

**Cartilla de orientación administrativa y contable para las peluquerías del barrio los
samanes de la ciudad de Palmira**

Yuly Vanessa Franco Usman & Maria Elvira Rengifo

Mayo 2020

Universidad Antonio Nariño
Contaduría pública

Contenido

INTRODUCCION	9
1 PROBLEMA DE INVESTIGACION	10
1.1. Planteamiento del problema.....	10
1.2. Formulación del problema	12
2. OBJETIVOS.....	12
2.1. Objetivo general	12
2.2. Objetivos específicos.....	12
3. JUSTIFICACIÓN.....	13
3.1. Justificación Práctica	13
3.2. Justificación Teórica	14
3.1. Justificación Metodológica.....	14
4. ANTECEDENTES	15
5. MARCOS REFERENCIALES	18
5.1. Marco Teórico	18
5.2. Marco Conceptual	22
5.3. Marco Legal	25
5.4. Marco Contextual.....	27
6. METODOLOGIA	32
6.1. Tipo de Investigación:.....	32
6.2. Diagnostico Estratégico	32
6.3. Modelos Utilizados dentro del diseño Metodológico.....	34
6.4. Desarrollo Metodológico.....	34
7. OBJETIVO 1: DIAGNOSTICO E IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES Y DEBILIDADES DE LAS PELUQUERIAS.....	36
7.1. Encuesta Identificación Oportunidades Y Debilidades.....	36
7.2. Indicadores de Medición	38
7.3. RESULTADO 1 “Diagnóstico organizacional de las peluquerías del barrio samanes de la ciudad de Palmira”	39
7.4. Análisis resultado Área Administrativa	40
7.5. Análisis resultado Área Comercial.....	42
7.6. Análisis Resultado Área Operativa/Servicios.....	43

7.7.	Análisis Gestión Contable.....	44
7.8.	Análisis resultado Área de Talento Humano	45
8.	OBJETIVO 2: DESCRIPCION ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y CONTABLE.....	47
8.1.	Descripción Estructura Administrativa.....	48
8.2.	Organización.....	49
8.3.	Peluquería Propia	50
8.4.	Por medio de arrendamiento.....	51
8.5.	Localización	53
8.6.	Competencia	54
8.7.	Atención al Cliente.	55
8.8.	Descripción Estructura Contable.....	56
8.9.	Determinación de los Gastos y Utilidad en las Peluquerías del Barrio Samanes.....	56
8.10.	Proveedores	57
8.11.	Cumplimientos Requisitos Legales:.....	57
9.	OBJETIVO 3: FORMULAR UNA CARTILLA DE ORIENTACION ADMINISTRATIVA Y CONTABLE.....	59
9.1.	Forma Jurídica	59
9.2.	Régimen Simple de Tributación.....	59
9.3.	Sociedad por Acciones Simplificada	62
9.4.	Información Para Lograr La Adecuada Formalización.....	65
9.5.	Estructura Organizacional	68
9.6.	Plan de Acción -Estructura Organizacional.....	68
9.7.	Plan de Acción área administrativa y organizacional	70
9.7.1.	Misión y Visión	71
9.8.	Objetivos Organizacionales	72
9.9.	Valores Corporativos	72
9.10.	Plan de acción - Manual de Funciones	73
9.11.	Modelo Manual de Funciones.....	74
1.1.1.	Plan de acción – Flujoograma de Procesos:	78
9.12.	Plan de Acción -Manual de Bioseguridad.....	79
9.13.	Plan de Acción -Ciclo Administrativo.....	80
	Para que hacerlo	80
	Como Hacerlo	80

9.14. Plan de Acción área contable y Financiera	81
Plan de acción -Libros contables	81
Para Que Hacerlo	81
Como Hacerlo	81
9.15. Plan de Acción -Ingresos, Gastos y Costos	82
9.17 Estados Financieros	87
10. CONCLUSIONES.....	90
11. RECOMENDACIONES	91
Bibliografía.....	92
Cibergrafía.....	94

Lista de Tablas

TABLA 1 MODELO UTILIZADO DENTRO DEL DISEÑO METODOLÓGICO	34
TABLA 2 FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA- ELABORACIÓN PROPIA.....	36
TABLA 3 ENCUESTA IDENTIFICACIÓN OPORTUNIDADES Y DEBILIDADES: ELABORACIÓN PROPIA	37
TABLA 4 TABULACION PREGUNTAS ABIERTAS.....	47
TABLA 5 PLAN DE ACCIOON ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	68
TABLA 6 PLAN DE ACCIÓN AREA ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL.....	71
TABLA 7 PLAN DE ACCIÓN MANUAL DE FUNCIONES- ELABORACIÓN PROPIA	73
TABLA 8 MODELO MANUAL DE FUNCIONES – FUENTE: (MELO PACHON, 2008)	77
TABLA 9 PLAN DE ACCIÓN MANUAL DE BIOSEGURIDAD	79
TABLA 10 PLAN DE ACCIÓN CICLO ADMINISTRATIVO.....	80
TABLA 11 PLAN DE ACCIÓN LIBROS CONTABLES	81
TABLA 12 PLAN DE ACCIÓN- INGRESOS, GASTOS Y COSTOS.....	82
TABLA 13 PLAN DE ACCIÓN, VENTAS PROYECTADAS.....	86
TABLA 14 PLAN DE ACCIÓN ESTADOS FINANCIEROS	87
TABLA 15 PLAN DE ACCIÓN INDICADORES FINANCIEROS.....	88
TABLA 16 PLAN DE ACCIÓN INVENTARIOS.....	89

Lista de Figuras

FIGURA 11 INDICADORES NEGOCIO DE LAS PELUQUERÍAS EN COLOMBIA- FUENTE: DIARIO LA REPUBLICA.....	30
FIGURA 2 RESULTADO GESTIÓN ADMINISTRATIVA	41
FIGURA 3 INDICADOR GESTIÓN ADMINISTRATIVA	42
FIGURA 4 RESULTADOS GESTIÓN MERCADO- ELABORACIÓN PROPIA	43
FIGURA 5 INDICADOR GESTIÓN MERCADEO	43
FIGURA 6 RESULTADOS GESTIÓN DE PRODUCCIÓN- ELABORACIÓN PROPIA.....	43
FIGURA 7 INDICADOR GESTIÓN DE SERVICIO	44
FIGURA 8 RESULTADOS GESTIÓN CONTABLE- ELABORACIÓN PROPIA.....	44
FIGURA 9 INDICADOR GESTIÓN CONTABLE	45
FIGURA 10 RESULTADOS GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO- ELABORACIÓN PROPIA	46
FIGURA 11 INDICADORES GESTIÓN TALENTO HUMANO	46
FIGURA 12 PERSONAL EXTRANJERO	47
FIGURA 13 LOCALIZACIÓN PELUQUERIAS- FUENTE: GOOGLE MAPS.....	54
FIGURA 14 ORGANIGRAMA- ELABORACIÓN PROPIA.....	70
FIGURA 15 MISIÓN Y VISIÓN- ELABORACIÓN PROPIA	71
FIGURA 16 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES - ELABORACIÓN PROPIA.....	72
FIGURA 17 VALORES CORPORATIVOS- ELABORACIÓN PROPIA	72

Abstract

The present research work, called "Administrative and accounting guidance booklet for hairdressers in the Los Samanes neighborhood of the city of Palmira", aims to provide administrative and accounting information to the informal businesses of hairdressers, as a result of an analysis; which was carried out through a strategic diagnosis methodology through the Small Business Development Center (SBDC) -CITTGO model and criteria reference diagnoses that were identified through the DOFA Matrix.

The type of research carried out was descriptive because it is intended to describe the characteristics of the hairdressing salons and to have knowledge of the shortcomings, situations, weaknesses and other problems that may arise, trying to collect information through exequible inquiries, subsequently achieving an analysis of the results in order to Identify all the failures that respondents present in the accounting and administrative spheres and looking for significant solutions that contribute to improving their corporate purpose.

In short, accounting and administrative information is vital for structuring administrative and accounting processes, in all types of organization, regardless of the size of the company. In order to guarantee the adequate performance of economic activity and permanence in the market through controls, processes and policies.

Resumen

El presente trabajo de investigación, denominado “Cartilla de orientación administrativa y contable para las peluquerías del barrio los samanes de la ciudad de Palmira”, tiene como objetivo brindar información administrativa y contable a los negocios informales de las peluquerías, como resultado de un análisis; el cual se realizó a través de una metodología del diagnóstico estratégico a través del modelo Small Business Development Center (SBDC) –CITTGO y diagnósticos de referencia de criterio que se identificaron a través de la Matriz DOFA.

El tipo de Investigación realizado fue descriptivo porque se pretende describir las características de las peluquerías y tener conocimiento de las falencias, situaciones, debilidades y demás problemas que se pueden presentar, tratando de recolectar información mediante indagaciones exequibles logrando posteriormente un análisis de los resultados para así identificar todas las fallas que presentan los encuestados en el ámbito contable y en el ámbito administrativo y buscando soluciones significativas que contribuyan a mejorar su objeto social.

En definitiva, la información contable y administrativa es vital para la estructuración de los procesos administrativos y contables, en todo tipo de organización, sin importar el tamaño de la empresa. Con el fin de garantizar el adecuado desempeño de la actividad económica y la permanencia en el mercado a través de controles, procesos y políticas.

INTRODUCCION

El incentivar la economía a través de la formalización empresarial hace parte de los principios como contadores públicos en ejercicio de la profesión, a la par de estar fomentando una cultura social responsable con el país. Por ese motivo se eligió uno de los sectores con mayor índice de informalidad en la ciudad de Palmira, específicamente en el sector del barrio los samanes, con quienes se hizo un trabajo de campo para identificar las fortalezas y debilidades de este tipo de negocios.

Los resultados obtenidos, dan muestra de que el 87% de los negocios que hacían parte del estudio, no contaba con una mínima estructura administrativa y contable que permitiera tener un control de sus finanzas, lo que acrecentaba los riesgos de liquidez al no tener una planeación financiera adecuada que los llevaba a adquirir créditos “gota a gota” por encima de la tasa de usura.

Posteriormente con las falencias identificadas, se procede a la elaboración de una cartilla administrativa y contable muy simple, con la que se busca brindar información resumida a tener en cuenta, para comprender los aspectos básicos y adentrarse en el proceso de formalización y estructuración organizacional.

1 PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Planteamiento del problema

Como ciudadanos activos y dentro del marco de la carrera formativa de contaduría pública, tal como su nombre lo enmarca; es indispensable generar valor a la comunidad, en busca de acciones que contribuyan al desarrollo económico del entorno social.

La expansión del trabajo por cuenta propia y una mayor informalidad del empleo son factores que afectan el crecimiento económico de un país, Así lo señalan la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en una nueva edición de su publicación conjunta Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe (Nº 20, mayo 2019).

En este sentido, en Colombia existen unos índices de “Informalidad” muy altos, personas que buscan trabajar por cuenta propia encuentran en algunos negocios como el sector de los salones de belleza, el escenario “ideal” para trabajar de manera independiente, autónoma y generando ingresos para sobrevivir cada día. Desafortunadamente estas personas desconocen los temas administrativos y contables para implementar en una organización, y les impide llevar un buen control de sus finanzas, formalizar sus negocios y adecuarse a las regulaciones legales en materia laboral con sus empleados.

Bajo estas dos premisas, se plantea realizar una cartilla de orientación administrativa y contable a las peluquerías del barrio los samanes de la ciudad de Palmira, con el fin de brindar un material práctico y sencillo que les permita conocer la importancia de estos procesos en la administración de sus negocios.

Finalmente, las personas que laboran en este sector aparentemente tienen una brecha en información que les impide fortalecer su negocio, si bien los datos pueden ser consultados a través de diferentes medios, la información es muy generalizada y no está enfocada a un sector específico o en mira a un gremio informal, es por ello que se plantea la guía de orientación que incentive y fomente el fortalecimiento empresarial del barrio los samanes de la ciudad de Palmira y que contribuya al desarrollo económico de la zona.

1.2. Formulación del problema

¿ Qué material informativo se puede brindar a los comerciantes de las peluquerías del barrio los samanes de la ciudad de Palmira, para que puedan ampliar la información del control contable y administrativo que pueden aplicar en sus negocios?

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Diseñar una cartilla de orientación administrativa y contable, a las peluquerías del barrio los Samanes de la ciudad de Palmira, para que lleven a cabo un adecuado control de sus finanzas.

2.2. Objetivos específicos

- 2.2.1. Realizar un diagnóstico de las peluquerías del barrio los samanes de la ciudad de Palmira en donde se identifiquen las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.
- 2.2.2. Describir la estructura Administrativa y Contable de las peluquerías del barrio los samanes de la ciudad de Palmira.
- 2.2.3. Formular una cartilla de orientación administrativa y contable con información relevante para las peluquerías del barrio los samanes de la ciudad de Palmira.

3. JUSTIFICACIÓN

3.1. Justificación Práctica

La informalidad es una característica estructural y persistente de los mercados de trabajo en América Latina y el Caribe. Al 2016, 140 de los 263 millones de trabajadores de la región tenían empleos informales.

En general, tanto los trabajadores como las unidades económicas informales tienen niveles de productividad bajos o muy bajos, y tratándose de más del 50 por ciento del empleo en la economía regional, ejercen un efecto de retardo en el crecimiento económico y de la productividad (ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO, 2018)

En el sector de Belleza en Colombia, según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, “cerca de un millón de habitantes viven del negocio de la belleza y el cuidado personal del país para el año 2012(...)”. Según la Asociación Nacional de Industriales ANDI, “en Colombia funcionan alrededor de cien mil salones de belleza que dan trabajo a cerca de 180.000 personas entre ellas, estilistas, manicuristas, pedicuristas, al tiempo que la estética genera en el país 17.000 empleos directos y más de 80.000 indirectos.

Por lo anterior, se espera realizar este proyecto con la finalidad de mitigar las barreras de la informalidad, a través de una cartilla de orientación administrativa y contable, que permita comprender y entender la dinámica de las finanzas de los establecimientos comerciales. Que oriente a los comerciantes de los salones de belleza a llevar de manera simple su contabilidad y procesos administrativos, la importancia de la integración a la formalidad y los beneficios de cotizar a la seguridad social, logrando con ello un aporte para la ciudad a través de las contribuciones

tributarias posterior a la formalización y el acceso a los diferentes mercados a fin de ampliar sus negocios.

3.2. Justificación Teórica

Las organizaciones se identifican con la capacidad para movilizar, integrar y orientar actividades hacia el cumplimiento de fines, cuyos resultados se observan por su efecto transformador y de agregación de valor. Es en este sentido que las organizaciones tienen incorporada la posibilidad de comunicarse con sus entornos, preferentemente, mediante sus prestaciones de servicios con otras organizaciones. Justamente, la estructuración y coordinación de conjuntos de acciones para cumplir objetivos y el ofrecimiento de soluciones específicas a demandas y problemas difusos, sitúan a las organizaciones como medios eficientes para integrar recursos y enfrentar la reproducción de la sociedad y la de sus entornos.

3.1. Justificación Metodológica

En el estudio se utiliza la encuesta como herramienta principal de recolección de la información, esto debido a que por medio de esta herramienta se puede recolectar información más rápida de acuerdo al perfil de los peluqueros que son dueños de estos negocios, se toma de una manera más fácil y eficiente la información. Así mismo se tiene en cuenta la metodología de un diagnóstico estratégico que permita realizar un análisis interno y externo de las variables identificadas

4. ANTECEDENTES

(LOZANO, MARIN, & COMBITA, 2018) “*acompañamiento contable y tributario a microempresarios del sector de peluquerías de la ciudad de Ibagué*” dentro del objetivo de este trabajo de grado estaba estipulado: Realizar un acompañamiento tributario a microempresarios pertenecientes al sector de peluquerías de la comuna 9 de la ciudad de Ibagué. Para lo cual se tomó una muestra de 30 peluquerías y se pudo evidenciar que los microempresarios no llevan una contabilidad constante en sus negocios pues para ellos la contabilidad no es de suma importancia ya que los ingresos que obtienen los gastan a diario. Se pudo concluir que los microempresarios pertenecientes a este sector de peluquerías especialmente los de la comuna 9 de Ibagué son microempresas que no cuentan con un constante acompañamiento frente a las capacitaciones tanto contables como tributarias, pues no se formalizan ante cámara de comercio por miedo al pago de impuestos.

En este acompañamiento se pudo observar que la información contable y tributaria tienen un déficit debido a que los microempresarios no conocen acerca del cumplimiento de ciertos requisitos que exige la ley para su respectivo funcionamiento, para ello se dispuso brindar información asertiva respecto de las falencias encontradas mediante la investigación realizada en lo que compete a los aspectos contables y tributarios esto con el fin de que estas microempresas se ilustren acerca de la organización que debe tener la misma para los fines anteriormente señalados. Para disminuir la informalidad de estas microempresas se llevó a cabo un plan de mejor para cada peluquería, brindándoles una misión, visión y valores corporativos que los identifiquen como microempresa.

En el Trabajo “la informalidad: un estudio sobre la importancia de este sector en la economía de México” , (Ruiz de Leon & Velasquez, 2016) define la informalidad como un asunto que requiere una mejor comprensión, dado el nivel, su extensión y cobertura, que abarca diversas actividades, desde el comercio ambulante hasta actividades delictivas como el narcotráfico. La Informalidad como un fenómeno producto de las fallas estructurales del sistema capitalista, que ha tenido el lugar natural para crecer en los países no desarrollados, donde es más evidente la falta de capacidad del mercado formal de absorber la creciente oferta de mano de obra, lo que obliga a las personas a buscar alternativas de sobrevivencia que son puestas a la mano a través de esta economía también denominada subterránea. El sistema capitalista, no tiene las herramientas para resolver estas condiciones, más aún las amplía por la incapacidad (corrupción e ineficiencia) de los gobiernos y porque los mercados en su búsqueda de la maximización de la ganancia se benefician de estas situaciones. Las estrategias de formalización de las actividades informales, desde la sociedad civil o desde el sector público, se ha demostrado su muy limitado alcance, pero a pesar de ello no se deben dejar de lado, habrá que buscar formas más novedosas y eficientes que lleven a las personas a la mejora de las condiciones de vida, donde el empleo y su remuneración (incluidas las prestaciones sociales) sean un objetivo de vida.

