

**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MUJERES QUE PRESTAN  
SERVICIO DE MANICURA Y PEDICURA AFECTADAS POR LA PANDEMIA EN  
FUSAGASUGÁ**

**PRESENTADO POR:**

Karen Daniela Fonseca Ospina  
Laura Nicol Ruiz Roa

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
FUSAGASUGÁ  
2021**

**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS MUJERES QUE PRESTAN  
SERVICIO DE MANICURA Y PEDICURA AFECTADAS POR LA PANDEMIA EN  
FUSAGASUGÁ**

**PRESENTADO POR:**

Karen Daniela Fonseca Ospina  
Laura Nicol Ruiz Roa

**ASESORA:**

YUDY CONSTANZA ROJAS RUIZ

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
FUSAGASUGÁ  
2021**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. TÍTULO, ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN</b>	5
1.1. TÍTULO Caracterización socioeconómica de las mujeres que prestan servicio de manicura y pedicura afectadas por la pandemia en Fusagasugá.	5
1.2. ÁREA DE INVESTIGACIÓN Gestión de las organizaciones y sociedad.	5
1.3. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN Desarrollo organizacional.	5
1.4. PROGRAMA ACADÉMICO Administración de Empresas.	5
<b>2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	6
2.1. CONTEXTO	6
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	7
2.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
<b>3. OBJETIVO GENERAL</b>	9
3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
<b>4. JUSTIFICACIÓN</b>	10
<b>5. MARCOS DE REFERENCIA</b>	12
5.1. MARCO TEORICO	12
5.1.1. Características socioeconómicas	12
5.1.2. Socioeconomía	12
5.1.3. Teoría socioeconómica impacto en el trabajo	12
5.1.4. Análisis socioeconómico	13
5.1.5. Teoría de la ventaja competitiva de las naciones:	13
5.1.6. La influencia de la industria de la belleza en la sociedad femenina	13
5.1.7. Teoría General de los Sistemas	14
5.1.8. La teoría del valor	14
5.1.9. Teoría de Galbraith	14
5.1.10. Las dificultades económicas principales que afrontan las economías emergentes	14
5.1.11. las intervenciones no farmacéuticas que generaron un impacto directo	15
5.1.12. Las intervenciones no farmacéuticas que generaron un impacto no directo	15
5.1.13 incremento en el precio establecido para materias primas.	16
5.1.14 Aumento de condiciones de crédito nivel mundial para economías emergentes.	16

5.1.15 Alcances de intervención política.	16
5.1.16 Manejo monetario	17
5.2. MARCO GEOGRÁFICO	19
5.3. MARCO CONCEPTUAL	21
5.4. MARCO LEGAL	24
Resolución 2827 de 2006:	24
Resolución 723 de 2010:	24
Decreto 4904 de 2009:	24
Acuerdo 360 de 2010:	25
Acuerdo 462 de 2010	26
Ley 9 de 1997:	26
Código nacional de policía:	26
Ley 711 de 2001	28
Resolución 2263 de 2004	28
Resolución 3924 de 2005:	28
<b>6. DISEÑO METODOLÓGICO</b>	29
6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	29
6.2 RUTA METODOLÓGICA	30
<b>7. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.</b>	32
7.1 POBLACIÓN	32
7.2 MUESTRA	33
<b>8. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	35
<b>9 RECURSOS</b>	36
9.1 RECURSOS HUMANOS	36
Fuente: Las autoras.	36
9.2 RECURSOS MATERIALES	36
<b>10. CRONOGRAMA</b>	37
<b>CAPITULO I</b>	38
<b>11. DIAGNOSTICO DE CARACTERISTICAS SOCIOECONOMICAS DE LA POBLACION OBJETO DE ESTUDIO</b>	38
11.1 Técnica e instrumento	38
11.1.2 Conclusiones encuesta	39
11.2 Matriz DOFA	41
11.2.1 Conclusiones matriz DOFA	43

11.1.3 Recursos requeridos	44
<b>CAPITULO II</b>	45
<b>12. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS PARA LA CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO</b>	45
	52
	52
<b>CAPITULO III</b>	61
<b>13. ESTRATEGIAS DE REACTIVACION ECONOMICA</b>	61
13.1 Estrategia para la creación de una cooperativa integral	62
13.2 Estrategia de marketing	63
13.3 Estrategia de educación formal	64
<b>CONCLUSIONES</b>	65
<b>RECOMENDACIONES</b>	66
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	67

## TABLA DE TABLAS

Tabla 1. MATRIZ DOFA .....	42
Tabla 2. Talento Humano Requerido .....	44
Tabla 3. Herramientas Utilizadas .....	44
Tabla 4. ¿Durante el confinamiento adquirió deudas para lograr satisfacer sus necesidades básicas? .....	45
Tabla 5 ¿Qué porcentaje de sus ingresos destina al ahorro? .....	46
Tabla 6. Atención De Clientes, Antes - Durante Y Después De Pandemia .....	47
Tabla 7. Ingresos mensuales antes- durante- después de la pandemia .....	49
Tabla 8. Variación del precio del servicio antes y después de la pandemia.....	51
Tabla 9. Variación del precio del servicio antes y después de la pandemia.....	52
Tabla 10¿Cuánto tiempo de experiencia tiene trabajando en la prestación de sus servicios? .....	53
Tabla 11 ¿Cuánto tiempo de experiencia tiene trabajando en la prestación de sus servicios? .....	53
Tabla 12. ¿Durante la pandemia sus hijos perdieron el año escolar?.....	55
Tabla 13. ¿Se considera madre soltera? .....	56
Tabla 14. ¿Qué medio de transporte usa para movilizarse al trabajo? .....	57
Tabla 15. ¿Cuál es el estrato de la vivienda donde habita? .....	58
Tabla 16. ¿En qué rango de edad se encuentra? .....	60

## TABLA DE GRAFICAS

Grafica 1. ¿Durante el confinamiento adquirió deudas para lograr satisfacer sus necesidades básicas? .....	45
Grafica 2 ¿Qué porcentaje de sus ingresos destina al ahorro?.....	46
Grafica 3. Atención de clientes, antes - durante y después de pandemia .....	48
Grafica 4. Ingresos mensuales antes- durante- después de la pandemia.....	50
Grafica 5. Tiene Hijos-rango de edad.....	54
Grafica 6. ¿Durante la pandemia sus hijos perdieron el año escolar? .....	55
Grafica 7. ¿Se considera madre soltera? .....	56
Grafica 8. ¿Qué medio de transporte usa para movilizarse al trabajo?.....	58
Grafica 9¿Cuál es el estrato de la vivienda donde habita? .....	59
Grafica 10. ¿En qué rango de edad se encuentra?.....	60

## **1. TÍTULO, ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. TÍTULO**

Caracterización socioeconómica de las mujeres que prestan servicio de manicura y pedicura afectadas por la pandemia en Fusagasugá.

### **1.2. ÁREA DE INVESTIGACIÓN**

Gestión de las organizaciones y sociedad.

### **1.3. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Desarrollo organizacional.

### **1.4. PROGRAMA ACADÉMICO**

Administración de Empresas.



## 2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 2.1. CONTEXTO

En Fusagasugá existe un total de 199 establecimientos de belleza registrados en industria y comercio que se encuentran distribuidos en la ciudad donde se ofrecen dichos servicios, estas salas de belleza son el lugar principal de trabajo de las mujeres que se dedican a prestar el servicio de Manicura Y Pedicura, en su mayoría las mujeres que prestan este servicio trabajan bajo la modalidad de independientes pues tienen un acuerdo con los propietarios donde pagan un porcentaje por cada servicio que realizan en el establecimiento comercial, a raíz del aislamiento social resultado de la pandemia dichos establecimientos se vieron forzados a cerrar sus puertas y las mujeres que prestaban sus servicios de manicura y pedicura vieron una drástica disminución en sus ingresos, lo que afectó seriamente su economía.

En muchos países se está viendo afectada considerablemente la economía; por la presencia de la Covid-19; la forma en que las empresas toman una postura frente a la situación que enfrentan es la clave para salir adelante en una crisis económica que ha llegado por sorpresa con esta pandemia ¿Cómo está siendo actualmente el impacto de la Covid-19 en el sector de la belleza?, ¿cuál es el futuro que se avecina en una de las industrias que más rápido ha crecido en los últimos diez años?

La pandemia, y las medidas tomadas para contenerla han impactado fuertemente a los mercados laborales de América Latina, que ya estaban caracterizados por marcadas desigualdades de género. Los efectos de la crisis, si bien heterogéneos entre los países, han desencadenado importantes retrocesos en varios indicadores laborales y están teniendo consecuencias que podrían conducir a un deterioro crítico del bienestar. En 2020 se registró una contundente salida de mujeres de la fuerza laboral, quienes, por tener que atender las demandas de cuidados en sus hogares, no retomaron la búsqueda de empleo y por tanto han quedado fuera de la fuerza laboral. A su vez, la pandemia y las medidas de mitigación tomadas por los Gobiernos para prevenir el contagio como las cuarentenas obligatorias ocasionaron un mayor impacto en términos de empleo.

En la mayoría de los países de la región se mantiene como tendencia que la tasa de desocupación de las mujeres sea superior a la de los hombres. En particular destaca el caso de Colombia, donde la tasa de desocupación femenina aumentó 8 puntos porcentuales entre el 2019 y 2020, siendo superada solo por Costa Rica con 10,5 puntos porcentuales.

El sector de la belleza, estimado en \$532 billones a nivel mundial el pasado año, está sufriendo las consecuencias del coronavirus de distintas formas. Por una parte, el cierre de negocios físicos relacionados con la belleza, y por otro lado el impacto que está teniendo en las personas a nivel personal, profesional y en sus hábitos de consumo.

Un estudio publicado por Fashionable Asia, plataforma de moda y belleza asiática, ha analizado cómo el confinamiento ha repercutido en las rutinas de belleza de las mujeres hispanohablantes. De los datos extraídos en el estudio, se afirma que el 58% de las mujeres encuestadas invierten menos en belleza durante el confinamiento. Además, también se observan cambios en las prioridades en sus cuidados de belleza. Antes del confinamiento, el cuidado de la zona de los ojos era la máxima prioridad de las mujeres (29%), mientras que, durante la etapa de confinamiento, la frente ha pasado a ocupar el primer lugar con un 32% de los votos. Los cuadros de estrés y ansiedad, así como las preocupaciones derivadas de la incertidumbre económica en muchos hogares, también está repercutiendo en los hábitos diarios de muchas personas.

El confinamiento en las casas ha supuesto un cambio en las prioridades de consumo. Por una parte, se han convertido en la máxima prioridad el abastecimiento de alimentos en las casas, la compra de desinfectantes, los productos de limpieza y los de bienestar y salud. De esta forma, los consumidores de productos de belleza tienen una mayor dificultad en comprar los productos de sus marcas habituales dado el cierre de las tiendas físicas. Otro factor que está influyendo es el retraso sufrido en el envío por parte de las plataformas online, debidos en parte a los cambios en las operaciones logísticas de muchos negocios, que se han visto forzados a priorizar los productos de alimentación y primera necesidad frente a productos de otras categorías.

## **2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

En la ciudad de Fusagasugá, el sistema económico no estaba preparado para enfrentar una crisis de tal magnitud por tal razón, cada uno de los sectores productivos se vio afectado seriamente, y las empresas que ejecutaban sus actividades con normalidad fueron forzadas a tomar medidas improvisadas, resultando en grandes recortes de personal, reducción en su producción y el cierre definitivo de muchas de ellas. En Fusagasugá, al igual que en Colombia el contexto local es diferente al de otros continentes, el trabajo informal representa un porcentaje significativo de la tasa de empleo, y al utilizar estudios realizados en países extranjeros se puede errar a la hora de buscar soluciones efectivas para afrontar la crisis.

En el municipio no se cuenta con información precisa que permita comprender la afectación económica generada por el aislamiento social que sufren las mujeres que prestan el servicio de manicura y pedicura durante la pandemia, lo

que impide generar estrategias enfocadas en reactivar la economía y restablecer la estabilidad en este sector.

### **2.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

¿Cuál es el impacto económico que genero el aislamiento social en mujeres que prestan servicio de manicura y pedicura en Fusagasugá? ¿Qué estrategias se pueden proponer en búsqueda de la reactivación económica?

### **3. OBJETIVO GENERAL**

Realizar una caracterización socioeconómica de las mujeres que prestan servicio de manicura y pedicura afectadas por la pandemia en Fusagasugá.

#### **3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- I. Diagnosticar características socioeconómicas de la población objeto de estudio.
- II. Analizar información obtenida en la población objeto de estudio
- III. Proponer estrategias de reactivación económica.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

Con el surgimiento de nuevas enfermedades y la globalización del mundo en la actualidad la pandemia del COVID-19 no es un hecho aislado y situaciones peligrosas para la humanidad podrían presentarse en los próximos años, por esta razón es necesario comprender el impacto que dichos fenómenos causan en los sistemas que ha creado la sociedad con el fin de mantener su estilo de vida.

La pandemia ha impactado fuertemente el sector de los salones de belleza, sector que representa el 36 % del consumo de Colombia. Asimismo, se estima que por lo menos una persona por hogar puede utilizar un servicio de belleza al mes. El cierre de estos establecimientos ha significado que más de 180.000 personas que viven de ellas, entre peluqueros, manicuristas, esteticistas, barberos, personal de aseo, entre otros, no estén recibiendo ingresos, afectando su vida y las de sus familias. La falta de solidaridad que han recibido del lugar donde trabajaban y el desespero por los escasos recursos que tienen, han llevado a ofrecer su servicio a domicilio y para ganar un poco más de dinero, se han dedicado a ofrecer diferentes tipos de productos y servicios alejados de su profesión<sup>1</sup>.

El COVID-19 sacudió al mundo y le mostro que no estaba preparado para afrontar una crisis de tal magnitud, por ende, fue necesario reaprender a ejecutar actividades que antes carecían de alguna dificultad, en este escenario para el profesional surge la necesidad de comprender los impactos que este tipo de fenómenos ocasiona. El estudio sobre la afectación económica en mujeres que prestan servicio de manicura y pedicura generada por el aislamiento social en la ciudad de Fusagasugá durante el año 2020 permite al estudiante aplicar los conocimientos adquiridos en el transcurso de su formación ya que, le será necesario utilizar herramientas que le ayuden a comprender y analizar las consecuencias del impacto generado en la economía del hogar de esta población.

En la ciudad de Fusagasugá son cientos las familias que subsisten gracias a los servicios de manicura y pedicura que prestan las mujeres que se dedican a esta actividad, debido al aislamiento social ocasionado por el virus, estas mujeres percibieron una gran disminución en sus ingresos o se vieron forzadas a detener por completo su actividad comercial. Ya que un gran porcentaje de esta población contribuye como figura principal a los gastos del hogar, sus familias se

---

<sup>1</sup> Garzón, M. P. (28 de abril de 2020). Peluquerías y salas de belleza, las otras víctimas del covid-1. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/bogota/coronavirus-afectacion-de-peluquerias-y-salas-de-belleza-en-bogota-489386>

vieron directamente afectadas y tuvieron que afrontar diferentes adversidades para satisfacer sus necesidades básicas.

