



**UNIVERSIDAD MICHUACANA DE SAN  
NICOLÁS DE HIDALGO**

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES  
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**COMPETITIVIDAD EN LA EXPORTACIÓN DE  
COSMÉTICOS MEXICANOS A LA UNIÓN  
EUROPEA, A TRAVÉS DE LOS ÍNDICES VCR Y  
PFT, 2000-2021**

**TESIS:**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:  
MAESTRA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**PRESENTA:**

**ING. EMMA DURÁN GIL**

**DIRECTORA DE TESIS:**

**DRA. DORA AGUILASOCHO MONTOYA**

**MORELIA, MICHOACÁN, AGOSTO, 2023**

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ACTA DE REVISIÓN DE TESIS**

En la Ciudad de Morelia, Mich., el día 19 de mayo de 2023, los miembros de la Mesa de Sinodales designada por el H. Consejo Técnico del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE) de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), aprobaron presentar el examen de grado la tesis titulada:

**“COMPETITIVIDAD EN LA EXPORTACIÓN DE COSMÉTICOS MEXICANOS A LA  
UNIÓN EUROPEA, A TRAVÉS DE LOS ÍNDICES VCR Y PFT, 2000-2021”**

Presentada por la alumna:

***Emma Durán Gil***

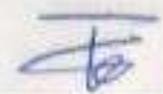
Aspirante al grado de **Maestra en Ciencias en Negocios Internacionales**. Después de haber efectuado las revisiones necesarias, los miembros de la Mesa de Sinodales manifestaron SU APROBACIÓN DE LA TESIS, en virtud de que satisface los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes.

**LA MESA DE SINODALES**

Director de la Tesis

  
Dra. Dora Aguilasoch Montoya

  
Dra. América Ivonne Zamora Torres

  
Dr. Jorge Víctor Alcaraz Vera

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO  
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTA DE ORIGINALIDAD

A QUIEN CORRESPONDA.

Por este medio se hace constar que el trabajo de tesis titulado "COMPETITIVIDAD EN LA EXPORTACIÓN DE COSMÉTICOS MEXICANOS A LA UNIÓN EUROPEA, A TRAVÉS DE LOS ÍNDICES VCR Y PFT, 2000-2021" realizado por la alumna EMMA DURÁN GIL con matrícula 1634405B de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales, dirigido por la Dra. Dora Aguilasocho Montoya, fue analizado a través de la herramienta de detección de plagio "Plagium".

Con base en el reporte de las similitudes encontradas por dicha herramienta informática, se **considera que el trabajo de tesis no constituye un plagio** con respecto a obras de terceros.

Los resultados del análisis se encuentran bajo resguardo de la coordinación de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales y de la Secretaría Académica del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

ATENTAMENTE

Morelia, Mich., a 19 de mayo de 2023

  
Dra. Dora Aguilasocho Montoya  
Director de Tesis

  
Emma Durán Gil  
Alumna

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**  
**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**  
**MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS**

En la Ciudad de Morelia, Michoacán, el día 19 de mayo de 2023, la que suscribe **EMMA DURÁN GIL**, alumna del programa de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales adscrita al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE), manifiesta ser la autora intelectual del presente trabajo de tesis, desarrollado bajo la dirección de la Dra. Dora Aguilasocho Montoya y cede los derechos del trabajo, titulado **“COMPETITIVIDAD EN LA EXPORTACIÓN DE COSMÉTICOS MEXICANOS A LA UNIÓN EUROPEA, A TRAVÉS DE LOS ÍNDICES VCR Y PFT, 2000-2021”** a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo para su difusión con fines estrictamente académicos.

No está permitida la reproducción total o parcial de este trabajo de tesis ni su tratamiento o transmisión por cualquier medio o método sin la autorización escrita de la autora y/o directora del mismo. Cualquier uso académico que se haga de este trabajo, deberá realizarse conforme a las prácticas legales establecidas para este fin.



---

**EMMA DURÁN GIL**

## **DEDICATORIA**

Al ININEE, CONACYT, asesores, maestros, pareja y familia que han formado parte muy importante para el desarrollo de la presente investigación.

Muchas gracias.

## **AGRADECIMIENTOS**

“La raíz de todo bien reposa en la tierra de la gratitud.”

Dalai Lama

En agradecimiento al ININEE, CONACYT, a mis asesores, sinodales, profesores y directivos que orientaron la tesis de principio a fin. De igual forma agradezco a mi familia, pareja, amigos, y personas que han formado parte en lo que hoy en día es el presente. Soy gracias a ustedes y les deseo lo mejor.

Con mucho cariño.

**La presente tesis fue realizada con el apoyo del  
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología  
de los Estados Unidos Mexicanos**



## TABLA DE CONTENIDO

<b>RELACIÓN DE GRÁFICAS, ILUSTRACIONES Y TABLAS.....</b>	<b>1</b>
<b>GLOSARIO DE SIGLAS.....</b>	<b>5</b>
<b>GLOSARIO DE TERMINOS.....</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>8</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>9</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>12</b>
<b>CARACTERIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>12</b>
1. Planteamiento del problema .....	12
1.1 Descripción del problema .....	13
1.2 Preguntas de la investigación .....	14
1.2.1 Pregunta general.....	14
1.3 Objetivo de la investigación .....	14
1.3.1 Objetivo general.....	15
1.4 Hipótesis de la investigación.....	15
1.4.1 Hipótesis general.....	15
1.4 Justificación.....	15
1.5.1 Trascendencia .....	16
1.5.2 Horizonte espacial y temporal .....	17
1.5.3 Viabilidad de la investigación.....	17
1.6 Tipo de investigación .....	17
1.6.1 Descriptiva.....	17
1.6.2 Correlacional .....	18
1.7 Alcances y limitaciones de investigación .....	18
1.7.1 Alcances .....	18
1.7.2 Limitaciones .....	19
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>20</b>
<b>DIAGNÓSTICO DE LA INDUSTRIA COSMÉTICA MEXICANA .....</b>	<b>19</b>
2.1 Generalidades de la industria cosmética .....	22
2.2 Características del mercado.....	25

<b>CAPÍTULO III</b> .....	27
<b>ELEMENTOS TEÓRICOS DE LA COMPETITIVIDAD</b> .....	27
3.1 Economía .....	27
3.1.2 Clásica y neoclásica .....	28
3.2 Conceptualización de la competitividad .....	32
3.3 Teorías de la competitividad .....	36
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	43
<b>COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD: ANÁLISIS METODOLÓGICO</b> .....	43
4.1 Método .....	43
4.2 Metodología .....	44
4.2.2 Identificación de variables .....	52
4.2.2.1 Variable dependiente .....	52
4.2.2.2 Variables independientes .....	52
4.2.3 Universo y muestra de estudio .....	52
4.2.3.1 Universo .....	52
4.2.3.2 Muestra .....	53
4.2.4 Instrumentos .....	53
4.2.4.1 Instrumentos cuantitativos .....	53
4.2.4.2 Instrumentos cualitativos .....	54
<b>CAPÍTULO V</b> .....	55
<b>ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA COSMÉTICA MEXICANA EN LA UNIÓN EUROPEA A TRAVÉS DE LOS ÍNDICES VCR Y PTF</b> .....	55
5.1 Competitividad de la Industria cosmética mexicana en la Unión Europea del 2000 al 2020 .....	55
5.2 La Productividad de la industria cosmética mexicana en la Unión Europea del 2010 al 2019 .....	64
5.3 Análisis de la correlación de la Competitividad y Productividad de la Industria cosmética mexicana en la Unión Europea del 2010 al 2019 .....	66
5.3.1 Análisis de la correlación de la Competitividad y Productividad de la Industria cosmética mexicana en Francia del 2010 al 2019 .....	68
5.3.2 Análisis de la correlación de la Competitividad y Productividad de la Industria cosmética mexicana en Alemania del 2010 al 2019 .....	70
5.3.3 Análisis de la correlación de la Competitividad y Productividad de la Industria cosmética mexicana en España del 2010 al 2019 .....	72
<b>ANEXO</b> .....	80
<b>REFERENCIAS</b> .....	98

# RELACIÓN DE GRÁFICAS, FIGURAS Y TABLAS

## FIGURAS

Figura 1 Factores determinantes de la competitividad.....	34
Figura 2 Teoría del ciclo de la vida del producto.....	38

## TABLAS

Tabla 1 Clasificación arancelaria cosméticos.....	26
Tabla 2 IVCR de México respecto al mundo en la Unión Europea del 2000 al 2020.....	56
Tabla 3 IVCR de México en Francia del 2000 al 2020 .....	58
Tabla 4 IVCR de México en Alemania del 2000 al 2020.....	60
Tabla 5 IVCR de México en España del 2000 al 2020.....	62
Tabla 6 PFT: Productividad de la industria cosmética mexicana en la Unión Europea del 2010 al 2019.....	64
Tabla 7 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Unión Europea 2010-2019.....	67
Tabla 8 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Unión Europea 2010-2019.....	67

Tabla 9 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Francia 2010-2019.....	68
Tabla 10 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Francia 2010-2019.....	69
Tabla 11 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Alemania 2011-2019.....	70
Tabla 12 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Alemania 2011-2019.....	71
Tabla 13 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/España 2010-2019.....	72
Tabla 14 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/España 2010-2019.....	73
Tabla 15 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México al mundo de 1990 al 2021.....	80
Tabla 16 Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México al mundo de 1990 al 2021.....	81
Tabla 17 Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE de 1990 a 1996.....	82
Tabla 18 Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE de 1996 a 2001.....	83
Tabla 19 Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2001 a 2005.....	84
Tabla 20 Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2005 al 2009.....	85
Tabla 21 Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2009 al 2013.....	86
Tabla 22 Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2020 al 2021.....	87
Tabla 23 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE de 1990 a 1994.....	88

Tabla 24 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE de 1995 a 1999.....	89
Tabla 25 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE de 1999 al 2002.....	90
Tabla 26 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2002 al 2005.....	91
Tabla 27 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2010 al 2012.....	92
Tabla 28 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2012 al 2014.....	93
Tabla 29 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2014 al 2016.....	94
Tabla 30 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2016 al 2018.....	95
Tabla 31 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2018 al 2021.....	96
Tabla 32 Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2021.....	97

## **GRÁFICAS**

Gráfica 1 IVCR: Comportamiento de la competitividad de la industria cosmética mexicana en la Unión Europea del 2000 al 2020.....	57
Gráfica 2 IVCR: Comportamiento de la competitividad de la industria cosmética mexicana en Francia del 2000 al 2020.....	59
Gráfica 3 IVCR: Comportamiento de la competitividad de la industria cosmética mexicana en Alemania del 2000 al 2020.....	61
Gráfica 4 IVCR: Comportamiento de la competitividad de la industria cosmética mexicana en España del 2000 al 2020.....	63
Gráfica 5 México: Productividad total de los factores de la industria cosmética, 2010/2009 - 2019/2018.....	65

Gráfica 6 UE: Productividad total de los factores de la industria cosmética, 2010/2009 - 2019/2018.....	65
Gráfica 7 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Unión Europea 2010-2019.....	67
Gráfica 8 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Francia 2010-2019.....	69
Gráfica 9 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Alemania 2011-2019.....	71
Gráfica 10 Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/España 2010-2019.....	73

# SIGLAS

<b>CANIPEC</b>	Cámara Nacional de la Industria de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador e Higiene.
<b>I+D</b>	Investigación y desarrollo.
<b>IBCR</b>	Índice de Balanza Comercial Relativa.
<b>INEGI</b>	Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
<b>PIB</b>	Producto Interno Bruto.
<b>SIEM</b>	Sistema de Información Empresarial Mexicano.
<b>T-MEC</b>	Tratado de Libre Comercio de México, Estados Unidos y Canadá.
<b>VCR</b>	Índice de la Ventaja Comparativa Revelada.

# GLOSARIO

**Competitividad:** La competitividad es una medida de la ventaja o desventaja de un país en la venta de sus productos en los mercados internacionales (OCDE, 2013).

**Exportaciones:** Conjunto de mercancías y servicios que un país vende a otro u otros (INEGI, 2012).

**Formación bruta de capital fijo:** La formación bruta de capital fijo incluye la compra de bienes que los productores realizan para incrementar sus activos fijos. Incluyen los gastos en mejoras y reformas que prolonguen la vida útil o la productividad del bien, valuadas a precios de comprador. Los bienes pueden ser comprados o producirse por cuenta propia (INEGI, 2013).

**Importaciones:** Conjunto de mercancías y servicios que un país compra a otro u otros (INEGI, 2012).

**IVCR:** Método que permite conocer de forma indirecta las ventajas comparativas al evaluar las estadísticas de comercio internacional de los países (Arias y Segura, 2008).

**PPC:** La proporción de producción final total al insumo trabajo (Ruiz, 2006).

**Productividad Total de los Factores:** La productividad se ha conceptualizado como producto por unidad de insumo primario, es decir, capital y trabajo para ser trasladado a los estudios empíricos, a dicha medición suele llamársele Productividad Total de los Factores (Hernández, 2002).

**Productividad:** La relación entre recursos utilizados y productos obtenidos, que denota la eficiencia con la cual los recursos son usados para producir bienes y servicios en el mercado (Martínez, 1998).

**Producto Interno Bruto:** Valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un determinado periodo de tiempo (Mankiw, 2004).

**Ventaja Comparativa Revelada:** Analiza los términos de intercambio entre dos o más países para determinar si existe o no una ventaja comparativa (Balassa, 1965).

# RESUMEN

En el presente trabajo de investigación, se realiza un análisis de la competitividad de la industria cosmética de México en la Unión Europea (UE), así como la influencia de la Productividad Total de los Factores (PTF) en la misma durante el período 2000-2022. La metodología que se utiliza en el análisis es un comparativo de la competitividad mediante el Índice de Ventajas Comparativas Reveladas, propuesto por Balassa (1965) y Vollrath (1991). Para medir la productividad y analizar en qué medida determinó a la competitividad, se utilizó el Índice de la PTF; metodología propuesta por Hernández Laos (1993).

Palabras clave: Competitividad, IVCR, Productividad, PTF, Industria cosmética.

# ABSTRACT

In the present research work, an analysis of the competitiveness of the cosmetic industry of Mexico in the European Union is carried out, as well as the influence of the Total Factor Productivity in it during the period 2000-2022. The methodology used in the analysis is a comparison of competitiveness through the Index of Revealed Comparative Advantages, proposed by Balassa (1965) and Vollrath (1991). To measure productivity and analyze to what extent it determined competitiveness, the Total Factor Productivity Index was used; methodology proposed by Hernández Laos (1993).

Keywords: Competitiveness, IVCR, Productivity, PTF, Cosmetic Industry.

# INTRODUCCIÓN

Con el fin de entender el papel que juega la industria cosmética en nuestro país, se define de manera introductoria qué elementos conforma a la misma. Se define a la industria cosmética como aquella que “produce sustancias o formulaciones destinadas a ser puestas en contacto con las partes superficiales del cuerpo humano o con los dientes y mucosas bucales con el fin exclusivo o principal de limpiarlos, perfumarlos, ayudar a modificar su aspecto, protegerlos, mantenerlos en buen estado, corregir los olores corporales o atenuar o prevenir deficiencias o alteraciones en el funcionamiento de la piel sana” (SEGOB, 2022, p-03).

En la actualidad, la presencia de sustancias nocivas para la salud en los cosméticos, el maltrato animal para realizar las pruebas alérgicas y la explotación de productores de las materias primas para su fabricación, son situaciones que han generado descontentos en sus consumidores, lo que genera un replanteamiento de la producción a nivel global de cosméticos, que además reconstruye el comportamiento del consumidor e impulsa a realizar continuamente un análisis de la situación de los mercados a los cuales se están realizando la exportación de los productos cosméticos.

El valor de la industria cosmética a nivel mundial es de 270,000 millones de dólares estadounidenses (USD), México es el tercer productor mundial de cosméticos, después de Estados Unidos (EE.UU) y Brasil. El valor del mercado cosmético

mexicano alcanzó los 9,755 millones en 2018, aportando en el mercado interno, el 0.7% de la industria manufacturera y el 4.2% del PIB de la industria química. Se estima que la industria cosmética facilita aproximadamente 24 mil empleos directos, que equivalen al 10.7% de la industria química además de los empleos indirectos que incluyen a los vendedores y distribuidores, señala el Censo Económico Mexicano del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), teniendo las principales plantas de producción en la Ciudad de México (CDMX), Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Morelos, Nuevo León, Querétaro y Tamaulipas.

En los últimos 5 años, el crecimiento del sector ha sido inferior, pasando de una tasa de 7,3% en 2017 a 4,7% en 2018, esta problemática será tratada en el desarrollo de la investigación identificando los factores que han disminuido la competitividad de nuestra industria cosmética mexicana, haciendo énfasis en el mercado de la UE, que ocupa uno de los mercados con mayor rentabilidad en la rama cosmética para nuestro país.

El mercado de la belleza tiene un gran potencial de crecimiento, aunado al exponencial crecimiento de la globalización y desarrollo tecnológico, lo que permite medirlo de manera continua y expandir el alcance que tiene la industria a mercados con mayor rentabilidad y situación macroeconómica estable, influyen positivamente en su evolución.

# CAPÍTULO I

## CARACTERIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Para la generación de una investigación sólida, se requiere de fundamentos para su óptimo desarrollo, por lo cual, en el presente capítulo se detalla la estructura básica necesaria en la investigación, detallando principalmente el problema a analizar del cual se originan las preguntas de investigación que generan a su vez la parte medular que es la hipótesis por comprobar mediante el análisis correspondiente.

### **1. Planteamiento del problema**

“Describir de manera amplia la situación objeto de estudio, ubicándola en un contexto que permita comprender su origen y relaciones” (Arias, 12, 1999), es el principal objetivo del planteamiento del problema, el cual se desarrollará en el presente apartado.

## 1.1 Descripción del problema

La industria cosmética ha sido un factor importante en el crecimiento y desarrollo de la economía en el mundo. El ritmo de crecimiento de las ventas en el continente americano fue acelerado principalmente en el periodo comprendido entre 2012 al 2015, aunque no alcanza el nivel de participación del 34% que se tenía en el 2012, señala la Cámara Nacional de la Industria de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador e Higiene (CANIPEC). En 2016, la industria cosmética comenzó con un decrecimiento, puntualizando en el 2018 y 2019, donde el crecimiento del mercado de cosmético en México disminuyó un 25% lo que genera un crecimiento desfasado al promedio generado y previsto para esos años, disminuyendo la competitividad de la industria (Ochoa, 2020).

Hoy en día con el conjunto de factores sociales, políticos, sanitarios y económicos llevan a la industria cosmética a enfrentar un camino difícil para recuperar los crecimientos históricos promedio del 5.65% que se observa en los últimos cinco años (Ochoa, 2020).

La recuperación de cosméticos en los años posteriores dependerá del tiempo que dure la pandemia, y el impacto que tenga en la economía, afirman los investigadores de mercados Euromonitor International. Es una problemática que se ha ido acentuando desde el 2018 y las cifras que presenta la industria de belleza hasta finales de abril del 2020 es una pérdida de cerca del 25% de su crecimiento, un reporte que contrasta con el resto de la canasta básica que ha crecido alrededor de 7% durante este tiempo (Ochoa, 2020).

En la presente investigación se analizan los factores necesarios para aumentar la competitividad de la industria cosmética mexicana en la UE; México tiene un gran potencial en la industria de la cosmética, Giselle Segovia Ramos, directora de Relaciones Institucionales de la CANIPEC, señaló que México se vuelve una interesante plataforma exportadora de cosméticos dentro de Latinoamérica, detenta

el primer lugar en exportaciones de productos cosméticos, por encima incluso de Brasil. México es un destino atractivo para la inversión y el establecimiento de plantas productoras de cosméticos y artículos de cuidado personal, pero actualmente presenta un panorama que requiere de atención para enfrentar la crisis por la cual la industria cosmética enfrenta (Ochoa, 2020). Se necesita realizar un estudio de los factores que apoyaban dicho crecimiento y actualmente cuáles son los que se necesitan para reactivar la economía y salir adelante con ayuda de la investigación, lo cual tiene relación con la razón de ser de la investigación.

## **1.2 Preguntas de la investigación**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), las preguntas de investigación son preguntas que orientan hacia las respuestas que se buscan con la investigación, a continuación, se plantará la pregunta de investigación en torno la cuál se desarrolla la presente investigación.

### **1.2.1 Pregunta general**

¿De qué manera incide la productividad en el desempeño de la competitividad de la industria cosmética mexicana en el mercado de la UE en el periodo 2000 a 2021?

