

Los salones de belleza y su importancia en el desarrollo económico local: el marco teórico

Los salones de belleza y su importancia en el desarrollo económico local: el marco teórico

Gamaliel Toledo Noriega

Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

ORCID: 0009-0008-4510-7078

gamaliel.toledonrg@e.unicach.mx

Dra. Mónica Liliana Rivera-Obregón

Universidad Autónoma de Sinaloa

ORCID: 000-0001-7915-1423

obregon.39@uas.edu.mx

Dra. María del Carmen Chávez Rodríguez

Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas

ORCID: 0000-0003-1022-2339

maria.chavez@unicach.mx

RESUMEN

En el contexto de las economías rurales, tradicionalmente caracterizadas por su dependencia de actividades agropecuarias, los sectores de servicios han cobrado una relevancia creciente como mecanismos de diversificación productiva, inclusión social y dinamización de mercados locales. Entre estos servicios emergentes, los salones de belleza representan una forma singular de microemprendimiento que, a pesar de su aparente informalidad y escala reducida, cumple funciones económicas, sociales y culturales profundas en las comunidades donde operan. Este fenómeno es especialmente notable en zonas rurales y semiurbanas, donde las oportunidades de empleo formal son limitadas, y donde mujeres y jóvenes encuentran en el autoempleo una vía de subsistencia y autonomía económica. El presente trabajo teórico, se plantea como una revisión crítica que problematiza su invisibilización en la literatura económica formal y propone una revalorización teórica de su impacto mediante categorías como resiliencia, informalidad productiva, autonomía económica y cadenas de valor local. Partiendo de una revisión conceptual y bibliográfica, se argumentará que estos negocios, lejos de ser marginales, constituyen una base estratégica para el fortalecimiento del microemprendimiento rural, con implicaciones directas en la sostenibilidad económica, la equidad de género y el diseño de políticas públicas orientadas a territorios con alta vulnerabilidad estructural.

Palabras clave: Microempresas de Servicios, Microemprendimiento, Resiliencia, Economía rural, Cadenas de valor local.

ABSTRACT

In the context of rural economies, traditionally characterized by their reliance on agricultural and livestock activities, the service sectors have gained increasing importance as mechanisms for productive diversification, social inclusion, and the stimulation of local markets. Among these emerging services, beauty salons represent a distinctive form of microentrepreneurship which, despite their apparent informality and small scale, fulfill profound economic, social, and cultural functions within the communities where they operate. This phenomenon is particularly notable in rural and semi-urban areas, where opportunities for formal employment are scarce, and where women and young people often turn to self-employment as a means of subsistence and economic autonomy. The present theoretical work is conceived as a critical review that interrogates the invisibility of such enterprises in formal economic literature, and proposes a theoretical revaluation of their impact through analytical categories such as resilience, productive informality, economic autonomy, and local value chains. Drawing upon a conceptual and bibliographic review, it will be argued that these businesses, far from being marginal, constitute a strategic foundation for strengthening rural microentrepreneurship, with direct implications for economic sustainability, gender equity, and the design of public policies aimed at territories with high structural vulnerability.

Keywords: Service MSMEs, Microentrepreneurship, Resilience, Rural economy, Local value chains.

INTRODUCCIÓN

El análisis de los salones de belleza como microempresas de servicios en zonas rurales adquiere relevancia estratégica debido a la convergencia de tres ejes esenciales para la sostenibilidad territorial: la diversificación económica, la inclusión social y el fortalecimiento del capital cultural. Estos emprendimientos, que a menudo son invisibilizados en las estadísticas macroeconómicas por su escala reducida y frecuente informalidad, se insertan en dinámicas económicas locales de gran complejidad. En contextos caracterizados por la dependencia de actividades agropecuarias, su aparición representa no solo una alternativa de generación de ingresos, sino también un factor estabilizador frente a la volatilidad de los precios y la estacionalidad de los productos agrícolas (Gómez y Pineda, 2018; Powers y Magnoni, 2010).

