decisiones muchas veces la información contable no es concreta u objetiva, esto sumado con la situación en que la mayoría de los gerentes no cuentan con los conocimientos para entender e interpretar los estados financieros lo dificulta y obstaculiza la correcta toma de decisiones.

Es importante mencionar un factor que siempre está presente al tomar decisiones dentro de las empresas MiPymes y son las emociones y es que según EFEOĞLU et al (2020) donde afirma que “Emotions are one of the key components in making decision strategy processes. Although human physical power has been weakened against the computerized machines” (p. 939). [Las emociones son uno de los componentes clave en la toma de procesos de estrategia de decisiones. Aunque el poder físico humano se ha debilitado frente a las máquinas computarizadas].

2.3. Marco teórico.

2.3.1. Análisis financiero en la MiPymes

De acuerdo con lo expuesto por Tunca (2011), “Financial management is indispensable for all companies. Having, reaching, and analyzing financial information is a

vital issue for all successful businesses. Managers should understand the meaning of financial data and follow the regulations which effect financial statement of the company” (p. 327) [La gestión financiera es indispensable para todas las empresas. Tener, acceder y analizar la información financiera es un tema vital para todas las empresas exitosas. Los gerentes deben comprender el significado de los datos financieros y seguir las regulaciones que afectan los estados financieros de la empresa], Y es que en as las microempresas y especialmente el sector investigado es una de las complicaciones que se evidencio, ya que los gerentes o dueños de los negocios no tienen la cultura y/o conocimientos de la importancia que significa realizar el análisis financiero de la operación de la empresa.

Según Block y Hirt mediante las técnicas establecidas del análisis financiero se encuentra el ratios o indicadores, estas razones financieras se definen como las herramientas utilizadas en todo el mundo financiero para medir la realidad económica y financiera de las empresas. (Block & Hirt, 2013)

Para contextualizar la importancia del análisis financiero en las MiPymes y destacando el gran aporte que tiene el sector belleza en la economía colombiana detallamos los parámetros a analizar para determinar la viabilidad de implementar una herramienta tecnológica, para con ello interpretar con mayor facilidad toda aquella situación que se puede interponer en la toma de decisiones empresariales.

Es necesario implementar un análisis financiero como herramienta principal para una eficiente gestión financiera en las empresas. Según un estudio analítico con diseño documental basado en los fundamentos teóricos de Gitman (2012).

La interpretación de los estados financieros hace parte de la información financiera que es la base para la toma de importantes decisiones, estas decisiones deben llegar de forma conveniente a los propietarios o administradores para un excelente desarrollo económico de la empresa, estos deben de contener toda la información de hechos y procesos del día a día, gracias a esta interpretación podemos realizar un apropiado análisis que nos permita generar proyecciones de la situación económica que presenta la empresa y con ello actuar en su debido momento (Flórez, 2008).

La importancia de la implementación de los estados financieros para la MiPymes es crucial, debido a que con ellos se puede conocer la situación económica por la que atraviesa la empresa a nivel interno manejando adecuadamente estos importantes actores (proveedores, acreedores, clientes) y así generar confianza en el mercado, cuando el administrador o dueño maneja y conoce la información financiera, puede tener control y tomar acertadas decisiones donde podrá ejecutar movimientos de inversión o financiación, dependiendo de la situación de la organización (Rodríguez y Ávila, 2015).

2.3.2. La toma de decisiones en las organizaciones.

Según lo expuesto por Peter Drucker quien fue filósofo de la administración y autor de más de 36 libros estratégicos donde sus ideas fueron decisivas para la creación de empresas modernas define en su libro “la decisión efectiva” “una decisión para cumplir con la característica de ser efectiva, debe ser el resultado de un proceso sistémico, con elementos definidos que se manejan en una secuencia de pasos precisos” (Drucker, 1978).

Por otra parte, Fremont Kast “la toma de decisiones es fundamental para el organismo, suministra los medios para el control y permite la coherencia en los sistemas”.

para toda organización la toma de decisiones se fundamenta sobre los hechos que se destacan diariamente y que se identifican por cifras que define el futuro mediante el plan estratégico planteado. Fremond Kast (2003).

Para una toma de decisiones es importante inicialmente reconocer que se tiene un problema, lo que se debe tener en cuenta es que ante alguna situación tiene que haber un cambio considerando posibles situaciones de mejoras, y estas situaciones arduas deben ser subdivididas para abordar mejor su situación proporcionando diferentes maneras para manejar la información y evaluarla, con finalidad de mejorar y tomar la decisión más adecuada. Las decisiones organizaciones tienen como finalidad dar respuesta a las necesidades de las empresas referente a una situación dada en el ámbito de la gestión gerencial.

2.3.3. Desarrollo empresarial

Según Koontz & O'Donnell (2013) se establecen varios factores relacionados con el desarrollo empresarial, comenzando con el crecimiento de una unidad económica, mejorando la eficiencia, la economía, productividad, efectividad mejora continua y competitividad; de igual forma generando mejores niveles de rentabilidad, gestión, solvencia y liquidez.

El desarrollo tiene como fin el curso de la competitividad, formalización y desarrollo, para incrementar y generar un empleo sostenible, productividad y rentabilidad, contribución al PIB, el aumento del mercado interno y las exportaciones, con ello para alcanzar un desarrollo empresarial óptimo. Para el desarrollo es vital la implementación de

la innovación tecnológica y de sus procesos empresariales, reorganizando su gestión todo ello para generar mayor productividad y eficiencia aumentando su posición en el mercado.

Adicional para obtener un desarrollo empresarial óptimo es necesario trabajar juntamente con los empleados ya que es una de las herramientas o recursos principales para que los servicios o productos ofertados puedan llegar a manos de los consumidores, pero no basta solamente con que realicen su trabajo, según lo expuesto por Yusof et al (2018) “SMEs need to improve their internal strength in terms of improving work processes. This, however, can only be effective if employees are innovatively improving their work.” (p. 1905). [Los pequeños y medianos empresarios (PYME) deben estar preparados para los desafíos externos que, en su mayoría, escapan a su control. Las pymes necesitan mejorar su fortaleza interna en términos de mejorar los procesos de trabajo. Sin embargo, esto solo puede ser efectivo si los empleados mejoran su trabajo de manera innovadora], hoy en día este factor es importante para permanecer en el mercado, que cada vez es más cambiante.

2.3.4. Innovación de las empresas mediante la implementación de herramientas tecnológicas.

La implementación de herramientas tecnológicas no es nada ajeno a la realidad en las últimas épocas ya que día a día el avance es muy considerable. Según Julio Castro Director General de Corponet SAP Business One México las herramientas tecnológicas han dejado de ser un lujo o privilegio para el mundo y se ha convertido en un elemento elemental fundamental en el ámbito empresarial y personal, es este nuevo mundo tan activo e innovador, las empresas necesitan ser cada día más eficientes y rápidas en sus procesos optimizando los recursos, y para resolver estas barreras que poseían las compañías ha llegado la tecnología que se adapta día a día a la necesidad empresarial logrando que lo que

antes se hacía en semanas o meses, hoy en día ya es posible terminar en pocos minutos. However, to implement technology in the processes of MSMEs, it is necessary to determine the strategies for its correct assimilation among employees, for this reason it must be accompanied by a training program so that this technological implementation fulfills its objective, which is to increase productivity (Nuñez, 2020). [No obstante para implementar tecnología en los procesos de las MiPymes es necesario, determinar las estrategias para su correcta asimilación entre los empleados, por tal razón debe ir acompañado con un programa de capacitación para que esta implementación tecnológica cumpla su objetivo que es aumentar la productividad].

Sin embargo, muchas de las organizaciones no se ven interesadas en implementar estas nuevas herramientas, por lo contrario, utilizan el método tradicional que les parece más confiable y sencillo dejando de lado la innovación y con ellos las TICS, Y es que de acuerdo con Naushad y Sulphrey (2020) confirma que “Digitalization is here to stay, and for any business to achieve the required sustainable growth. There is a definite need to adapt Information and Communication Technology (ICT) wholeheartedly” [La digitalización llegó para quedarse y para que cualquier empresa logre el crecimiento sostenible requerido. Existe una clara necesidad de adaptar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) de manera incondicional] (Naushad y Suphey, 2020).

En Latinoamérica las MiPymes en los últimos años presentan disminución de avances en los procesos de innovación y con ello un atraso en el progreso tecnológico de las MiPymes lo que genera una reducción en el potencial competitivo en los mercados locales y extranjeros. Según Alicia Frohmann (2018) las MiPymes en latino América cada

vez se ven menos interesadas en innovar, lo que induce que los microempresarios no utilizan dentro de sus estratégicas de mercado la innovación.

Por otra parte, para EFE New Service de Madrid el sector belleza y salud fomenta en cada año para Colombia 2,3 billones de pesos, equivalentes a 1.230 millones de dólares y más de 16.000 empleos directos. Se indica que el subsector de cosméticos creció en un cien por ciento en los últimos 10 años y además Colombia importa grandes cantidades de productos de belleza de Estados Unidos, Francia y México y por ende también exporta a Venezuela, Ecuador y Perú.

2.3.5. Origen de la estética como arte de belleza

Si bien es cierto que sector estética, cosmética y ornamental es una parte esencial para las necesidades del ser humano, ya que desde sus orígenes los filósofos griegos formularon los principales postulados referente al arte y la belleza, no obstante, mucho antes ya se tenían ideas entorno a la belleza o el arte quienes relacionan el arte como una inspiración y regalo de los propios Dioses. Más adelante se suma que parte de la acción de la Ilustración de la perfección de los Dioses se añade al esfuerzo personal. Para importantes filósofos como Aristóteles se basa que la belleza se basa en la esencia del ser, lo que creamos y hagamos para sentirnos de una buena manera es algo que podemos abstraer de la realidad.

