



*El outsourcing de Amazon para la internacionalización de las MIPYMES  
cosmetológicas ecuatorianas*

*Amazon outsourcing for the internationalization of Ecuadorian cosmetology  
MSMEs*

*Terceirização da Amazon para a internacionalização de MPMEs de cosmetologia  
equatorianas*

Alessia Fiorella Herrera-Perero <sup>I</sup>  
[aherrera5@utmachala.edu.ec](mailto:aherrera5@utmachala.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0000-6633-9267>

Valery Astrid Sánchez-Cabanilla <sup>II</sup>  
[vsanchez4@utmachala.edu.ec](mailto:vsanchez4@utmachala.edu.ec)  
<https://orcid.org/0009-0007-4937-4053>

Jorge Eduardo Arias-Montero <sup>III</sup>  
[jarias@utmachala.edu.ec](mailto:jarias@utmachala.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-4807-5138>

**Correspondencia:** [aherrera5@utmachala.edu.ec](mailto:aherrera5@utmachala.edu.ec)

Ciencias Económicas y Empresariales  
Artículo de Investigación

\* **Recibido:** 13 de agosto de 2023 \* **Aceptado:** 10 de septiembre de 2023 \* **Publicado:** 10 de octubre de 2023

- I. Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
- II. Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
- III. Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

## Resumen

En los últimos años, el sector logístico ha ganado una relevancia significativa, impulsando a las empresas a mejorar sus operaciones debido a los cambios en el mercado. En este contexto, el outsourcing se ha convertido en una estrategia esencial para consolidar actividades, fomentando el crecimiento y la competitividad. Un ejemplo sobresaliente es Amazon FBA, un servicio que se centra en la eficiencia y la satisfacción del cliente. Sin embargo, en Ecuador, a pesar del crecimiento de la industria cosmética, las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas carecen de un sistema logístico adecuado. Este estudio se enfocó en evaluar la viabilidad del outsourcing de Amazon, como una estrategia para internacionalizar las MIPYMES del sector cosmético en Ecuador. Se realizó una investigación de alcance descriptivo bajo un paradigma cuantitativo, además de una revisión exhaustiva de la literatura. Se emplearon métodos teóricos y empíricos para dar rigor científico. Además, se llevaron a cabo entrevistas con MIPYMES del sector cosmético en Machala para obtener información relevante sobre su experiencia con modelos de negocios virtuales, Amazon FBA y el outsourcing logístico. Los resultados mostraron que las MIPYMES ecuatorianas buscan mejorar su competitividad global, identificando la optimización de recursos y la reducción de costos como motivaciones para considerar el outsourcing logístico. Reconocieron las oportunidades que este sistema ofrece para mejorar su alcance internacional. Después de una evaluación exhaustiva, se determinó que la adopción de Amazon FBA sería beneficiosa como una alternativa para lograr la internacionalización.

**Palabras Clave:** Amazon; Cosméticos; Logística; Outsourcing.

## Abstract

In recent years, the logistics sector has gained significant relevance, driving companies to improve their operations due to changes in the market. In this context, outsourcing has become an essential strategy to consolidate activities, promoting growth and competitiveness. An outstanding example is Amazon FBA, a service that focuses on efficiency and customer satisfaction. However, in Ecuador, despite the growth of the cosmetics industry, Micro, Small and Medium Enterprises lack an adequate logistics system. This study focused on evaluating the viability of Amazon outsourcing, as a strategy to internationalize MSMEs in the cosmetic sector in Ecuador. A descriptive research was carried out under a quantitative paradigm, in addition to an exhaustive review of the literature. Theoretical and empirical methods were used to provide scientific rigor.

In addition, interviews were carried out with MSMEs in the cosmetic sector in Machala to obtain relevant information about their experience with virtual business models, Amazon FBA and logistics outsourcing. The results showed that Ecuadorian MSMEs seek to improve their global competitiveness, identifying resource optimization and cost reduction as motivations to consider logistics outsourcing. They recognized the opportunities that this system offers to improve their international reach. After a thorough evaluation, it was determined that adopting Amazon FBA would be beneficial as an alternative to achieving internationalization.

**Keywords:** Amazon; Cosmetics; Logistics; Outsourcing.

## **Resumo**

Nos últimos anos, o setor logístico ganhou significativa relevância, impulsionando as empresas a melhorarem suas operações devido às mudanças no mercado. Neste contexto, a terceirização tornou-se uma estratégia essencial para consolidar as atividades, promovendo o crescimento e a competitividade. Um exemplo marcante é o Amazon FBA, serviço que foca na eficiência e na satisfação do cliente. Porém, no Equador, apesar do crescimento da indústria cosmética, as Micro, Pequenas e Médias Empresas carecem de um sistema logístico adequado. Este estudo concentrou-se em avaliar a viabilidade da terceirização da Amazon, como estratégia para internacionalizar as MPMEs do setor cosmético no Equador. Foi realizada uma pesquisa descritiva sob paradigma quantitativo, além de uma revisão exaustiva da literatura. Métodos teóricos e empíricos foram utilizados para proporcionar rigor científico. Além disso, foram realizadas entrevistas com MPMEs do sector cosmético em Machala para obter informações relevantes sobre a sua experiência com modelos de negócios virtuais, Amazon FBA e terceirização logística. Os resultados mostraram que as MPMEs equatorianas procuram melhorar a sua competitividade global, identificando a otimização de recursos e a redução de custos como motivações para considerar a terceirização logística. Reconheceram as oportunidades que este sistema oferece para melhorar o seu alcance internacional. Após uma avaliação minuciosa, foi determinado que a adoção do Amazon FBA seria benéfica como alternativa para alcançar a internacionalização.

