

**“BELLEZA EMPRENDEDORA, CURSO DE COSMETOLOGÍA DIRIGIDO A
LAS MUJERES DEL AA.HH.TORRES DE SAN BORJA DEL DISTRITO DE
MOCHE – 2019”**

ENTREPRENEUR BEAUTY, COSMETOLOGY COURSE DIRECTED TO WOMEN
OF THE HUMAN SETTLEMENT TORRES DE SAN BORJA – MOCHE - 2019

*Cueva Urra, Marlies Alicia¹; Arroyo Perales, Yuliza²; Pérez Fustamante, Romina; Ramos
Saravia, Ana Claudia; Rodríguez Rodríguez, Roger; Salazar Rodríguez, Yubicksa; Segura
Hernández, Milagros⁶.*

¹Docente. Administración y Negocios Internacionales. Universidad Privada del Norte. Perú

²⁻⁶Estudiantes Administración y Negocios Internacionales. Universidad Privada del Norte .Perú

RESUMEN:

El presente artículo académico se centra en explicar el proyecto “Belleza – emprendedora”, un taller de cosmetología y emprendimiento, para la comunidad del AA.HH Torres de San Borja – Moche. Es así como inició nuestra observación alrededor de la zona para brindar una oportunidad de negocio y que sea planteada a la comunidad interesada. Para ejecutar el taller, se decidió enfocarse en mujeres amas de casa, adolescentes de Torres de San Borja. Las participantes tenían ganas de adquirir conocimiento en el tema de cosmetología y asimismo ganas de emprender en un futuro un negocio de dicho rubro. Es así como se dio inicio al proyecto “Belleza Emprendedora” donde se dictaron cursos básicos de cosmetología (emprendimiento, corte y peinado, maquillaje y manicure). El taller dictado tuvo como objetivo inculcarles la idea la idea de realizar un negocio de acuerdo a los módulos dictados para así poder generar ingresos y mejorar su calidad de vida. El curso se desarrolló mejor de lo previsto ya que al finalizar, el material utilizado se quedó con tres participantes que tuvieron mayor destreza para que puedan emprender en un salón de belleza. Dentro del artículo mencionamos los materiales que fueron utilizados y la metodología de enseñanza empleada a lo largo del desarrollo del proyecto. También se anexó el video en donde se muestra las participaciones de las alumnas y de las misma manera las sesiones realizadas y para finalizar se realizó conclusiones y recomendaciones, las cuales pueden contribuir con próximos proyectos a realizar dentro del AA.HH ya antes mencionado.

PALABRA CLAVE:

Emprendimiento, mujeres, ingresos, belleza.

ABSTRACT:

This academic article focuses on explaining the project "Entrepreneur Beauty", a cosmetology and entrepreneurship workshop, for the community of human settlement Torres de San Borja - Moche. This is how we request our observation around the area to provide a business opportunity and that is raised to the community concerned. To run the workshop, focus on women housewives, teenagers from Torres de San Borja. The participants gained from acquiring knowledge in the field of cosmetology and gained from undertaking a business in that area in the future. This is how the "Entrepreneur Beauty" project began, where basic courses in cosmetology (entrepreneurship, cutting and styling, makeup and manicure) were taught. The workshop was aimed at instilling the idea of conducting a business according to the modules dictated to generate income and improve their quality of life. The course will be better than expected since at the end, the material used remained with three participants who had more skill so that they can undertake in a beauty salon. Within the article, the materials that were used and the teaching methodology used throughout the development of the project are mentioned. You can also see the video showing the student participation and in the same way the sessions held and finally conclusions and recommendations were made, which can contribute to the next projects to be carried out within the human settlement.

KEYWORD:

Entrepreneurship, women, income, beauty.

INTRODUCCIÓN:

La Responsabilidad Social de las Universidades según (Vallaeys, 2010) nos menciona que más que generar impactos educativos, cognitivos, de innovación o de investigación, debe generar impactos sociales, así como, organizacionales, que se gestionan desde varios actores e inciden en distintos grupos de interés.

Por lo tanto, la universidad, desde su trayectoria histórica, y las nuevas realidades, adquiere un compromiso para aportar en la transformación social, apoyando al colectivo, de

manera responsable, al suministrarle herramientas, e incentivos para la generación de nuevas formas, que le representen realidades más favorables; sobre todo, si se trata de grupos poblacionales en situaciones de desventaja, ventaja económica y exclusión social. (Valle, Y.; Pérez C., 2016).