La estética en la Edad media tuvo un alto rechazo ya que se consideraba pagana y por ende un factor que hacía un por un lado responsable de ser una distracción de las cosas realmente importantes. De igual forma no muestran que todo se basa en la imaginación

donde se puede lograr mediante la imitación del arte natural siendo un punto característico y de referencia para llegar al arte estético.

Por otra parte, el idealismo alemán nos menciona mediante el postulado del filósofo Kant el cual concluye que lo estético interviene en la constancia del ser humano en sí mismo, independiente de lo que desee y de su interés del conocimiento o su actuar moral, los valores estéticos tiene un fin y a una necesidad moral para ennoblecer el espíritu humano.

Continuando en la época contemporánea Marx nos habla de la estética como cultura la cual venía condicionada por las circunstancias y características sociocultural e histórico, fundamentado en la economía, siendo el arte un reflejo de la realidad. Los que nos muestra la clasificación del arte estético dependiendo del nivel socioeconómico y cultural.

2.3.6. Relaciones humanas.

El sector de estética y cosmética ornamental cuenta con una fuerza laboral con talentos a destacar ya que si bien es cierto que darle belleza o satisfacer la necesidad a un cliente es se puede considerar como un arte por tanto es importante mantener una buena relación y generar empatía con los empleados. Según Elton Mayo Las expectativas de los empleados, sus necesidades psicológicas, la organización informal y la red convencional de comunicaciones pasan a ser los componentes principales de los estudios de administración. El liderazgo pasa a sustituir la autoridad jerárquica formal.

Estos estudios del psicólogo Elton Mayo fueron de gran importancia para resaltar el factor humano en las organizaciones y dar a conocer que los trabajadores no están sólo

detrás de obtener el dinero y solo el dinero, sino también satisfacer todas sus propias necesidades psicológicas y sociales (Sandoval, 2015).

La escuela de las relaciones humanas nos da a conocer que no solo las organizaciones tienen objetivos, los trabajadores que prestan su fuerza laboral van detrás de cumplir sus propios objetivos o metas propias, donde el estar al tanto los objetivos que tiene la organización, el trabajador evalúa como su esfuerzo y trabajo ayudan a conseguir los objetivos organizaciones y propios. La comunicación que tiene la gerencia y el trabajador puede detectar a tiempo las causales de por qué la insatisfacción de los trabajadores a cargo y con esto se pueden identificar las soluciones más viables en el momento, por otra parte, para los trabajadores se sienten importantes por ser tomados en cuenta a la hora en que la gerencia evalúa su desempeño (Peiró, 2021).

2.4. Marco Legal

2.4.1. Creación y desarrollo de las MiPymes

El ministerio de comercio mediante la Ley 590 de 2000, reglamentado por el decreto nacional 2473 de 2010, implanta las disposiciones, las cuales fomentan el desarrollo y creación de las micro, pequeñas y medianas empresas. Por tanto, hace referencia a la manera que conlleva crear las MiPymes (Congreso de Colombia, 2000). Cabe reiterar que, en Colombia las MiPymes son consideradas, según la ley 905 de agosto de 2004, en su artículo 2, nos explica que, para todos los efectos, se puede entender por micro toda aquella organización que incluye las Fami-empresas, pequeña y mediana empresa, toda unidad de aprovechamiento económico, efectuada por persona natural o

jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana (Álvarez y Jiménez, 2020)

En cuanto a las normas con las cuales se sujeta el presidente de la república para promover las exportaciones a través de las sociedades de comercialización internacional, la ley 67 de 1979. (Ministerio de comercio, industria y comercio,1979). La cual tiene como fin de impulsar las exportaciones y con ello poder conceder incentivos especiales a aquellas organizaciones nacionales que priorizan la comercialización de productos colombianos al exterior. la diferencia entre las grandes empresas y las Pymes podrían estar argumentadas, ya que las grandes empresas tienden a ser más internacionalizadas y actúan en un ámbito geo ilustración más extenso, por lo cual son menos dependientes de sus mercados internos y menos perceptibles a los cambios en ellos.

A nivel financiero la ley 1314 de 2009 con la cual ajusta los principios y normas que intervienen en el aseguramiento de la información financiera y contable en Colombia, y con ello asegurar una información financiera transparente comprensible y verídico así la siguiente norma señala a las jurisdicciones competentes, y con ello buscan salvaguardar con el procedimiento para la expedición y de allí determinan las organizaciones encargadas de vigilar el cumplimiento de la norma (Congreso de la República, 2009).

Mediante un aspecto social la Ley 1429 de 2010. la cual da curso a la formalización y generalización de empleo en las etapas iniciales y así mismo producir incentivos a las MiPymes de tal manera que incrementen sus beneficios y disminuyan los costos de formalizarse (Congreso de la República, 2010).

Por otra parte, el congreso de Colombia por medio de la Ley 1780 de 2016, (Congreso de Colombia, 2016) “tiene como finalidad fomentar el empleo y así mismo generar el emprendimiento en los jóvenes, por tanto, establece todas las medidas con las cuales se puedan superar aquellas barreras que impiden el paso al mercado laboral y con ello poder simplificar el porcentaje de desempleo que tiene el país”. Del mismo modo el Decreto 489 de 2013 el cual concede unas garantías, ofreciendo una reducción en el monto de las comisiones y estas siendo dirigidas a las MiPymes creadas por jóvenes menores de 28 años (Ministerio de comercio, Industria y Comercio, 2013).

La Ley 590 del 2000, en cuanto al capítulo II de que según su marco institucional sobre “el concejo superior, adscrito al Ministerio de comercio, industria y turismo. tendrán por función ayudar a la formulación de políticas de fomento de la microempresa así mismo a la pronunciación de los programas de fomento de la microempresa que puedan estar dentro del marco general de las políticas de gobierno”, (Congreso de Colombia, 2000). Por otra parte, también pueden cooperar a enunciar las políticas que conllevan el desarrollo tecnológico, y la propagación de tecnología y con ello la mejora en la competitividad de las MiPymes del país. A su vez, en su marco normativo, la definición del cumplimiento de las MiPymes. La Ley 590 del 10 de julio del 2000, renovada y modificada por la ley 905 de agosto de 2004, la cual fomenta el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas y con ello se clasifican en los siguientes parámetros:”

a. **Mediana Empresa:** “Establecida por una planta de personal entre 51 y 200 trabajadores y activos totales entre 5.001 y 15.000 SMMLV (salarios mínimos mensuales legales vigentes)” (Álvarez y Jiménez, 2020).

b. Pequeña Empresa: “Planta de personal que esta entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores y Activos operante total por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) SMMLV” (Álvarez y Jiménez, 2020).

c. Microempresa: “Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores; Activos totales apartando la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o, PARÁGRAFO. La incitación de beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se emplearán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los mandatos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer” (Álvarez y Jiménez, 2020).

Por otra parte, en Colombia existen normas que rigen todo lo concerniente a la protección que tiene toda persona natural o jurídica en el país, siendo en primer instante la constitución política quien dice que “Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas.” (Asamblea Constituyente de Colombia, 1991). donde exalta que todo dato deberá ser respetado por cualquier ente y deberá tener un manejo especial, para que no se vulnere, y tampoco se divulgue esta información, teniendo en cuenta las garantías que tiene toda persona sobre sus datos personales.

Continuando con el Artículo 4 del Decreto 1377 de 2013, el cual hace referencia a la recolección de los datos personales, donde estos datos se deberán limitarse a aquellos datos que solo son pertinentes y adecuados para el objeto para el cual fueron requeridos y

recolectados conforme a la norma establecida, por tanto, se prohíbe utilizar medios fraudulentos para tomar y manejar el tratamiento de datos personales.

2.4.2. Reglamentación del uso de las nuevas tecnologías en las empresas

Por otra parte, el “Artículo 25 del Decreto 1377 de 2013 que tiene por desarrollar el derecho constitucional que tienen las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones sobre las bases de datos o archivos que se hayan recogido, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma”. (Presidencia de la república de Colombia, 2013), contiene el contrato de la emisión de los datos personales. Esto da lugar al responsable y delegado de los tratamientos de datos personales y de ahí establecerá el alcance que tiene sobre ellos, procediendo de las obligaciones que tiene como titular y responsable del tratamiento de los datos.

La presente ley 1341 de 2009 establece el marco general para la formulación de las políticas públicas que dirigirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su regulación general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo referente a la cobertura, la calidad del servicio, la generación de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la administración, la gestión, la planeación adecuada y eficiencia de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y permitiendo el libre acceso y sin discriminación de los residentes del territorio nacional a la Sociedad de la Información. (Régimen Legal De Bogotá D.C., 2009)

La presente Ley 1978 de 2019 tiene por objeto alinear los estímulos de los agentes y autoridades del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), aumentar su certidumbre jurídica, disminuir y modernizar el marco institucional del sector, encaminar las inversiones para el cierre efectivo de la brecha digital e impulsar la vinculación del sector privado en el crecimiento de los proyectos asociados, así como incrementar la eficiencia en el pago de las contraprestaciones y cargas económicas de los agentes del sector. (Congreso de Colombia, 2019)

Para limitar el tiempo en el cual circulará los datos personales en los encargados deberá tener un comportamiento necesario y razonable, de acuerdo con la finalidad que justifica el manejo de los datos personales, y asimismo terminada la finalidad para el cual fueron utilizados los datos personales el delegado deberá dar la eliminación a todos los datos personales en su posesión, Artículo 11 del Decreto 1377 de 2013.

Por tanto, la norma que rige la protección de tratamiento de los datos impondrá la responsabilidad en el momento de guardar confidencialidad frente al manejo de este tipo de datos personales y así salvaguardar la seguridad en las bases de datos que contienen dicha información.