**Palavras chaves:** Amazonas; Cosméticos; Logística; Terceirização.

## Introducción

En el contexto económico actual, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) desempeñan un papel crucial en las economías, generando empleo y contribuyendo a su crecimiento. Sin embargo, estas empresas a menudo enfrentan obstáculos para su desarrollo y expansión, especialmente en términos de reconocimiento y presencia en el mercado nacional e internacional. Una de las principales barreras que enfrentan es la falta de recursos logísticos para la entrega eficiente de productos a sus clientes, lo cual ha llevado a la necesidad de subcontratar servicios de logística a terceros para complementar sus operaciones.

Durante los años 60 y 70, la gestión de la distribución física y la logística dentro del contexto empresarial se destacó debido al gran impacto económico que los gastos logísticos tenían en las empresas. Sin embargo, Roig y Castillo (2022) argumentan que, fue a principios de los años ochenta cuando la función logística empezó a considerarse como un elemento clave en la diferenciación empresarial y se reconoció su capacidad para obtener ventajas competitivas sostenibles, ya sea a través de la diferenciación, o por medio de la innovación y el servicio.

El outsourcing se ha convertido en un procedimiento clave para las MIPYMES que buscan mejorar su logística y alcanzar la internacionalización. De acuerdo con Fernández, (2022) este sistema implica que las empresas deleguen de manera automática la realización de ciertos procesos que son complementarios para su resultado final, y a la vez son necesarios para el funcionamiento operativo de la empresa; estos servicios pueden ser adquiridos de proveedores externos, que pueden tener un impacto mayor o menor en el mercado, dependiendo del proceso complementario que se esté subcontratando. Saenz *et al.* (2021) enfatiza que las empresas que brindan externalización con enfoque en actividades logísticas “son contratadas para prestar un servicio integral de logística a través de toda la cadena de suministro, desde el transporte de productos hasta la planeación y reposición de inventarios, compras, manejo de proveedores y almacenamiento”.

Es por ello, que la reconocida tienda de comercio electrónico Amazon ha adquirido un papel protagónico a nivel internacional. De acuerdo a Piedrahita (2022), este sistema forma parte de Amazon y resulta beneficioso para tanto microempresarios como medianos empresarios, permitiéndoles vender sus productos a nivel global desde cualquier ubicación; esta característica confiere a Amazon una ventaja competitiva distintiva. Un factor clave es que Amazon facilita el almacenamiento de los artículos en sus almacenes, encargándose, además, de la logística de envíos,

gestión de reembolsos, devoluciones y la prestación de un servicio al cliente de manera satisfactoria.

El éxito de Amazon y su sistema FBA ha llevado a un aumento significativo en la demanda de la empresa a nivel mundial, lo que ha resultado en la apertura de almacenes en diversos países, esto se debe a que el comercio electrónico ha ganado protagonismo en los últimos años, desplazando a las ventas físicas. De esta manera, Amazon se ha convertido un aliado imprescindible para las micro, pequeñas y medianas empresas de los distintos países en los que opera, gracias a que les permite aumentar su volumen de ventas y exportaciones, lo que tiene un impacto positivo en la creación de empleo y en sus economías respectivas. En el caso de España, en el año 2021 “las pymes españolas vendieron más de 90 millones de productos en Amazon, un 50% más respecto a las unidades vendidas el año anterior, alcanzando más de 850 millones de euros en exportaciones” (Amazon, 2021). Esta sinergia entre gigantes tecnológicos y negocios locales es un testimonio de cómo la globalización y la tecnología pueden ser fuerzas unificadoras.

Sin embargo, en Ecuador, la falta de opciones de servicios de subcontratación que brinden servicios en el área logística para este tipo de empresas es una problemática que afecta al comercio local. Las pequeñas y medianas empresas del país enfrentan una serie de obstáculos logísticos que limitan su supervivencia a largo plazo y desarrollo; por ejemplo, en la actualidad, los consumidores valoran diversos aspectos al momento de decidir sobre un producto, tales como su calidad, valor agregado, precio y disponibilidad puntual; por lo tanto, la logística se vuelve fundamental para mejorar la competitividad en el mercado. No obstante, para las pequeñas y medianas empresas, alcanzar un nivel competitivo óptimo representa un desafío difícil de superar debido a problemas de desorganización, falta de conocimientos empresariales, la competencia de grandes empresas que ofrecen precios más atractivos y la necesidad de realizar inversiones significativas, entre otros.

Debido a ello, el presente trabajo tiene como objetivo evaluar el outsourcing de Amazon en el proceso logístico de las MIPYMES del sector de la cosmetología en Ecuador, mediante un estudio de viabilidad para su internacionalización. A través de un estudio de viabilidad, se busca analizar de forma preliminar los beneficios que se obtendrían al implementar el sistema logístico FBA en el país. Mediante la revisión de literatura y el análisis de documentos, se espera demostrar la importancia y los beneficios que el outsourcing de Amazon puede ofrecer al sector de empresas que se dedican a la producción y elaboración de productos cosméticos en el país, permitiéndoles competir a nivel internacional e ingresar a nuevos mercados extranjeros.