La responsabilidad social de las organizaciones según Valleys (2009) es el despliegue de los valores éticos, donde la organización se compromete a minimizar sus impactos negativos y a maximizar los positivos, trabajando para dar un servicio cada vez mejor para

todos y reconociendo o diagnosticando cuáles son los impactos que en concreto –tanto internos como externos–, crea la universidad en su entorno en función de responsabilizarse de los mismos para que sean positivos en vez de negativos y gestionarlos. Entonces, recomienda gestionar los impactos que generan las RSE en el despliegue de la responsabilidad social en vez de realizar una política de promoción de valores. Es por ello que según (Rodríguez, 2012), la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) es una realidad inherente a la naturaleza y es la misión del nivel de educación superior.

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial es definida según la organización Consultora Creativa de R.S Crearse (2011) como: "el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida".

Por otro lado, (Jacóme, Salazar & Borja, 2017) considera que la RSE se asume de manera voluntaria por las organizaciones, es un valor que la empresa siente como propio, y no una acción que las empresas llevan a cabo, sólo con el fin de obtener otras ventajas asociadas.

Durante la etapa del proyecto social en Torres de San Borja, el propósito siempre

fue ayudar a la comunidad a desarrollarse e ir evaluando sus condiciones y estilos de vida. Analizando los indicadores que influyen mucho en una comunidad. Es por ello que se vió la necesidad de generar idea de emprendimiento para el desarrollo de un salón de belleza en Torres de San Borja, un negocio innovador y que cree valor en la comunidad. En ese sentido, Stevenson (2000), plantea: "el entorno es importante, y es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución"

El objetivo del proyecto "Belleza Emprendedora" fue motivar y guiar a las mujeres de Torres de San Borja en el mundo del emprendimiento. Actualizarlas y enseñarles las nuevas tendencias de belleza. Pineda, J. (2014) nos menciona que las mujeres, más que para los hombres, la decisión de emprender un negocio está frecuentemente vinculada a la necesidad o a la flexibilidad de tiempo y localización; esto es con la independencia para poder acomodar las necesidades de la familia y la crianza de los hijos. Geoffrey Jones, historiador de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, señala que la industria de la belleza emergió durante la segunda mitad del siglo XIX, se convirtió en una de las expresiones de la

modernidad y, hoy en día, es uno de los sectores más globalizados y globalizantes en lo económico y cultural (Jones 2010).

Una de las mayores preferencias que se vive en la actualidad es el cuidado personal. Esto ha llevado a que la tendencia de la estética y la belleza experimenten un crecimiento marcado en los últimos años. (América Economía 2014). Desde la época antigua las mujeres se preocupaban por su apariencia física a pesar de que no contaban con un espacio acorde que facilite realizarse los diferentes tipos de tratamientos estéticos (Castro, 2016).

Es por eso que el grupo ejecutor realizó un taller intensivo de 4 módulos fundamentales para que en un futuro de implemente un salón de belleza. Durante la realización del módulo se identificó personas interesadas y que les gustaba aprender a maquillar, hacer peinados y a otras personas hacer diseños en las uñas. Asimismo, durante este periodo de enseñanza cosmética, se realizó también temas de emprendimiento, costos y presupuestos para llegar al precio de sus servicios, asimismo enseñarles el tiempo de vida de cada material, y finalmente que poco a poco se vayan desarrollando los objetivos específicos como aprender técnicas de belleza. Finalmente nuestro proyecto “Belleza Emprendedora” se realizó con éxito.

MATERIALES Y MÉTODOS:

El plan del proyecto “Belleza Emprendedora” se dio a conocer mediante tarjetas de invitación las cuales se repartieron casa por casa y se pegó papelotes en las 3 tiendas más concurridas de la zona “Torres de San Borja”, además se fue anunciando la presentación de las actividades a realizar conjuntamente con el apoyo de la Encargada del comité del Club de Madres de dicho lugar.

Se logró la asistencia de 21 madres de familia a las cuales se les dio a conocer el proyecto y la oportunidad de emprender con un pequeño negocio propio.