Es necesario adoptar una cultura translocal transmoderna (CTT) dirigida a lograr la mejora constante, entendido esta mejora desde el otro, los seres vivos y la naturaleza, que se sustenta en los siguientes principios y valores: La vida, la dignidad humana, la solidaridad, la fraternidad, la felicidad, el amor, la diversidad y pluralidad, el respeto, el bien común, la convivencia, la autonomía, la libertad, la responsabilidad, la civilidad, la construcción dialógica y formativa.

Para adoptar esta cultura es necesario comprender la situación socioeconómica en la que se encuentran actualmente los habitantes de la ciudad generando conciencia dejando por otro lado la anulación, discriminación o dominación, deduciendo que los seres humanos hacemos parte del contexto y del mundo. Asumiendo que el ideal de vida es servir, vivir feliz y convivir en paz como lo plantea el modelo educativo digital transmoderno de la Universidad de Cundinamarca, donde el estudiante debe ser un agente de cambio que haga una contribución significativa al medio ambiente, la sociedad y la naturaleza.

## **5. MARCOS DE REFERENCIA**

### **5.1. MARCO TEORICO**

#### **5.1.1. Características socioeconómicas**

Las principales características socioeconómicas: población, empleo, número y tamaño de las empresas, cantidad de hijos, familia, ingresos, edad, estrato, ofrecen a los investigadores una visión objetiva de las magnitudes clave para analizar la situación socioeconómica, así como como puntos de comparación con varias poblaciones y sectores. El análisis de estas características permite comprender la situación socioeconómica de una comunidad

#### **5.1.2. Socioeconomía**

La socioeconomía es una forma de interpretar de forma alternativa la economía clásica, propuesta principalmente por Amitai Etzioni en su obra La Dimensión Moral de la Economía. La socioeconomía presenta un reto y tiene muchos detractores ya que existen tendencias a mantener los estándares impuestos dejando de lado el componente meramente social y la relevancia que tiene para un sistema económico

#### **5.1.3. Teoría socioeconómica impacto en el trabajo**

la calidad de vida en el trabajo es importante en este momento en que las exigencias de la competitividad después del COVID así como las nuevas tecnologías de la información y la comunicación aumentan la presión sobre la intensidad en el trabajo, mientras que las condiciones de vida fuera del trabajo también están sujetas a transformaciones. Esto es porque crece la inestabilidad de las relaciones familiares y de los lazos sociales, así como a las dificultades de recuperación física y psíquica en un contexto de ritmos de vida acelerados

El Análisis Socioeconómico define la calidad de vida en el trabajo como la interacción entre variables de acción dependiente, es decir, vinculada a otras variables socioeconómicas. Estas variables están diseñadas para ser medibles cualitativa, cuantitativa y económicamente, y pueden utilizarse para medir el impacto de las acciones concertadas para mejorar la calidad de vida en el trabajo.

La teoría socioeconómica se basa en la observación de que el funcionamiento y las disfunciones de las empresas y organizaciones resultan de una constante interacción entre estructuras y comportamientos.

#### **5.1.4. Análisis socioeconómico**

El análisis socioeconómico asigna un valor social a todo lo que se ve afectado por una actividad o proyecto. Algunas actividades generan costos, otros beneficios, medir las características sociales como tal no conforman un valor de mercado y, por lo tanto, es difícil estimar tanto los costos como los beneficios. Para los ecosistemas o servicios, por lo tanto, es preferible, en base a escenarios hipotéticos, recopilar las opiniones de las personas sobre la relevancia de una determinada medida y su utilidad. La petición no es que la gente asigne a esta medida una suma de dinero, sino que el valor de mercado se deducirá de sus elecciones.

#### **5.1.5. Teoría de la ventaja competitiva de las naciones:**

Este modelo de ventaja competitiva tiene cuatro variables básicas: rivalidad entre empresas, demanda, factores básicos e industrias de apoyo y relacionadas. Estas variables se agrupan en un sistema complejo, cuya estructura explica la posición competitiva global de una industria nacional.

En el nuevo paradigma de ventaja competitiva propuesto por Michael Porter, la eficiencia debe dar paso al dinamismo. Se debe hacer todo lo posible para promover la competencia, el nivel de demanda de los consumidores debe seguir aumentando, mientras que la mejora de los factores básicos implica la sofisticación y competitividad del sistema educativo, el desarrollo de la comunidad científica y la infraestructura de calidad. La proximidad de establecimiento de empresas pertenecientes a un mismo clúster industrial también es una ventaja considerable. Así, una de las principales lecciones que se pueden extraer es que, si bien debemos pensar en términos de competencia global, las fuentes de ventaja competitiva se encuentran sobre todo en el ámbito local.

#### **5.1.6. La influencia de la industria de la belleza en la sociedad femenina**

Ann María Britton, Walter Mohabed y Catalina Rodríguez hablan de como influencio el mercado de la belleza en la sociedad femenina, tendencia de accesorio del maquillaje, hablan de varios factores importantes y de la percepción de la personas respecto al uso de maquillaje y accesorios. Los trabajos de investigación hacen un análisis de como el maquillaje y los productos como accesorios han influenciado la moda y el desarrollo de la belleza femenina



### **5.1.7. Teoría General de los Sistemas**

La teoría general de sistemas se trata de desarrollar conceptos y principios ampliamente aplicables, a diferencia de conceptos y principios específicos de un área de conocimiento. Distingue los sistemas dinámicos o activos de los estáticos o pasivos. Los sistemas activos son estructuras de actividad o componentes que interactúan en comportamientos y procesos. Los sistemas pasivos son estructuras y componentes en proceso. Por ejemplo, un programa es pasivo cuando es un archivo de disco y activo cuando se ejecuta en la memoria.

### **5.1.8. La teoría del valor**

La teoría del valor es un postulado académico que intenta explicar cómo se determina el valor de un bien o servicio. Esto, dependiendo de distintas variables como escasez, costo de producción, entre otras.

En otras palabras, una teoría del valor sirve para justificar el precio o el valor de cambio de una mercancía. Por lo tanto, varía según el enfoque dado por cada escuela de pensamiento económico.

### **5.1.9. Teoría de Galbraith**

El análisis de Galbraith de la tecnoestructura dentro del sistema económico capitalista, realizado durante más de treinta años, siempre ha incluido la cuestión del sector militar. El economista ha denunciado en repetidas ocasiones el empoderamiento del poder militar y ha analizado el papel económico específico del gasto en defensa. En su análisis, los excesos del militarismo provienen en particular de una deriva burocrática en el sistema económico.

### **5.1.10. Las dificultades económicas principales que afrontan las economías emergentes**

El SARS-CoV-2 ocasiono un nuevo virus para el cual no se disponía de un tratamiento específico que permitiría establecer un freno al crecimiento desproporcionado que tuvo dicho virus; el movimiento de la enfermedad hizo que los sistemas de salud mundiales demostraran que no estaban preparados para enfrentar un colapso de salud mundial de tal magnitud

Ante una situación antes no prevista, los gobiernos no estaban preparados para enfrentar una crisis de salud que afecto drásticamente el comportamiento económico, ambiental de salubridad y comportamental de los países; al no tener establecido un plan que frenara el crecimiento desproporcionado de contagio en

los países se implementaron medidas antes no previstas que permitirían de alguna manera frenar un contagio masivo.

#### **5.1.11. las intervenciones no farmacéuticas que generaron un impacto directo**

El año 2019 es el punto de referencia desde el que parte un antes y un después de la aparición de la pandemia, y no solo es decir que el año 2019 fue un gran año para el crecimiento de la economía mundial, tanto así que los grandes países lo tomaron como el mejor año en cifras tanto para la producción como para la disminución de la deuda externa de cada uno de ellos; ahora en el comparativo del antes y el ahora, tan solo para el año 2020, en el país donde se inició la propagación de este virus la producción mundial entre diciembre del 2019 donde surgió el primer caso a enero del 2022 cayó una cuarta parte, hablamos del sector de la construcción tuvo una reducción de casi una cuarta parte en comparación a un periodo de tiempo similar en un año diferente al de la pandemia, tan alto fue el impacto que la incertidumbre y un temor hacia lo desconocido generó una de las más grandes crisis económicas en un periodo de tiempo inferior a las crisis antes vividas en tiempos pasados.

En los Estados Unidos, una de las principales potencias mundiales, de acuerdo a un análisis del JP Morgan, en un comparativo desde el inicio, el desarrollo y el declive del desarrollo de la enfermedad, estableció que más allá del impacto que generó el coronavirus en el sistema de salud, las medidas de distanciamiento social establecidas, fueron las principales causas de declive de los servicios de consumo, los cuales representan un porcentaje representativo del PIB, dejando así claro que más allá de una pandemia, los rezagos económicos de las medidas no farmacéuticas fueron las que afectaron mayormente el desarrollo de la economía mundial.

#### **5.1.12. Las intervenciones no farmacéuticas que generaron un impacto no directo**

Es muy pronto todavía para establecer una medición entre los impactos indirectos causados por las intervenciones no farmacéuticas, siendo posible que los alcances de estos se logren establecer dos o tres años luego de los mayores repuntes de la enfermedad.

Podemos establecer un análisis actual sobre el comportamiento económico de las empresas las cuales se vieron seriamente afectadas ante estas intervenciones y que a largo plazo si estas no disminuyen seguirán generando un afectación; como primer análisis se pudo establecer que las medidas de intervención no farmacéutica incrementaron en un 20% el costo de producción de las empresas estos sobre costos no tenidos en cuenta afectaron drásticamente el costo final de los bienes de consumo que ante un panorama de desempleo, reducción de salarios y altas en los precios más de lo normal,

ocasionaron que la dimensión consumo bienes, servicios, por causa de un comportamiento más consiente por parte de los consumidores temerosos del devenir de lo desconocido, género en la economía de las empresas lo siguiente:

1. Disminución considerable de la fuerza de trabajo principalmente en las empresas catalogadas en la primera línea de producción.
2. Cierre definitivo de las empresas que no tiene el suficiente respaldo de recuperación económica que les permitiera mantener su fuerza sin una producción positiva y constante.
3. Aumento en tasas de interés por aumento en la demanda de servicios crediticios.
4. Empresas financieramente inviables para lograr rescates crediticios.
6. Alteración a nivel mundial de las cadenas de suministro establecidas anteriormente que garantizaban el cumplimiento de las metas de producción y satisfacción de las necesidades catalogadas como vitales para el ser humano.

#### **5.1.13 incremento en el precio establecido para materias primas.**

La alteración del orden económico, afecta directamente a los importadores de materias primas; ante una clara recesión economía y una devaluación de la monedas locales principalmente en países de sur América, que principalmente importan sus materias primas, se logros evidenciar un aumento significativo en los presupuestos establecidos para estas materias, generado así movimientos económicos de rescate financiero que afectaron la economía de los países, tanto así que su escalonamiento llego a generar afectación en los ingresos que generan estos intercambios económicos entre países.

#### **5.1.14 Aumento de condiciones de crédito nivel mundial para economías emergentes.**

La economía reacciona fuertemente cuando se presenta un aumento en las condiciones de crédito, este fenómeno se percibe fuertemente especialmente en países en desarrollo donde su deuda ya ha aumentado el doble des la pandemia

#### **5.1.15 Alcances de intervención política.**

Las intervenciones no farmacéuticas actualmente activas generan altos costos económicos, los cuales son el resultado de la adaptación de medidas que garantizan de alguna forma la no propagación del COVID – 19, aunque son consideradas extremas son las únicas que evidencian resultados a corto plazo

positivos ante una propagación que no se tenía prevista y para la cual fue necesario establece un plan de contingencia que genere un impacto esperado en propagación pero no esperado en la parte económica.

Aun cuando las medidas establecidas para la contención se vuelven extremas tanto es u implementación como en su cumplimiento, la tasa decrecimiento de acuerdo con los modelos epidemiológicos establecidos hacen ver que estas medidas no son suficientes, dando como resultado un crecimiento de la pandemia cuando se tratan de flexibilizar las medidas no farmacéuticas establecidas.

Los alcancen de intervención política se aplican de acuerdo con los crecimientos Establecidos para el desarrollo del virus, que es encuentren con cifras que permiten graduar las intervenciones de las medidas, estas cifras no muestran realmente la realidad, del crecimiento del contagio, ya que las muestras diarias no garantizan que se incluyan el total de la población afectada en un día; mostrando así información imprecisa; el principal objetivo de las medidas de intervención no farmacéuticas es evitar a toda costa que personas infectadas tengan contacto con población sana durante un tiempo establecido que garantice que no se propagara el virus, y esta constante depende de las políticas y normas sociales establecidas, las cuales generalmente van a varían de acuerdo al país, y de cómo consideren que deban ser las mismas para contener la expansión de la enfermedad de forma acelerada.

La intervención política que mayor éxito ha tenido para contener la expansión de la enfermedad consiste en desarrollar estrategias que permitan reducir los contactos entre la población contagiada con la población susceptible al contagio; impidiendo de manera altamente restringida el contacto a través de interacción social masiva; el permitir que solo la población con menor riesgo de susceptibilidad al contagio tenga este tipo de contacto permite dar continuidad al desarrollo social y económico pero de una forma altamente limitada que no alcanzara a ser 10% de movimiento económico antes de pandemia.

Es importante poder restablecer un plan epidemiológico con altos estándares de generación de información altamente efectiva, a través de pruebas aleatorias que permitan en tiempo real dar seguimiento al desarrollo de la enfermedad, logrando así poder implementar medidas que se adapten a los cambios y crecimientos de esta, sin que sean extremas e innecesarias; logrando implementar medidas de intervención no farmacéuticas selectivas que permitan evitar la radicalidad que nos llevaría a implementar nuevamente medidas de intervención generalizadas. .