2.4.3. Reglamentación para el adecuado funcionamiento de las peluquerías en el territorio nacional.

Para la operación de los establecimientos deben cumplir las normas sanitarias establecidas vigentes que para este caso están relacionadas con los servicios de servicios personales como los de peluquería (Estética ornamental) y los de estética (facial y corporal), que deberán regirse sobre las siguientes normas

2.4.3.1. Para peluquerías (estética ornamental):

La resolución 2117 de 2010 la cual establece los requisitos para el inicio al funcionamiento de los establecimientos que ofrecen servicio de estética ornamental como barberías, peluquerías y las escuelas para la formación de estilistas y manicuristas, salas de belleza y afines. lo cual establece los requisitos mínimos para su apertura y buen funcionamiento, se debe tener una buena infraestructura física donde posea el fácil ingreso y tránsito para la evacuación de clientes y trabajadores, de igual manera la adecuada distribución de sus áreas de trabajo, también nos menciona la norma las condiciones sanitarias necesarias para el funcionamiento del establecimiento ya que deberá mantener permanentemente agua potable que de igual manera deberá estar conectado a la red pública de alcantarillado de residuos líquidos, disponiendo de sifones hidráulicos y desagües en el área de trabajo y/o baño (Ministerio de la Protección Social, 2010).

La resolución 2827 de 2006 donde se adopta el manual de medidas de implementación de bioseguridad para los establecimientos que desarrollen actividades de cosmética o con fines de embellecimiento facial, corporal, capilar y ornamental, lo cual establece el buen uso de los elementos de protección personal, y la debida técnica de asepsia que se deben de dar en el lugar de trabajo, por la posible aglomeración de agentes biológicos, estableciendo estos protocolos de cuidado, desinfección a equipos de trabajo y limpieza de superficies del lugar de trabajo.

2.4.3.2. Para estética facial y corporal.

La ley 711 de 2001, donde se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología donde se dictan otras disposiciones en materia de salud de estética. Por defecto la finalidad de la cosmetología la aplicación y formulación de productos cosmético

e implementación de estas técnicas y tratamientos con el fin de satisfacer la necesidad de mantener el buen aspecto del ser humano (Congreso de Colombia, 2001).

La resolución 2263 de 2004 por la cual se implementan los requisitos para el inicio y funcionamiento de los centros de estética y similares. Deberá garantizar los medios de infraestructura, implementos, limpieza general, personal debidamente capacitado y equipado con sus elementos de protección, documentación legal y regulación de los agentes biológicos para el debido funcionamiento del establecimiento de estética ornamental (Ministerio de la Protección Social, 2004).

La resolución 3924 de 2005 por el cual se adopta la guía normativa de inspección para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares, por el cual rige el estricto cumplimiento de las medidas funcionamiento (Ministerio de la Protección Social, 2005).

La resolución 2827 de 2006 determina el manual de bioseguridad para el correcto funcionamiento a establecimientos que desarrollen actividades de cosmética o con fines de embellecimiento facial, corporal, facial u ornamental (Ministerio de la Protección Social, 2006)

2.4.4. Medidas para el manejo y control del riesgo de coronavirus en peluquerías y otros tratamientos de belleza

De acuerdo con la resolución 899 de 2020 el cual acoge las medidas de bioseguridad para el manejo y control del posible riesgo de la actual pandemia COVID-19 en las actividades económicas del sector peluquerías y otros tratamientos de belleza.

Mediante la resolución la recepción de clientes debe ser del menor aforo, donde se deberá

atender con cita previa, con ello garantizando el distanciamiento físico de una persona a otra. (Ministerio de protección social, 2020)

Por otra parte se deberá garantizar todos los medios necesarios para la adecuación del establecimiento con todos los elementos de protección y desinfección, donde se deberá reorganizar y reestructurar las áreas del establecimiento con el fin de generar más espacio de seguridad y con ello dar el correcto servicio a los clientes, evitando la propagación del virus COVID-19, se establece un plan de medidas y desinfección de las áreas utilizadas por los clientes, para dar nueva apertura al siguiente servicio.

Se debe asegurar que todos los empleados cuenten con todas las medidas de protección para reducir el contagio, de igual forma se debe garantizar su distanciamientos físico de un trabajador a otro reduciendo de igual forma su aforo, de igual forma el empleador deberá proporcionar que sus trabajadores cuenten con toda su seguridad social como ARL y EPS, con el fin de reportar inmediatamente cualquier caso sospechoso que se presente dentro o fuera de sus funciones y Así como disponer de una área de aislamientos para los casos sospechosos de COVID-19, cada establecimiento debe asegurar que tanto su clientes como empleados tengan un monitoreo de su estado de salud, tomando como rutina la toma de temperatura al inicio y al final de la jornada, la cual deberá ser registra diariamente en la base de datos del establecimiento con tal de que se tenga un esquema amplio de las personas que utilizan y prestan el servicio, fomentando el autocuidado de los colaboradores y de los clientes en general.

3. Diseño Metodológico.

3.1. Estudio.

El presente trabajo es una investigación descriptiva que consiste en llegar a conocer las situaciones, actitudes y costumbres que predominan a través de la implementación de una herramienta tecnológica para el análisis financiero de las microempresas del sector de estética, cosmética y ornamental, con este tipo de investigación se harán observaciones objetivas y se analizarán los datos obtenidos, en términos claros y concisos.

La investigación tiene un enfoque mixto, debido a que no sustituye el estudio cualitativo ni el cuantitativo, sino involucra las fortalezas de ambos tipos, permitiendo recolectar, analizar y vincular datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio, esto con el fin de obtener una perspectiva más amplia y profunda de la investigación.

De esta manera, en el caso de estudio a analizar, no sólo se logran analizar las variables con respecto a ingresos, egresos, ganancias y los demás aspectos financieros de los negocios, sino también, el entorno sociocultural en el cual se desenvuelve cada establecimiento, tales como, los servicios con los que cuenta, los días en los que tienen mayor clientela, el tipo de contrato de sus empleados, entre otros aspectos que generan valor a la investigación.

3.1.1. Fuentes de Información

Para la realización de la investigación, se utilizarán dos tipos de fuentes de información, las cuales son fuentes primarias y secundarias. Estas fuentes permitieron conocer los antecedentes, la situación actual de las finanzas de las microempresas y así

mismo poder recolectar los datos e información necesaria para abarcar el tema investigado y obtener los resultados esperados.

La fuente primaria utilizada en esta investigación es la elaboración y aplicación de una encuesta, la cual va dirigida a los negocios del sector Estética, Cosmética y Ornamental, ubicadas en el barrio Bosa la Amistad. Como tema principal abarca la caracterización de los negocios y lograr obtener información financiera de los mismos.

Y como fuentes secundarias principalmente se toma como referencia el libro Metodología de la Investigación Científica, sexta edición del autor Roberto Hernández Sampieri, adicional se cuenta con artículos, revistas y trabajos de investigación, que permiten conocer la situación actual de las micro y pequeñas empresas. y como estas a través del tiempo han podido adaptarse a los cambios tecnológicos y si realmente requieren tecnología para la permanencia y crecimiento de los negocios.

3.2. Población y Muestra:

En este caso de estudio la población son cada una de las microempresas del sector estética, cosmética y ornamental del barrio “Bosa La Amistad” de la localidad 7 de Bogotá, las cuales son en total 26.

Para determinar la muestra representativa en esta investigación, usamos un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% y usamos la siguiente fórmula:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p (1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p (1 - p)}{e^2 N}\right)}$$

Obteniendo como resultado que la muestra poblacional es de 25 microempresas.

3.1. *Instrumento.*

El instrumento utilizado en esta investigación es la encuesta o cuestionario, el cual es diseñado y realizado en un formulario de Google, de manera presencial en los negocios del sector Estética, Cosmética y Ornamental, del barrio Bosa la Amistad. Con preguntas enfocadas en resolver los objetivos específicos formulados en esta investigación logrando así obtener información clave para dar cumplimiento con el objetivo general de la investigación.

La encuesta tiene como finalidad obtener información acerca de la viabilidad de implementar una herramienta tecnológica en el sector escogido a través de la caracterización de estos negocios y el análisis de aspectos financieros actuales. Permitiendo diseñar un prospecto de la herramienta adecuada para ayudar a estos negocios en la toma de decisiones.

3.2. *Procedimiento.*

El formulario diseñado para recopilar la información de las microempresas del sector, estética, cosmética y ornamental del barrio “Bosa La Amistad” se aplica durante el fin de semana comprendido entre el 02 y 03 de octubre en los establecimientos correspondientes a este sector del mencionado barrio de Bosa en horario de 02:30 Pm a 7:30 pm, con un intervalo de descansos comprendidos entre 10 y 15 minutos.

Se cuenta con 3 encuestadores, los cuales recorren las calles de la muestra a encuestar, estos al llegar al negocio presentan el carné que los acredita como estudiantes de

la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, exponen los objetivos de la investigación y la política de tratamiento de datos para luego hacer efectiva la encuesta planteada.

Luego de obtenidos los resultados, estos se descargan y organizan a través del procesador de datos Excel, para a través de gráficos de barras y tortas, comprender las métricas resultantes del trabajo realizado.

3.3. Cronograma

Tabla N. 1.

Cronograma de actividades para la investigación.

ACTIVIDADES / MESES	2021																	
	JULIO		AGOSTO					SEPTIEMBRE				OCTUBRE					NOVIEMBRE	
	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
Definición y validación de la idea																		
1. Naturaleza del Problema																		
Definición del problema																		
Objetivos del estudio																		
Justificación y alcance																		
Primera entrega																		
2. Revisión Literaria																		
Marco Histórico																		
Marco Teórico																		
Marco Conceptual																		
Marco Legal																		
3. Diseño Metodológico																		
Diseño encuesta																		
Muestra Poblacional																		
Cronograma																		
Instrumentos																		
Procedimiento																		
Presupuesto																		
Aplicación de la encuesta																		
Análisis de resultados																		
Diseño prototipo herramienta																		
Resumen																		
Conclusiones																		
Últimas Revisiones																		
Entrega Final																		
Aprobación y Sustentación																		

Nota. Se realiza un cronograma de actividades para organizar los tiempos, para realizar el trabajo de investigación.

