



**UNIVERSIDAD MICHOACANA
DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO**
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ININEE
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES

**“LA COMPETITIVIDAD EN LA INDUSTRIA
MEXICANA DE PRODUCTOS COSMÉTICOS
Y DEL CUIDADO PERSONAL EN
COMPARACIÓN CON LOS LIDERES
MUNDIALES: A TRAVÉS DEL ÍNDICE DE LA
VENTAJA COMPARATIVA REVELADA
2007-2015”**

T E S I S

Que para obtener el grado de:

**MAESTRA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

PRESENTA:

L.A. Dalia García Orozco

Director

Dr. Gerardo Gabriel Alfaro Calderón

MORELIA, MICH. MAYO DE 2017

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación, se realizó una comparación del sector cosmético y del cuidado personal en México con los líderes mundiales. A través del índice de la ventaja comparativa revelada, y diversos índices de participación, se pretende dilucidar si México posee ventaja comparativa revelada para este sector y equiparar la posición competitiva que ostenta. Así como identificar los segmentos de mayor participación y que aportan al desarrollo de la ventaja comparativa revelada del sector cosmético y del cuidado personal mexicano durante el periodo 2007-2015.

Los resultados del análisis demostraron que México, posee una ventaja comparativa revelada para el sector cosmético y del cuidado personal, que lo coloca en la sexta posición en comparación con: EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015. Siendo los segmentos de preparaciones capilares y el segmento de preparaciones para higiene bucal o dental, los de mayor participación y los que influyen positivamente en la consecución de dicha ventaja.

Palabras clave: competitividad, sector cosmético, cuidado personal, ventaja comparativa revelada, índice de participación.

ABSTRACT

In the present research, did a comparison of the cosmetic and personal care sector in Mexico with the world leaders. Through the index of comparative advantage revealed, and divers index of participation, it is sought to elucidate if Mexico has a comparative advantage revealed for this sector and to equate the competitive position that it has. As well as identifying the segments of greater participation that contribute to the development of the revealed comparative advantage of the cosmetic and personal care Mexican sector during the period 2007-2015.

The results of the analysis showed that Mexico has a comparative advantage revealed for the cosmetic and personal care sector, placing it in the sixth position compared to: USA, China, Brazil, Japan, Germany, United Kingdom, France, Russia, Italy and Spain during the period 2007-2015. Being the segments of hair preparations and the segment of preparations for oral or dental hygiene, those of greater participation and those that influence positively in the consecution of said advantage.

Key words: Competitiveness, Cosmetic and personal care sector, revealed comparative advantage, participation index.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	9
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	11
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.5 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.6 JUSTIFICACIÓN	15
1.7 HORIZONTE TEMPORAL Y ESPACIAL	16
1.8 ALCANCES Y LIMITACIONES	17
1.9 TIPO DE INVESTIGACIÓN	18
CAPÍTULO II LA COMPETITIVIDAD Y LA VENTAJA COMPARATIVA REVELADA	19
2.1 CONCEPTUALIZACIONES DE COMPETITIVIDAD	19
2.2 RETROSPECTIVA TEÓRICA DE LA VENTAJA COMPARATIVA Y LA COMPETITIVIDAD	22
2.2.1 Ventaja absoluta	22
2.2.2 Ventaja comparativa	23
2.2.3 La ventaja comparativa (neoclásica)	24
2.2.4 La ventaja competitiva	24
2.2.4.1 La ventaja competitiva enfoque exógeno	25
2.2.4.2 La ventaja competitiva enfoque endógeno	26
2.2.5 La ventaja competitiva sostenida	28
2.3 NIVELES DE COMPETITIVIDAD	29
2.3.1 Competitividad nacional	29
2.3.2 Competitividad industrial	31
2.3.3 Competitividad empresarial	32
2.4 RESUMEN CRÍTICO	33
CAPÍTULO III APROXIMACIONES TEÓRICAS METODOLÓGICAS	34
3.1 LA VENTAJA COMPARATIVA REVELADA Y LA COMPETITIVIDAD	34
3.1.1 Ventajas comparativas reveladas	35
3.1.1.1 Clasificación de los índices de la ventaja comparativa revelada	37
CAPÍTULO IV EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL	40
4.1 INTRODUCCIÓN Y CONCEPTUALIZACIONES	40
4.2 EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN MÉXICO	42
4.2.1 Clasificación de las entidades económicas del sector cosmético y del cuidado personal en México por tamaño.	45
4.2.2 Empresas mexicanas del sector cosmético y del cuidado personal que exportan	46
4.2.2.1 Distribución de las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan.	49

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

4.2.2.2 Clasificación por tamaño de las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan	50
4.3 DELIMITACIÓN DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL	51
4.3.1 Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías (SA)	52
4.3.2 Segmentos que componen el sector cosmético y del cuidado personal	55
CAPÍTULO V DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	57
5.1 ANÁLISIS METODOLÓGICO	58
5.2 DISEÑO DE IMPLEMENTACIÓN METODOLÓGICA DEL ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN Y DEL ÍNDICE DE LA VENTAJA COMPARATIVA REVELADA	64
5.2.1 Estructura de los índices	66
5.2.1.1 Índice de la ventaja comparativa revelada (IVCR)	66
5.2.1.2 Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales	70
5.2.1.3 Índice de participación relativa en el comercio del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector.	71
5.2.1.4 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional.	72
5.2.1.5 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional.	73
5.2.1.6 Índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal	75
5.2.1.7 Índice de participación relativa en el intercambio mundial del sector cosmético y del cuidado personal desglosado por segmento	76
CAPÍTULO VI RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
6.1 RESULTADOS DE LOS ÍNDICES	79
6.1.1 ÍNDICE DE LAS VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS (IVCR)	79
6.1.1.1 Índice de la ventaja comparativa revelada de exportación	79
6.1.1.2 Índice de la ventaja comparativa revelada de importación	82
6.1.1.3 Índice de la ventaja comparativa revelada	84
6.1.2 ÍNDICE RELATIVO A LA PARTICIPACIÓN DEL COMERCIO EN EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN LOS INTERCAMBIOS MUNDIALES	87
6.1.2.1 Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por exportaciones	87
6.1.2.2 Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por importaciones	89
6.1.2.3 Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales	91
6.1.3 ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL COMERCIO EN EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN EL INTERCAMBIO MUNDIAL DEL MISMO SECTOR	93
6.1.3.1 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por exportaciones	93

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

6.1.3.2 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por importaciones	95
6.1.3.3 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por importaciones	97
6.1.4 ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN EL INTERCAMBIO COMERCIAL NACIONAL	99
6.1.4.1 Índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por exportaciones	99
6.1.4.2 Índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por importaciones	101
6.1.4.3 Índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional	103
6.1.5 ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL COMERCIO EN EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN EL PIB NACIONAL	105
6.1.5.1 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por exportaciones	105
6.1.5.2 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por importaciones	108
6.1.5.3 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional	110
6.1.6 ÍNDICE PER CÁPITA DEL INTERCAMBIO COMERCIAL EN EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL	112
6.1.6.1 Índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por exportaciones	112
6.1.6.2 Índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por importaciones	114
6.1.6.3 Índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal	116
6.1.7 ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN RELATIVA EN EL INTERCAMBIO MUNDIAL EN EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL DESGLOSADO POR SEGMENTO	118
6.1.7.1 Segmento 3303 perfumes y aguas de tocador	119
6.1.7.2 Segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel	125
6.1.7.3 Segmento 3305 preparaciones capilares	131
6.1.7.4 Segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental	137
6.1.7.5 Segmento 3307 preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado	142
6.1.7.6 Segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicos tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema	148
6.2 RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LA COMPOSICIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN MÉXICO Y EL MUNDO	154
	158
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	