## **1.3 Objetivo de la investigación**

El objetivo de investigación es el enunciado claro y preciso, donde se establece la finalidad de la investigación, es decir, plasmar lo que se quiere alcanzar o conseguir con el estudio. Por medio del objetivo de investigación se da respuesta al problema planteado (Quisbert y Ramírez, 2011).

### **1.3.1 Objetivo general**

Según Arias (2006), un objetivo general expresa "el fin concreto de la investigación en correspondencia directa con la formulación del problema" (p. 45).

Determinar de qué manera incide la productividad en el desempeño de la competitividad de la industria cosmética mexicana en el mercado de la UE en el periodo del 2000 al 2021.

## **1.4 Hipótesis de la investigación**

### **1.4.1 Hipótesis general**

La competitividad de la industria cosmética mexicana en la UE es determinada por la productividad medida por los factores: Valor de las exportaciones, valor de las importaciones, sueldos y salarios, producción, valor añadido y formación bruta de capital fijo que dan como resultado a la productividad, en el periodo del 2000 al 2021.

### **1.4 Justificación**

En este apartado, se desarrollará la justificación de la investigación, la cuál es demostrar la viabilidad, pertinencia o importancia de realizar dicha investigación, mencionando los beneficios que ésta proporcionará o cuál será su impacto (IBERO, 2020).

### **1.5.1 Trascendencia**

La presente investigación es conveniente a razón de la situación por la que atraviesa actualmente México, requiere de proyectos de investigación que den un impulso y fortalecimiento económico para salir adelante con una visión global. El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar cuáles son los factores necesarios en el comercio internacional de cosméticos mexicanos para posicionarse competitivamente en el mercado de la UE, beneficiando a los más de 250,000 empleos que dependen de este sector, empezando desde los productores michoacanos, dando un pago justo por los insumos requeridos para la fabricación de los cosméticos, generando un impacto social.

Es un proyecto que busca un bienestar integral, resolviendo problemas y huecos de conocimiento para enriquecer el sector primario, al darle el valor y conocimiento adecuado de su posicionamiento y fortalezas ante el mercado extranjero, generando un estudio y predicción de comportamiento de las variables estudiadas y ver su nivel de correlación existente para predecir su relación presente. De igual forma, mediante este análisis se abren futuras líneas de investigación hacia los diversos mercados donde la industria cosmética mexicana participa.

En cuestión de medio ambiente, se desarrollará un comercio más óptimo, reduciendo las emisiones de carbono por el transporte de cosméticos, al conocer en qué mercado se es más competitivo y su productividad presente.

En cuestión económica, genera mayores oportunidades laborales directa e indirectamente, ampliando el panorama a nivel internacional para la reactivación de nuestra economía nacional y aportaciones al Producto Interno Bruto (PIB), que actualmente se encuentra en un 4.9% de aportación la industria cosmética. Los proyectos de investigación son fundamentales para el progreso de toda sociedad, son la base de la generación de nuevas oportunidades y crecimientos en el mundo, esto conllevan a un compromiso de ser agente de cambio. con los conocimiento

adquiridos durante su desarrollo, por esto y todo lo anterior, la presente investigación, de la mano de especialistas en el tema, permitirá ayudar México a salir adelante de la situación económica actual, dar un comercio justo a quienes rodean, de manera sustentable e impulsar la competitividad del talento mexicano en el ámbito internacional, específicamente en el mercado de la UE.

### **1.5.2 Horizonte espacial y temporal**

La presente investigación estudia la industria cosmética mexicana en la UE en un periodo comprendido del 2000 al 2021.

### **1.5.3 Viabilidad de la investigación**

La viabilidad de la presente investigación se presenta en la disponibilidad de los recursos tanto académicos como financieros y un área de investigación. Se cuenta con acceso a investigaciones pioneras en la línea del presente trabajo, materiales digitales y físicos para la consulta de información y orientación académica por parte del ININEE. Por otra parte, también se cuenta con especialistas en el área de conocimiento requerida para un análisis detallado, mejorando el desempeño y desarrollo del trabajo de investigación.

Por lo anterior, se determinó que la investigación es viable ya que se contó con las herramientas y el tiempo necesario para su generación y aplicación.

### **1.6 Tipo de investigación**

Los tipos de investigación según Carlos Sabino (1996), se clasifican bajo este un criterio general que es en exploratorias, descriptivas y explicativas. Establece también que dos elementos fundamentales que distinguen a unas y otras son la

perspectiva o enfoque del problema y la utilización de la hipótesis. A continuación, se describirá en este apartado el tipo de investigación a tratar.

### **1.6.1 Alcance**

La presente investigación es descriptiva y correlacional ya que especifica las propiedades y características de la industria cosmética, como también somete a un análisis para obtener información de las variables que ésta conlleva, para tener una amplia gama de ángulos y dimensiones de información para la investigación.

Por otra parte, la investigación presente es correccional, ya que mide el grado de relación que existe entre dos o más variables, formulando una hipótesis y posteriormente someterlas a pruebas de correlación. Todo lo anterior es con el fin de explicar las causas del comportamiento actual de la industria cosmética y que variables pueden favorecer su crecimiento.

### **1.6.2 Enfoque**

La presente investigación es cuantitativa, este tipo de enfoque utiliza y genera un análisis de datos estadísticos obtenidos de las mediciones recopiladas. Los datos utilizados para la comprobación de la hipótesis de la presente investigación son cuantitativos para cada una de las variables definidas.

## **1.7 Alcances y limitaciones de investigación**

### **1.7.1 Alcances**

En el presente trabajo se busca medir la competitividad de la industria cosmética mexicana en el mercado de la UE, estableciendo cuáles son los factores de la

competitividad que más inciden en su desarrollo y que déficit se encuentran en ellos para poder determinar cuál es el impacto que tienen realmente en la competitividad.

### **1.7.2 Limitaciones**

Las limitantes que se pueden presentar en la investigación, es la falta de información en años anteriores al 2000, ya que empezaba la época digital y mucha de la información se perdió para poder hacer un estadístico más completo desde años anteriores. Otra limitante que se presenta son las políticas de privacidad de información de las empresas para poder saber datos exactos de su productividad a nivel empresarial en la industria cosmética mexicana.

# CAPÍTULO II

## DIAGNÓSTICO DE LA INDUSTRIA COSMÉTICA MEXICANA

Desde la prehistoria los seres humanos han hecho preparaciones para cuidar su piel y exaltar su belleza, motivo por el cual se encuentra que, en todas las etapas de la historia, el maquillaje, siempre ha sido un elemento destacado en la figura femenina (National Geographic, 2018).

Los egipcios fueron los pioneros en esta práctica, pero también deben destacarse Grecia, Atenas, el Imperio Romano y Francia, entre otros. El maquillaje no ha sido un tema estático sino por el contrario ha ido evolucionando junto con la historia. En la actualidad la aplicación del maquillaje encarna a una mujer más sofisticada y preocupada por sí misma donde las técnicas de embellecimiento no solo son un signo para distinguirse de los demás sino también para gustarse a uno mismo mediante la búsqueda de la belleza puesta al servicio de la sensualidad (National Geographic, 2018).

Ante la creciente producción de maquillaje a inicios de siglo XX, se introdujeron sustancias tóxicas a los cosméticos para satisfacer la demanda y abaratar costos. Esto llevó a la generación de enfermedades en la piel y mayor contaminación química en el mundo. A finales del siglo XX, se genera la producción de nuevas

empresas con enfoque natural de cosméticos, dando productos que cuiden su piel y eliminando la existencia de tóxicos para la piel (National Geographic, 2018).

Actualmente, las marcas de maquillaje buscan lograr que la mujer encuentre mediante una asesoría personalizada y con el contacto directo con el producto, el complemento apropiado para realzar su belleza mediante la aplicación del maquillaje de acuerdo con sus características individuales estando acorde con las tendencias y rasgos físicos. Se volvió a la personalización de productos para mantenerse competitivo en el mercado y brindar productos de calidad con mayor impacto positivo para la sociedad. La decoración del cuerpo constituye el exterior visible de un interior invisible (National Geographic, 2018).

## **2.1 Generalidades de la industria cosmética**

México, a lo largo de su historia, se ha posicionado como el 2° mercado de Latinoamérica después de Brasil con un valor de \$9,755,200 de USD en el ámbito cosmético y el 3° productor a nivel mundial del área de perfumería y cosméticos. El valor del mercado mexicano aporta al PIB un 4,9% al PIB total, tanto manufacturero como de producción (Banco Mundial, 2022).

Este año el crecimiento del sector ha sido inferior, pasando de una tasa de 7,3% en 2017 a 4,7% en 2018, una disminución que como ya se había planteado, es a causa de la desaceleración económica, la incertidumbre provocada por el proceso electoral de 2018, junto a un consumo más moderado y a la renegociación del Tratado de Libre Comercio de México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), señala un estudio realizado por la C. Candela Portela Fernández, en su estudio de Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad de México en el 2019 (Banco Mundial, 2022).

La industria cosmética tiene un enorme potencial con proyección de crecimiento y si se une al mercado que existe en su población, apoya que siga su desarrollo para poder compensar de los decrecimientos que ha presentado.

Según el INEGI México posee 387 unidades económicas registradas bajo la clasificación 325620 perteneciente a la de fabricación de cosméticos, perfumes y otras preparaciones de tocador, más de la mitad están concentradas en la ciudad de Jalisco, Guanajuato y León, (INEGI, 2016) de las cuales 78 empresas en su conjunto, nacionales, trasnacionales y maquila establecidas en el país exportan según el International Trade Centre (2016), este sector genera alrededor de 250 mil empleos directos e indirectos, (Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), 2016), por ende el grado competitivo del país en este sector representa una fuente de desarrollo y bienestar económico de miles de familias mexicanas.

La industria cosmética a estudiar se conforma por las siguientes empresas exportadoras de cosméticos en México, las cuales se toman en cuenta para la presente investigación:

1. Alberto Culver De México.
2. Aleaciones Dentales Zeyco.
3. Angel Del Castillo Zavala.
4. Bioproducts Corp.
5. Bioextracto.
6. Cepra Miel.
7. Cosbel.
8. Cosmeticolors.
9. Cosmetica Caracol.
10. Cosmetobelleza Natural Ims.
11. Disarmex.
12. Laboratorio Biocosmética.

13. Bissu Cosméticos.
14. Swan Cosmetics de México.
15. Laboratorios Antei.
16. Laboratorios Fonte.
17. Laboratorios Ferbra.
18. J Plus Cosmética.
19. Industrias Lavin de México.
20. Procoint, S.A. de C.V.
21. Procter & Gamble Manufactura, S. de R.I. de C.V.
22. Productos Químicos La Anita.
23. Productos Verde Natural.
24. Química Goncal, S.A. de C.V.
25. Robertet de México, S.A. de C.V.
26. Rohm And Haas México, S. de RI de C.V.
27. Sabormex, S.A. de C.V.
28. Sanchez Y Martin, S.A. de C.V. (Lirio Jabones).
29. Stanhome de México, S.A. de C.V.
30. Swancosmetics de México, S.A. de C.V.
31. Tecnoespecialidades Comerciales, S.A. de C.V.
32. Transmerquim de México, S.A. de C.V.
33. Unilever de México, S. de RI. de C.V.
34. Yves Rocher de México, S.A. de C.V.
35. Zermat Internacional, S.A. de C.V.
36. Distribuidora Alen, S.A. de C.V.
37. Esencias Y Perfumes Europeos, S.A. de C.V.
38. Fábrica de jabón La Corona S.A de C.V.
39. Firmenich de México S.A de C.V.
40. Fortalab, S.A de C.V.
41. Franslux, S.A de C.V.
42. Frappe Grupo Publicitario S.A de C.V.
43. Gama Cosmetics, S.A de C.V.

44. Gheram S.A de C.V.
45. Global Brand Team, S. de R.I. de C.V.
46. Global Touch.
47. Gm Especialidades Tecnológicas.
48. Industrias Lavin De México.
49. J Plus Cosmetica S.A de C.V.
50. Johnson & Johnson, S.A de C.V.
51. Juveness Mexicana, S.A. de C.V.
52. Jypesaamenities.
53. Kromalabs S.A de C.V.
54. Laboratorio Boniquet De Mexico, S.A de C.V.
55. Laboratorio Clinic S.A de C.V.
56. Laboratorio Internacional Escarcega S.A de C.V.
57. Laboratorios Anteil S.A de C.V.
58. Laboratorios Dermatologicos Darier S.A de C.V.
59. Laboratorios Ferbra S.A de C.V.
60. Laboratorios Fonte S.A de C.V.
61. Laboratorios Grisiminos S.A de C.V.
62. Lafonlaunaycosmetics S.A de C.V.
63. Lagsomquimica S.A de C.V.
64. Lambi S.A de C.V.
65. Lapicera Mexicana S.A de C.V.
66. Mane Mexico S.A de C.V.
67. Maxpelo S.A de C.V.
68. Nochorganic S.A de C.V.
69. Norma Pateicia Gonzalez Luna (Cosmeticos Venus)
70. Perfumeria La Mora S.A de C.V.
71. Peizers
72. Plasticos Jaloma
73. Plasticos Y Tecnologia S.A de C.V.
74. Probelco S.A de C.V.

75. Albek De Mexico
76. Alberto Gulver De Mexico
77. Aldeasa Mexico
78. Aleaciones Dentales Zeyco
79. Aloe Jaumave S.A de C.V.
80. Angel Del Castillo Zavala Flor De Aloe
81. Aspid S.A de C.V.
82. Astral Del Noroeste S.A de C.V.
83. Bioproducts Corps S.A de C.V.
84. Bioextracto S.A de C.V.
85. Bronceadores Supremos S.A de C.V.
86. Cellpharma
87. Cepillos Y Productos De Aseo S.A de C.V.
88. Cepra Miel S.A de C.V.
89. Citroneem De Mexico S.A de C.V.
90. Clarins De Mexico S.A de C.V.
91. Cohmedic S.A de C.V.
92. Colgate Palmolive S.A de C.V.
93. Corpsain S.A de C.V.
94. Cosbel S.A de C.V.
95. Cosmeticcolors S.A de C.V.
96. Cosmetica Caracol S.A de C.V.
97. D'oro De Mexico S.A de C.V.
98. Decoraciones En Cristal Arozamena S.A de C.V.
99. Delta Trade S.A de C.V

## **2.2 Características del mercado**

### **2.2.1 Clasificación arancelarias**

Una de las clasificaciones que conforman a la industria cosmética, son sus partidas arancelarias al momento de comercializar sus productos con el exterior las cuales

ayudan a poder clasificar de manera adecuado los productos cosméticos que se deriven de la misma y otorgarles el trato debido y cobro de los impuestos establecidos para cada una de estas clasificaciones.

La industria cosmética contiene su clasificación arancelaria para su exportación e importación, los cuales son contenidos las siguientes partidas:

<b>Tabla 1</b> <b>Clasificación arancelaria cosméticos.</b>		
<b>Partida arancelaria</b>	<b>Subpartidas</b>	<b>Descripción</b>
3303	330300	Perfumes y aguas de tocador.
3304	330410 330420 330430 330491 330499	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras y pedicuras.
3305	330510 330520 330530 330590	Preparaciones capilares.
3306	330610 330620 330690	Preparaciones para higiene bucal o dental, incluidos polvos y cremas para la adherencia de las dentaduras; hilo dental, en envases individuales para la venta al por menor.
3307	330710 330720 330730 330741 330749 330790	Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios y demás preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, no expresadas ni comprendidas en otras partidas, preparaciones desodorantes, incluso sin perfumar, aunque tengan propiedades desinfectantes.
3401	340111 340119 340120 340130	Jabones para el cuidado de la piel, en gel.

Fuente: Elaboración propia con base a SE, (2021).

Estas son las partidas arancelarias con las cuales se trabajará en la presente investigación para la extracción de los datos a tratar.

A continuación, se desarrollará el marco teórico con las definiciones y teorías en las cuales se apoya la investigación de la industria cosmética mexicana en la UE.

# CAPÍTULO III

## ELEMENTOS TEÓRICOS DE LA COMPETITIVIDAD

Durante este apartado trata en primera instancia de la Economía Clásica y Neoclásica, pasando a conceptos de competitividad que se complementan con las teorías que se han generado a lo largo de los años en dicho tema para dar sustento a la investigación, detallando qué autores son los pioneros en dichas investigaciones, qué concepto tenían respecto la competitividad y como ha ido evolucionando a lo largo del tiempo para su aplicación en el desarrollo de índices que midan la competitividad en los diversos sectores favoreciendo el desarrollo de la investigación.

### **3.1 Economía**

En primera instancia, la economía, desde el punto de vista de Federico Engels, “es la ciencia que estudia las leyes que rigen la producción, la distribución, la circulación y el consumo de los bienes materiales que satisfacen necesidades humanas”. Esta es conocida como la definición objetiva de la economía, por otro lado, se encuentran definiciones más generales en donde hablan de que la economía es la ciencia que analiza la parte de la actividad individual y social enfocada a encontrar y a utilizar las condiciones materiales del bienestar, concepto establecido por el autor Alfred Marshall (Silvestre, 2015).

### 3.1.2 Clásica y neoclásica

La economía cuenta con dos corrientes que han orientado el pensamiento, las cuales son la economía clásica y neoclásica. La economía clásica surge en 1776, con Adam Smith, el cual fue un economista y filósofo escocés, que se considera como uno de los mayores exponentes de la economía clásica y de la filosofía de la economía. Los estudios en los cuales destaca Adam Smith son sobre el crecimiento económico, libre competencia, liberalismo y economía política. La economía clásica se destaca en su enfoque en uno de sus principales estudios que son justo la libre competencia, determinando el sistema de precios ideal. En el presente sistema, se encuentra la diferencia entre la diferencia entre la economía clásica y neoclásica, estas dos contiene el concepto de la teoría del valor con diferente enfoque. La economía clásica se enfoca en el costo de producción de los artículos, en la contabilidad de costos que según Marín y Rojas (2003, págs. 76-89.), tiene como objetivos principales:

- “1) El cálculo de los costos de los productos y servicios.
- 2) El control de la gestión.
- 3) Al análisis económico y la toma de decisiones.”

Pero la misma, repercute de igual manera en la gestión administrativa donde según Horngren, Data y Rajam (2015), los objetivos son:

- a. Proporciona información en beneficio de las áreas funcionales de la entidad económica.
- b. Genera el cálculo de los costos unitarios determinando los inventarios de costo y producto terminado.

c. Proporciona datos en informes sobre el costo para determinar las ganancias generadas, aportando planeación en utilidades.

d. Establece una radiografía de costos, aportando a la creación de los presupuestos y planeación de las áreas funcionales de la empresa.

Con ese enfoque, la contabilidad de costos tiene diversos métodos para calcular y analizar los costos inmersos en la producción de un producto y en dichos métodos, Sánchez (2013) señala que se presentan 2 tipos de costos:

1) Costos directos.

2) Costos indirectos.

Los costos directos se dividen en:

A) Materia prima directa

B) Mano de obra directa

Por otro lado, se requieren de los costos indirectos, que son los segundos tipos de costos que se generan, que en situaciones diversas son difíciles de calcular, que los no son tangibles tal como lo son los costos directos. Para su cálculo más optimizado se genera una tasa promedio utilizado o consumido durante la fabricación de los productos. En la forma tradicional, estos costos indirectos se asignaban a los productos de acuerdo con una tasa estándar en base a las horas hombre consumidas en la elaboración del producto.

Según Fernández (2000), los sistemas de costos siempre se han focalizado en un objetivo básico, el cual consiste en la determinación de costos del bien o servicio proporcionado y establece una utilidad, generando un precio de venta al público,

dejando de lado la percepción de valor por otros factores, reduciendo la economía clásica la percepción de valor al costo del producto solamente.

Otros de los autores destacados dentro de la Economía clásica, se encuentra a David Ricardo, Thomas Malthus y John Stuart Mill. David Ricardo es uno de los autores que apoyó el desarrollo de la teoría del valor donde estableció que la cantidad de trabajo necesario para la producción de un bien determinaba su valor de cambio. Es un autor que coincide con Adam Smith, ambos definían que en las sociedades iniciales, el valor sería un factor dependiente del tiempo requerido para producir aquellos bienes de subsistencia necesarios para el trabajador y su familia.

Por otra parte, otra aportación que brinda David Ricardo en su defensa hacia el comercio internacional, él principalmente se oponía a las teorías proteccionistas del mercado, por lo que apoyaba la idea de la producción de bienes especializados en cada país para generar una ventaja competitiva respecto a los otros países, aumentando de igual forma su eficiencia. Todo esto mencionado, lleva a un mayor énfasis en el papel de la productividad que incide en el desarrollo de las economías nacionales, que en los siguientes subtemas tratan aquellas teorías de la competitividad que apoyan el desarrollo de la presente investigación.

