

Daniela Pantoja-Zalazar; Dayanara Castro-Jaramillo; Genesis Mejía-Gallo

[DOI 10.35381/cm.v11i2.1713](https://doi.org/10.35381/cm.v11i2.1713)

Digitalización de los procesos administrativos y su influencia en la sostenibilidad empresarial

Digitalization of administrative processes and its influence on business sustainability

Daniela Pantoja-Zalazar
danielampz21@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador
<https://orcid.org/0009-0002-2921-4072>

Dayanara Castro-Jaramillo
dayanaraycj31@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador
<https://orcid.org/0009-0007-1701-6470>

Genesis Mejía-Gallo
genesismg88@uniandes.edu.ec
Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador
<https://orcid.org/0009-0009-0663-8156>

Recibido: 20 de abril 2025
Revisado: 25 de mayo 2025
Aprobado: 15 de julio 2025
Publicado: 01 de agosto 2025

Daniela Pantoja-Zalazar; Dayanara Castro-Jaramillo; Genesis Mejía-Gallo

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue evaluar cómo la digitalización de los procesos administrativos puede contribuir a mejorar la sostenibilidad empresarial del centro cosmetológico Aniskin. La presente investigación se mantuvo con un diseño no experimental transversal en el enfoque cuantitativo centrado en la recolección de datos sobre el impacto de la digitalización de los procesos administrativos. Los resultados reflejaron que la mayoría de los clientes consideró que la implementación de plataformas de reservas en línea debería ser una prioridad, también las aplicaciones para el seguimiento de rutinas de belleza también recibieron un alto interés en los clientes, al sugerir un enfoque más integral en el cuidado de la estética. Finalmente, los clientes proponen la implementación de programas de fidelización, herramientas de simulación de resultados de maquillaje o tratamientos faciales. En conclusión, la investigación logró demostrar que la digitalización de los procesos administrativos ayuda significativamente a su seguridad empresarial.

Descriptores: Evaluación, digitalización, administración, empresa, seguridad. (Tesauro UNESCO)

ABSTRACT

The objective of this research was to evaluate how the digitization of administrative processes can contribute to improving the business sustainability of Aniskin Cosmetology Center. This research used a non-experimental, cross-sectional design and a quantitative approach focused on collecting data on the impact of digitizing administrative processes. The results showed that the majority of clients considered the implementation of online booking platforms a priority. Apps for tracking beauty routines also received high interest, suggesting a more comprehensive approach to aesthetic care. Finally, clients suggested the implementation of loyalty programs and tools for simulating makeup results or facial treatments. In conclusion, the research demonstrated that the digitization of administrative processes significantly contributes to business security.

Descriptors: Evaluation, digitalization, administration, business, security. (UNESCO Thesaurus)

Daniela Pantoja-Zalazar; Dayanara Castro-Jaramillo; Genesis Mejía-Gallo

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el sector de la belleza en Ecuador sigue experimentando un crecimiento constante, con un aumento de emprendimientos y la expansión del comercio tradicional. La industria cosmética ecuatoriana, que genera empleos directos e indirectos, proporciona un gran potencial de innovación, especialmente con el avance hacia modelos de negocio digitales y la utilización de nuevos Marketplace. A su vez los desafíos causados por la pandemia, se considera un avance de crecimiento sostenido, impulsado por una mayor conciencia de salud y cuidado personal entre las nuevas generaciones jóvenes.

Por otro lado, ha marcado por un entorno altamente competitivo y tecnológico, en la digitalización de los procesos administrativos que se ha convertido en una estrategia esencial para garantizar la sostenibilidad empresarial. La digitalización es un factor importante para la transformación y sostenibilidad de las empresas en la actualidad, ofreciendo beneficios como mayor conexión, mejora en la experiencia del cliente, reducción de costos y automatización de procesos (Vias, 2021).

La transformación digital permite a las empresas no solo adaptarse a los cambios del mercado, sino también optimizar recursos, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia operativa (Sascha, y otros, 2021). Este es caracterizado por la adopción de tecnologías como el Big Data, la inteligencia artificial y las herramientas digitales, ha impactado significativamente en todos los sectores comerciales, incluido el de la cosmetología. En este artículo, se analiza la influencia de la digitalización en la sostenibilidad empresarial del centro cosmetológico Aniskin, ubicado en Santo Domingo, Ecuador.

La necesidad de adoptar la digitalización se ve reflejada en el comportamiento de los consumidores modernos, quienes demandan servicios personalizados, rápidos y convenientes. Según los autores Medina Chicaiza, Chango Guanoluisa, Corella Cobos, & Guizado Toscano (2022) señalan que la digitalización no solo mejora la experiencia de los clientes, sino que permitirá generar nuevas oportunidades de mercado.