BIBLIOGRAFÍA	168
GLOSARIO	172
ANEXOS	174

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Segmentos que conforman el sector cosmético y del cuidado personal	7,58, 76,118
Tabla 2. Clasificación de la industria química en México	42
Tabla 3. El sector cosmético y del cuidado personal en México	43
Tabla 4. Criterios de clasificación de la micro, pequeña y mediana empresa	45
Tabla 5. Clasificación del tamaño de las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México por número de empleado	45
Tabla 6. Empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan	46
Tabla 7. Distribución de las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan	49
Tabla 8. Clasificación por tamaño de las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan (por número de empleados)	50
Tabla 9. Principales productos comercializados por las empresas exportadoras de productos cosméticos y del cuidado personal en México	54
Tabla 10. Exportaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal por país	59
Tabla 11. Importaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal por país	61
Tabla 12. Intercambio comercial del sector cosmético y del cuidado personal por país	62
Tabla 13. Resultados del índice de la ventaja comparativa de exportación	80
Tabla 14. Resultados del IVCR de importación	82
Tabla 15. Resultados del índice de la ventaja comparativa revelada en el sector cosmético y del cuidado personal	84
Tabla 16. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por exportaciones	87
Tabla 17. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por importaciones	89
Tabla 18. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales	91
Tabla 19. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por exportaciones	93
Tabla 20. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por importaciones	95
Tabla 21. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector	97
Tabla 22. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por exportaciones	99

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 23. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por importaciones	101
Tabla 24. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional	103
Tabla 25. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por exportaciones	105
Tabla 26. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por importaciones	108
Tabla 27. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional	110
Tabla 28. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por exportaciones	112
Tabla 29. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por importaciones	114
Tabla 30. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal	116
Tabla 31. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador medida por exportaciones.	119
Tabla 32. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador medida por importaciones	121
Tabla 33. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador	123
Tabla 34. Ranking del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador	124
Tabla 35. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, medido por exportaciones.	125
Tabla 36. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, medido por importaciones	127
Tabla 37. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.	129
Tabla 38. Ranking de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.	130

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 39. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares, medido por exportaciones.	131
Tabla 40. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares, medido por importaciones.	133
Tabla 41. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares.	135
Tabla 42. Ranking del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares.	136
Tabla 43. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental, medida por exportaciones.	137
Tabla 44. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental, medida por importaciones.	139
Tabla 45. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental.	140
Tabla 46. Ranking del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental.	141
Tabla 47. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, medido por exportaciones.	142
Tabla 48. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, medido por importaciones.	144
Tabla 49. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios.	146
Tabla 50. Ranking del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios.	147
Tabla 51. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicos tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, medido por exportaciones.	148

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 52. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, medido por importaciones.	150
Tabla 53. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema.	152
Tabla 54. Ranking del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema.	153
Tabla 55. Composición de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en el mundo por segmentos que lo componen	154
Tabla 56. Composición de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en México por segmentos que lo componen	156
Tabla 57. Resultados promedio de los índices de participación relativa	162
Tabla 58. Índices de participación de los segmentos del SCCP promedio	164
Tabla 59. Índices de participación de los segmentos del SCCP año 2015	165

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Comercio exterior del sector cosmético y del cuidado personal de México	10
Gráfica 2. Distribución del sector cosmético y del cuidado personal en México	44
Gráfica 3. Porcentaje del universo de empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan	50
Gráfica 4. Exportaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal por país	60
Gráfica 5. Importaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal por país	61
Gráfica 6. Intercambio comercial del sector cosmético y del cuidado personal por país	63
Gráfica 7. Resultados del IVCR de exportación	81
Gráfica 8. Resultados del IVCR de importación	83
Gráfica 9. Resultados del IVCR en el sector cosmético y del cuidado personal	85
Gráfica 10. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por exportaciones	88
Gráfica 11. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por importaciones	90
Gráfica 12. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales	92
Gráfica 13. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por exportaciones	95
Gráfica 14. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por importaciones	96
Gráfica 15. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector	98
Gráfica 16. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por exportaciones	100
Gráfica 17. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por importaciones	102
Gráfica 18. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional	104
Gráfica 19. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por exportaciones	107
Gráfica 20. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por importaciones	109

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Gráfica 21. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional	111
Gráfica 22. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por exportaciones	113
Gráfica 23. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por importaciones	115
Gráfica 24. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal	117
Gráfica 25. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador medida por exportaciones.	120
Gráfica 26. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador medida por importaciones	122
Gráfica 27. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, medido por exportaciones.	126
Gráfica 28. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, medido por importaciones	128
Gráfica 29. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares, medido por exportaciones.	132
Gráfica 30. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares, medido por importaciones.	134
Gráfica 31. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental, medida por exportaciones.	138
Gráfica 32. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, medido por exportaciones.	143
Gráfica 33. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, medido por importaciones.	145
Gráfica 34. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivas para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, medido por exportaciones.	149

Gráfica 35. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, medido por importaciones.	151
Gráfica 36. Composición de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en el mundo por segmentos que lo componen	155
Gráfica 37. Composición de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en México por segmentos que lo componen año 2015	157

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Enfoques teóricos de la competitividad	21
Figura 2. Modelo de las 5 fuerzas	25
Figura 3. Requisitos de los recursos fuentes de la ventaja competitiva	27
Figura 4. Niveles de evaluación de la competitividad	29
Figura 5. Medición de la competitividad a nivel industrial	32
Figura 6. Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía (1)	52
Figura 7. Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía (2)	53
Figura 8. Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía (3)	53

ÍNDICE DE ECUACIONES

E1. IVCRB de exportaciones	66
E2. IVCRB de importaciones	67
E3. IVCRB de intercambios comerciales	68
E4. Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por exportaciones	70
E5. Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por importaciones	70
E6. Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por el intercambio comercial	70
E7. Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo medido por exportaciones	71
E8. Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo medido por importaciones	71
E9. Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo medido por el intercambio comercial	71
E10. Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por exportaciones	72
E11. Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por importaciones	72
E12. Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por el intercambio comercial	72
E13. Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por exportaciones	73
E14. Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por importaciones	73
E15. Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por el intercambio comercial	73
E16. Índice per cápita del intercambio comercial en el SCCP medido por exportaciones	75
E17. Índice per cápita del intercambio comercial en el SCCP medido por importaciones	75
E18. Índice per cápita del intercambio comercial en el SCCP medido por el intercambio comercial	75
E19. Índice de participación relativa en el intercambio mundial del sector cosmético y del cuidado personal desglosado por segmento medido por exportaciones	77
E20. Índice de participación relativa en el intercambio mundial del sector cosmético y del cuidado personal desglosado por segmento medido por importaciones	77
E21. Índice de participación relativa en el intercambio mundial del sector cosmético y del cuidado personal desglosado por segmento medido por el intercambio comercial	77

INTRODUCCIÓN

El desempeño competitivo ha sido un tema constante entre las naciones. Una mayor competitividad en los sectores empresariales ha sido representada como la obtención de ventajas de las cuales se pueden obtener ganancias del comercio. Con la globalización estos temas han cobrado mayor importancia, constituyendo, el comercio exterior una rama importante en la economía y bienestar de una nación, por lo anterior el estudio de los distintos sectores empresariales en los cuales participa un país servirán como guía para elaboración de políticas que ayuden a mejorar estos campos productivos y como base para la toma de decisiones empresariales.