La segunda rama de la economía que se tratará es la Economía neoclásica la cual surge en el año de 1870. La Economía neoclásica, tiene una crítica de aglutinar el pensamiento económico marginalista que hubo entre 1870 y 1920. Todos esos conceptos generaron la formalización de una teoría económica más matemática, que es conocida como la teoría del valor orientada a fundamentos en el valor referido de acuerdo con la oferta y la demanda, los precios y el suministro.

Dentro de los principales autores de la economía neoclásica, se encuentran los siguientes autores:

- a) William Stanley.
- b) Alfred Marshall.
- c) Carl Menger.
- d) Leon Walras.

El principal autor de la economía neoclásica es Carl Menger (1840-1921), que es considerado uno de los fundadores de la teoría de la utilidad marginal que es base para los fundamentos de la economía neoclásica. En sus planteamientos se encuentra el origen de lo que vendrá a configurar la utilidad. La importancia de dichos planteamientos está en la ruptura que marca con respecto a la forma en la que los economistas clásicos concibieron el proceso económico, éste se basa en la utilidad puramente donde adquiere un papel fundamental con un equilibrio que se basa en la función de la oferta y la demanda en los mercados según la escasez y la utilidad de los bienes.

En general, el análisis de Carl Menger se centra en una “lógica de necesidades” y en su satisfacción, en el que “el valor es un juicio que no existe fuera del ámbito de la conciencia, sino que dependerá de la significación que les otorgue a las necesidades. La teoría subjetiva del valor encontrará en este enfoque su fundamento en la teoría formal de los valores” (Rodríguez, 1999), entendidos como algo relativo y personal.

La economía clásica y neoclásica tienen sus diferencias bien fundamentadas de acuerdo con su enfoque como se ha expuesto con anterioridad. Por otro lado, existen otros tres enfoques por los cuales estas dos corrientes de pensamiento se diferencian y éstas son en base a donde se ubica su equilibrio, el beneficio y la racionalidad que generan. Si se ubica el enfoque al punto de equilibrio en cada una de estas ramas, se encuentra que, en la economía neoclásica, su equilibrio se ubica

en el punto de intersección de la oferta y la demanda, o si bien en las curvas de oferta y demandas agregadas, lo que contrasta con la economía clásica, donde el punto de equilibrio es propiciado solamente cuando se cubren los costos de producción de los bienes generados. (Silvestre, 2015).

Otro punto para considerar entre estas dos corrientes es el beneficio que generan, la escuela clásica establece claramente que el beneficio como el pago a quien interviene para la generación del bien, lo cual contrasta en la economía neoclásica donde el beneficio se cataloga de una forma sencilla, teniendo a la cobertura de los gastos y superando los ingresos obtenidos respecto al porcentaje de los gastos, es decir, tener utilidad, una ganancia en el proceso generado, definiendo así al valor y aumentando la competitividad.

Por último, el enfoque de racionalidad en estas corrientes económicas. El enfoque racional únicamente está presente en la economía neoclásica, ésta posee preferencias racionales, guiando los comportamientos en cuanto a la compra y la venta, su meta es maximizar los beneficios y la utilidad. Por su parte, en la economía clásica, no hay referencia a este tipo de pensamiento, por los cálculos son equivalentes al salario que reciben los trabajadores. (Silvestre, 2015).

### **3.2 Conceptualización de la competitividad**

La competitividad es un concepto que tiene origen desde hace más de 200 años, los primeros autores conocidos en tomar dicho tema es el autor David Ricardo en 1817, posteriormente surgieron autores relevantes como Michael E. Porter, que habla de la competitividad de las naciones y propone su famoso diamante de la competitividad, el cual hace referencia a dos antecedentes importantes para su trabajo:

- Las teorías clásicas de comercio internacional y sus propios estudios de la competitividad empresarial.
- La Ventaja Competitiva y las estrategias competitivas.

En el siguiente apartado se abordarán las teorías previas.

Gracias a los trabajos los autores mencionados con anterioridad, se logró consolidar el concepto de competitividad. A continuación, se desarrollarán las diversas definiciones que se le han atribuido a la competitividad, definiendo más a detalle cual es el enfoque de competitividad en la presente investigación.

En primera instancia, diversos autores han investigado las principales determinantes de la competitividad y su relación con el proceso de crecimiento y desarrollo económico de los países. En los diversos estudios que componen la vertiente teórica, los principales determinantes de la competitividad y, en consecuencia, del crecimiento económico, incluyen entre otros factores:

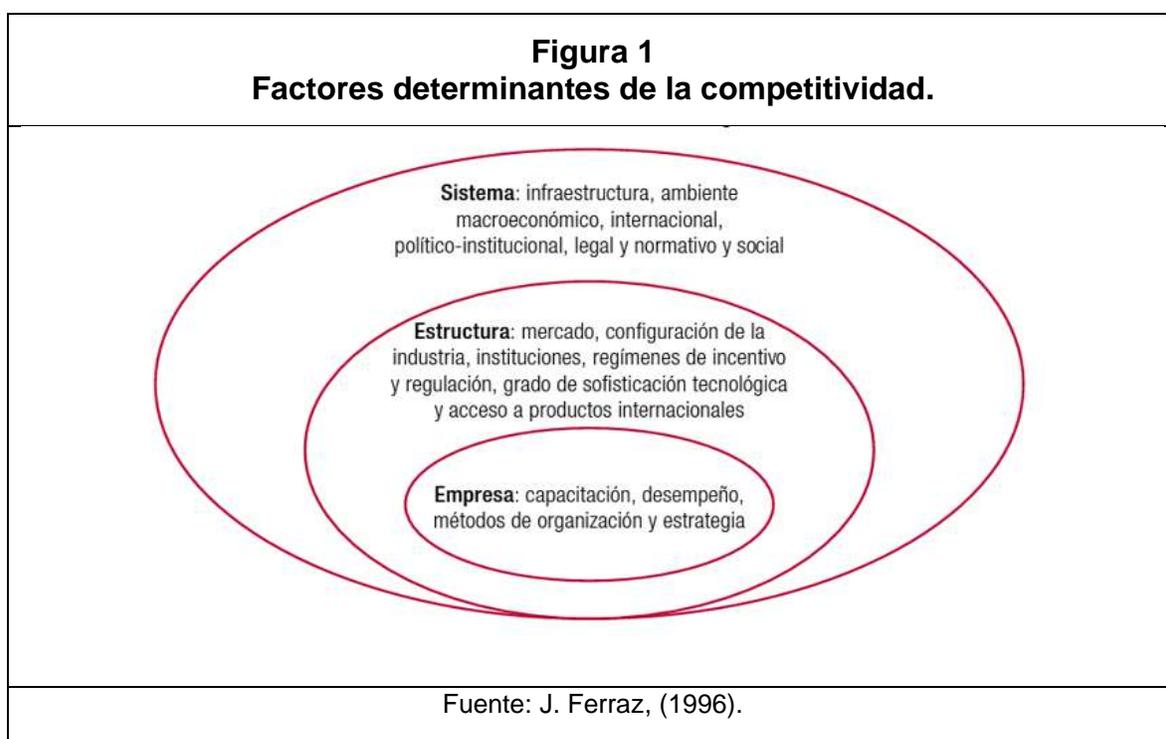
- 1) Las inversiones en capital.
- 2) La división del trabajo.
- 3) El comercio.

Según la teoría clásica, los factores que intervienen en la competitividad es la intensidad de capital, las inversiones y las políticas gubernamentales de subsidios y tasas. En el enfoque keynesiano, se encuentran variables como el cambio estructural, la apertura comercial y la inversión extranjera directa (IED).

Desde otro punto de vista de la economía del desarrollo, el nivel educativo, el gasto en capital humano, investigación y desarrollo (I+D) e incentivos a la innovación, son

los factores que inciden en la competitividad, generando lo que ellos definen como la “nueva teoría del crecimiento”. Además, los teóricos del crecimiento endógeno destacaron otros factores totalmente diferentes como el capital humano (Lucas, 1988), las innovaciones (Romer, 1990; Aghion y Howitt, 1992), la infraestructura (Barro, 1990), las instituciones (Romer, 1986) y la competencia y la apertura comercial (Grossman y Helpman, 1991).

En el siguiente diagrama se resumen los factores que se toman en consideración para el desarrollo de la competitividad.



En el presente diagrama se visualiza que los factores determinantes de la competitividad se consolidan en un todo llamado sistema, este contiene a la empresa dentro de una estructura. El poder definir y establecer que es lo que conforma a la competitividad genera una guía en la investigación.

Una de las definiciones que se utilizan en la presente investigación, es el concepto de Michael Porter dicho autor establece que “la competitividad es la capacidad de

una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales.” (Porter, E. 1985). Esta definición apoya las variables con las cuales se trabaja en la presente investigación, apoyando el enfoque con la definición descrita por Ferraz, Kupfer y Haguenuer (p.16,1996), el cuál marca que ésta “establece a la competitividad como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible”.

En dichas definiciones se observa las variables como precio, costo, mercado y comercio, los cuales con las variables a utilizar y medir la competitividad de la industria cosmética en la investigación. Estas variables son soportadas por la definición de Michael Porter y Haguenuer, lo que genera apoyo a la teoría, con lo cuál se llega a la definición principal para la investigación que sugiere a la competitividad como la habilidad de empresas, industrias, regiones o áreas geográficas para generar, en un contexto de competencia internacional, niveles relativamente altos de ingresos y empleo de factores, sobre bases sostenibles.

Esta definición se aplica a países, regiones o áreas supranacionales en el sentido de que relaciona directamente la competitividad con el objetivo principal, que es mejorar los niveles de vida. El mejor camino para lograrlo es elevar la productividad de la mano de obra y del capital mientras se permanece expuesto a la competencia.

Ya que se han definido los conceptos a implementar, se procede al desarrollo de las teorías existentes de competitividad, dando una orientación precisa al estado del arte en materia de la competitividad y en base a las cuáles la presente investigación se apoya.

### **3.3 Teorías de la competitividad**

Las teorías son la base de la investigación, en el presente apartado de estudiarán las principales teorías de la competitividad que dan soporte al desarrollo de la presente investigación, dentro de las principales teorías de la competitividad, se encuentran los siguientes autores:

- Teoría de la Ventaja Comparativa (David Ricardo, 1817).
  
- Teoría de Ciclo de Vida del producto (Vernon, 1966).
  
- Teoría de la Organización Industrial (Hunt, 1972).
  
- Teoría Ecléctica (Dunning, 1981).
  
- Teoría de Internacionalización (Buckley y Vasson, 1976, 1985; Rugían, 1981; Hennart, 1982, 1986; Casson 1987, 1991).
  
- Teoría de la Ventaja Competitiva (Porter, 1990).

Cada una de estas teorías lleva al desarrollo de lo que hoy se llama competitividad generando ventajas a quienes logran su aplicación o desarrollan la misma en el sector en el que se encuentren. A continuación, se analizará cada una de estas teorías principales de la competitividad.

#### **3.3.1 Teoría de la Ventaja Comparativa (David Ricardo, 1817).**

La Teoría de ventaja comparativa es creada por David Ricardo en 1817, ésta establece que las fuerzas del mercado otorgarán los recursos de un país a las áreas

donde se genere mayor productividad, es decir, que un país importará un bien que puede ser el producto más accesible en costo y con mayor productividad que otros productos (Silvestre, 2015).

Esta teoría marca que, si se ve enfocada en la competitividad, los países que quisieran incrementar su competitividad deberán de importar aquellos bienes en los cuales tienen más ineficiencia y exportarán aquellos en los cuales contengan más eficiencia obtenida en su comercialización. Esto genera una balanza competitiva de los países, generando una ventaja respecto a otros países. Este fundamento ocurre en la industria cosmética, el país productor contiene materia prima barata como es el caso de América Latina y el Caribe (ALC), al poseer una gran diversidad de recursos naturales que al transformarse gracias a sus ricas propiedades generan productos cosméticos competitivos a bajo costo (Schwab,2009).

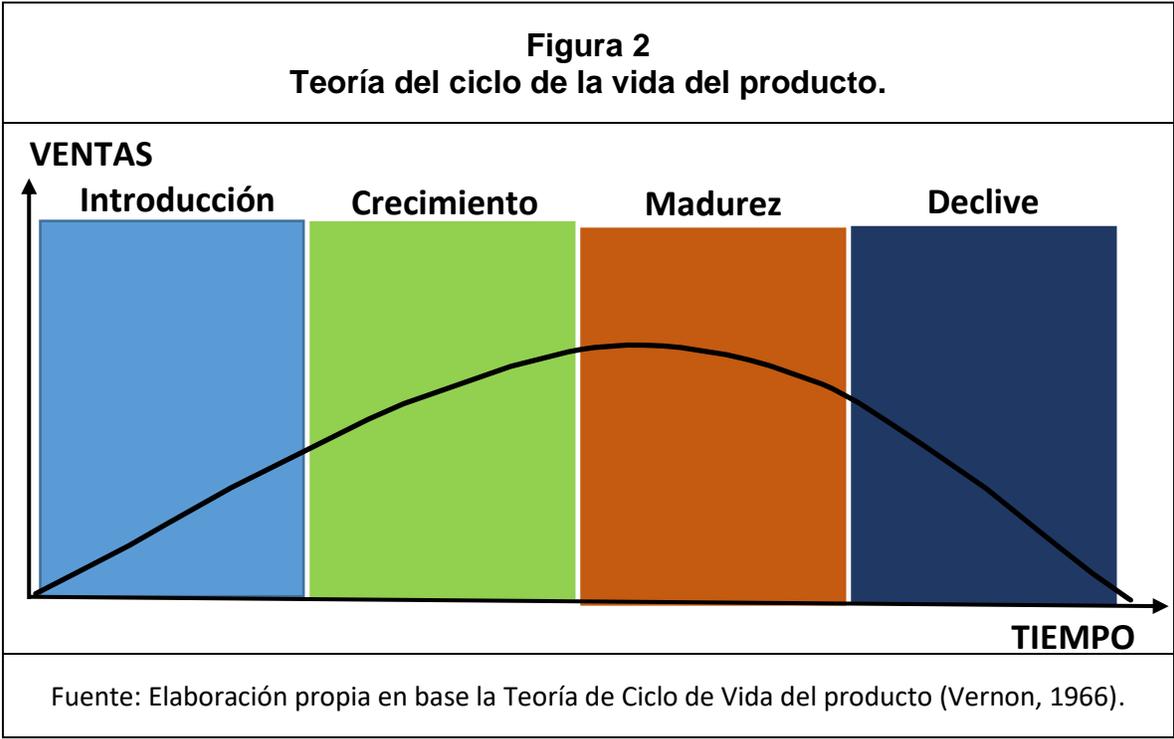
Otro aspecto que resaltar en la presente teoría es el trabajo, es un factor que influye en la competitividad, la productividad del trabajo es lo que va a diferenciar de su desempeño y cuales estrategias utilizan para potencializar su desempeño. Aterrizando este factor en la presente investigación, la industria cosmética mexicana tiene mano de obra accesible que, aunado a materia prima barata, da como resultado un producto cosmético con una gran ventaja comparativa respecto de otros países en cuestión (Bholanath, 2010).

### **3.3.2 Teoría de Ciclo de Vida del producto (Vernon, 1966).**

La Teoría de Ciclo de Vida del producto es una teoría económica creada por Raymond Vernon en el año de 1966, ésta genera a causa del fallo del modelo Heckscher-Ohlin para estudiar los hechos observados en el comercio internacional (Schiller,1994).

Esta teoría establece que los productos cuentan con cuatro etapas desde que son creados, éstas van ligadas una a otra y se asemeja al ciclo de la vida. Este ciclo del producto al comprender y saber ubicar cada una de sus etapas a la industria que se trabaje, genera un círculo competitivo en el área a desarrollar, lo cual ayuda en la presente investigación a tener noción del ciclo normal de mercado y cómo se puede desarrollar y los factores que intervienen en cada una de sus etapas para poder desarrollar e implementar estrategias que permitan impulsar estas industrias mediante la investigación. (Bholanath, 2010).

Retomando la Teoría de Ciclo de Vida del producto, ésta se comprende de la siguiente forma:



La primera etapa que Raymond Vernon establece es la Introducción, donde se hace difusión del producto, se van generando la participación de actores económicos llamados “*Early adopters*” que son los que adoptan tempranamente el cambio, los pioneros en realizar o consumir dicho bien o servicio. (Bholanath, 2010).

Posteriormente se encuentra el crecimiento del producto, donde en base las primeras experiencias éstas generan recomendaciones y mayor difusión de la existencia del bien, por lo que se genera una reacción en cadena que posteriormente da paso a la tercera etapa. Algo que caracteriza esta etapa es que se establece el modelo más estable de los productos, ya que se tienen retroalimentaciones de cómo va reaccionando al mercado y éste posteriormente llega a su grado de madurez.

En la tercera etapa, el producto ya es estable, tiene una base sólida de consumidores y llega a la cúspide de su desarrollo y apogeo, por lo cual, sin innovación o desarrollo, éste tenderá a llegar a su última etapa que es el declive, pero si logra innovar y reinventarse para seguir vigente en su mercado, éste empezará a desarrollar las nuevas etapas del producto nuevamente, generando las llamadas olas de la innovación. (Bholanath, 2010).

### **3.3.3 Teoría de la Organización Industrial (Hunt, 1972).**

La Teoría de la Organización Industrial, creada por Hunt en 1972, está orientada en la generación de clúster empresariales que busquen la expansión internacional en conjunto a la producción a gran escala. Un clúster es un conjunto de organizaciones que se benefician entre ellas al generar alianzas entre ellos enfocadas a potencializar sus beneficios. Los clúster generan beneficios entre ellos, dan paso a la generación de una mayor productividad y eficiencia, ya que tomando un ejemplo de un aserradero a un lado de una fábrica de muebles, se puede aumentar la productividad de ambas empresas, puesto que el tiempo de traslado de la mercancía disminuye y la eficiencia de material es mayor, dando espacio a realizar pedidos pequeños e ir aumentando la cantidad de unidades pedidas en cada orden de compra sin ningún inconveniente, por que ésta se encuentra a un lado y el costo logístico es mínimo llegando a calcular nuestro punto de equilibrio para la producción a un menor costo.

Por otro lado, Hunt establece que los clústeres generan una mayor competitividad de las empresas, creando círculos virtuosos favoreciendo la cadena de consumo que mutuamente se benefician. En general, esta teoría establece que los clústeres, generan innovación, enriquecen la cadena de valor y aumentan la productividad dentro de nuestras empresas lo cual generan mayor empleo y derrama económica.

### **3.3.4 Teoría de la Ventaja Competitiva (Porter, 1990).**

En 1990, crea la teoría de la Ventaja Competitiva, esta teoría establece que la estrategia competitiva está conformada por un conjunto de acciones, ya sean defensivas u ofensivas para crear una posición combatible en algún sector a incurrir con el fin de hacer frente a las fuerzas competitivas de los competidores a enfrentar y generar la rentabilidad deseada en la organización.

Según Michael Porter (1990) en su teoría dice que la base del desempeño sobre el promedio dentro de un sector es la ventaja competitiva sostenible. Este desempeño está comprendido por 3 factores que son:

#### **1. Liderazgo por costos bajo.**

Michael Porter define que la ventaja por liderazgo de costos bajo es una estrategia por acceso privilegiado a materias primas de bajo costo, mano de obra barata o producción masiva que ayuda a reducir el impacto que se tiene con los costos fijos. Por otra parte, esto hace tener una producción esbelta, es decir a menor costo sacrificando en algunas ocasiones la calidad, ya sea por la disminución del tiempo de la producción impactando en la supervisión de los procesos o en la disminución

de la inversión a mejor materias primas o herramientas para la producción, arriesgando la producción generada por un menor costo.

## 2. Diferenciación.

En este enfoque se refiere a la generación e impulso de los llamados mercados nichos, donde la empresa se centra en las necesidades de un grupo específico con características específicas, lo cual da una ventaja competitiva al atender y personalizar nuestros procesos a la satisfacción de dicho grupo en específico. Las estrategias de diferenciación recaen en un mejor servicio más personalizado, en la producción de un producto con mayor detalle, lo que lleva a tener una estrategia un poco más costosa a comparación de la estrategia de diferenciación de precios.

## 3. Enfoque.

Por último, la estrategia de enfoque se enfoca en la especialización de un solo segmento del mercado con clientes potenciales, ya sea por ejemplo en la comercialización de un solo tipo de servicio o producto.

Estas tres estrategias permiten tener una ventaja competitiva respecto a los competidores, por otra parte, se puede generar planes empresariales conjuntando estos tres tipos de estrategias, las cuales Michael Porter (1990) recomienda utilizarlas en los siguientes casos:

- A. Cuando los competidores sean débiles en la realización de sus planes empresariales, que carezcan de fundamentos administrativos.
- B. Cuando la empresa propia cuente con tecnología exclusiva que no esté al alcance de nuestros competidores.