En el plano económico, los salones de belleza muestran características estructurales que favorecen su implantación y sostenibilidad en entornos rurales. Su bajo requerimiento de inversión inicial y el reducido costo de operación les permiten adaptarse a economías de pequeña escala. Asimismo, estos

negocios generan encadenamientos productivos con otros sectores locales, tales como proveedores de cosméticos, servicios de capacitación técnica y comercios minoristas, creando así un efecto multiplicador en la economía local (Hernández Fernández, 2016). Este tipo de encadenamientos no solo incrementa el flujo de capital en la comunidad, sino que también estimula la aparición de nuevos nichos de mercado en territorios tradicionalmente marginales para la economía formal.

En la dimensión social y de género, los salones de belleza constituyen plataformas de empoderamiento económico para las mujeres, quienes suelen enfrentar barreras estructurales como la falta de acceso a créditos, la limitada oferta de empleo formal y la persistencia de roles de género restrictivos. Estas microempresas, al ser frecuentemente lideradas por mujeres, facilitan la participación femenina en la economía, incrementan su autonomía y generan espacios de liderazgo comunitario (Piazzese, 2009; López, Guerrero y Gómez, 2020). Además, su naturaleza flexible en términos de horarios y modalidades de trabajo las hace compatibles con otras responsabilidades domésticas, una característica clave en zonas donde persiste la división sexual del trabajo.

La relevancia cultural de los salones de belleza en áreas rurales trasciende lo económico. Estos espacios actúan como nodos de interacción social donde se intercambian saberes, se consolidan redes de apoyo y se construyen narrativas identitarias. Funcionan como espacios híbridos que, al tiempo que incorporan tendencias estéticas globales, las adaptan a códigos culturales locales, reforzando así un sentido de pertenencia comunitaria (Jaquez, 2025). En este sentido, su rol no se limita a la provisión de servicios estéticos, sino que contribuye a la cohesión social y al mantenimiento de prácticas culturales que fortalecen el tejido social.

En el ámbito de las políticas públicas, los hallazgos empíricos señalan que los salones de belleza rurales pueden potenciar su impacto en el desarrollo económico local mediante intervenciones específicas orientadas a su formalización, acceso a microfinanciamiento y capacitación técnica (Reátegui, 2018; Morales, 2019). La formalización facilita el acceso a beneficios legales y crediticios, mientras que el microfinanciamiento provee capital para innovación y expansión. Por su parte, la capacitación mejora la competitividad, permitiendo la diversificación de servicios y la incorporación de estándares de calidad que amplían el alcance de la clientela.

En conjunto, el estudio de los salones de belleza en contextos rurales latinoamericanos revela su potencial como catalizadores de desarrollo multidimensional. Su impacto no se restringe a la generación de ingresos, sino que se extiende a la transformación social, cultural y económica de comunidades tradicionalmente excluidas de los circuitos de desarrollo, constituyéndose en un objeto de estudio indispensable para comprender y promover modelos de desarrollo inclusivos y sostenibles.

METODOLOGÍA

Se utilizó una estrategia metodológica de análisis documental cimentada en fuentes primarias indexadas, como artículos científicos y estudios de caso (Hinzke et al, 2023). Fue estructurado a partir de relaciones conceptuales entre microempresas de servicios, microemprendimiento, resiliencia, economía rural y cadenas de valor local. Se plantea como una revisión crítica que problematiza la invisibilización de este tipo de microempresas en la literatura económica formal/informal, proponiendo una revalorización teórica de su impacto mediante categorías analíticas. Esta aproximación permitió articular un marco interpretativo interdisciplinario que reconozca la complejidad y relevancia de estos emprendimientos en contextos rurales y semiurbanos.

RESULTADOS Y DISCUSION

En las zonas rurales, los salones de belleza han emergido como una fuente significativa de ingresos y empleo, particularmente para mujeres y jóvenes con acceso limitado a oportunidades formales. La exploración de cómo estos espacios satisfacen una demanda creciente de servicios estéticos, y también, impulsan el emprendimiento local, fomentan la autonomía económica y contribuyen a la diversificación de las economías rurales. A continuación, se muestran los resultados de las búsquedas de información con relación a estos temas, mismo que se desarrollan en apartados.

Microemprendimiento y Economía Popular en Contextos Rurales

Para abordar los fundamentos teóricos del microemprendimiento como forma de subsistencia y desarrollo, se inicia con mencionar que “los emprendimientos de subsistencia son iniciativas de negocio que se centran en generar suficientes ingresos para cubrir los gastos básicos del negocio y del emprendedor. Generalmente, son iniciados por personas que buscan asegurar un flujo constante de ingresos sin aspirar a una expansión considerable” (López, 2024, p. 1).