El sector cosmético y del cuidado personal ha venido formando parte incremental en las exportaciones mexicanas, convirtiéndose en un sector que atrae millones de divisas, que aporta miles de empleos nacionales y que se ha convertido en una industria atractiva para las inversiones en el país. A pesar de esto, este sector ha sido poco analizado desde la perspectiva económica. Sin un acercamiento previo de lo que es el sector cosmético y del cuidado personal se podría pensar que está conformado por bienes de lujo, de moda o pasajeros o demás frivolidades. Sin embargo la historia de esta industria perteneciente hoy en día al sector químico data de antes de que existieran registros comerciales en el país, los rituales de belleza y cuidado personal han sido llevado a cabo por todas las civilizaciones desde épocas inmemorables donde se hacía usos de distintos materiales para el cuidado personal. Uno de los rituales de belleza históricos de mayor renombre son los baños de leche, de la soberana de Egipto, Cleopatra, rituales a los que le adjudicaban la preservación de su belleza. Si bien en aquel momento se desconocían las ventajas científicas de la aplicación de la leche de burra como tratamiento de belleza, hoy en día se sabe que la leche de los animales mamíferos contiene ácido láctico y aminoácidos que protegen la piel contra efectos negativos del ambiente, la hidratan, previenen el envejecimiento y lo que resulta en un aspecto saludable. (Huerta, 2017, pp.46-48) Otras herramientas más como la miel, la hena, tintes en base de plantas, etc. han sido utilizadas a lo largo del tiempo, para preservar la juventud y el buen estado físico. El decoro en el ser humano es una cuestión social que está presente sobre todo en celebraciones personales y de índole religiosa y tiene como objetivo resaltar las cualidades o atributos de la persona.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Los cambios sociológicos y tecnológicos de las últimas décadas han detonado un crecimiento excepcional en el sector, siendo anteriormente, los productos cosméticos y del cuidado personal un bien escaso, reservados para ocasiones especiales. La evolución industrial y tecnológica, aumentaron el volumen de producción de dichas herramientas, poniendo a disposición de más personas a un menor costo, gran variedad de productos para este fin. Otros fenómenos sociales como la incorporación de la mujer en el campo laboral formal, promovió la aparición de nuevos productos que coadyuvasen a mejorar el aspecto de las físico. Siendo la buena imagen personal una carta de recomendación siempre valorada en el ámbito social. Con primicias como belleza es salud y estar bien y sentirte bien, la industria cosmética ha adherido, los productos del cuidado personal, los cuales buscan métodos de cuidado y prevención, en la piel, el cabello y bucales entre otros para mantener una imagen jovial y fresca por más tiempo. Estos productos del cuidado personal, son utilizados con mayor frecuencia y por todos los géneros y edades ampliando el esquema de consumidores del sector. Son enfocados principalmente para disminuir o atenuar fenómenos del envejecimiento como lo son, las manchas, las arrugas, la pérdida del cabello, la flacidez en la piel, el control del vello facial. Según los cánones de belleza occidentales menor cantidad casi nula para las mujeres, y mayor cantidad pero con cuidados especiales y mantenimiento para los varones lo que representa un mayor consumo de productos del segmento. Así sucesivamente en el vaivén de las modas, los estereotipos y el incremento en la expectativa de vida, que ha generado el deseo permanecer y parecer jóvenes más tiempo, un sin fin de productos han surgido.

Son diversos los fenómenos que han intervenido en el crecimiento constante de la industria cosmética y del cuidado personal y en el aumento de las exportaciones. Algunos de ellos son propios de las actividades comerciales, como el aumento en las actividades comerciales entre los países, una mejora económica frente a la crisis del 2008, una mayor eficiencia en los sistemas logísticos, la interconectividad etc. siendo esta última de gran importancia debido a los fenómenos sociales que se desarrollaron a la par del desarrollo de interconectividad. Las plataformas personales de comunicación, fueron cobrando impulso y relevancia en la manera en la que actualmente nos desempeñamos. A la vez que desarrollaron nuevas necesidades, la comunicación instantánea sobre todo la visual generó

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

la necesidad de estar presentable en todo momento. Las redes sociales en combinación con los *smartphones* con cámara incluida y el fenómeno *selfie*, promovieron conductas para las cuales no solo fuese necesario el arreglo personal para cuestiones festivas y laborales, sino que un aumento en la presentación personal debía estar constante en todo momento, para mostrar la mejor imagen ante el flashazo de las miles de cámaras disponibles e interconectadas a las plataformas sociales. Si bien ya existía la cámara fotográfica y los celulares con cámara, no fue hasta que la combinación de esta tecnología y la facilidad de compartir información en las plataformas cibernéticas en tiempo real, colocó al individuo como foco central de la imagen (*selfie*). Desarrollando exponencialmente la necesidad del decoro personal y aumentando la demanda de productos para esto.

La cohesión social juega un papel importante en el desarrollo de esta industria, la cual se encuentra ligada a la estética, la percepción personal, el estatus social, usos y costumbres, ritos religiosos y festividades, la salud y el mantenimiento corporal. Sin embargo se preguntase, ¿son productos necesarios? La respuesta sería afirmativa. Si bien el sector cosmético y del cuidado personal tiene gamas de productos considerados de lujo como la perfumería fina y las cremas especializadas, parte del grueso de sus productos son considerados productos de primera necesidad y se encuentran considerados dentro de la canasta básica, la Procuraduría Federal del Consumidor, (PROFECO, 2016) define la canasta básica como; “Conjunto de bienes y servicios indispensables para que una familia pueda satisfacer sus necesidades básicas de consumo a partir de su ingreso”. La canasta básica está compuesta por 80 bienes y servicios agrupados en las categorías siguientes: alimentos, bebidas y tabaco; ropa, calzado y accesorios; vivienda; muebles, aparatos y accesorios domésticos; salud y cuidado personal; transporte; educación y esparcimiento, así como otros servicios. Dentro de la categoría de cuidado personal se consideran como indispensables los siguientes artículos: desodorante, jabón de tocador, pañales desechables, papel sanitario, pasta dental, rastrillo y champú.

Debido a esta índole social y psicológica, que ha colocado a varios artículos del sector cosmético y del cuidado personal en la categoría de indispensables, son diversos los artículos que han publicado que es un sector inmune a las crisis, debido a la dependencia

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

psicológica que posee el consumidor, la psiquiatra Mireya Márquez(Huerta, 2017, pp.46-48) lo denomina; “mecanismo de afrontamiento” a la tendencia a consumir productos que mejoren la apariencia en momentos de crisis, tanto financieros como personales. Así como la llamada “teoría del pinta labios” (la cual no es una teoría establecida ni comprobada científicamente),es una anécdota que data del año 1929, cuando Leonard Lauder, presidente y de la marca de cosméticos Esteé Lauder, mencionó observar un aumento en los meses previos a la recesión económica, de las ventas de pinta labios especialmente el color rojo. Anécdotas como estas han hecho afirmar en publicaciones fuera del ámbito científico que el sector cosmético y del cuidado personal es inmune a las crisis. Sin embargo a través de este estudio del sector y en base a las cifras del comercio exterior extraídas de distintas bases de datos oficiales se muestra que este sector es tan uniforme como cualquier otro sector manufacturero y que en momentos de crisis económicos el valor del comercio exterior para el sector disminuye (los resultados por segmento variarían para cada país debido a que los efectos en las crisis económicas no son generalizados para todas las naciones). Esto no significa que los bienes del Sector Cosmético y del Cuidado Personal (SCCP) se dejen de consumir, sino que son intercambiables por bienes sustitutos. En crisis se disminuye el consumo de bienes de lujo y se sustituyen por otros que generen el mismo efecto de percepción en el consumidor. Así por ejemplo la perfumería fina es sustituida por las lociones de bajo costo, lo que representa una disminución en el valor de exportaciones del segmento, otras veces un aumento en el SCCP es explicado por el mismo fenómeno de sustitución por ejemplo: El consumo de joyas y vestimentas que adornan la figura puede ser sustituida con un aumento en el consumo de maquillaje que le permita al consumidor mantener una apariencia prolija a menor costo.

El presente trabajo de investigación busca brindar una visión general del sector cosmético y del cuidado personal en México y la posición relativa en la que este se encuentra en comparación con los líderes en el ramo como son EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015. Mediante la utilización del índice de la ventaja comparativa revelada (IVCR) e índices de participación.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

A través del documento se desarrollará la problemática actual de este sector mexicano así como la trascendencia de estudio del mismo en el capítulo I “Fundamentos de investigación”.

En el capítulo II “La competitividad y la ventaja comparativa revelada (VCR)” se abordan las teorías del comercio que anteceden a esta metodología “VCR” y su afinidad con el termino competitividad.

En el capítulo III “Aproximaciones teóricas metodológicas”, se presenta un análisis teórico de la metodología sugerida, los antecedentes, ventajas y desventajas de los índices de ventajas comparativas reveladas y los estudios empíricos que anteceden a esta investigación.

El capítulo IV “El sector cosmético y del cuidado personal (SCCP)” se presentan datos sobre la composición del SCCP, conceptos, definiciones y delimitación del mismo.

En el capítulo V “Diseño metodológico” se presentaran las herramientas y procesos utilizados para el cálculo de indicadores.

En el capítulo VI “Resultados, conclusiones y recomendaciones” se muestra una serie de gráficas y tablas donde se puede observar el movimiento comercial de México en el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con los líderes mundiales y la posición que este ostenta, así como la aceptación o rechazo de las hipótesis planteadas en el documento.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

El sector cosmético y del cuidado personal, es una industria amplia que reúne una extensa gama de productos distintos, considerados todos en este sector por su finalidad:

-Se consideran productos cosméticos las sustancias o formulaciones destinadas a ser puestas en contacto con las partes superficiales del cuerpo humano: epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos, 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 o corregir los olores corporales o atenuar o prevenir deficiencias o alteraciones en el funcionamiento de la piel sana- (COFEPRIS, 2011).