- C. Cuando se genere una sociedad con diferentes empresas del mismo rubro que permitan ser fuertes y no considerar a los aliados como oponentes.

En estos casos es donde se permite aplicar dichas estrategias para poder potencializar la ventaja competitiva presente en la empresa a tratar.

En general, lo que dio mayor potencial a Porter es su enfoque a las tecnologías para favorecer el entorno empresarial, esa es la mayor herramienta para utilizar en las diversas estrategias tratadas con anterioridad. Las tecnologías implementadas en los procesos, señala Porter (1990), ayudan a mejorar el control de nuestro plan empresarial, la programación e investigación de la empresa, llevándola a mejorar la oportunidad en el desarrollo de investigaciones de mercado efectivas, aumentando la capacidad de análisis más exacto en los procesos tanto administrativos como productivos.

# **CÁPITULO IV**

## **COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD: ANÁLISIS METODOLÓGICO**

En el presente capítulo, se hablará del método y metodología de la investigación para la generación de la presente investigación de la competitividad de la industria cosmética mexicana en la UE.

### **4.1 Método**

El método por utilizar en la presente investigación es el método científico. Las etapas en las cuales se basará la presente investigación, es como primer punto, la definición y planteamiento del problema, posteriormente la elaboración de las preguntas de investigación, seguido del planteamiento de los objetivos e hipótesis con base en las variables, complementando se hace un marco teórico que dará sustento a la investigación, después se aplicara la metodología con la cual se afirmaran o negaran las hipótesis planteadas, para llegar a una conclusión y presentar una solución del problema (Kerlinger, 2002).

## 4.2 Metodología

### 4.2.1 Cálculo del Índice de la Ventaja Comparativa Revelada (VCR) y de la Productividad Total de los Factores

El índice es un tipo especial de indicador. Es una medida compuesta que relaciona variables o constructos de diferente naturaleza (Gómez, 1997). En la presente investigación se analiza la metodología para el cálculo del IVCR y la PTF.

#### 4.2.1.1 Índice de la Ventaja Comparativa Revelada

El índice VCR permite conocer de forma indirecta las ventajas comparativas al evaluar las estadísticas de comercio internacional de los países, este método además cuenta con la cualidad de que los flujos de comercio actual en los que se basa consideran de manera intrínseca los cambios relativos en la productividad, dotación de factores, así como los costos relativos y otras diferencias entre los países por factores no necesariamente de mercado, esto con la limitante de no poder distinguir cuál de los factores es el que provoca los movimientos en los patrones de ventajas comparativas (Batra y Khan, 2005; Arias y Segura, 2008).

En primer lugar, el Índice VCR, tiene la función de establecer el análisis de un déficit o superávit en el comercio total entre países o regiones.

Este análisis comprende con la siguiente fórmula para calcular el índice:

$$IVCR_{it}^k = \frac{X_{ijt}^k - M_{ijt}^k}{|X_{iwt} + M_{iwt}|}$$

Dónde:

$X_{ijt}^k$  = Exportaciones del producto k realizadas por el país i al mercado j en el año t.

$M_{ijt}^k$  = Importaciones del producto k realizadas por el país i desde el mercado j en el año t.

$X_{iwt}$  = Exportaciones del producto k realizadas por el país i al mundo (w) en el año t.

$M_{iwt}$  = Importaciones del producto k realizadas por el país i desde el mundo (w) o un mercado específico.

Ya se recopilan los datos requeridos en la fórmula antes expuesta, se procede a realizar los cálculos correspondientes en donde si el resultado es mayor que cero será indicativo de la existencia de un sector competitivo con potencial, y si resulta tener un valor negativo, se observa que el sector estudiado, es un importador neto carente de competitividad frente a terceros mercados.

Con esto se genera una referencia de cómo se encuentra el sector que estamos estudiando, si es competitivo o no frente al mercado que se está estudiando con referencia global. De igual forma, al utilizar éste índice, muestra cómo se encuentra una región en específico en competitividad y permite localizar en que rama de dicho sector a estudiar se encuentra concentrada la mayor competitividad, que en el presente caso apoya a ubicar en que subsector de la industria cosmética mexicana se encuentra la mayor competitividad comercial con la UE.

Éste índice se le conoce igualmente como Índice de Balanza Comercial Relativa (IBCR), puesto que está construido sobre el saldo comercial como información de

referencia en el numerador, en relación con el total de intercambios comerciales, el cuál se utiliza en la presente investigación.

Ya que se cuenta con el cálculo y análisis del sector, se procede a realizar un análisis más detallado del grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones de un mercado a otro mercado, *versus* la importancia de las exportaciones del mismo producto en las exportaciones del mismo producto hacia el mundo, se calcula de la siguiente forma:

$$IB_{ij}^k = \frac{\frac{X_{ij}^k}{XT_{ij}}}{\frac{X_{iw}^k}{XT_{iw}}}$$

Dónde:

$X_{ij}^k$  = Exportaciones del producto k realizadas por el país i hacia el país j.

$XT_{ij}$  = Exportaciones totales del país i al país j

$X_{iw}^k$  = Exportaciones del producto k realizadas por el país i hacia el mundo (w)

$XT_{iw}$  = Exportaciones totales del país i al mundo (w)

Para la lectura del indicador se recomienda la utilización de las siguientes escalas:

- ✓ Entre +0.33 y +1 = Existe ventaja para el país.
- ✓ Entre -0.33 y -1 = Existe desventaja para el país.
- ✓ Entre -0.33 y +0.33 = Existe tendencia hacia un comercio intraproducto.

Ya que se cuenta con el presente cálculo, se procede a realizar los siguientes cálculos del Índice de la PTF.

#### **4.2.1.2 Índice de la Productividad Total de los Factores**

El método propuesto por Hernández Laos (1993), expresa la relación entre productos e insumos, relacionando el índice de aumento del producto (a precios constantes) con el índice de aumento de los insumos primarios (ponderados de acuerdo con su participación en el valor del producto del año base). El autor plantea que el indicador más usual es la productividad del trabajo, también es cierto que hay tantos índices de productividad como recursos utilizados en la producción, sin embargo, las productividades parciales no muestran la eficiencia conjunta de la utilización de todos los recursos por lo que es importante tener una medida simultánea de la eficiencia en la utilización conjunta de los recursos, la cual es la PTF.

Para el método del cálculo del índice de la PTF se parte de una definición contable, válida para cualquier industria en cualquier país:

$$Y0 = W0 + U0$$

Donde:

“Y0” = Valor agregado neto del país.

“W0” = remuneraciones a los asalariados.

“ $U_0$ ” = beneficios netos generados en la economía.

Descomprimido cada una de esas magnitudes en sus componentes quantum y de precio se tiene:

$$Q_0 * P_0 = [W_0 * L_0][r_0 * K_0]$$

En donde, “ $Q_0$ ” es el *quantum* de producción, “ $P_0$ ” es el precio unitario del valor agregado neto, “ $r_0$ ” expresa la tasa promedio de beneficio neto de la industria y “ $K_0$ ” mide el valor de los acervos de capital fijo neto. Todas las magnitudes anteriores se refieren al período base del análisis.

Dividiendo entre  $Q_0$ , se tiene:

$$P_0 = W_0 * [L_0/Q_0] + r_0 * [K_0/Q_0]$$

Definiendo  $A_0 = [L_0/Q_0]$  y  $B_0 = [K_0/Q_0]$  entonces:

$$P_0 = [W_0 * A_0] + [r_0 B_0]$$

La ecuación expresa el precio promedio del valor agregado neto en el periodo base de comparación. Ahora bien, si se evalúa el producto en el año “ $t$ ” a los precios del periodo “ $0$ ” se obtiene:

$$Q_t * P_t = Q_t * [W_0 * A_0] + [r_0 * B_0] = [W_0 * A_0 * Q_t] + [r_0 * B_0 * Q_t]$$

Dado que  $Qt = [Kt/Bt] = [Lt/At]$ , sustituyendo se tiene que:

$$Q * P0 = [W0 * (A0/At) * L] + [r0 * (B0/Bt) * Kt]$$

Los cocientes " $(A0/At)$ " y " $(B0/Bt)$ " representan respectivamente, el inverso de la evolución de los requerimientos de mano de obra y de capital fijo por unidad de valor agregado; es decir, miden los cambios en la productividad parcial del trabajo y del capital respectivamente. Expresando dicha evolución mediante la variable "TT" como a continuación se tiene:

$$TTL = (A0/At); \text{ y } TTK = (B0/Bt)$$

Sustituyendo en la ecuación previa se llega:

$$Qt * P0 = [W0 * TTL * Lt] + [r0 * TTK * Kt]$$

Es posible demostrar que, con algunos supuestos plausibles, puede construirse un índice de la PTF "TT" como un promedio ponderado de la productividad media del capital "TTK" y de la productividad media de la mano de obra "TTL".

De ahí que la ecuación anterior pueda expresarse como:

$$Qt * P0 = TT * [W0 * L0 * Lt/L0] + [r0 * Kt/K0] = TT * [W0 * (Lt/L0) + U0 * (Kt/K0)]$$

Dividiendo por:  $Q0P0 = Y0$  se tiene:

$$Qt/Q0 = TT * [(W0/Y0) * (Lt/L0) * (U0/Y0) * (Kt/K0)]$$

De donde se sigue que el índice de la PTF en el año t “TTt” es igual a:

$$TTt = [Qt/Q0]/[\alpha * (Lt/L0) + (\beta * (Kt/K0))]$$

En donde:

Qt y Q0: representan el índice de volumen del PIB al costo de los factores de la industria, en el periodo t y 0 respectivamente.

Lt y L0: son, respectivamente, el índice de los insumos de mano de obra en el período t y 0.

Kt y K0: son respectivamente el índice de los acervos netos de capital fijo reproducible, valuados a precios constantes, en el periodo t y 0.

$\alpha$ : ( $W0/Y0$ ) es la ponderación de los insumos de mano de obra en los insumos totales.

$\beta$ : ( $U0/Y0$ ) es la ponderación de los insumos de capital en los insumos totales (e igual a  $1-\alpha$ ).

Este índice expresa una relación entre productos e insumos, lo cual es consistente con la definición tradicional de productividad. Relaciona el índice de crecimiento del valor agregado (valuado a precios constantes) con un índice de crecimiento de los insumos primarios (ponderados de acuerdo con su participación en el valor del producto en el año base). Es así, un índice de PTF, equivalente a un promedio ponderado de los índices de productividad parcial de la mano de obra y del capital.

Hernández Laos (1993), señala que a diferencia de otros enfoques, los índices de evolución de la PTF y de eficiencia comparativa no requiere ningún supuesto sobre el tipo de mercados prevalecientes, por lo que la presencia de mercados no

competitivos no invalida el análisis. Además, la PTF admite la existencia de cambio tecnológico no neutral, lo cual constituye un supuesto más realista que el enfoque neoclásico de cambio tecnológico neutral. El enfoque planteado no requiere el supuesto de la existencia de rendimientos constantes de escala, y su especificación lineal permite la agregación de los índices a distintos niveles de análisis (por empresa, industria, sector o grupo de sectores económicos). Por último, su implementación empírica puede llevarse a cabo utilizando la información de precios y cantidades de productos y de insumos, sin ser necesario especificar la forma de la función de producción subyacente.

De igual forma, argumenta que, si los productos y los insumos están correctamente cuantificados, los cambios en la PTF reflejan, en términos generales, cambios en eficiencia productiva, los cuales pueden derivar de cualquiera de las siguientes causas:

- a) Introducción y adaptación de innovaciones tecnológicas, tanto las que aumentan la eficiencia de los bienes de capital (no reflejadas en un mayor costo) como las derivadas de mejoras organizativas de la producción (mejoras en los métodos de dirección, en las relaciones laborales, etc.).
- b) Cambios las escalas de producción que conducen un mejor aprovechamiento de los factores productivos (fijos y variables).
- c) Cambios en los insumos de capital intangible que aumentan la calidad de los insumos tangibles, por ejemplo, los aumentos en los niveles educativos y de capacitación de la fuerza trabajo.

d) Reasignación sectorial de los recursos productivos en la economía.

## **4.2.2 Identificación de variables**

### **4.2.2.1 Variable dependiente**

En la presente investigación, la variable dependiente es la competitividad de los cosméticos mexicanos en el mercado de la UE. Dicha variable está correlacionada con las siguientes variables independientes que en conjunto generan el resultado de la competitividad de la industria cosmética mexicana.

### **4.2.2.2 Variables independientes**

La variable independiente es la productividad medida por los siguientes factores tales como el valor de las exportaciones, valor de las importaciones, sueldos y salarios, producción, valor añadido y formación bruta de capital fijo.

## **4.2.3 Universo y muestra de estudio**

### **4.2.3.1 Universo**

El universo de información a trabajar es la industria cosmética, todas las empresas a nivel mundial dentro de este ramo y su información contenida.

#### **4.2.3.2 Muestra**

En la parte de la muestra, se toma a todas empresas mexicanas que se contenga su información dentro de la industria cosmética que exporten cosméticos de uso personal a la UE.

#### **4.2.4 Instrumentos**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), los instrumentos de investigación cualitativa deben cumplir criterios de rigor, validez y confiabilidad, y mencionan que los criterios son la dependencia, credibilidad, transferencia y confirmación, sin embargo, no refieren explícitamente el método para realizarlo. Por su parte, Lincoln y Guba (referido por Cohen y Crabtree, 2006), refieren cuatro criterios de validación: credibilidad, transferencia, fiabilidad y confiabilidad.

A continuación, se definirán los instrumentos cuantitativos y cualitativos a desarrollar.

##### **4.2.4.1 Instrumentos cuantitativos**

Los instrumentos cuantitativos que se utilizarán en el desarrollo de la presente investigación es el análisis de base de datos, para encontrar los factores que inciden en la competitividad de la industria cosmética mexicana en la UE y llegar a establecer un plan de acción para la mejora de estos factores y su rendimiento a la variable dependiente.

#### **4.2.4.2 Instrumentos cualitativos**

Los instrumentos cualitativos que se utiliza son censos, libros, revistas para obtener datos de especialistas en el área e industria cosmética a tratar, estudios de profesionistas con el conocimiento de cómo impacta cada una de las variables a tratar en la presente investigación, principalmente es para obtener datos de primera mano.

# **CÁPITULO V**

## **ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA COSMÉTICA MEXICANA EN LA UNIÓN EUROPEA A TRAVÉS DE LOS ÍNDICES VCR Y PTF**

En este capítulo se analizarán los resultados obtenidos de los índices de la VCR y de la PTF para la industria cosmética mexicana en la UE, en un periodo del 2000 al 2020, con la finalidad de saber si México tiene una ventaja comparativa revelada en la UE a nivel mundial.

### **5.1 Competitividad de la Industria cosmética mexicana en la Unión Europea del 2000 al 2020**

En este apartado se analizarán de manera general los resultados de los índices de la VCR, la Ventaja Comparativa de Exportaciones, Ventaja Comparativa de Importaciones y la Competitividad Revelada (CR), para cada uno de los países de la UE para posteriormente analizar Francia, España y Alemania en su caso específico de potencia cosmética.

### 5.1.1 Índice de la Ventaja Comparativa Revelada de la Industria cosmética mexicana en la Unión Europea

En el presente caso se compara México a nivel global en la UE, para saber si se cuenta con ventaja competitiva, el país que tenga un IVCR positivo respecto al otro significa que ese país será más competitivo para vender al mundo el producto en cuestión.

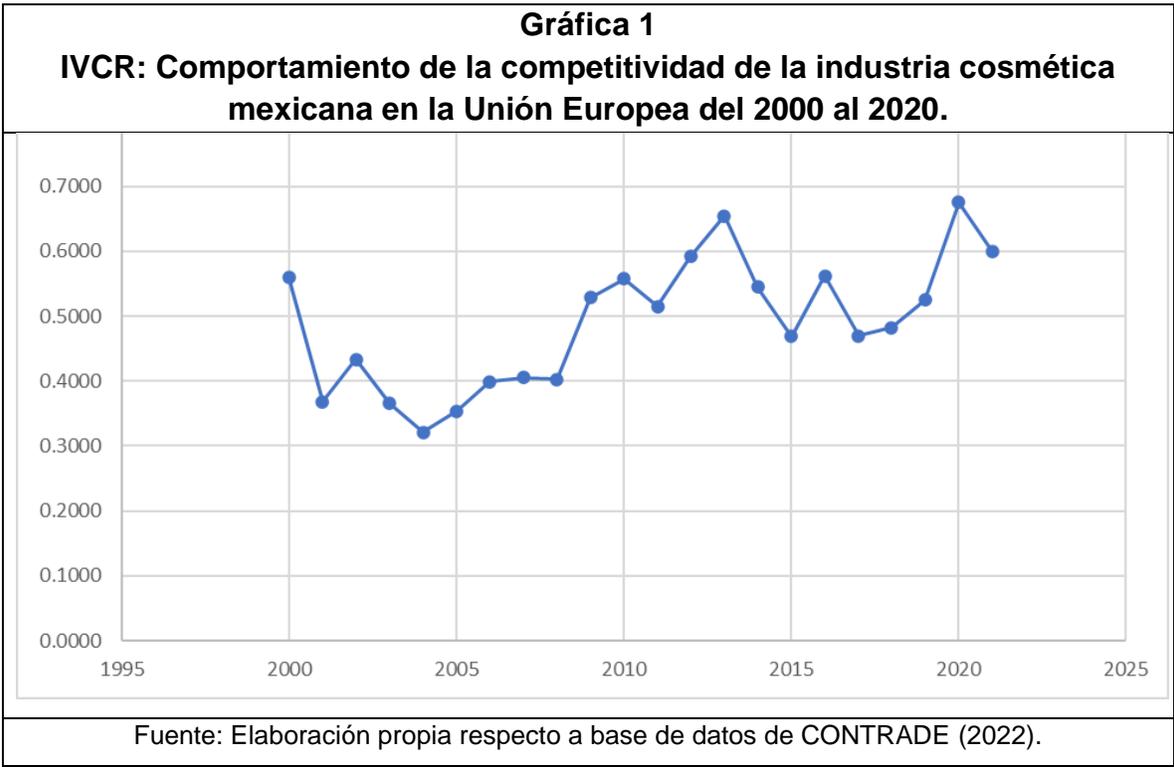
En la tabla 2 se analiza el Índice de VCR de la industria cosmética a nivel global respecto en la UE y esta tabla dice que a lo largo del periodo 2000 al 2020 México tiene una VCR en este mercado.

<b>AÑO</b>	<b>IVCR</b>
2000	0.5602
2001	0.3682
2002	0.4338
2003	0.3655
2004	0.321
2005	0.3542
2006	0.3992
2007	0.4051
2008	0.4028
2009	0.5291
2010	0.5579
2011	0.5153
2012	0.5925
2013	0.655
2014	0.5447
2015	0.4687
2016	0.5618
2017	0.4695
2018	0.4822
2019	0.5254
2020	0.6753

Fuente: Elaboración propia respecto a base de datos de CONTRADE (2022).

Como se pudo observar en la tabla anterior, cuando el valor de la VCR es mayor a 0 significa que es un mercado competitivo potencialmente, lo que quiere decir que México es un país con potencial de comercio en la industria cosmética del 2000 al 2020 en la UE. El punto más alto de competitividad se encuentra en el 2020 y el punto más bajo de competitividad se localiza en el 2004, a continuación, se muestra la gráfica con los datos de la tabla 2 respecto el comportamiento del IVCR en el periodo de tiempo del 2000 al 2020.

Se observa que, en el año 2004, muestra su punto más bajo de competitividad. En años posteriores se muestra un crecimiento del 20% de su competitividad, llegando al 2013 a una puntuación de 0.655 puntos; y en 2020 de 0.6753 puntos, teniendo un crecimiento respecto al año 2013 del 3%.