En el artículo; “La informalidad laboral: causas generales. Equidad & Desarrollo” (Sandoval Betancour, 2014). examina la informalidad laboral desde el punto de vista de sus causas fundamentales, a fin de verificar la validez de teorías clásicas que explican el desempleo en economías de mercado y su relación con la informalidad. Metodológicamente, el proyecto se desarrolló, en su parte empírica, con base en estadísticas internacionales, comparando la evolución de la estructura del mercado laboral en una muestra combinada de países altamente industrializados con otros menos industrializados. Las causas principales de la informalidad hacen referencia a:

Migraciones Internacionales de población, Migraciones internacionales, exceso de normas y leyes aplicadas a la actividad económica, fomento a la informalidad por razones políticas, corrupción de funcionarios e instituciones públicas. Concluye que los países más industrializados tienen una mayor capacidad para lograr equilibrio entre la oferta y la demanda de empleo formal que los países menos industrializados, lo cual indudablemente revierte en menores tasas de informalidad.

Efectos de la falta de implementación de la contabilidad en los negocios informales de Colombia (STRIEDINGER MELENDEZ, 2016). El objetivo de este trabajo es plantear y analizar la problemática de la falta de implementación de la Contabilidad en negocios tanto informales como pequeños en Colombia, ante lo que el Gobierno Nacional promulgó mediante la Ley 1314 de 2009 (Congreso de la República), la Convergencia de NIC-NIIF en Colombia. Se determinó que; los negocios informales tienen un bajo nivel de productividad y eficiencia ya que no tienen accesibilidad a bienes y servicios que son fundamentales para ir creciendo. Otro factor visible es que la mano de obra no puede ser mano de obra calificada para un negocio que está en la informalidad pues las personas que se han preparado exigen salarios competitivos y sus prestaciones legales. Analiza desde el punto de vista de que son muchísimas empresas informales, y esto constituye un problema nacional ya que no están contribuyendo al Estado y si están afectando la competitividad de las empresas que están dentro las formales. Las regulaciones son una realidad en la vida de todas las empresas y para que no sean causa del detrimento de las mi pymes es necesaria la ayuda en materia financiera para que adquieran el paquete de las NIIF y puedan ser competitivas.

5. MARCOS REFERENCIALES

5.1. Marco Teórico

Un **sistema contable** es indispensable para la ejecución del proyecto de investigación, pues es la base de nuestra cartilla de orientación que “permitirá” a los microempresarios de las peluquerías del sector del barrio los samanes de la ciudad de Palmira, tener una estructura para formalizar y llevar a cabo la contabilidad de su negocio.

Sistemas de Información Contable: Existen varias definiciones en las cuales se trata de entender a qué se hace referencia cuando se menciona el sistema de información contable, varios autores han tratado de desglosar el tema, así como existen escritos académicos en los cuales se trata de dar una visión más económico - financiera hacia los sistemas. A continuación, de acuerdo con García (s.f.) se mencionarán algunas definiciones el sistema de información contable para así entender en su totalidad a que se hace referencia cuando hablamos del mismo. (Mora Torres, 2017)

Horngren, C. (2007) Indica que los sistemas de información contable son quizás una de las bases de las actividades empresariales, por no decir que es la más importante dentro del campo de los negocios, dada su naturaleza de informar acerca del incremento de la riqueza, la productividad y el posicionamiento de las empresas en los ambientes competitivos, por lo que es imperioso que vaya al ritmo de las exigencias de los distintos usuarios dentro y fuera de la entidad.

Elizondo, Arturo (1996) Sitúa al sistema de información contable “como una clase de sistema para la dirección empresarial que, a través de la realización del proceso contable, suministra información económica relevante para la gestión. Su utilización, por consiguiente, puede contribuir notablemente a facilitar y mejorar las decisiones empresariales.”

Williams, Haka, & Bether (2000) “Afirman que un sistema de información contable consta del personal, los procedimientos, los mecanismos y los registros utilizados, para una organización, primero para desarrollar la información contable y segundo para transmitir esta información a quienes toman decisiones.” Por consiguiente, el propósito está en “satisfacer en la forma más eficiente posible las necesidades de información contable de la organización.” .

La obra de (Jones 2010), específicamente los servicios vinculados presentan una importante literatura que se refiere de manera más directa a los del microemprendimiento, el trabajo, los patrones de diferenciación y los significados sociales y culturales para la vida de las personas, específicamente en las peluquerías, barberías y salones de belleza.

El sector que vamos a impactar hace referencia a los salones de belleza, los cuales se perciben actualmente como comercios de necesidades casi básicas, debido a que se encuentran relacionados con nuestra higiene personal e incluso e nuestra salud.

(Paula Black 2002), socióloga de la Universidad de Sussex, realiza una larga investigación en los salones de belleza, considerándolos como un microcosmos para la investigación sociológica, que puede dar razón de claves en torno al género y la raza, la salud, el empleo, la construcción y

mantenimiento de la identidad y la sexualidad, prácticas corporales y actividades de descanso. Esta autora, además de realizar un detallado análisis acerca de las condiciones laborales y sociales de las trabajadoras de los salones, estudia la amplia gama de servicios personales de estos negocios.

(**Tiffany Melissa Gill 2001**) realiza un análisis histórico del papel que jugaron las peluqueras, esteticistas y los salones de belleza en los procesos de autonomía económica, cultural y política de las comunidades afroamericanas entre 1900 y 1960. Destaca la participación de mujeres negras en el liderazgo económico, cultural, político y social, desde su éxito como propietarias de negocios de belleza. Por su parte, (Adia Harvey 2005) se concentra en el papel de las mujeres como emprendedoras en los contextos de discriminación de raza y género. La autora presenta análisis bajo categorías como el volverse emprendedoras, la construcción de patrones estilísticos y las contradicciones, tensiones y problemas que surgen en las identidades y prácticas de estilistas y clientes.

Mirar la forma como el emprendimiento en el sector de peluquerías y salones de belleza se configura desde la división sexual del trabajo y a través de las prácticas y relaciones de empresarios y trabajadores, constituye un estudio de caso a través del cual se puede evidenciar la forma en que el emprendimiento no es ajeno al género y como sus realidades y prácticas aprendidas construyen desigualdades en relaciones y contexto específicos (Ayuso y Ripoll 2005).

La Organización Frente Al Concepto Utilidad.: No cabe duda de que el concepto de organización incide grandemente en los criterios que se tengan para la determinación y cálculo de las utilidades.

Así pues, para unas organizaciones privadas sus objetivos básicos pueden primar sobre los conceptos de la lucrativita, rentabilidad para accionistas, bienestar social de la comunidad, etc., y para la mayoría de las organizaciones públicas el concepto de bienestar se mide en términos del costo-beneficio reportado a la comunidad en general. Si se parte del supuesto de que el sujeto contable es la organización, en la cual se realizan las transacciones financieras que hacen posibles los procedimientos, técnicas y la contabilidad, entonces, el concepto de la utilidad, la medición y reporte de esa utilidad por medio de la contabilidad y su comprobación a través de la auditoria está en estrecha relación con el de la organización. Los objetos antes expuestos se materializan en tres teorías denominadas: Teoría de la propiedad, teoría de la entidad y teoría de la responsabilidad social, las cuales se enuncian a continuación:

Teoría de la propiedad: Esta teoría hace sinónimos, la renta de la empresa con la renta de los socios o propietarios de ella. Los activos y pasivos determinan el neto del patrimonio de la organización y por ende el de los accionistas. Esta concepción tradicional se refleja en los estados informativos de la empresa y muestran los intereses de los propietarios por encima de otros aspectos relacionados con distintos estamentos que influyen en la empresa.

Teoría de la Entidad: La empresa se concibe como ente autónomo que solo recibe de sus propietarios un capital para poder funcionar, su riesgo e inversión le será retribuido en forma de dividendos. Los recursos y deudas, al igual que las ganancias o pérdidas solo pertenecen a la empresa.

Teoría de la responsabilidad Social. Define a la entidad como ente o institución social que interesa y atañe a todo un ámbito social, por lo que debe actuar con responsabilidad. Esto obliga a reportar otro informe financiero: el denominado balance social. La renta se ve como un

aporte social de la empresa derivada de sus actividades económicas. El objetivo perseguido en cada caso hará que las actividades de la organización sean un poco diferentes y que posiblemente se tenga que diseñar un sistema de información contable único que satisfaga a esos objetivos.

5.2. Marco Conceptual

Carga Impositiva: En términos tributarios hace referencia al acto en el cual un contribuyente desembolsa dinero para liquidar un impuesto. Esto incluye todos los costos que se incurren al pagar los impuestos, es decir, el costo neto de impuestos que causa emplear un contador para realizar la actividad contable. (SIIGO, s.f.)

Desempleo: El fenómeno del desempleo se presenta, entre otras razones, cuando la cantidad de equipos, recursos financieros y técnicos con que cuenta un país son insuficientes para permitir el empleo de toda la fuerza de trabajo disponible. Aquí hay que considerar que en unas regiones existen factores de producción que no están disponibles en otras y que en cada región se los usa en proporciones distintas. También, entre una región y otra varían las condiciones de crecimiento y evolución del aparato económico y de la estructura de preferencias de la población. Como resultado de todo ello, las características del fenómeno del desempleo en una economía no necesariamente son iguales a las de otra. (Bancrep, s.f.)

Economía Formal: Es la actividad que está debidamente registrada ante las autoridades fiscales, que reporta sus movimientos económicos por medio del pago de impuestos ante el Sistema de Administración Tributaria, para que este se encuentre enterado de los ingresos, gastos, costos, proveedores y clientes de una empresa grande, mediana, pequeña o micro, pero también de una persona física con actividad empresarial (RANKIA COLOMBIA, s.f.)

Economía Informal: El sector informal agrupa a las unidades de producción de mercado de los hogares cuya existencia es tolerada por las autoridades públicas, aunque no respetan la totalidad o parte de las normas requeridas para el ejercicio de una actividad no prohibida por la ley (normas que pueden ser de carácter tributario, derecho del trabajo, estadística u otros registros). (CEPAL, s.f.)

Estilista: Un estilista es un profesional que se dedica a asesorar sobre la vestimenta, el peinado y, en general, la imagen y estética de los clientes, normalmente tomando como guía la moda o tendencias del momento (wikipedia, s.f.)

Empleo Informal: Se considera que los asalariados tienen un empleo informal si su relación de trabajo, de derecho o, de hecho, no está sujeta a la legislación laboral nacional, el impuesto sobre la renta, la protección social o determinadas prestaciones relacionadas con el empleo. (ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO, 2018)

Evasión Fiscal: Este concepto hace referencia a la violación de la normatividad que un contribuyente hace aun así ya conociendo su obligación fiscal. Este, hace caso omiso y no realiza el pago de la obligación. Algunos contribuyentes evaden el cumplimiento de sus obligaciones fiscales con el fin de sacar provecho de ese dinero no pagado. Esto le provoca a la nación un aumento en las cargas fiscales, inequidad y desequilibrio de las finanzas públicas, pues son varios ciudadanos que incurren esto. (SIIGO, s.f.)

Economía Subterránea: La economía subterránea, también denominada economía sumergida, se refiere a la actividad económica ilegal. Las transacciones en la economía subterránea son ilegales ya sea porque el bien o servicio que se negocia es ilegal o porque una transacción de

otra manera lícita no cumple con los requisitos de información del gobierno. (ABC FINANZAS, 2017)

País Subdesarrollado: Es aquel que tiene un bajo nivel de Producto Interno Bruto (PIB) y presenta impedimentos estructurales para su crecimiento económico sostenido. Así, muestra, por ejemplo, elevados índices de desigualdad y corrupción.

Es decir, los países subdesarrollados no solo tienen un bajo ingreso por persona, sino que enfrentan problemas sociales, culturales y políticos que frenan su expansión. De esta forma, se diferencian de los mercados emergentes que sí logran altas tasas de expansión. (Westreicher, s.f.)

Peluquero: Persona que tiene por oficio peinar, cortar el pelo o hacer y vender pelucas, rizos, etc. (RAE, s.f.)

Seguridad Social: La seguridad social es el conjunto armónico de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos y está conformado por los regímenes generales establecidos para pensiones, salud, riesgos laborales, subsidio familiar y los servicios sociales complementarios que se definen en la ley. Este es un sistema que cubre eventualidades como la de alteración a la salud, incapacidad laboral, desempleo, vejez y muerte, para cuya protección se establecieron los sistemas de Salud, Pensiones, Riesgos Laborales y de Subsidio Familiar.

Salón de Belleza: Son todas aquellas actividades que se realizan con el fin de modificar temporalmente la apariencia estética del cuerpo humano a nivel del cabello, cuero cabelludo y las uñas, utilizando productos y elementos cosméticos, que modifican la apariencia de las faneras (entiéndase por faneras los anexos córneos de la piel: el pelo y las uñas (RESOLUCIÓN NÚMERO 2117, 2010)

Diagnostico Empresarial El concepto de diagnóstico se registra dentro de un proceso de gestión preventivo y estratégico, se constituye como un medio de análisis que permite el cambio de una empresa, de un estado de incertidumbre a otro de conocimiento, para su adecuada dirección; por otro lado, es un proceso de evaluación permanente de la empresa a través de indicadores que permiten medir los signos vitales.

En este sentido, se define el diagnóstico organizacional como el proceso de medición de la efectividad de una organización desde una perspectiva sistémica, o como un proceso de evaluación focalizado en un conjunto de variables que tienen relevancia central para la comprensión, predicción y control del comportamiento organizacional.

Además, se precisa el diagnóstico organizacional como el proceso de evaluar el funcionamiento de la organización, departamento, equipo o puesto de trabajo, para descubrir las fuentes de problemas y áreas de posible mejora, “para mejorar algo, primero debemos medirlo”. Al realizar un diagnóstico nos permitirá conocer cómo se encuentra la organización de acuerdo con diversas dimensiones, una vez que tengamos un panorama de la situación actual podremos tomar medidas (Cortés, s.f.)

5.3. Marco Legal

Los marcos normativos contables actuales para las entidades de naturaleza privada están asociados con los decretos emitidos según los grupos de aplicación y su caracterización; grupos 1, 2 y 3, además de algunas definiciones del decreto 2649 que aún persisten, mientras que los marcos normativos para las entidades de naturaleza pública están asociados con las resoluciones correspondientes también según su caracterización.

- **Constitución política de Colombia, artículo 333** “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.” Donde el estado da total libertad a la creación de **empresas privadas**.
- **Decreto 2483 de 2018:** “Por medio del cual se compilan y actualizan los marcos técnicos de las Normas de Información Financiera NIIF para el Grupo 1 y de las Normas de Información Financiera, NIIF para las Pymes, Grupo 2, anexos al Decreto 2420 de 2015, modificado por los Decretos 2496 de 2015, 2131 de 2016 y 2170 de 2017, respectivamente, y se dictan otras disposiciones”
- **Código de Comercio Ley 410 1971:** para identificar quienes están habilitados para generar empresa, el paso a paso del registro mercantil y el procedimiento 413 para la constitución de empresa.
- **Resolución 5059 de 1986:** Requisitos sanitarios para establecimientos en los Cuales se sirve al público alimentos y bebidas.
- **Ley 232 de 1995:** "Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales" decreto 1879 de 2008 que es el reglamentario de esta ley.

- **Resolución 1164 de 2002** (Plan Integral de Residuos hospitalarios y similares)
- **ley 905 de 2004** Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones".
- **Resolución 2263 de 2004 y Resolución 2117 de 2010** (para la apertura y Funcionamiento de los centros de estética y similares) (Palacio Betancourt, 2004).
- **Resolución 3924 de 2005** por la cual se adopta la Guía de Inspección para Apertura y Funcionamiento de los Centros de Estética y Similares y se dictan otras Disposiciones. (Palacio Betancourt, 2005)
- **Resolución 2827 de 2006** por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental. (Peluquería). (Ministerio de la Protección Social, 2006)
- **Resolución 2117 de 2010** Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los establecimientos que ofrecen servicio de estética ornamental tales como, barberías, peluquerías, escuelas de formación de estilistas y manicuristas, salas de belleza y afines y se dictan otras disposiciones.

5.4. Marco Contextual

Se conoce como salón de belleza a un establecimiento comercial en el que se ofrecen diferentes servicios orientados hacia la higiene y el arreglo o embellecimiento tanto del cabello como de la piel, manos y pies. Generalmente los salones de belleza son atendidos por personal

experto y cualificado, que se conoce como esteticista. También es común que en dichos establecimientos se ofrezcan en venta diferentes productos de calidad para uso profesional.

En algunos lugares se da indistintamente el nombre de salón de belleza o de estética, pero en otras partes el salón de belleza es tan solo una peluquería para mujeres, y en cambio la estética puede ser unisex. También se da el nombre de estética a establecimientos en los que la gama de servicios es muy amplia y de gran calidad, y donde además el trato que se da a la clientela puede ser de absoluta privacidad.

Desde épocas muy antiguas se ha dado importancia a la forma de llevar el cabello y en general al arreglo personal. El concepto de salón de belleza tiene sus comienzos en la Grecia antigua y eran las personas más acaudaladas quienes acudían para recibir tratamientos y servicios para realzar su belleza. Entonces ya se empleaban grasas de origen animal, mezclas de flores y hierbas, etc., para la elaboración de cremas, maquillajes y otros cosméticos.

El concepto de salón de belleza que se tiene en la actualidad se debe a la canadiense Martha Matilde Harper, quien entre fines del siglo XIX y principios del XX creó también el concepto de lo que hoy se conoce como franquicias.

Actualmente en un salón de belleza o estética los servicios que se ofrecen pueden ser muy variados. Entre los más destacables hay cortes de pelo, aplicación de tintes, luces, reflejos, rizado, alisado, tratamientos o mascarillas. En cuanto a tratamientos para la piel se ofrecen mascarillas de diversos tipos como hidratantes, de rejuvenecimiento, anti acné, exfoliantes, etc. Además es posible recibir masajes de diversos tipos, depilaciones con diferentes técnicas, bronceados ya sea en cama de bronceado o con aerosol.

En los salones de belleza se realizan diferentes tipos de peinados, maquillajes y arreglos dependiendo de la ocasión. Actualmente cuando se trata de novias es muy frecuente que se ofrezcan paquetes nupciales en los que el personal de la estética incluso se traslada al domicilio para arreglar a la novia y a sus familiares más allegados.