Las actividades se subsanaron por 4 módulos que fueron corte de cabello de dama, peinados, maquillaje y manicure realizadas en el mismo orden. Se retroalimentó al finalizar el proyecto, a las madres, en los módulos que más les gustaron que fueron en específicos con el módulo de maquillaje. Cada clase trabajaron en parejas, demostrando buenos resultados, habilidad de aprender en poco tiempo y compromiso con el desarrollo del proyecto.

Tabla 1. Materiales de los Talleres ejecutados

Cortes de Cabello y Peinados	Maquillaje	Manicure
Capa Tijera Recta Tijera Entre sacadora Pulverizador Separadores Peine Bota pelo	Set de Maquillaje Set de Brochas Esponjas Polvo Bases Rímel	Set de Manicure Papel Toalla Limas Búfer Crema Humectante Ruleta de uñas

Talco Porta Navajas Laca Gel Ligas Ganchos Negros Tiara	Pestañas Tira Lápiz Delineador Toallas Húmedas Difuminador	Brillo secante Esmaltes colores Escobilla de uñas Set de Pinceles Algodón Acetona Recipiente Removedor de Esmalte
--	---	--

Fuente: Elaboración GRUPO "Belleza Emprendedora"



Figura 1. Materiales de los talleres ejecutados

Materiales de Apoyo:

Tabla 2. Materiales de difusión y Taller de Emprendimiento

Papel boom
Papelotes
Impresiones
Papel de colores
Tripticos2

Fuente: Elaboración GRUPO "Belleza Emprendedora"

RESULTADOS Y DISCUSIÓN:



Figura 2. Difusión del taller Belleza Emprendedora.

Se eligió un curso de cosmetología profesional para que se aprenda de

forma teórica y sobretodo práctica acerca de cuatro módulos: corte, peinado, maquillaje y manicure, asimismo, se brindaron charlas sobre emprendimiento con la finalidad de que se incentivara a cada persona para que al finalizar el curso tengan una idea de negocio y puedan ser ellas quienes generen ingresos.

Tabla 3. Explicación y recaudación e información del taller

RESULTADO	Presentación de una lista de mujeres jóvenes y madres de familia que desean inscribirse en el curso Belleza Emprendedora en el AA.HH. del año 2019.
LOGROS	<ul style="list-style-type: none"> - Se logró obtener información acerca del curso de cosmetología. - Se explicó el curso y se recaudó información de las mujeres interesadas en participar. - Se seleccionó el lugar en el que se realizaría el trabajo.

Fuente: Elaboración GRUPO "Belleza Emprendedora"

Se lograron inscribir 21 personas, entre ellas jóvenes y madres de familia. Se organizó la información a través de un cuadro, donde se registró el nombre de cada una de ellas y se evaluó de acuerdo a las asistencias y participación (%).

NOMBRE Y APELLIDO	ASISTENCIA (en base a 3 clases)						TOTAL	PROM PART. POR PERSONA
	MIER-02 OCT	MIER-09 OCT	MIER-16 OCT	MIER-23 OCT	MIER-30 OCT	MIER-06 NOV		
Alina de la Cruz Marineros	1	1	1	1	1	1	6	100.0%
Elvira Castillo Nieto	1	1	0	1	0	0	3	50.0%
Lucía García	1	0	0	0	1	0	2	33.3%
Paola Huamán Cruz	0	0	0	0	1	0	1	16.7%
Jackeline Jara Aguirre	1	0	1	0	1	1	4	66.7%
Jahaira Diaz Huamán	1	1	1	1	1	1	6	100.0%
Maite Huamán Cruz	0	0	0	0	1	1	2	33.3%
Kelly Perez Burgos	1	1	0	1	1	0	4	66.7%
Luc Estrella Polo	0	0	0	0	1	0	1	16.7%
Maria Polo Lopez	1	0	1	1	1	1	5	83.3%
Irene Huamán Vásquez	1	1	1	1	0	0	4	66.7%
Silvia Lopez Torres	0	0	0	0	1	0	1	16.7%
Miriam Espinoza	1	1	1	1	1	1	6	100.0%
Peronita Garcia	1	1	0	0	0	0	2	33.3%
Rosa Huamán Diaz	1	1	0	1	0	1	4	66.7%
Maria Jesenia Guzmán	0	0	0	0	0	1	1	16.7%
Silvia Huamán Diaz	1	1	1	0	0	0	3	50.0%
Leonor Orme	1	1	1	0	0	0	3	50.0%
Stephany Vásquez	1	0	1	0	0	0	2	33.3%
Taralia Carlo Huamán	1	1	1	1	1	1	5	83.3%
Niomara Montoya Burgos	1	0	1	0	0	0	2	33.3%
TOTAL	16	11	11	8	12	9	67	
PROM PART. SESIÓN	76.19%	52.38%	52.38%	38.10%	57.14%	42.86%		
TOTAL DE INSCRITOS							21	
TOTAL DE ASISTENCIAS							6	