3.4. Presupuesto

Tabla N. 2.

Presupuesto para realizar la encuesta, para obtener los datos de investigación.

PROYECTO DE INVESTIGACION - VIABILIDAD DE IMPLEMENTAR UNA HERRAMIENTA FINANCIERA EN EL SECTOR ESTETICA, COSMETICA Y ORNAMENTAL EN BOSA LA AMISTAD		
PRESUPUESTO		
CONCEPTO	VALOR PRESUPUESTADO	VALOR EJECUTADO
Honorarios	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00
Transporte	\$ 20.000,00	\$ 50.000,00
Almuerzo	\$ 25.000,00	\$ 20.000,00
Refrigerios	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Internet móvil	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Otros gastos imprevistos	\$ 15.000,00	\$ 10.000,00
TOTALES	\$ 305.000,00	\$ 325.000,00

Nota. Se realiza un presupuesto de gastos generados para realizar la encuesta, con el fin de obtener los resultados de la investigación planteada.

3.5. Desarrollo Metodológico

La encuesta dirigida a microempresas del sector estético, cosmético y ornamental del barrio Bosa la Amistad, específicamente aplicada a 25 peluquerías y barberías del barrio mencionado.

En el siguiente enlace podrá visualizar la encuesta diseñada y realizada a estas microempresas. <https://forms.gle/LEhpFquU1VgvuL6j8>

3.5.1. Caracterización de las microempresas del sector estético, cosmético y ornamental del barrio Bosa la Amistad.

De acuerdo con la encuesta realizada se obtiene los siguientes resultados, que permitirá realizar la caracterización de las microempresas seleccionadas en esta investigación en:

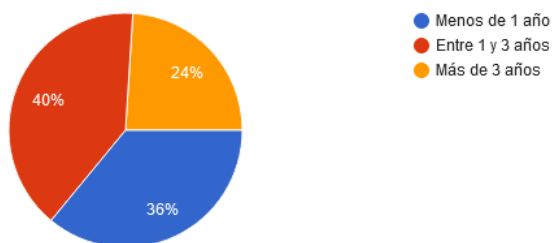
- Tiempo en el mercado de las microempresas.
- Formalización
- Recursos con los que cuenta.
- Entre otros aspectos

3.5.1.1. Tiempo en el mercado de las microempresas:

Ilustración 1

Tiempo de funcionamiento en el mercado

Antigüedad del negocio:
25 respuestas



Nota. Se quiere determinar el tiempo el cual llevan las microempresas en funcionamiento, como dato para el trabajo de investigación.

Según los resultados podemos evidenciar que son porcentajes no tan alejados, donde el 40% de las microempresas tienen entre 1 y 3 años de estar en el mercado, seguido del

36% empresas que llevan menos de un año en el mercado y finalmente el 24% de las microempresas encuestadas llevan más de 3 años en el mercado. Podríamos determinar que son empresas relativamente “jóvenes en el mercado” que podrían necesitar de una herramienta tecnológica que permita un manejo más consciente de las finanzas en sus negocios y así permanecer en el mercado por más tiempo.

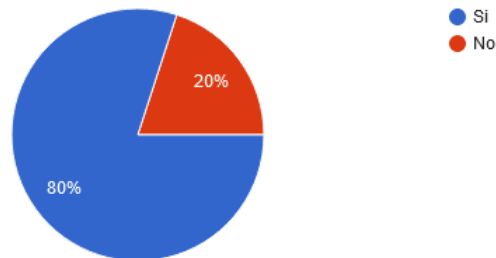
3.5.1.2. Formalización de las microempresas:

Ilustración 2

Porcentaje de microempresas formalizadas.

¿El negocio cuenta con registro ante la cámara de comercio?

25 respuestas



Nota. Se busca identificar si las microempresas del sector estética, cosmética y ornamental se encuentran formalizadas.

Referente a la formalización de las empresas en estudio, se puede determinar que el 80% de las microempresas cumplen con los requisitos mínimos para poder ser comerciantes y evitar inconvenientes con las entidades que las supervisa. Sin embargo, es notorio la informalidad en la que trabaja las microempresas de este sector ya que los resultados muestran que:

- 76% de las microempresas no tienen un contrato laboral.

- 60% de los empleados de estas microempresas, no cuentan con afiliaciones en seguridad social.

- El 52% de los empleados tienen un salario por porcentaje de comisión.

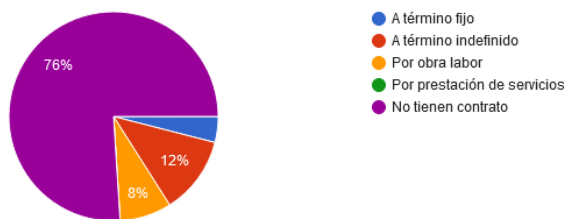
Se adjuntan los respectivos gráficos.

Ilustración 3

Tipo de contratos manejados en las microempresas del sector estética, cosmética y ornamental

El tipo de contrato de sus empleados es:

25 respuestas



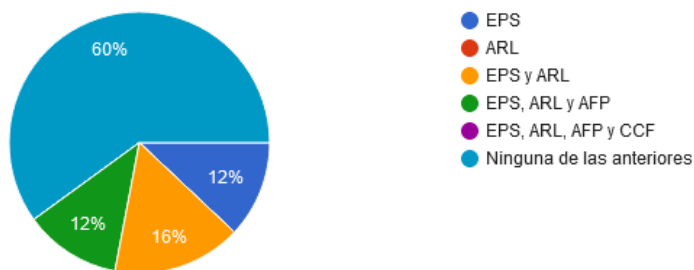
Nota. la gráfica nos muestra el porcentaje, referente al tipo de contrato más utilizado en las microempresas del sector estética, cosmética y ornamental.

Ilustración 4:

Seguridad social aportada a los empleados de las microempresas del sector de estética, cosmética y ornamental.

Usted y sus empleados están afiliados a:

25 respuestas



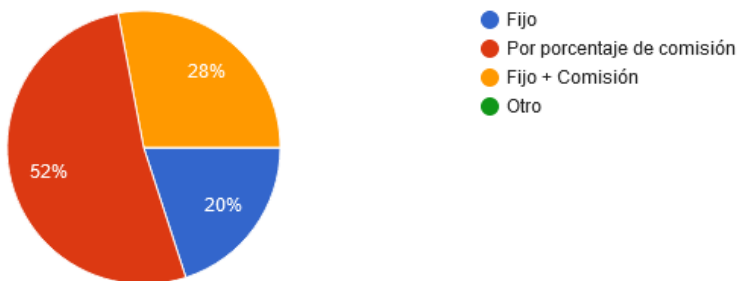
Nota. La grafica nos muestra el tipo de vinculación a seguridad social de los empleados del sector de estética, cosmética y ornamental.

Ilustración 5

Tipo de salario pagado, a los empleados del sector estética, cosmética y ornamental.

El salario de su empleado o empleados es:

25 respuestas



Nota. En la gráfica nos muestra como es el pago del salario a los empleados del sector estética, cosmética y ornamental.

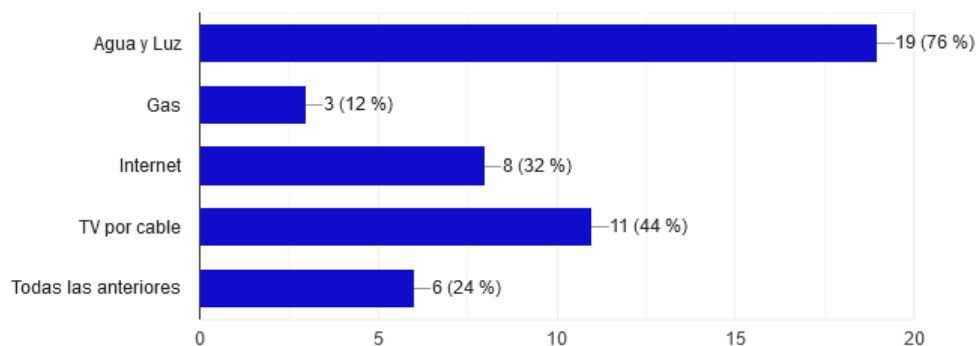
3.5.1.3. Recursos con los que cuentan las microempresas:

Ilustración 6

Servicios Esenciales utilizados por las microempresas

Seleccione los servicios esenciales con los que cuenta su negocio

25 respuestas



Nota. En la gráfica se puede identificar los servicios más utilizados por las microempresas del sector de estético, cosmética y ornamental.

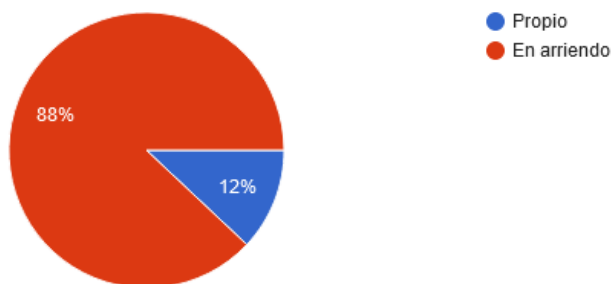
A partir de los resultados de la encuesta arrojan que el 100% de las microempresas cuenta con los servicios públicos mínimos para funcionar que son el agua y la luz que cerca de un 44% cuenta con Televisión por cable.

Ilustración 7

Espacio donde se encuentra en funcionamiento el negocio

El local donde se encuentra el negocio es:

25 respuestas



Nota. La grafica muestra si el negocio funciona en vivienda propia o arrendado.

Adicional el 88% de los microempresarios pagan arriendo por los locales comerciales donde prestan el servicio, donde más o menos pagan un arriendo entre \$600.000 a \$1.200.000.