Por lo regular para acudir al salón de belleza a recibir cualquier tipo de servicio se requiere hacer cita previa, ya que cada uno de los servicios y tratamientos requiere de un cierto tiempo, tanto de preparación de las instalaciones y productos como para la aplicación de los mismos. (Guías Practicas.com, 2015).

Uno de los sectores donde la mayoría de los ingresos es controlada por microempresarios es el de las salas de belleza o peluquerías. Se estima que 80% de los 35.000 establecimientos que hay a nivel nacional son controlados por un único dueño, de ahí el popular término ‘peluquería de barrio’. El restante, se atribuye a cadenas con más de cinco puntos o grandes estilistas que han abierto sus propias series de locales.

Lo que llama la atención es que además del alto número de peluquerías, este ecosistema generó en 2017, una cifra cercana a los \$300.000 millones.

Además de esto, mientras se espera que el sector de la belleza tenga a nivel local un crecimiento anualizado de entre 10% a 2020; el de las peluquerías podría estar en niveles de 15%. (Diario La republica, 2018)

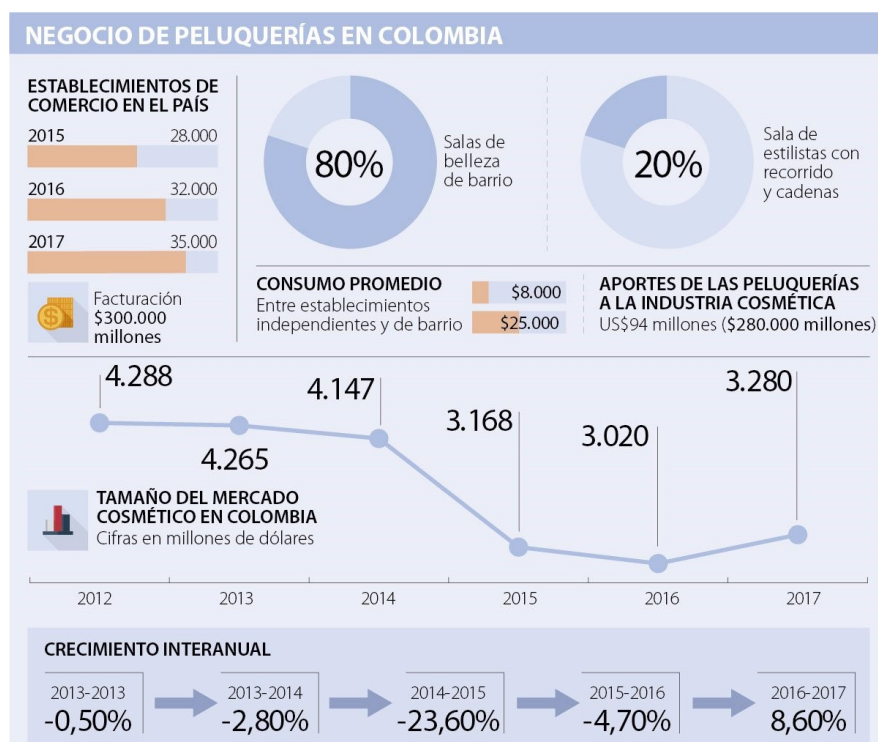


Figura 11 Indicadores Negocio de las Peluquerías en Colombia- Fuente: Diario la republica

De acuerdo a la información anterior, es relevante realizar nuestro objeto de estudio en este sector de los salones de belleza del barrio los samanes de la ciudad de Palmira (Valle, del Cauca), puesto que es un motor de la economía a corto plazo, por tanto el buen manejo de las finanzas y la orientación hacia la constitución legal de sus negocios va a tener un aporte significativo en nuestra comunidad, focalizarnos en este tipo de empresa fomenta el empleo, el emprendimiento y por consiguiente disminuye los índices de inseguridad, hoy por hoy, son muchos los jóvenes que están capacitándose en esta área, apostándole a su propio negocio a través de las barberías; desmovilizados, madres cabeza de familia, jóvenes, entre otras personas que tienen como única

fuelle de ingreso este trabajo. Por ello es muy importante prestarle atención y propender por su desarrollo y sostenibilidad.

6. METODOLOGIA

6.1 Enfoque de la Investigación:

El presente proyecto tiene como objetivo la elaboración de una cartilla informativa de orientación administrativa y contable, dirigida a los comerciantes de las peluquerías del barrio los samanes de la ciudad de Palmira. Para lo cual inicialmente se debe evaluar unas estadísticas para posterior realizar un análisis de la investigación, es por ello que el enfoque de la investigación es Mixto, toda vez que se utilizan Metodologías tanto Cualitativas como Cuantitativas.

6.1. Tipo de Investigación:

La investigación realizada es descriptiva debido a que se pretende describir las características de las peluquerías y tener conocimiento de las falencias, situaciones, debilidades y demás problemas que pueden presentar, tratando de recolectar información mediante indagaciones exequibles logrando posteriormente un análisis de los resultados para así identificar todas las fallas que presentan los encuestados en al ámbito contable y en el ámbito tributario y buscando soluciones significativas que contribuyan a mejorar su objeto social.

6.2. Diagnostico Estratégico

El Diagnóstico Estratégico se alimenta de todas las reflexiones que se hacen en torno a las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que surgen dentro y fuera de la unidad empresarial. Lograr identificar estos factores y prepararse para enfrentar y minimizar los efectos negativos o utilizarlos para maximizar sus efectos, es la finalidad. (Reencuentro, 2007)

Diagnostico Estratégico: Consiste en analizar cuál es la situación de la empresa en un momento determinado a través de un doble análisis: análisis del entorno y análisis interno. Así, conoce los retos a los que se ha de enfrentar en un futuro próximo y sus posibilidades de hacerles frente con éxito.

Fase que forma parte de la formulación estratégica dentro del proceso de la Dirección Estratégica y que consiste en analizar cuál es la situación de la empresa en un momento determinado a través de un doble análisis: análisis del entorno (tanto general como competitivo) y análisis interno.

Con el diagnóstico estratégico, la empresa es capaz de conocer cuáles son los retos a los que se ha de enfrentar en un futuro próximo y cuáles son sus posibilidades de hacer frente a ellos con éxito.

El diagnóstico de referencia se enfoca hacia la comparación cuantitativa, es decir, la asignación de puntajes a diferentes aspectos de las empresas y su comparación contra una tabla de puntajes ideal. El diagnóstico de referencia produce información cuantitativa que permite visualizar el estado de una empresa y sus avances cuando se apliquen las acciones en pos de las estrategias.

En este punto, la revisión de los diagnósticos de referencia permite determinar los criterios a evaluar. Junto con cada de los razonamientos muestra indicadores para calificar la empresa de manera cuantitativa. (Guias Practicas.com, 2015)

6.3. Modelos Utilizados dentro del diseño Metodológico.

<i>MODELO</i>	<i>ENFOQUE</i>	<i>TIPO</i>
<i>MATRIZ DOFA</i>	Es una herramienta de estudio que permite identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas internas y externas de una organización	Diagnóstico de Referencia - Criterio
<i>MODELO SMALL BUSINESS DEVELOPMENT CENTER (SBDC)- CITGO</i>	Es la principal técnica de asistencia técnica y administrativa para pequeñas empresas en los estados unidos, el cual es realizada mediante una lista de chequeo para evaluar los criterios internos y poder hacer análisis.	Diagnóstico de Referencia - Indicadores

Tabla 1 Modelo Utilizado dentro del diseño Metodológico

6.4. Desarrollo Metodológico

Con el fin de llevar a cabo los estudios necesarios para el desarrollo de los objetivos se tuvieron en cuenta las siguientes fuentes de información:

- **Fuentes Primarias:** Dueños de las peluquerías, información que se va a recolectar por medio del instrumento de la encuesta que son aproximadamente 27 preguntas.
- **Fuentes Secundarias:** Bases bibliográficas de información, estadísticas reportadas por paginas oficiales de entidades gubernamentales e informes nacionales e internacionales relacionados con la informalidad y el gremio de los negocios de la belleza.

Técnicas de investigación:

- **Análisis:** A través de esta técnica, se puede identificar a través de los datos arrojados diferentes variables que permita conocer de manera aproximada la situación administrativa y contable de una organización.
- **Encuesta:** Por medio de unas preguntas estructuradas bajo el modelo de SBDC para pequeñas empresas se realiza una encuesta con el fin de obtener datos estadísticos que permita conocer la situación real de la compañía.

Procedimiento metodológico:

- **Objetivo No 1.** Para determinar el diagnóstico, se utilizará la Matriz DOFA, por el medio de la cual se determinan los factores internos y externos que contribuyen a la informalidad.
- **Objetivo No 2.** A través del método de observación, encuestas y entrevistas, se analiza los aspectos que confirman la organización de las peluquerías para proceder a describir su estructura.
- **Objetivo No 3.** De acuerdo a los resultados de la matriz DOFA y la encuesta realizada para determinar su estructura, se procede a la elaboración simple de una cartilla, orientada a la creación de un material informativo.

7. OBJETIVO 1: DIAGNOSTICO E IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES Y DEBILIDADES DE LAS PELUQUERIAS

7.1. Encuesta Identificación Oportunidades Y Debilidades

Con el fin de identificar las Oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas de cada los negocios objeto de estudio, se planteó una encuesta para identificar estos aspectos y poder determinar las características antes mencionadas

FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA	
Fecha Recolección de la Información:	08 al 20 de marzo de 2020
Marco Muestral:	Peluquerías del barrio los samanes de la ciudad de Palmira, Valle del Cauca
Tamaño de la muestra:	8 encuestas
Técnica de Recolección:	Presencial

Tabla 2 Ficha Técnica de la encuesta- Elaboración Propia

GESTION ADMINISTRATIVA
¿La empresa tiene definida una misión Visión, Objetivos y Metas?
¿La empresa cuenta con un organigrama definido?
¿La empresa cuenta con un reglamento Interno de Trabajo?
¿La empresa realiza alguna actividad de bienestar para las personas que directa o indirectamente hacen parte de la organización?
¿Realizan evaluaciones del desempeño y clima laboral?
GESTION DE MERCADEO
¿La empresa cuenta con estrategias para atraer clientes nuevos y mantener los clientes antiguos?
¿Cuenta con redes sociales a nombre de la organización que le permita remitir ofertas y dar a conocer su negocio?
¿Tiene definido con un canal de atención para sugerencias, quejas y/o reclamos)
¿Tiene una promesa de valor y/o servicio que le brinde a sus clientes?
¿Tiene identificado su competencia?
GESTION DE PRODUCCION/SERVICIO
¿Cuenta usted con un inventario de los productos requeridos para prestar el servicio?
¿Conoce usted el costo asociado a cada servicio?
¿Tiene identificado las fechas de adquisición de los activos fijos y los mantenimientos y o mejoras que les realiza?
GESTION CONTABLE
¿La empresa cuenta con RUT?
¿La empresa tiene registro de cámara y comercio?
¿La empresa paga impuestos?
¿Lleva registros diarios contables de sus operaciones?
¿Guarda soportes de costos, gastos e ingresos?
¿Cuenta con estados financieros al cierre del ejercicio 2019?
¿Realiza indicadores que permita analizar su situación financiera?
GESTION TALENTO HUMANO
¿Tiene usted definido por escrito los salarios y/o comisiones de los estilistas?
¿Las personas que laboran en este lugar cuentan con elementos de Protección personal?
¿Existen requisitos establecidos para la contratación del personal (Experiencia, estudios)
¿El personal que trabaja en la peluquería tiene contrato laboral?
¿El personal Se encuentra afiliado a la Seguridad Social?
¿Cuántos empleados extranjeros trabajan en su negocio?

Tabla 3 Encuesta Identificación Oportunidades y Debilidades: Elaboración Propia

7.2. Indicadores de Medición

En la herramienta, cada área tiene un porcentaje de cumplimiento donde:

- De un puntaje de 0% a 40%, significa que la empresa se encuentra en peligro y aparecerá el indicador en color rojo.
- De un puntaje de 41% a 70%, significa que la empresa se encuentra indefensa y aparecerá el indicador en color amarillo.
- De un puntaje de 71% a 100%, significa que esa área de la empresa se encuentra fortalecida y aparecerá el indicador en color verde

PELUQUERIA	GESTION ADMINISTRATIVA	GESTION MERCADEO	GESTION DE PRODUCCION	GESTION CONTABLE	GESTION TALENTO HUMANO
Peluqueria Victor y Paty	40%	80%	33%	71%	60%
Un corte sobre los demas	20%	20%	33%	43%	40%
Milan Salon de Belleza	0%	20%	0%	43%	40%
Gloria	0%	20%	0%	29%	0%
Barberia los venezola0s	0%	20%	0%	0%	0%
Barberia los Samanes	0%	20%	0%	0%	20%
Barberia	0%	20%	0%	0%	20%
Peluqueria Karina	0%	20%	0%	0%	0%

Tabla 5 Tabulación Encuesta Peluquerías- Elaboración Propia

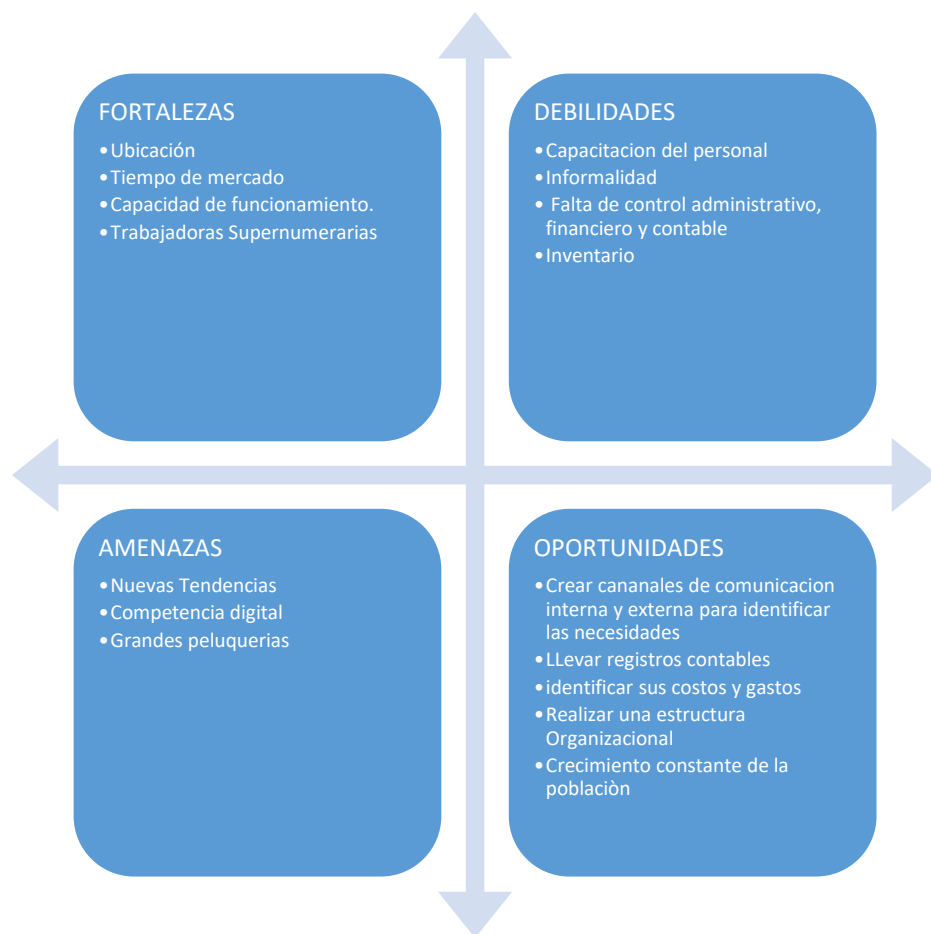
De acuerdo a los resultados de medición arrojados, podemos inferir que las empresas a las cuales se les aplico la encuesta, presentan una calificación de estado “Peligro” lo cual requiere

acciones que permitan mejorar el estado actual de la organización en base a los criterios planteados que fueron muy generales y lo cuales no pretender reemplazar las técnicas y teorías planteadas para medir el nivel en términos organizacionales dentro de una empresa, si no como una guía frente a este proyecto de estudio para medir el impacto en las diferentes aristas que se puedan dar en este tipo de negocios.

7.3. RESULTADO 1 “Diagnóstico organizacional de las peluquerías del barrio samanes de la ciudad de Palmira”

Se realiza una identificación y evaluación de los procesos administrativos de la organización en las Gestión Administrativa, Mercadeo, Producción y/o servicio, Gestión Contable y Talento Humano, a través de una encuesta que permita identificar el manejo de los negocios, la cual es evaluada mediante la Matriz DOFA con el ánimo de poder identificar claramente las fortalezas para mantenerlas y mejorarlas, así mismo se espera crear planes de acción en pro a minimizar las amenazas y disminuir las debilidades, garantizando la mejora continua en dichos procesos.

Por ello se realiza un estudio de observación en donde se evidencia que solamente 1 de 9 peluquerías existentes en el barrio los samanes de la ciudad de Palmira, cuenta con un registro y manejo contable de su establecimiento de comercio, las ocho (8) restantes no llevan un registro y control de las finanzas de sus negocios. Sumado a ello, encontramos que ningún empleado cotiza en seguridad social y sus jornadas laborales son extensas, tampoco se cumplen condiciones de salud Ocupacional propias para desarrollar su labor. Es preocupante, que no sean conscientes de los riesgos y las desventajas de ser un trabajador informal. Adicionalmente tienen un acceso muy restringido al sector financiero, lo que conlleva a la consecución de créditos informales con sobre tasas de interés por encima de la usura



1 Análisis Matriz DOFA – Elaboración Propia

7.4. Análisis resultado Área Administrativa

El resultado del análisis al Área Administrativa, confirma la teoría de la informalidad a la que están sujetas este tipo de organizaciones, encontrando que no existe una filosofía corporativa que permita ver el negocio como una organización con parámetros establecidos y procesos que garanticen la continuidad del negocio, esto demarca una falta de sentido de pertenencia por parte de los trabajadores que así como los administradores no tienen una visión clara de hacia dónde quieren llegar y cuáles son los objetivos estratégicos que deben cumplir para llegar a ese fin.