Figura 3. Lista de personas inscritas con porcentaje de participación

Según Rodríguez, J. (2014), comenta que el emprendimiento es un tema emergente del cual no se han encontrado teorías concretas para la educación en el tema, por ello se considera que la mejor manera de impartir este tema era estimulando la creatividad" de esta manera, en el taller "Belleza Emprendedora" se emplearon métodos fáciles de elaborar y aprender, con clases dinámicas y prácticas, para que, al finalizar el curso, las señoras estén motivadas a poner un pequeño negocio como el de un salón de belleza.

Al finalizar el curso, se obtuvo lo siguiente: El 78% de personas quienes participaron en el taller consideraron que el taller les pareció muy bueno y el 22% que solo era bueno.

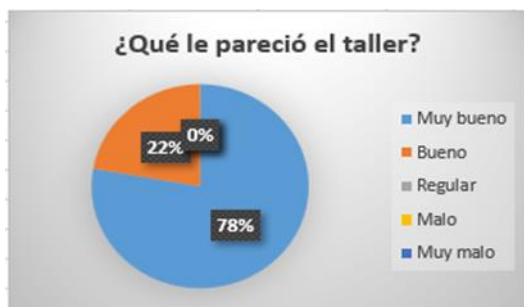


Figura 4. Porcentaje de Encuesta a las participantes del taller.

Con respecto al curso que más les gustó, el 56% afirmó que les gustó el curso de maquillaje y manicure, 22% solo maquillaje, 11% solo peinados y otro 11% manicure



Figura 5. Porcentaje de Encuesta a las participantes del taller.

Finalizamos con la última pregunta y muy importante, ¿Qué tan seguro es la idea de que emprendan un negocio como un salón de belleza? Donde un 89% afirmó su respuesta diciendo que les gustaría aprender más y un 11% que dijo no, por diferentes factores incluyendo los económicos.

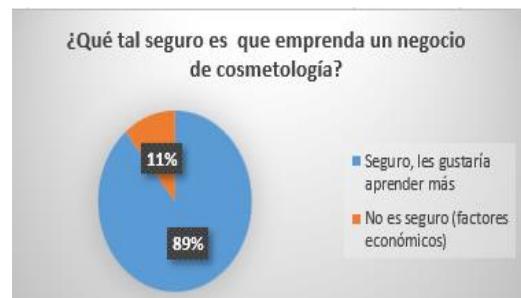


Figura 6. Porcentaje de Encuesta a las participantes del taller.

Para ello, Quinto, H (2014) señala que emprender debe mirarse como una oportunidad para cambiar la forma de vida de las personas que no tienen muchas oportunidades, siempre y cuando a estas se les capacite de la forma adecuada, lo más probable es que sus ideas sean un éxito y puedan cambiar su estilo de vida.

CONCLUSIONES:

Con este proyecto se logró reunir a un grupo de mujeres de Torres de San Borja

con ganas de emprender, superarse y aprender cosas que les permitan crecer personalmente y contribuir con sus familias superando las adversidades que se les presentan en su día a día.

El proyecto tuvo resultados muy favorables para las 21 mujeres inscritas del cual el 60% al culminar el proyecto adquirieron diversos conocimientos, diversas experiencias y se interesaron en poder emprender sus propias ideas de negocio en un futuro.

Actualmente el proyecto “Belleza Emprendedora” deja en Torres de San Borja a 3 mujeres que por medio de su presencia, desenvolvimiento e interés en el proyecto se hicieron acreedoras de un set completo de cosmetología con el cual pueden brindar los servicios de cortes de cabello, peinados, maquillaje y manicure en su comunidad.

Finalmente con el proyecto desarrollado se logró captar el interés de algunas participantes quienes nos pidieron extender el proyecto y desarrollar nuevos temas en la rama de cosmetología para que su crecimiento en este rubro no se vea estancado.