Si bien los productos que pudiesen pertenecer o no al SCCP resultan de la clasificación propia del autor, así como también se apega a los lineamientos legales con los que cada país cuenta para identificar hasta donde un producto es cosmético y de cuidado personal y no un medicamento o que derive dentro de otra clasificación oficial. En el marco de esta investigación los productos que se consideran parte del SCCP son primordialmente los que encajan dentro de la definición oficial de COFEPRIS y se han dividido para su estudio en 6 segmentos cuya totalidad conforman el sector, véase la Tabla 1.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 1. Segmentos que conforman el sector cosmético y del cuidado personal

SA	SEGMENTO
3303	Perfumes y agua de tocador.
3304	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.
3305	Preparaciones capilares.
3306	Preparaciones para higiene bucal o dental.
3307	Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios.
3401	Jabón y preparaciones orgánicas tenso activas para el cuidado de la piel, líquidas o en crema.

Fuente: elaboración propia, (2016).

La metodología para la segmentación del SCCP se analizará posteriormente en el capítulo IV “El sector cosmético y del cuidado personal” donde se define el sector, las partes que lo conforman y los lineamientos legales e internacionales que en su carácter así lo establecen.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La industria cosmética y del cuidado personal en México está conformada por 1,467 unidades económicas -MIPyMEs, grandes, nacionales, transnacionales y maquiladoras- bajo la clasificación del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) 3256 “fabricación de jabones, limpiadores y preparaciones de tocador”. Esta industria a su vez se divide en dos ramas, la 32561 “fabricación de jabones, limpiadores y dentífricos”, que se conforma por un conjunto de 1,041 unidades económicas y la clasificación 32562 “fabricación de cosméticos, perfumes y otras preparaciones de tocador” en la cual se cuentan 426 unidades económicas al año 2016 y este sector pertenece a su vez al sector de la industria manufacturera, sub sector, industria química (INEGI, 2016).

“La competitividad del sector manufacturero de un país es esencial para su prosperidad y crecimiento económico a largo plazo. Un sector manufacturero competitivo a nivel mundial crea un ecosistema económico sustentable” (Cruz Ramírez, 2012, pp.3).

La Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC, 2015), estimó que esta industria genera alrededor de doscientos cincuenta mil empleos directos e indirectos. La importancia de un sector industrial competitivo radica en la expansión de empleos, que no solo se forman dentro del sector sino que a su vez se extiende a otras áreas de las cuales se complementa como atención a clientes, logística, servicios financieros, etc.

Muchos estudios se han establecido en temas de la competitividad y las ventajas comparativas otros más en el ámbito sectorial o de la firma, destacando los sectores alimenticios, ganadería y cultivo, automotriz, textil y más recientemente las e-commerce, como los sectores más estudiados en el campo de los negocios en México; son limitados los estudios de carácter económico enfocados a la industria del cosmético y del cuidado personal. “Aunque esta industria sea un polo estratégico de la economía mundial y de muchos países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo, y sea una industria que genera numerosísimos empleos y capitales muy importantes, la reflexión económica no le ha prestado en sus estudios una atención particular” (Monneyron, 2006, pp8).

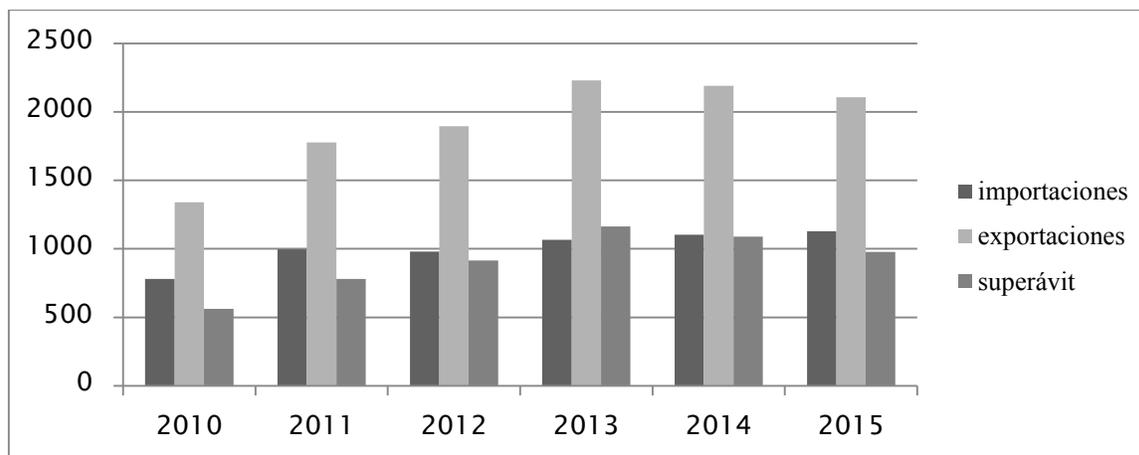
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El sector cosmético a nivel mundial representa un mercado creciente y en expansión tan solo la suma mundial de las exportaciones ascendió a \$91,961,993,265.00 dólares estadounidenses en el año 2014, este sector ha aumentado su potencial exportador mundial en 27% en tan solo 9 años, obteniendo crecimientos constantes todos los años consecutivos a excepción del año 2009 reflejo de la crisis económica mundial del 2008, más sin embargo muestra una clara recuperación en el año 2010 y sigue ascendiendo con un crecimiento promedio de 5.01% anual cifras estimadas de la base de datos de United Nation Comtrade Database (UN COMTRADE, 2016).

México a la par de la expansión del sector a nivel mundial, ha manifestado crecimientos constantes, exportando mercancías del sector cosmético y del cuidado personal por un valor de \$ 2,279,650,983.36 dólares estadounidenses durante el año 2013 (UN COMTRADE, 2016) año en el que logró alcanzar la décima posición de ventas a nivel mundial, representándole al país una contribución al PIB del 1.2% de acuerdo con las cifras del CANIPEC (2015). Mismo año en que se consolidó como el primer exportador de América latina, según la Cámara de Cosméticos y Productos para el Cuidado del Hogar de América Latina según CASIC (2015).

Para el cierre del año 2014, se registro un decremento en comparación con el año anterior a razon de exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en México del -1.7%, declive que continuó a lo largo del año 2015, donde manifestó una baja del -5.5%, según CANIPEC (2015), véase la gráfica 1.

Gráfica 1. Comercio exterior del sector cosmético y del cuidado personal de México



Fuente: elaboración propia con base en CANIPEC (2015).

*En millones de dólares estadounidenses

Las importaciones de productos pertenecientes al sector cosmético y del cuidado personal siguen aumentando, como se observa en la gráfica 1, sin embargo las exportaciones de este mismo sector manifiestan un decremento durante los años 2014 y 2015. Lo cual si nos apegamos a la definición de Cruz Ramírez (2012, pp.3); “La competitividad en la industria manufacturera de un país se manifiesta o revela, por su capacidad para aumentar en forma sostenida su participación en la oferta de sus productos, una empresa es competitiva si es capaz de ampliar o mantener su posición en el mercado, rivalizando con otras que persiguen metas similares”. Se deduce en una clara pérdida de competitividad exportadora de este sector.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se desconoce la posición actual de México en el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con los principales países exportadores del mismo y si a razón de su desempeño México posee o no ventaja comparativa revelada y cuáles son los segmentos del sector cosmético y del cuidado personal que influyen en la consecución de la ventaja comparativa revelada para el periodo 2007-2015.

1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Las preguntas que surgen del planteamiento del problema son las siguientes:

Pregunta general I

¿Es México poseedor de la ventaja comparativa revelada en el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015?

Pregunta específica I

¿En qué posición respecto a la ventaja comparativa revelada de exportación se encuentra México en el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015?

Pregunta específica II

¿Cuál es el nivel de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en México en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015 en contraste con la ventaja comparativa revelada?

Pregunta específica III

¿Cuáles son los segmentos de mayor participación del sector cosmético y del cuidado personal mexicano que influyen directamente en la consecución de la ventaja comparativa revelada, en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015?

Pregunta específica IV

¿Cómo están compuestas las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en México y el Mundo para el periodo 2007-2015?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general I

Analizar si México posee ventaja comparativa revelada para el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015.

Objetivo específico I

Identificar en qué posición de la ventaja comparativa revelada de exportación se encuentra México en el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015 en contraste con la ventaja comparativa revelada.