Las peluquerías no cuentan con una estrategia y/o herramienta que permita la evaluación de competencias periódicas del personal que trabaja en sus negocios, limitando el fortalecimiento de competencias y habilidades que pueden ser fortalecidas a través de este tipo de evaluaciones y que son indispensable tratándose del talento humano la materia prima principal del objeto del negocio

GESTION ADMINISTRATIVA	NO	SI
<i>¿La empresa tiene definida una misión Visión, Objetivos y Metas?</i>	8	0
<i>¿La empresa cuenta con un organigrama definido?</i>	6	2
<i>¿Cuenta la empresa con un reglamento Interno de Trabajo?</i>	8	0
<i>¿La empresa realiza alguna actividad de bienestar para las personas que directa o indirectamente hacen parte de la organización?</i>	7	1
<i>¿Realizan evaluaciones del desempeño y clima laboral?</i>	8	0
TOTAL	37	3

Figura 2 Resultado Gestión Administrativa



Figura 3 Indicador Gestión Administrativa

7.5. Análisis resultado Área Comercial

El 72% de las respuestas tendientes al área comercial son negativas, lo que significa que se debe hacer un amplio ejercicio de mercadeo, sobre todo en las nuevas plataformas digitales con el fin de impactar otro nicho de mercado, pues aunque algunas respuestas son afirmativas, solo contemplan el sector cercano y no el mercado local o regional.

De acuerdo al estudio se puede afirmar que la peluquería que cuenta con una alta gestión de mercadeo es la peluquería Víctor y Paty, la cual arroja en un gran porcentaje respuestas positivas que da muestra de un claro contexto del mercado que tienen y por ende sabe de cierta manera desde su conocimiento empírico afrontar los retos que se imponen en la dinámica de la competencia directa, con elementos diferenciadores y haciendo uso de las nuevas tecnologías para impulsar su negocio.

GESTION DE MERCADEO	SI	NO
<i>¿La empresa cuenta con estrategias para atraer clientes nuevos y mantener los clientes antiguos?</i>	8	0
<i>¿Cuenta con redes sociales a Ombre de la organización que le permita remitir ofertas y dar a co0cer su negocio?</i>	7	1
<i>¿Tiene Definido un canal de atención para sugerencias, quejas y/o reclamos)</i>	7	1
<i>¿Tiene una promesa de valor y/o servicio que le brinde a sus clientes?</i>	7	1
<i>¿Tiene identificado su competencia?</i>	0	8

TOTAL | **29** **11**



Figura 4 Resultados Gestión M

Figura 5 Indicador Gestión Mercadeo

7.6. Análisis Resultado Área Operativa/Servicios

El resultado a este ítem refleja un claro descontrol en la parte operativa en cuanto a control de inventarios, rotación de productos que puedan disminuir las pérdidas y la calidad del servicio por vencimiento de productos, esto conlleva directamente a la credibilidad del negocio por el uso inadecuado de las materias primas.

	NO	SI
GESTION DE PRODUCCION/SERVICIO		

Figura 6 Resultados Gestión de Producción- Elaboración Propia

¿Cuenta usted con un inventario de los productos requeridos para prestar el servicio?	8	0
¿CoOce usted el costo asociado a cada servicio?	6	2
¿Tiene identificado las fechas de adquisición de los activos fijos y los mantenimientos y o mejoras que les realiza?	8	0
TOTAL	22	2



Figura 7 Indicador Gestión de Servicio

7.7. Análisis Gestión Contable

Solo el 18% de las peluquerías lleva algún tipo de control de sus gastos, costos e ingresos asociados a su actividad económica, lo que claramente denota una falta de controles internos que permite la estabilidad financiera de la organización, definiendo cuáles son sus ingresos al mes, sus ganancias, cual es el costo asociado a cada servicio y cuál es el punto de equilibrio de su negocio. En resumen, el análisis de este punto es crítico porque no permite tener una visión clara de la rentabilidad, para la toma de decisiones.

Figura 8 Resultados Gestión Contable- Elaboración Propia

NO

SI

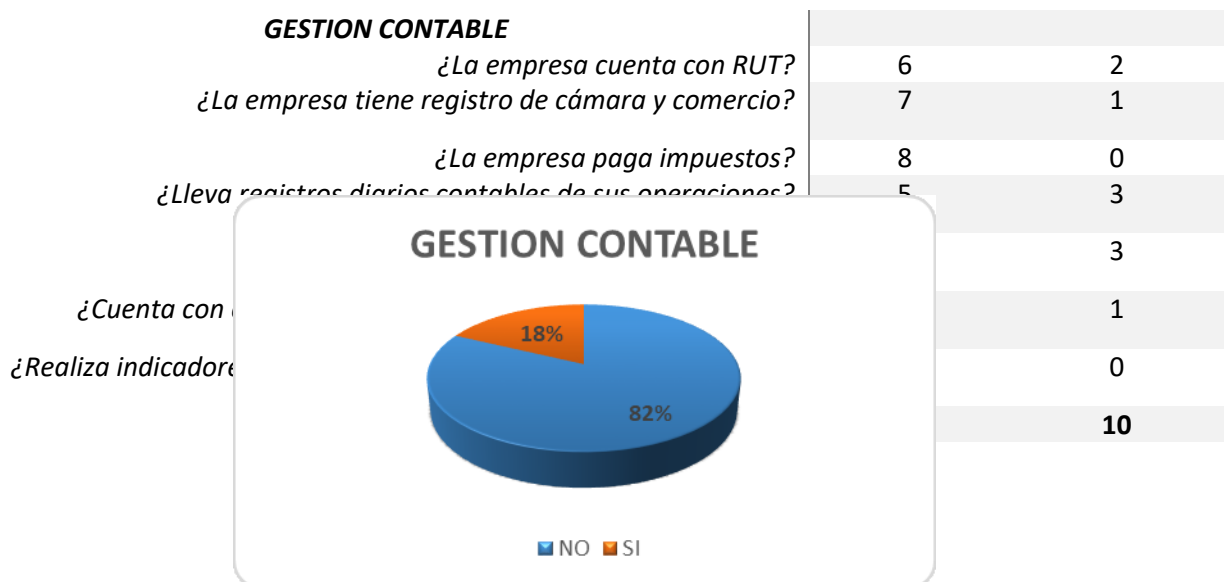


Figura 9 Indicador Gestión Contable

7.8. Análisis resultado Área de Talento Humano

Se encuentra que el riesgo de esta área es alto por los factores legales que representa, si bien se tiene establecido por regla general un perfil profesional para las labores desempeñadas, esta determinación está dada de manera subjetiva y no existe un perfil claro escrito para cada cargo, además no están claras las funciones y/o el rol que desempeña cada uno en la organización y el riesgo más alto a tener en cuenta en el aspecto del talento humano es que no existe un cumplimiento legal respecto a las afiliaciones, cotizaciones, salarios, comisiones de las personas empleadas en estos lugares, medianamente se cumple con los elementos de protección personal requerido y en

algunas ocasiones realizan actividades que pueden ser consideradas como bienestar. Adicionalmente en algunos negocios se encuentran trabajando personal de nacionalidad venezolana sin cumplir con los requisitos de migración exigidos ni contar con los documentos en regla, este personal se caracteriza por ofrecer una mano de obra económica y trabajar extensos horarios laborales, lo que de cierta medida pone en desventaja a los del gremio de nacionalidad Colombiana.

	NO	SI
GESTION TALENTO HUMANO	46	10
<i>¿Tiene usted definido por escrito los salarios y/o comisiones de los estilistas?</i>	5	20
<i>¿Las personas que laboran en este lugar cuentan con elementos de Protección personal?</i>	0	8
<i>¿Existen requisitos establecidos para la contratación del personal (Experiencia, estudios)</i>	7	1
TOTAL	12	29

Figura 10 Resultados Gestión del Talento Humano- Elaboración Propia



Figura 11Indicadores Gestión Talento Humano

PREGUNTAS ABIERTAS	RESPUESTA CUALITATIVA	RESPUESTA CUANTITATIVA
¿HAY PERSONAL EXTRANJERO TRABAJANDO EN SU NEGOCIO?	SI	5

¿CUÁNTOS PERSONAS EN TOTAL TRABAJAN EN SU NEGOCIO?		26
¿CUÁNTOS EXTRANJEROS TRABAJAN EN SU NEGOCIO?	SI	7
¿DE QUE NACIONALIDAD SON LOS TRABAJADORES EXTRANJEROS?	SI	7

Tabla 4 Tabulacion Preguntas Abiertas

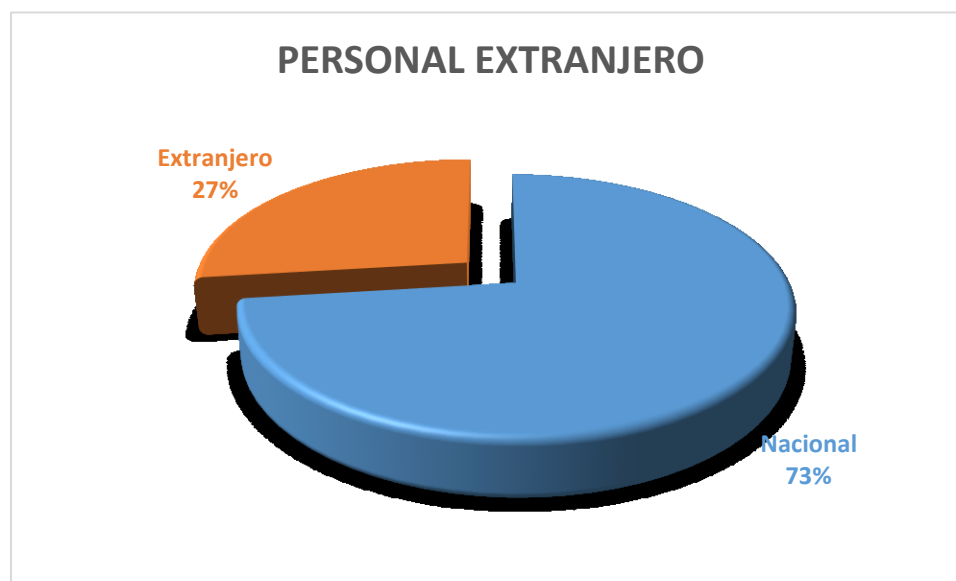


Figura 12 Personal Extranjero

8. OBJETIVO 2: DESCRIPCION ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y CONTABLE

8.1. Descripción Estructura Administrativa

Las peluquerías en el barrio los Samanes de la ciudad de Palmira, nacen en el año 2008, con la necesidad del sector de contar con salones de belleza; cercanos, económicos y de atención rápida para satisfacer los servicios de la población.

Es entonces cuando se constituye el primer negocio de este tipo llamado “Peluquería Víctor y Paty” el cual contaba con servicios de; Corte, Tinte y cepillado, posteriormente fueron ampliando su portafolio de servicios con Alisados permanentes, manicure, pedicura, rayitos y tendencias de cortes para hombres y mujeres.

Paulatinamente fue aumentando la demanda de servicios que fue tomando mayor fuerza especialmente para los clientes que pertenecían al comando de la policía, debido a la imagen que debían proyectar ante la institución, lo que conllevaba a adquirir el servicio con una frecuencia de por lo menos una vez a la semana.

Poco a poco el sector fue convirtiéndose en una zona más comercial por la construcción de la Clínica Palma Real, el supermercado Metro y la llegada de la franquicia Olímpica al centro comercial la Marden. Esto influyo en que las construcciones de las casas del barrio los samanes pasaran de ser las tradicionales casas familiares de dos plantas para convertirse en divisiones de apartamentos, aparta estudios y estructuras de hasta cinco pisos que influyo en el crecimiento poblacional del sector.

Los cofundadores de Víctor y Paty tuvieron una decadencia por los préstamos informales “gota a gota” que los obligo a salir de país y vender su negocio que ya contaba con un nombre y marca muy reconocido, la ruptura de esta sociedad conlleva a cambios de administración y ventas constantes durante los próximos tres años, debido a esta situación muchos de los trabajadores

decidieron emprender su propio negocio en el mismo sector para así incrementar sus ganancias personales y darle un mejor manejo al negocio.

Fue en el 2015 donde se constituyó la peluquería “Un corte diferente sobre los demás” que pertenecía a dos antiguas trabajadoras de Víctor y Paty, ambas peluquerías se han mantenido hoy. Sin embargo los trabajadores que han pasado por estos lugares han generado más salones de belleza en este sector, para un total actualmente de 08 Salones de belleza, de los cuales solo el 25% llevan más de cinco (5) años, y el 75% restante fluctúan entre 0 a 3 años.

8.2. Organización

Una peluquería, se establece bajo el concepto de “Organización”. Debido a que estos salones de belleza, ofrecen un servicio para satisfacer una necesidad de primera categoría al consumidor a través de un conjunto de pasos y métodos como cualquier otra organización o ente económico, recurso económico, recurso humano, recurso técnico. Objetivos e inversión, manejados en conjunto para generar rentabilidad y sostenibilidad.

El concepto de organización puede darse bajo el enfoque de sistemas y en función de los elementos que posee y los objetivos que cumple. Bajo el enfoque de sistemas, la organización es un “Organismo social” que subsiste en un contexto determinado, del cual recibe elementos que interactúan en procura de cumplir unos objetivos y posteriormente lo revierten hacia el medio a través de productos o servicios que satisfacen una necesidad biológica. (MERCADO, 2004)

En función de sus elementos y objetivos, una organización está constituida por ese conjunto de recursos económicos, técnicos y humanos debidamente dispuestos para producir bienes o prestar servicios con el objeto de producir rentabilidad al inversionista, incrementar el patrimonio y sobrevivir en el medio. (BURBANO, 1993)

8.3. Peluquería Propia

Esta clasificación va en dos variantes: La primera: Es aquel negocio, conformado por una sola persona la cual presta los diferentes servicios, se caracteriza por no tener más personas laborando, asume los diferentes roles dentro de la organización, tiene como ventaja que puede ser versátil en la atención al cliente y por ende conoce y satisface todos los requerimientos de sus clientes. La desventaja radica en que no puede aumentar su demanda y que por la informalidad con la cual maneja su negocio, no tiene una estandarización de procesos, precios, productos y muchos menos un control de sus ingresos y egresos.

La segunda variante y es la más común entre las peluquerías objeto de estudio; es en la cual el negocio del salón de belleza; está conformado por dos o más “propietarios” que hacen parte del mismo gremio y que se han asociado para ampliar la cobertura, compartir los gastos y por ende competir con las otras peluquerías del sector; La ventaja de esta estructura; es que tienen una fidelización de clientes importante cada uno de ellos y esto conlleva a la perdurabilidad del negocio en el tiempo, otro aspecto a tener en cuenta es que los gastos son compartidos, sin embargo no cuentan con control de ganancias, costos y gastos que permita definir la utilidad a distribuir de manera proporcional y relacionada con los gastos compartidos, el tema contable tiende a ser muy simple; contabilizan sus ingresos cada uno de manera individual, sin llevar un control de ello, así mismo la compra de insumos es asumida paulatinamente de acuerdo a las necesidades del servicio, no cuentan con un saldo en caja menor, ni en cuentas; que les permita tener un flujo de caja adecuado, tampoco tienen cuentas para imprevistos, o ahorros. Pero por el contrario cuentan regularmente con créditos informales y algunas veces formales, pero a tasas que están sobre o por encima de la usura. Finalmente, estas peluquerías con el ánimo de crecer tienen otras personas diferentes a quienes les cobran un porcentaje de comisión por trabajar en el lugar por cada servicio

prestado; este porcentaje puede variar entre el 40% y 60% dependiendo de los acuerdos previamente establecidos en donde se tienen en cuenta factores como los insumos, los servicios extras, el espacio, el mobiliario, entre otros.

Precisamente, el Diario el espectador, en el año 2017, emitió una nota, en donde entrevistaban a varios peluqueros de diferentes ciudades y el denominador común era la falta de garantías laborales, los excesivos cobros de comisiones y las jornadas laborales tan extensas. En ese mismo sentido observamos personal inmigrante extranjero que están dedicados a este tipo de actividades por no tener requerimientos a la hora de una vinculación laboral. (ESPECTADOR, 2017)

Los administradores de las peluquerías del barrio samanes son personas que basan sus decisiones bajo la experiencia y empíricamente, lo cual el manejo de estas áreas del sistema de información no está bajo ningún esquema formal de la administración, además cada una de las peluquerías tiene su propio sistema de información administrativo.

Es por ello que algunos de estos propietarios de peluquerías acuden a personas de su mismo gremio para una asesoría del manejo de sus Áreas, ubicando en su mayoría una definición generalizada para cada área sin que se lleve un registro formal o estandarizado por alguna de las entidades de comercio, a pesar de esto cada esquema es utilizado de forma particular el negocio que lo necesite.

8.4. Por medio de arrendamiento.

Otro modelo organizacional de estas unidades de negocio es el arrendamiento, donde una familia o negociante, es el arrendatario de la peluquería mensualmente con todo el montaje y todos

los productos. Este modelo es un poco más difícil de manejar, sin embargo, se genera una rentabilidad para ambas partes.

Donde el arrendatario sostiene el negocio del arrendador y desarrolla su actividad económica, es decir; el arrendador le entregara un punto de negocio perfectamente acreditado con los enseres necesarios para el funcionamiento y prestación de todos los servicios (como son lava cabezas, sofás de espera, expositores de productos, sillones de caballeros, sillas para niños, mesas de manicura, secadores, cepillos de cabello) también un valor determinado de productos estéticos con la cual el arrendador comienza su actividad económica.

Esta forma de negocio se da mediante un acuerdo de palabra, por lo general entre el arrendador quien es el dueño del bien y el arrendatario quien es el que goza del bien, debido a que no está formalmente implementado, es por ello que entre las dos partes hay un término grande de confianza y podría llamarse de una manera formal en una clase de asociación.

El arrendatario se compromete a sostener el negocio del arrendador y a pagarle un determinado porcentaje.

El arrendatario es responsable de toda la administración del ente, conformando un sistema de información funcional para sostener los términos del acuerdo.

El manejo de estas formas de negocio es totalmente empírico por cada administración, por lo cual no están estandarizados y el éxito de su administración depende netamente del conocimiento y experiencia que el administrador tenga en el manejo de estas unidades de negocios.