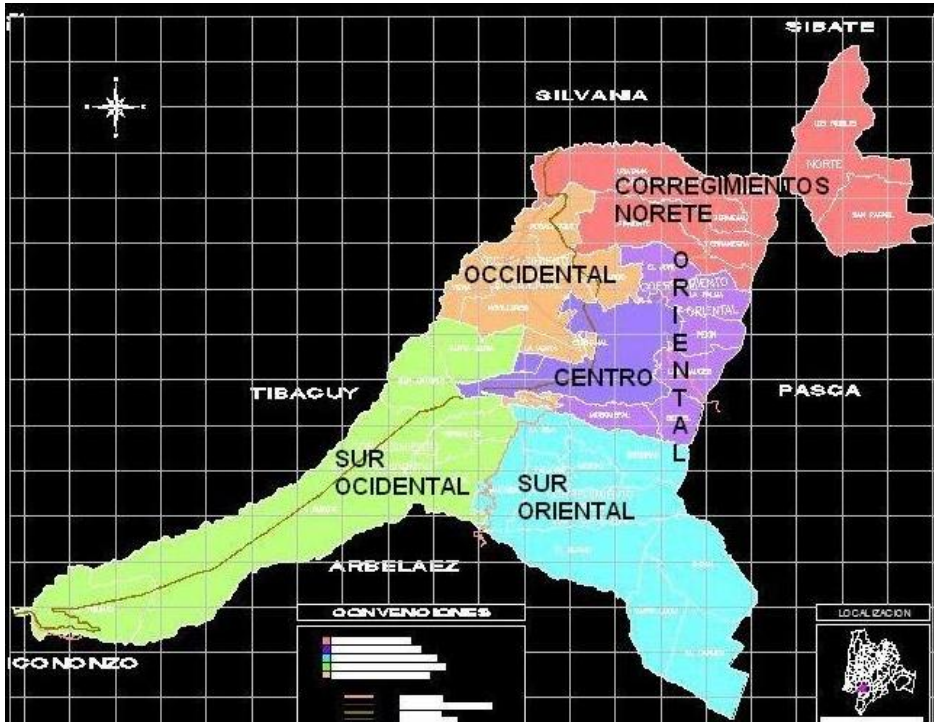
#### **5.1.16 Manejo monetario**

Reconocer que la implementación de medidas d intervención no farmacéuticas en combinación con una caída en el precio de las materias primas que

evidenciaron una de las peores condiciones financieras a nivel mundial, requieren un ajuste a largo plazo, que comience con la construcción paulatina del mismo, logrando hacer implementaciones parciales que permitan evidenciar alcances positivos o negativos para hacer ajustes en tiempo real, estas podrían ser algunas consideraciones que a traes de políticas fiscales permitan una intervención política efectiva.

- Propuestas legislativas que a largo plazo permitan una disminución en el gasto público actual.
- Establecer un plan de estimación de deuda anual que permita prever una situación real de endeudamiento del país que garantice un respaldo al sector privado para que no tomen medidas en extrema de cierre que puedan seguir afectando drásticamente la economía del país.
- Comprimir transitoriamente los programas gubernamentales no esenciales.

## 5.2. MARCO GEOGRÁFICO



Fuente: Alcaldía de Fusagasugá.

Fusagasugá es un municipio colombiano, capital de la provincia del Sumapaz en el departamento de Cundinamarca. Está ubicada a 59 km al suroccidente de Bogotá, en una meseta delimitada por el río Cuja y el Chocho, el cerro de Fusacatán y el Quininí que conforman el valle de los Sutagaos, y la altiplanicie de Chinauta. El mercadeo agropecuario regional, el comercio, la construcción y el transporte son las actividades determinantes de la economía de la ciudad, sin embargo, el acelerado crecimiento del tercer sector (servicios), especialmente el fortalecimiento de las actividades del sector educativo, salud, recreación, turismo, transporte y las políticas públicas locales de apoyo a la agrotecnología, apuntan a ser a corto plazo los dinamizadores del desarrollo local.

La temperatura promedio en Fusagasugá es de 20°C, sin embargo, puede disminuir o aumentar según la temporada del año. El clima en la llamada Tierra Grata es templado y cálido, con un máximo de 27°C, La naturaleza y su abundante flora fomentan la pureza del aire<sup>2</sup>. El perímetro urbano se encuentra a una distancia promedio de los 1.765 msn.

<sup>2</sup> Alcaldía de Fusagasugá. (2019). Alcaldía de Fusagasugá. Obtenido de <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/Paginas/PageNotFound.aspx?requestUrl=http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Ecologia.aspx#>

En industria y comercio en Fusagasugá actualmente se encuentran registrados 8888 establecimientos, el 2,23 % de este total está representado por 199 establecimientos que se dedican al desarrollo de la actividad comercial 9602 o Peluquería y otros tratamientos de belleza, en dicha actividad se incluye la prestación de los servicios de manicura y pedicura las mujeres que se dedican a la prestación de estos servicios hacen parte de la población objeto del presente estudio. En la ciudad de Fusagasugá, existen diversas academias de belleza donde se pueden aprender las técnicas necesarias para el desarrollo de esta actividad económica, en la actualidad se han implementado nuevas técnicas que requieren practica y gran destreza, es importante mencionar que las academias de belleza no son el único lugar donde se puede adquirir conocimiento para la prestación de los servicios, las personas interesadas en esta actividad también aprenden de forma empírica.

### **5.3. MARCO CONCEPTUAL**

#### **Caracterización Socioeconómica**

La caracterización socioeconómica proporciona la información que permite establecer las prioridades de investigación, para extrapolar los resultados de la investigación y adaptar los parámetros a las regiones apropiadas. En esta caracterización socioeconómica los investigadores se preguntan ¿Cuál es el impacto económico que generó el aislamiento social en mujeres que prestan servicio de manicura y pedicura en Fusagasugá? ¿Qué estrategias se pueden proponer en búsqueda de la reactivación económica?

#### **Pandemia**

Para que se declare el estado de pandemia se tienen que cumplir dos criterios: que el brote epidémico afecte a más de un continente y que los casos de cada país ya no sean importados sino provocados por transmisión comunitaria.

“Mientras los casos eran importados y el foco epidémico estaba localizado en China la situación era calificada de epidemia, pero en el momento en que salta a otros países y empieza a haber contagios comunitarios en más de un continente se convierte en pandemia”, explica Ángel Gil, catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad Rey Juan Carlos.

#### **COVID-19**

La enfermedad conocida como Corona Virus Disease 2019, o SARS COV-2 o comúnmente llamada como COVID 19, es una enfermedad infecciosa, causada por una nueva cepa del coronavirus, identificada por primera vez en el mes de diciembre del 2019, en la ciudad de Wuhan, China; en la actualidad se la ha considerado como una pandemia debido a que se ha extendido ampliamente a varios países alrededor del mundo.

#### **Epidemiología**

En la ciudad de Wuhan, China se informó la aparición de un grupo de casos con diagnóstico de neumonía de origen desconocido por primera vez el 31 de diciembre del 2019, nueve días después se notificó a un nuevo tipo de coronavirus como el responsable de este nuevo brote por el Centro Chino para el Control y Prevención de Enfermedades; el director general de la OMS junto al Comité de Emergencia del Reglamento Sanitario Internacional la declaran como una emergencia sanitaria de importancia internacional el 30 de enero de 2020.

Siguiendo las pautas para nombrar nuevas enfermedades infecciosas humanas la OMS decide llamar a esta nueva enfermedad como COVID-19, acrónimo que le fue dado por la descripción completa de su nombre Corona Virus Disease-19



el 11 de febrero de 2020 al mismo tiempo el Comité Internacional de Taxonomía de Virus lo denomina al virus causante del COVID-19 como Coronavirus-2 del síndrome agudo severo o SARS-COV-2.

### **Agente etiológico**

El virus causante del SARS-COV-2 es una cepa perteneciente a la familia de los Coronaviridae se puede clasificar en 2 grupos según su eco epidemiología en coronavirus humanos o de la comunidad considerados los responsables del 10% al 30% de los resfriados leves, y los coronavirus zoonóticos aquellos causantes de enfermedades graves en las vías respiratorias y conocidos como los causantes de las epidemias.

Los virus zoonóticos se subdividen en los Alpha, Beta, Gamma y Deltacoronavirus: siendo el Betacoronavirus genéticamente similar al del murciélago, mismo que podría ser el agente causal de la enfermedad provocada en el ser humano ya sea en forma directa o a través de un hospedador, aunque por el momento no hay estudios que lo confirmen, así como lo fue la civeta y el dromedario hospedadores intermedios que causaron el SAR-CoV-1 y el MERS-CoV respectivamente.

### **Factores de Riesgo**

Son considerados grupos vulnerables a las personas en los que la enfermedad se manifiesta de forma más severa, exponiendo la vida del paciente o inclusive provocar la muerte.

- Personas que sobrepasen los 60 años
- Enfermedades crónicas como diabetes mellitus, hipertensión arterial, así como
- Enfermedades pulmonares o cardiovasculares
- Hábitos como el tabaquismo
- Enfermedades nutricionales como la obesidad y el sobrepeso
- Establecimientos herméticos de atención del adulto mayor
- Personas que estuvieron en contacto con casos sospechosos o positivos de COVID
- Alrededor de 48 horas antes de presentar la sintomatología.

### **Vías de transmisión.**

Se ha comprobado que existen varias vías de transmisión del COVID-19 de las cuales describimos, por contacto y gotas, hallándose a las secreciones o gotas

respiratorias infectadas, caracterizadas por su incapacidad de subsistir en el ambiente y la limitada movilización por lo que esta se transmite en distancia menores de un metro, estas son producidas por pequeños actos como hablar.

Aérea aquella en la que el virus es capaz de desplazarse a través de largas distancias y sobrevivir por periodos prolongados de tiempo, se ha determinado que este tipo de transmisión está más relacionada con procedimientos médicos como las cirugías.

Y los fómites o superficies contaminadas en las que dependiendo del ambiente en el que se desarrollan pueden sobrevivir durante varias horas o días, siendo un foco de peligro el contacto con objetos que se encuentran en el entorno de la persona infectada.

### **Bioseguridad**

Son un conjunto de directrices y técnicas cuyo único objetivo es la minimización de riesgos que pongan en peligro la vida de la persona ante la exposición de agentes nocivos durante el cumplimiento de sus funciones <sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Ministerio Salud Pública del Ecuador. (2 de 2016). Bioseguridad para establecimientos de salud. Obtenido de Bioseguridad para establecimientos de salud: <http://hospitalgeneralchone.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Manual-de-Bioseguridad02-2016-1.pdf>

#### 5.4. MARCO LEGAL

Este conjunto de normas mencionadas anteriormente permite comprender la influencia de la pandemia en la legislación Colombiana y como normas como las que establecen el protocolo de bioseguridad el volvieron fundamentales para un desarrollo apropiado de las actividades económicas, especialmente aquellas que prestan un servicio donde se debe tener contacto con el cliente como lo es la actividad de la manicura y pedicura.

También es importante comprender que la población objeto de estudio y su actividad comercial se rigen por una normativa que está establecida desde antes de la pandemia y que no se ha implementado apropiada ni antes ni después de la pandemia, si bien existe un marco legal para actuar de la forma adecuada y realizar los procedimientos apropiadamente, esto se limitó a cumplir durante la reactivación y reapertura de los establecimientos con las normas establecidas por cada alcaldía y en la actualidad no se evidencia la aplicación apropiada de las normas.

Debido a la actividad comercial que realizan las mujeres objeto de estudio es indispensable tener en cuenta la normatividad vigente que influye y regula la forma en que se debe prestar el servicio de manicura y pedicura. A raíz de una pandemia que obligo a la población mundial a crear conciencia sobre la importancia de las normas de bioseguridad es imperativo continuar con el cumplimiento de las mismas preservando así la salud de la humanidad.

**Resolución 2827 de 2006:** en la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental, así mismo cada establecimiento de estética y belleza debe adoptar por su manual personalizado teniendo en cuenta los planes de contingencia, rutas de evacuación y disposición adecuada de áreas y así evitar sanciones por parte de las autoridades competentes.

**Resolución 723 de 2010:** de la Secretaría Distrital de Salud y sus anexos técnicos No. 1 (Peluquería) y No. 2 (estética). Estos anexos técnicos establecen los requisitos que deben cumplir los establecimientos que deseen acreditarse. Ambos anexos establecen como requerimiento en el estándar No 1: "recurso humano", la: "Capacitación en bioseguridad de propietarios y trabajadores (programa mínimo de 40 horas) con una vigencia no mayor a dos años

**Decreto 4904 de 2009:** obliga a que todas las Instituciones de Educación para el Trabajo y Desarrollo Humano que actualmente ofrezcan programas de formación laboral en: "peluquería", "cuidado estético de manos y pies", "maquillaje social y artístico" y "cosmetología y estética integral", estructuren sus programas bajo el esquema de normas de competencia laboral con el fin de

expedir los denominados "certificados de aptitud ocupacional – técnico laboral por competencias".

La formación en bioseguridad y salud ocupacional se imparte entonces a través de dos normas de competencia laboral obligatorias: "mantener la zona de trabajo en condiciones bioseguras" y "Fomentar prácticas seguras y saludables en los ambientes de trabajo".

**Decreto 417 de 2020:** por el cual se declara un Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio Nacional.

**Decreto número 580 de 2021:** por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID - 19, Y el mantenimiento del orden público, se decreta el aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable y la reactivación económica segura.

**Resolución 350 del 1 de marzo de 2022:** Establece y adopta el protocolo general de bioseguridad que permita el desarrollo de todas las actividades. Aplica para todos los habitantes del territorio nacional, a todos los sectores económicos y sociales del país y a las entidades públicas y privadas nacionales y territoriales

**Decreto 298 del 28 de febrero de 2022:** Regula la fase de Aislamiento selectivo, distanciamiento individual responsable y reactivación económica segura.

**Resolución 304 del 23 de febrero de 2022:** Prórroga la emergencia sanitaria hasta el 30 de abril de 2022. Esta podrá finalizar antes de la fecha aquí señalada, cuando desaparezcan las causas que le dieron origen.

**Decreto 1615 del 30 de noviembre de 2021:** Presentación obligatoria del carné de vacunación contra el COVID-19 o certificado digital, en el que se evidencie esquema de vacunación completo.

**Acuerdo 360 de 2010:** de la Comisión Intersectorial para el Talento Humano en Salud, "por medio del cual se modifica el perfil ocupacional del Técnico Laboral en Cosmetología y Estética Integral", definió un programa de formación laboral con una intensidad horaria de entre 1090 y 1300 horas y precisó las normas de competencias laboral obligatorias que incluyen las de: "Fomentar prácticas seguras y saludables en los ambientes de trabajo" y la de "mantener la zona de trabajo y la aparatología de uso en estética en condiciones de bioseguridad según la normatividad sanitaria vigente en centros de belleza y estética". Estas dos normas de competencia deben incluir, entre otros, los temas relacionados con bioseguridad y salud ocupacional establecidos en la Resolución 2827 de 2006 y deben tener juntas una duración entre 60 horas y 80 horas.

Aunque no existe norma sanitaria que indique de manera expresa el perfil o los requerimientos de idoneidad para los instructores que imparten formación en bioseguridad para el sector belleza; debe **Resolución 4502 de 2012**: "por la cual se reglamenta el procedimiento, requisitos para el otorgamiento y renovación de las licencias de salud ocupacional y se dictan otras disposiciones", con las excepciones de que trata su Artículo 11; estableció en su anexo técnico No. 3, el campo de acción para cada uno de los profesionales, tecnólogos y técnicos profesionales que se desempeñen en las disciplinas de salud ocupacional y sus afines. Este campo de acción incluye, entre otros, y de acuerdo con el perfil, las actividades de educación y capacitación en seguridad y salud en el trabajo (salud ocupacional).