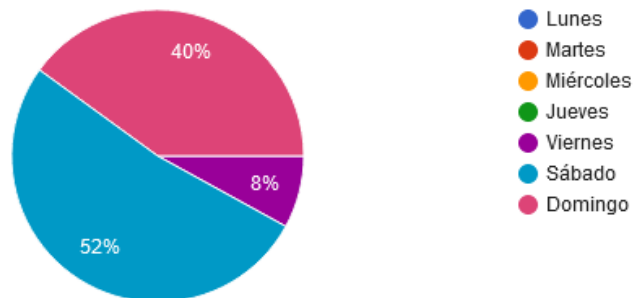
3.5.1.4. Día y mes de mayores ventas:

El 52% de las microempresas encuestadas afirma que el sábado es el día donde tienden a tener mayor afluencia de clientes., y el 44% señalan que el mes que registran mayores ventas es el mes de diciembre.

Ilustración 8

Días de mayor afluencia de clientes en su negocio.

Qué día es el de mayor afluencia de clientes en su negocio
25 respuestas



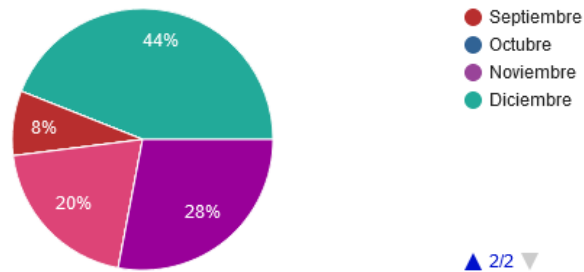
Notas. La grafica muestra los días en que hay mayor afluencia de clientes en los negocios del sector de estética, cosmética y ornamental.

Ilustración 9

Mes en el año con mayores ventas.

Que mes del año es el que tiene mayores ventas:

25 respuestas



Nota. La grafica nos muestra el mes donde hay mayores ventas para los negocios del sector estética, cosmética y ornamental.

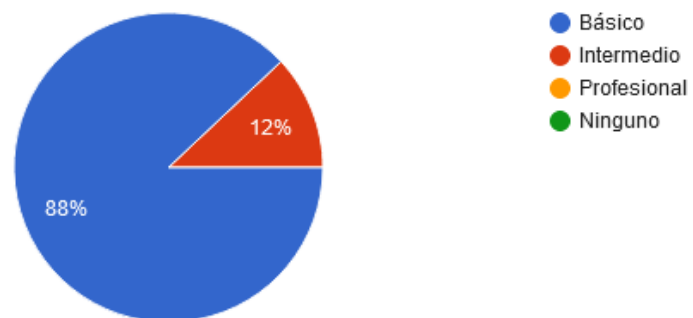
3.5.1.5. Experiencia o conocimientos a nivel financiero de los microempresarios

Ilustración 10

Nivel de conocimientos financieros.

Seleccione el nivel con el que cuenta a nivel financiero:

25 respuestas



Nota. La grafica presenta el nivel de conocimientos financieros que tienen los empleados del sector estética, cosmética y ornamental.

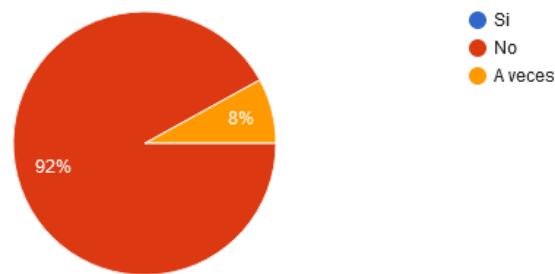
El 88% de los microempresarios manifiestan tener un conocimiento básico a nivel financiero, además el 92% este tipo de microempresas no cuentan con los servicios de contadores o administradores, profesionales que podrían ayudar a llevar un correcto manejo financiero del negocio. Tal razón que nos ayuda a determinar la necesidad existente de que lo microempresarios de este sector puedan contar con herramientas tecnológicas que les ayude, al menos con lo básico en el manejo de las finanzas.

Ilustración 11

Servicio de contador o administrador en la microempresa

¿En la nómina del negocio cuenta con los servicios de un contador o administrador?

25 respuestas



Nota. La grafica nos muestra si las microempresas del sector de estética, cosmética y ornamental cuenta con un administrador o contador para los procesos financieros.

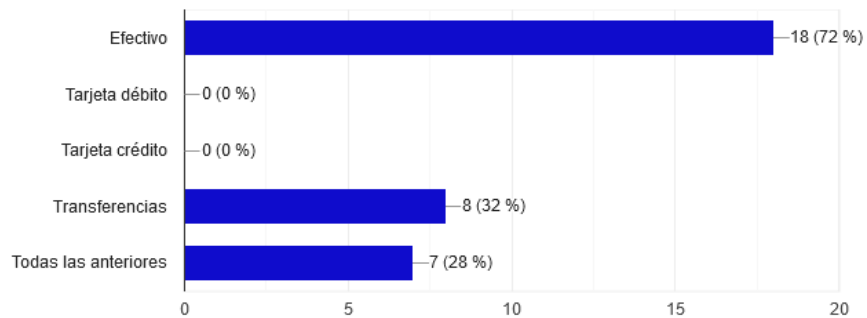
3.5.1.6. Métodos de pago que reciben los microempresarios:

Ilustración 12

Métodos de pagos que reciben las microempresas del sector estética, cosmética y ornamental

¿Que métodos de pago recibe en su negocio?

25 respuestas



Nota. la gráfica representa cual es medios de pago más utilizado para pagar los servicios tomados por las microempresas del sector estética, cosmética y ornamental.

Los métodos de pago que usan el 100% de los microempresarios es el efectivo, luego el pago por transferencias a través de plataformas como Nequi o Daviplata, esto se puede presentar por lo complicado que ha sido para el gobierno lograr que los empresarios en general y principalmente las MiPymes puedan bancarizarse, adicional esto va de la mano con el tema de formalización de este sector, puesto que los empresarios no quieren incurrir en gastos, como por ejemplo el pago de tributos entre otros.

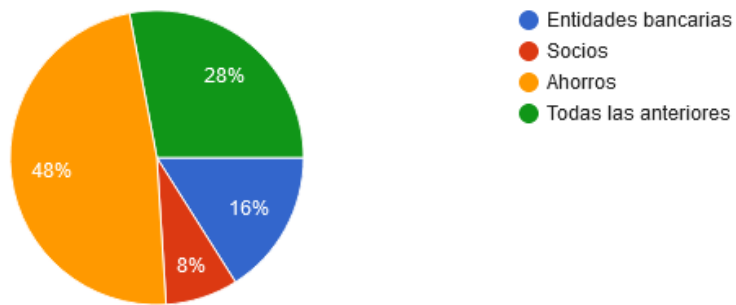
3.5.1.7. Preferencia de los microempresarios en cómo financiar sus proyectos:

Ilustración 13

Modos de financiamiento del proyecto.

¿Cual de las siguientes formas prefiere para financiar sus proyectos?

25 respuestas



Notas. La grafica muestra como los empresarios financiaron sus proyectos o negocios ya constituidos

El 48% de los encuestados manifiesta que prefieren financiar sus proyectos con ahorros, puesto que con entidades bancarias las tasas de interés y los requisitos son los dos aspectos que principalmente desaniman a los microempresarios.

3.5.2. Diagnostico situación financiera microempresas del sector estético, cosmético y ornamental:

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada, se procede a analizar e identificar un prototipo de estado de situación financiera con los datos recolectados en la encuesta, utilizando las respuestas más votadas.

Inicialmente se realizará el prototipo de estado de situación financiera y estado de pérdidas y ganancias.

Tabla N. 3.

Estado de situación financiera.

ACTIVOS		
Activos Corrientes		
Efectivo	\$	4.400.000,00
Inventarios	\$	600.000,00
Total Activos Corrientes	\$	5.000.000,00
Activos No Corrientes		
Propiedad Planta y Equipo	\$	5.000.000,00
Total Activos no corriente	\$	5.000.000,00
TOTA ACTIVO	\$	10.000.000,00
PASIVO		
Salarios y pagos laborales	\$	2.000.000,00
Proveedores	\$	600.000,00
TOTAL PASIVO	\$	2.600.000,00
PATRIMONIO		
Aporte socios	\$	6.600.000,00
Utilidad del periodo	\$	800.000,00
TOTAL PATRIMONIO	\$	7.400.000,00
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$	10.000.000,00

Nota. La tabla nos muestra un prototipo del estado de situación financiera con los resultados generales, obtenidos de la encuesta realizada al sector estética, cosmética y ornamental, en el barrio Bosa la Amistad.

Tabla N. 4

Estado de pérdidas y Ganancias

Ventas	\$	4.400.000
Costos	\$	600.000
Utilidad bruta	\$	3.800.000
Gastos Administrativos	\$	3.000.000
Gastos ventas	\$	-
Utilidad Operacional	\$	800.000
Impuestos	\$	-
Utilidad Neta	\$	800.000

Nota. La tabla nos muestra el estado de situación de pérdida o ganancia con los resultados obtenidos de la encuesta realizada al sector estética, cosmética y ornamental

Luego de haber elaborado los estados financieros, con la información recolectada, permite identificar aspectos importantes a nivel financiero como:

- Son microempresas que en promedio tienen un total activos de diez millones de pesos, y los activos operacionales serian en promedio de cinco millones de pesos.
- El capital que han invertido en estos negocios, posiblemente han sido invertidos por los dueños con ingresos propios, evitando así endeudarse con terceros.
- Al ser una empresa de servicios permite mostrar la diferencia principal entre las empresas comerciales, es la falta de costos, ya que las empresas de servicios en la mayoría de sus casos tienen más gastos operacionales.

Conocer estos aspectos ayuda a elegir los indicadores adecuados para ser un diagnóstico de la empresa un poco más detallado, de lo que nos muestra la información plasmada de los estados financieros.