De tal forma que este tipo de emprendimiento es importante porque proporciona ingresos y estabilidad económica a millones de personas, especialmente a aquellos con limitadas oportunidades laborales. A pesar de su pequeña escala y recursos limitados, estos negocios juegan un papel vital en la economía local al ofrecer servicios y productos necesarios que podrían no ser rentables para empresas más grandes. De igual manera, estos emprendimientos fomentan la autosuficiencia y la resiliencia entre los emprendedores, quienes desarrollan habilidades clave para la gestión empresarial y la resolución de problemas (López, 2024, p. 6)

Con relación a lo anterior, es de importancia destacar la relevancia de estos emprendimientos llamados de subsistencia como una pieza clave en la estructura económica de muchos países, especialmente en los que no cuentan con acceso a recursos financieros y oportunidades a empleos de manera formal. Estos negocios generalmente se consideran pequeños y son generadores de ingresos

para familias y de igual forma contribuyen de manera significativa a la economía local (Segura, Vásquez, y Niño, 2019, p. 5) y (Segura, Vásquez, y Niño, 2019, p. 3).

Por lo tanto, los emprendimientos de subsistencia tienen esta característica que es ser impulsados por la necesidad de supervivencia y la autosuficiencia, permitiendo de esta forma a las familias o emprendedores a cubrir sus necesidades básicas. Recordando de igual forma que está relacionado en un entorno en el que pudiera ser difícil encontrar un empleo de manera formal y en respuesta a esto se crean estos emprendimientos. Es esencial mencionar que la importancia de estos emprendimientos no radica en la cantidad de dinero que pudieran generar, si no en su capacidad de sostener a familias y comunidades, lo que conlleva a la promoción de la economía local. En cuanto a el término “solidario” de acuerdo a Coraggio (2025, p. 4).

Por último y desde una perspectiva económica, estos emprendimientos cumplen funciones especiales como: la generación de empleos y promueven la distribución de recursos en áreas de que de otra manera podrían quedar excluidas del crecimiento económico formal. Este tipo de emprendimiento destina gran parte de la rentabilidad para la continuidad del negocio para reinversión y la otra parte al dueño.

Diferencias entre emprendimiento formal y economía popular/informal.

Antes que nada, haciendo un poco de énfasis sobre la informalidad de acuerdo a Bromley (1998, p. 9), así mismo Bromley (1998, p. 8).

Por lo consiguiente y de acuerdo a lo antes mencionado, es fundamental comprender que el factor de la pobreza es la principal y significativa causa de que impulsa la existencia de empleos informales en muchas sociedades. La pobreza como una condición socioeconómica, tienen la limitación de las oportunidades de acceso a empleos formales, los cuales ofrecen una mayor estabilidad, beneficios sociales y protección laboral. En respuesta a esta imposibilidad de ser beneficiario de estas opciones, las personas se ven obligadas a buscar alternativas que, aun que puedan ser inestables, les permite subsistir y cumplir con sus necesidades familiares.

Incluso la falta de informalidad puede deberse a múltiples factores, incluyendo la escasa educación, el alta de capacitación laboral, la burocracia excesiva o la falta de un entorno en el que pueda surgir un emprendimiento formal. Es en este momento en el que el empresario pudiera cuestionarse si le conviene seguir en la informalidad o ser un emprendimiento formal. (Bromley, 1998, p. 6).

El papel de las mujeres y jóvenes como actores principales del microemprendimiento rural.

(Chong, 2015) Es ampliamente conocido que, a pesar de los avances significativos logrados en cuanto a oportunidades laborales para mujeres, persiste una dificultad para que ellas accedan y se

mantengan en espacios laborales de manera formal. En respuesta a estas condiciones, muchas mujeres se ven obligadas a recurrir a formas de empleo informales lo que les permite generar ingresos y sostener a sus familias.

En consecuencia, en el espacio rural los emprendedores se convierten ahora en protagonistas de la nueva era que comienza, como en su momento lo fueron los agricultores. Y en un entorno envejecido y casi vacío de jóvenes, la promoción del autoempleo femenino y de las empresas dirigidas por mujeres constituye actualmente uno de los puntales de las políticas de desarrollo rural.