Objetivo específico II

Medir el nivel de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en México en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015 y contrastar su posición con la ventaja comparativa revelada.

Objetivo específico III

Identificar los segmentos de mayor participación del sector cosmético y del cuidado personal mexicano que influyen directamente en la consecución de la ventaja comparativa revelada en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015

Objetivo específico IV

Identificar cómo están compuestas las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en México y el Mundo para el periodo 2007-2015.

1.5 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Las hipótesis planteadas en esta investigación se elaboraron bajo las directrices metodológicas propuestas por Rojas (2013, pp. 148), que indican que; “Una hipótesis científica es aquella formulación que se apoya en un sistema de conocimientos organizados y sistematizados (fundamentos teóricos) y Prollezo y García (2003, pp.78); “La hipótesis debe estar directamente relacionada con el marco teórico de la investigación y derivarse de él”. En el capítulo II denominado “La competitividad y la ventaja comparativa revelada”, se sugirió la teoría económica, las ventajas comparativas reveladas, como directriz sobre la cual se inserta el presente estudio. Prollezo y García (2003, pp.78), menciona que; “Las hipótesis deben ser específicas, no sólo en cuanto al problema, sino también en cuanto a los indicadores que se van a emplear para medir las variables que se están estudiando y que componen la hipótesis”. Así en el capítulo III “Aproximaciones teóricas metodológicas”, se sugirieron distintos indicadores del comercio exterior utilizados en la metodología propuesta con anterioridad en la revisión del marco teórico “índice de la ventaja comparativa revelada” y en función del cual se formularon las siguientes hipótesis de investigación:

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Hipótesis general I

México posee ventaja comparativa revelada para el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015.

H0= Se considera que se posee ventaja competitiva revelada para valores entre +0.33 y +1

H1= Se considera en desventaja competitiva revelada para valores entre -0.33 y -1

Hipótesis específica I

México se encuentra en una posición inferior de la ventaja comparativa revelada de exportación para el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015 en contraste con la ventaja comparativa revelada.

H0= Para posiciones $<$ a la posición de la ventaja comparativa revelada

H1= Para posiciones $>$ o $=$ a la posición de la ventaja comparativa revelada

Hipótesis específica II

El nivel de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en México en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015, es similar o mejor que la posición respecto de la ventaja comparativa revelada.

H0= para posiciones $=$ o $>$ a la posición de la ventaja comparativa revelada

H1= para posiciones $<$ a la posición de la ventaja comparativa revelada

Hipótesis específica III

Los segmentos de mayor participación del sector cosmético y de cuidado personal mexicano que influyen directamente en la consecución de la ventaja comparativa revelada en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015, son: los segmentos de preparaciones capilares y preparaciones para higiene bucal.

1.6 JUSTIFICACIÓN

Conveniencia

El análisis de la competitividad en el sector cosmético y del cuidado personal, va más allá de un ejercicio de análisis económico sin trascendencia, identificar y medir el sector cosmético y del cuidado personal en México respecto del mundo ayudará a elaborar propuestas que fortalezcan la industria nacional y a la toma de decisiones empresariales que conlleven a un mejor desempeño.

Relevancia social

La industria de productos cosméticos y del cuidado personal en México, es considerada un sector joven y en expansión, genera alrededor de 250 mil empleos directos e indirectos CANIPEC (2015). Por ende el grado competitivo del país en mencionado sector representa una fuente de desarrollo y bienestar económico de miles de familias mexicanas.

Implicaciones prácticas

La industria cosmética y del cuidado personal, a pesar de ser un sector dinámico en el país y coadyuvar a la generación de empleos y a la atracción de inversión extranjera, es un tema poco estudiado desde el punto de vista económico, el análisis que se presenta en este

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

trabajo, ayudará a la toma de decisiones empresariales del sector y puede fungir como guía en el desarrollo de políticas públicas para el desarrollo de dicha industria.

1.7 HORIZONTE TEMPORAL Y ESPACIAL

EL presente trabajo de investigación, mediante la utilización del índice de ventaja comparativa revelada, comparará el desempeño comercial de México en el sector cosmético y del cuidado personal frente a los países líderes mundiales, durante el periodo 2007-2015.

El universo de estudio está conformado por el sector cosmético y del cuidado personal en los siguientes países.

- | | |
|-------------------|----------------|
| 7. México | 1. Japón |
| 8. Estados Unidos | 2. Reino Unido |
| 9. China | 3. Francia |
| 10. Alemania | 4. Rusia |
| 11. Brasil | 5. Italia |
| | 6. España |

La población de estudio que se sometió a análisis para contrastar con México son los países de EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, debido a que son considerados los 10 países con mayores ventas de exportación a nivel mundial dentro del sector cosmético y del cuidado personal, según datos de CANIPEC (2015).

1.8 ALCANCES Y LIMITACIONES

La presente investigación brindará un panorama global del sector cosmético y del cuidado personal mexicano, así como desagregará a mayor medida el SCCP para realizar un análisis a detalle de los segmentos que influyen en la consecución de la ventaja comparativa revelada del mismo, en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015.

La principal limitante del estudio es debida a la desagregación que se busca realizar en el sector cosmético y del cuidado personal. Siendo este sector a su vez una sub rama del sector químico, los micro-datos disponibles del sector para el grupo de países a contrastar son escasos y carecen de homogeneidad. Otro reto para el análisis del sector es la variedad de productos que conforman el sector, careciendo de validez el realizar una contrastación a nivel empresarial de firmas productoras. Debido a que dependiendo del producto, cada firma resultaría con *in-puts* y *out-puts* diferentes, es decir, una empresa productora de tintes capilares no podría compararse objetivamente con una empresa productora de perfumería, que con una productora de navajas de afeitar, siendo todas; parte del sector cosmético y del cuidado personal, lo que limitaría un análisis comparativo a nivel firma.

Sin embargo un análisis a nivel industria es factible, debido a que se cuenta con fuentes de información del comercio exterior de los países de análisis, homogéneas y contrastables, que permiten cumplir con los objetivos de investigación presentados. Es por lo anterior que la presente investigación se realizará por medio de indicadores del comercio exterior de los países de análisis y no de variables propias de las firmas que conforman el sector cosmético y del cuidado personal. Por lo cual el presente documento posera un alcance descriptivo-comparativo de la industria cosmética y del cuidado personal de un país dado y no así de la industria cosmética y del cuidado persona a nivel de la firma y los factores de mercado internos y externos que pudiesen afectarla.

1.9 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación se realizó por medio del método científico en sus vertientes

Analítico-Sintético, debido a que se aborda la investigación del sector cosmético y del cuidado personal en México de una manera global y en comparación con los líderes mundiales para posteriormente analizar cada uno de los segmentos que conforman dicho sector. Derivado de este análisis se realizará una síntesis de la realidad actual en México para el SCCP.

Hipotético-Deductivo, ya que se busca comprobar o rechazar las aseveraciones acerca del planteamiento del problema en el sector cosmético y del cuidado personal de México a través del planteamiento y contrastación de hipótesis.

El enfoque de esta investigación es determinadamente cuantitativo, debido a la naturaleza de la investigación la cual aborda una metodología en base a índices, sugerida para la contrastación de hipótesis.

CAPÍTULO II

LA COMPETITIVIDAD Y LA VENTAJA COMPARATIVA REVELADA

En el presente capítulo se abordará un breve compendio de conceptualizaciones del término competitividad y los niveles en que la competitividad puede ser analizada, así como los enfoques metodológicos utilizados por diversos autores para este fin y su relación con la ventaja comparativa revelada. Se pretende por medio de las teorías dar sustento y guía al presente trabajo de investigación, el cual aborda la problemática del sector cosmético y del cuidado personal en México durante el periodo 2007-2015.

2.1 CONCEPTUALIZACIONES DE COMPETITIVIDAD

La Real Academia Española, RAE (1992) define competitividad como; “la capacidad de competir o la rivalidad para la consecución de un fin”.

Para Porter (2007, pp. 69-95); “La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas cobran ventaja frente a los mejores competidores del mundo a causa de las presiones y los retos. Se benefician de tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes”.

Haguenauer (1990) define la competitividad como; “La capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo” (Garay, 1998).