**Acuerdo 462 de 2010**: del Concejo de Bogotá, D.C., "Por Medio del Cual se Establecen Lineamientos en Materia de Bioseguridad Para los Establecimientos Que Ofrecen Servicios de: Estética Facial, Corporal y Ornamental, Gimnasios, Saunas, Turcos, Salas de Masajes y Establecimientos Afines, en el Distrito Capital y se Dictan Otras Disposiciones", estableció que toda persona que se desempeñe en las actividades mencionadas debe acreditar formación en bioseguridad, la cual debe ser actualizada cada tres años. El mismo acuerdo determinó que la Dirección de Salud Pública de la Secretaría Distrital de Salud autorizará a los capacitadores, previo cumplimiento de requisitos. Sin embargo, dicho acuerdo del Concejo de Bogotá, D.C., no ha sido reglamentado por asuntos de competencia.

Por lo tanto, actualmente la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá, D.C. no autoriza ni desautoriza entidad o persona alguna, capacitadora en el tema de bioseguridad dirigida al sector belleza, ni en el marco de la Educación para el Trabajo y Desarrollo Humano, ni en el de la educación informal. No obstante, en la garantía de la salud pública imparte las recomendaciones a continuación:

**Ley 9 de 1997**: Para la protección del Medio Ambiente la presente Ley establece:  
a) Las normas generales que servirán de base a las disposiciones y reglamentaciones necesarias para preservar, restaurar u mejorar las condiciones necesarias en lo que se relaciona a la salud humana; b) Los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del Ambiente.

### **Código nacional de policía:**

<b>Artículo</b>	<b>83.</b>	<b>Actividad</b>	<b>económica.</b>
-----------------	------------	------------------	-------------------

Es la actividad lícita, desarrollada por las personas naturales y jurídicas, en cualquier lugar y sobre cualquier bien, sea comercial, industrial, social, de servicios, de recreación o de entretenimiento; de carácter público o privado o en

entidades con o sin ánimo de lucro, o similares o que, siendo privados, sus actividades trasciendan a lo público.

#### **Artículo 85. Informe de registro en las cámaras de comercio.**

“En caso de cualquier modificación del nombre, datos de ubicación del empresario o el establecimiento de comercio, cambio de domicilio o de la actividad económica con actividades de alto impacto que involucren venta y consumo de bebidas alcohólicas, o servicios sexuales, se requerirá aportar certificación de donde conste que el uso del suelo para el desarrollo de estas actividades mercantiles es permitido, el cual deberá ser expedido por la oficina de planeación municipal o el sistema que se establezca para tal efecto, en caso contrario la Cámara de Comercio se negará a efectuar la inscripción correspondiente.”

#### **Artículo 87. Requisitos para cumplir actividades económicas.**

Es obligatorio, para el ejercicio de cualquier actividad: comercial, industrial, de servicios, social, cultural, de recreación, de entretenimiento, de diversión; con o sin ánimo de lucro, o que siendo privadas, trasciendan a lo público; que se desarrolle o no a través de establecimientos abiertos o cerrados al público, además de los requisitos previstos en normas especiales, cumplir previamente a la iniciación de la actividad económica los siguientes requisitos:

1. Las normas referentes al uso del suelo, destinación o finalidad para la que fue construida la edificación y su ubicación.
2. Mantener vigente la matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción donde se desarrolle la actividad.
3. La comunicación de la apertura del establecimiento, al comandante de estación o subestación de Policía del lugar donde funciona el mismo, por el medio más expedito o idóneo, que para tal efecto establezca la Policía Nacional.
4. Para la comercialización de equipos terminales móviles se deberá contar con el permiso o autorización expedido por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones o su delegado.

#### **Artículo 92. Comportamientos relacionados con el cumplimiento de la normatividad que afectan la actividad económica.**

Los siguientes comportamientos relacionados con el cumplimiento de la normatividad afectan la actividad económica y por lo tanto no deben realizarse:

Entre otros se encuentra:  
“Desarrollar actividades diferentes a las registradas en el objeto social de la matrícula o registro mercantil.”

**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.

**Ley 711 de 2001:** por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética.

**Resolución 2263 de 2004:** Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares y se dictan otras disposiciones.

**Resolución 3924 de 2005:** por la cual se adopta la Guía de Inspección para la Apertura y Funcionamiento de los Centros de Estética y Similares y se dictan otras disposiciones. Particularmente, esta resolución presenta en uno de sus anexos un cuadro con las tecnologías que no son de competencia de las esteticistas.

## 6. DISEÑO METODOLÓGICO

Es importante resaltar que cada fase tendrá sus respectivas actividades donde los investigadores a través de la recolección y análisis de información proponen una solución a la pregunta problema.

### 6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

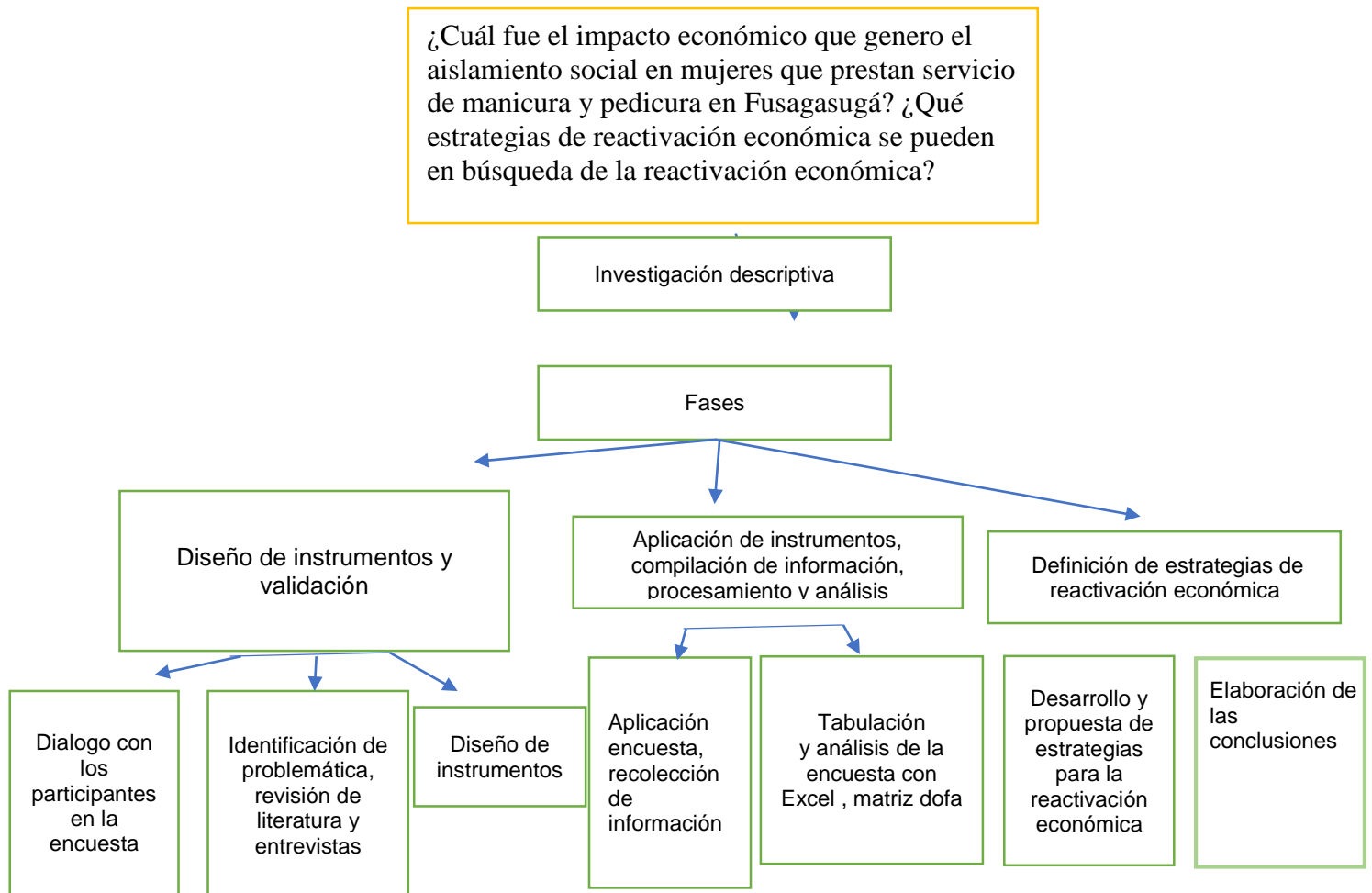
**Investigación descriptiva con enfoque mixto:** De acuerdo con las características del territorio a intervenir los investigadores eligieron el tipo de investigación descriptiva, con enfoque mixto pues se realizará observación y entrevistas al tiempo que una encuesta con enfoque cuantitativo para la realización del estudio. La investigación descriptiva “Se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando la investigación, se define como registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

Carlos Sabino define a la investigación descriptiva en su obra El proceso de investigación como “el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes”.

Para el desarrollo de este trabajo se emplearán 3 fases metodológicas articuladas a los objetivos específicos propuestos, es decir, una fase de diagnóstico de la zona de estudio donde se creó un instrumento para la recolección de información denominado encuesta, una fase de análisis donde se buscará identificar las características socioeconómicas y una fase donde se propondrán herramientas de reactivación económica.



## 6.2 RUTA METODOLÓGICA



**Fuente:** Adaptado de modelo Fases de la investigación acción participación<sup>4</sup>.

La ruta metodológica de este trabajo consistió en construir inicialmente la descripción del problema y pregunta de investigación que se evidencia al inicio del documento posteriormente se construyeron los marcos teóricos, así como los objetivos, a partir de los objetivos se definieron las fases metodológicas que son tres. se emplearon entrevistas e información secundaria que permitió construir un diagnóstico de la zona de estudio. Posteriormente se aplicaron y analizaron

<sup>4</sup> Palomares, J. (2015). [www.researchgate.net](https://www.researchgate.net/figure/Figura-4-Fases-de-la-investigacion-accion-participacion-Atencio-2015_fig1_318403539). Obtenido de: [https://www.researchgate.net/figure/Figura-4-Fases-de-la-investigacion-accion-participacion-Atencio-2015\\_fig1\\_318403539](https://www.researchgate.net/figure/Figura-4-Fases-de-la-investigacion-accion-participacion-Atencio-2015_fig1_318403539)

las encuestas, por último, se procedió a determinar estrategias de reactivación económica, proponiendo un documento consolidado.

## **7. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.**

### **7.1 POBLACIÓN**

A raíz de unas visitas realizadas por las estudiantes a varios establecimientos de belleza y luego de analizar cómo se distribuyen los puestos de trabajo en cada uno de estos, se determinó que la norma general es que por cada establecimiento existe una capacidad instalada correspondiente a un puesto de trabajo para prestar los servicios de manicura y pedicura, donde una sola mujer es la encargada de la prestación de los mismos, por tal razón se determinó que la población será de 1 mujer por establecimiento de belleza.

En Fusagasugá existe un total de 199 establecimientos de belleza registrados en industria y comercio que se encuentran distribuidos en la ciudad donde se ofrecen dichos servicios, al determinar una mujer por establecimiento y un total de 199 establecimientos, se establece una población total de 199 mujeres que prestan este servicio trabajan bajo la modalidad de independientes pues tienen un acuerdo con los propietarios donde pagan un porcentaje por cada servicio que realizan en el establecimiento comercial.

## 7.2 MUESTRA

Teniendo en cuenta el margen de error del 9% utilizado en el último censo del DANE expresado por su director<sup>5</sup> y un nivel de confianza del 95 %, se utilizará la siguiente fórmula para calcular la muestra de una población finita (cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran):

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

**n:** Tamaño maestral.

**N:** Tamaño de la población = 199

**z:** Valor correspondiente a la distribución de gauss,  $z_{\alpha} = 0.05 = 1.96$

**p:** Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse ( $p = 0.5$ ), que hace mayor el tamaño muestral.

**q:**  $1 - p$  (si  $p = 50 \%$ ,  $q = 50 \%$ )

**i:** Error que se prevé cometer si es del 9 %,  $i = 0.09$

---

<sup>5</sup> Pineda Montes, N., & Velez Velasquez, L. (5 de octubre de 2020). Caracterización socioeconómica de la población LGBTI+ en el sector urbano de Fusagasugá. Fusagasugá, Cundinamarca, Colombia.

**Solución:**

$$\frac{1.96^2 \cdot 199 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.09^2(199 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$= \frac{1.96^2 \cdot 49.75}{0.09^2(199 - 1) + 0.5 \cdot 0.5 \cdot 1.96^2}$$

$$= \frac{1.96^2 \cdot 49.75}{2.5642}$$

$$= \frac{191.1196}{2.5642}$$

$$= 74.53381\dots$$

Como resultado de aplicar la fórmula para calcular la muestra de una población finita (cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran) se obtiene un valor de 74.53, por consiguiente, se determina un total de 75 mujeres que prestan servicio de manicura y pedicura las cuales conformaran la muestra.

Estas mujeres pertenecen en su mayoría con un porcentaje del 72% del total de la población al estrato socioeconómico 2, en menor porcentaje al estrato 3 con 20% del total de la población, al estrato 1 pertenecen el 4% del total de la población y finalmente al estrato 4 un 3%, en la ciudad de Fusagasugá no se maneja una estratificación por barrios, pues la alcaldía utiliza una tabla con factores preestablecidos para calcular a que estrato pertenece cada vivienda de forma individual.

## **8. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

Se realizará una encuesta virtual a través de la plataforma Microsoft Forms, un creador de encuestas en línea, parte de Office 365 y de forma física si es posible, esta encuesta se aplicará a 75 mujeres, la encuesta será diseñada teniendo en cuenta los objetivos de investigación presentes en este documento, siguiendo el método de investigación descriptiva, teniendo en cuenta que las mujeres que prestan el servicio de manicura y pedicura tienen horarios de trabajo extenso y muchas sin descanso, la encuesta se diseñó de una forma sencilla y práctica de responder, con preguntas precisas para poder hacer un estudio adecuado. Se realizó un recorrido de reconocimiento en campo, con registro audiovisual para verificar las condiciones actuales. Adicionalmente se emplearon instrumentos de apoyo investigativo como entrevistas y la utilización de la información disponible para la zona y recopilada anteriormente por otras fuentes, al tiempo la observación y diálogo y un diario llevado por los investigadores.

### **8.1 INSTRUMENTOS PARA ANALIZAR Y VALIDAR DATOS**

Para analizar y validar los datos, se estructuró la tabulación de encuestas en Excel, la creación y análisis de gráficas, y se empleara una matriz de DOFA para organizar los principales problemas socioeconómicos con apoyo de la muestra seleccionada.