### 5.1.1.1 Índice de la Ventaja Comparativa Revelada de la Industria cosmética mexicana en Francia del 2000 al 2020

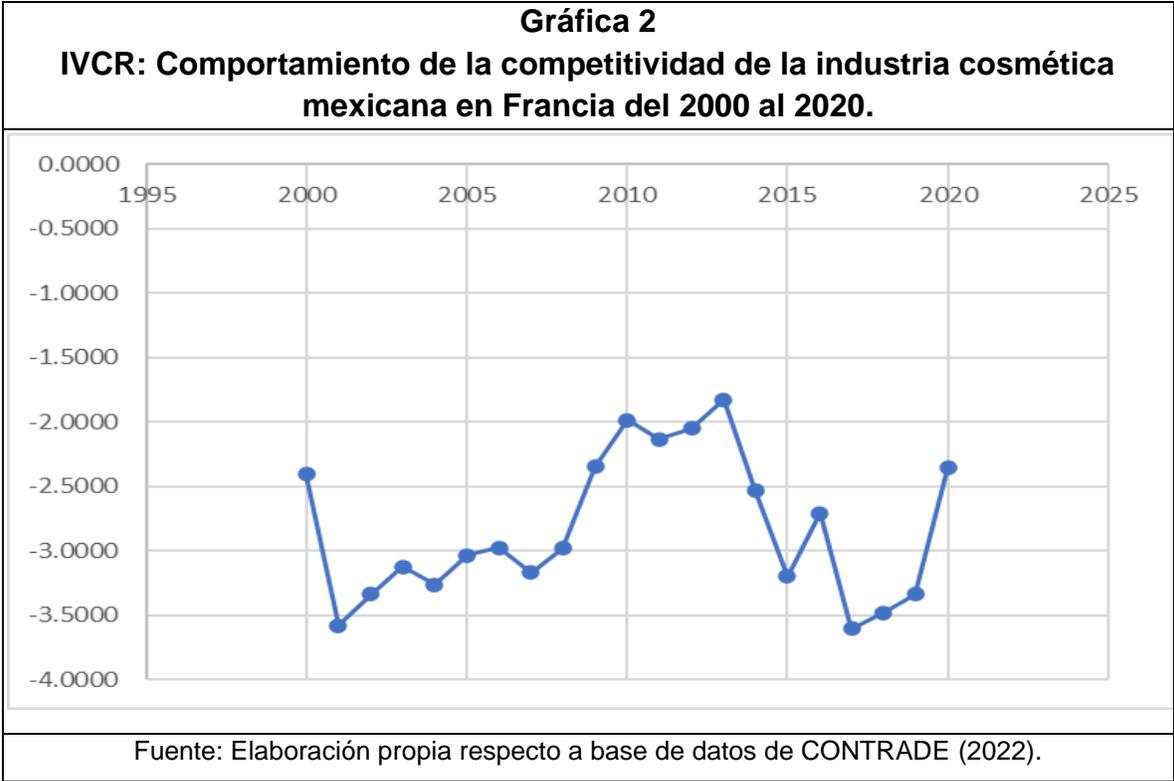
En este apartado se analiza la industria cosmética mexicana en Francia, país que forma específicamente parte de la UE, dicho análisis permite saber si se cuenta con ventaja competitiva específicamente en Francia y en los demás países posteriores a analizar como potencia cosmética.

En la tabla 3 se analiza el IVCR de la industria cosmética en Francia y se puede analizar que se carece de competitividad en el presente mercado del periodo 2000-2020, ya que su IVCR es negativa.

<b>AÑO</b>	<b>IVCR</b>
2000	-2.4064
2001	-3.5807
2002	-3.3395
2003	-3.1254
2004	-3.2624
2005	-3.0331
2006	-2.9779
2007	-3.1679
2008	-2.9807
2009	-2.3475
2010	-1.9889
2011	-2.1365
2012	-2.0503
2013	-1.8274
2014	-2.5285
2015	-3.1990
2016	-2.7099
2017	-3.6062
2018	-3.4812
2019	-3.3390
2020	-2.3590

Fuente: Elaboración propia respecto a base de datos de CONTRADE (2022).

En la gráfica 2 se analiza el comportamiento a lo largo de los años de la IVCR de la industria cosmética mexicana para analizar si tiene una mejora a lo largo de los años o ha ido en decremento.



Como resultado se puede analizar que el IVCR tiene una mejora significativa del 2008 al 2013 y vuelve a decaer los años posteriores. En el año 2013 muestra un crecimiento significativo en competitividad respecto al periodo de tiempo analizado. Se puede observar que cuenta con -1.8274 puntos en 2013 y baja drásticamente a su punto más bajo en 2017 con -3.6062, teniendo una diferencia de 1.7788 en decremento llegando a su punto más bajo.

En posteriores apartados se realizará una contrapartida con la productividad para saber si ha incidido en la competitividad presente del mercado y su correlación existente.

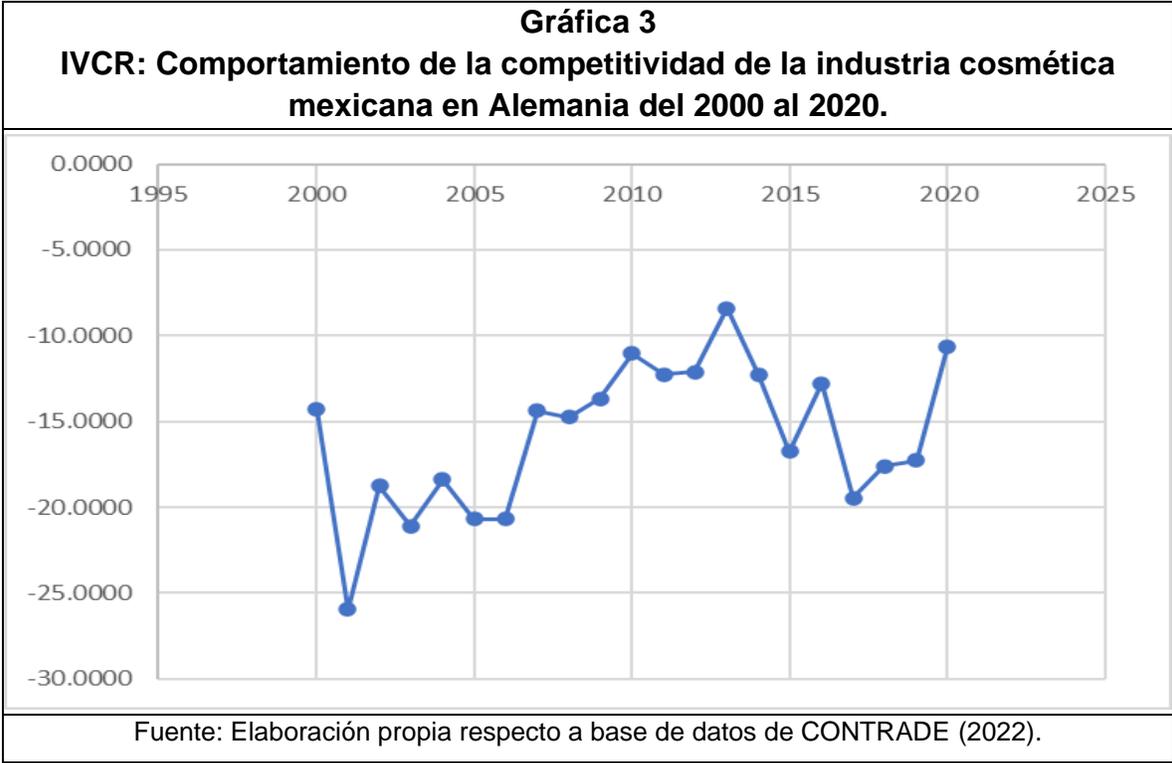
### 5.1.1.2 Índice de la Ventaja Comparativa Revelada de la Industria cosmética mexicana en Alemania del 2000 al 2020

En este apartado se analiza la industria cosmética mexicana en Alemania, país que forma específicamente parte de la UE. En la tabla 4 se analiza el IVCR de la industria cosmética mexicana en Alemania y se puede analizar que se carece de competitividad en el presente mercado del periodo 2000-2020, ya que su IVCR es negativa.

<b>Tabla 4</b>	
<b>IVCR de México en Alemania del 2000 al 2020.</b>	
<b>AÑO</b>	<b>IVCR</b>
2000	-14.2996
2001	-25.9399
2002	-18.7418
2003	-21.1109
2004	-18.3690
2005	-20.7022
2006	-20.6787
2007	-14.3870
2008	-14.7565
2009	-13.6754
2010	-11.0523
2011	-12.2764
2012	-12.0998
2013	-8.4044
2014	-12.2646
2015	-16.7473
2016	-12.7735
2017	-19.4683
2018	-17.5906
2019	-17.2686
2020	-10.6206

Fuente: Elaboración propia respecto a base de datos de CONTRADE (2022).

A continuación, se observa en la gráfica 3 el comportamiento a lo largo de los años de la IVCR en Alemania.



En la gráfica 3 se observa que el IVCR tiene un resultado más fluctuante a lo largo de los años, el valor absoluto del resultado del índice es mayor que los resultados de Francia, por lo que se interpreta que es menos competitiva en Francia la industria cosmética en Alemania del periodo 2000-2020. Su punto más bajo en competitividad se localiza en el 2001 con -25.9399 puntos, mientras que su punto más alto se encuentra en el 2013 con -8.4044, teniendo un margen significativo de 17.49 del punto

Posteriormente se analizará la industria cosmética mexicana en España y su IVCR.

### 5.1.1.3 Índice de la Ventaja Comparativa Revelada de la Industria cosmética mexicana en España del 2000 al 2020

En este apartado se analiza la industria cosmética mexicana en España, país que forma específicamente parte de la UE. En la tabla 5 se analiza el IVCR de la industria cosmética mexicana en España y se puede analizar que se carece de competitividad en el presente mercado del periodo 2000-2020, ya que su IVCR es negativa.

<b>Tabla 5</b>		
<b>IVCR de México en España del 2000 al 2020.</b>		
	<b>AÑO</b>	<b>IVCR</b>
	2000	-20.5630
	2001	-24.1934
	2002	-22.4424
	2003	-18.5332
	2004	-18.9398
	2005	-18.2431
	2006	-17.1736
	2007	-15.3724
	2008	-15.6401
	2009	-13.0953
	2010	-13.4656
	2011	-13.2412
	2012	-13.6496
	2013	-9.0518
	2014	-12.5860
	2015	-13.3649
	2016	-10.1952
	2017	-13.0163
	2018	-13.9393
	2019	-10.6115
	2020	-6.2408

Fuente: Elaboración propia respecto a base de datos de CONTRADE (2022).

En la gráfica 4, se puede observar un comportamiento positivo de la industria cosmética mexicana en España del 2000 al 2020, donde se tiene una mejora

continua de competitividad a lo largo de los años. Del año 2000 al 2020, del -20.56, pasó a -6.24, teniendo un crecimiento considerado en la competitividad a comparación de Francia y Alemania, es el mejor país en crecimiento de competitividad, junto a Francia en cuestión de valor absoluto del IVCR en este periodo analizado.



A continuación, se analizará la productividad de la industria cosmética mexicana en la UE para posteriormente analizar la correlación que ésta presenta con la VCR, tomando el periodo del 2010 al 2019.

## 5.2 La Productividad de la industria cosmética mexicana en la Unión Europea del 2010 al 2019

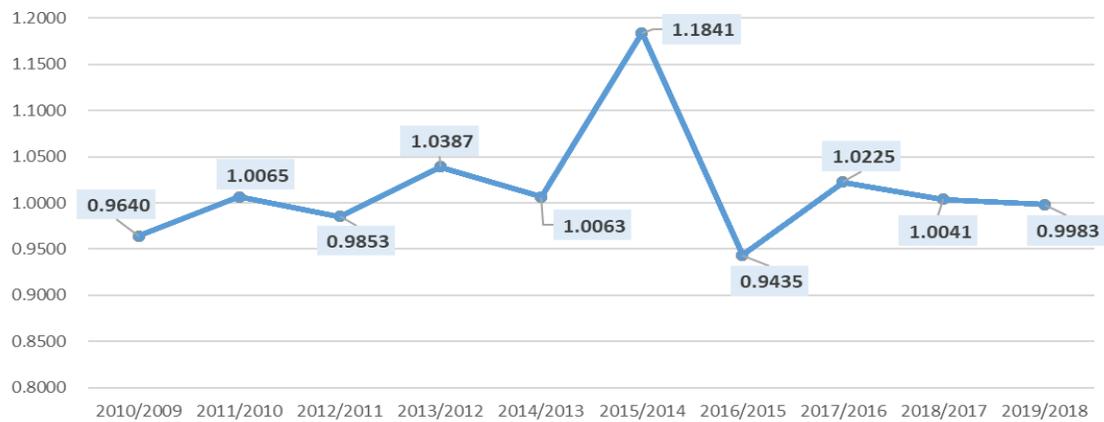
En este apartado se analizarán los resultados del Índice de Productividad de la industria cosmética mexicana en la UE, se analizará en cada país calculando el índice de la PTF, tal como se muestra en la siguiente tabla.

	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2013/2012	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2018/2017	2019/2018
<b>México</b>	0.9640	1.0065	0.9853	1.0387	1.0063	1.1841	0.9435	1.0225	1.0041	0.9983
<b>UE</b>	1.0064	1.0404	1.0105	0.9865	0.9606	0.9921	0.9463	0.9955	0.9550	0.9759
Germany	-	1.0995	0.9857	1.0013	0.9980	0.9177	0.8537	1.0472	0.8791	0.9972
Austria	0.9924	1.0111	1.0968	0.8852	0.9808	0.9649	0.9787	1.1884	1.1569	1.0263
Belgium	0.9627	1.0945	0.9289	1.0965	1.0609	0.9261	1.0297	1.0603	0.7903	1.1274
Cyprus	0.9917	1.0226	0.9533	1.0049	1.0321	0.8696	1.1917	0.9917	1.0542	0.9632
Denmark	0.9857	1.1011	0.9282	0.9937	0.9686	1.0385	0.9835	1.0482	1.0093	0.9784
Finland	-	-	0.7723	0.9923	1.1504	0.9759	1.1096	1.0306	0.9374	1.0050
France	1.0681	1.0262	0.9833	0.9983	0.9121	1.0113	1.0044	0.9314	1.0207	0.9583
Greece	0.9834	0.9996	1.1457	0.9343	0.9203	1.1332	1.1018	0.9427	1.0547	0.8849
Hungary	1.0436	0.9902	1.1028	0.9448	1.0768	1.1573	0.9368	0.6662	0.9674	1.0296
Ireland	-	-	1.5043	-	-	-	-	-	-	-
Italy	1.0284	1.0076	1.0287	0.9470	0.9764	1.0145	0.9311	0.9655	1.0060	1.0020
Netherlands	-	-	-	-	-	-	0.9492	1.0269	-	-
Poland	1.0225	1.0151	1.1266	0.9689	0.9537	1.0246	0.9216	1.0673	0.9860	0.8606
Portugal	1.0400	1.0870	1.0565	0.9717	0.8734	1.0040	0.9807	1.0416	0.9588	0.9989
Slovenia	0.9527	0.9725	1.1123	0.8521	1.0575	-	-	0.9660	-	-
Spain	0.9891	1.0370	1.0093	1.0225	0.9837	1.0213	1.0220	0.9920	1.0052	0.9861
Sweden	0.8575	1.0336	0.9399	0.9766	0.9613	0.9184	0.9620	1.0225	0.9470	1.0354

Fuente: Elaboración propia respecto a base de datos de CONTRADE (2022).

En la presente tabla se contiene el análisis conjunto de los países que conforman parte de la UE del año 2010 al 2019, se presente un mejor rendimiento para México. Se analiza que México, tiene una mayor productividad conjunta que la UE, tal como se muestra a continuación:

**Gráfica 5**  
**México: Productividad total de los factores de la industria cosmética, 2010/2009 - 2019/2018.**



Fuente: Elaboración propia respecto a base de datos de Banco Mundial (2022).

En la gráfica 5, se observa el comportamiento de la industria cosmética con mayor productividad en el periodo el 2014 al 2017, en comparación a la UE, tal como se muestra a continuación:

**Gráfica 6**  
**UE: Productividad total de los factores de la industria cosmética, 2010/2009 - 2019/2018.**



Fuente: Elaboración propia respecto a base de datos de Banco Mundial (2022).

En la gráfica 6 se muestra un comportamiento más homogéneo con tendencia negativa por lo cual se concluye que la UE ha disminuido su productividad en el transcurso de los años, lo que puede significar un área de oportunidad para México, para lo cual a continuación se desarrollará un análisis de correlación entre la competitividad y productividad de la industria cosmética mexicana en la UE.

### 5.3 Análisis de la correlación de la Competitividad y Productividad de la Industria cosmética mexicana en la Unión Europea del 2010 al 2019

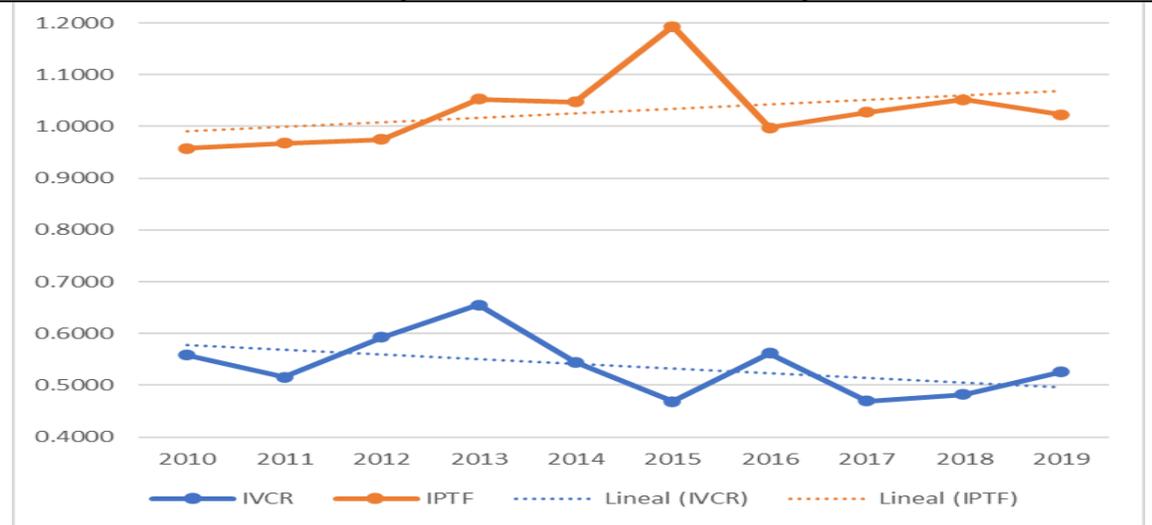
En el presente apartado se analiza el IVCR e IPTFC, para establecer el nivel de correlación presentes entre cada uno de los índices utilizado y determinar si la productividad incide de manera positiva en la competitividad, teniendo los siguientes resultados:

<b>Año</b>	<b>IVCR</b>	<b>IPTFC</b>
2010	0.5579	0.9579
2011	0.5153	0.9674
2012	0.5925	0.9751
2013	0.6550	1.0530
2014	0.5447	1.0476
2015	0.4687	1.1934
2016	0.5618	0.9970
2017	0.4695	1.0271
2018	0.4822	1.0514
2019	0.5254	1.0229

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

El IVCR e IPTF comparada México/UE 2010-2019 tiene un comportamiento similar con efecto espejo del 2014 al 2016.

**Gráfica 7**  
**Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Unión Europea 2010-2019.**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

Realizando el análisis de correlación de la competitividad y la productividad se llegó al siguiente resultado:

**Tabla 8**  
**Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Unión Europea 2010-2019.**

		IVCR México/Unión Europea	IPTFC México/Unión Europea
IVCR México/Unión Europea	Correlación de Pearson	1	-.370
	Sig. (bilateral)		.293
	N	10	10
IPTFC México/Unión Europea	Correlación de Pearson	-.370	1
	Sig. (bilateral)	.293	
	N	10	10

Fuente: Elaboración propia SPSS con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

El resultado obtenido muestra una correlación moderada en la cual la competitividad y productividad se relacionan. A continuación, se realizará un análisis complementario detallado de la competitividad y productividad en los países potenciales en la industria cosmética que son Francia, España y Alemania para

observar cómo éstas inciden en el potencializado del indicador a analizar con sus fluctuaciones detalladas por año.

### 5.3.1 Análisis de la correlación de la Competitividad y Productividad de la Industria cosmética mexicana en Francia del 2010 al 2019.