## **Logística**

La importancia de las actividades logísticas ha aumentado considerablemente para lograr una mayor competitividad empresarial. Según Martínez *et al.* (2021), la logística abarca actividades como almacenaje, distribución, venta y transporte. Madriz Rodríguez (2019), la define como aquellas acciones que satisfacen las necesidades de los elementos de la cadena de valor. Meza *et al.* (2022) la considera como todas las actividades para entregar un producto en un lugar y momento determinados, asegurando un mínimo de costo. En resumen, la logística es el conjunto de procesos que busca generar valor y satisfacción al cliente, considerando aspectos como almacenamiento, inventarios y transporte. Además, permite el correcto funcionamiento de la cadena de suministro y optimiza los procesos, evitando gastos innecesarios y mejorando la calidad del servicio ofrecido.

## **Outsourcing**

Hoy en día, implementar servicios de outsourcing se ha convertido en una estrategia de competitividad que ayuda a las organizaciones a reducir costos y mejorar sus actividades productivas, dado que les permite delegar actividades específicas para que sean ejecutadas por otras, y pueden ser aplicadas en cualquier área, inclusive en la logística. Desde el punto de vista de Noguera (2019), se sostiene que “las empresas tienden a externalizar todo tipo de operaciones logísticas, incluyendo el almacenamiento, la planificación, el transporte de mercancías y la logística inversa”.

De acuerdo con Vázquez *et al.* (2021), para quienes lo implementan se considera como un apoyo para que las empresas puedan dedicarse a lo importante de su negocio y al mismo tiempo externalizar la ejecución de complejos sistemas de suministro. Es decir, en un entorno empresarial dinámico y competitivo, el outsourcing emerge como un recurso poderoso que optimiza la eficiencia y maximiza la competencia, asegurando que las organizaciones puedan dedicar su energía y recursos a lo que verdaderamente importa.

## **Internacionalización**

La internacionalización se ha consolidado como una estrategia esencial para la expansión empresarial, ofreciendo una variedad de beneficios significativos. López-Rodríguez *et al.* (2020) la conceptualiza como una estrategia de crecimiento que permite a las empresas mitigar riesgos al diversificar sus mercados, aumentar la demanda y generar mayores ingresos. Esta estrategia es una alternativa viable frente a las realidades de los mercados nacionales, donde la competencia es alta y los ciclos de vida de los productos suelen acortarse rápidamente. De la misma manera, Fonseca

y Fleitas (2020) consideran a este proceso como aquel paso natural en la evolución de las empresas que tienen como objetivo ingresar a diferentes mercados. En este sentido, se puede definir a la internacionalización como una vía natural y necesaria en la evolución empresarial, encaminada a conquistar nuevos mercados y asegurar la viabilidad y la prosperidad a largo plazo.

Aunque es innegable que numerosas fuentes literarias resaltan los beneficios de la internacionalización, la percepción de este fenómeno varía significativamente, como lo resalta Acevedo *et al.* (2020) mientras en ciertos mercados se considera un elemento sumamente destacado, en otros aún está en sus etapas iniciales de desarrollo. Por ello, la internacionalización no se considera como un proceso exento de desafíos, especialmente para las PYMES, como señala Pedraza *et al.* (2020). De la misma manera, Pérez *et al.* (2021) menciona que es importante admitir que llevar a una empresa a la internacionalización no es una tarea sencilla; más bien, puede ser un proceso arriesgado y complicado. Estas perspectivas, establecen a la internacionalización como motor clave de desarrollo y crecimiento empresarial, pero también implica riesgos y obstáculos.

## **MIPYMES**

Por otra parte, dentro del contexto actual, las micro, pequeñas y medianas empresas desarrollan un papel protagónico en el crecimiento económico y productivo de un país. Romero *et al.* (2021) afirma que, en un mundo donde las economías están cada vez más vinculadas a los patrones de inversión y comercio a nivel global, este determinado grupo de empresas están desempeñando un papel cada vez más crucial. Su presencia se denota en la cantidad significativa de MIPYMES que han ido apareciendo con el paso del tiempo, y al gran aporte en la creación de empleo que generan. Por ello, Hernández Gutiérrez *et al.* (2022) señalan que este sector merece ser entendido especialmente como el motor del trabajo, generador de mano de obra intensiva. De acuerdo con los diversos estudios, en un mundo cada vez más competitivo, estas empresas desempeñan un rol central en la generación de oportunidades laborales y la vitalidad de la economía, siendo su capacidad para adaptarse y prosperar en entornos desafiantes lo que ratifica su importancia en el panorama empresarial.

En la economía ecuatoriana, las MIPYMES representan el 90% de las unidades productivas y son responsables del 60% del empleo y aproximadamente del 50% de la producción. Sin embargo, en los últimos años, se ha observado que las PYMES en Ecuador continúan operando de manera similar a como lo han hecho históricamente, sin evidenciar un incremento en la eficiencia y

productividad. Además, existe una falta de avances significativos en términos de adopción de tecnologías y una carencia de crecimiento estructural.

Rodríguez y Aviles (2020) manifiestan que, este sector tiene una presencia mayoritariamente local con muy poca participación en el mercado de exportación, representando un porcentaje pequeño a nivel nacional y con un alcance geográfico que apenas se extiende hasta Colombia o Perú. En resumen, a pesar de su volumen y potencial, existe una persistente falta de avances en términos de eficiencia, productividad y adopción tecnológica en la transformación de estas empresas en el país, donde su enfoque se limita a la producción y distribución nacional, sin avanzar al mercado internacional.