Camarero (2005) constata en su libro: *Emprendedoras rurales: de trabajadoras invisibles a sujetos pendientes* que la economía irregular es una estrategia de iniciación al mundo laboral, también afirma que la mujer construye su identidad como empresaria en torno a las relaciones familiares próximas y buscando la conjunción con sus roles de madre y esposa, para ellas el emprendedurismo puede ser la única alternativa para estar activas en el mercado laboral (Chong, 2015).

En respuesta a algunos aspectos como lo son la precariedad, la falta de protección social y sobre todo la vulnerabilidad ante las condiciones laborales injustas, las mujeres emprendedoras en áreas rurales son las que constituyen la promoción al autoempleo y participación en la economía irregular, donde pueden generar sus propios medios de vida, promoviendo de esta manera su autonomía económica.

Teoría de la Resiliencia Económica y Adaptación Empresarial Informal

Concepto de resiliencia aplicado a unidades productivas pequeñas.

Es importante mencionar que “en el ámbito empresarial, el concepto de resiliencia organizacional se refiere específicamente a la capacidad adaptativa de las empresas para sortear las situaciones de vulnerabilidad ocasionadas por acontecimientos impredecibles” (Velázquez, Contreras y Olea, 2024). En otras palabras, podemos entender que la resiliencia en las empresas se refiere a la capacidad que poseen para adaptarse, recuperarse y mantenerse frente a las adversidades, amenazas o cambios imprevistos en su entorno económico y social, es decir que no solo se trata de resistir pasivamente ante las dificultades, sino la forma de responder ante estos cambios.

De igual forma, en el texto anterior se menciona que se puede entender como esta capacidad que tiene la empresa para responder de manera rápida a la identificación de los riesgos y mantener o preparar estrategias que puedan ajustarse ante estos cambios. La resiliencia empresarial también puede ser un factor que incentive una cultura organizacional que promueva la innovación y proactividad para soluciones eficaces frente a estos obstáculos. (Cordero-Cortés y Núñez-Espinoza, 2014).

Algunas de estas dificultades son mencionadas por el autor Velázquez (Velázquez Ríos, Contreras Montellano, & Olea Miranda, 06 de diciembre de 2024)

Como resultado, la manera en que las empresas reaccionan ante estas amenazas también está relacionada a su nivel de preparación y su planificación estratégica. Las empresas u organizaciones resilientes cuentan con planes de contingencia, diversificación de sus recursos y una gestión de riesgos, que no solo les permite mantenerse a flote, sino que también aprovechan las oportunidades que puedan surgir en medio de una crisis.

Thomson (2023) argumenta que la resiliencia en pymes es un factor que contribuye a la competitividad.

Adaptabilidad de los negocios informales ante crisis económicas y sanitarias

(Saavedra, Martínez y Osorio, 2022, p.25). El impacto económico que generó la crisis por COVID-19 fue de un impacto sin precedentes, afectado de manera profunda y duradera a diferentes sectores empresariales y con un efecto particularmente devastador para las empresas informales y pequeñas empresas. Estas entidades como ya se sabe y en su mayoría carecían de recursos, infraestructura y las capacidades de planificación con las que si cuentan las empresas grandes, lo que las convertía más vulnerables ante este tipo de crisis imprevistas.

(Mendoza, 2020, p. 22). La mayoría de estos emprendimientos operaban sin accesos a créditos, seguros o apoyos gubernamentales, lo que agravó su situación, ya que al no poder sostenerse durante los periodos de aislamiento y ante la baja demanda de bienes y servicios, dio como resultado que un número significativo de establecimientos dieran un cierre definitivo, que no solo significó la pérdida de su única entrada de dinero, sino que también la desintegración de la generación de empleos (Hernández, 2021, p. 6).

Por otro lado, y en consecuencia a la crisis económica, muchos emprendedores y pequeños empresarios se vieron obligados a adaptar sus modelos de negocio, buscar nuevos canales de comercialización o reinventarse en un entorno económico desfavorable, (INEGI, 2021).

Mecanismos de sostenibilidad informal: diversificación de servicios, redes sociales, autogestión.

Para empezar ¿Qué es exactamente la diversificación? (Brows, 2024, p. 1) y (Brows, 2024, p. 2).