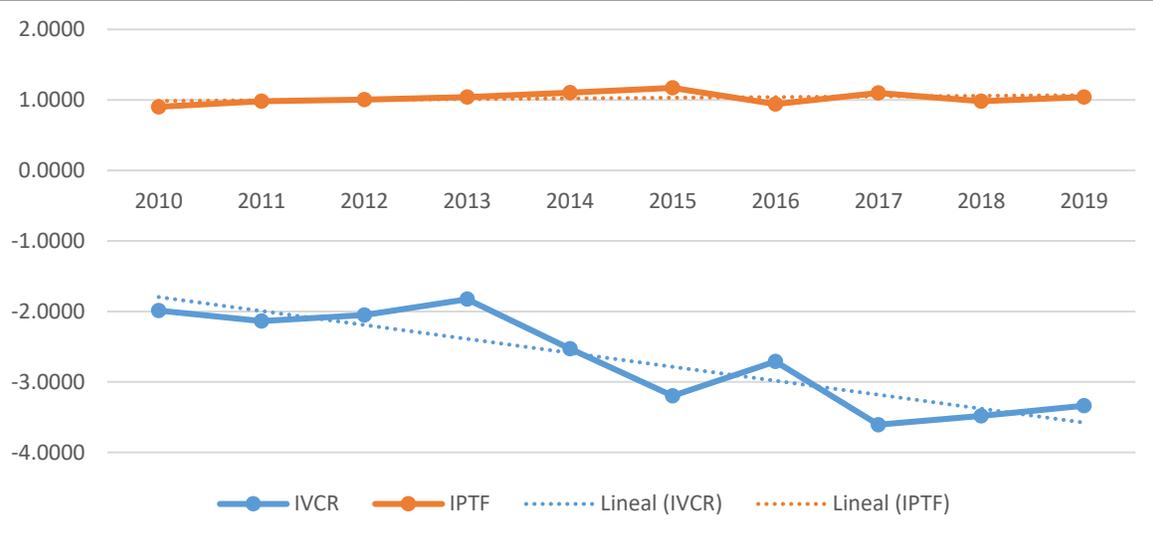
En el presente apartado se analiza el IVCR e IPTFC, para establecer el nivel de correlación presentes entre cada uno de los índices utilizado y determinar su la productividad incide de manera positiva en la competitividad en Francia, teniendo los siguientes resultados:

<b>AÑOS</b>	<b>IVCR</b>	<b>IPTFC</b>
2010	-1.9889	0.9026
2011	-2.1365	0.9808
2012	-2.0503	1.0021
2013	-1.8274	1.0406
2014	-2.5285	1.1032
2015	-3.1990	1.1708
2016	-2.7099	0.9394
2017	-3.6062	1.0978
2018	-3.4812	0.9838
2019	-3.3390	1.0417

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

Para el caso de Francia en específico, la productividad incide de manera moderada respecto la competitividad, si bien se tiene como resultado de -0.436 de coeficiente de correlación de Pearson, tal como se muestra en la siguiente gráfica:

**Gráfica 8**  
**Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Francia 2010-2019.**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

Realizando el análisis de correlación de la competitividad y la productividad se llegó al siguiente resultado:

**Tabla 10**  
**Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Francia 2010-2019.**

		IVCR México/Francia	IPTFC México/Francia
IVCR México/Francia	Correlación de Pearson	1	-.436
	Sig. (bilateral)		.208
	N	10	10
IPTFC México/Francia	Correlación de Pearson	-.436	1
	Sig. (bilateral)	.208	
	N	10	10

Fuente: Elaboración propia SPSS con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

### 5.3.2 Análisis de la correlación de la Competitividad y Productividad de la Industria cosmética mexicana en Alemania del 2010 al 2019.

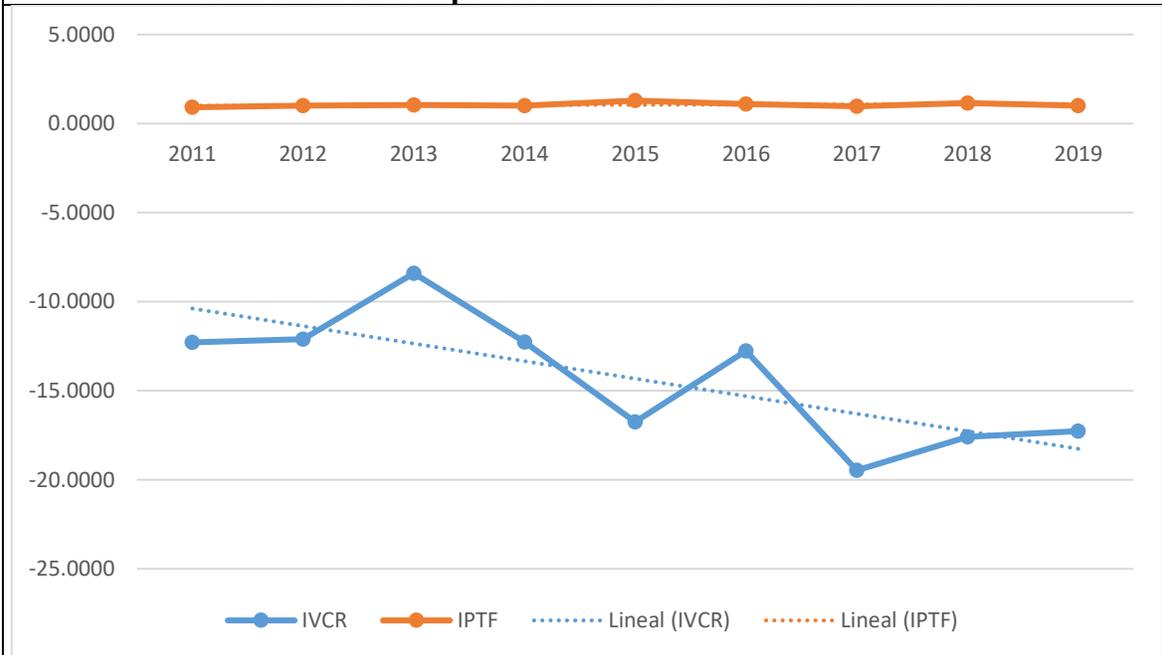
En el presente apartado se analiza el IVCR e IPTFC, para establecer el nivel de correlación presentes entre cada uno de los índices utilizado y determinar su la productividad incide de manera positiva en la competitividad en Alemania, teniendo los siguientes resultados:

<b>Año</b>	<b>IVCR</b>	<b>IPTF</b>
2011	-12.2764	0.9154
2012	-12.0998	0.9996
2013	-8.4044	1.0374
2014	-12.2646	1.0083
2015	-16.7473	1.2902
2016	-12.7735	1.1052
2017	-19.4683	0.9764
2018	-17.5906	1.1422
2019	-17.2686	1.0010

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

Para el caso de los países en análisis, el caso de Alemania en específico, la productividad incide de manera débil respecto la competitividad, si bien se tiene como resultado de -0.258 de coeficiente de correlación de Pearson, tal como se muestra en la siguiente gráfica:

**Gráfica 9**  
**Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Alemania 2011-2019.**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

Realizando el análisis de correlación de la competitividad y la productividad se llegó al siguiente resultado:

**Tabla 12**  
**Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/Alemania 2011-2019.**

		IVCR México/Alemania	IPTFC México/Alemania
IVCR México/Alemania	Correlación de Pearson	1	-.258
	Sig. (bilateral)		.503
	N	9	9
IPTFC México/Alemania	Correlación de Pearson	-.258	1
	Sig. (bilateral)	.503	
	N	9	9

Fuente: Elaboración propia SPSS con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

### 5.3.3 Análisis de la correlación de la Competitividad y Productividad de la Industria cosmética mexicana en España del 2010 al 2019.

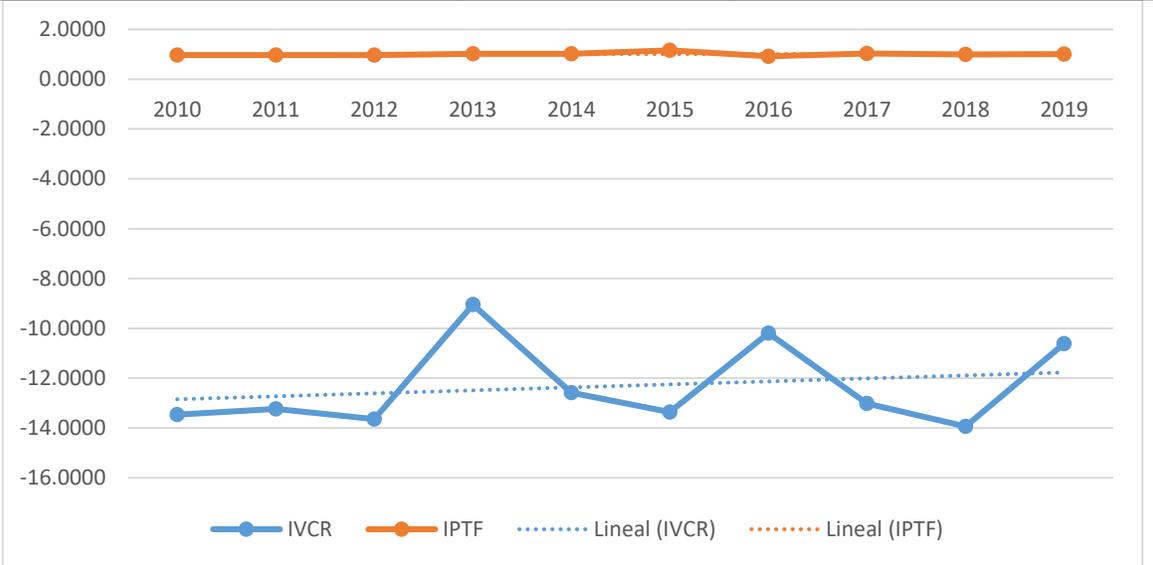
En el presente apartado se analiza el IVCR e IPTFC, para establecer el nivel de correlación presentes entre cada uno de los índices utilizado y determinar su la productividad incide de manera positiva en la competitividad en España, teniendo los siguientes resultados:

<b>Año</b>	<b>IVCR</b>	<b>IPTF</b>
2010	-13.4656	0.9747
2011	-13.2412	0.9705
2012	-13.6496	0.9762
2013	-9.0518	1.0159
2014	-12.5860	1.0229
2015	-13.3649	1.1593
2016	-10.1952	0.9232
2017	-13.0163	1.0307
2018	-13.9393	0.9989
2019	-10.6115	1.0123

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

Para el caso de los países en análisis, el caso de España en específico, la productividad incide de manera débil respecto la competitividad, si bien se tiene como resultado de -0.205 de coeficiente de correlación de Pearson, tal como se muestra en la siguiente gráfica:

**Gráfica 10**  
**Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/España 2010-2019.**



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

Realizando el análisis de correlación de la competitividad y la productividad se llegó al siguiente resultado:

**Tabla 14**  
**Índice de Ventaja Comparativa Revelada e Índice de Productividad Total de los Factores Comparada México/España 2010-2019.**

		IVCR México/España	IPTFC México/España
IVCR México/España	Correlación de Pearson	1	-.205
	Sig. (bilateral)		.570
	N	10	10
IPTFC México/España	Correlación de Pearson	-.205	1
	Sig. (bilateral)	.570	
	N	10	10

Fuente: Elaboración propia SPSS con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

# CONCLUSIONES

En la presente investigación se enfocó en la medición de la competitividad de la industria cosmética de México en la UE en general, con un análisis complementario detallado de los países potencia en industria cosmética en la UE que son Francia, España y Alemania, así como se realizó el estudio de la influencia de la PTF durante el período 2000-2022.

La metodología que se utiliza para la obtención de los resultados es un comparativo de la competitividad mediante el Índice de Ventajas Comparativas Reveladas, propuesto por Balassa (1965) y Vollrath (1991) y para medir la productividad y analizar en qué medida determinó a la competitividad, se utilizó el Índice de la PTF; metodología propuesta por Hernández Laos (1993).

Como productividad se define como la relación entre recursos utilizados y productos obtenidos, que denota la eficiencia con la cual los recursos son usados para producir bienes y servicios en el mercado (Martínez, 1998), es por esta razón que se utilizó el índice de la PTF, ya que es una medida que va más allá de la productividad laboral, ya que contempla la medición de la eficiencia del factor trabajo, pero además cuantifica la eficiencia con la que se usa el capital, que es otro factor fundamental de la producción.

Por otro lado, la competitividad es determinada como una medida de la ventaja o desventaja de un país en la venta de sus productos en los mercados internacionales (OCDE, 2013), para la medición de esta variable se utilizó el índice de la VCR, mismo que indica la capacidad de un país para colocar bienes en el mercado internacional respecto a sus importaciones, dicho de otra manera la especialización comercial de los países.

De acuerdo con los resultados, la productividad incide en el desempeño de la competitividad de la industria cosmética mexicana de manera moderada en el mercado de la UE en el periodo 2000 a 2021, se obtuvo un resultado de -0.370 de correlación de Pearson y la interpretación de la magnitud del coeficiente según las sugerencias de Cohen que indican que se plantea el valor absoluto del coeficiente, de modo que la magnitud es independiente del signo y genera su interpretación.

Para el caso de los países en análisis, el caso de Francia en específico, la productividad incide de manera moderada respecto la competitividad, si bien se tiene como resultado de -0.436 de coeficiente de correlación de Pearson.

Para el caso de los países en análisis, el caso de Alemania en específico, la productividad incide de manera débil respecto la competitividad, si bien se tiene como resultado de -0.258 de coeficiente de correlación de Pearson.

Para el caso de los países en análisis, el caso de España en específico, la productividad incide de manera débil respecto la competitividad, si bien se tiene como resultado de -0.205 de coeficiente de correlación de Pearson.

Por otro lado, respecto a la competitividad, el valor de la VCR es mayor a 0 y significa que es un mercado competitivo potencialmente, lo que quiere decir que México es un país con potencial de comercio en la industria cosmética del 2000 al 2020 en la UE. El punto más alto de competitividad se encuentra en el 2020 y el punto más bajo de competitividad se localiza en el 2004. Respecto el

comportamiento del IVCR en el periodo de tiempo del 2000 al 2020. Se observa que en el año 2004, muestra su punto más bajo de competitividad. En años posteriores se muestra un crecimiento del 20% de su competitividad, llegando al 2013 a una puntuación de 0.655 puntos; y en 2020 de 0.6753 puntos, teniendo un crecimiento respecto al año 2013 del 3%.

En el caso específico de Francia, como resultado se puede analizar que el IVCR tiene una mejora significativa del 2008 al 2013 y vuelve a decaer los años posteriores. En el año 2013 muestra un crecimiento significativo en competitividad respecto al periodo de tiempo analizado. Se puede observar que cuenta con -1.8274 puntos en 2013 y baja drásticamente a su punto más bajo en 2017 con -3.6062, teniendo una diferencia de 1.7788 en decremento llegando a su punto más bajo.

En el caso de Alemania, se tiene como resultado que el IVCR adopta valores fluctuantes a lo largo de los años, el valor absoluto del resultado del índice es mayor que los resultados de Francia, por lo que se interpreta que es menos competitiva en Francia la industria cosmética en Alemania del periodo 2000-2020. Su punto más bajo en competitividad se localiza en el 2001 con -25.9399 puntos, mientras que su punto más alto se encuentra en el 2013 con -8.4044, teniendo un margen significativo de 17.49 del punto, que a comparación de Francia es 9.83 veces más amplio su disparidad en valores.

Para España, respecto sus resultados de competitividad, se puede observar un comportamiento positivo de la industria cosmética mexicana del 2000 al 2020, donde se tiene una mejora continua de competitividad a lo largo de los años. Del año 2000 al 2020, del -20.56, pasó a -6.24, teniendo un crecimiento considerado en la competitividad a comparación de Francia y Alemania, es el mejor país en crecimiento de competitividad, junto a Francia en cuestión de valor absoluto del IVCR en este periodo analizado.

En conclusión, se cumplió con el objetivo de la presente investigación, determinando la manera que incide la productividad en el desempeño de la competitividad de la

industria cosmética mexicana en el mercado de la UE en el periodo del 2000 al 2021, punto que aprueba la hipótesis principal, señalando que la competitividad de la industria cosmética mexicana en la UE es determinada moderadamente por los factores de valor de las exportaciones, valor de las importaciones, sueldos y salarios, producción, valor añadido y formación bruta de capital fijo en el periodo analizado.

La presente investigación brinda una aportación a la industria cosmética mexicana mediante el análisis y confirmación de un mercado potencial en la UE y principalmente Francia donde su competitividad será determinada por el factor de la productividad que presente la industria cosmética mexicana en dicho mercado, lo que deriva a futuras líneas de investigación.

# RECOMENDACIONES

Para la presente investigación se tomó en cuenta la variable productividad como factor independiente, la cual resultó benéfica en los resultados obtenidos, dejando a un lado las variables independientes como el precio, la calidad, la tecnología, mercado e innovación, mismas que no se contemplaron en este estudio, ya que son variables subjetivas y variables en medición de acuerdo las interpretaciones y no resultan determinantes en los resultados.

Otro aspecto que tomar en cuenta es la obtención de datos de las variables anteriormente expuestas, ya que existe una carencia de fuentes de datos y acceso a la información específica de las mismas, son datos cualitativos los cuales su cálculo es menos preciso y más abierto a la interpretación personal.

La industria cosmética mexicana es potencialmente competitiva en el mercado de la UE, con grandes presagios de éxito en su desarrollo en apoyo con la productividad que ésta desarrolle dentro de la misma, para la cual es recomendable potencializar de raíz las bases de las empresas mexicanas para su expansión a mercados extranjeros mediante políticas especializadas que estén enfocadas en su desarrollo e incentivo de formalización y crecimiento a nuevos mercados con acompañamiento profesional e informado, tal como las investigaciones presente

que orienten a las organizaciones a una toma de decisión más informada y certera que disminuya estadísticamente el margen de error que se pueda presentar al incursionar en mercados desconocidos sin ninguna investigación u análisis previo de la situación y desarrollo de la misma.

Es fundamental incentivar el crecimiento de la presente industria para fortalecer el porcentaje de empleos dependientes de la misma y enriquecer el ingreso en México, que fuertemente se verá beneficiado si se apoya su crecimiento hacia otros países.

# ANEXOS

**Tabla 15**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México al mundo de 1990 al 2021.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
1990	Importación	Mexico	Mundo	\$ 27,988,538
1991	Importación	Mexico	Mundo	\$ 39,023,740
1992	Importación	Mexico	Mundo	\$ 67,139,000
1993	Importación	Mexico	Mundo	\$ 86,032,000
1994	Importación	Mexico	Mundo	\$ 98,553,000
1995	Importación	Mexico	Mundo	\$ 68,225,000
1996	Importación	Mexico	Mundo	\$ 80,095,936
1997	Importación	Mexico	Mundo	\$ 102,406,624
1998	Importación	Mexico	Mundo	\$ 124,737,544
1999	Importación	Mexico	Mundo	\$ 133,038,872
2000	Importación	Mexico	Mundo	\$ 161,747,143
2001	Importación	Mexico	Mundo	\$ 193,268,731
2002	Importación	Mexico	Mundo	\$ 213,029,597
2003	Importación	Mexico	Mundo	\$ 211,192,423
2004	Importación	Mexico	Mundo	\$ 222,239,389
2005	Importación	Mexico	Mundo	\$ 254,127,743
2006	Importación	Mexico	Mundo	\$ 299,589,154
2007	Importación	Mexico	Mundo	\$ 337,115,393
2008	Importación	Mexico	Mundo	\$ 375,001,850
2009	Importación	Mexico	Mundo	\$ 288,390,396
2010	Importación	Mexico	Mundo	\$ 327,778,777
2011	Importación	Mexico	Mundo	\$ 408,998,517
2012	Importación	Mexico	Mundo	\$ 427,896,130
2013	Importación	Mexico	Mundo	\$ 460,930,534
2014	Importación	Mexico	Mundo	\$ 461,825,537
2015	Importación	Mexico	Mundo	\$ 480,846,986
2016	Importación	Mexico	Mundo	\$ 515,879,136
2017	Importación	Mexico	Mundo	\$ 577,432,894
2018	Importación	Mexico	Mundo	\$ 604,802,361
2019	Importación	Mexico	Mundo	\$ 616,508,802
2020	Importación	Mexico	Mundo	\$ 484,922,609
2021	Importación	Mexico	Mundo	\$ 622,153,272

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 16**  
**Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México al mundo de 1990 al 2021.**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO COMERCIAL</b>	<b>PAÍS ORIGEN</b>	<b>PAÍS DESTINO</b>	<b>VALOR</b>
1990	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 1,396,910
1991	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 5,096,461
1992	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 9,668,000
1993	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 10,178,000
1994	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 16,338,067
1995	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 24,005,000
1996	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 34,478,704
1997	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 57,789,992
1998	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 87,054,552
1999	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 99,781,016
2000	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 92,802,289
2001	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 73,930,745
2002	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 95,564,985
2003	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 81,082,822
2004	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 76,620,759
2005	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 94,681,600
2006	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 126,080,429
2007	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 143,227,381
2008	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 156,997,636
2009	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 157,863,010
2010	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 190,191,374
2011	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 219,899,590
2012	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 261,250,938
2013	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 311,680,470
2014	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 260,082,072
2015	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 232,212,186
2016	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 298,619,491
2017	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 277,709,778
2018	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 296,720,451
2019	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 331,703,974
2020	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 333,473,784
2021	Exportación	Mexico	Mundo	\$ 379,954,575