## 9 RECURSOS

### 9.1 RECURSOS HUMANOS

NOMBRE	RESPONSABILIDAD
Karen Daniela Fonseca Ospina Laura Nicol Ruiz Roa	Autoras
Yudy Constanza Rojas Ruiz	Asesora

**Fuente:** Las autoras.

### 9.2 RECURSOS MATERIALES

RECURSO	UNIDADES	VALOR
Dispositivos magnéticos	1	50.000
Transporte	100	200.000
Varios papelería	1	50.000
computador	1	0
<b>Total</b>		<b>\$300.000</b>

**Fuente:** Las autoras.

## 10. CRONOGRAMA

	<b>Julio 2021</b>	<b>Agosto 2021</b>	<b>Septiembre 2021</b>	<b>Octubre 2021</b>	<b>mayo de 2022</b>
<b>Actividad</b>					
<b>Elaboración anteproyecto</b>					
<b>Recolección información fuentes primarias y secundarias</b>					
Diseño Instrumentos de recolección de información					
Trabajo de campo aplicación instrumentos					
Análisis de resultados					
Elaboración de informes de avances y final					

**Fuente:** Las autoras.



## CAPITULO I

### 11. DIAGNOSTICO DE CARACTERISTICAS SOCIOECONOMICAS DE LA POBLACION OBJETO DE ESTUDIO

#### 11.1 Técnica e instrumento

Para el ejercicio de identificación de datos y necesidades de la población, se utilizó la herramienta titulada “ENCUESTA SOCIOECONÓMICA MUJERES QUE PRESTAN SERVICIO DE MANICURA Y PEDICURA AFECTADAS POR PANDEMIA”, una encuesta creada por los autores de esta investigación (Anexo 1), presentada de la siguiente manera:

- Reciba un cordial saludo, El COVID-19 causó estragos en la sociedad, el mundo moderno nunca pensó tener que afrontar una situación de tal gravedad a tal punto que los procesos preestablecidos por los sistemas sociales, económicos y políticos en general fueron ineficientes a la hora de enfrentar los retos presentados por la pandemia.

Con el objetivo de generar medidas que permitan ejecutar actividades en búsqueda de estar capacitados para enfrentar una tragedia de proporciones similares, los autores de la Caracterización socioeconómica de las mujeres que prestan servicio de manicura y pedicura afectadas por la pandemia en Fusagasugá estudiantes de la Universidad de Cundinamarca, buscan con el desarrollo de esta encuesta, analizar el impacto que esta crisis provocó en las mujeres que prestan estos servicios y proponer herramientas útiles que permitirán a este sector promover su actividad comercial.

Toda la información recopilada será manejada bajo el principio de confidencialidad. Agradecemos su participación.

La técnica utilizada para la recolección de información se implementó por mecanismos tecnológicos. La encuesta fue desarrollada en el aplicativo Microsoft Forms con las cuentas institucionales de los autores, teniendo en cuenta el impacto ambiental se eligió esta forma para disminuir la contaminación y ahorrar papel, la encuesta se aplicó a través de dispositivos tecnológicos de forma presencial y remota, aprovechando el reducido espacio de tiempo con que cuenta la población objeto de estudio.

Esta encuesta está compuesta por 20 preguntas que permiten recopilar la información necesaria para el estudio teniendo en cuenta la situación económica antes, durante el confinamiento y en la actualidad, al tiempo se analiza el impacto que generó la pandemia en la carrera escolar de los hijos de dichas mujeres, las

herramientas de marketing digital que utilizan para promocionarse si las utilizan y componentes de su vida diaria, esto permite realizar una caracterización socioeconómica pertinente para el presente estudio.

### **11.1.2 Conclusiones encuesta**

En Fusagasugá existe una población de 199 mujeres que se dedican a la prestación del servicio de manicura y pedicura en establecimientos comerciales registrados en industria y comercio, estas mujeres trabajan como independientes a través de un acuerdo verbal con los dueños de los establecimientos donde se pactan unos porcentajes de ganancia para cada parte, dichos porcentajes varían según el establecimiento comercial.

Estas mujeres pertenecen en su mayoría con un porcentaje del 72% del total de la población al estrato socioeconómico 2, en menor porcentaje al estrato 3 con 20% del total de la población, al estrato 1 pertenecen el 4% del total de la población y finalmente al estrato 4 un 3%, en la ciudad de Fusagasugá no se maneja una estratificación por barrios, pues la alcaldía utiliza una tabla con factores prestablecidos para calcular a que estrato pertenece cada vivienda de forma individual.

Las mujeres que se dedican a esta actividad comercial se encuentran principalmente en el rango de edad de los 25 a 32 años, seguidas de un porcentaje poco menor por las mujeres que se encuentran entre los 32 y 40 años, es evidente que a pesar de que las mujeres que se dedican a esta actividad encuentran un sustento estable en la prestación de estos servicios durante varios años, la población que se dedica a la prestación de estos servicios disminuye drásticamente al cumplir los 40 años.

Más de la mitad de las mujeres de la población objeto de estudio eligen el transporte público como medio para movilizarse a su lugar de trabajo, una quinta parte de la población cuenta con vehículo propio, una quinta parte de la población camina a su lugar de trabajo, y un porcentaje mínimo es transportado por un familiar o amigo.

Poco menos de la mitad de la población el 47% de esta se considera madre soltera y debe afrontar la totalidad de los gastos de su hogar, esta situación sumada a las dificultades de la pandemia afectó el desarrollo escolar de una tercera parte de los hijos de las mujeres que se dedican a la prestación del servicio de manicura y pedicura en Fusagasugá, pues sus hijos perdieron el año escolar durante la pandemia.

El 99% de la población tiene más de un año de experiencia en la prestación de sus servicios, una tercera parte aproximadamente tiene de 1 a 3 años de

experiencia y el 35% del total de la población lleva más de 5 años prestando sus servicios.

A pesar de que los precios de los servicios antes y después de la pandemia no sufrieron grandes cambios si se puede evidenciar una tendencia donde disminuyó la población que demandaba el valor inferior, al tiempo también disminuyó la población que demandaba el valor superior por la prestación de los servicios esto ubicando el precio actual de la manicura y pedicura entre los \$15.000 y \$30.000 pesos. Muestra de que ya no es posible mantener precios bajos por el aumento de los costos en insumos, y tampoco es posible mantener precios altos debido a la situación económica actual.

A pesar de que ninguna mujer seso por completo su actividad comercial durante el confinamiento si vio seriamente reducidos sus ingresos, durante el confinamiento más de la mitad del total de la población percibió ingresos por menos de \$500.000 pesos, esto repercutió gravemente en la economía del hogar llevando al endeudamiento del 59% del total de las mujeres objeto de estudio. en la actualidad las mujeres que percibían ingresos por más de \$2.000.000 vieron reducidos sus ingresos y pasaron a percibir ingresos entre \$1.500.000 y \$2.000.000 al tiempo el porcentaje de mujeres que perciben ingresos de \$500.000 a \$1.000.000 aumento un 5%. Antes de la pandemia el mayor porcentaje de mujeres atendía de 9 a 12 clientes por representado por el 64% del total de la población, en la actualidad este porcentaje se redujo al 50.67% se evidencia una baja en el promedio de clientes que se atiende por día.

Si bien el 51% de las mujeres perteneciente a la población objeto de estudio no ahorra, el 49% ahorra desde un 1% a un 45% del total de sus ingresos, esta población manifestó que es importante ahorrar para poder afrontar crisis futuras y las mujeres que no ahorran manifestaron que tan pronto salgan de deudas, tendrán como propósito destinar parte de sus ingresos al ahorro.

## **11.2 Matriz DOFA**

En el desarrollo del diagnóstico también se usó una matriz DOFA que permite comprender cómo se destacan las mujeres en su segmento, cómo pueden hacer crecer su actividad económica y dónde están sus vulnerabilidades. Esta herramienta fácil de usar también las ayuda a identificar oportunidades y amenazas para su actividad. Este proceso tiene en cuenta los factores internos y externos con los que debe lidiar cada mujer. La matriz DOFA está compuesta por cuatro cuadrantes que deben ser completados con la información obtenida por el investigador a través de la observación el diálogo con las mujeres que hicieron parte de la muestra y el análisis de la encuesta. Estos cuadrantes son debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Las fortalezas y debilidades suelen ser internas en cada prestadora del servicio, mientras que las oportunidades y amenazas suelen estar relacionadas con factores externos. Con el desarrollo de esta matriz se proponen estrategias enfocadas en cada uno de los cuadrantes que con su aplicación pueden contribuir a la reactivación económica de la población objeto de estudio.

**Tabla 1. MATRIZ DOFA**

<b>MUJERES QUE PRESTAN SERVICIO DE MANICURA Y PEDICURA EN FUSAGASUGA</b>		
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Más de la mitad de la población tiene 3 años de experiencia o más.</li> <li>Amplio portafolio de servicios.</li> <li>Buen servicio al cliente y tolerancia a los conflictos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No cuentan con educación formal relacionada.</li> <li>Omiten prácticas de bioseguridad.</li> <li>Marketing digital.</li> <li>Falta de capital.</li> <li>No buscan innovar.</li> <li>El 47% de la población es madre soltera.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Acceso a nuevas tecnologías.</li> <li>Decretos y normas en Colombia.</li> <li>Nuevas tendencias de cuidado personal.</li> <li>Nuevas técnicas, nuevos servicios.</li> <li>Segmentos de clientes masculino poco explorado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Combinar su amplio portafolio de servicios con tecnologías y materiales innovadores.</li> <li>Creación servicios enfocados en la población masculina.</li> <li>Generar iniciativas de economía solidaria que les permitan asociarse con sus colegas y obtener beneficios por parte del gobierno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tomar cursos virtuales relacionados con su trabajo y normas de bioseguridad.</li> <li>Implementar un plan de marketing digital.</li> <li>Aprovechar iniciativas gubernamentales para madres solteras.</li> <li>Crear una organización de economía solidaria.</li> </ul>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Competencia desleal.</li> <li>Informalidad.</li> <li>Crisis Económica Mundial.</li> <li>No tienen seguridad social.</li> <li>Aumento de precios de los insumos.</li> <li>Nuevos brotes de enfermedades contagiosas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicar todas las normas de bioseguridad haciéndole comprender al cliente que es por su bienestar.</li> <li>Generar promociones para clientes frecuentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formación en presupuesto personal y normas de ética profesional.</li> <li>Comprar los insumos al por mayor a través de la organización de economía solidaria.</li> <li>Crear organización de economía solidaria, establecer políticas de precios, generar afiliaciones a seguridad social y formalizar la actividad comercial.</li> </ul>

Fuente: los autores

### **11.2.1 Conclusiones matriz DOFA**

La población de mujeres en Fusagasugá que se dedica a la prestación del servicio de manicura y pedicura está compuesta principalmente por mujeres que tienen amplia experiencia en su trabajo, más de la mitad del total de la población tiene mínimo tres años de experiencia en la prestación de sus servicios, esta actividad comercial representa un sustento continuo y duradero que les ha permitido solventar sus gastos personales y mantener a sus familias. Gran parte de esta población continúa trabajando con métodos tradicionales y cuenta con un amplio portafolio de servicios que va desde un mantenimiento de esmalte, hasta realizar prótesis de uñas.

Es destacable la capacidad de tolerancia y el buen servicio al cliente que ha desarrollado la población objeto de estudio, sin embargo, la mayoría de mujeres que se dedican a esta profesión no cuentan con formación profesional relacionada a su trabajo. Pues sus conocimientos los han adquirido de forma empírica a través de la experiencia, con el levantamiento de información también se evidencio que se omiten prácticas de bioseguridad que son sumamente importantes y que en ocasiones no se realiza una desinfección adecuada de las herramientas de trabajo.

El 47% de la población objeto de estudio se identifica como madre soltera, y al verse atrapada en esta espiral de obligaciones económicas no puede juntar el capital suficiente para trabajar de forma autónoma en su propio establecimiento comercial, en la actualidad la forma de trabajo es presencial en el establecimiento comercial de un tercero, por medio de un acuerdo de palabra donde se establecen unos porcentajes de ganancia entre la manicurista y el propietario del salón que pueden variar según el establecimiento comercial. Esta población no busca innovar y prefiere mantener los servicios y técnicas clásicas, al tiempo no demuestra interés por generar contenido digital que le permita publicitarse ampliamente en la ciudad.

El sector de manicura y pedicura ha experimentado la llegada de nuevas tecnologías, que permiten ejecutar de forma innovadora los diferentes procesos necesarios para la prestación de un servicio, sumado a esto en la actualidad ha surgido una tendencia de cuidado personal donde las mujeres se preocupan más por su apariencia física, pero también los hombres se han vuelto consumidores del segmento por esta razón es importante crear nuevos servicios enfocados en la población masculina. Las normas y decretos implementados post COVID presentan un escenario favorable para las mujeres que se decidan por emprender, especialmente para las madres solteras cabeza de familia.

En este sector no se tiene estipulada una tabla de precios que permita regular el valor que se cobra por la prestación de los servicios, por eso muchas mujeres establecen valores que perjudican el mercado en general, al tiempo que utilizan materiales de calidad inferior y trabajan en la total informalidad sin tener en cuenta ningún protocolo de bioseguridad. Las mujeres pertenecientes a esta población no cuentan con ningún esquema de seguridad social o están vinculadas parcialmente o por temporadas. Después de la pandemia el valor de los insumos ha aumentado considerablemente y en conjunto con la crisis económica actual las mujeres que se dedican a este oficio continúan bajo condiciones desfavorables de mercado.

### 11.1.3 Recursos requeridos

Para realizar esta investigación fueron necesarios los siguientes recursos:

**Tabla 2. Talento Humano Requerido**

NOMBRES	RESPONSABILIDAD	INSTITUCIÓN
Karen Daniela Fonseca Ospina	Investigador	Universidad de Cundinamarca
Laura Nicol Ruiz Roa	Investigador	Universidad de Cundinamarca
Yudy Constanza Rojas Ruiz	Director, Asesor	
Ana Janeth Segura	Asesor	Janeth Nails

Fuente: Los autores

**Tabla 3. Herramientas Utilizadas**

CANTIDAD	HERRAMIENTA	USO
1	Computador	creación de documentos, Almacenamiento, cálculos y análisis.
2	Celular	Distribución y aplicación de encuestas
1	Software (Plataforma Office 365, Forms, Excel, Word)	Creación de encuesta y documentos

Fuente: Los autores

## CAPITULO II

### 12. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS PARA LA CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

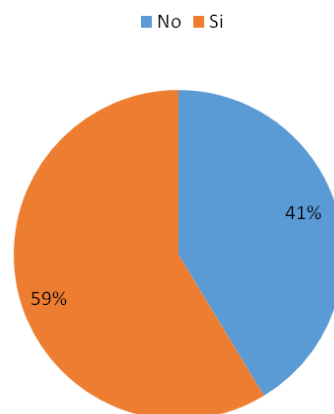
A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta “ENCUESTA SOCIOECONÓMICA MUJERES QUE PRESTAN SERVICIO DE MANICURA Y PEDICURA AFECTADAS POR PANDEMIA”, en la que participaron 75 mujeres que prestan el servicio de manicura y pedicura en la ciudad de Fusagasugá.