Básicamente la diversificación de un negocio se refiere a una estrategia mediante la cual una empresa puede ampliar o modificar su oferta de productos o servicios para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes y a las condiciones del mercado. En efecto, es una respuesta a mantenerse de manera competitiva y capaz de satisfacer las necesidades de los clientes. Por ejemplo, “las tendencias en belleza evolucionan constantemente, y mantenerse al día es esencial. La diversificación

te prepara para abrazar nuevas tendencias y adaptarte rápidamente, asegurando que tus servicios sigan siendo demandados en todo momento” (Brows, 2024, p. 4)

La diversificación implica que el negocio no se quede de manera estática, si no que evolucione en función de las tendencias. La diversificación puede tomar varios aspectos, desde la incorporación de nuevos servicios, la expansión a nuevos sectores de mercado, hasta la innovación de productos existentes.

Al abordar el impacto y la necesidad de la publicidad en los negocios, (Clippingrrpp, 2020, p. 2); es decir que, la publicidad desempeña un papel fundamental en el éxito y la sostenibilidad de un negocio en la actualidad. En un entorno global cada vez más competitivo, las empresas enfrentan desafíos constantes de distinguirse de sus competidores para captar la atención de sus posibles clientes y fidelizarlos. La diferenciación ya no solo se limita al servicio o producto, sino también a estrategias que incluyen una comunicación efectiva y la presencia en los canales adecuados.

Sin embargo, también existen otros factores que pudieran generar diferenciación en los negocios como el boca a boca (Clippingrrpp, 2020, p. 27).

La utilización de estas herramientas no solo ayuda en la ampliación de un sector, sino que también, favorecen a una comprensión más profunda del comportamiento del consumidor. Es así como estas plataformas no solo permiten una comunicación directa y personalizada con el cliente, sino que también ayudan a la segmentación de audiencias con gran precisión, (Valquer, 2024, p. 1).

En consecuencia, “sostenibilidad implica reducir al máximo el impacto negativo en el medio ambiente y promover prácticas que sean socialmente responsables. Esto implica desde el uso de productos eco-friendly hasta la reducción del consumo de recursos como el agua y la energía” (Valquer, 2024, p. 2).

En respuesta a la creciente preocupación por los cambios globales y la urgencia en adoptar prácticas más responsables en las empresas con el medio ambiente, ha surgido este movimiento llamado sostenibilidad. Este movimiento no solo busca minimizar el impacto negativo que pueden generar las actividades empresariales en el entorno natural, sino que también, busca el cambio para ser más conscientes y respetuosos con los recursos del planeta. Además de que la sostenibilidad implica incorporar a las empresas estrategias el equilibrio entre el crecimiento económico, el medio ambiente y el bienestar social.

Es así como la elección de productos e ingredientes sostenibles (Valquer, 2024, p. 5).

Por ejemplo los salones de belleza son espacios donde las personas buscan rejuvenecerse y expresarse, (Reservio, 2023, p. 3).

Debido a esto es importante que los salones de belleza reconozcan que ser sostenibles no solo pudiera ser una responsabilidad ética, sino más bien. una estrategia de negocio inteligente que pueden traducirse a beneficios a largo plazo, como, por ejemplo: reducción de costos operativos, mejora en la imagen de la empresa y la atracción de clientes más conscientes del impacto ambiental, (Reservio, 2023, p. 9).

Cadenas de Valor Local y Circuitos Económicos Alternativos

Dinámica de generación de valor en microempresas: productos artesanales, formación, servicios.

Para comenzar es importante saber que “competitividad es factor determinante dentro del mercado, para las PYMES es de vital importancia la inclusión de estrategias de innovación de valor, ya que éstas permiten el incremento en la rentabilidad, ganar visibilidad externa y empezar a operar en los mercados competitivos (Alcivar y Cerón, 2021, p. 10). Es así que las pymes artesanales, en el contexto de la globalización, se “convierten en una alternativa válida para ciertos grupos sociales, en donde se genera empleo y se aprovecha el potencial creador y artístico que ya desde la época prehispánica han tenido los pueblos indígenas, principalmente” (Hernández, Pineda y Andrade, 2011, p. 5).