### **Sector cosmético**

A su vez, Ecuador es considerado como el país con una gran presencia del sector cosmético, dentro de Latinoamérica. Los cosméticos son productos destinados a mejorar la apariencia y el aroma del cuerpo humano, aplicándose externamente en la piel o el cuerpo. En la actualidad, ha habido un aumento significativo en el uso de productos cosméticos; como maquillaje, perfumes y artículos para el cuidado de la piel, y aunque estos productos han estado presentes en la sociedad desde tiempos antiguos, su popularidad ha crecido considerablemente en la última década.

De hecho, en 2022, creció esta canasta en un 24% demostrando su relevancia. Incluso, en el mes de agosto de 2021 comparando contra el mismo mes en 2019, creció un total del 6%; este crecimiento ofrece oportunidades para el desarrollo y la diversificación económica del país, así como la promoción de la producción y exportación de productos cosméticos ecuatorianos. La expansión del mercado cosmético en Ecuador no solo crea oportunidades para el desarrollo económico y la diversificación, sino también promueve la producción y exportación de productos nacionales.

Matellanes y Velasco (2021) expresan que, en la actualidad, el consumo, la publicidad y la visión general de maquillaje y productos para el cuidado de la piel, se han visto transformadas con el nacimiento y la intensificación de diversas plataformas digitales. En consecuencia, para alcanzar el éxito en este contexto en evolución, las MIPYMES deben abrazar la transformación digital y aprovechar las oportunidades que ofrecen las plataformas digitales para posicionar sus productos y llegar a un público más amplio.

No obstante, en palabras de Iglesias *et al.* (2021), se afirma que, existen varias dificultades relacionadas con el éxito de estos emprendimientos, debido a la menor disponibilidad de recursos,



económicos, tecnológicos o de innovación, entre otras limitantes que les impide expandirse hacia mercados internacionales. Entendiendo, que este tipo de problemas pueden afectar su capacidad para generar empleo de calidad, impulsar el crecimiento económico y contribuir al desarrollo sostenible del país.

### **Estudio de Viabilidad**

El concepto de viabilidad en el ámbito de proyectos y negocios es de gran importancia, ya que implica la posibilidad de alcanzar ciertos objetivos o realizar determinadas propuestas. Diversos estudios han abordado este tema, destacando su relevancia para la toma de decisiones acertadas antes de emprender cualquier proyecto. En este sentido, Zhingre *et al.* (2020) han definido la viabilidad como la capacidad de llevar a cabo ciertos objetivos o proyectos planteados. Por su parte, García *et al.* (2018) señalan que el estudio de viabilidad de un proyecto es fundamental para determinar su factibilidad antes de dar inicio al mismo, utilizando indicadores que respalden una adecuada toma de decisiones.

Otros investigadores, como Guasco y Luna (2022), conciben el estudio de viabilidad como un análisis exhaustivo de una empresa, con el fin de evaluar si una idea de negocio es favorable, basándose en investigaciones y cálculos reales que aseguren su correcto desempeño y rentabilidad. Es así como el estudio de viabilidad se presenta como un proceso analítico que considera diversos aspectos técnicos, financieros, legales y de mercado, con el propósito de determinar la viabilidad de un proyecto o idea de negocio.

Uno de los elementos que conforman un estudio de viabilidad es el estudio o análisis de mercado. De acuerdo con Moncayo *et al.* (2021), se le denomina de esta manera al “conjunto de acciones que se desarrollan con la finalidad de conocer la respuesta del mercado, proveedores, competencia respecto a un producto o servicio”. Desde el punto de vista de Álvarez *et al.* (2022), se lo define como el análisis que “permite determinar las oportunidades o problemas que pueden ocurrir en la comercialización de un producto o servicio, identificando si a futuro generará rentabilidad a sus inversionistas.

Cabe recalcar, que este tipo de análisis puede ser aplicado a cualquier tamaño y tipo de empresa, de nueva creación o con años de servicio, pues el fin siempre va a ser el mismo, encontrar la manera de optimizar recursos, mejorar las áreas de oportunidad y hacer que la empresa sea más rentable (García y Valencia, 2018). La literatura revisada destaca que el estudio de mercado es esencial en un estudio de viabilidad, ya que permite conocer la respuesta del mercado, identificar

oportunidades y problemas en la comercialización, y determinar la rentabilidad esperada del proyecto.

Por otro lado, un análisis de competencia dentro de un estudio de viabilidad es una evaluación detallada de las empresas o negocios que operan en el mismo mercado o sector que el proyecto propuesto. Su objetivo es comprender la situación competitiva y las fortalezas y debilidades de los competidores directos e indirectos. Este análisis ayuda a identificar las estrategias y ventajas competitivas de cada competidor, así como las oportunidades y amenazas que enfrentará el nuevo proyecto en el mercado.

En la fase de evaluación de los requisitos técnicos y financieros, se efectúa una evaluación de los gastos relacionados con la producción y comercialización del proyecto emprendedor en estudio. Además, se calculan los indicadores financieros clave que resultan fundamentales para determinar si el proyecto es viable o no (Mogrovejo *et al.*, 2020).

En conjunto, esta exhaustiva revisión de los aspectos técnicos y financieros proporciona a los emprendedores una base sólida para tomar decisiones informadas y fundamentadas. De esta forma, con una comprensión clara de la viabilidad económica del emprendimiento, los emprendedores pueden desarrollar estrategias más efectivas y aumentar sus probabilidades de alcanzar el éxito en el mercado. Un estudio de viabilidad bien ejecutado no solo proporciona un camino estructurado para obtener beneficios, sino que también aumenta la confianza de los emprendedores al enfrentar los desafíos empresariales. En última instancia, la combinación de análisis de mercado, evaluación de competencia y revisión técnica y financiera forma una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y el logro de resultados positivos.