A Continuación, se aplicará algunos indicadores como por ejemplo de liquidez, endeudamiento y rentabilidad para poder realizar un diagnóstico más profundo:

- **Indicadores de Liquidez:** Son necesarios en una empresa para conocer la capacidad de pago, con la que se contaría para saldar o pagar sus obligaciones financieras a corto plazo. En esta primera clasificación están los ratios:

- **Liquidez:** $\text{Activos corrientes} / \text{Pasivos corrientes} \rightarrow (\$5.000.000 / \$2.600.000) = 1,92 \rightarrow$ Lo cual significaría que la empresa tiene 1,92 pesos por cada 1 que se debe a corto plazo.

- **Prueba Acida:** Igualmente permite conocer la capacidad financiera de una empresa en pagar sus deudas a corto plazo. Pero en esta ocasión en la fórmula se les restarán los inventarios: $(\text{Activos corrientes} - \text{Inventarios}) / \text{Pasivos corrientes} = (\$5.000.000 - \$600.000) / \$2.600.000 = 1,70 \rightarrow$ Lo cual significaría que la empresa tiene 1,70 pesos por cada 1 peso que se debe a corto plazo, sin contar con los inventarios.

Como se puede ver a través de los resultados de los indicadores, permite identificar que las microempresas de este sector podrían tener exceso de liquidez, donde lo ideal es poder invertir ese dinero, lo cual permitiría tener mayores rendimientos.

- **Indicadores de Rendimiento:** Estos indicadores sirven para medir la rentabilidad de las inversiones realizadas en las empresas o negocios. En esta segunda clasificación tenemos los indicadores de:

- **Rentabilidad de capital (ROE)** Determina la capacidad que tienen una empresa en generar rentabilidad o valor a sus accionistas

$$(\text{Utilidad Neta} / \text{Total Patrimonio}) \times 100 = (800.000 / 7.400.000) \times 100$$

= 11 % \rightarrow Lo cual significa que el capital que se ha invertido en el negocio ha tenido una rentabilidad del 11%.

- **Rentabilidad sobre los Activos Totales (ROA):**

$(\text{Utilidad Neta} / \text{Total Activos}) \times 100 = (800.000 / 10.000.000) \times 100 = 8\% \rightarrow$ Lo cual indica que la empresa ha ganado el 8% sobre sus activos.

Al comparar estos son indicadores permite determinar que al ser el ROE mayor que el ROA, significaría que parte de los activos se han financiado con deuda, en estos casos sería a través de los socios o de terceros (Entidades bancarias) y puede que de este modo haya crecido la rentabilidad financiera de la empresa.

- **Margen de Utilidad Neta:** Permite conocer el porcentaje que finalmente le queda a los socios o dueños de la empresa, una vez paga todos los gastos y costos en los que incurre.

$$(\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}) \times 100 = (800.000 / 4.400.000) \times 100$$

= 19% \rightarrow Indica realmente la rentabilidad que tienen la empresa una vez paga todos sus gastos y costos. Si se relaciona con la pregunta de la encuesta en donde se les cuestiona a los microempresarios la rentabilidad que en promedio creen saber les deja el servicio más vendido, donde la respuesta más votada fue de 26% al 50%. Aquí se puede ver que este rango no sería el más adecuado para este tipo de negocios, el rango que mejor se acomodaría con la realidad sería entre el 11% al 25%.

3.5.3. Realizar un modelo comparativo de las posibles herramientas que se ajustan a las características de los microempresarios.

De acuerdo con las posibilidades que se tienen al momento de diseñar y realizar el prototipo de una herramienta tecnológica que permita evaluar las microempresas del sector escogido, realizamos el siguiente cuadro comparativo:

Tabla N. 5

Modelo comparativo de las distintas Herramientas tecnológicas.

ASPECTOS	EXCEL	PÁGINA WEB	APLICACIÓN
ACCESIBILIDAD	Mediante un Computador	Desde cualquier dispositivo electrónico que soporte internet	Por medio de dispositivos móviles 3G o superior
REQUERIMIENTOS DE DESARROLLO	Licencia de Excel	Hosting, dominio, CMS y plugin	Cuentas de desarrollo para Android y Apple, Licencia software programación, Manejo de bases de datos
DISEÑO	Básico, rústico	Fluido, optimizado para dispositivos de escritorio y móviles	Fluido para dispositivos móviles
EQUIPO TÉCNICO	Desarrollador	Desarrollador y Diseñador	Desarrollador Backend, desarrollador Frontend, diseñador
ACTUALIZACIÓN	Envío del archivo a los usuarios	Inmediatamente	El usuario debe descargar la actualización
SERVICIO	Constante sin interrupciones	Depende de la conexión a internet	Constante, algunas funciones dependerán de la conexión a internet
MANTENIMIENTO	Ninguno	Mensual, para actualización de la herramienta online	Semanal o mensual, dependiendo de las vulnerabilidades
INVERSIÓN	BAJA	MEDIA	ALTA

Nota. La tabla nos muestra una breve descripción de cada una de las herramientas tecnológicas utilizadas para la propuesta de investigación.

3.5.4. Realizar un modelo comparativo de las posibles herramientas que se ajustan a las características de los microempresarios.

De acuerdo con la investigación realizada en el barrio “La Amistad” de la localidad de Bosa en la ciudad de Bogotá, se logró determinar que para acceder a una herramienta tecnológica financiera las pymes encuestadas del sector cosmético prefieren una página

web, por eso se comenzó con el diseño preliminar del prototipo para cumplir con esta disposición.

Para la realización del prototipo inicial se utilizó un servidor de pruebas donde se instaló el CMS (Content Management System) Wordpress, el cuál es uno de los principales sistemas de manejo de contenido web a nivel mundial y proporciona las herramientas de creación y administración necesarias para la estructura del sitio web a desarrollar. Allí junto al plugin Elementor, el cual permite de manera fluida diseñar la página sin necesidad de conocimientos de programación y apoyados en el plugin WPForms que nos provee herramientas para la generación de formularios de captación de información, se puede empezar con el prototipo planteado.

Ahora, dando inicio a la herramienta lo primero con que se encuentra el usuario es el Home o página de inicio, el cual el banner principal cuenta con cuatro elementos:

A. El primero, es el logo y título de la herramienta web, para este ejercicio se seleccionó el nombre Valeo, el cuál es tomado de la palabra griega que traduce “Estoy bien” o “Estoy fuerte”, que busca empoderar a los emprendimientos para que con la ayuda de esta herramienta sean fortaleciendo su negocio.

B. El segundo, es una frase que resume la funcionalidad de la herramienta.

C. El tercero, es un botón de enlace hacia un video tutorial acerca del uso de la herramienta.

D. El cuarto es el botón de enlace hacia el inicio de sesión o creación de una cuenta.

Ilustración 14

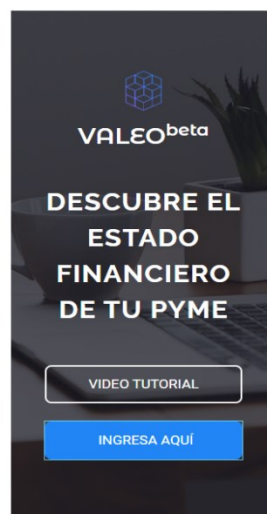
Home – Sección 1 página web de herramienta tecnológica financiera Valeo



Es importante resaltar que cada una de las secciones y páginas de la herramienta están optimizadas para su acceso desde dispositivos móviles.

Ilustración 15

Versión móvil: Home – Sección 1 página web de herramienta tecnológica financiera Valeo



Luego del usuario llegar a esta primera sección, si quiere conocer más de la herramienta antes de iniciar sesión / crear una cuenta, podrá desplazarse hacia abajo y

encontrar información acerca del análisis de los indicadores que encuentra en la herramienta:

Ilustración 16

Home – Sección 2 página web de herramienta tecnológica financiera Valeo



Después de la sección anterior, el usuario se encuentra con un banner donde se toma un testimonial de uno de los clientes para generar acercamiento entre la herramienta y el cliente, para luego continuar con un grupo de logos de los clientes que habrán usado la herramienta y un footer con información condensada de la empresa prestadora de la herramienta que especifica la misión, visión y correo de contacto.

Ilustración 17

Home – Sección 3 página web de herramienta tecnológica financiera Valeo



Ilustración 18

Home – Sección 4 página web de herramienta tecnológica financiera Valeo

Nuestros Clientes



Nosotros

Somos un grupo de inversores que se plantean proveer soluciones a las pymes.

Nuestra misión

Proveer una herramienta tecnológica de evaluación financiera a las pymes.

Contáctenos

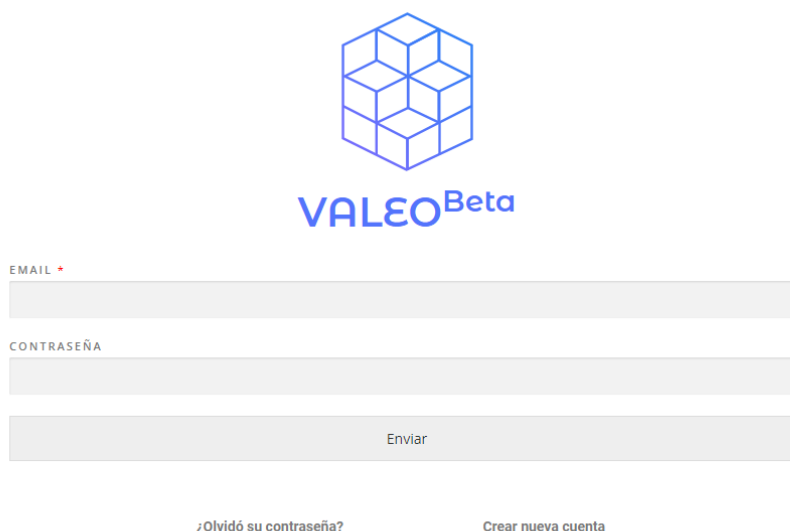
sopORTE@valeo.com.co

Una vez el usuario ha conocido esta información de la herramienta, puede volver al inicio y hacer clic en el botón de “ingresa aquí” para acceder a la plataforma, esto lo

redirigirá a una página donde puede crear su cuenta o colocar sus credenciales de correo electrónico y contraseña para poder acceder, también hay un enlace de recuperar la cuenta.