De este modo es importante mencionar que la creación o generación de valor en la empresa es fundamental para su incremento de rentabilidad y en consecuencia para su expansión y sostenibilidad en el tiempo. La generación de valor en términos económicos se basa básicamente en la transformación de insumos en productos o servicios que tengan una mayor utilidad percibida por los clientes. Si profundizamos en el contexto artesanal, la generación de valor adquiere una magnitud particular y a su vez social. Estos además de producir bienes únicos y culturales, desempeñan un papel fundamental en la economía local.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2001), reconoce que el sector artesanal desempeña un papel determinante en el desarrollo económico local y en la lucha contra la pobreza (Hernández, Pineda y Andrade, 2011, p. 9).

La generación de valor tiene una fuerte dimensión social, ya que, desde el punto de vista artesanal, puede ser vista como una respuesta a la exclusión laboral, generando empleos a personas que no pueden tener empleos formales, por factores como la falta de educación, discapacidad o simplemente por la falta de empleo. Por eso es importante potenciar estas actividades artesanales que no implican solamente en la rentabilidad de los productores, sino también en contribuir al desarrollo social y la inclusión.

Interacción entre consumo, producción y circulación monetaria en pequeñas economías.

Considerando que el proceso económico desempeña un papel fundamental en la sociedad (Educatyba, 2023, p. 17).

Se puede entender que el proceso económico no solo se refleja en la generación de bienes y servicios, sino también en la forma en la que estos influyen en lo social, las relaciones de poder y sobre todo en la distribución de la riqueza. Estos factores están ligados a la estabilidad y crecimiento de una economía, (Educatyba, 2023, p. 11).

El consumo se fundamenta principalmente en la demanda del mercado, la cual actúa como un impulsor en la dinámica económica. Cuando los consumidores incrementan sus compras y sus preferencias por bienes y servicios, genera un impulso en la producción en diferentes sectores económicos. Esta actividad productiva requiere de más insumos, mano de obra, lo que a su vez se traduce como la creación de nuevos empleos.

Por otro lado, mediante la combinación de recursos como tierra, trabajo, capital y tecnología, se elaboran bienes y servicios destinados a atender las necesidades humanas. La optimización de los procesos productivos requiere priorizar la eficiencia y la productividad, reduciendo al mínimo las pérdidas y potenciando los resultados. Factores como el desarrollo tecnológico, los costos de producción, la demanda del mercado, las normativas vigentes y las preferencias de los consumidores inciden directamente en el desempeño del sistema productivo, el cual constituye un motor fundamental para promover el crecimiento económico y elevar la calidad de vida de la población. (Educatyba, 2023).

La fase de circulación establece el vínculo entre las empresas y los hogares a través del traslado de bienes y servicios hacia los mercados para su intercambio. En este proceso, las empresas llevan sus productos a los puntos de venta para que las familias los adquieran, mientras que los hogares canalizan hacia los mercados recursos productivos como la fuerza laboral y el capital. De esta manera, se genera un flujo continuo de bienes, servicios y factores productivos que responde a las necesidades económicas de ambas partes. (Educatyba, 2023).

De tal modo que tanto la producción y la circulación son fases fundamentales en los procesos económicos, ya que estos permiten transformar los insumos en los productos que satisfacen las necesidades del mercado y la facilitación de su acceso. En cuanto a la eficiencia en la producción, influenciada por factores como tecnológicos, costos y las preferencias, impulsan el crecimiento económico y sobre todo traen mejoras a la calidad de vida. Por otro lado, la circulación asegura que estos bienes y servicios lleguen al cliente, generando un flujo que conecta a productores y consumidores, donde favorece el equilibrio y sostenibilidad del sistema económico.