**Tabla 4. ¿Durante el confinamiento adquirió deudas para lograr satisfacer sus necesidades básicas?**

RESPUESTA	Nº DE PERSONAS
No	31
Si	44
<b>Total general</b>	<b>75</b>

Fuente: los autores

**Grafica 1. ¿Durante el confinamiento adquirió deudas para lograr satisfacer sus necesidades básicas?**



Fuentes: Los autores

Durante el confinamiento más de la mitad de la población objeto de estudio representado por un 59% de las mujeres encuestadas adquirió deudas para lograr satisfacer sus necesidades básicas, según la revista portafolio las mujeres generalmente adquieren deudas para la generación de nuevos negocios, con el



objetivo de mejorar sus condiciones económicas. Esto se realiza a través del microcrédito dentro del sector financiero y con algunos productos del sector real<sup>6</sup>.

Al ser necesario el endeudamiento con el objetivo de satisfacer las necesidades básicas se dejó de lado la inversión en pequeños negocios lo que contribuyó aún más a la disminución del empleo durante el confinamiento, es clave recordar que un importante porcentaje del empleo en Colombia está representado por el sector informal. Las mujeres se vieron forzadas a recurrir a estas medidas pues tuvieron que parar sus actividades laborales durante el confinamiento o se vio seriamente disminuida la cantidad de clientes que atendían al día.

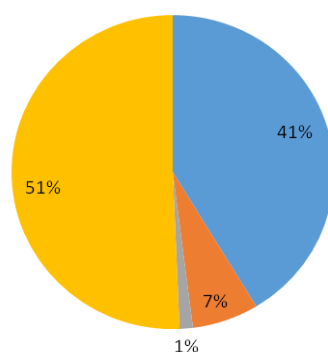
**Tabla 5 ¿Qué porcentaje de sus ingresos destina al ahorro?**

RESPUESTA	# DE PERSONAS
1% a 15%	31
15.01% a 30%	5
30.01% a 45%	1
No ahorra	38
<b>Total general</b>	<b>75</b>

Fuente: los autores

**Grafica 2 ¿Qué porcentaje de sus ingresos destina al ahorro?**

■ 1% a 15% ■ 15.01% a 30% ■ 30.01% a 45% ■ No ahorra



Fuente: los autores

El 51% de la población encuestada no ahorra, mientras que el 41% manifiesta ahorrar hasta un 15% de sus ingresos mensuales y en menor proporción un 7% de la muestra encuestada manifiesta ahorrar hasta un 30 % de sus ingresos

<sup>6</sup> Portafolio. (2019). *Radiografía de cómo se endeudan las mujeres en Colombia*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/radiografia-de-como-se-endeudan-las-mujeres-en-colombia-526915>

mensuales, el 1% de la muestra ahorra hasta un 45% de sus ingresos mensuales.

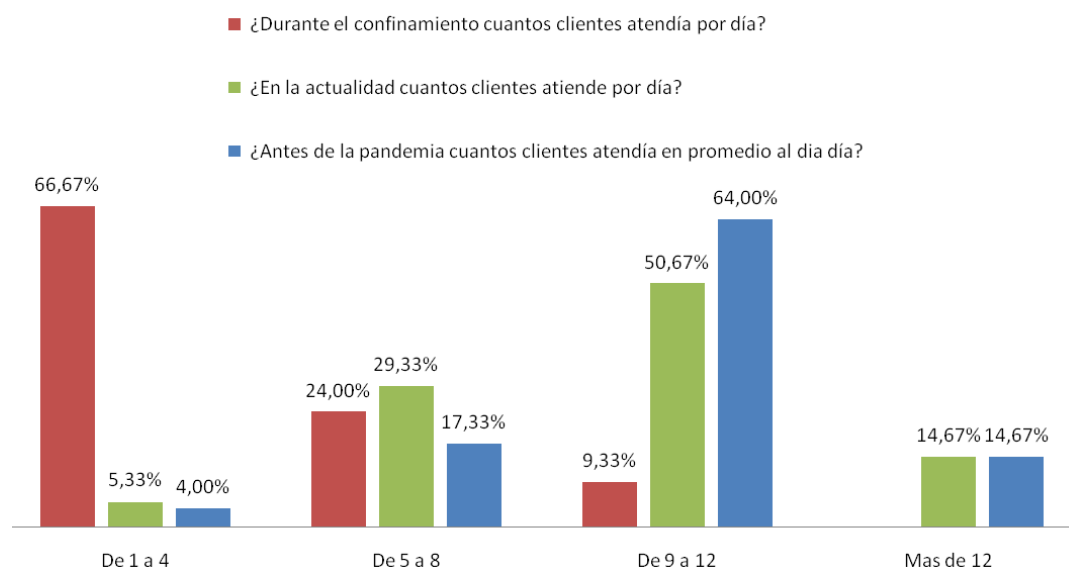
En el dialogo instaurado con las mujeres participantes del estudio que no ahorran estas manifestaron que no podían ahorrar porque no les alcanzaba el dinero y debido a las deudas adquiridas durante el confinamiento, tienen obligaciones adicionales a las que tendrían con normalidad. Es importante resaltar que a pesar de la crisis resultante de la pandemia un porcentaje importante de las mujeres representado por un 49% manifiesta que para ellas es muy importante estar preparadas para situaciones de imprevisto, el 1% de la muestra ahorra hasta un 45% de sus ingresos mensuales en esta profesión los salarios pueden ser superiores al salario mínimo.

**Tabla 6. Atención De Clientes, Antes - Durante Y Después De Pandemia**

<b>RESPUESTA</b>	<b># DE PERSONAS</b>
<b>¿Antes de la pandemia cuantos clientes atendía en promedio al día?</b>	
De 1 a 4	3
De 5 a 8	13
De 9 a 12	48
Más de 12	11
Total general	75
<b>¿Durante el confinamiento cuantos clientes atendía por día?</b>	
De 1 a 4	50
De 5 a 8	18
De 8 a 12	7
Total general	75
<b>¿En la actualidad cuantos clientes atiende por día?</b>	
De 1 a 4	4
De 5 a 8	22
De 9 a 12	38
Más de 12	11
Total general	75

Fuente: los autores

### Grafica 3. Atención de clientes, antes - durante y después de pandemia



Fuente: los autores

Antes de la pandemia el 64% de la población intervenida atendía de 9 a 12 clientes al día, el 17.33% atendía de 5 a 8 clientes, el 14,67% más de 12 clientes y el 4% de 1 a 4 clientes, durante el confinamiento estas cifras se vieron seriamente afectadas, pero es importante resaltar que a pesar del confinamiento ninguna de las mujeres que prestan este servicio detuvo por completo la prestación de sus servicios.

Durante el confinamiento el 66.67% de la población atendía de 1 a 4 clientes por día, mientras que la población que atendía de 9 a 12 clientes cayó a 9.33% disminuyendo un 54,67% respecto al porcentaje antes de la pandemia. En la actualidad los porcentajes se han estabilizado sin embargo no han alcanzado la media anterior comparados con los resultados antes de pandemia. El porcentaje de mujeres que prestaba más de 12 servicios al día se mantiene intacto.

Aproximadamente el 84 % de las empresas en los países en desarrollo sufrió una caída de sus ventas en comparación con el mismo periodo de 2019. La disminución promedio fue del 49 % y ha sido sorprendentemente persistente. Cuatro meses después del punto máximo de la crisis, las ventas siguen siendo más de un 40 % más bajas<sup>7</sup>. Esta situación afecta drásticamente a los empresarios en Colombia al tiempo a las personas que prestan servicios profesionales de forma independiente, el sistema económico sufrió una parálisis durante el confinamiento, en la actualidad los niveles de ventas están

<sup>7</sup> FREUND, C. (noviembre de 2020). Banco Mundial Blogs. Obtenido de <https://blogs.worldbank.org/es/voces/las-empresas-luchan-por-mantenerse-flote-despues-de-perder-la-mitad-de-las-ventas>

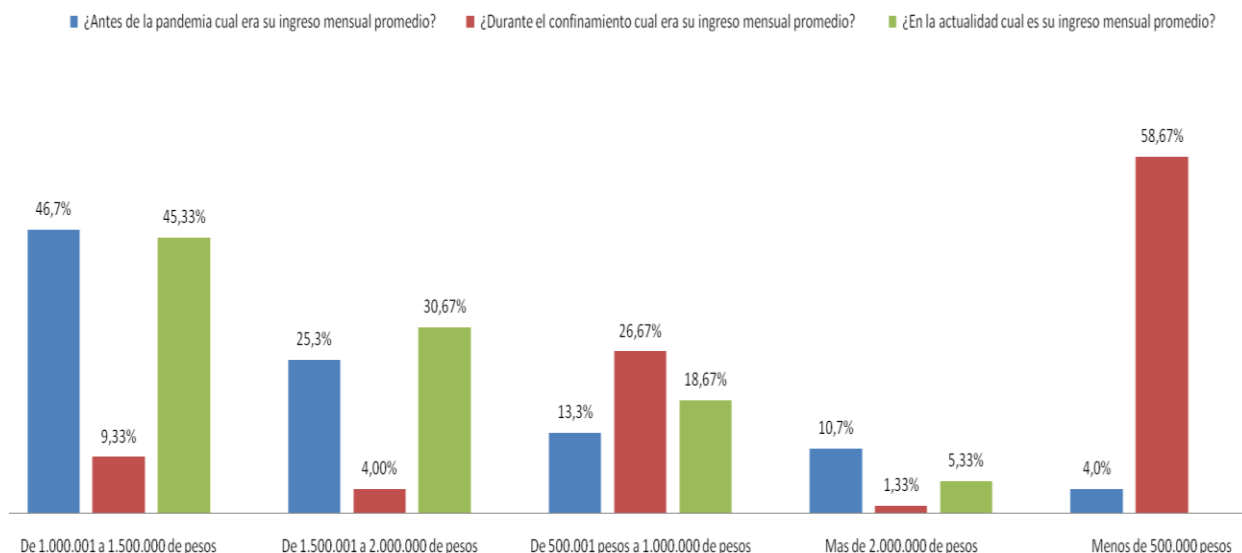
estabilizándose a sus marcas antes de la pandemia, pero aún hay un camino por recorrer.

**Tabla 7. Ingresos mensuales antes- durante- después de la pandemia**

<b>RESPUESTA</b>	<b># DE PERSONAS</b>
<b>¿Antes de la pandemia cuál era su ingreso mensual promedio?</b>	
De 1.000.001 a 1.500.000 de pesos	35
De 1.500.001 a 2.000.000 de pesos	19
De 500.001 pesos a 1.000.000 de pesos	10
Más de 2.000.000 de pesos	8
Menos de 500.000 pesos	3
<b>Total general</b>	<b>75</b>
<b>¿Durante el confinamiento cuál era su ingreso mensual promedio?</b>	
De 1.000.001 a 1.500.000 de pesos	7
De 1.500.001 a 2.000.000 de pesos	3
De 500.001 pesos a 1.000.000 de pesos	20
Más de 2.000.000 de pesos	1
Menos de 500.000 pesos	44
<b>Total general</b>	<b>75</b>
<b>¿En la actualidad cuál es su ingreso mensual promedio?</b>	
De 1.000.001 a 1.500.000 de pesos	33
De 1.500.001 a 2.000.000 de pesos	23
De 500.001 pesos a 1.000.000 de pesos	14
Más de 2.000.000 de pesos	5
(en blanco)	
<b>Total general</b>	<b>75</b>

Fuente: los autores

## Grafica 4. Ingresos mensuales antes- durante- después de la pandemia



Fuente: los autores

Durante el confinamiento más de la mitad de la población objeto de estudio representado por un 58,67% del total de las mujeres que se dedican a la prestación del servicio de manicura y pedicura percibió ingresos por menos de \$500.000 pesos, un 26,67% percibió ingresos de \$500.000 pesos a \$1.000.000 de pesos, un 9,33% de \$1.000.000 a 1.500.000 y el 4% de \$1.500.000 a \$2.000.000 de pesos.

Antes de la pandemia el 4% de la población tenía ingresos por menos de \$500.000, en la actualidad ese porcentaje desapareció y las mujeres que se dedican a la prestación del servicio de manicura y pedicura con menores ingresos representan un 18,67% de la población total. El segmento de \$1.000.000 de pesos a \$1.500.000 de pesos mantiene su porcentaje de 46,7% en la actualidad respecto a su porcentaje antes de la pandemia.

Aunque la cuarentena nacional restringió la apertura/ funcionamiento de los negocios, los empleados informales fueron afectados en mayor medida. En general, los trabajadores informales tuvieron menores probabilidades de trabajar durante las primeras etapas de la cuarentena nacional. Este tipo de trabajadores tiene una mayor propensión a trabajar en actividades no esenciales con alto nivel de contacto (comercio o servicios) y menor capacidad para tele trabajar que los trabajadores formales. No obstante, debido a que la creación de empleo y empresas en el sector informal se puede hacer de manera más rápida y con costos más bajos, ya que no incurren en gastos de protección social (salud y

pensión, parafiscales, vacaciones, entre otros), la recuperación de los niveles de empleo informales tiende a ser más rápida que el sector formal<sup>8</sup>.

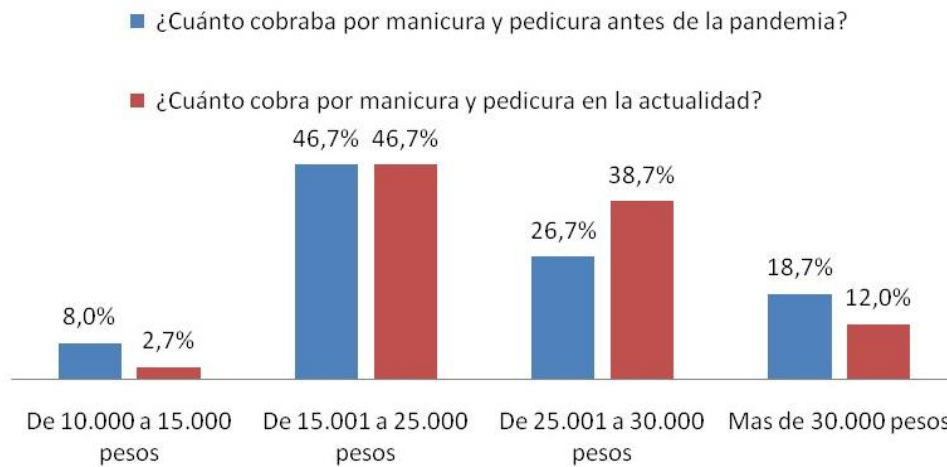
**Tabla 8. Variación del precio del servicio antes y después de la pandemia**

<b>RESPUESTA</b>	<b># DE PERSONAS</b>
<b>¿Cuánto cobraba por manicura y pedicura antes de la pandemia?</b>	
De 10.000 a 15.000 pesos	8,00%
De 15.001 a 25.000 pesos	46,70%
De 25.001 a 30.000 pesos	26,70%
Más de 30.000 pesos	18,70%
<b>¿Cuánto cobra por manicura y pedicura en la actualidad?</b>	
De 10.000 a 15.000 pesos	2,70%
De 15.001 a 25.000 pesos	46,70%
De 25.001 a 30.000 pesos	38,70%
Más de 30.000 pesos	12,00%

Fuente: los autores

<sup>8</sup> Departamento Nacional De Planeación. (2021). colaboracion.dnp.gov.co/. Obtenido de [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Notas\\_politica\\_publica\\_EMPLEO\\_09\\_04\\_21\\_v4.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Notas_politica_publica_EMPLEO_09_04_21_v4.pdf)

**Tabla 9. Variación del precio del servicio antes y después de la pandemia**



Fuente: los autores

El principal cambio del precio en el servicio de manicura y pedicura se dio en el segmento de los \$25.000 a \$30.000 pesos donde antes de la pandemia un 26,7% de la población objeto de estudio cobraba estos valores por la prestación de sus servicios, en la actualidad la población que cobra de \$25.000 a \$30.000 aumento a 38,7% lo que representa un aumento del 12% en este segmento.