Daniela Pantoja-Zalazar; Dayanara Castro-Jaramillo; Genesis Mejía-Gallo

Debido a que estudios como el de Brito Ochoa, Sarmiento Torres, Vásquez Luna, & González (2022) destacan que en el Ecuador las micro, pequeñas y medianas empresas conocidas como (MIPYMES) implementan tecnologías digitales reportan un aumento significativo en su competitividad y capacidad para las demandas del mercado.

A pesar de los beneficios, muchas empresas aún enfrentan barreras para adoptar la digitalización, ya sea por desconocimiento, falta de recursos o resistencia al cambio. Según Vias (2021) señala que la resistencia representa un costo de oportunidad considerable, ya que las empresas que retrasan su transformación digital corren el riesgo de quedar rezagadas frente a la competencia. Uno de los mayores modelos es la empresa Microsoft que logró incrementar su valor del mercado en un 258% en solo cinco años, lo que evidencia la rentabilidad de invertir en digitalización.

Del mismo modo que muchos negocios en Ecuador enfrentan inconvenientes incluido el centro cosmetológico Aniskin en sus procesos administrativos, lo que impacta su capacidad para competir en un mercado cada vez más digitalizado. El artículo busca responder la siguiente pregunta: ¿De qué manera influye la digitalización de los procesos administrativos en la sostenibilidad empresarial del centro cosmetológico Aniskin en Santo Domingo?

Por esta razón el estado actual muestra que el 94% de las MIPYMES en Ecuador han iniciado procesos de transición digital, muchas de ellas carecen de estrategias claras y herramientas adecuadas para maximizar los beneficios (López & Salazar, 2023). En cambio, Mozas & Bernal (2019) destacan que la falta de acceso a nuevas tecnologías y la ausencia de capacitación que son factores que limitan el éxito del mercado.

Sin embargo, aún existe cierto rezago por parte de algunas organizaciones en implementar la digitalización, porque esto conlleva desafíos tecnológicos, y las empresas deben estar preparadas para dar soluciones a aquellos clientes que cada vez se vuelven más digitales o a los que son 100% nativos digitales. El principal objetivo de este artículo es evaluar cómo la digitalización de los procesos

Daniela Pantoja-Zalazar; Dayanara Castro-Jaramillo; Genesis Mejía-Gallo

administrativos puede contribuir a mejorar la sostenibilidad empresarial del centro cosmético Aniskin, que permitirá analizar sobre el impacto de las herramientas digitales en la operatividad, la gestión de recursos y la atención al cliente. Para la identificación de las principales barreras y oportunidades de la implementación de estas tecnologías a partir de las demografías ecuatorianas.

La importancia de este estudio radica en que el sector de cosmología está experimentando una mayor transición hacia los modelos de negocio digitalizados, impulsados por la necesidad de adaptarse a las nuevas expectativas del consumidor y las tendencias del mercado global. Chin, Donhee, & Marasini (2023) subrayan que la digitalización permite a las empresas optimizar procesos como el marketing digital, la gestión de inventarios y la toma de decisiones basada en datos, lo que resulta en un aumento de la competitividad.

En el caso del centro cosmético Aniskin, la digitalización representa una oportunidad para superar las limitaciones actuales y posicionarse como un referente en el sector cosmético. Mientras se contribuirá al campo de estudio al proporcionar un análisis detallado de cómo las herramientas digitales pueden transformar la gestión administrativa en empresas similares. Como lo mencionan Ruiz, Fernández, Solabarrieta, & Martínez (2021), la implementación de la digitalización en las empresas se encuentra en una etapa inicial, pero representa una oportunidad para redefinir por completo su gestión. Este proceso permite la adopción de nuevas prácticas de manera ágil y eficiente, optimizando la accesibilidad y mejorando la eficacia en la ejecución de los procesos administrativos. Esta investigación busca fomentar una mayor conciencia sobre la necesidad de digitalizar los procesos administrativos en el sector de cosmología y ofrecer recomendaciones prácticas para la implementación exitosa de estas iniciativas.

La digitalización en las empresas también ha demostrado ser un factor muy importante para la sostenibilidad empresarial, facilitando la optimización de procesos y la toma de decisiones que se basa en los datos. Estudios en el presente demuestran que las organizaciones implementan tecnologías digitales logrando

Daniela Pantoja-Zalazar; Dayanara Castro-Jaramillo; Genesis Mejía-Gallo

disminuir los costos operativos hasta en un 30% y se esa manera mejorar la eficiencia en un 40%.