En la mayoría de estos negocios se observa desorganización, falta de controles internos, flujos de cajas. A pesar de tener mucha experiencia en el manejo de sus negocios, la falta de control de la

información financiera de sus negocios causa que no tengan una idea clara de lo que necesitan, que nivel de deudas puedan tener.

El poco crecimiento de estos negocios se puede estar dando, por diversas circunstancias que obedecen al desconocimiento de SIG con el cual pueden identificar su margen de ventas, de utilidad, de gastos, etc. Para todo negocio es muy importante saber el margen de utilidad que tiene lo más preciso posible, por medio de él se puede inferir y tomar decisiones precisas con respecto a los gastos y costos, como también las compras, obligaciones financieras y créditos otorgados a clientes. Ya que uno de los mayores problemas de un negocio sin control de información contable es sus pocas opciones cuando se presenta gastos imprevistos, los cuales son muy frecuentes en estos negocios, debido a su gran variedad de productos y servicios, los gastos familiares, los cuales no suelen llevarles un control. Al no tener control de estos gastos, puede generar iliquidez causando falta de pago a los proveedores y por ende les pueden cancelar los créditos y a sus trabajadores quienes pueden retirarse del negocio. Esto es fundamental para estos negocios debido a sus constantes ventas de productos de belleza y a la prestación de servicios. Esta es la clave para mantener a su clientela contenta.

Un negocio que tenga rotación continuamente de los peluqueros o manicuristas inmediatamente tendrá un efecto negativo en la baja de clientes debió a que estos se fidelizan con la persona y no con el negocio. La pérdida de clientes es una de las principales causas de iliquidez de estos negocios. Se puede detectar cuatro causas por las que los clientes pueden perderse.

8.5. Localización

Las Organizaciones o peluquerías objeto de estudio, se encuentran ubicadas en el Departamento del Valle de Cauca, en la ciudad de Palmira, en el barrio los samanes entre la Calle 47 y la Cr 29.

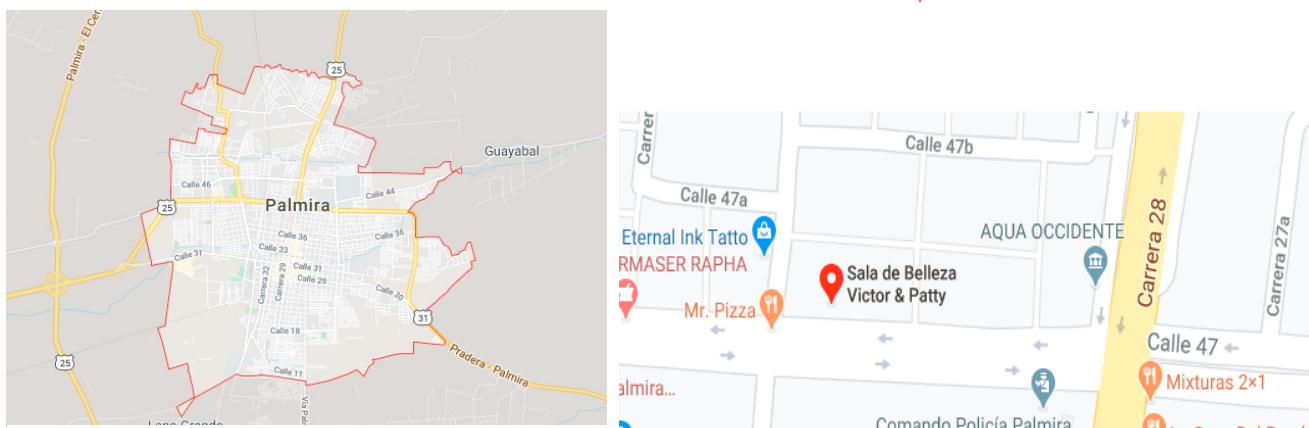


Figura 13 Localización Peluquerías- Fuente: Google Maps

8.6. Competencia

Debido al gran número de peluquerías en el barrio, es muy frecuente la competencia entre peluqueros y manicuristas. Los clientes suelen fijarse mucho en los precios que ofrecen las peluquerías, acudiendo para recibir un servicio donde le den un mejor precio.

La competencia entre peluquerías es muy delicada debido a su pequeño margen de utilidad y más en estas peluquerías, las cuales no llevan un control de información contable. Estas peluquerías quedan rezagadas con las peluquerías que le dan un mejor uso a esta información y aprovechan para hacerles una competencia más agresiva y poder prestar un mayor nivel de servicios en el día.

Esta sería una de las causas por las cuales estas pequeñas peluquerías no tienen un desarrollo. No se preocupan por implementar un sistema de información contable el cual

les permita manejar a los proveedores para tener un abastecimiento de productos de bellezas y así contentar con personal altamente capacitado y satisfecho para prestar los servicios

Un negocio sin Sistema de información contable como lo presentan el 50% de las peluquerías encuestadas. Tendrán un gran inconveniente para mantener su clientela en este punto. Debido a los puntos a los argumentos ya expuestos.

La cual es una gran cifra de las peluquerías del barrio samanes de Palmira, y de las cuales dependen un gran número de trabajos y familias. Ya que por lo general estas peluquerías con estos esquemas de administración son netamente propias o de familia.

Con un gran número de estas peluquerías, sufriendo de este punto tan esencial para un desarrollo adecuado de inversión. Se nota la necesidad de un mayor asesoramiento e implementación de un Sistema de información contable en estos negocios.

8.7. Atención al Cliente.

Sin duda la mejor opción de atraer clientela a los pequeños negocios es a través su atención al cliente. Generar confianza, afinidad, simpatía con los clientes es la mejor arma de estos negocios, sin embargo es un aspecto que todas las peluquerías de samanes no tienen. Necesitando estar en sincronía con otros aspectos fundamentales para la conservación de un cliente.

No cabe duda de que la atención al cliente es fundamental, pero no sirve de nada si no se tiene los productos o el personal capacitado adecuado que los clientes necesitan. No se contaría con un gran nivel de ventas, lo cual solo dejaría un nivel de ingreso pequeño, sin contar los gastos incurridos de una familia. Lo cual es algo impermisible en un negocio de pequeño portafolio la cual su arma más agresiva es la atención al cliente.

8.8. Descripción Estructura Contable

8.9. Determinación de los Gastos y Utilidad en las Peluquerías del Barrio Samanes

El código de actividad económica de las peluquerías del barrio samanes registrado en la Dian es “ Prestación de servicios y actividades de lavado, corte, recorte, peinado, teñido, coloración, ondulación y alisado del cabello y otras actividades similares para hombres y mujeres”

lo cual indica una gran variedad de servicios Toda prestación de servicios trae un margen de utilidad determinado, algunos son estandarizados dependiendo el servicio prestado y los tipos de productos necesarios para lograr realizar la actividad. Tiene un grado de complejidad para lograr determinar una utilidad precisa por el volumen de ventas. Esto es uno de los grandes problemas de las peluquerías a la hora de hacerle un control a un sistema de gastos y utilidades, haciendo que una administración desconozca completamente la utilidad del negocio

. Un negocio que no conoce el margen de utilidad y tiene unos gastos constantes. Los cuales pueden ser mucho mayor a la utilidad, haciendo que las peluquerías trabajen bajo un flujo de efectivo en rojo. Causa de esto puede ser;

- Créditos otorgados por prestamistas.
- Gastos familiares
- Mal control interno.
- Costos del sostenimiento de la peluquería (agua, energía, wifi).

- Gastos variables y fijos.

En todo negocio en el cual se presente estas causas de forma inmediata entra en un estado de iliquidez, el cual genera la quiebra de la mayoría de las peluquerías ubicadas en el barrio samanes o impide su crecimiento.

8.10. Proveedores

Los principales proveedores de las peluquerías son los distribuidores de los productos de belleza: Tintes, cremas, talcos, planchas, secadores, entre otros elementos y materias primas propias de la labor.

En Palmira, se abastecen principalmente del distribuidor “Comercializadora el peluquero”; “La peineta dorada” y cosméticos Krika en la ciudad de Cali.

Los pagos se realizan de contado y los créditos para negocios pequeños son muy limitados, sobre todo porque no se configura dentro de un marco legal que les permita un respaldo ante los proveedores.

Debido a lo anterior no cuentan con un inventario de productos y cuando tienen la necesidad de un insumo deben solicitarlo a domicilio, lo que ocasiona un mayor costo para el servicio final.

8.11. Cumplimientos Requisitos Legales:

Con el fin de conocer el margen de cumplimiento legal y controles contables que se llevan a cabo en las peluquerías del barrio los samanes de la ciudad de Palmira, se tabula

la información de acuerdo con lo evidenciado en el trabajo de campo, recopilando datos que permita identificar el nivel de financiero y legal de cada uno de estos negocios:

Según la información reportada; en el ámbito legal el incumplimiento es del 75%, basándonos en que solo dos (2), de las (8) peluquerías encuestadas, cuentan con un Registro Único Tributario ante la DIAN, y solamente una (1) está constituida legalmente en la cámara de comercio de la ciudad de Palmira.

En cuanto análisis contable se refiere; el 12,5% lleva registros contables de las operaciones diarias que incluye: Cantidad y detalle de servicio prestado por día, gastos diarios, gastos fijos mensuales, costos porcentuales de comisión por servicios y utilidad final del ejercicio diariamente, el resto de las organizaciones no cuentan con un registro diario y contable que permita identificar las utilidades y los gastos.

Por último un dato a destacar de la información es que el salón de belleza “Victor y Paty” que es el que mayor cumplimiento tiene referente al ámbito legal y contable, es el que mayor antigüedad tiene dentro del grupo encuestado, por lo cual se puede inferir que efectivamente la contabilidad y la administración de un negocio conlleva a resultados exitosos de perdurabilidad en el tiempo y crecimiento empresarial.

9. OBJETIVO 3: FORMULAR UNA CARTILLA DE ORIENTACION ADMINISTRATIVA Y CONTABLE

9.1. Forma Jurídica

Dentro de lo planteado para la conformación de una organización se debe tener y definir aspectos jurídicos, lo cual dará una apertura a la formalización y por consiguiente una aportación no solo al desarrollo económico de la ciudad, sino también una identificación y crecimiento del negocio, por tal se proponen los siguientes dos modelos, adaptados a la actividad económica de los salones de belleza. “El Derecho toma a la persona como eje del Ordenamiento Jurídico: el Derecho se ha hecho para las personas, y el sujeto del Derecho, quien tiene derechos y deberes jurídicos es la persona” (Esic Market, 1999)

9.2. Régimen Simple de Tributación

Impuesto unificado bajo el régimen simple de tributación – SIMPLE (reemplaza al mono tributo)

Características:

- Sustitución de impuestos tales como, impuesto sobre la renta y complementarios, impuesto al consumo, impuesto de industria y comercio y su complementario de avisos y tableros.
- Modelo de contribución opcional, de causación anual y pago bimestral.

- Inscripción voluntaria en RUT, sin perjuicio que la DIAN podrá inscribir oficiosamente a dicho régimen
- Hecho Generador: obtención de ingresos aptos de provocar susceptible de producir un incremento en el patrimonio.
- Tarifa Variable de acuerdo con la actividad económica y el monto de los ingresos brutos anuales y la actividad económica; Los ingresos constitutivos de ganancia ocasional no integran la base gravable del impuesto unificado bajo el régimen simple de tributación – SIMPLE
- Si el contribuyente del SIMPLE es responsable del IVA, presentará una declaración anual consolidada de este impuesto. Igualmente, estos contribuyentes serán responsables del Imp consumo
- Base Gravable: Integrada por la totalidad de los ingresos brutos, ordinarios y extraordinarios, percibidos en el respectivo periodo gravable

Pueden pertenecer:

- Una persona natural que desarrolle una empresa o de una persona jurídica en la que sus
- Socios, participes o accionistas sean personas naturales, nacionales o extranjeras, residentes en Colombia.
- Que en el año gravable anterior hubieren obtenido ingresos brutos, ordinarios o extraordinarios, inferiores a 80.000 UVT (Año 2018: \$2.652.480.000). En el caso de las empresas o personas jurídicas nuevas, la inscripción en el impuesto unificado bajo el Régimen Simple estará condicionada a que los ingresos del año no superen estos límites.

- Si uno de los socios persona natural tiene una o varias empresas o participa en una o varias sociedades, inscritas en el impuesto unificado bajo el Régimen Simple, los límites máximos de ingresos brutos se revisarán de forma consolidada y en la proporción a su participación en dichas empresas o sociedades.
- Si uno de los socios persona natural es gerente o administrador de otras empresas o sociedades, los límites máximos de ingresos brutos se revisarán de forma consolidada con los de las empresas o sociedades que administra.
- Si uno de los socios persona natural tiene una participación superior al 10% en una o varias sociedades no inscritas en el impuesto unificado bajo el Régimen Simple, los límites máximos de ingresos brutos se revisarán de forma consolidada y en la proporción a su participación en dichas sociedades.
- La persona natural o jurídica debe estar al día con sus obligaciones tributarias de carácter Nacional, departamental y municipal, y con sus obligaciones de pago de contribuciones al Sistema de Seguridad Social Integral. También debe contar con la inscripción respectiva en El RUT y con todos los mecanismos electrónicos de cumplimiento, firma y factura Electrónica.

Incentivos:

- Descuentos tributarios por realización de ventas a través de sistemas de pagos electrónicos
- Presentación anual de declaración IVA
- Eximidos de la obligación de retención en la fuente y autorretenciones
- Pago del IVA e Impuesto al Consumo mediante el SIMPLE (pagos anticipados)

(ACTUALICESE.COM, 2019)

9.3. Sociedad por Acciones Simplificada

Características:

- Su constitución es por medio de un documento privado donde se refleja documento de identidad, nombre y domicilio de los accionistas.
- Su término de durabilidad es indefinido.
- El objeto social puede ser indeterminado para realizar cualquier actividad lícita.
- Se delimita toda responsabilidad de los accionistas únicamente hasta el límite de sus aportes.
Sin importar la causa de la obligación fiscal o laboral.
- Cuenta con voto múltiple.
- Existe libertad en la organización.
- La junta directiva y la revisoría fiscal no son obligatorias, lo que se constituye en un ahorro.
- La constitución de una compañía SAS depende del capital suscrito y activos.
- Esta sociedad puede emitir cualquiera de las siguientes acciones: acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo anual y acciones de pago.

Ventajas

- La sociedad por acciones simplificada es un tipo de asociación adaptable, ya que permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con un bajo presupuesto.

- Cualquier persona natural con una postura emprendedora puede constituir una empresa con la finalidad de dar más credibilidad a su negocio.
- El empresario no tiene la obligación de constituir una junta directiva, ni tampoco es forzado a cumplir ciertos requisitos tales como la pluralidad de socios.
- Otorga a los empresarios a elegir, normas societarias que más convenga a sus intereses.
- Mayor viabilidad, para contar con apoyos de fondos de capital de riesgo y capital semilla.
- Es posible aplazar el pago del capital hasta por un plazo máximo de dos años, sin que se exija una cuota o porcentaje específico mínimo inicial.
- Existe autodeterminación para que la sociedad establezca la índole y proporción en que se realice el pago del capital.

. En caso de una liquidación de una SAS, los accionistas solo dan garantía, a los acreedores por el monto de los aportes que se realizaron al momento de la constitución.(MEDELIIN,2018).

El fortalecimiento empresarial, tiene un contexto amplio, el cual no se relaciona como un estado binario, esto indica que es o no formal, sino como un proceso que culmina cuando los empresarios cumplen con todos los requisitos que le exigen las normas.

Es ejercer una actividad económica la cual debe estar bajo las normas establecidas del estado, esto indica “trabajar con todas las de las ley”. Para los peluqueros de este sector de la ciudad de palmira valle, les permitirá tener una proyección, consolidando su iniciativa a la prestación de servicios de belleza.

Además, les permitirá tener un reconocimiento en el sector, accediendo a diferentes servicios financieros, logrando participar en concursos contratados por el Estado, y además teniendo acceso a diferentes programas de promoción y desarrollo y fortalecimiento que lidera la cámara de comercio de la ciudad.

Para lograr tener un proceso adecuado evitando el informalismo de este sector, existen unos requisitos los cuales se deben plasmar y así tener una adecuada inscripción e inicio de formalización.

Bajo las Normas internacionales de información financiera las peluquerías se clasifican en el grupo 3, la cual debe cumplir con la totalidad de los requisitos:

- Cuenta con una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores
- Posee activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Tener ingresos brutos anuales inferiores a 6.000 SMMLV

Este tipo de personas hacen parte del régimen simplificado. El artículo 499 del Estatus tributario indica que tipo de personas hacen parte de este régimen en cual se clasifica, personas naturales comerciantes, agricultores o quienes realicen operaciones gravadas cumpliendo con las siguientes condiciones.

- El año anterior hubieren obtenido ingresos brutos totales provenientes de la actividad.
- Que cuenten con establecimiento de comercio, oficina, sede, local o negocio donde ejerzan su actividad.

- Que el establecimiento de comercio, loca, sede, negocio.

El artículo 908 del estatuto tributario, modificada por la ley 2020 de 2019. Señala que 4 grupos y cada grupo tiene diferentes cifras, para de esta manera lograr 16 tarifa:

9.4. Información Para Lograr La Adecuada Formalización

Inscripción en el Registro Mercantil:

¿Que es la matricula mercantil?

La matrícula mercantil es la inscripción que se hace en el registro mercantil de las personas naturales o jurídicas que realizan actividades comerciales o mercantiles, así como de sus establecimientos de comercio.

¿Qué personas naturales se deben matricular en la cámara de comercio?

Se deben matricular todas las personas naturales que realicen en forma permanente o habitual actividades mercantiles. Quien compra y quien vende mercancías o tiene un establecimiento de comercio.

¿Dónde deben matricularse?

Las personas naturales deben presentar la solicitud de matrícula en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde van a tener su domicilio, es decir la ciudad donde desarrollarán su actividad comercial o donde tendrán abiertos los establecimientos de comercio.

¿Cómo efectuar la matrícula de la persona natural?

Adquiera, diligencie y presente en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio

ADES o Súper CADES los siguientes formularios

- a) Formulario Registro Único Tributario RUT
- b) Formulario de Registro Único Empresarial y Social - RUES
- c) Formulario Adicional de Registro con Otras Entidades

¿Qué pagos debe efectuar para matricularse?