CONCLUSIONES

El análisis integral de los salones de belleza como microempresas de servicios en contextos rurales y semiurbanos permite reconocerlos como agentes estratégicos de desarrollo económico, social y cultural, cuyo impacto ha sido subestimado en la literatura económica formal. Lejos de constituir actividades marginales, estos emprendimientos articulan mecanismos de diversificación productiva, fomentan autonomía económica, especialmente en mujeres y jóvenes, y generan encadenamientos productivos locales que fortalecen las economías territoriales. Desde una perspectiva de resiliencia empresarial, muestran una notable capacidad de adaptación frente a crisis económicas y sanitarias, aprovechando estrategias como la diversificación de servicios, el uso intensivo de redes sociales y la autogestión. Asimismo, su función como nodos de interacción cultural contribuye a la cohesión social y a la preservación de identidades comunitarias, adaptando tendencias globales a códigos locales. En este sentido, el estudio evidencia que su potencial de desarrollo puede ser amplificado mediante políticas públicas que promuevan su formalización, acceso a financiamiento y capacitación técnica, consolidándolos como pilares de un modelo de desarrollo inclusivo, sostenible y sensible a las particularidades de los territorios con alta vulnerabilidad estructural.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bromley, R. (Mayo de 1998). *Informalidad y desarrollo: interpretando a Hernando de Soto*. Obtenido de Sociológica: <https://www.redalyc.org/pdf/3050/305026610002.pdf>
- Brows couple. (22 de Febrero de 2024). *Desbloquea el Éxito con la Estrategia Maestra de Diversificación en Belleza*. Obtenido de Brows couple: <https://www.browscouple.com/blog/desbloquea-el-exito-con-la-estrategia-maestra-de-diversificacion-en-belleza>
- Chong González, E. G. (2015). El emprendedurismo femenino rural. *Entramado*, 30-36.
- Clippingrrpp. (7 de Septiembre de 2020). *Salones de belleza en las redes sociales*. . Obtenido de Clippingrrpp: <https://clippingrrpp.com/salones-de-belleza-en-las-redes-sociales-consejos-practicos/>
- Coraggio, J. L. (28 de julio de 2025). *La economía social y solidaria ante la pobreza*. Obtenido de La doctrina económica dominante: https://base.socioeco.org/docs/la_economia_social_y_solidaria_ante_la_pobreza.pdf
- Cordero-Cortés, P., & Núñez-Espinoza, J. (2014). Factores resilientes en micro y pequeñas empresas rurales. *scielo*.
- Educatyba. (14 de diciembre de 2023). *Qué es el proceso económico y cuáles son sus fases*. Obtenido de Educatyba: <https://tyba.pe/blog/proceso-economico/>

- Gómez, D., & Pineda, J. (2018). Desarrollo económico local en clave de género. *Documento de Política*. Recuperado de https://www.academia.edu/download/65672673/Cap2_DEL_Genero.pdf
- Hernández Fernández, L. E. (2016). Estrategias para el desarrollo de la microempresa en América Latina. ResearchGate. https://www.researchgate.net/profile/Lisette-Elena-Hernandez-Fernandez/publication/310795725_ESTRATEGIAS_PARA_EL_DESARROLLO_DE_LA_MICROEMPRESA_EN_AMERICA_LATINA/links/5837160008aed5c614863986/ESTRATEGIAS-PARA-EL-DESARROLLO-DE-LA-MICROEMPRESA-EN-AMERICA-LATINA.pdf
- Hernandez , E. (11 de Octubre de 2021). *Quiebran 33 mil estéticas, peluquerías y spas por pandemia de Covid*. Obtenido de Forbes: <https://forbes.com.mx/negocios-quiebran-33-mil-esteticas-peluquerias-y-spas-por-pandemia-de-covid/>
- Hernández Ramírez, V., Pineda Domínguez, D., & Andrade Vallejo, M. (Julio de 2011). *Las mipymes artesanales como un medio de desarrollo para los grupos rurales en México*. Obtenido de Universidad & Empresa: <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187222420004.pdf>
- Hinzke, Jan-Hendrik; Gevorgyan, Zhanna; Matthes, D. (2023). Study review on the use of the documentary method in the field of research on and in schools in English-speaking scientific contexts - In: Hinzke, Jan-Hendrik [Hrsg.]; Bauer, Tobias [Hrsg.]; Damm, Alexandra [Hrsg.]; Kowalski, Marlene [Hrsg.]; Matthes, Dominique [Hrsg.]: Dokumentarische Schulforschung. Schwerpunkte: Schulentwicklung- Schulkultur – Schule als Organisation. Bad Heilbrunn : Verlag Julius Klinkhardt. 213-231 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-271664 - DOI: 10.25656/01:27166; 10.35468/6022-11
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (01 de febrero de 2021). *Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por COVID-19 en las Empresas 2021, 3a ronda*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/726/related-materials>
- Jaquez, M. E. T. (2025). Avances y retos de la participación de la mujer en el desarrollo local y regional. Google Books. <https://books.google.com/books?hl=es&id=6OJZEQAQAQBAJ>
- López, C. (10 de Junio de 2024). *Emprendimientos de subsistencia: qué son, características y estrategias*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/emprendimientos-de-subsistencia/>
- López, R. B., Guerrero, E. A. S., & Gómez, G. (2020). Reflexiones sobre la gestión de la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. Google Books. <https://books.google.com/books?hl=es&id=nF8LEAAAQBAJ>