RECOMENDACIONES:

Respecto al taller de “Belleza Emprendedora” se recomendó mucho la extensión de taller por parte de las participantes ya que consideraban esta una gran oportunidad de aprendizaje y de apoyo para realizarse como mujeres

trabajadoras. De igual manera las participantes recomendaron realizar un seguimiento para evaluar la evolución que las 3 mujeres acreedoras del set de cosmetología que se dejó para que ellas mismas en un futuro implementaran un pequeño salón de belleza que a la largo del tiempo evolucionaría.

Se recomienda a los futuros trabajos basarse en el potencial y las ganas de las mujeres de Torres de San Borja por emprender y diseñar proyectos los cuales las ayuden para generar las mismas oportunidades de trabajo en comparación a los hombres para que de esta manera se logre la independización económica de las mujeres.

Por último según la sugerencia del grupo desarrollador del presente proyecto se recomienda a futuros grupos seguir dictando talleres con base a la cosmetología ya que existen un gran campo de oportunidades en la comunidad y un gran interés por parte de las pobladoras de Torres de San Borja.

VIDEO DEL TALLER:

<https://www.youtube.com/watch?v=BGW0FeaoUqc&feature=youtu.be>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Arango, L.; Bello, J.; Ramírez, S. (2013). Género, Belleza y Apariencia: La clientela de peluquerías en Bogotá. Colombia: Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Recuperado de

- <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105127475012.pdf>
- Barbitta, C. (2017). Plan de negocios para el emprendimiento HAPPYHANDS Centro de belleza para manos y pies. Proyecto de Grado para la obtención al título de ingeniero Comercial. Universidad Técnica Federico Santa María, Chile. Recuperado de <https://repositorio.usm.cl/bitstream/handle/11673/40749/3560902049039UTFSM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bautista, M.; Ruíz, C. (2017). Propuesta de un programa en cosmetología y estética para una institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano. Proyecto de grado. Universidad de la Sabana, Colombia. Recuperado de <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/31276>
- Boza, J.; Manjarez, N. (2016). Gestión de emprendimiento de Economía Popular y Solidaria para potenciar un desarrollo comunitario local. Ecuador: Revista Científica Avances. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5381453>
- Carpio, T. (2019). Caracterización de la capacitación y liderazgo en las Mype rubro centros de belleza en la urbanización Miraflores de Castilla – Piura. Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración. Universidad católica los ángeles Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11881>
- De Casanova, M. (2018). La mujer y la micro empresa: motivaciones para su creación. Revista Latinoamericana de Administración Recuperado de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1481>
- Duarte, T.; Ruíz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. Colombia: Revista Scientia et Technica. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>
- Estudiantes de la Universidad Privada del Norte Sede El Molino (2018). Curso de Manicura Profesional dirigido a mujeres del Asentamiento Humano Las Torres de San Borja – Moche – Trujillo – Perú. Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14200/Curso%20de%20manicura%20profesional%20dirigido%20a%20mujeres.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Esqueda, S.; Hernández, L.; Herrera, C. (2011). La belleza es otra cosa. Venezuela: Revista Debates IESA. Recuperado de <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2013/09/labelleza.pdf>
- Fajardo, A. (2019). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la capacitación de mujeres emprendedoras de bajos recursos económicos en el distrito de Cerro Colorado, 2019. Tesis para la obtención al título de Ingeniero industrial. Universidad Católica San Pablo, Arequipa – Perú. Recuperado de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/16088/1/FAJARDO_PORTUGAL_ALE_EMP.pdf
- González, J. (2006). Hacia una cultura de emprendimiento productivo en comunidad* Municipios del norte del Cauca, Colombia. Colombia: Revista Científica Guillermo de Ockham. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105316853009.pdf>
- Guillén, K. (2013). Planeación Estratégica para el Centro de Formación Artesanal de Cosmetología "Manos Creativas". Obtención del grado de Ingeniera Comercial Universidad nacional de Loja, Ecuador. Recuperado de <https://dspace.unl.edu.ec/handle/123456789/9802>
- Hinojosa, L. (2018). Plan de marketing para el lanzamiento de una plataforma de reservas de servicios de belleza: Beautygps. Trabajo de Investigación para optar al Grado Académico de Magíster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. Universidad del Pacífico. Lima- Perú. Recuperado de