Cancelar el valor correspondiente a los derechos de matrícula, el cual depende conforme a los activos reportados en el formulario de matrícula o renovación de persona natural o jurídica según las tarifas de los registros públicos.

¿Por qué es importante matricularse como comerciante?

- Matricularse como comerciante es deber legal.
- Con el certificado expedido por la Cámara se acredita el cumplimiento de ese deber, evitando la posible imposición de sanciones por parte de los entes de control respectivos.
- La matrícula es una fuente de información comercial a la que pueden acudir quienes deseen conocer datos de su actividad económica y patrimonio.
- Evita que otros establecimientos de comercio tengan el mismo nombre a nivel nacional.
- Facilita el proceso de inscripción en el Registro de Proponentes.
- Facilita contactos comerciales directos con proveedores y clientes.
- Permite ingresar a la gran base de datos de la Cámara de comercio.
- Facilita la obtención de créditos en el sector financiero.

- Evita multas que puede imponer la Superintendencia de Industria y Comercio.

- Facilita la celebración de negocios con los sectores público y privado.
- Lo acredita como comerciante cumplidor de sus deberes legales.
- Beneficios de matrícula y renovación – Ley 1429 de 2010:
- La Ley 1429 de diciembre de 2010 denominada “Ley de Formalización y Generación de Empleo” creó incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumentaron los beneficios y disminuyeron los costos de formalizarse.

Tarifa Progresiva:

El artículo 7 de la Ley 1429 establece que las pequeñas empresas que inicien su actividad económica principal, es decir, a partir de la fecha de la matrícula mercantil, pagarán tarifas progresivas para la matrícula.

Impuesto a Tributar

- El artículo 907 del estatuto tributario señala los impuestos que comprende el régimen simple clasificándolos de esta manera, el sector peluquero del barrio samanes debe aplicar.
- Impuesto sobre la renta
- Impuesto de industria y comercio consolidado, de conformidad con las tarifas determinadas por los consejos municipales y distritales, según las leyes vigentes.

9.5. Estructura Organizacional

Por más pequeña que sea la empresa, es fundamental que exista jerarquización de las diversas funciones y el rol a desempeñar de cada miembro que haga parte de la organización, de esta manera se pueda cumplir a cabalidad con todos los procesos administrativos necesarios para un correcto funcionamiento del salón de belleza,

Por lo tanto, en base al caso de estudio, se propone la siguiente estructura organizacional:

9.6. Plan de Acción -Estructura Organizacional

Practica	Objetivo	Actividad	Que Hacer
Estructura Organizacional	Exponer de manera jerárquica y a través de un diseño gráfico los cargos que existen en la empresa.	Crear una jerarquía y graficar los Cargos de la empresa.	Las peluquerías deben precisar qué tipo de organigrama diseñar según las áreas identificadas, teniendo una definición e implementación para el conocimiento de todo el personal.
Para que Hacerlo	Como Hacerlo		
Para que exista una identificación de los cargos, jerarquización, división de funciones, en los departamentos y áreas de la empresa. Con el fin de lograr indicar las relaciones entre los funcionarios	<p>Lo primero que debe hacer Las peluquerías, es establecer de forma detallada las funciones y posición de cada persona que haga parte del equipo, ubicándola dentro de una posición en el organigrama de la organización, lo que va a permitir limitar funciones y asignar responsabilidades.</p> <p>. Para lo cual se debe tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Áreas de trabajo · En que se especializa cada empleado · Líneas de autoridad · 		

Tabla 5 Plan de Acción Estructura Organizacional

9.6.1.1. Organigrama

El organigrama es la representación gráfica del sistema de autoridad formal o jerárquica de la organización, puede reflejar tres tipos de relaciones; De tipo Jerárquico, De dependencia horizontal y relaciones colaterales.

El sistema de autoridad formal, se establece a través de un proceso de agrupación que se caracteriza por ser un proceso que adquiere una trayectoria ascendente ya que sitúa bajo la dependencia de un jefe a un determinado número de personas. A continuación estos jefes de primer nivel, se vuelven a agrupar dependiendo de un segundo nivel y así sucesivamente hasta que nos encontremos con el cargo mas alto de la organización.

La organización lineal es el modelo desarrollado por M. Fayol y Max Weber, es el tipo de organización más antigua y simple que responde a los principios de Unidad de Mando y Disciplina. En ella la autoridad y comunicación se dirige en forma de ordenes o instrucciones desde los niveles mas altos de la organización hasta lo más bajos, es el tipo de organización más utilizada en pequeña y mediana empresa (Ramos, 2007)

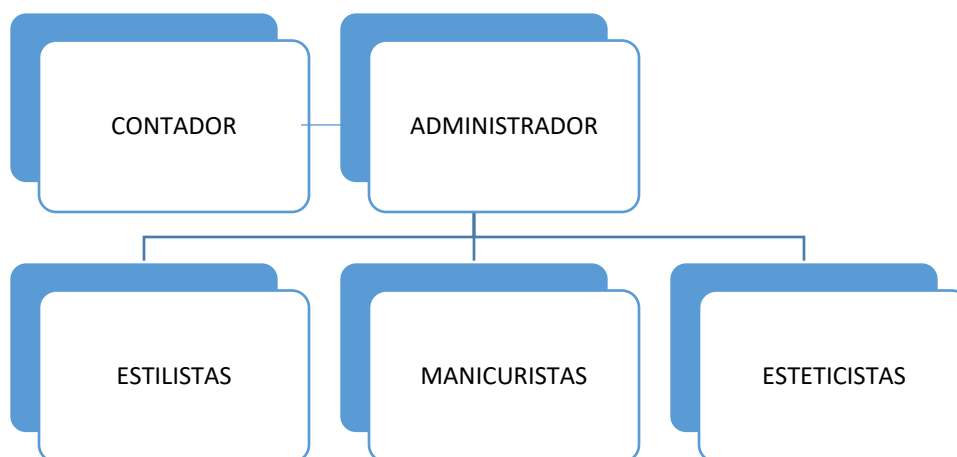


Figura 14 Organigrama- Elaboración Propia

9.7. Plan de Acción área administrativa y organizacional

PRACTICA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	QUE HACER
Plan estratégico	Lograr que todo el personal de este tipo de peluquerías localizadas en el sector de samanes de la ciudad de palmira , tengan una apropiación y de alguna manera cuenten con un conocimiento mas amplio del plan estratégico para el crecimiento personal y empresarial.	Diseñar un plan estratégico, en el cual exista una adecuada identificación con la filosofía empresarial. (Misión, visión, valores, principios, objetivos, metas)	Las peluquerías deben plasmar, plantear y publicar un plan estratégico donde se evidencie una clara y concisa, misión, visión, precisando unos objetivos y principios de valores corporativos. De esta manera proyectando una perspectiva amplia de la organización y teniendo clara la manera de emprender acciones.
Para Que Hacerlo	Como Hacerlo		

Para lograr y el objetivo se debe Mejorar en el desempeño de del personal laboral ya que comprenden y son conscientes de la meta que se tiene y el camino que se debe seguir.	Identificar: Que hacen, quienes son , de que manera lo hacen , teniendo un objetivo principal, teniendo claro qué se quiere lograr, a donde quieren llegar, que impacto se va a generar.	Realizar: Evaluar cada una de las preguntas que se tenían que identificar y empezar a responderlas, de una manera acorde con la actividad económica de la empresa y lo que se tenía pensado en el momento de la creación o la idea de esta.	Informar: Una vez haya realizado el plan estratégico se debe informar y capacitar al personal, para que estos se apropien del ser de la organización. Publicarlo en los diferentes medios que tienen las peluquerías para que sea visible para los colaboradores como para los clientes.
---	---	--	---

Tabla 6 Plan de Acción Area Administrativa y Organizacional

9.7.1. Misión y Visión

MISIÓN

Satisfacer la confianza fundamentada en la imagen del cliente, dedicada a proveer servicios de alta peluqueria y belleza para una expectativa alta en la poblacion de palmira del sector de samanes y sus alrededores,ofreciendo precios justos y excelente calidad,gran sentido de innovacion en un entorno de alegria y profesionalismo.

VISIÓN

Consolidarnos en el 2025,en ser una organizacion reconocida a nivel regional por brindar un excelente servicio al cliente y cubrir las necesidades estéticas de estos,con una evolucion constante del personal con el apoyo de colaboradores totalmente capacitados.

Figura 15 Misión y Visión- Elaboración Propia

9.8. Objetivos Organizacionales

OBJETIVOS ORGANIZACIONALES		
Priorizar el servicio al cliente, siendo el valor más importante que nos garantiza la continuidad de nuestro negocio a través de la fidelización de nuestros clientes	Actuar siempre bajo los principios de higiene y seguridad.	Formación permanente a nuestro equipo de trabajo bajo las nuevas tendencias de belleza, marketing y atención para incluir en nuestro día a día.

Figura 16 Objetivos Organizacionales - Elaboración propia

9.9. Valores Corporativos

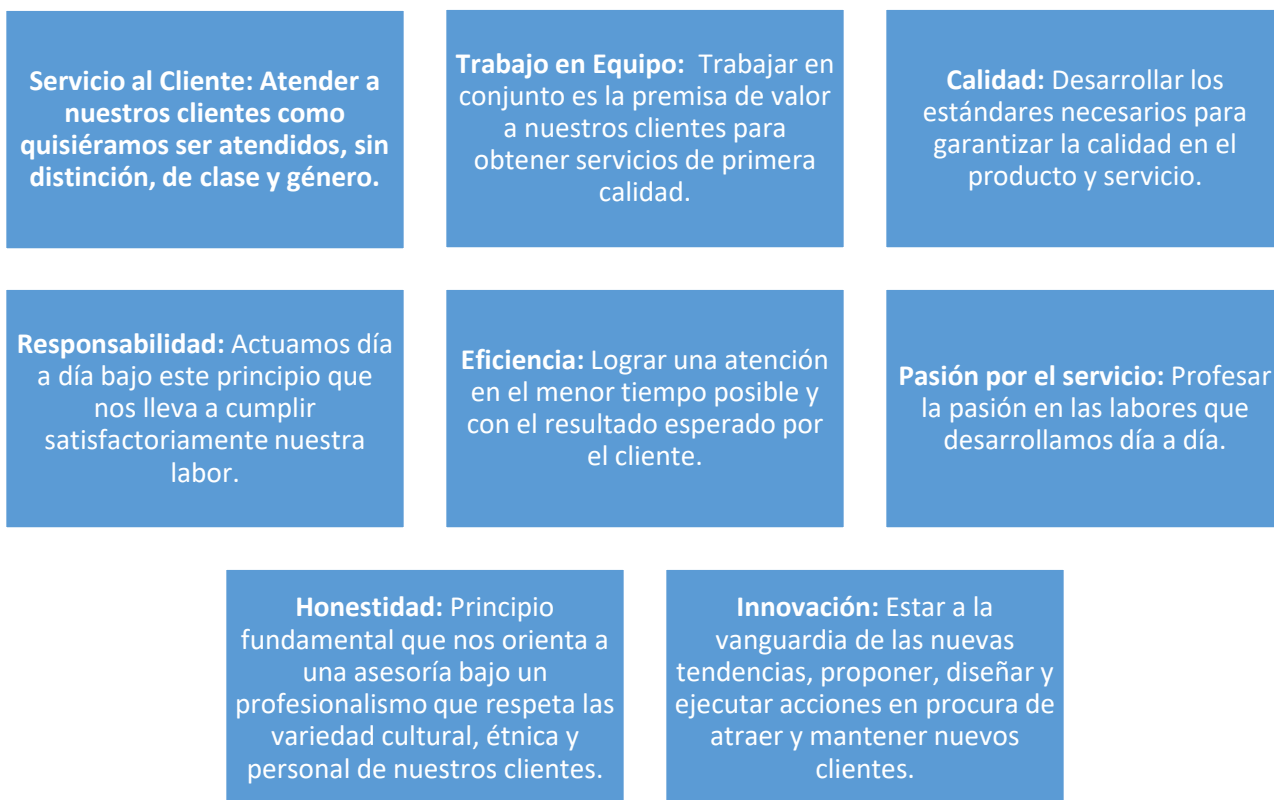


Figura 17 Valores Corporativos- Elaboración Propia

9.10. Plan de acción - Manual de Funciones

Practica	Objetivo	Actividad	Que Hacer
Manual de Funciones	Definir e identificar cada uno de los puestos de trabajo con sus respectivas funciones y requerimientos del personal.	Diseñar e implementar un manual de funciones de esta manera crear responsabilidades para cada cargo.	Las peluquerías deben diseñar e implementar manuales de funciones y de responsabilidades por cada cargo identificado en la organización, donde se caractericen objetivos, requisitos, funciones cargos a los que supervisa y cargo de quien lo supervisa.
Para que Hacerlo	Como Hacerlo		
Mostrar detalladamente cual es el rol que debe desempeñar una persona en el puesto de trabajo que tiene.	La elaboración adecuada del manual de funciones puede llegar abarcar todos y cada uno de los aspectos de cualquier área componente de la organización, su alcance se ve limitado Únicamente por las exigencias de la empresa. Por ello se debe, identificar cargos y analizar puestos de trabajo.		

Tabla 7 Plan de Acción Manual de Funciones- elaboración Propia

9.11. Modelo Manual de Funciones

MANUAL DE FUNCIONES		
CARGO: ADMINISTRADOR-		
OBJETIVO DEL CARGO		<p>Verificar la ejecución y gestión de todos y cada uno de los servicios prestados por la peluquería, maximizando el desempeño y Rentabilidad de la misma.</p>
ESPECIFICACIONES Y REQUISITOS		
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	EXPERIENCIA	Un (1) año en el cargo de Administrador y/o Asistente Administrativo.
	CONOCIMIENTOS	Técnico en Asistencia Administrativa y/o afines, con vision acorde a la belleza, Estética y asesoría de imagen y conocimiento contable.
	HABILIDADES	Atención al cliente
		Manejo de personal
		Manejo contable
Asesoría Contable		
	Enfoque Administrativo o	
FUNCIONES		
<input type="checkbox"/>	Llevar registro y control administrativo del presupuesto asignado	
<input type="checkbox"/>	Guiar el servicio al cliente prestado por los colaboradores	
<input type="checkbox"/>	Promover el cumplimiento de horarios de acuerdo a los turnos asignados a cada colaborador	
<input type="checkbox"/>	Atender las auditorias de las entidades encargadas del cumplimiento de las normas sanitarias.	
<input type="checkbox"/>	Actualizar la documentación requerida para el buen funcionamiento de la peluquería	
<input type="checkbox"/>	Realizar las compras de insumos y materiales necesarios para el funcionamiento	
<input type="checkbox"/>	Atender, hacer pedido y cancelar facturas a los proveedores.	
<input type="checkbox"/>	Controlar la asignación de clientes a cada colaborador garantizando la pronta atención	
<input type="checkbox"/>	Verificar, registrar, liquidar y cancelar los turnos atendidos por cada colaborador	
<input type="checkbox"/>	Manejar caja menor y realizar consignaciones bancarias	
<input type="checkbox"/>	Registrar asientos contables en herramienta de Excel, realizar conciliaciones bancarias.	
<input type="checkbox"/>	Entregar informes periódicos a la gerencia sobre las funciones asignadas	

MANUAL DE FUNCIONES		
CARGO: ESTILISTA (PELUQUERO)		
OBJETIVO DEL CARGO	Prestar todos los servicios relacionados con el cuidado, mantenimiento, recuperación, y cambio estructural del cabello y maquillaje facial.	
ESPECIFICACIONES Y REQUISITOS		
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	EXPERIENCIA	Dos (2) años en el cargo de estilista
	CONOCIMIENTOS	Técnico laboral por competencias en Belleza Integral /Cosmetología, Operario en cuidado estético de Manos y Pies
	HABILIDADES	Atención al Cliente
		Uñas, Gel Acrílico
		Manicure Semipermanente
Decoración de uñas y Pinceladas		
	Reparación de uñas	
FUNCIONES		
<input type="checkbox"/> Cepillar, cortar el cabello de acuerdo a los requerimientos del cliente		
<input type="checkbox"/> Tinturar el Cabello, brindando un asesoramiento al cliente bajo las diferentes técnicas existentes.		
<input type="checkbox"/> Realizar trámites capilares, repolarizaciones, mascarillas, entre otros, protegiendo siempre la fibra capilar		
<input type="checkbox"/> Conocer e implementar las normas de bioseguridad para la prestación del servicio.		
<input type="checkbox"/> Dar Cumplimiento a el horario del salón de belleza de acuerdo al turno asignado.		
<input type="checkbox"/> Mantener zona de trabajo en adecuadas condiciones de higiene y seguridad.		
<input type="checkbox"/> Acatar la asignación del servicio y atenderlo en el menor tiempo posible, con la mayor calidad y disposición posible.		
<input type="checkbox"/> Acatar las directrices y recomendaciones del administrador.		