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 17**  
**Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE de 1990 a 1996.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
1990	Exportación	México	Francia	\$ 20,652
1990	Exportación	México	Francia	\$ 20,652
1990	Exportación	México	España	\$ 2,242
1990	Exportación	México	Países Bajos	\$ 85,679
1991	Exportación	México	Francia	\$ 18,636
1991	Exportación	México	Alemania	\$ 641,889
1991	Exportación	México	Francia	\$ 18,636
1991	Exportación	México	España	\$ 55,840
1991	Exportación	México	Países Bajos	\$ 26,453
1991	Exportación	México	Italia	\$ 11,016
1991	Exportación	México	Portugal	\$ 16,705
1992	Exportación	México	Francia	\$ 22,000
1992	Exportación	México	Francia	\$ 22,000
1992	Exportación	México	España	\$ 148,000
1992	Exportación	México	Países Bajos	\$ 38,000
1992	Exportación	México	Suecia	\$ 26,000
1992	Exportación	México	Italia	\$ 9,000
1992	Exportación	México	Portugal	\$ 35,000
1993	Exportación	México	Francia	\$ 493,000
1993	Exportación	México	Alemania	\$ 8,000
1993	Exportación	México	Francia	\$ 493,000
1993	Exportación	México	España	\$ 16,000
1993	Exportación	México	Países Bajos	\$ 56,000
1993	Exportación	México	Italia	\$ 6,000
1993	Exportación	México	Portugal	\$ 46,000
1994	Exportación	México	Francia	\$ 9,837
1994	Exportación	México	Francia	\$ 9,837
1994	Exportación	México	España	\$ 151,520
1994	Exportación	México	Países Bajos	\$ 158,386
1994	Exportación	México	Hungría	\$ 12,439
1995	Exportación	México	Francia	\$ 17,000
1995	Exportación	México	Alemania	\$ 5,000
1995	Exportación	México	Francia	\$ 17,000
1995	Exportación	México	España	\$ 24,000
1995	Exportación	México	Países Bajos	\$ 72,000
1995	Exportación	México	Chipre	\$ 9,000
1995	Exportación	México	Italia	\$ 2,000
1996	Exportación	México	Francia	\$ 157,423
1996	Exportación	México	Alemania	\$ 631,719
1996	Exportación	México	Francia	\$ 157,423
1996	Exportación	México	España	\$ 173,274

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 18**  
**Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE de 1996 a 2001.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
1996	Exportación	México	Países Bajos	\$ 163,680
1996	Exportación	México	Suecia	\$ 273,496
1996	Exportación	México	Italia	\$ 10,229
1997	Exportación	México	Francia	\$ 18,843
1997	Exportación	México	Alemania	\$ 840,641
1997	Exportación	México	Francia	\$ 18,843
1997	Exportación	México	España	\$ 30,301
1997	Exportación	México	Países Bajos	\$ 635,668
1998	Exportación	México	Francia	\$ 10,580
1998	Exportación	México	Alemania	\$ 752,915
1998	Exportación	México	Francia	\$ 10,580
1998	Exportación	México	España	\$ 48,098
1998	Exportación	México	Países Bajos	\$ 190,382
1998	Exportación	México	Hungría	\$ 1,344
1998	Exportación	México	Eslovenia	\$ 14,399
1998	Exportación	México	Portugal	\$ 2,520
1999	Exportación	México	Bélgica	\$ 1,051,901
1999	Exportación	México	Francia	\$ 981,911
1999	Exportación	México	Alemania	\$ 707,058
1999	Exportación	México	Francia	\$ 981,911
1999	Exportación	México	Irlanda	\$ 146,175
1999	Exportación	México	España	\$ 520,251
1999	Exportación	México	Países Bajos	\$ 3,360
1999	Exportación	México	Grecia	\$ 246,192
1999	Exportación	México	Finlandia	\$ 2,011
1999	Exportación	México	Italia	\$ 3,642
1999	Exportación	México	Eslovenia	\$ 10,103
2000	Exportación	México	Bélgica	\$ 7,169
2000	Exportación	México	Francia	\$ 16,599
2000	Exportación	México	Alemania	\$ 806,322
2000	Exportación	México	Francia	\$ 16,599
2000	Exportación	México	Irlanda	\$ 7,031
2000	Exportación	México	España	\$ 641,657
2000	Exportación	México	Países Bajos	\$ 18,200
2000	Exportación	México	Grecia	\$ 7,919
2000	Exportación	México	Chipre	\$ 4,500
2000	Exportación	México	Finlandia	\$ 22,680
2001	Exportación	México	Bélgica	\$ 47,243
2001	Exportación	México	Francia	\$ 200,313
2001	Exportación	México	Alemania	\$ 989,800
2001	Exportación	México	Francia	\$ 200,313
2001	Exportación	México	España	\$ 923,057

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 19**  
**Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2001 a 2005.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
2001	Exportación	México	Países Bajos	\$ 27
2001	Exportación	México	Polonia	\$ 78,507
2001	Exportación	México	Chipre	\$ 2,250
2001	Exportación	México	Finlandia	\$ 26,905
2001	Exportación	México	Hungría	\$ 9,835
2001	Exportación	México	Italia	\$ 5,559
2001	Exportación	México	Eslovenia	\$ 29,250
2002	Exportación	México	Francia	\$ 141,605
2002	Exportación	México	Alemania	\$ 1,798,112
2002	Exportación	México	Francia	\$ 141,605
2002	Exportación	México	Irlanda	\$ 5,325
2002	Exportación	México	España	\$ 502,060
2002	Exportación	México	Países Bajos	\$ 17,780
2002	Exportación	México	Grecia	\$ 4,500
2002	Exportación	México	Hungría	\$ 9,358
2002	Exportación	México	Italia	\$ 30,329
2003	Exportación	México	Bélgica	\$ 141,184
2003	Exportación	México	Dinamarca	\$ 150,710
2003	Exportación	México	Francia	\$ 34,287
2003	Exportación	México	Alemania	\$ 2,164,638
2003	Exportación	México	Francia	\$ 34,287
2003	Exportación	México	Irlanda	\$ 24,930
2003	Exportación	México	España	\$ 923,916
2003	Exportación	México	Países Bajos	\$ 48,681
2003	Exportación	México	Grecia	\$ 13,442
2003	Exportación	México	Chipre	\$ 5,458
2003	Exportación	México	Finlandia	\$ 96,015
2003	Exportación	México	Eslovenia	\$ 38,250
2003	Exportación	México	Portugal	\$ 1,106
2004	Exportación	México	Bélgica	\$ 63,436
2004	Exportación	México	Francia	\$ 25,990
2004	Exportación	México	Alemania	\$ 2,572,839
2004	Exportación	México	Francia	\$ 25,990
2004	Exportación	México	España	\$ 1,854,574
2004	Exportación	México	Países Bajos	\$ 30,716
2004	Exportación	México	Austria	\$ 1,767
2004	Exportación	México	Eslovenia	\$ 18,900
2004	Exportación	México	Portugal	\$ 7,727
2005	Exportación	México	Bélgica	\$ 7,593
2005	Exportación	México	Francia	\$ 87,801
2005	Exportación	México	Alemania	\$ 2,626,239
2005	Exportación	México	Francia	\$ 87,801

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 20**  
**Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2005 al 2009.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
2005	Exportación	México	España	\$ 463,823
2005	Exportación	México	Países Bajos	\$ 3,709
2005	Exportación	México	Grecia	\$ 6,790
2005	Exportación	México	Chipre	\$ 1,500
2005	Exportación	México	Italia	\$ 2,099
2005	Exportación	México	Eslovenia	\$ 79,310
2006	Exportación	México	Bélgica	\$ 54,748
2006	Exportación	México	Dinamarca	\$ 1,113
2006	Exportación	México	Francia	\$ 317,446
2006	Exportación	México	Alemania	\$ 3,693,518
2006	Exportación	México	Francia	\$ 317,446
2006	Exportación	México	España	\$ 541,623
2006	Exportación	México	Países Bajos	\$ 8,486
2006	Exportación	México	Austria	\$ 24
2006	Exportación	México	Grecia	\$ 15,165
2006	Exportación	México	Italia	\$ 2,555
2006	Exportación	México	Eslovenia	\$ 26,850
2007	Exportación	México	Bélgica	\$ 60
2007	Exportación	México	Francia	\$ 442,678
2007	Exportación	México	Alemania	\$ 3,613,795
2007	Exportación	México	Francia	\$ 442,678
2007	Exportación	México	España	\$ 505,888
2007	Exportación	México	Austria	\$ 39
2007	Exportación	México	Grecia	\$ 20,196
2007	Exportación	México	Italia	\$ 7,634
2007	Exportación	México	Eslovenia	\$ 2,455
2008	Exportación	México	Francia	\$ 116,367
2008	Exportación	México	Alemania	\$ 3,513,887
2008	Exportación	México	Francia	\$ 116,367
2008	Exportación	México	Irlanda	\$ 8,886
2008	Exportación	México	España	\$ 224,978
2008	Exportación	México	Grecia	\$ 11,250
2008	Exportación	México	Polonia	\$ 108,615
2008	Exportación	México	Italia	\$ 11,498
2009	Exportación	México	Bélgica	\$ 5,149
2009	Exportación	México	Francia	\$ 140,777
2009	Exportación	México	Alemania	\$ 2,845,786
2009	Exportación	México	Francia	\$ 140,777
2009	Exportación	México	Irlanda	\$ 6,422
2009	Exportación	México	España	\$ 158,236
2009	Exportación	México	Países Bajos	\$ 2,068

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 21**  
**Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2009 al 2013.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
2009	Exportación	México	Polonia	\$ 80,467
2009	Exportación	México	Hungría	\$ 19,584
2009	Exportación	México	Italia	\$ 66,164
2010	Exportación	México	Bélgica	\$ 1,371
2010	Exportación	México	Dinamarca	\$ 217
2010	Exportación	México	Francia	\$ 21,061
2010	Exportación	México	Alemania	\$ 3,781,432
2010	Exportación	México	Francia	\$ 21,061
2010	Exportación	México	Irlanda	\$ 61,409
2010	Exportación	México	España	\$ 401,218
2010	Exportación	México	Países Bajos	\$ 836
2010	Exportación	México	Austria	\$ 9,383
2010	Exportación	México	Finlandia	\$ 37,027
2010	Exportación	México	Hungría	\$ 21,516
2010	Exportación	México	Italia	\$ 131,048
2011	Exportación	México	Bélgica	\$ 39,116
2011	Exportación	México	Dinamarca	\$ 2,398
2011	Exportación	México	Francia	\$ 80,659
2011	Exportación	México	Alemania	\$ 5,109,949
2011	Exportación	México	Francia	\$ 80,659
2011	Exportación	México	España	\$ 585,477
2011	Exportación	México	Países Bajos	\$ 9,240
2011	Exportación	México	Suecia	\$ 280
2011	Exportación	México	Chipre	\$ 149
2011	Exportación	México	Finlandia	\$ 40,292
2011	Exportación	México	Hungría	\$ 144
2011	Exportación	México	Italia	\$ 98,235
2012	Exportación	México	Bélgica	\$ 54
2012	Exportación	México	Dinamarca	\$ 2,696
2012	Exportación	México	Francia	\$ 137,800
2012	Exportación	México	Alemania	\$ 3,275,636
2012	Exportación	México	Francia	\$ 137,800
2012	Exportación	México	España	\$ 250,287
2012	Exportación	México	Países Bajos	\$ 168,974
2012	Exportación	México	Finlandia	\$ 28,636
2012	Exportación	México	Italia	\$ 13,313
2013	Exportación	México	Bélgica	\$ 27,938
2013	Exportación	México	Dinamarca	\$ 3,746

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 22**  
**Valor de las exportaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2020 al 2021.**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO COMERCIAL</b>	<b>PAÍS ORIGEN</b>	<b>PAÍS DESTINO</b>	<b>VALOR</b>
2020	Exportación	México	Alemania	\$ 3,088,242
2020	Exportación	México	Francia	\$ 93,695
2020	Exportación	México	España	\$ 1,187,688
2020	Exportación	México	Países Bajos	\$ 1,161,894
2020	Exportación	México	Italia	\$ 353,250
2021	Exportación	México	Francia	\$ 93,409
2021	Exportación	México	Alemania	\$ 2,702,957
2021	Exportación	México	Francia	\$ 93,409
2021	Exportación	México	España	\$ 1,168,254
2021	Exportación	México	Países Bajos	\$ 102,713

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 23**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE de 1990 a 1994.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
1990	Importación	México	Dinamarca	\$ 1,261
1990	Importación	México	España	\$ 536,569
1990	Importación	México	Francia	\$ 8,087,865
1990	Importación	México	Irlanda	\$ 136,365
1990	Importación	México	Italia	\$ 341,896
1990	Importación	México	Suecia	\$ 910
1991	Importación	México	Alemania	\$ 316,534
1991	Importación	México	Checoslovaquia	\$ 19,845
1991	Importación	México	Dinamarca	\$ 4,141
1991	Importación	México	España	\$ 1,724,659
1991	Importación	México	Francia	\$ 12,045,251
1991	Importación	México	Irlanda	\$ 158,823
1991	Importación	México	Italia	\$ 428,919
1991	Importación	México	Países Bajos	\$ 40,133
1991	Importación	México	Suecia	\$ 1,340
1992	Importación	México	Alemania	\$ 1,937,000
1992	Importación	México	Austria	\$ 1,000
1992	Importación	México	España	\$ 1,312,000
1992	Importación	México	Francia	\$ 14,959,000
1992	Importación	México	Hungría	\$ 12,000
1992	Importación	México	Irlanda	\$ 473,000
1992	Importación	México	Italia	\$ 843,000
1992	Importación	México	Países Bajos	\$ 40,000
1993	Importación	México	Alemania	\$ 717,000
1993	Importación	México	España	\$ 1,218,000
1993	Importación	México	Francia	\$ 13,980,000
1993	Importación	México	Irlanda	\$ 592,000
1993	Importación	México	Italia	\$ 585,000
1993	Importación	México	Países Bajos	\$ 7,000
1993	Importación	México	Suecia	\$ 616,000
1994	Importación	México	Alemania	\$ 1,245,000
1994	Importación	México	Dinamarca	\$ 1,000
1994	Importación	México	España	\$ 1,535,000
1994	Importación	México	Finlandia	\$ 92,000
1994	Importación	México	Francia	\$ 22,629,000
1994	Importación	México	Irlanda	\$ 485,000
1994	Importación	México	Italia	\$ 806,000
1994	Importación	México	Países Bajos	\$ 7,000
1994	Importación	México	Rumania	\$ 13,000
1994	Importación	México	Suecia	\$ 25,000

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 24**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE de 1995 a 1999.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
1995	Importación	México	Alemania	\$ 772,000
1995	Importación	México	España	\$ 1,188,000
1995	Importación	México	Francia	\$ 17,524,000
1995	Importación	México	Irlanda	\$ 683,000
1995	Importación	México	Italia	\$ 535,000
1995	Importación	México	Portugal	\$ 4,000
1995	Importación	México	Suecia	\$ 34,000
1996	Importación	México	Alemania	\$ 1,635,985
1996	Importación	México	España	\$ 1,291,861
1996	Importación	México	Francia	\$ 19,307,268
1996	Importación	México	Irlanda	\$ 514,353
1996	Importación	México	Italia	\$ 775,988
1996	Importación	México	Países Bajos	\$ 46,657
1996	Importación	México	Portugal	\$ 8,343
1996	Importación	México	Rumania	\$ 16,531
1996	Importación	México	Suecia	\$ 5,052
1997	Importación	México	Austria	\$ 533
1997	Importación	México	Dinamarca	\$ 814
1997	Importación	México	Francia	\$ 24,147,918
1997	Importación	México	Alemania	\$ 1,376,165
1997	Importación	México	Irlanda	\$ 970,090
1997	Importación	México	Italia	\$ 1,004,715
1997	Importación	México	Países Bajos	\$ 33,037
1997	Importación	México	Portugal	\$ 75,543
1997	Importación	México	España	\$ 2,130,300
1997	Importación	México	Suecia	\$ 7,162
1998	Importación	México	Bulgaria	\$ 18,143
1998	Importación	México	Dinamarca	\$ 696
1998	Importación	México	Francia	\$ 27,041,044
1998	Importación	México	Alemania	\$ 1,666,672
1998	Importación	México	Irlanda	\$ 639,240
1998	Importación	México	Italia	\$ 1,625,367
1998	Importación	México	Países Bajos	\$ 95,272
1998	Importación	México	Portugal	\$ 15,762
1998	Importación	México	Rumania	\$ 5,965
1998	Importación	México	España	\$ 3,758,247
1998	Importación	México	Suecia	\$ 37,296
1999	Importación	México	Bélgica	\$ 208,735
1999	Importación	México	Bulgaria	\$ 7,104
1999	Importación	México	Francia	\$ 25,118,828
1999	Importación	México	Alemania	\$ 1,986,316
1999	Importación	México	Grecia	\$ 71,895

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 25**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE de 1999 al 2002.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
1999	Importación	México	Irlanda	\$ 558,833
1999	Importación	México	Italia	\$ 3,920,042
1999	Importación	México	Países Bajos	\$ 78,995
1999	Importación	México	Polonia	\$ 773
1999	Importación	México	Portugal	\$ 8,351
1999	Importación	México	España	\$ 2,446,802
1999	Importación	México	Suecia	\$ 8,138
2000	Importación	México	Bélgica	\$ 1,142,172
2000	Importación	México	Dinamarca	\$ 13,849
2000	Importación	México	Francia	\$ 28,634,340
2000	Importación	México	Alemania	\$ 4,015,127
2000	Importación	México	Irlanda	\$ 642,945
2000	Importación	México	Italia	\$ 2,946,008
2000	Importación	México	Países Bajos	\$ 192,955
2000	Importación	México	Polonia	\$ 91,642
2000	Importación	México	Portugal	\$ 3,445
2000	Importación	México	España	\$ 2,711,207
2000	Importación	México	Suecia	\$ 78,055
2001	Importación	México	Austria	\$ 2,008
2001	Importación	México	Bélgica	\$ 669,333
2001	Importación	México	Dinamarca	\$ 52,997
2001	Importación	México	Francia	\$ 33,127,835
2001	Importación	México	Alemania	\$ 3,610,763
2001	Importación	México	Grecia	\$ 1,461
2001	Importación	México	Irlanda	\$ 1,156,171
2001	Importación	México	Italia	\$ 3,016,999
2001	Importación	México	Países Bajos	\$ 185,902
2001	Importación	México	Polonia	\$ 314,446
2001	Importación	México	España	\$ 4,009,614
2001	Importación	México	Suecia	\$ 8,724
2002	Importación	México	Austria	\$ 52,459
2002	Importación	México	Bélgica	\$ 1,175,962
2002	Importación	México	Dinamarca	\$ 59,770
2002	Importación	México	Francia	\$ 35,032,876
2002	Importación	México	Alemania	\$ 4,469,401
2002	Importación	México	Hungría	\$ 6,199
2002	Importación	México	Irlanda	\$ 665,267
2002	Importación	México	Italia	\$ 3,399,863
2002	Importación	México	Países Bajos	\$ 59,806

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 26**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2002 al 2005.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
2002	Importación	México	Polonia	\$ 551,409
2002	Importación	México	Eslovaquia	\$ 20,119
2002	Importación	México	España	\$ 4,731,998
2002	Importación	México	Suecia	\$ 117,922
2003	Importación	México	Austria	\$ 6,515
2003	Importación	México	Bélgica	\$ 595,862
2003	Importación	México	Dinamarca	\$ 17,801
2003	Importación	México	Finlandia	\$ 4,867
2003	Importación	México	Francia	\$ 41,595,220
2003	Importación	México	Alemania	\$ 3,998,509
2003	Importación	México	Irlanda	\$ 44,617
2003	Importación	México	Italia	\$ 4,742,325
2003	Importación	México	Países Bajos	\$ 347,421
2003	Importación	México	Polonia	\$ 938,632
2003	Importación	México	Portugal	\$ 4,287
2003	Importación	México	España	\$ 6,096,444
2003	Importación	México	Suecia	\$ 36,811
2004	Importación	México	Austria	\$ 14,948
2004	Importación	México	Bélgica	\$ 2,112,595
2004	Importación	México	Bulgaria	\$ 79,908
2004	Importación	México	Dinamarca	\$ 37,003
2004	Importación	México	Francia	\$ 44,610,036
2004	Importación	México	Alemania	\$ 5,354,564
2004	Importación	México	Hungría	\$ 1,742
2004	Importación	México	Irlanda	\$ 680,124
2004	Importación	México	Italia	\$ 6,496,863
2004	Importación	México	Luxemburgo	\$ 15,265
2004	Importación	México	Países Bajos	\$ 246,094
2004	Importación	México	Polonia	\$ 775,542
2004	Importación	México	España	\$ 5,833,941
2004	Importación	México	Suecia	\$ 354,164
2005	Importación	México	Austria	\$ 21,026
2005	Importación	México	Bélgica	\$ 3,666,300
2005	Importación	México	Bulgaria	\$ 435
2005	Importación	México	Dinamarca	\$ 50,833
2005	Importación	México	Finlandia	\$ 38,484
2005	Importación	México	Francia	\$ 52,481,330
2005	Importación	México	Alemania	\$ 5,075,669
2005	Importación	México	Hungría	\$ 14,444