### **Materiales y Métodos**

La presente investigación tiene un alcance descriptivo y se desarrolla bajo un paradigma cuantitativo, enfocado en examinar variables en una hipótesis específica. En palabras de Sánchez Molina y Murillo Galarza (2021) este paradigma comienza con una idea general que se va refinando y acotando progresivamente. Una vez que se ha delimitado claramente el tema de estudio, se formulan objetivos y preguntas de investigación específicas. A continuación, se realiza una revisión exhaustiva de la literatura existente y se construye un marco teórico o perspectiva para fundamentar la investigación.

En la realización de la investigación se aplicaron diversos métodos teóricos. Como, por ejemplo, el método analítico sintético para caracterizar gnoseológicamente y administrativamente el proceso logístico de Amazon, además de valorar la situación actual del outsourcing para el beneficio de las MIPYMES ecuatorianas. En cuanto a los métodos empíricos, se recurrió al estudio de documentos para obtener datos relevantes, así como a la revisión sistemática de la literatura para recopilar información y elaborar resultados, en donde se incluyó el análisis de artículos científicos indexados en bases de datos reconocidas como Latindex, Scielo, Scopus, Dialnet y Redalyc; además de otras fuentes primarias como medios oficiales, libros y otros.

Además, para conseguir la parte de análisis y resultados, se llevó a cabo una serie de entrevistas a diferentes MIPYMES del sector cosméticos de la ciudad de Machala. El objetivo de estas entrevistas fue obtener información relevante sobre la experiencia de estas empresas con modelos de negocios virtuales, Amazon FBA y el outsourcing logístico. Villareal y Cid (2022) conceptualizan a la entrevista como una herramienta sumamente poderosa que permite obtener descripciones detalladas del mundo vivido por los entrevistados. A través de este método, se logró captar, comprender e interpretar la experiencia de los sujetos participantes desde su propia perspectiva.

## Resultados

A partir de las respuestas proporcionadas por las empresas entrevistadas, se han construido varias tablas para presentar los datos de manera concisa y facilitar su análisis.

**Tabla 1**

*Conveniencia de los Modelos de Negocios Virtuales*

Empresa	Modelo de Negocios Virtuales	Confiabilidad
Jennifer Celi MakeUp	Sí	Alta
Arte con manos	Sí	Media
Belle Dama	Sí	Alta
Market Cosmetic	No	Baja
Love Cosmetics	No	Baja
Makep Female	Sí	Alta

**Fuente: Elaboración propia.**

La tabla 1 evidencia que, la mayoría de las empresas entrevistadas utilizan modelos de negocios virtuales y los consideran confiables; aquellas que no lo hacen, muestran un interés en implementarlos en el futuro. Esto sugiere una tendencia hacia la adopción de modelos de negocios virtuales como una estrategia comercial viable y confiable, este resultado, resalta la importancia de la transformación digital en el sector de la producción de cosméticos en la provincia de El Oro, donde las empresas están buscando aprovechar las oportunidades que ofrecen los entornos digitales para expandir sus operaciones y mantenerse competitivas en un mercado cada vez más dinámico y globalizado.

**Tabla 2**

*Evaluación del Outsourcing Logístico*

<b>Empresa</b>	<b>Utiliza outsourcing logístico</b>	<b>Razones para considerar su uso</b>
Jennifer Celi MakeUp	No	Ahorrar tiempo y recursos; Permitir enfoque en otras áreas del negocio.
Arte con manos	No	Mejorar la gestión de inventario; Reducción de costos.
Belle Dama	No	Expansión de operaciones; Mayor eficiencia en logística.
Market Cosmetics	No	Optimización de recursos; Facilitar la expansión internacional.
Love Cosmetics	No	Concentrarse en el enfoque principal del negocio; Optimización de recursos.
Makeup Female	No	Mejorar la calidad del servicio logístico.

**Fuente: Elaboración propia.**

Después de haber evaluado el outsourcing logístico, la Tabla 2 revela que todas las empresas entrevistadas consideran diversas razones para su adopción, entre las razones más destacadas se encuentran el ahorro de tiempo y recursos, la optimización de los mismos para enfocarse en el núcleo del negocio, la expansión de operaciones y la mejora en la gestión de inventarios; además, se destaca también la reducción de costos como un factor clave, lo que sugiere que estas empresas busquen potenciar su rentabilidad y eficiencia mediante la externalización de sus operaciones

logísticas. Estas motivaciones resaltan la importancia central del outsourcing logístico como herramienta estratégica para fortalecer la competitividad y el rendimiento de las MIPYMES en un mercado en constante transformación y evolución.

**Tabla 3**

*Conveniencia de Amazon FBA*

Empresa	Conoce Amazon FBA	Situación Logística Actual de la Empresa
Jennifer Celi MakeUp	Sí	Medio (depende de disponibilidad de stock).
Arte con manos	No	Poco eficiente.
Belle Dama	No	Poco eficiente
Market Cosmetics	Sí	Medio (problemas constantes en los envíos).
Love Cosmetics	No	Eficiente.
MakeUp Female	No	Medio.