MANUAL DE FUNCIONES		
CARGO: MANICURISTA		
OBJETIVO DEL CARGO	Prestar todos los servicios relacionados con el cuidado, mantenimiento, recuperación y cambio estructural de la uña y del vello facial y corporal..	
ESPECIFICACIONES Y REQUISITOS		
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	EXPERIENCIA	Dos (2) años en el cargo de manicurista
	CONOCIMIENTOS	Técnico laboral por competencias en Belleza Integral /Cosmetología, Operario en cuidado estético de Manos y Pies
	HABILIDADES	Atención al Cliente
		Uñas, Gel Acrílico
		Manicure Semipermanente
		Decoración de uñas y Pinceladas
Reparación de uñas		
FUNCIONES		
<input type="checkbox"/> Limpiar y maquillar la uña de acuerdo con los requerimientos del cliente		
<input type="checkbox"/> Asesorar y dar a conocer nuevas tendencias teniendo en cuenta los deseos y necesidades del cliente.		
<input type="checkbox"/> Reparar uñas fracturadas teniendo en cuenta la salud de la misma y la comodidad del usuario.		
<input type="checkbox"/> Conocer e implementar las normas de bioseguridad para la prestación del servicio		
<input type="checkbox"/> Cumplir con el horario establecido por la peluquería de acuerdo al turno asignado.		
<input type="checkbox"/> Mantener zona de trabajo en condiciones bio seguras de acuerdo a la normativa legal vigente		
<input type="checkbox"/> Acatar la asignación del servicio y atenderlo en el menor tiempo con la mayor disposición y calidad posible.		
<input type="checkbox"/> Acatar las directrices y recomendaciones del administrador		

MANUAL DE FUNCIONES		
CARGO: AUXILIAR SERVICIOS GENERALES		
OBJETIVO DEL CARGO	Mantener las instalaciones de forma adecuada cumpliendo la técnica aséptica para su buen funcionamiento. Prestar servicios de lavado de cabello al cliente.	
ESPECIFICACIONES Y REQUISITOS		
Y CONOCIMIENTOS HABILIDADES	EXPERIENCIA	No Aplica
	CONOCIMIENTOS	Curso de Bioseguridad aplicada a la Cosmetología
	HABILIDADES	Atención al Cliente
		Lavado del Cabello
		Implementación de Técnicas de asepsia
FUNCIONES		
<input type="checkbox"/> Limpiar y mantener el establecimiento en adecuadas, cumpliendo con las normas de Bioseguridad		
<input type="checkbox"/> Lavar el cabello al cliente que lo requiera.		
<input type="checkbox"/> Conocer e implementar las normas de bioseguridad para la prestación del servicio		
<input type="checkbox"/> Cumplir con el horario establecido por la peluquería de acuerdo con el turno asignado.		
<input type="checkbox"/> Acatar la asignación del servicio y atenderlo en el menor tiempo con la mayor disposición y calidad posible.		
<input type="checkbox"/> Acatar las directrices, recomendaciones del administrador y demás labores asignadas.		

Tabla 8 Modelo Manual de Funciones – Fuente: (Melo Pachon, 2008)

1.1.1. Plan de acción – Flujograma de Procesos:

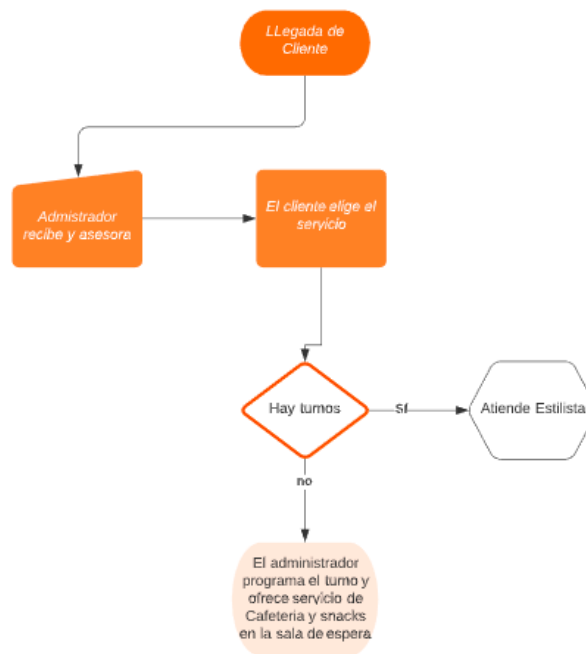


Ilustración 2 Flujograma Llegada Cliente

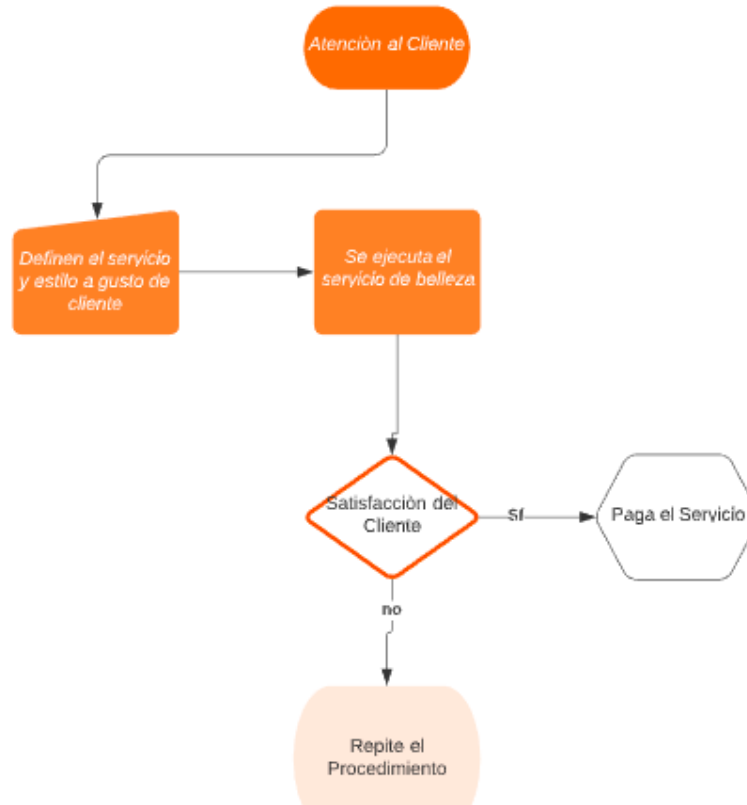


Ilustración 4 resumen Venta

9.12. Plan de Acción -Manual de Bioseguridad

Practica	Objetivo	Actividad	Que Hacer
Manual de Bioseguridad	Diseñar protocolo de Bioseguridad de acuerdo con la normativa legal vigente.	Implementar protocolo de Bioseguridad teniendo presente los requerimientos exigidos por Secretaria de Salud.	La empresa debe diseñar, definir y publicar el protocolo de Bioseguridad, en el cual se identifique las normas, conductas, prácticas y procedimientos que se deben adoptar para las diferentes actividades de su objeto social
Para que Hacerlo	Como Hacerlo		
Mejorar las condiciones de Seguridad y Salud en el trabajo, de los trabajadores y así mismo garantizar la seguridad de los clientes o usuarios, a través de actividades de prevención y control de diferentes factores de riesgo asociados con la actividad u oficio.	Implementar las diferentes normas de higiene y seguridad industrial así como lo ordenado por la ley 711 de 2001 para dar cumplimiento a las diferentes nomas		

Tabla 9 Plan de Acción Manual de Bioseguridad

9.13. Plan de Acción -Ciclo Administrativo

Practica	Objetivo	Actividad	Que Hacer
Etapas del Ciclo Administrativo	Definir y detallar las diferentes etapas del ciclo Administrativo dentro de las peluquerías	Realizar la planeación, Ejecución, Verificación y seguimiento para la empresa, según necesidades y requerimientos.	De manera constante se debe verificar el cumplimiento de los procesos establecidos a través del cumplimiento de las etapas y pasos que se han delimitado, las cuales se interrelacionan y forman un proceso integral.
Para que hacerlo		Como Hacerlo	
Se hace con el fin de Reducir tiempos en la toma de decisiones.		A través de diferentes herramientas que permita identificar los pasos para llevar a cabo efectivamente un proceso, tal como el PHVA PLANEACION: ¿Qué es lo que se quiere hacer? - ¿Qué se va a hacer? ORGANIZACIÓN: ¿Cómo se va a hacer? DIRECCION: Verificar que se haga CONTROL: ¿Cómo se ha hecho?	

Tabla 10 Plan de acción Ciclo Administrativo

9.14. Plan de Acción área contable y Financiera.

Plan de acción -Libros contables

Practica	Objetivo	Actividad	Que Hacer
Libros Contables	Diligenciar los libros de contabilidad requeridos por las normas legales.	Diseñar una contabilidad básica, basado en los movimientos Financieros.	Implementar la elaboración de libros de contabilidad y libros fiscales que permitan las peluquerías la organización contable
Para Que Hacerlo	Como Hacerlo		
Desarrollar una estructura contable simple, basado en los movimientos Financieros.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observar el proceso de contabilidad que se lleva en las peluquerías. 2. Una vez conocido el sistema de registros, se debe reconocer el proceso legal para llevar la contabilidad y este se puede hacer a través del libro contable simple. 3. Llenar el formato a partir de la fecha en que se inicia con el desarrollo de este objetivo, y realizarlo de manera diaria al finalizar las labores. 		

Tabla 11 Plan de Acción Libros Contables ((Melo Pachon, 2008)

9.15. Plan de Acción -Ingresos, Gastos y Costos

Practica	Objetivo	Actividad	Que hacer
Ingresos, Gastos y Costos.	Llevar ordenadamente los ingresos, gastos, costos e Inversiones de las peluquerías.	Con las Ventas (Ingresos) Gastos (Egresos) y Utilidades, generadas por la empresa, clasificarlos y registrarlos.	Determinar los gastos, costos, ingresos e inversiones que tengan las peluquerías para poder llegar a una utilidad a favor que cumpla con los objetivos financieros que desea alcanzar las peluquerías de este sector.
Para Que Hacerlo	Como Hacerlo		
Con las Ventas (Ingresos)- Gastos (Egresos) y Utilidades, generadas por las peluquerías clasificar los registrarlos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar los respectivos registros de ingresos, egresos, utilidades. 2. Conocer el archivo “Registro de los ingresos, gastos y utilidades” que puede ser llenado de manera digital o física. 3. El registro de este documento se realiza de manera diaria, para obtener un orden de los movimientos financieros. 		

Tabla 12 Plan de Acción- Ingresos, Gastos y Costos (Melo Pachon, 2008)

Diagrama de flujo

YULY VANESSA FRANCO USMAN | May 17, 2020

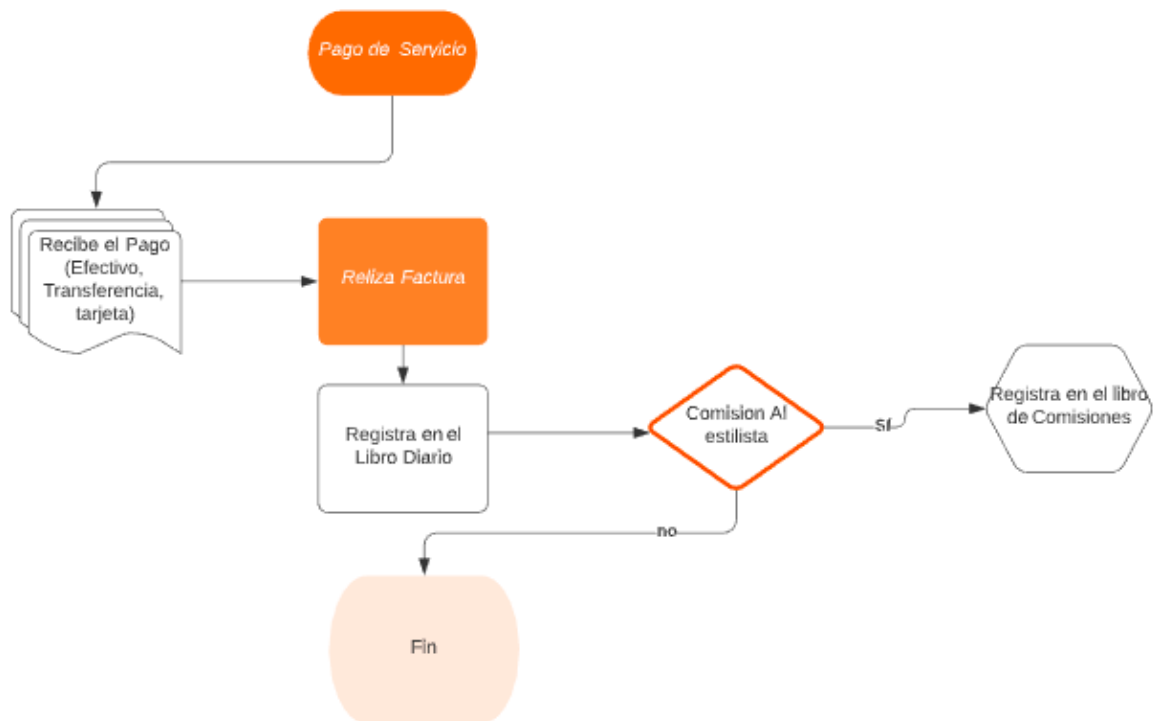


Ilustración 5 Registro Ingresos

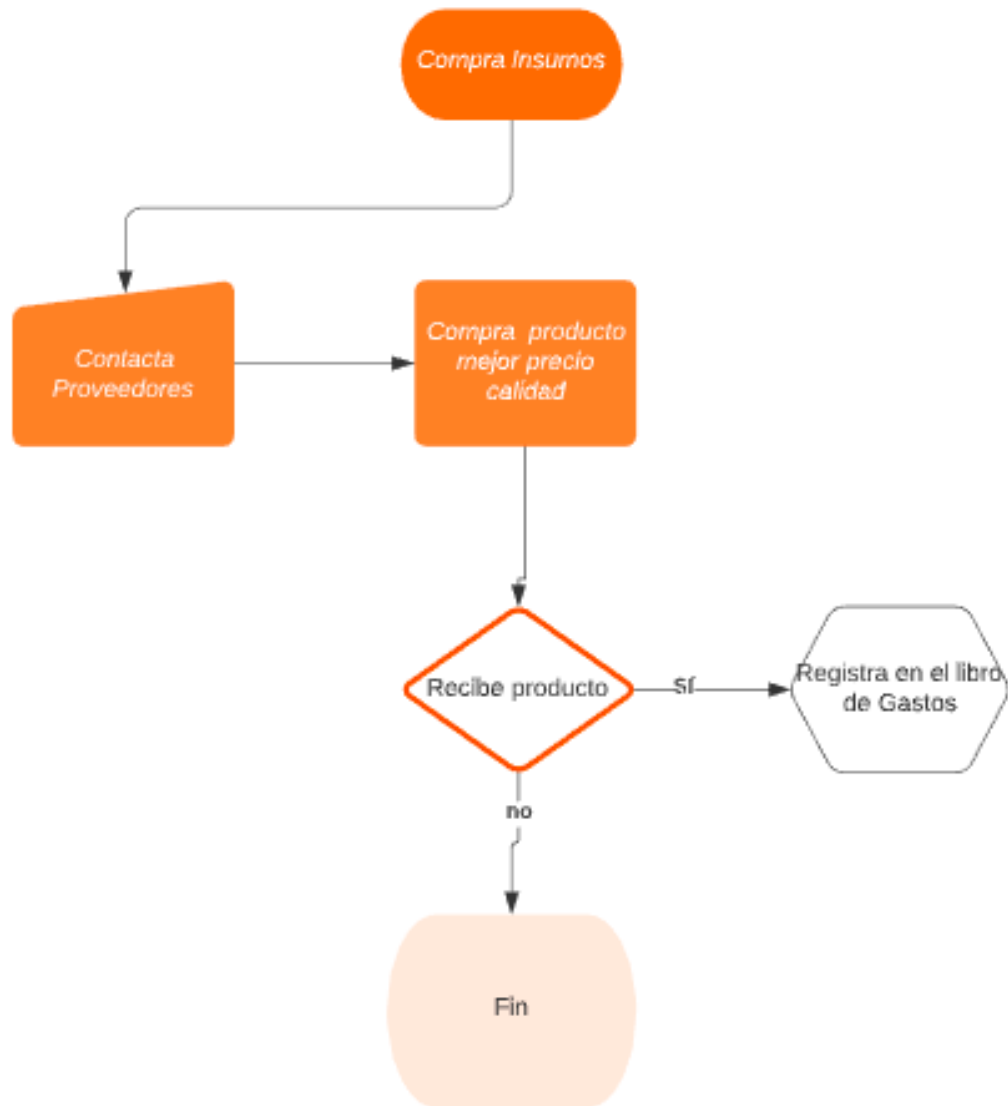


Ilustración 6 Registro Compra Insumos

Diagrama de flujo

YULY VANESSA FRANCO USMAN | May 17, 2020

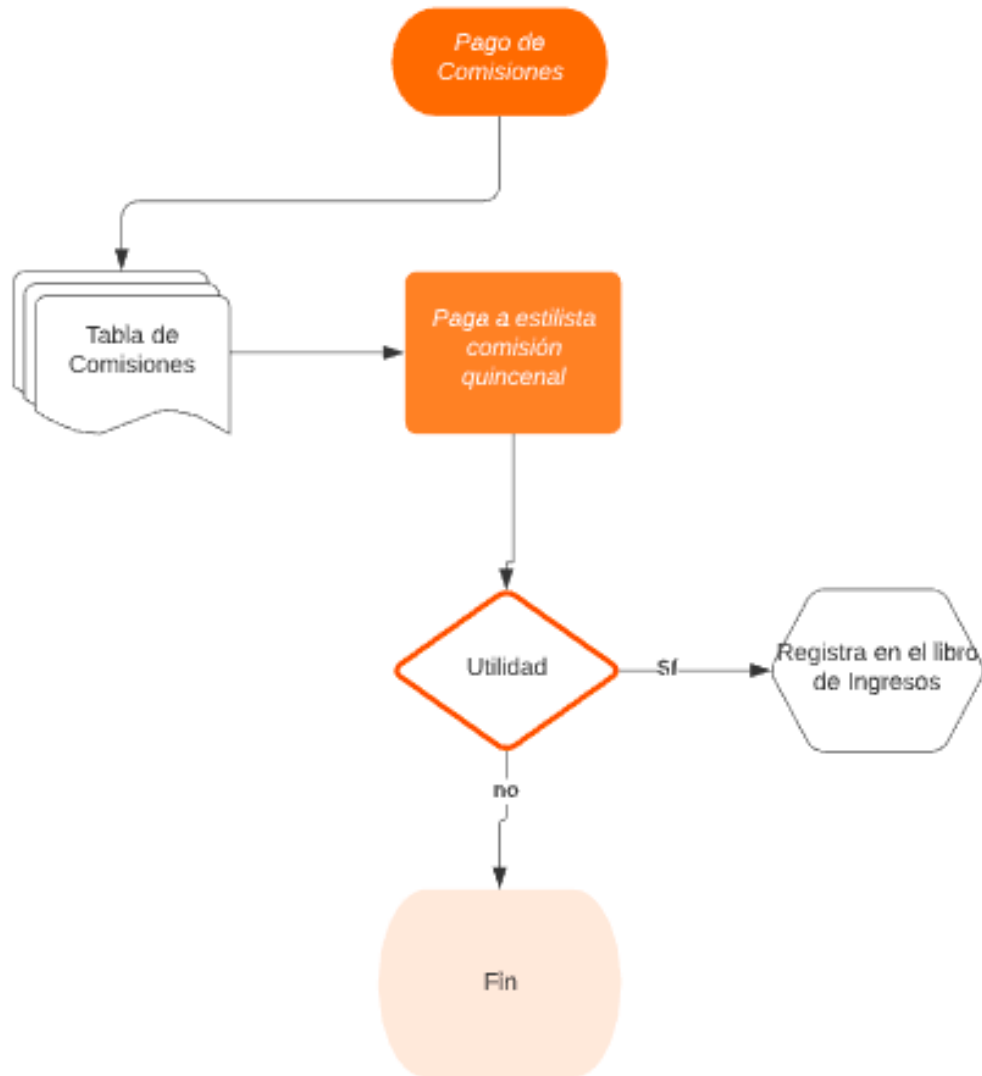


Ilustración 7 Pago de Comisiones

9.16 Venta proyectas

Practica	Objetivo	Actividad	Que Hacer
Ventas proyectadas	Generar un documento que contenga flujo de caja, ventas proyectadas y costo de oportunidad, desde el punto de vista proyectivo.	De acuerdo a los objetivos planteados, organizar la cantidad de ventas que se planea tener: cantidad monetaria planeada a recibir y costos de la realización del producto o servicio.	Realizar la implementación de un flujo de efectivo y ventas proyectadas que permita evidenciar la liquidez real con la que cuenta la organización y así determinar las ventas reales que se deben tener en cuenta para la proyección financiera teniendo en cuenta el costo de oportunidad.
Para hacerlo		Como Hacerlo	
Se realiza para evidenciar la realidad económica y financiera que debe tener las peluquerías a la hora de determinar ventas periódicas, así como el flujo de efectivo de la misma y poder cumplir el objetivo propuesto.		La idea principal es que se pueda conocer la capacidad productiva y de venta que ha tenido en cierto periodo y de esta manera se pueda proyectar bajo los mismos parámetros para tener un control productivo, de mercado y financiero de las peluquerías.	