En Ecuador, este fenómeno se pudo reflejar en la adopción de herramientas digitales por parte de las MIPYMES, donde el 78% de estas diferentes empresas han digitalizado al menos una parte de sus procesos administrativos. A pesar de los avances, la falta de capacitación en el uso de las nuevas tecnologías eso lleva hacer una barrera significativa, limitando de esa manera el potencial del crecimiento y la sostenibilidad de muchas empresas, especialmente en el sector de servicios como la cosmetología. Desde una perspectiva global, no solo contribuye la digitalización en mejorar la gestión operativa, sino que también permite las empresas adaptarse a las tendencias del mercado y las nuevas expectativas de los consumidores.

MÉTODO

La presente investigación se mantuvo con un diseño no experimental transversal en el enfoque cuantitativo centrado en la recolección de datos sobre el impacto de la digitalización de los procesos administrativos en la sostenibilidad del Centro Cosmetológico Aniskin. Este método facilitó la valoración imparcial de las percepciones de los clientes y el análisis de los resultados alcanzados en los procesos digitales. La investigación tiene un tipo correlacional-explicativo, pues tiene como objetivo establecer la compensación entre la digitalización de los procedimientos administrativos y su efecto en la sostenibilidad de los negocios (Bernal Torres, 2010).

RESULTADOS

Es importante resaltar que los resultados evidencian que la mayoría de los clientes de la empresa que con más frecuencia acuden, recalcan la necesidad e importancia de la tecnología y digitalización dentro de los procesos de gestión y sostenibilidad del centro Aniskin como una herramienta aún más eficiente para cada uno. En base a los datos obtenidos se demuestra un alto porcentaje en cuanto a la importancia de

Daniela Pantoja-Zalazar; Dayanara Castro-Jaramillo; Genesis Mejía-Gallo

la tecnología como un aspecto esencial para la mejora de la experiencia de los clientes en los servicios cosmetológicos como Aniskin esto permite ver cuan influyente puede ser la tecnología y sus beneficios para las empresas de hoy en día. Para los clientes de Aniskin, su importancia de un 77.6%, es significativa, aún más en su aplicación para elementos administrativos como la gestión de citas y proceso de facturación y pagos; en contraste de un 10.8% de clientes que no le dan su importancia y solo un 11.5% de indiferencia. En el análisis de los sistemas digitales utilizados en el centro cosmetológico Aniskin, se observa que las redes sociales son una de las herramientas más empleadas, destacándose como un medio de gran alcance para atraer y fidelizar clientes. Esta plataforma digital demostrará ser altamente efectiva en la promoción y visibilidad del centro.

A continuación, el uso de herramientas de marketing digital, como imágenes promocionales, refuerza aún más la presencia en líneas del centro, evidenciando la importancia de las estrategias digitales para la captación de nuevos clientes. En cuanto a la optimización de la gestión interna, las plataformas de reservas en línea se posicionan como otro recurso clave, facilitando el proceso de agendamiento de citas y mejorando la experiencia del cliente al ofrecer comodidad y accesibilidad.

Finalmente, los pagos digitales y la facturación electrónica se presentan como un componente crucial dentro de la digitalización administrativa, no solo simplificando los procesos de pago, sino también asegurando la transparencia y eficiencia en la facturación. Según las recomendaciones de los clientes, se identifican varias áreas en las que el centro podría implementar sistemas digitales para mejorar sus servicios en el futuro. La mayoría de los clientes consideró que la implementación de plataformas de reservas en línea debería ser una prioridad, lo que refleja una demanda por una mayor comodidad y accesibilidad en la programación de citas.

Las aplicaciones para el seguimiento de rutinas de belleza también recibieron un alto interés en los clientes, al sugerir un enfoque más integral en el cuidado de la estética. Finalmente, con porcentajes bajos, los clientes proponen la implementación de programas de fidelización, herramientas de simulación de resultados de

Daniela Pantoja-Zalazar; Dayanara Castro-Jaramillo; Genesis Mejía-Gallo

maquillaje o tratamientos faciales, redes sociales y chatbots, que como mejora en la interacción y en las experiencias del cliente.

DISCUSIÓN

La digitalización en la industria cosmética es esencial para la eficacia en las operaciones y la competitividad de los negocios. De acuerdo con Medina Chicaiza et al. (2022) las herramientas digitales optimizan tanto la experiencia del cliente como la creación de oportunidades en el mercado. Este estudio refuerza la información del centro Aniskin, donde el 77.6% de los clientes ve la tecnología como crucial para optimizar los servicios.