Se percibe una disminución del 5,3% en el segmento que cobraba de \$10.000 a \$15,000 pesos, esto es prueba que se ha vuelto insostenible mantener los precios bajos después de la pandemia, por el contrario, en el segmento que tiene los mayores precios cobrando más de \$30.000 pesos por el servicio de manicura y pedicura se evidencia una caída del 6,7% lo que también prueba que se ha tenido que reducir los precios en algunos segmentos con el objetivo de mantener las ventas. El segmento de la población que cobra de \$15.000 a \$25.000 representado por el 46,7% de la población mantiene el mismo porcentaje de mujeres antes y después de la pandemia, lo que permite identificar que este rango de precios es el más aceptado por la población en general.

Esta práctica de belleza se vio fuertemente afectada por la pandemia, el aislamiento y el temor de los consumidores. Confecámaras estima que en 2019 había más de 44.300 peluquerías y empresas del sector, solo 35% de estas formales, y durante los primeros meses de 2020 presentaron contracciones de hasta 70% en sus ingresos<sup>9</sup>. Para este sector el impacto fue muy fuerte ya que las personas al estar en sus casas y cumplir con sus obligaciones laborales desde ella para a segundo plano la presentación personal y la demanda de los servicios de belleza se redujo.

<sup>9</sup> La republica. (2021). *Larepublica.co*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/las-manicuristas-mueven-hasta-6-000-millones-en-un-mercado-que-es-65-informal-3200615>

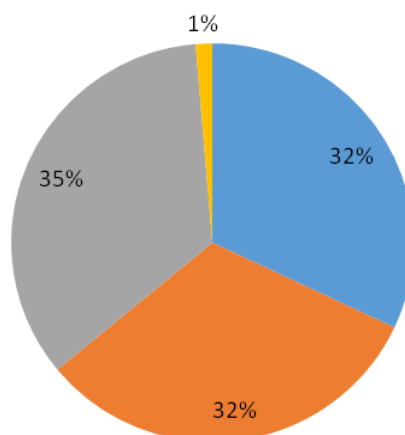
**Tabla 10 ¿Cuánto tiempo de experiencia tiene trabajando en la prestación de sus servicios?**

RESPUESTA	Nº DE PERSONAS
De 1 a 3 años	24
De 3.01 años a 5 años	24
Más de 5 años	26
Menos de un año	1
<b>Total general</b>	<b>75</b>

Fuente: los autores

**Tabla 11 ¿Cuánto tiempo de experiencia tiene trabajando en la prestación de sus servicios?**

■ De 1 a 3 años ■ De 3.01 años a 5 años ■ Mas de 5 años ■ Menos de un año



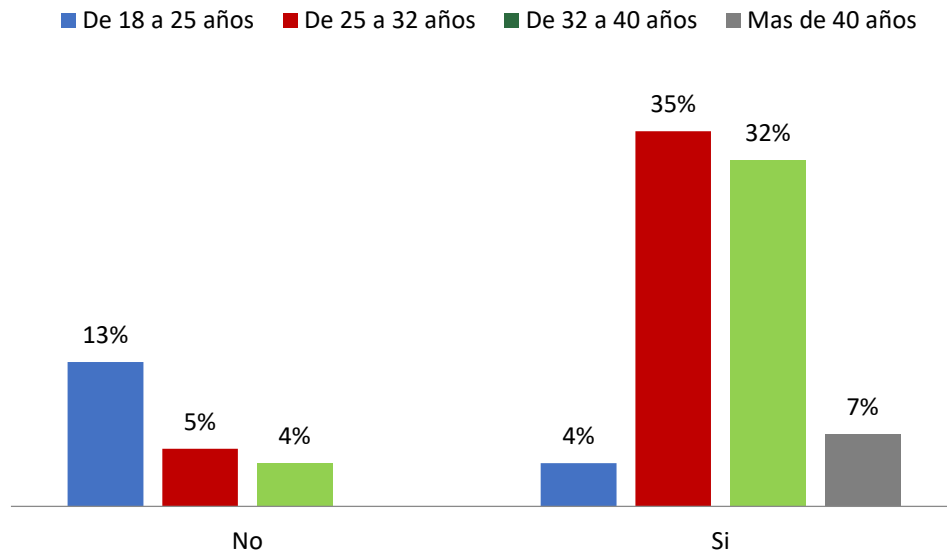
Fuente: los autores

El 99% de la población objeto de estudio tiene más de un año de experiencia en la prestación de los servicios de manicura y pedicura, de este porcentaje hace parte un 32% de mujeres que prestan estos servicios que tienen entre 3 y 5 años de experiencia, de la misma forma a este 99% pertenece un 32% de mujeres que tienen entre 1 y 3 años de experiencia.

Las mujeres que tienen más de 5 años de experiencia conforman el segmento con mayor participación, este segmento representa el 35% de la población total, esto demuestra que la población objeto de estudio encuentra en la prestación de su servicio un sustento económico duradero para su familia.



## Grafica 5. Tiene Hijos-rango de edad



Fuente: los autores

El 78% de las mujeres que hacen parte de la población objeto de estudio tiene hijos, el 35% de las mujeres que prestan servicios de manicura y pedicura en Fusagasugá tienen hijos y se encuentran en el rango de los 25 a 32 años. El rango de las mujeres de 18 a 25 años que tienen hijos está representado por el 4% de la población total.

Las mujeres que no tienen hijos ocupan el 22% de la población, donde el 13% más de la mitad de la población que no tiene hijos está representado por mujeres entre 18 a 25 años, este dato coincide con las tendencias actuales de las mujeres jóvenes quienes manifiestan no querer ser madres, según los estudios demográficos, no desean tener hijos. Pero a ojos de los demás, todavía hoy son mujeres cuestionadas que se salen de la norma.

Con su decisión desmontan el mito del instinto maternal, una construcción social y cultural que sigue ejerciendo presión sobre las mujeres y las condiciona, según afirman expertos sociólogos<sup>10</sup>.

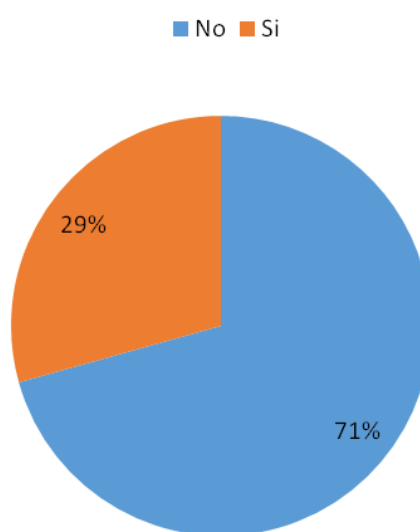
<sup>10</sup> MORENO, M. (2022). rtve.es. Obtenido de <https://www.rtve.es/noticias/20220505/mujeres-no-madres-no-desean-tener-hijos/2346616.shtml>

**Tabla 12. ¿Durante la pandemia sus hijos perdieron el año escolar?**

RESPUESTA	Nº DE PERSONAS
No	53
Si	22
<b>Total general</b>	<b>75</b>

Fuente: los autores

**Grafica 6. ¿Durante la pandemia sus hijos perdieron el año escolar?**



Fuente: los autores

El 29% de los hijos de la población objeto de estudio perdió el año escolar esta cifra es sumamente preocupante pues 1 de cada 3 niños de las mujeres que prestan los servicios de manicura y pedicura se vio seriamente afectado por la pandemia a tal punto que le fue imposible cumplir a cabalidad con sus actividades académicas. En América Latina y el Caribe vive cerca del 60% de todos los niños, niñas y adolescentes que perdieron un año escolar completo en todo el mundo debido a los confinamientos por causa del COVID-19, según los datos publicados hoy por UNICEF<sup>11</sup>.

Antes de pandemia, el número de estudiantes que repitieron año fue de 203.010, en 2020 esta cifra aumentó a 491.722, según un informe presentado por el

---

<sup>11</sup> Unicef. (2021). [www.unicef.org](https://www.unicef.org/lac/comunicados-prensa/3-de-cada-5-ninos-y-ninas-que-perdieron-un-a%C3%B1o-escolar-en-el-mundo-durante-la-pandemia-viven-en-america-latina-y-el-caribe). Obtenido de <https://www.unicef.org/lac/comunicados-prensa/3-de-cada-5-ninos-y-ninas-que-perdieron-un-a%C3%B1o-escolar-en-el-mundo-durante-la-pandemia-viven-en-america-latina-y-el-caribe>

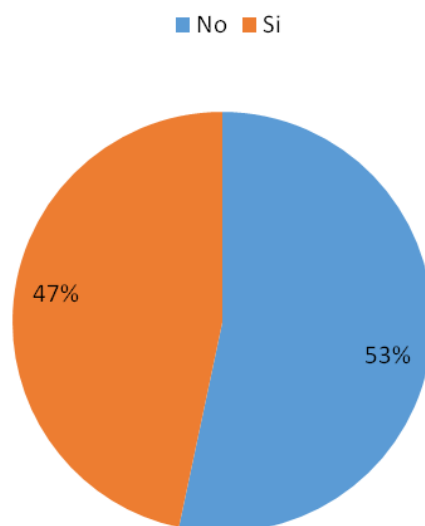
Laboratorio de Economía de la Educación de la Universidad Javeriana<sup>12</sup>. La falta de herramientas tecnológicas y el acceso a internet influyo fuertemente en esta situación.

**Tabla 13. ¿Se considera madre soltera?**

RESPUESTA	Nº DE PERSONAS
No	40
Si	35
<b>Total general</b>	<b>75</b>

Fuente: los autores

**Grafica 7. ¿Se considera madre soltera?**



Fuente: los autores

El 47% de las mujeres que hacen parte de la población objeto de estudio manifiestan que por diferentes razones han tenido que asumir la responsabilidad total de la crianza de sus hijos, Según datos recopilados de la Encuesta longitudinal colombiana (Elca), de la Universidad de los Andes, y del Instituto de la Familia de la Universidad de La Sabana, cerca de la mitad de las mujeres del país son madres solteras.

---

<sup>12</sup> El espectador. (2022). [www.elespectador.com](https://www.elespectador.com/educacion/durante-la-pandemia-se-duplico-el-numero-de-ninos-en-colombia-que-perdieron-el-ano/). Obtenido de <https://www.elespectador.com/educacion/durante-la-pandemia-se-duplico-el-numero-de-ninos-en-colombia-que-perdieron-el-ano/>

Datos del DANE del año 2017 indican que 56 % de las mujeres colombianas son madres cabezas de familia. Además, solo el 41,9 % tiene alguna ocupación laboral fuera del hogar<sup>13</sup>.

Las madres solteras encuentran en la prestación del servicio de manicura y pedicura una flexibilidad que les permite garantizar el desarrollo de sus hijos en el desarrollo de la investigación se evidencio que estas madres perciben el oficio de la prestación de sus servicios como una actividad que les garantiza estabilidad económica, sin embargo, también varias de ellas manifestaron que les gustaría estudiar y ser profesionales en otras áreas.

**Tabla 14. ¿Qué medio de transporte usa para movilizarse al trabajo?**

<b>RESPUESTA</b>	<b>Nº DE PERSONAS</b>
Camina	15
Transporte publico	43
Un amigo la lleva	1
Vehículo propio	16
<b>Total general</b>	<b>75</b>

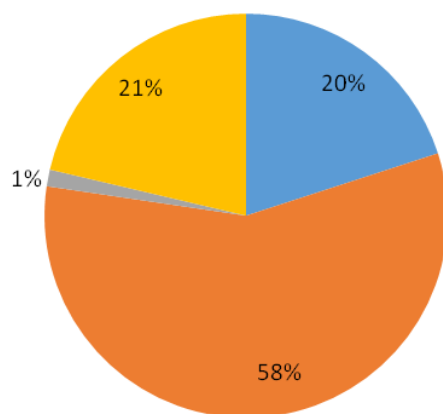
Fuente: los autores

---

<sup>13</sup> Universidad D. (2018). repositorio.uniandes.edu.co. Obtenido de <https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/31916?>

### Grafica 8. ¿Qué medio de transporte usa para movilizarse al trabajo?

■ Camina   ■ Transporte publico   ■ Un amigo la lleva   ■ Vehículo propio



Fuente: los autores

La población objeto de estudio usa el transporte público como medio de transporte principal para movilizarse a su empleo, el 1% de la población manifiesta que una persona allegada a la familia, amigo o vecino la acerca o la lleva hasta el lugar donde desempeña su actividad laboral.

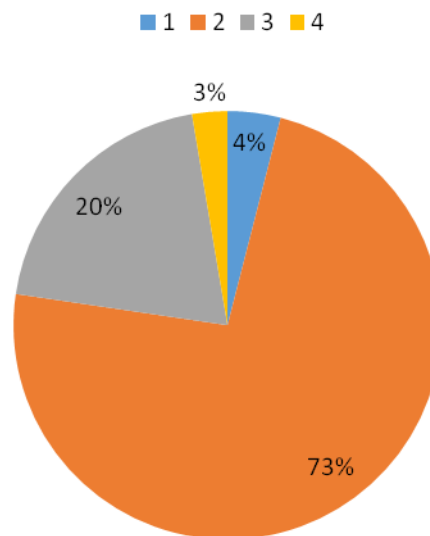
El 20% de la población objeto de estudio cuenta con un vehículo propio para movilizarse a su sitio de prestación de servicio este vehículo generalmente es una motocicleta. El 21% de las mujeres que prestan el servicio de manicura y pedicura en Fusagasugá optan por caminar a su lugar de trabajo.

### Tabla 15. ¿Cuál es el estrato de la vivienda donde habita?

RESPUESTA	Nº DE PERSONAS
1	3
2	55
3	15
4	2
<b>Total general</b>	<b>75</b>

Fuente: los autores

**Grafica 9 ¿Cuál es el estrato de la vivienda donde habita?**



Fuente: Los autores

En el estrato uno se encuentra el 4% de la población objeto de estudio, el mayor porcentaje la población se encuentra ubicada en el estrato económico 2 representada por un 73% de las mujeres que se dedican a la prestación del servicio de manicura y pedicura.