Ilustración 19

Login – Página web de herramienta tecnológica financiera Valeo



EMAIL *

CONTRASEÑA

Enviar

[¿Olvidó su contraseña?](#) [Crear nueva cuenta](#)

Una vez el usuario ha ingresado, se encuentra con una página donde ya puede hacer uso de la herramienta y puede encontrar las siguientes secciones:

- A.** Logo de la herramienta
- B.** Menú principal con los campos:
 1. Glosario de términos: Debido a que los usuarios de la herramienta tienen conocimientos muy básicos del tópico financiero, en esta parte logrará encontrar conceptos financieros tomados de la página de la Superintendencia Financiera de Colombia.
 2. Resultados anteriores: Donde cada usuario podrá encontrar el histórico de su información cargada en la plataforma.

3. Bienvenida: Configurado por defecto con el nombre de usuario otorgado al crear la cuenta

C. Sección de captación de información del negocio: Allí el usuario deberá rellenar la información comercial, de propiedad, endeudamiento y actividad de negocio para lograr obtener el análisis de su situación financiera.

D. Selección de categoría a analizar: En esta parte el usuario podrá escoger e interactuar con el tipo de análisis disponible a obtener.

Ilustración 20

Ingreso plataforma – Página web de herramienta tecnológica financiera Valeo

The screenshot shows the Valeo beta platform interface. At the top left, there is a logo with a cube icon and the text 'VALEO beta'. To the right, there are navigation links: 'Glosario de términos', 'Resultados anteriores', and 'Bienvenido, Usuario 1'. Below the navigation, a large blue circle with the letter 'C' is followed by the text 'Rellena la siguiente información'. Underneath this, there is a form with four rows, each starting with a plus sign and a category name: 'Comercial', 'Propiedad', 'Endeudamiento', and 'Actividad'. Below the form, a large blue circle with the letter 'D' is followed by the text 'Escoge la categoría'. Underneath this, there are four icons representing different categories: 'Liquidez' (a banknote icon), 'Actividad' (a handshake icon), 'Endeudamiento' (a gear with a slash icon), and 'Rentabilidad' (an upward arrow icon).

A continuación, se puede observar el diseño planteado para la página interna del glosario de términos, donde los usuarios pueden consultar las palabras que no puedan comprender financieramente, ya que, aunque la herramienta no es una escuela financiera, si pretende aportar herramientas a los emprendedores para hacer crecer sus negocios.

Ilustración 21

Glosario de términos – Página web de herramienta tecnológica financiera Valeo

The screenshot shows a web interface for 'VALEObeta'. At the top, there are navigation links: 'Glosario de términos', 'Resultados anteriores', and 'Bienvenido, Usuario 1'. On the left, a vertical sidebar contains the letters A, B, C, D, E, F, G, H, and I. The main content area displays the following definitions:

- ACTIVO:** Representa los bienes y derechos de la empresa. Dentro del concepto de bienes están el efectivo, los inventarios, los activos fijos, etc. Dentro del concepto de derechos se pueden clasificar las cuentas por cobrar, las inversiones en papel del mercado, las valorizaciones, etc.
- AHORRO PRIVADO:** Es la diferencia entre los ingresos y el consumo de las unidades familiares y de las empresas.
- ALZA:** Tendencia a la elevación de precios de mercancías o de dinero.
- AMORTIZACIÓN:** Reducciones graduales de la deuda a través de pagos periódicos sobre el capital prestado.
- ANÁLISIS FINANCIERO:** Es un conjunto de principios, técnicos y procedimientos que se utilizan para transformar la información reflejada en los estados financieros, en información procesada, utilizable para la toma de decisiones económicas, tales como nuevas inversiones, fusiones de empresas, concesión de crédito, etc.
- AUDITORÍA:** Revisión profesional de los documentos e información de una empresa que realiza una entidad externa a ella y con base en la cual se emite una opinión independiente sobre los libros e informes de la misma y su consistencia con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

También, es importante que la información captada para que la herramienta realice el análisis sea comprensible por parte de los usuarios, por eso en el prototipo esta información se coloca en términos sencillos de entender y se dividen en 4 secciones. La primera se denomina comercial y es donde se deposita la información de ingresos y costos; la segunda está llamada propiedad y se desarrolla para que se ingrese información de los insumos y enseres con los que cuenta el negocio; la tercera se nombra endeudamiento y su fin es conocer el apalancamiento de las pymes, sí es producto de alguna asociación, recursos propios; y por último la sección de actividad esta desarrollada para conocer el valor del inventario y su movimiento.

Ilustración 22

Sección Comercial – Página web de herramienta tecnológica financiera Valeo

Rellena la siguiente información

[← Comercial](#)

MES Y AÑO DE INFORMACIÓN A INGRESAR *

Por ejemplo: 01/21

VALOR TOTAL DE VENTAS EN EL MES

VALOR TOTAL DE OTROS INGRESOS DERIVADOS DE SU ACTIVIDAD COMERCIAL

VALOR TOTAL DE SALARIOS DE EMPLEADOS

VALOR TOTAL DEL ARRIENDO MENSUAL

VALOR TOTAL DE PRODUCTOS E IMPLEMENTOS COMPRADOS EN EL MES

VALOR TOTAL PAGADO DE SERVICIOS PÚBLICOS

Guardar

Para finalizar, la manera de presentar los resultados se divide en tres partes, las cuales pretenden dar al usuario una información clara y concisa para que pueda tomar las mejores decisiones. Estas tres partes son:

- A.** Categoría del análisis: Adicional contiene una breve descripción de la categoría seleccionada.
- B.** Indicador financiero: Junto al nombre y significado, se presenta el valor del indicador producto de la información recolectada, adicional a una corta explicación de este valor.
- C.** Significado: A través de esta sección se pretende darle una ampliación al usuario del valor obtenido, junto a las posibles causas de este.

Ilustración 23

Resultados – Página web de herramienta tecnológica financiera Valeo



4. Conclusiones

Mediante los resultados de la presente investigación, se percibió que los dueños de estas microempresas tienen escasos conocimientos acerca de los conceptos básicos a nivel financiero, también se identificó un alto porcentaje de informalidad, en cómo trabajan o funcionan este tipo de negocios. Donde no hay oportunidades de estabilidad laboral con todas las condiciones de ley, es decir como una afiliación a las administradoras de salud o de pensión, adicional del riesgo al que están expuestos ya que no cuentan con alguna administradora de riesgos laborales, en tal caso en que tengan algún accidente o enfermedad laboral.

Por otra parte, mediante el análisis aplicado a estos microempresarios, se encontró que la herramienta financiera aborda varios métodos contables autosuficientes con el fin de diagnosticar un resultado asociado a la situación actual de la microempresa, lo cual generará un impacto económico ya que se le dará un mayor control, lo que ayudará a reducir los reprocesos y gastos innecesarios, dando la oportunidad al crecimiento personal y empresarial, donde se encontraran mayores beneficios y oportunidades de reinversión.

Adicional se logró encontrar que la herramienta tecnológica que prefieren las microempresas para acceder a una evaluación financiera es la página web, debido a la facilidad que se tiene para su acceso y que se puede acceder no sólo desde un dispositivo sea de escritorio o móvil sino con ambos. Por este motivo, el prototipo realizado con visión a ser una herramienta formal podrá tener un mayor alcance y junto a diferentes estrategias de posicionamiento, alcanzar una mayor cobertura y ampliar así su impacto.

Como consecuencia de lo expuesto, a través del desarrollo de la investigación se determina que la viabilidad de implementación de una herramienta para la evaluación financiera de microempresas enfocadas en el sector de estética, cosmética y ornamental es

viable, ya que, gracias al método utilizado para el desarrollo de la investigación planteada, se identificó que hay una necesidad de tener un control financiero. La herramienta al tener una interfaz básica y manejable será de fácil acceso desde su inicio, lo que hará que cualquier persona que no tenga ningún conocimiento financiero pueda interactuar con la herramienta, permitiendo aportar en sus procesos diarios, la formalización de los negocios y ayudar a los microempresarios a asimilar y aprender el léxico financiero.

5. Recomendaciones

Con base en los resultados obtenidos de la presente investigación, se recomienda:

- Ampliar el instrumento de acercamiento y de recolección de información que permita tener información más precisa.
- Abarcar otras áreas del conocimiento para encontrar aspectos que complementen esta investigación y de este modo poder tener una perspectiva más amplia acerca de este tipo de negocios ya que es un sector económico, que en los últimos tiempos ha mostrado un crecimiento importante.
- Se invita formalmente al programa de administración de empresas de la universidad, a la facultad y demás colegas, a continuar con la investigación del tema abordado en este trabajo, ya que al lograr diseñar y desarrollar herramientas que ayuden a los microempresarios del país a mejorar el manejo financiero de sus negocios, seguramente se contribuirá a que este tipo de empresas no fracasen antes de cumplir cinco años en el mercado y puedan superar parte de los obstáculos que las MiPymes presentan solo por tener los recursos limitados.

6. Referencias

Álvarez Contreras, D. E., & Jiménez Lyons, K. A. (2020). Consulting and Advisory: Strategic Ally for the Business Strengthening of MSMEs in Colombia. *Trends: Journal of the Faculty of Economic and Administrative Sciences*, 21 (1), 252–271.

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2162/10.22267/rtend.202101.136>

Alcaldía Local de Bosa. (s. f.). Historia de la Localidad de Bosa. Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.

<http://Bosa.gov.co/mi-localidad/conociendo-mi-localidad/historia>

Asamblea Constituyente de Colombia. (1991, 4 julio). Constitución Política de Colombia.

Constitución Política de Colombia.