**Fuente: Elaboración propia.**

Luego de haberse evaluado la situación logística actual de cada una de las empresas entrevistadas, la tabla 3 muestra una diversidad de factores que presentan dentro de su sistema logístico, algunas de ellas enfrentan desafíos en términos de eficiencia y dependencia de disponibilidad de stock, las cuáles son las empresas Jennifer Celi MakeUp y Arte con manos, por otro lado, Belle Dama y Market Cosmetics mencionan un nivel medio de eficiencia logística, mientras que, la empresa MakeUp Female se considera eficiente en su situación actual. El hecho de que algunas empresas mencionen que su nivel dentro de este enfoque es "poco eficiente" o "medio" sugiere que aún hay margen para mejorar la gestión de la logística en el sector de la producción de cosméticos en la provincia de El Oro.

**Tabla 4**

*Ventajas y Desafíos Percibidos de Amazon FBA*

Empresa	Ventajas Percibidas de Amazon FBA en su Logística	Desafíos Percibidos al Considerar Amazon FBA en su Logística
Jennifer Celi MakeUp	El servicio brindaría un mayor alcance internacional al aprovechar la infraestructura logística global de Amazon, lo que les permitiría	La empresa reconoce que también enfrentaría desafíos adicionales, como la necesidad de capacitar a su

	<p>llegar a nuevos mercados de manera eficiente. Además, la seguridad en los envíos internacionales garantizaría que los productos lleguen a los clientes de forma confiable y en buen estado, lo que mejoraría la confianza del cliente y la satisfacción.</p>	<p>equipo y adaptar su cultura organizacional para incorporar nuevos métodos logísticos.</p>
Arte con manos	<p>Eficiencia mejorada en los envíos, al aprovechar la infraestructura logística y los recursos de Amazon para gestionar los procesos de manera más ágil. Esta mejora en la eficiencia logística aumentaría su competitividad en el mercado, al ofrecer tiempos de entrega más cortos y una experiencia más satisfactoria para los clientes.</p>	<p>Adaptarse a las políticas aduaneras y regulaciones internacionales para garantizar una operación sin contratiempos en los mercados internacionales, lo que requeriría una cuidadosa planificación y coordinación para garantizar una operación sin contratiempos en los mercados internacionales.</p>
Belle Dama	<p>La posibilidad de acceder al mayor alcance internacional de Amazon les brindaría una mayor visibilidad en el mercado global, lo que podría atraer a nuevos clientes y aumentar su base de clientes internacionales.</p>	<p>La empresa es consciente de los desafíos potenciales, como la adaptación a las políticas y requisitos de Amazon, así como costos adicionales al utilizar el servicio.</p>
Market Cosmetics	<p>Amazon FBA les permitiría llegar a nuevos mercados internacionales de manera más rápida y eficiente. Además, su uso garantizaría una entrega y seguimiento de paquetes en tiempo real, lo que brindaría una mayor seguridad y tranquilidad a sus clientes internacionales.</p>	<p>Requerir ajustes en sus procesos actuales para cumplir con los estándares de la plataforma.</p>
Love Cosmetics	<p>La infraestructura logística de Amazon también les ofrecería acceso a servicios de logística de devoluciones, lo que facilitaría la gestión de</p>	<p>El mayor desafío que perciben se encuentra la necesidad de coordinar y sincronizar sus operaciones internas con Amazon FBA para</p>

	devoluciones y mejoraría la experiencia del cliente.	garantizar una experiencia fluida para sus clientes.
MakeUp Female	Mayor acceso a recursos y servicios logísticos, lo que mejoraría su capacidad para ahorrar recursos y optimizar sus operaciones. Además, el uso de Amazon FBA podría aumentar su competitividad en el mercado al ofrecer tiempos de entrega más cortos y una experiencia de compra más satisfactoria para sus clientes.	Al igual que otras empresas, también identifican los desafíos potenciales relacionados con la adaptación a las políticas y requisitos de Amazon, así como los costos adicionales que podrían surgir al utilizar el servicio.

**Fuente: Elaboración propia.**

Con respecto a la información descrita en la tabla 4, el análisis de las ventajas percibidas por las empresas en la consideración de Amazon FBA en su logística revela una clara disposición a adoptar esta estrategia como una opción para mejorar la eficiencia, expandir su alcance internacional y mejorar la satisfacción del cliente, aunque existen desafíos potenciales, las ventajas identificadas ofrecen oportunidades valiosas para impulsar el crecimiento y la competitividad en el sector de la producción de cosméticos en la provincia de El Oro. La planificación cuidadosa y la evaluación integral son fundamentales para tomar decisiones informadas y aprovechar al máximo los beneficios que Amazon FBA puede aportar a sus operaciones logísticas, por otro lado, aunque las MIPYMES entrevistadas ven ventajas claras en la plataforma, también reconocen desafíos relacionados con los costos y la dependencia de Amazon, así como la adaptación a sus políticas y requisitos.

### **Discusión**

En el presente estudio, se ha llevado a cabo un análisis detallado de la implementación potencial del outsourcing logístico a través del sistema FBA de Amazon en las MIPYMES del sector de la cosmetología en Ecuador. Los resultados obtenidos de las entrevistas con diversas empresas en la provincia de El Oro proporcionan información valiosa sobre la percepción y las tendencias en cuanto a modelos de negocios virtuales y estrategias logísticas. Estos resultados se discuten en relación con la literatura existente y las implicaciones prácticas para las MIPYMES en este sector.