- <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2341>
- Merchán, D.; Matute, K. (2011). Creación De un centro Spa y estilismo en la ciudad de Cuenca. Universidad Tecnológica Israel, Ecuador. Recuperado de <http://157.100.241.244/handle/47000/84>
- Montes, M.; Pérez, T. (2018). Plan de negocio para la creación del salón de belleza "Essence" en la Cabecera Parroquial de la Isla Puná de la provincia del Guayas. Trabajo de Titulación. Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/29254>
- Ortiz, C. (2017). Plan de Negocios para la creación del Salón de Belleza y Spa Azul. Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial. Universidad Santo tomas, Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/4716>
- Peralta, M. (2015). ¿Cuál es la importancia de la planificación en tu emprendimiento? Recuperado de <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/comienzo-un-negocio/>
- Pérez, C.; Chirinos, Y; Martínez, C. (2017). Emprendimiento social sostenible en comunidades vulnerables: caso alto de la sabana de la ciudad de Sincelejo, sucre, Colombia. Corporación universitaria Antonio José de Sucre (pág. 117). recuperado de https://www.researchgate.net/profile/adan_ramirez_garcia/publication/320189097_empleo_e_innovacion_en_la_produccion_de_queso_anejo_en_el_municipio_de_zacazonapan/link/s/59d3bd360f7e9b4fd7ffbe57/empleo-e-innovacion-en-la-produccion-de-queso-anejo-en-el-municipio-de-zacazonapan.pdf#page=117
- Pérez, C.; Gómez, m.; Buelvas, R. (2018). El emprendimiento productivo para la mejora de la calidad de vida de poblaciones pobres: una visión compartida desde la proyección social de la universidad. Venezuela: diálogo de saberes desde las ciencias económicas, administrativas y contables II. (pág. 254). Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/judith_hernandez_g_de_velazco/publication/329427866_reflexiones_teoricas_para_una_cultura_etica_e_integridad_cientifica/links/5cc1afb1a6fdcc1d49ad4c67/reflexiones-teoricas-para-una-cultura-etica-e-integridad-cientifica.pdf#page=254
- Pineda, J. (2014). Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá. Universidad de Los Andes, Colombia: Artículo Sociedad y Economía. Recuperado de http://praxisfilosofica.univalle.edu.co/index.php/sociedad_y_economia/article/view/3959/6069
- Quinto, H. (2014). El emprendimiento como alternativa de desarrollo para la disminución de los índices de pobreza y desigualdad en Colombia. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/11413>
- Ramos, F.; Osorio, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. España: Revista de Economía pública, social y cooperativa. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/174/17425798008.pdf>
- Rivera, R. (2015). Belleza por un futuro: el compromiso de responsabilidad social de L'Oreal Colombia. Ensayo para optar por el título de especialista en alta gerencia. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá-Colombia. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/13932>
- Rodríguez, J. (2012). La Responsabilidad Social es inherente a la naturaleza y misión de la Universidad; en: Domínguez, Julio & Rama, Claudio, (Edit.). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de http://utex.uladech.edu.pe/handle/ULADECH_CATOLICA/48

- Rodríguez, J., Dalmau, J., Pérez, B., Gargallo, E. y Rodríguez, G. (2014). Educar para emprender. Guía didáctica de educación emprendedora en primaria. España: Universidad de la Rioja. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=560639>
- Sánchez, T. (2019). Propuesta del manejo del clima laboral en las micro y pequeñas empresas, rubro salones de belleza, distrito Ayacucho, 2019. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho - Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/12712>
- Sosa, Y. (2015). Plan de negocios para la creación de un salón de belleza en el Valle de Cumbayá. Trabajo para optar el título de Ingeniero comercial. Universidad de Las Américas, Quito- Ecuador. Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/4626>
- Ordóñez, A. (2018). Plan de Negocios para la creación de un servicio de peluquería y estética móvil que preste servicios de masajes exprés tratamientos faciales, cepillados, maquillajes y depilación en la ciudad de Quito. Tesis para la obtención al título de Ingeniera Comercial. Universidad de las Américas, Quito-Ecuador. Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/10065/1/UDLA-EC-TIC-2018-58.pdf>
- Valle, Y.; Pérez C. (2016). La Responsabilidad Social Universitaria: emprendimiento sostenible como impacto de intervención en comunidades vulnerables. Colombia: Revista Escuela Administración de Negocios. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n81/n81a05.pdf>
- Vix (2011). La importancia de la higiene personal. Recuperado de <https://www.vix.com/es/imj/salud/2011/01/04/laimportancia-de-la-higiene-personal>