Esser, K.,*et. Al.* (1996, pp. 42). Definen la competitividad como una cohesión sistémica, la diferenciación entre cuatro niveles analíticos distintos (meta, macro, meso y micro), así; “las empresas se hacen competitivas al cumplirse dos requisitos fundamentales: primero, estar sometidas a una presión de competencia que las obligue a desplegar esfuerzos sostenidos por mejorar sus productos y su eficiencia productiva; segundo, estar

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

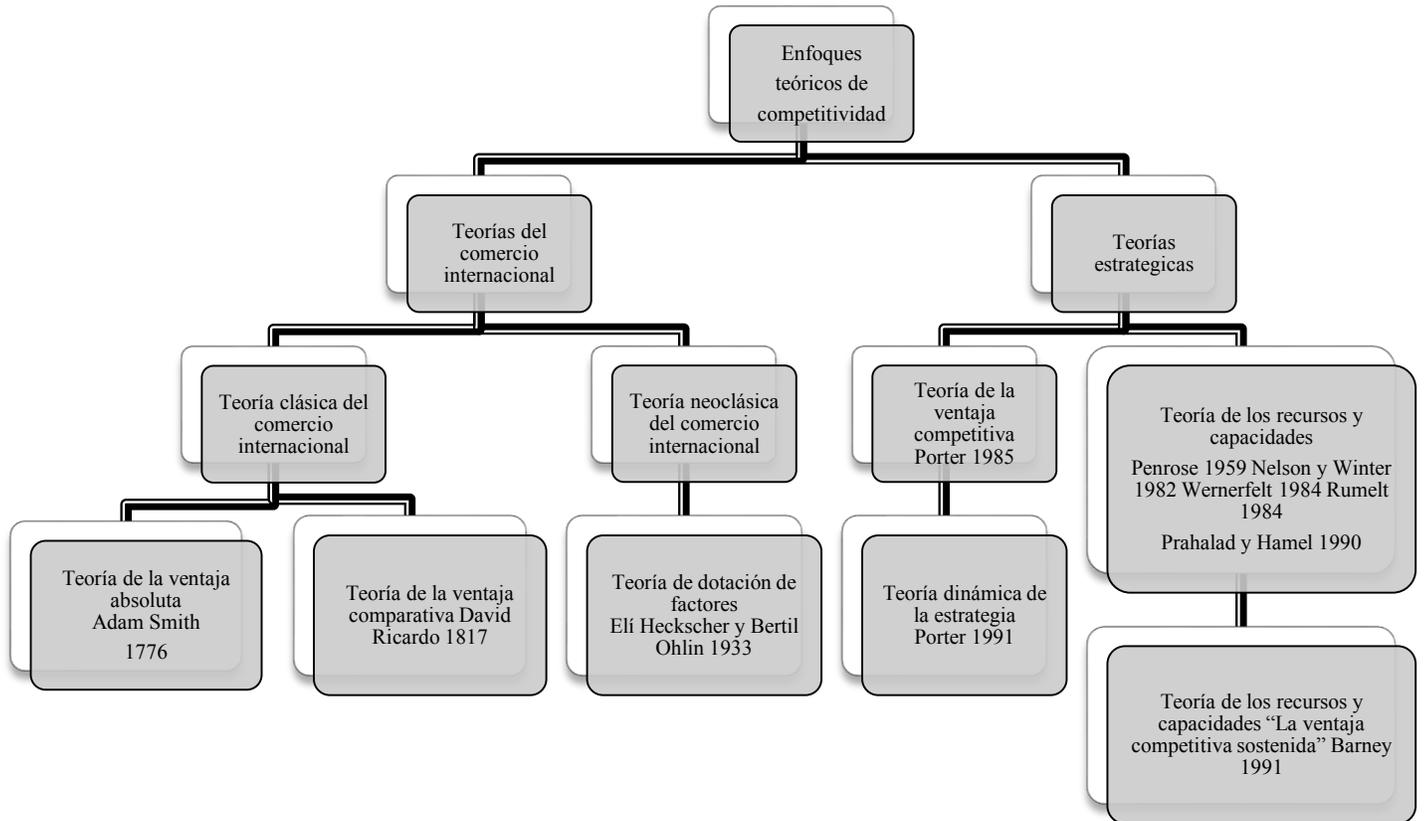
insertas en redes articuladas dentro de las cuales los esfuerzos de cada empresa se vean apoyados por toda una serie de externalidades, servicios e instituciones”.

La competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma-, del tipo de producto analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación -corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etcétera; (Piñeiro, 1993, pp.27).

La competitividad ha estado vinculada, según épocas, a diferentes aspectos. La innovación, la eficiencia, la productividad han sido conceptos ligados durante largo tiempo al paradigma competitivo, con la evolución del comercio la complejidad y la cohesión social el tema competitivo ha pasado desde la gestión empresarial al marketing, la gestión del conocimiento, la tecnología, la estrategia, todas estas variables se han convertido en tema de estudio como claves para desarrollar un mejor nivel competitivo, a través de diversos autores en diversas teorías podemos encontrar distintos factores para explicar o conllevar a la competitividad, por lo que podemos concluir que la competitividad es un fin y puede ser explicado desde diferentes perspectivas.

“El punto de partida para realizar un análisis en relación con la competitividad es la comprensión de esta, como un concepto que encierra múltiples significados y alcances. Puede ser mirada desde un enfoque macro económico y también desde uno microeconómico”; (Botero, L. D. 2014, pp.188). Así mismo la teoría de la competitividad se ha dividido en dos grandes corrientes, la teoría del comercio internacional y las teorías propias a la estrategia, véase la figura 1.

Figura 1. Enfoques teóricos de la competitividad



Fuente: elaboración propia con base en Appleyard y Field (2010, pp.15-27); Mirón y Hernández (2002, pp.66).

2.2 RETROSPECTIVA TEÓRICA DE LA VENTAJA COMPARATIVA Y LA COMPETITIVIDAD

En este apartado, se analizarán las corrientes más representativas de la competitividad, así como el surgimiento del término “ventaja”, como se observa en las distintas definiciones de competitividad, esta se concibe como un fin, y es a través de diversos aditivos que los autores pretenden explicar su consecución. La misma teoría le denomina ventajas, de diversas índoles y son estas ventajas las que conllevan a la posesión de la competitividad.

Una ventaja es una superioridad o una mejoría de algo o alguien respecto de otra cosa o persona. Puede definirse como una condición favorable de algo que tiene, (Pérez P.J.; Merino M., 2010). El primero en utilizar el término de ventaja, refiriéndose a esta como la ventaja absoluta fue Adam Smith en 1776, padre de la teoría clásica la cual enfoca la competitividad al comercio internacional y esta puede ser explicada a través de los recursos que posea un país en comparación con otro que no lo posea.

2.2.1 Ventaja absoluta

Para Adam Smith (1776), la competitividad podía conseguirse a través de la utilización de las ventajas absolutas las cuales provenían de la riqueza de una nación que a su vez estaba reflejada en su capacidad productiva; el interés propio conduciría a los individuos a especializarse y a intercambiar bienes y servicios con base en sus propias habilidades especiales, a su vez la división especializada del trabajo generaría ganancias de productividad, (Appleyard y Field, 2010, pp.15-16).

Si en base a una ventaja absoluta se buscara la competitividad comercial de un país, esto sería irracional debido a que no se puede competir sin competidores, esto es que la ventaja absoluta es algo que posee una nación “ventaja”, que otra simplemente no lo posee. No se niegan las valiosas contribuciones al campo económico, de hecho partimos de la ventaja absoluta pues fue esta concepción, la que puso en el marco de estudio la competencia de las naciones y la utilización de sus factores productivos como motor para conseguir una mejor posición competitiva.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Sin embargo surgieron otros paradigmas, derivadas de los costos de oportunidad mencionados por Adam Smith, donde la ventaja no es solo algo que se posea sino algo que se trabaja y como tal el trabajo puede ser en menor o mayor medida eficiente, así surge en 1817 por David Ricardo un segundo término “la ventaja comparativa”.

Partiendo del principio de la especialización del trabajo, un país podría tener varias ventajas absolutas, sin embargo la especialización ya es una ventaja por si misma, ya que con el paso del tiempo conlleva la acumulación del conocimiento del producto producido, lo que genera su vez una mayor eficiencia de los países en la producción de este bien (cualesquiera), por lo que tendría que elegir la ventaja absoluta en la que obtuviera un mejor desempeño, así los costos de producción al especializarse disminuyen significativamente, por el contrario un país que carezca de ventaja absoluta, puede poseer una ventaja comparativa si se especializa en la producción de bienes para los que su desventaja sea menor (Appleyard y Field, 2010, pp.18).