Los datos revelan que la adopción de modelos de negocios virtuales es una tendencia marcada entre las empresas entrevistadas. La mayoría ya utiliza estos modelos o tiene intenciones claras de implementarlos en el futuro. Este hallazgo resalta la importancia de la transformación digital en el sector de la producción de cosméticos en la provincia de El Oro. Las MIPYMES están buscando activamente aprovechar las oportunidades en entornos digitales para expandir sus operaciones y mantener su competitividad en un mercado globalizado. Estos resultados concuerdan con estudios previos, como Chávez *et al.* (2021) que enfatizan la manera en la que en las últimas décadas se han difundido diversas plataformas apoyadas en el uso de internet destinadas a presentar contenidos a la vez que incorporan un conjunto de herramientas de comunicación facilitando la creación de entornos virtuales que hoy en día brindan factibilidad para las empresas

Además, todas las empresas entrevistadas consideran el outsourcing logístico como una estrategia valiosa, destacando razones como el ahorro de tiempo y recursos, la optimización de los recursos, la expansión de operaciones y la mejora en la gestión de inventarios, lo que subraya su papel central para fortalecer la competitividad en un mercado en constante evolución. Estos resultados están en línea con lo expuesto por diversos autores, donde destacan que el implementar servicios de outsourcing se ha convertido en una estrategia de competitividad, dado que les permite delegar actividades específicas para que sean ejecutadas por otras, y pueden ser aplicadas en cualquier área, inclusive en la logística (Noguera 2019). Los hallazgos también sugieren que hay espacio para mejorar la eficiencia dentro de esta área; este resultado señala la necesidad de abordar desafíos en términos de disponibilidad de stock para optimizar los procesos logísticos.

En conjunto, estos resultados respaldan la idea de que las MIPYMES en el sector cosmético en Ecuador pueden beneficiarse de la transformación digital y el outsourcing logístico para su internacionalización, siempre y cuando aborden estos procesos con un enfoque estratégico y una comprensión sólida de los desafíos y beneficios involucrados.

## **Conclusiones**

En resumen, este estudio se ha centrado en evaluar la viabilidad del outsourcing de Amazon como una estrategia de internacionalización para las MIPYMES del sector cosmético en Ecuador. Los resultados obtenidos indican una predisposición positiva hacia la adopción de esta estrategia, destacando el ahorro de tiempo y recursos, la optimización de procesos y la mejora en la gestión de inventarios como motivaciones clave para considerar el outsourcing logístico a través de



Amazon FBA. La percepción favorable de Amazon FBA como una herramienta para expandirse internacionalmente y mejorar la satisfacción del cliente es evidente. Sin embargo, se reconocen desafíos relacionados con costos, dependencia de Amazon y adaptación a sus políticas.

Las implicaciones de este estudio son relevantes para las MIPYMES cosméticas ecuatorianas, ya que sugieren que el outsourcing de Amazon podría ser una estrategia efectiva para impulsar su internacionalización y competitividad en un mercado global. No obstante, es esencial abordar cuidadosamente los desafíos identificados y desarrollar una planificación sólida al considerarla como estrategia para ingresar a mercados internacionales.

Como línea de continuidad, se sugiere en la realización de investigaciones futuras que profundicen en los desafíos específicos y las estrategias para abordarlos en el contexto de la internacionalización de las MIPYMES en Ecuador. En última instancia, este estudio contribuye al conocimiento al proporcionar información valiosa sobre la viabilidad del outsourcing de Amazon como una opción estratégica para las MIPYMES cosméticas ecuatorianas en su búsqueda de expansión internacional.

## Referencias

- Acevedo, J., Robledo, S., & Angarita, M. Z. S. (2020). Subáreas de internacionalización de emprendimientos: una revisión bibliográfica. *Económicas CUC*, 42(1), 249-268. <https://doi.org/10.17981/econcuc.42.1.2021.org.7>
- Álvarez, C. E. A., Redrobán, M. C. S., Ojeda, J. C. V., & Paz, F. F. E. (2022). Marketing digital en época de pandemia: perspectivas del consumidor online. *Ñeque: Revista de Investigación en Ciencias Administrativas y Sociales*, 5(11), 195-210. <https://doi.org/10.33996/revistaneque.v5i11.75>
- Amazon, (2021.). Recuperado el 19 de febrero de 2023, de <https://www.amazon.es/Acerca-Amazon-Descubre-Nuestra-Empresa-Nuestra-Tecnologia/b?ie=UTF8&node=1323175031>
- Bencardino, C. M. (2019). Estadística y muestreo.
- Chávez, R. A. M., Tumbaco, L. D. M., & Poveda, M. L. P. (2021). Plataformas virtuales: las apps como estrategia en el emprendimiento no tradicional. *Revista Publicando*, 8(31), 207-224. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2245>