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 27**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2010 al 2012.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
2010	Importación	México	Austria	\$ 4,754
2010	Importación	México	Bélgica	\$ 5,085,981
2010	Importación	México	Bulgaria	\$ 60
2010	Importación	México	Dinamarca	\$ 8
2010	Importación	México	Finlandia	\$ 108,819
2010	Importación	México	Francia	\$ 69,158,060
2010	Importación	México	Alemania	\$ 8,667,317
2010	Importación	México	Grecia	\$ 10,224
2010	Importación	México	Hungría	\$ 79,267
2010	Importación	México	Irlanda	\$ 3,842,412
2010	Importación	México	Italia	\$ 15,555,280
2010	Importación	México	Letonia	\$ 9,845
2010	Importación	México	Lituania	\$ 14
2010	Importación	México	Luxemburgo	\$ 76,999
2010	Importación	México	Países Bajos	\$ 45,141
2010	Importación	México	Polonia	\$ 4,572,154
2010	Importación	México	Portugal	\$ 213
2010	Importación	México	España	\$ 9,816,482
2010	Importación	México	Suecia	\$ 277,544
2011	Importación	México	Austria	\$ 9,902
2011	Importación	México	Bélgica	\$ 5,998,809
2011	Importación	México	Dinamarca	\$ 1,098
2011	Importación	México	Finlandia	\$ 11,728
2011	Importación	México	Francia	\$ 88,429,345
2011	Importación	México	Alemania	\$ 10,293,461
2011	Importación	México	Grecia	\$ 64
2011	Importación	México	Hungría	\$ 58,771
2011	Importación	México	Irlanda	\$ 6,469,545
2011	Importación	México	Italia	\$ 18,166,562
2011	Importación	México	Letonia	\$ 1,665
2011	Importación	México	Luxemburgo	\$ 58,317
2011	Importación	México	Países Bajos	\$ 60,325
2011	Importación	México	Polonia	\$ 4,250,026
2011	Importación	México	Portugal	\$ 2
2011	Importación	México	Eslovaquia	\$ 2,550
2011	Importación	México	España	\$ 13,695,669
2011	Importación	México	Suecia	\$ 274,754
2012	Importación	México	Austria	\$ 2,356
2012	Importación	México	Bélgica	\$ 6,276,976

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 28**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2012 al 2014.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
2012	Importación	México	Bulgaria	\$ 4
2012	Importación	México	Dinamarca	\$ 99,779
2012	Importación	México	Finlandia	\$ 15,341
2012	Importación	México	Francia	\$ 81,141,684
2012	Importación	México	Alemania	\$ 10,496,944
2012	Importación	México	Grecia	\$ 6,526
2012	Importación	México	Hungría	\$ 13,338
2012	Importación	México	Irlanda	\$ 4,776,122
2012	Importación	México	Italia	\$ 18,071,500
2012	Importación	México	Letonia	\$ 14,828
2012	Importación	México	Luxenburgo	\$ 142,285
2012	Importación	México	Países Bajos	\$ 2,603
2012	Importación	México	Polonia	\$ 5,164,732
2012	Importación	México	Rumania	\$ 642
2012	Importación	México	Eslovenia	\$ 1
2012	Importación	México	España	\$ 11,958,524
2012	Importación	México	Suecia	\$ 1,744,184
2013	Importación	México	Austria	\$ 1,862
2013	Importación	México	Bélgica	\$ 5,471,552
2013	Importación	México	Bulgaria	\$ 223
2013	Importación	México	Dinamarca	\$ 71,670
2013	Importación	México	Finlandia	\$ 19,119
2013	Importación	México	Francia	\$ 81,627,437
2013	Importación	México	Alemania	\$ 12,169,314
2013	Importación	México	Grecia	\$ 4,837
2013	Importación	México	Hungría	\$ 15,385
2013	Importación	México	Irlanda	\$ 3,398,470
2013	Importación	México	Italia	\$ 17,242,318
2013	Importación	México	Letonia	\$ 6,183
2013	Importación	México	Lituania	\$ 66,979
2013	Importación	México	Luxenburgo	\$ 83,806
2013	Importación	México	Países Bajos	\$ 47,009
2013	Importación	México	Polonia	\$ 7,121,968
2013	Importación	México	Portugal	\$ 4,637
2013	Importación	México	Rumania	\$ 1,411
2013	Importación	México	Eslovaquia	\$ 34,642
2013	Importación	México	España	\$ 16,249,167
2013	Importación	México	Suecia	\$ 3,602,810
2014	Importación	México	Austria	\$ 280

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 29**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2014 al 2016.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
2014	Importación	México	Bélgica	\$ 5,792,734
2014	Importación	México	Dinamarca	\$ 60,329
2014	Importación	México	Francia	\$ 79,773,378
2014	Importación	México	Alemania	\$ 12,860,023
2014	Importación	México	Grecia	\$ 9,946
2014	Importación	México	Hungría	\$ 57,631
2014	Importación	México	Irlanda	\$ 2,742,511
2014	Importación	México	Italia	\$ 16,238,543
2014	Importación	México	Luxemburgo	\$ 65,539
2014	Importación	México	Países Bajos	\$ 235,843
2014	Importación	México	Polonia	\$ 10,669,298
2014	Importación	México	Portugal	\$ 7,429
2014	Importación	México	Rumania	\$ 2,187
2014	Importación	México	España	\$ 14,344,255
2014	Importación	México	Suecia	\$ 1,771,663
2015	Importación	México	Austria	\$ 79
2015	Importación	México	Bélgica	\$ 5,941,807
2015	Importación	México	Dinamarca	\$ 39,017
2015	Importación	México	Francia	\$ 77,547,031
2015	Importación	México	Alemania	\$ 12,094,633
2015	Importación	México	Grecia	\$ 7,774
2015	Importación	México	Hungría	\$ 52,316
2015	Importación	México	Irlanda	\$ 2,608,243
2015	Importación	México	Italia	\$ 17,247,794
2015	Importación	México	Luxemburgo	\$ 84,552
2015	Importación	México	Países Bajos	\$ 32,286
2015	Importación	México	Polonia	\$ 9,800,161
2015	Importación	México	Portugal	\$ 7,969
2015	Importación	México	Rumania	\$ 10,373
2015	Importación	México	España	\$ 17,759,247
2015	Importación	México	Suecia	\$ 1,920,225
2016	Importación	México	Austria	\$ 400
2016	Importación	México	Bélgica	\$ 4,991,149
2016	Importación	México	Bulgaria	\$ 68,718
2016	Importación	México	Dinamarca	\$ 63,565
2016	Importación	México	Francia	\$ 79,561,986
2016	Importación	México	Alemania	\$ 13,233,152
2016	Importación	México	Grecia	\$ 167,648
2016	Importación	México	Hungría	\$ 47,092

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 30**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2016 al 2018.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
2016	Importación	México	Irlanda	\$ 2,073,135
2016	Importación	México	Italia	\$ 20,239,533
2016	Importación	México	Luxemburgo	\$ 133,866
2016	Importación	México	Países Bajos	\$ 388,476
2016	Importación	México	Polonia	\$ 12,370,587
2016	Importación	México	Portugal	\$ 1,162
2016	Importación	México	España	\$ 20,384,621
2016	Importación	México	Suecia	\$ 2,014,839
2017	Importación	México	Austria	\$ 13,474
2017	Importación	México	Bélgica	\$ 5,190,596
2017	Importación	México	Bulgaria	\$ 27,662
2017	Importación	México	Dinamarca	\$ 104,082
2017	Importación	México	Francia	\$ 82,866,904
2017	Importación	México	Alemania	\$ 12,926,123
2017	Importación	México	Grecia	\$ 1,418
2017	Importación	México	Hungría	\$ 66,729
2017	Importación	México	Irlanda	\$ 1,980,940
2017	Importación	México	Italia	\$ 24,261,227
2017	Importación	México	Luxemburgo	\$ 413,953
2017	Importación	México	Países Bajos	\$ 1,734,089
2017	Importación	México	Polonia	\$ 16,582,092
2017	Importación	México	Portugal	\$ 5,417
2017	Importación	México	Eslovaquia	\$ 104,470
2017	Importación	México	España	\$ 21,998,020
2017	Importación	México	Suecia	\$ 2,706,165
2018	Importación	México	Austria	\$ 26,242
2018	Importación	México	Bélgica	\$ 5,115,183
2018	Importación	México	Bulgaria	\$ 2,320
2018	Importación	México	Dinamarca	\$ 90,531
2018	Importación	México	Francia	\$ 88,273,201
2018	Importación	México	Alemania	\$ 14,257,281
2018	Importación	México	Grecia	\$ 17,215
2018	Importación	México	Hungría	\$ 32,059
2018	Importación	México	Irlanda	\$ 1,689,827
2018	Importación	México	Italia	\$ 26,770,325
2018	Importación	México	Luxemburgo	\$ 491,080
2018	Importación	México	Países Bajos	\$ 1,466,749
2018	Importación	México	Polonia	\$ 16,099,498
2018	Importación	México	Portugal	\$ 15,707

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 31**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2018 al 2021.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
2018	Importación	México	Eslovaquia	\$ 112,920
2018	Importación	México	España	\$ 20,989,785
2018	Importación	México	Suecia	\$ 2,973,180
2019	Importación	México	Austria	\$ 50,412
2019	Importación	México	Bélgica	\$ 4,923,287
2019	Importación	México	Bulgaria	\$ 20,107
2019	Importación	México	Dinamarca	\$ 105,092
2019	Importación	México	Francia	\$ 84,989,503
2019	Importación	México	Alemania	\$ 14,015,766
2019	Importación	México	Grecia	\$ 235,335
2019	Importación	México	Hungría	\$ 10,872
2019	Importación	México	Irlanda	\$ 737,874
2019	Importación	México	Italia	\$ 28,887,336
2019	Importación	México	Luxemburgo	\$ 579,656
2019	Importación	México	Países Bajos	\$ 1,018,008
2019	Importación	México	Polonia	\$ 15,631,977
2019	Importación	México	Portugal	\$ 41,386
2019	Importación	México	Eslovaquia	\$ 228,788
2019	Importación	México	España	\$ 25,169,426
2019	Importación	México	Suecia	\$ 3,283,100
2020	Importación	México	Austria	\$ 81,741
2020	Importación	México	Bélgica	\$ 2,401,088
2020	Importación	México	Bulgaria	\$ 1,300
2020	Importación	México	Dinamarca	\$ 101,966
2020	Importación	México	Francia	\$ 64,107,982
2020	Importación	México	Alemania	\$ 11,171,722
2020	Importación	México	Grecia	\$ 201,596
2020	Importación	México	Hungría	\$ 21,616
2020	Importación	México	Irlanda	\$ 582,885
2020	Importación	México	Italia	\$ 18,993,477
2020	Importación	México	Luxemburgo	\$ 724,775
2020	Importación	México	Países Bajos	\$ 912,419
2020	Importación	México	Polonia	\$ 9,564,864
2020	Importación	México	Portugal	\$ 29,865
2020	Importación	México	Eslovaquia	\$ 270,015
2020	Importación	México	España	\$ 23,079,950
2020	Importación	México	Suecia	\$ 2,966,518
2021	Importación	México	Austria	\$ 76,897
2021	Importación	México	Bélgica	\$ 3,974,864

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

**Tabla 32**  
**Valor de las importaciones totales de la industria cosmética de México a la UE del 2021.**

AÑO	FLUJO COMERCIAL	PAÍS ORIGEN	PAÍS DESTINO	VALOR
2021	Importación	México	Bulgaria	\$ 124,608
2021	Importación	México	Dinamarca	\$ 184
2021	Importación	México	Francia	\$ 106,731,954
2021	Importación	México	Alemania	\$ 12,963,838
2021	Importación	México	Grecia	\$ 370,448
2021	Importación	México	Hungría	\$ 16,395
2021	Importación	México	Irlanda	\$ 129,026
2021	Importación	México	Italia	\$ 20,430,493
2021	Importación	México	Luxemburgo	\$ 474,203
2021	Importación	México	Países Bajos	\$ 1,834,473
2021	Importación	México	Polonia	\$ 11,461,311
2021	Importación	México	España	\$ 42,840,476
2021	Importación	México	Suecia	\$ 4,668,444

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Banco Mundial y CONTRADE (2022).

## REFERENCIAS

- Amorós, J. E., & Cristi, O. (2008). Longitudinal analysis of entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. En *International Entrepreneurship and Management Journal* (Vol. 4, Números 4, pp. 381-399). <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0082-3>.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Episteme.
- Ariel, W. (1968). *Entrepreneurship in economic theory*. American Economic Review.
- Arnal, J. C. (2003). *Creación de empresas: los mejores textos*. Madrid.
- Ayvar, C. F. (2006). *La Competitividad de la Industria Manufacturera de México y Estados Unidos: Un análisis Comparativo (1990-2004)*. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales.
- Banco Mundial (2022). *México: panorama general*. <https://www.bancomundial.org/es/country/mexico/overview>
- Baray, H. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Cuauhtémoc.
- Batra, A. Y. (2005). *Revealed Comparative Advantage: An Analysis for India and China*. ICRIER. <http://www.icrier.org/pdf/wp168.pdf>.
- Bholanath, D. (2010). *International Business Management (Test and Cases)*. Excel Books.
- Boer-ashworth, D. (2000). *The global political economy and post-1989 change: the place of the central european transition*. Palgrave Macmillan.
- Cárdenas, G. (2010). *El conocimiento tradicional y el concepto de territorio*. Nera.
- Carvajal, L. (1998) *Metodología de la Investigación Científica. Curso general y Aplicado*. Cali.
- Castaño, T. E. (2010). *Ciencia y tecnología. Diseños de experimentos: Estrategias y análisis en México*. Universidad Autónoma de Querétaro/CIMAT.

- CIMAT (2015). *Guía para elaborar y estructurar la tesis: métodos estadísticos*. Aguascalientes.
- Cobo, H. (1998) *Glosario de Metodología*. Cali.
- Domínguez, P. (2006). *Introducción a la gestión empresarial. Fundamentos teóricos y aplicaciones prácticas*. Instituto Europeo de Gestión Empresarial.
- Garelli, S. (2007). *Competitiveness of nations: the fundamentals in IMD World Competitiveness yearbook*. Editorial
- Gómez, M. (1997). *Elementos de Estadística Descriptiva*. EUNED.
- Grebel, T. (2007). *Neo-Schumpeterian perspectives in entrepreneurship research*. En H. Hanusch and A. Pyka (Eds), *Elgar companion to neo Schumpeterian economics*. Edgard Elgar.
- Guzmán, A. (1997). *La competitividad internacional: una reflexión teórica*. Argumento.
- Hanusch, H. (2007). *Schumpeter, Joseph Alois (1883-1950)*. H. Hanusch and A. Pyka (Eds), *Elgar companion to neo-Schumpeterian economics*. Edgard Elgar.
- Hebert, R. (1988). *The entrepreneur: mainstream views and radical critiques*. Praeger.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Hernández, S. R. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Horngren, C. T., Data, S. M., Rajam, M. V. (2015). *Cost accounting. A managerial emphasis*. Pearson Education.
- Hurtado, J. (1877). *Vocabulario de la economía: exposición de la nomenclatura y de los principales conceptos de esa ciencia*. Manuel Soler.
- IBERO. (2020). *Justificación de un trabajo de investigación ¿qué es y cómo se hace?*. <http://blog.posgrados.iberomex.mx/justificacion-de-un-trabajo-de-investigacion/>
- INEGI. (1994). *Indicadores de la competitividad mexicana*. Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática.

- INEGI. (2012). *Industria cosmética*. <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/economia-para-todos/abc-de-economia/mercado-interno/356-industria-cosmetica>.
- ININEE. (2017). *Plan de Estudios Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales*. <https://ininee.umich.mx/mcni/plan-de-estudios/>.
- James, E. (2002). *Historia del pensamiento económico en el siglo XX*. Fondo de Cultura Económica.
- Katz, J. (2001). *Sectoral regimes, productivity and international competitiveness*. CEPAL Review.
- Kerlinger, F. (2002). *Investigación del comportamiento*. Mcgraw Hill.
- Krugman, P. (1994). *Competitiveness: a dangerous obsession*. Foreign affairs.
- Lombana, J. (2009). *Marco analítico de la competitividad. Fundamentos para el estudio de la competitividad regional*. Pensamiento y Gestión.
- Marín, S. (2003). *Diseño y análisis de un modelo de contabilidad de costes*. Partida Doble.
- Marín, S., Rojas, J. A. (2003). *Diseño y análisis de un modelo de contabilidad de costes*. Partida Doble.
- McConnell, C. (1997). *Economía: principios, problemas y políticas*, McGraw-Hill Interamericana.
- Meyer-Stamer, J. (2008). *Systemic Competitiveness and Local Economic Development*, en S. Bodhanya. Duisburg.
- Mortimore, M. (1999). *Un análisis de su competitividad internacional*, CEPAL.
- National Geographic. (2018). *Breve historia del maquillaje*. <https://www.ngenespanol.com/el-mundo/como-surgio-el-maquillaje-historia-del-maquillaje/>
- OCDE. (1994). *Globalisation and competitiveness: relevant indicators*. Working Party. Industry Committee on Industrial Statistics.

- Ochoa, C. (2020). *Industria global de la belleza, a prueba tras el coronavirus*. <http://www.milenio.com/negocios/industria-global-de-la-belleza-a-prueba-tras-el-coronavirus>.
- Pérez, J., Sandoval, M. (2015). *¿Cómo formular una buena pregunta de investigación? Estructura y redacción de la pregunta de investigación*. Orhtotips.
- Pérez, T. R. (2014). *¿Existe el método científico? Historia y realidad*. FCE.
- Pluinage, F. (1998). *Los objetos matemáticos en la adquisición del razonamiento*. Grupo Editorial Iberoamérica
- Porter, E. (1980). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. Free press.
- Porter, E. (1985). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Rei Argentina.
- Porter, E. (1990). *Competitive advantage of nations*. Free Press.
- Porter, E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Javier Vergara Editor.
- Pozo, J. I. (1999). *Teorías cognitivas del aprendizaje*. Ediciones Morata.
- Preston, R. V., Garner, A. S. (2003). *Representation as a vehicle for solving and communicating. Teaching in the middle school*, Phill.
- Ramos, C. (2016). *La pregunta de investigación*. Psicol.
- Restrepo, G. (1998). *Aproximación cultural al concepto de territorio*. Perspectiva Geográfica.
- Rico, L. (2000). *Sobre las nociones de representación y comprensión en la investigación en educación matemática*. <http://www.ugr.es/~seiem/Actas/Huelva/LRico.htm>.
- Rodríguez, A. (1999). *La lógica originaria del emprendedor*. IESE
- Sánchez, B. (2013). *Implicancias del método de costeo ABC*. Quipukamayoc.

- Sandoval, C. I., Díaz B. (2002). *Ecuaciones diferenciales de 1er orden una perspectiva didáctica con geometría dinámica*. Universidad de Sonora.
- Santrock, J. W. (2002). *Psicología de la educación*. McGraw-Hill.
- Schiller, B. (1994). *Principios esenciales de la economía*. McGraw-Hill.
- Scholte, A. (2000). *Globalization: a critical introduction*. Palgrave Macmillan.
- Schwab, K. (2009). *The global competitiveness report 2009-2010*. McGraw-Hill.
- SEGOB. (2022). *NORMA Oficial Mexicana NOM-259-SSA1-2022, Productos y servicios. Buenas prácticas de fabricación en productos cosméticos*.  
[https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5657034&fecha=05/07/2022#gsc.tab=0](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5657034&fecha=05/07/2022#gsc.tab=0)
- Sierra, G. (2000). *Hacia una explicación sistemática de los fenómenos didácticos. El caso de las convenciones didácticas en el tratamiento de los exponentes no naturales*. CINVESTAV
- Silvestre, J. (2015). *Fundamentos de Economía*. Mc Graw Hill.
- Smit, J. (2010). *The competitive advantage of nations: is Porter's Diamond Framework a new theory that explains the international competitiveness of countries? Southern African*.