En el estrato económico 3 se ubica el 20% de la población objeto de estudio y por último en el estrato 4 se encuentra el 4% de la población, es importante mencionar que en la población objeto de estudio ninguna mujer se encuentra en un estrato superior al estrato 4

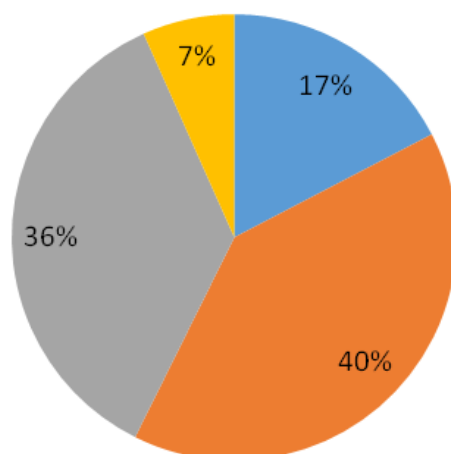
**Tabla 16. ¿En qué rango de edad se encuentra?**

RESPUESTA	Nº DE PERSONAS
De 18 a 25 años	13
De 25 a 32 años	30
De 32 a 40 años	27
Más de 40 años	5
<b>Total general</b>	<b>75</b>

Fuente: los autores

**Grafica 10. ¿En qué rango de edad se encuentra?**

■ De 18 a 25 años ■ De 25 a 32 años  
■ De 32 a 40 años ■ Mas de 40 años



Fuente: los autores

El mayor porcentaje de la población objeto de estudio se encuentra en el rango de los 25 a 32 años representada por un 40% del total, en menor cantidad representada por un 36% se encuentra la población de 32 a 40 años.

La población que se encuentra en el rango menor de edad de 18 a 25 años está representada por un 17% del total y en menor cantidad se encuentra la población con más de 40 años a la cual le corresponde el 7% del total de mujeres que se dedican a la prestación del servicio de manicura y pedicura en la ciudad.

## **CAPITULO III**

### **13. ESTRATEGIAS DE REACTIVACION ECONOMICA**

Como resultado del análisis de campo, la aplicación de la encuesta y el desarrollo de la matriz DOFA se proponen estrategias que podrían influenciar la reactivación económica de las mujeres que prestan el servicio de manicura y pedicura en la ciudad de Fusagasugá. Se determinó que una de las principales problemáticas de esta población es la falta de estandarización en la prestación de sus servicios, ya que la mayoría de estas mujeres impone sus procedimientos y deja de lado los estándares básicos como los protocolos de bioseguridad que son indispensables a la hora del servicio. Estas mujeres no cuentan con formación oficial relacionada con su actividad comercial y la mayoría no ha implementado estrategias de marketing digital.

El 47% de estas mujeres son madres solteras, que vieron afectado el proceso escolar de sus hijos pues un tercio de estos perdió el año escolar durante la pandemia, la crisis económica mundial y el aumento del precio de los insumos hace indispensable, general un tipo de asociación entre las mujeres que les permita regular los precios que establecen por la prestación de sus servicios, al tiempo que se vean beneficiadas por las legislaciones del gobierno enfocadas en las mujeres emprendedoras. Estas mujeres no cuentan con seguridad social y no están haciendo aportes para su pensión cuando alcancen la edad necesaria para obtenerla.

Al comprender las necesidades de esta población se ha determinado que la creación de una organización de economía solidaria, donde estas mujeres puedan fortalecer sus debilidades y protegerse de las amenazas del medio donde desarrollan su actividad comercial, daría alivio a todas estas problemáticas, fortaleciendo el sector y permitiendo a las mujeres reactivar su economía. A través de esta cooperativa se aconseja desarrollar las estrategias de reactivación que se proponen en el presente documento.



### 13.1 Estrategia para la creación de una cooperativa integral

Después de analizar los diferentes tipos de organizaciones de economía solidaria que se pueden crear en Colombia se establece que la cooperativa integral es la figura adecuada para la población objeto de estudio, esta figura permite desarrollar las actividades necesarias para combatir las problemáticas que enfrentan estas mujeres, para la creación de este tipo de organización de economía solidaria se deben seguir los siguientes pasos:

- Debe existir un grupo de al menos 20 mujeres que manifiesten el deseo de asociarse y desarrollar la actividad comercial de manicura y pedicura a través de la cooperativa.
- Estas mujeres deben tomar un curso de economía solidaria de mínimo 20 horas en una entidad abalada por el gobierno nacional.
- Las mujeres que participan deben establecer un borrador de los estatutos para debatirlos en la asamblea, el borrador debe incluir los siguientes puntos:
  - Cuál será el objeto de la cooperativa
  - La dirección de la organización
  - Especificar que es una cooperativa integral
  - Especificar que es una cooperativa local
  - El nombre de la cooperativa
- Hacer una asamblea de constitución donde:
  - Se cita a las asociadas fiando una hora, fecha y lugar de la reunión
  - Se deben aprobar los estatutos
  - Se debe elegir al presidente, el revisor fiscal, el secretario y el concejo administrativo
  - El consejo elige un representante legal para la cooperativa
  - Se elabora el acta de constitución
- Es necesario cumplir los procedimientos ante la Cámara de Comercio, superintendencia y la DIAN

Con la creación de esta cooperativa se podrán comprar los productos al por mayor lo que reducirá considerablemente el aumento en los costos de los insumos, al tiempo que se podrá acceder a los servicios de seguridad social. Siendo una organización sin ánimo de lucro y de carácter solidario se podrán acceder a diferentes iniciativas gubernamentales que beneficiarán a estas mujeres.

Buscar recursos para su financiamiento con el gobierno nacional como el fondo mujer emprende donde se ofrecen diferentes tipos de recursos para las mujeres

que quieran reactivar su actividad comercial post pandemia, acceder a estos recursos a través de los formularios disponibles en la página de impulsa Colombia,

### **13.2 Estrategia de marketing**

El marketing es una herramienta vital y necesaria para todos en un entorno de cambios y amenazas se debe estar preparado para sobrevivir en el mercado, el continuo desarrollo de técnicas y la implementación de nuevas tecnologías en la actividad comercial de la población objeto de estudio producen una serie de cambios que terminan siendo claves para mantener los clientes. Es necesario desarrollar un plan de márketing que permita a estas mujeres defenderse en el entorno aprovechando las normativas del gobierno nacional respecto a la economía naranja.

Se ha identificado que la población objeto de estudio no cuenta con una estrategia de marketing efectiva, lo que puede influenciar a la hora que los clientes escojan que servicios quieren tomar. Por tal razón se propone implementa runa estrategia enfocada principalmente en el márketing digital. Esta estrategia propone los siguientes puntos.

- Creación de página personal en facebook donde se contará la vida de cada mujer, su experiencia, se hablará de sus metas y sueños y se mostrará algunas cosas de su trabajo diario.
- Creación de perfil en la red social Instagram donde se publicarán los diferentes servicios que se prestan, con fotos adecuadas y una descripción precisa de los procedimientos utilizados.
- Creación de un whatsapp empresarial, el cual permite tener un catálogo con los servicios y precios que presta cada manicurista, este será el canal directo de comunicación con los clientes, a través del cual se agendarán citas y se resolverán inquietudes.
- Curso corto de fotografía y descripción de producto, para que las mujeres aprendan a tomar fotografías adecuadas para sus redes sociales.
- Crear un servicio de manicura y pedicura enfocado en las necesidades de los hombres heterosexuales.
- Crear promociones y descuentos para los clientes frecuentes.

### **13.3 Estrategia de educación formal**

Considerando que la mayoría de mujeres que hacen parte de la población objeto de estudio no cuenta con formación profesional certificada a pesar de contar con varios años de experiencia en la práctica de su actividad comercial, se propone que busquen certificarse a través de los diferentes cursos que ofrece el SENA principalmente en las siguientes áreas:

- Bioseguridad
- Buenas prácticas en la prestación del servicio de manicura y pedicura
- Presupuesto personal

Si bien las mujeres que prestan estos servicios son trabajadoras independientes, prestan sus servicios en establecimientos comerciales de terceros por eso se hace fundamental que puedan realizar un manejo de sus ingresos y egresos de forma eficiente, se propone que estos cursos sean tomados en grupos y solicitados al SENA a través de la cooperativa integral que se ha propuesto crear en este documento.

## CONCLUSIONES

- El diagnóstico realizado permitió conocer que 59% de la población objeto de estudio tubo que adquirir deudas para satisfacer sus necesidades básicas y las de su familia durante el confinamiento, ya que a pesar que no suspendieron su activad comercial por completo, el flujo de clientes disminuyo notablemente afectando sus ingresos mensuales.
- La aplicación de la encuesta permitió observar que el oficio de la prestación de servicio de manicura y pedicura y sus derivados representan una fuente de empleo constante y duradera, el 32% de las mujeres que se dedican a este oficio tienen más de 3 años de experiencia mientras que la mayoría un 35% cuentan con más de 5 años de experiencia en el campo, estas mujeres no cuentan con educación formal, ni tienen acceso a la seguridad social.
- Se propusieron estrategias que pueden contribuir a la reactivación económica de las mujeres pertenecientes a la población objeto de estudio enfocadas en las debilidades y amenazas que afrontan en la actualidad.

## RECOMENDACIONES

- Es importante implementar estrategias de reactivación económicas enfocadas en el área de marketing digital y calidad de procesos, ya que durante la pandemia cambiaron las reglas de juego la presencia digital se volvió fundamental y las normas de bioseguridad obligatorias, se debe garantizar que los procedimientos de belleza cumplen con el reglamento bioseguridad. Las mujeres que se dedican a esta actividad comercial deben certificar sus conocimientos a través de instituciones oficiales.
- Es necesario que la población objeto de estudio se asocie a través de una organización de economía solidaria, para acceder a precios favorables comprando al por mayor los insumos necesarios, garantizar practicas adecuadas en la prestación de los servicios, al tiempo pueda acceder a seguridad social y educación formal.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía de Fusagasugá. (2019). Alcaldía de Fusagasugá. Obtenido de <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/Paginas/PageNotFoundError.aspx?requestUrl=http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Ecologia.aspx#>
- Departamento Nacional De Planeación. (2021). [colaboracion.dnp.gov.co/](http://colaboracion.dnp.gov.co/). Obtenido de [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Notas\\_politica\\_publica\\_EMPLEO\\_09\\_04\\_21\\_v4.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Notas_politica_publica_EMPLEO_09_04_21_v4.pdf)
- Díaz-Castrillón, F. J. (2020). SARS-CoV-2/COVID-19: el virus, la enfermedad y la pandemia. *Medicina - Laboratorio*, 23.
- El espectador. (2022). [www.elespectador.com](http://www.elespectador.com). Obtenido de <https://www.elespectador.com/educacion/durante-la-pandemia-se-duplico-el-numero-de-ninos-en-colombia-que-perdieron-el-ano/>
- FREUND, C. (noviembre de 2020). Banco Mundial Blogs. Obtenido de <https://blogs.worldbank.org/esvoces/las-empresas-luchan-por-mantenerse-flote-despues-de-perder-la-mitad-de-las-ventas>
- Garzon, M. P. (28 de Abril de 2020). *Peluquerías y salas de belleza, las otras víctimas del covid-1*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/bogota/coronavirus-afectacion-de-peluquerias-y-salas-de-belleza-en-bogota-489386>
- Maurici, M. (2020). El impacto del coronavirus en el sector de la belleza. *NOVA ET VETERA*.
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2 de 2020). Vigilancia Epidemiológica. Obtenido de Vigilancia Epidemiológica: [HYPERLINK "https://www.salud.gob.ec/coronavirus-covid-19"](https://www.salud.gob.ec/coronavirus-covid-19)
- Ministerio Salud Pública del Ecuador. (2 de 2016). Bioseguridad para establecimientos de salud. Obtenido de Bioseguridad para establecimientos de salud: <http://hospitalgeneralchone.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Manual-de-Bioseguridad02-2016-1.pdf>
- Morales, F. (2012). *Tipos de investigacion*.
- Ortiz, J. (28 de Febrero de 2020). [www.lifeder.com](http://www.lifeder.com). Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria/>

MORENO, M. (2022). rtve.es. Obtenido de <https://www.rtve.es/noticias/20220505/mujeres-no-madres-no-desean-tener-hijos/2346616.shtml>

La república. (2021). Larepublica.co. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/las-manicuristas-mueven-hasta-6-000-millones-en-un-mercado-que-es-65-informal-3200615>

Organización Mundial de la Salud. (5 de 1 de 2020). OMS. Obtenido de OMS: [https://www.who.int/csr/don/05-january-2020-pneumonia-of-unknown-cause-china/es/#:~:text=El%2031%20de%20diciembre%20de,provincia%20de%20Hubei%20\(China\).](https://www.who.int/csr/don/05-january-2020-pneumonia-of-unknown-cause-china/es/#:~:text=El%2031%20de%20diciembre%20de,provincia%20de%20Hubei%20(China).)

Organización Panamericana de la Salud. (9 de 7 de 2020). Transmisión del SARS-CoV-2: repercusiones sobre covid 19. Obtenido de Transmisión del SARS-CoV-2: repercusiones sobre covid 19: [HYPERLINK "https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/333390/WHO-2019-nCoV-Sci\\_BriefTransmission\\_modes-2020.3-spa.pdf"](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/333390/WHO-2019-nCoV-Sci_BriefTransmission_modes-2020.3-spa.pdf)

Palomares, J. (2015). *www.researchgate.net*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/figure/Figura-4-Fases-de-la-investigacion-accion-participacion-Atencio-2015\\_fig1\\_318403539](https://www.researchgate.net/figure/Figura-4-Fases-de-la-investigacion-accion-participacion-Atencio-2015_fig1_318403539)

PNUD América Latina y el Caribe . (Marzo de 2020). *www.latinamerica.undp.org*. Obtenido de [https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/library/crisis\\_prevention\\_and\\_recovery/a-conceptual-framework-for-analyzing-the-economic-impact-of-covi.html](https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/library/crisis_prevention_and_recovery/a-conceptual-framework-for-analyzing-the-economic-impact-of-covi.html)

Portafolio. (2019). *Radiografía de cómo se endeudan las mujeres en Colombia*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/radiografia-de-como-se-endeudan-las-mujeres-en-colombia-526915>

QuestionPro. (s.f.). QuestionPro. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>

Serrano, S. G. (2020). Enfermedad por coronavirus 2019. FISTERRA, 20.

Unicef. (2021). *www.unicef.org*. Obtenido de <https://www.unicef.org/lac/comunicados-prensa/3-de-cada-5-ninos-y-ninas-que-perdieron-un-a%C3%B1o-escolar-en-el-mundo-durante-la-pandemia-viven-en-america-latina-y-el-caribe>

Universidad D. (2018). *repositorio.uniandes.edu.co*. Obtenido de <https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/31916?>

Vicepresidencia de Colombia. (2021). *SERIE MUJERES EN TIEMPOS DE COVID-19*.

Zapata , F., & Rondán, V. (12 de 2016). *mountain*. Obtenido de <https://mountain.pe/recursos/attachments/article/168/Investigacion-Accion-Participativa-IAP-Zapata-y-Rondan.pdf>