2.2.2 Ventaja Comparativa

El concepto de “ventaja comparativa” propuesto por David Ricardo en 1817, se refiere a la mayor eficiencia relativa en la producción de algunos bienes nacionales que, basados en su menor costo comparativo de producción, constituye la base de exportación de los países que participan en el comercio internacional (Salazar, 2015, pp.68).

En un ejemplo simplificado donde solo existen dos países (país I y país II) y dos bienes (bien A Y bien B), la diferencia en los costos relativos por la especialización de cada bien, moverían al país I con ventaja absoluta, a producir las mercancías del bien donde son más eficientes “bien A” y al país II sin ventaja absoluta a producir el bien donde su desventaja es menor, “bien B”, así ambas naciones obtendrían ganancias del libre intercambio comercial.

Por lo que, una aseveración de competitividad en base a las ventajas comparativas, es algo completamente factible, ya que la elección de ambos países I y II de producción es basada en especializarse en producir aquellos bienes en donde son mayormente competitivos.

2.2.3 La ventaja comparativa (neoclásica)

Se puede entonces utilizar el término competitividad respecto de la ventaja comparativa debido a que existe un grupo de países buscando especializarse en la producción de aquellas mercancías en las que su ventaja comparativa es mayor, quizás no única pero donde los recursos y destrezas disminuyen los costos de oportunidad. Idalberto Chiavenato, 1983 define a la utilización correcta de recursos (medios de producción) como eficiencia.

La asignación eficiente de recursos es referente a las proporciones con las que cada país cuenta. “De acuerdo a las versiones modernas de la ventaja comparativa, (Hecksher-Ohlin-Samuelson), los bienes fluyen de acuerdo a la abundancia relativa de los factores en los distintos países, especializándose cada país en producir y exportar aquellos bienes que utilizan sus factores relativamente más abundantes”; (Chudnovsky y Porta, 1990).

La ventaja comparativa “es aquella que disfruta un país sobre otro para la elaboración de un producto, ya que está en condiciones de producir a menor costo”;(Pérez P.J.; Merino M., 2010). Hoy en día las ventajas comparativas explican muchos de los fenómenos de producción nacional y los intercambios comerciales entre naciones a nivel sectorial, sin embargo a nivel de la firma existe un parte aguas para explicar las fuentes del desarrollo competitivo de las empresas dentro de un mismo sector.

2.2.4 La ventaja competitiva

Los planteamientos sobre competitividad no pueden ser medidos de la misma manera para las naciones, que para los sectores, que para las empresas, en base a esta distinción de objetivos surge un nuevo paradigma que pretende descifrar las fuentes de la competitividad empresarial y los factores que contribuyen al desarrollo o descenso de una firma dentro una misma industria.

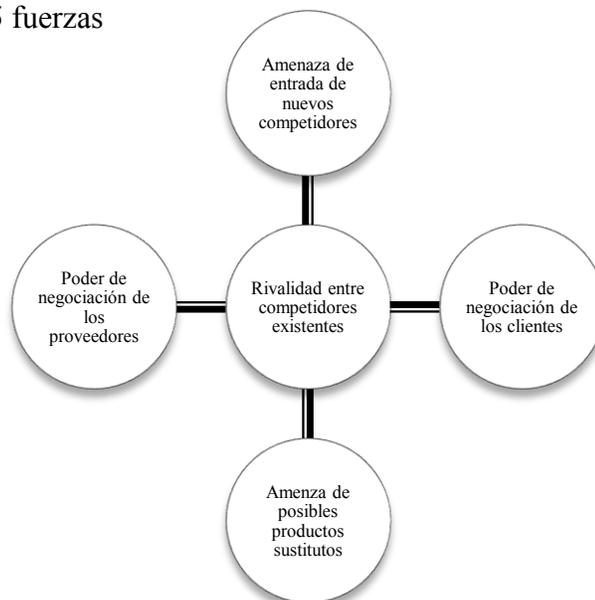
La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

La competitividad empresarial se ha desarrollado dentro del campo de la estrategia, y su principal objetivo es la búsqueda de mayores rendimientos, los cuales se obtendrían mediante la aplicación de estrategias empresariales. Los máximos representantes modernos son Barney y Porter, quienes acuñan un nuevo termino denominado ventajas competitivas, estas son creadas por las firmas y les permiten obtener rendimientos superiores, existe a su vez, la creación de ventajas competitivas desde distintos enfoques, desde el exterior de la firma (*Exógeno*) y desde el interior de la firma (*Endógeno*).

2.2.4.1 La ventaja competitiva enfoque exógeno

La ventaja competitiva enfoque exógeno, señala que el factor esencial del éxito de una empresa, tanto a nivel nacional como internacional, reside en su posicionamiento estratégico, las empresas obtienen ventajas frente a los mejores competidores del mundo debido a la presión y el desafío, por lo que el desarrollo de una estrategia competitiva conlleva a las empresas a tomar acciones ofensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión; (Porter, 2015. pp.6).

Figura 2. Modelo de las 5 fuerzas



Fuente: elaboración propia con base en Porter, (2015.pp45).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Las estrategias planteadas para obtener una mayor competitividad, se enfocaba en detectar las necesidades del mercado y posteriormente dotarse de la tecnología necesaria para satisfacerla, (Viteri, 2000, pp.74). Entre más hostil fuesen las 5 fuerzas endógenas que rodean la empresa incluyendo las empresas del mismo segmento denominadas “rivalidad entre competidores existentes”, mayor éxito competitivo tendría esa empresa al competir con otra que tuviese un entorno menos exigente, esto debido al mayor uso de las estrategias genéricas para poder hacer frente a dichas fuerzas del entorno. Las estrategias genéricas como se les denominó en la década de los 80’s por Michael Porter consisten en: el liderazgo global en costos, la diferenciación y la concentración.

El liderazgo en costos fue muy popular en la década de los 70’s donde la producción en volumen en ventas de bajo costo abarrotaron los mercados, posteriormente se desarrollaron productos que podrían tener una distinción y que por ser considerados únicos podrían conseguir un mejor precio a esta se le denominó estrategia de diferenciación y por último, la estrategia de concentración se basaba en un grupo específico de clientes, bajo la premisa de que la atención que se les podía brindar a los clientes era de mejor calidad que las empresas de amplia cobertura.

2.2.4.2 la ventaja competitiva enfoque endógeno

Mientras la visión convencional de la ventaja competitiva se orienta hacia sus fuentes genéricas, o sea, ventajas en coste y diferenciación, la perspectiva basada en los recursos se centra en los recursos y capacidades que están en la base de esas ventajas, (Mirón y Hernández, 2002, pp. 68). Es decir aquellas empresas que se preocupaban por maximizar el potencial de sus recursos internos eran capaces de desarrollar las estrategias genéricas, así mediante el fomento de una buena reputación empresarial y sobre la marca, la obtención de tecnologías propias, las estrategias de servicio y ventas, etc., se obtenía la ventaja en diferenciación.

Por un recurso se entiende todo aquello que pueda ser considerado como una fortaleza o debilidad de una empresa determinada, (Cuevas, 1980).

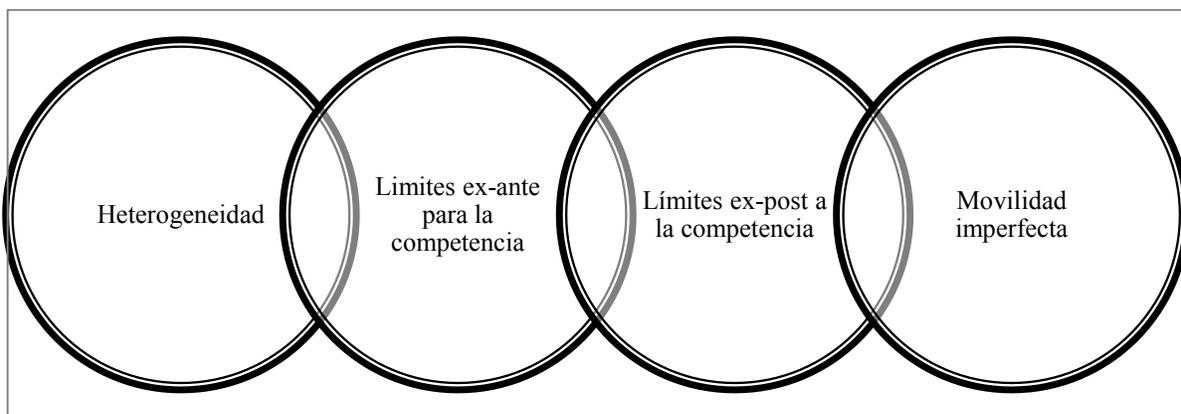
La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Una observación sobre la teoría basada en recursos, fue que su carácter introspectivo no consideraba las fuerzas del entorno, como factor determinante en la consecución de la ventaja competitiva (Porter, 1998). Sin embargo esta teoría alterna para explicar las fuentes de la ventaja competitiva, basaba sus cuatro principios según los cuales deben cumplir los recursos para formar la ventaja competitiva en las características del entorno, (Muñoz, 1998. pp. 77-90).