La tendencia hacia las redes sociales en Aniskin (56,3%) confirmar la posición de Chin, Donhee y Marasini (2023) acerca de la relevancia del marketing digital para captar y retener clientes en el sector de la belleza. No obstante, la escasa implementación de pagos digitales y facturación electrónica (10.9%) muestra obstáculos tecnológicos importantes, un fenómeno que también reconocen Mozas y Bernal (2019) en las MIPYMES de Ecuador, atribuyéndolo principalmente a la carencia de formación y acceso restringido a instrumentos financieros digitales.

La propietaria del centro Aniskin ve la digitalización como una táctica esencial para incrementar la competitividad en centro cosmetológico, de acuerdo con Sascha et al. (2021), quienes argumentan que esta maximiza los recursos, mejora la experiencia del cliente y potencia la eficiencia en las operaciones. Aun así, se reconocen obstáculos importantes como la reducción del flujo de clientes y la falta de herramientas apropiadas para la administración, retos que, de acuerdo con Vías (2021), son habituales entre las microempresas de Ecuador. El formulario de observación indicó que los sistemas digitales en Aniskin presentan un rendimiento medio en cuanto a rapidez y eficacia, elemento que podría afectar de manera adversa la atención al cliente.

Daniela Pantoja-Zalazar; Dayanara Castro-Jaramillo; Genesis Mejía-Gallo

CONCLUSIONES

La investigación logro demostrar que la digitalización de los procesos administrativos en el Centro Cosmetológico Aniskin ayuda significativamente a su seguridad empresarial. La implementación de herramientas digitales ha facilitado la gestión de citas, la facturación y también la atención al cliente dándonos una mayor eficiencia operativa y al mismo tiempo una reducción de costos, aun con los inconvenientes identificados como la falta de capacitación dentro de la organización limitando el aprovechamiento total de la transformación digital.

Lo escudriñado refleja que cada cliente valora la digitalización como un punto clave para de esa manera tener mejoras en la empresa, especialmente la optimización del servicio y la tranquilidad de acceso a los métodos administrativos. La inclusión de plataformas de reservas en línea, pagos digitales y estrategias de marketing digital les ha dado fuerza en el centro de competitividad. Sin embargo, es muy necesario mejorar la velocidad y la estabilidad de los sistemas para respaldar una experiencia optima.

Para futuras investigaciones, es necesario analizar el impacto de la digitalización en cualquier otro centro de belleza y de esa manera evaluar las estrategias específicas para que la empresa pueda superar las dificultades en el cambio de pequeñas y medianas empresas del sector. Es importante estudiar como la capacitación tecnológica de cada personal influye en la eficiencia de la digitalización y la aprobación de nuevas herramientas digitales.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A todos los factores sociales que influyeron en el desarrollo de esta investigación.

Daniela Pantoja-Zalazar; Dayanara Castro-Jaramillo; Genesis Mejía-Gallo

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Bernal Torres, C. A. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3ª ed.). Colombia: PEARSON EDUCACION.
- Brito Ochoa, M., Sarmiento Torres, I., Vásquez Luna, L., & González, R. (2022). Potencial digitalización en MIPYMES Guayas. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 9(3), 208-218. <https://n9.cl/l1ffe>
- Chin, H., Donhee, L., & Marasini, D. (2023). *Digital transformation trends in service industries*. *Service Business* 17(1):11-36. <https://n9.cl/sqhjg>
- López, J., & Salazar, J. (2024). *Estrategias de marketing digital y fidelización de clientes del centro clínico y estético Cosmedika*, Jaén 2023. <https://n9.cl/jzq52j>
- Martínez, A. (2020). *Problemas de la digitalización y cómo resolverlos*. Capital Humano, 174-176. <https://n9.cl/s01pm5>
- Medina Chicaiza, R., Chango Guanoluisa, M., Corella Cobos, M., & Guizado Toscano, E. (2022). *Transformación digital en las empresas: una revisión conceptual*. <https://n9.cl/rmmod>
- Mozas, A., & Bernal, E. (2019). *Economía Social y Digitalización*. *Revista de Economía Pública*. <https://n9.cl/h2uvv>
- Ruiz, F., Fernández, J., Solabarrieta, J., & Martínez, P. (2021). *La digitalización redefine la gestión del talento*. Universidad de DEUSTO. <https://n9.cl/e7uam8>
- Sascha, K., Susanne, D., Joao, F., Pedro, V., Norbert, K., & Alexandra, W. (2021). La transformación digital en la investigación empresarial y de gestión: una visión general del status quo actual. *Revista internacional de gestión de la información*, Volumen 63. <https://n9.cl/8e7jt>
- Vias, D. A. (2021). *Comillas Universidad Pontificia. Obtenido de La digitalización empresarial, una estrategia necesaria*. REPOSITARIOS COMILLAS. <https://n9.cl/7ua5r>