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Block, S. B., Hirt, G. A., & Danielsen, B. R. (2013). *Fundamentos de administración financiera* (14.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

https://www.academia.edu/40182495/Fundamentos_de_Administracion_Financiera_Block

Castro, S., Malagón, J., & Montoya, G. (2018, 16 julio). Supervivencia de las MiPyme: Un

problema por resolver. *Asobancaria*, 1145. [https://www.asobancaria.com/wp-](https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/1145.pdf)

[content/uploads/1145.pdf](https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/1145.pdf)

Çaliyurt, K. T. (2011). Importance Of Financial Management Knowledge In Small And Medium

Enterprises (Smes) Managing By Women. *Trakya University Journal of Social Science*,

13(2), 327–353.

Canle, E. (2021, 20 enero). *Historia de la peluquería: Origen de la profesión*. cursos.com.

<https://cursos.com/blog/historia-peluqueria-origen-profesion/>

Confecámaras. (2019). *Dinámica De Creación De Empresas En Colombia*.

https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2019/Cuadernos_Analisis_Economicos/Din%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%20_%20Ene-Dic%202019%20_21012020.pdf

Congreso de Colombia. (2000, 12 julio). Ley 590 de 2000. Función Pública.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>

Congreso de Colombia. (2001, 30 noviembre). LEY 711 DE 2001. Salud Capital. Recuperado 27

de octubre de 2021, de

<http://www.saludcapital.gov.co/sitios/SectorBelleza/Galera%20de%20descargas/Normatividad/Leyes/Ley%20711%20de%202001-%20Reglamenta%20ejercicio%20de%20la%20cosmetologia%20.pdf>

Congreso De La República (Ed.). (2009). Ley 1314 De 2009.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1314_2009.html

Congreso De La República (Ed.). (2010). Ley 1429 de 2010.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html

Congreso de Colombia. (2016, 2 mayo). *Ley 1780 de 2016*. Función Pública.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69573>

Congreso de Colombia. (2019, 25 julio). *Ley 1978 de 2019*. TIC.

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201978%20DEL%2025%20DE%20JULIO%20DE%202019.pdf>

DANE. (1990). Censo Económico Nacional y Multisectorial 1990.

http://biblioteca.dane.gov.co/media/libros/LD_9487_1990_EJ_3.PDF

DANE. (2020, mayo). *Micronegocios – peluquería y otros tratamientos de belleza 2019*.

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/2019-ene-dic-informe-micronegocio-peluqueria-tratamientos-belleza.pdf>

Drucker, P. (1978). *La decisión efectiva* (Vol. 240). Publs. Ejecutivas de México.

https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/1486/mod_resource/content/0/02-_Peter_Drucker_-_La_decision_eficaz.pdf

Efeoğlu, İ. E., Döner, E., & Tekiner, M. A. (2020). The Effect Of Emotional Intelligence On Rational Decision-Making Strategies Of Smes Managers. *International Journal of Eurasia Social Sciences / Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(41), 929–955.

Garzón, M. (2020, 28 abril). *Peluquerías y salas de belleza, las otras víctimas del covid-19*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/bogota/coronavirus-afectacion-de-peluquerias-y-salas-de-belleza-en-bogota-489386>

González, J. (2016). *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera* (5.^a ed.). Pirámide.

<https://www.tagusbooks.com/leer?isbn=9788436835908&li=1&idsource=3001>

Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios De Administración Financiera* (Decimosegunda edición). Pearson Educación.

<https://educativopracticas.files.wordpress.com/2014/05/principios-de-administracion-financiera.pdf>

<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2016-2017-global-report>. (2017, abril). *(GEM) Global Entrepreneurship Monitor -Global Reports*.

<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2016-2017-global-report>

Jesus Emanuel, N. F. (2020). El rol de las tecnologías de información y comunicación en las MiPyMEs. Aproximación metodológica. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 15(3), 1–13.

Jordão de Carvalho, C., & Schiozer, R. F. (2015). Determinants of Supply and Demand for Trade Credit by Micro, Small and Medium-Sized Enterprises. *Revista Contabilidade & Finanças - USP*, 26(68), 208–222.

<https://ezproxy.unicolmayor.edu.co:2162/10.1590/1808-057x201500940>

Las insólitas cifras de las peluquerías y barberías de Bogotá. (2021, 5 octubre). *Semana*.

<https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/las-insolitas-cifras-de-las-peluquerias-y-barberias-de-bogota/202151/>

López, J. (2018, 1 octubre). El negocio de las peluquerías y salas de belleza mueve \$300.000 millones al año. *La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/el-negocio-de-las-peluquerias-y-salas-de-belleza-mueve-300000-millones-al-ano-2776731>

lumiluusa, Q., & Alexandra, N. (2019, 2 junio). *Estrategias financieras en el desarrollo de las PYMES*. Journal.

<https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/download/1675/1281>

Ministerio de la Protección Social (Ed.). (2006). Resolución Numero 002827 De 2006.

<http://www.saludcapital.gov.co/sitios/SectorBelleza/Galera%20de%20descargas/Normatividad/Resoluciones/Resoluci%C3%B3n%202827%20de%202006%20-%20Manual%20Bioseguridad%20Actividades%20Cosm%C3%A9ticas.pdf>

Ministerio De La Protección Social (Ed.). (2010). Resolución Número 2117 De 2010.

<http://www.saludcapital.gov.co/sitios/SectorBelleza/Galera%20de%20descargas/Normatividad/Resoluciones/Resoluci%C3%B3n%202117%20de%202010%20-%20Requisitos%20Apertura%20y%20Funcionamiento%20Peluquerias.pdf>

Ministerio De La Protección Social (Ed.). (2004, 14 Julio). Resolución Numero 2263 De 2004.

<http://www.saludcapital.gov.co/sitios/SectorBelleza/Galera%20de%20descargas/Normatividad/Resoluciones/Resoluci%C3%B3n%202263%20de%202004%20-%20Requisitos%20Apertura%20y%20Funcionamiento%20Centros%20de%20Estetica.pdf>

Ministro de la Protección Social (Ed.). (2006). Resolución Numero 002827 De 2006.

<http://www.saludcapital.gov.co/sitios/SectorBelleza/Galera%20de%20descargas/Normatividad/Resoluciones/Resoluci%C3%B3n%202827%20de%202006%20-%20Manual%20Bioseguridad%20Actividades%20Cosm%C3%A9ticas.pdf>

Ministerio De Protección Social (Ed.). (2005). Resolución Numero 3924 De 2005.

https://Www.Minsalud.Gov.Co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%93n%203924%20de%202005.Pdf

Ministerio de protección social (Ed.). (2020). Resolución 899 de 2020.

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20899%20de%202020.pdf

Ministerio de comercio, industria y comercio. (1979, 26 diciembre). sice.

<https://incp.org.co/Site/publicaciones/info/archivos/Proyecto-de-Resolucion29112017.pdf>

Ministerio de comercio, Industria y Comercio. (2013, 14 marzo). Decreto 489 del 2013.

Presidencia. <http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1106949>

Mittal, V., & Raman, T. V. (2021). The Mediating Role of Financial Bootstrapping: Linking MSMEs' Business Growth to Financial Health and Institutional Debt Accessibility. *South Asian Journal of Management*, 28(2), 100–136.

Naushad, M., & Sulphay, M. (2020, 28 agosto). Prioritizing Technology Adoption Dynamics among SMEs. *TEM Journal*, 9.

https://www.researchgate.net/publication/344042987_Prioritizing_Technology_Adoption_Dynamics_among_SMEs

Peiró, R. (2021, 11 enero). *Teoría de las relaciones humanas*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-las-relaciones-humanas.html>

Presidencia de la república de Colombia. (2013, 27 junio). Decreto 1377 de 2013. MinTic.

https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-4274_documento.pdf

Régimen Legal De Bogotá D.C. (2009, 30 Julio). *Ley 1341 De 2009*.

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36913>

Sandoval, J. (2015, julio). *La teoría de las relaciones humanas: ¿un enfoque humanista real del trabajo?* unipiloto. Recuperado 28 de octubre de 2021, de

http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/8025/teoria_relaciones_pr_e_til_33.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Serrato, G. (2019). *Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pymes en Colombia*. EBSCO.

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=137654456&lang=es&site=ehost-live>

Yáñez Rodríguez, R. J., & Ávila Mazzocco, H. E. (2015). Dictamen de estados financieros para efectos fiscales, Naturaleza jurídica, evolución e incongruencias. *Contaduría Y Administración*, [http://doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)30007-3](http://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)30007-3)

Yusof, R., Ng Siew Imm, Ho Jo Ann, & Rahman, A. A. (2018). The Influence of SMEs Employees' Intention towards Innovative Behaviour. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, *26*(3), 1905–1923.

7. Anexos

7.1 Anexo N° 1

Ficha técnica de la encuesta realizada para el proyecto

Nombre del proyecto de investigación:	VIABILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA PARA LA EVALUACIÓN FINANCIERA DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR ESTETICA, COSMETICA Y ORNAMENTAL EN EL BARRIO BOSA LA AMISTAD DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ.
Encuestadores:	Freddy Guillermo Pérez Arévalo Cristian Steven Portela Díaz Astrid Milena Tolosa Rodríguez
Fuente de financiación:	Recursos propios de los investigadores.
Fecha de realización de campo:	02 y 03 de octubre de 2021
Universo:	Microempresas del sector estética, cosmética y ornamental del barrio Bosa La Amistad de la ciudad de Bogotá.
Tipo de investigación:	Muestral
Diseño de la muestra:	El diseño de la muestra es probabilístico en una etapa: <u>Etapa 1:</u> Censo de microempresas del sector estética, cosmética y ornamental del barrio Bosa La Amistad de la ciudad de Bogotá.
Tamaño de la muestra:	25 encuestas presenciales
Técnica de recolección:	Entrevistas personales cara a cara en los establecimientos comerciales
Margen de error y confiabilidad:	5% de margen de error y 95% de nivel de confianza
Temas a los que se refiere:	Situación financiera de las microempresas y viabilidad de implementar una herramienta tecnológica financiera para evaluar sus negocios.