- Directorio de Empresas y Establecimientos. (2022). Boletín Técnico No. 01-2022-DIEE. En INEC. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2021/Boletin\\_Tecnico\\_DIEE\\_2021.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2021/Boletin_Tecnico_DIEE_2021.pdf)
- Fernández Massi, M. (2022). Subcontratación y precarización del empleo: los accidentes laborales en la industria petroquímica. *Estudios Sociológicos De El Colegio De México*, 40(119), 423–454. <https://doi.org/10.24201/es.2022v40n119.2128>
- Fonseca-Feris, R., & Fleitas-Alvarez, V. C. (2020). Las pequeñas y medianas empresas en Paraguay. Limitaciones para su internacionalización. *Revista internacional de investigación en ciencias sociales*, 16(2). <http://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/download/951/843>
- García, J. J. G., & Valencia, M. P. (2018). Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia. *Eca Sinergia*. [https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v9i2.1294](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i2.1294)
- Guasco, C. V., & Luna, K. A. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral para las Pymes en el Cantón Cañar. *Dominio de Las Ciencias*, 8(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383501>
- Hernández Gutiérrez, D. N., Cabeza García, P. M., & Gutiérrez Rodríguez, F. Á. (2022). Mipymes, análisis y reflexión desde la formación de competencias emprendedoras en los estudiantes. *Revista Conrado*, 18(85), 379-411. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1990-86442022000200397](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1990-86442022000200397)
- Iglesias, D. G., Cossío, N. S., Suárez, J. A., & Acosta, M. N. (2021). Diagnóstico de la logística de las microempresas de la Amazonia ecuatoriana, adecuación matemática. *Eca Sinergia*, 12(1), 126. [https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v12i1.2864](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v12i1.2864)
- Iglesias, D. G., Cossío, N. S., Suárez, J. A., & Acosta, M. N. (2021). Diagnóstico de la logística de las microempresas de la Amazonia ecuatoriana, adecuación matemática. *Eca Sinergia*, 12(1), 126. [https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v12i1.2864](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v12i1.2864)
- López-Ramírez., C.A. García-Cáceres., R.G. y Herrera-Rodríguez., J.M. (2022). Taxonomy of Outsourcing Alternatives Through Systematic Literature Review. *Tecnura*, 26(71).

- Madriz-Rodríguez, D. A. (2019). Cadena de valor logística en las PYMES manufactureras del municipio San Cristóbal, Estado Táchira, Venezuela. *Visión gerencial*, 2, 232-254. <https://www.redalyc.org/journal/4655/465566915007/465566915007.pdf>
- Martínez, M. J., Veloza, S. A. L., & Fuentes, E. A. (2021). Desarrollo de un plan de logística interna para la distribución y almacenamiento de mercadería en la bodega de Technology World Group S.A.S. *Revista Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 8(16), 43-53. <https://doi.org/10.21017/rimci.2021.v8.n16.a101>
- Matellanes, M., & Velasco, V. M. (2021). Conexión de los/las influencers con la generación Z en la industria del maquillaje. *Revista Prisma Social*, 35: Los Procesos de Responsabilidad Social en la Economía Social y sus Confrontaciones, 199-220. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4351>
- Mogrovejo, A. E., Arias, D. M., & Vidal Astudillo, B. E. (2020). Producción y comercialización de champiñones en la provincia del Azuay Ecuador. Estudio de factibilidad. *Telos*, 22(1).
- Moncayo-Sánchez, Y. P., Salazar-Tenelanda, M. V., & Avalos-Peñañiel, V. G. (2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector rural. Caso de estudio Parroquia Bayushig. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 6(3), 2205-2220. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2501>
- Noguera, O. R. (2019). Outsourcing de las actividades logísticas. ¿Cómo generamos valor añadido? *Oikonomics*. <https://doi.org/10.7238/o.n9.1806>
- Pedraza, C., Cantillo, N., García, J., & Paz, A. (2020). Estrategias de marketing para la internacionalización de PYMES comerciales de Riohacha (Colombia). *Revista Espacios*, 41. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n21/20412127.html>
- Pérez, E. M. B., Rodríguez, D. T. G., & Bedoya, C. (2021). Logística e internacionalización de las empresas antes y durante la pandemia del Covid-19. Breve revisión de literatura especializada. *Ciencia, economía y negocios*, 5(1), 71-96. <https://doi.org/10.22206/ceyn.2021.v5i1.pp71-96>
- Piedrahita, H. (2022). ¿Qué es Amazon FBA y Cómo Funciona? Recuperado el 27 de febrero de 2023, de ¿Qué es Amazon FBA y Cómo Funciona? | Vendiendo Por Amazon
- Rodríguez, R., & Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *593 Digital Publisher CEIT*, 5-1(5), 191-200. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>

- Roig, M. V., & Castillo, C. (2022). Evolución de la logística: pasado, presente y futuro. *Oikonomics*, 17. <https://doi.org/10.7238/o.n17.2204>
- Romero, R., Arcos, L. D. R., & Delgado, S. M. (2021). Políticas, innovación abierta e internacionalización en pymes. *Pensamiento y gestión: revista de la División de Ciencias Administrativas de la Universidad del Norte*, 50, 246-273. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8115892>
- Saenz, A. A., Rueda, D. C., & Gómez, J. C. O. (2021). Identificación de riesgos operacionales en el transporte tercerizado de productos hortofrutícolas. *Criterio libre*, 19(34), 113-125. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2021v19n34.5746>
- Sánchez Molina, A. A., & Murillo Galarza, A. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: Cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la Historia*, 9(2), 147-181. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=655769223006>
- Vázquez, G., Torres, O. U. B., & Bernard, P. (2021). Competitividad logística de los puertos de la iniciativa “Franja-Ruta”. *México y la Cuenca del Pacífico*, 11(31), 91-116. <https://doi.org/10.32870/mycp.v11i31.740>
- Villareal-Puga, J., & Cid García, M. (2022a). La aplicación de entrevistas semiestructuradas en distintas modalidades durante el contexto de la pandemia. *Revista Científica Hallazgos*, 7(1), 52-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8474986>
- Zhingre-Orellana, S. O., Erazo-Álvarez, J. C., Narváez-Zurita, C. I., & Moreno, V. D. (2020). Plan de negocios para evaluar la viabilidad en el sector microempresarial de repuestos de vehículos. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.842>