- Mendoza , G. (3 de Agosto de 2020). *De la belleza a la supervivencia: la crisis de las estéticas en México*.
Obtenido de La opinion: <https://laopinion.com/2020/08/03/de-la-belleza-a-la-supervivencia-la-crisis-de-las-esteticas-en-mexico/>
- Morales Trujillo, N. (2019). Propuestas de mejora del financiamiento y rentabilidad de las mypes del sector servicio, caso: salón de belleza “Harlow Salon”-Tingo María. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14735/FINANCIAMIENTO-TESORERIA_MORALES_TRUJILLO_NOIMI.pdf
- Piazzese, A. I. (2009). Género y negocios: casos exitosos en cuatro continentes. Banco Interamericano de Desarrollo.
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/G%C3%A9nero-y-negocios-Casos-exitosos-en-cuatro-continentes.pdf>
- Powers, J., & Magnoni, B. (2010). Dueña de tu propia empresa: Identificación, análisis y superación de las limitaciones a las pequeñas empresas de las mujeres en América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo.
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Due%C3%B1a-de-tu-propia-empresa-Identificaci%C3%B3n-an%C3%A1lisis-y-superaci%C3%B3n-de-las-limitaciones-a-las-peque%C3%B1as-empresas-de-las-mujeres-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Reátegui Pizango, M. L. (2018). Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio-rubro salones de belleza y SPA. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/3450/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_REATEGUI_PIZANGO_MONICA_LUCILA.PDF
- Reservio. (21 de Noviembre de 2023). *El auge de los salones de belleza sostenibles*. Obtenido de Reservio: <https://www.reservio.com/es/blog/estilo-de-vida/el-auge-de-los-salones-de-belleza-sostenibles>
- Saavedra Leyva, R. E., Martínez Sidón, G., & Osorio Novela, G. (2022). Resiliencia del emprendimiento en México. Los casos de las crisis económicas del COVID-19 y subprime. *Redalyc*, 507-518.

- Segura Gutiérrez, J., Vásquez Ávila, L. P., & Niño Gil, J. (20 de Noviembre de 2019). *Emprendimientos de subsistencia: Concepto, alcances y limitaciones bajo el modelo neoliberal*. Obtenido de Pensamiento Americano : <https://doi.org/10.21803/pensam.13.25.390>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Solis Espinoza, S., & Hernández Briceño, J. (2014). Mujeres en el desarrollo económico local en una comuna rural: el caso de María Pinto. Biblioteca Digital Academia. <https://bibliotecadigital.academia.cl/bitstreams/c1879faa-0c72-4302-98af-db3a54e371e2/download>
- Torraco, R. J. (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, 4(3), 356–367. <https://doi.org/10.1177/1534484305278283>
- Thomson reuters. (17 de Abril de 2023). *¿Cómo desarrollar y fortalecer la resiliencia en las Pymes?* Obtenido de Thomson reuters: <https://www.thomsonreuters.com.ar/es/soluciones-fiscales-contables-gestion/blog-empresas/como-desarrollar-y-fortalecer-la-resiliencia-pyme.html>
- Velázquez Ríos, B., Contreras Montellano, Ó. F., & Olea Miranda, J. (2024). Navegando tormentas: resiliencia organizacional de pequeñas y medianas empresas intensivas en conocimiento. *Scielo*, https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722024000100114#B6.
- Valquer Laboratorios. (31 de Enero de 2024). *5 pasos para hacer tu salón de belleza sostenible*. Obtenido de Valquer Laboratorios: <https://blog.valquer.com/salon-de-belleza-sostenible>
- Whittemore, R., & Knafl, K. (2005). The integrative review: Updated methodology. *Journal of Advanced Nursing*, 52(5), 546–553. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2005.03621.x>