Tabla 13 Plan de Acción, Ventas Proyectadas (Melo Pachon, 2008)

9.17 Estados Financieros.

Practica	Objetivo	Actividad	Que Hacer
Estados Financieros	Conocer la finalidad de los estados financieros para un adecuado manejo de los recursos y beneficios que se generan.	Registrar operaciones financieras donde se pueda establecer los Estados de Resultado y Balance General para su correcta interpretación. Bajo	Elaborar balances financieros que permitan conocer cómo se encuentra la organización contablemente.
Para que Hacer	Como Hacerlo		

Si las peluquerías cuentan con estados financieros, observar cómo los está utilizando en los procesos productivos.	
--	--

Tabla 14 Plan de Acción estados Financieros (Melo Pachon, 2008)

9.18 Indicadores Financieros

Practica	Objetivo	Actividad	Que hacer																																							
Indicadores Financieros	Diseñar e implementar en las peluquerías indicadores financieros.	Registrar operaciones financieras que determinen la correcta interpretación de indicadores financieros: rentabilidad, utilidad y liquidez.	Se desea realizar la implementación de indicadores financieros para que junto con los estados financieros se determine de manera óptima las debilidades oportunidades que posee las organizaciones así mismo se puedan corregir las desviaciones financieras que s evidencien por medio de la utilidad, rentabilidad y liquidez de estas peluquerías																																							
Para que Hacerlo		Como Hacerlo																																								
Para determinar la utilidad, rentabilidad y liquidez real de las peluquerías. De igual manera el análisis de indicadores financieros permite el cumplimiento de objetivos de la organización la cual trabaja en pro de generar impacto.		<p>Resultado Mensual</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>ENERO</th> <th>FEBRERO</th> <th>MARZO</th> <th>ABRIL</th> <th>MAYO</th> <th>JUNIO</th> <th>JULIO</th> <th>AGOSTO</th> <th>SEPTIEMBRE</th> <th>OCTUBRE</th> <th>NOVIEMBRE</th> <th>DICIEMBRE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ingresos</td> <td>\$ 350,00</td> <td>\$ 25.000,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 30.500,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> </tr> <tr> <td>Egresos</td> <td>\$ 9.000,00</td> <td>\$ 17.000,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 25.000,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> <td>\$ 0,00</td> </tr> </tbody> </table> <p>Resultado ▼ -\$ 8.650,00 ▲ \$ 8.000,00 → \$ 0,00 → \$ 0,00 ▲ \$ 5.500,00 → \$ 0,00 → \$ 0,00 → \$ 0,00 → \$ 0,00 → \$ 0,00 → \$ 0,00 → \$ 0,00</p>			ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Ingresos	\$ 350,00	\$ 25.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 30.500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	Egresos	\$ 9.000,00	\$ 17.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 25.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE																														
Ingresos	\$ 350,00	\$ 25.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 30.500,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00																														
Egresos	\$ 9.000,00	\$ 17.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 25.000,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00																														

Tabla 15 Plan de acción Indicadores Financieros (Melo Pachon, 2008)

9.19 Inventarios

Practica	Objetivo	Actividad	Que Hacer
Inventarios	Hacer el Registro del documento escrito (archivo) cada uno de sus activos fijos, equipos, herramientas, equipos.	Implementar un archivo Documental en el que se pueda organizar cada uno de los documentos para su fácil acceso.	Registrar debidamente en documento escrito (archivo) cada uno de sus activos fijos.
Para que Hacerlo	Como Hacerlo		
Implementar un Archivo documental en el que se pueda organizar cada uno de los documentos para su fácil acceso.	<pre> graph TD PI[Procedimiento Interno] -- Regula --> CI{{Control de Inventario}} EA[Encargado del Almacén] -- Es responsable --> CI CM[Control del material existente y faltante] -- Cumple --> CI NSM[-Nuevo Material -Solicitud Material] --> CI JS[Jefes de Sección] -- Consulta --> CI NPM[-Notas de Pedido -Materiales] -- Apoya --> CI ADM[Administradores] -- Apoya --> CI CI --> MO[Materiales para obras] CI --> RM[Reporte de Materiales] </pre>		

Tabla 16 Plan de Acción Inventarios (Melo Pachon, 2008)

10. CONCLUSIONES

EL sector de las peluquerías objetos de estudio, cuenta con personal altamente calificado, que día a día se esmera por capacitarse de forma virtual acerca de las nuevas tendencias de la moda y la belleza, sin embargo; hay una evidente brecha en el conocimiento propio del área administrativa, contable, jurídica y financiera, lo cual es indispensable en cualquier tipo de negocio por más pequeño que sea, esto bajo los principios de la contabilidad de llevar registro de todas las operaciones con el fin de tener unos resultados del ejercicio que permita tener un claro panorama financiero y de los instrumentos y respuestas necesarias para la toma de decisiones.

Este trabajo en su fase final fue realizado durante una época de una gran crisis financiera ocasionada por la pandemia del COVID-19, en donde tristemente este sector en especial, se vio fuertemente afectado, lo que demostró rápidamente que la falta de planeación financiera, el control y la administración pueden traer resultados catastróficos como la falta total de ingresos que son el resultado de la “economía de bolsillo”. Los estilistas, peluqueros, manicuristas y en general el gremio están afrontando problemas no solo financieros para cubrir sus gastos si no las necesidades básicas de alimentación porque no cuentan con un ahorro, un perfil crediticio para acceder a la banca y mucho menos una formalización en donde puedan acogerse a ayudar gubernamentales.

11. RECOMENDACIONES

Como recomendación se sugiere a las empresas de este sector, iniciar la ejecución de actividades encaminadas al control administrativo y contable de sus negocios. Esto les va a permitir conocer en términos económicos la situación de la empresa y servirá como instrumento para la toma de decisiones, una vez se cuente con una figura contable y administrativa se pueden establecer estrategias en vía al crecimiento del negocio. Otro factor importante de tener un control administrativo y contable es en vía a la formalización, que le va a permitir acogerse a una figura con la cual puede obtener diversos beneficios establecidos dentro de los marcos legales, entre ellos la afiliación de sus empleados a la seguridad social y el acceso al sector financiero.

Bibliografía

- ABC FINANZAS. (10 de 2017). Obtenido de <https://www.abcfinanzas.com/principios-de-economia/economia-subterranea>
- ACTUALICESE.COM. (15 de 01 de 2019). Obtenido de <https://actualicese.com/nuevo-regimen-simple-de-tributacion-implementado-por-la-ley-de-financiamiento/>
- Arciniegas, D. C. (2018). ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DEL. Bogotá, Colombia.
- Bancrep. (s.f.). Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-desempleo>
- BURBANO, J. A. (1993). *Sistema de información contable*. (F. d. Servicios editoriales, Ed.) Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/organizacion-y-coordinacion-en-la-administracion/>
- CEPAL. (s.f.). Obtenido de <https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/2014-semcn-s5-mseruzier-1.pdf>
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2006). *Documento CONPES 3424*. BOGOTÁ.
- Cortés, J. A. (s.f.). *EUMED*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/390/Diagnostico%20Organizacional.htm>
- Departamento de Planeación y Desarrollo Palmira. (2019). *CONCEPTO SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE PALMIRA Y SU ZONA DE INFLUENCIA*. PALMIRA.
- DIAN. (2012). *Clasificación de Actividades Económicas – CIIU Revisión 4 adaptada para Colombia*. Resolución 139.
- Diario La republica. (01 de 10 de 2018). Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/el-negocio-de-las-peluqueras-y-salas-de-belleza-mueve-300000-millones-al-ano-2776731>
- ESPECTADOR, E. (2017). Recuperado el 2020, de <https://www.elespectador.com/economia/el-duro-panorama-laboral-de-los-peluqueros-articulo-680484>
- Guías Jurídicas.es*. (s.f.). Obtenido de <https://www.wolterskluwer.es/>
- Guías Prácticas.com*. (28 de Enero de 2015). Obtenido de <http://www.guiaspracticas.com/peluqueria-y-estetica/salon-de-belleza>
- Johnnatan Ortega Pacheco, R. E. (30 de Noviembre de 2018). *UNIVERSIDAD DE LA SALLE*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1074&context=contaduria_publica
- LOZANO, P. A., MARIN, D. A., & COMBITA, H. L. (2018). *ACOMPañAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO A MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR DE PELUQUERIAS DE LA CIUDAD DE IBAGUE*. IBAGUE, TOLIMA: UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA.
- MEDELLIN, C. D. (2018). *CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN*. Obtenido de https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/servicios-registrales/registro-mercantil/documentos/guias/2019/Guia---20---2018_FormatoPDF.pdf

- Melo Pachon, k. J. (03 de 05 de 2008). REESTRUCTURACION ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA KMELO PELUQUEROS BOGOTA. Fusagasuga, Colombia.
- MERCADO, S. (2004). *Administración aplicada, teoría y práctica*. Mexico: LIMUSA.
- Mora Torres, Y. T. (2017). *LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN CONTABLE Y SU RELACIÓN CON LAS*. Bogota.
- ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO. (25 de 09 de 2018). *OIT.ORG*. Recuperado el 2020, de https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_645159/lang--es/index.htm
- PALMIRA, C. D. (s.f.). *ANUARIO ESTADISTICO 2018*. PALMIRA.
- POLICIA NACIONAL*. (11 de ABRIL de 2019). Obtenido de <https://www.policia.gov.co/noticia/afectamos-finanzas-y-economia-criminal-grupos-delincuenciales-dedicados-microcreditos>
- RAE. (s.f.). Obtenido de <https://dle.rae.es/peluquero>
- Ramos, M. d. (2007). *Guía práctica de economía de la empresa II: Áreas de gestión y producción (Teoría y ejercicios)*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona,. Obtenido de Edicions Universitat Barcelona,.
- RANKIA COLOMBIA*. (s.f.). Obtenido de <https://www.rankia.co/informacion/economia-formal>
- Reencuentro, R. (2007). Obtenido de http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/servicios/hemeroteca/reencuentro/24_13.html
- RESOLUCIÓN NÚMERO 2117 (2010). Obtenido de <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>
- Rocio, L. R. (2016). *Repositorio Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10654/14555>.
- Rosero, L. E. (2017). *GUIA TRIBUTARIA - CONTABLE CON EXCEL*.
- Ruiz de Leon, C. G., & Velasquez, J. C. (2016). *La informalidad: un estudio sobre la importancia de este sector*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2016/informalidad.html>
- Salazar-Xirinachs, J. M. (2019). *POLÍTICAS DE FORMALIZACIÓN EN AMERICA LATINA, AVANCES Y DESAFIOS*. JUAN CHACALTANA.
- Sandoval Betancour, G. (2014). La informalidad laboral: causas generales. *Equidad & Desarrollo* (22), 9-45.
- SIIGO. (s.f.). Obtenido de <https://www.siigo.com/blog/contador/evasion-fiscal-que-es-en-colombia/>
- STRIEDINGER MELENDEZ, J. E. (2016). *EFFECTOS DE LA FALTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA CONTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS INFORMALES DE COLOMBIA*. BOGOTA: UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA.
- Westreicher, G. (s.f.). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de <https://economipedia.com/author/g-westreicher>

wikipedia. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Estilista>

Wikipedia. (22 de 10 de 2019). *Salon de Belleza*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Sal%C3%B3n_de_belleza&oldid=120668144.

Cibergrafia

ABC FINANZAS. (10 de 2017). Obtenido de <https://www.abcfinanzas.com/principios-de-economia/economia-subterranea>

ACTUALICESE.COM. (15 de 01 de 2019). Obtenido de <https://actualicese.com/nuevo-regimen-simple-de-tributacion-implementado-por-la-ley-de-financiamiento/>

Arciniegas, D. C. (2018). *ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DEL*. Bogotá, Colombia.

Bancrep. (s.f.). Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-desempleo>

BURBANO, J. A. (1993). *Sistema de información contable*. (F. d. Servicios editoriales, Ed.) Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/organizacion-y-coordinacion-en-la-administracion/>

CEPAL. (s.f.). Obtenido de <https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/2014-semcn-s5-mseruzier-1.pdf>

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2006). *Documento CONPES 3424*. BOGOTÁ.

Cortés, J. A. (s.f.). *EUMED*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/390/Diagnostico%20Organizacional.htm>

Departamento de Planeación y Desarrollo Palmira. (2019). *CONCEPTO SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE PALMIRA Y SU ZONA DE INFLUENCIA*. PALMIRA.

DIAN. (2012). *Clasificación de Actividades Económicas – CIIU Revisión 4 adaptada para Colombia*. Resolución 139.

Diario La república. (01 de 10 de 2018). Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/el-negocio-de-las-peluquerias-y-salas-de-belleza-mueve-300000-millones-al-ano-2776731>

ESPECTADOR, E. (2017). Recuperado el 2020, de <https://www.elespectador.com/economia/el-duro-panorama-laboral-de-los-peluqueros-articulo-680484>

Guías Jurídicas.es. (s.f.). Obtenido de <https://www.wolterskluwer.es/>

- Guías Prácticas.com.* (28 de Enero de 2015). Obtenido de <http://www.guiaspracticas.com/peluqueria-y-estetica/salon-de-belleza>
- Johnnatan Ortega Pacheco, R. E. (30 de Noviembre de 2018). *UNIVERSIDAD DE LA SALLE*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1074&context=contaduria_publica
- LOZANO, P. A., MARIN, D. A., & COMBITA, H. L. (2018). *ACOMPañAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO A MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR DE PELUQUERIAS DE LA CIUDAD DE IBAGUE*. IBAGUE, TOLIMA: UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA.
- MEDELLIN, C. D. (2018). *CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN*. Obtenido de https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/servicios-registrales/registro-mercantil/documentos/guias/2019/Guia---20---2018_FormatoPDF.pdf
- Melo Pachon, k. J. (03 de 05 de 2008). *REESTRUCTURACION ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA KMELO PELUQUEROS BOGOTA*. Fusagasuga, Colombia.
- MERCADO, S. (2004). *Administración aplicada, teoría y práctica*. Mexico: LIMUSA.
- Mora Torres, Y. T. (2017). *LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN CONTABLE Y SU RELACIÓN CON LAS*. Bogota. ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO. (25 de 09 de 2018). *OIT.ORG*. Recuperado el 2020, de https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_645159/lang--es/index.htm
- PALMIRA, C. D. (s.f.). *ANUARIO ESTADISTICO 2018*. PALMIRA.
- POLICIA NACIONAL*. (11 de ABRIL de 2019). Obtenido de <https://www.policia.gov.co/noticia/afectamos-finanzas-y-economia-criminal-grupos-delincuenciales-dedicados-microcreditos>
- RAE. (s.f.). Obtenido de <https://dle.rae.es/peluquero>
- Ramos, M. d. (2007). *Guía práctica de economía de la empresa II: Áreas de gestión y producción (Teoría y ejercicios)*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona,. Obtenido de Edicions Universitat Barcelona,.
- RANKIA COLOMBIA*. (s.f.). Obtenido de <https://www.rankia.co/informacion/economia-formal>
- Reencuentro, R. (2007). Obtenido de http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/servicios/hemeroteca/reencuentro/24_13.html
- RESOLUCIÓN NÚMERO 2117 (2010). Obtenido de <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>
- Rocio, L. R. (2016). *Repositorio Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10654/14555>.
- Rosero, L. E. (2017). *GUIA TRIBUTARIA - CONTABLE CON EXCEL*.
- Ruiz de Leon, C. G., & Velasquez, J. C. (2016). *La informalidad: un estudio sobre la importancia de este sector*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2016/informalidad.html>

Salazar-Xirinachs, J. M. (2019). POLÍTICAS DE FORMALIZACIÓN EN AMERICA LATINA, AVANCES Y DESAFIOS. JUAN CHACALTANA.

Sandoval Betancour, G. (2014). La informalidad laboral: causas generales. *Equidad & Desarrollo* (22), 9-45.

SIIGO. (s.f.). Obtenido de <https://www.siigo.com/blog/contador/evasion-fiscal-que-es-en-colombia/>

STRIEDINGER MELENDEZ, J. E. (2016). EFECTOS DE LA FALTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA CONTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS INFORMALES DE COLOMBIA. BOGOTA: UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA.

Westreicher, G. (s.f.). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de <https://economipedia.com/author/g-westreicher>

wikipedia. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Estilista>

Wikipedia. (22 de 10 de 2019). *Salon de Belleza*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Sal%C3%B3n_de_belleza&oldid=120668144.