Según Peteraf (1993, pp.179-191), para que los recursos constituyan auténticas fuentes de ventaja competitiva, éstos deben cumplir cuatro requisitos:

- a) **Heterogeneidad:** es decir que las firmas tienen la capacidad de obtener recursos y capacidades diferentes y es esa diferencia en eficiencia de los mismos los que le proporcionan una ventaja competitiva.
- b) **Limites ex-ante para la competencia:** antes de que una empresa elija una posición superior basada en unos determinados recursos, debe haber una limitada competencia para alcanzar dicha posición.
- c) **Límites ex-post a la competencia:** debería ser difícil o imposible que los competidores imiten o sustituyan los recursos y capacidades que generan rentas.
- d) **Movilidad imperfecta:** los recursos y capacidades deberían ser relativamente específicos de la empresa para evitar que los competidores puedan apropiarse de ellos.

Figura 3. Requisitos de los recursos fuentes de la ventaja competitiva



Fuente: elaboración propia con base en Peteraf (1993, pp. 170-191); Muñoz (1998, p.77-90).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

De esta forma, la heterogeneidad crea rentas, los límites ex post a la competencia permite que las rentas no desaparezcan, la movilidad imperfecta asegura que los recursos y capacidades valiosos permanezcan en la empresa y que las rentas sean compartidas, y los límites ex ante a la competencia garantiza que las rentas no sean superadas por los costes, (Muñoz, 1998, pp.77-90).

2.2.5 La ventaja competitiva sostenida

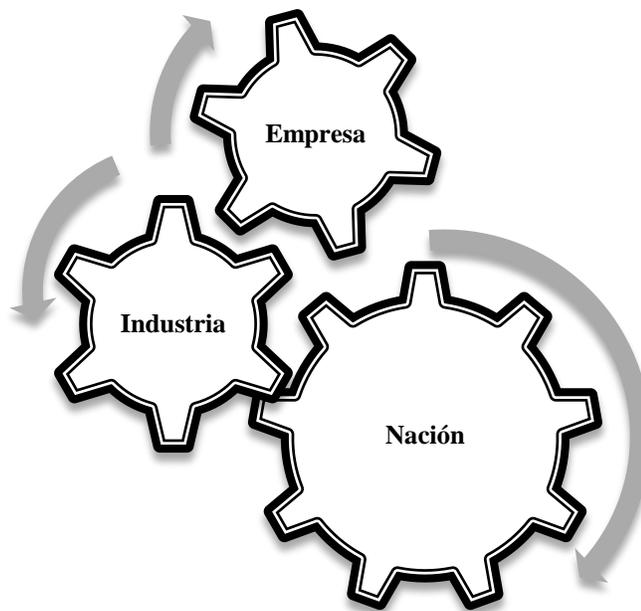
Una vez creadas las estrategias en base a los recursos para alcanzar una ventaja competitiva, la importancia de esta sería el tiempo que se pudiese mantener. Así "Una empresa tiene una ventaja competitiva cuando está implantando una estrategia de creación de valor que no está siendo adoptada simultáneamente por ninguno de sus competidores actuales o potenciales" sin embargo la durabilidad del recurso estaría relacionada con la naturaleza del mismo, siendo los activos tecnológicos los de más rápida depreciación; Rodríguez, (2002, pp.17). Por lo una ventaja competitiva sostenible no es aquella que nunca pueda ser imitada o neutralizada, sino aquella que persista a pesar de los esfuerzo de la competencia por hacerlo; Barney (1991, pp.102).

En base a la teoría analizada, tanto la propia del comercio exterior como la basada en la estrategia, cada teoría tiene a "la ventaja" como herramienta para la consecución de la competitividad. La teoría del comercio se basa las ventajas comparativas para explicar la competitividad sectorial. Mientras las teorías de la estrategia, buscan al interior de la firma y en el entorno de esta, los recursos y estrategias para la obtención de un mejor desempeño competitivo, surge del análisis del campo de la competitividad, conceptualizaciones distintas, para obtener resultados distintos a niveles competitivos diferentes, actualmente, este término puede ser estudiado desde los ámbitos nacional, sectorial y empresarial; (Cruz Ramírez, 2012).

2.3 NIVELES DE COMPETITIVIDAD

Para la Industry Canada, (1995) el concepto de competitividad puede ser analizado a partir de tres niveles: la empresa, la industria y la nación, para cada nivel hay diferentes medidas o indicadores de competitividad. Por ello, es importante distinguir entre las formas de evaluar la competitividad desde estas tres diferentes perspectivas; (Solleiro y Castañón, 2005, pp.169).

Figura 4. Niveles de evaluación de la competitividad



Fuente: elaboración propia con base en Solleiro y Castañón (2005, pp.169)

2.3.1 Competitividad nacional: La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y perfeccionarse. Las empresas obtienen ventajas frente a los mejores competidores del mundo debido a la presión y el desafío. Se benefician de tener rivales domésticos fuertes, proveedores nacionales agresivos y clientes locales exigentes. El único concepto significativo de competitividad a nivel nacional es la productividad; (Porter, 2007).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

En la definición de Porter, (2007) de competitividad nacional, esté, resaltó la importancia que tiene la industria competitiva y productiva para lograr una mayor competencia nacional, este criterio basado en el análisis sectorial aplicado a un país ha sido paradigmático aceptado por muchos y rechazado por otros tantos como señalo Krugman, (1994) –La opinión de que cada nación es como una gran corporación compitiendo en el mercado global ha penetrado entre los líderes de opinión de todo el mundo. Más sin embargo no es cierto que las naciones líderes mundiales estén en competencia, a ningún grado significativo, entre ellas. Tampoco que sus principales problemas económicos puedan ser atribuidos a fallas al competir en mercados mundiales. Un superávit puede señalar una debilidad nacional, mientras que un déficit puede significar una fortaleza. La productividad es un indicador de competitividad siempre y cuando venga acompañado de un elevado nivel de vida; (Solleiro y Castañón, 2005, pp.169).

-La meta principal de una nación es producir un estándar de vida alto y sostenido para sus ciudadanos. La capacidad para hacerlo depende de la productividad con que se emplean el trabajo y el capital de una nación. La productividad es el valor del producto que se obtiene por cada unidad de trabajo o capital-; (Porter, 2007).

Ambos tanto Porter, (2007) como Krugman, (1994) si bien difieren de la concepción de cómo lograr la competitividad, coinciden en que el objetivo de una nación es alcanzar un nivel de vida superior. Finalidad que no es la meta principal de las empresas capitalistas, puesto que estas tienen como objetivo la obtención de rentas, esta y otras características distinguen la competitividad nacional y la empresarial, - Una compañía que no puede pagar a sus empleados, proveedores, accionistas, etc., quebrará y dejará de funcionar, una corporación no competitiva es aquella cuya posición en el mercado le es insostenible, y a menos que mejore su desempeño cesará de existir, en cambio los países no quiebran, así un déficit y un superávit en la balanza comercial no representa una mejora o disminución en el nivel de vida de sus ciudadanos- ; (Krugman, 1994).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

De los tres niveles considerados para la medición de la competitividad, la nacional es la más paradigmática debido a la serie de factores y actores involucrados que le dan un sentido diferente para cada autor, en palabras de Porter (2007); Ni siquiera existe una definición aceptada del término “competitividad” cuando se aplica a un país. Mientras que la noción de una empresa competitiva es bastante clara.

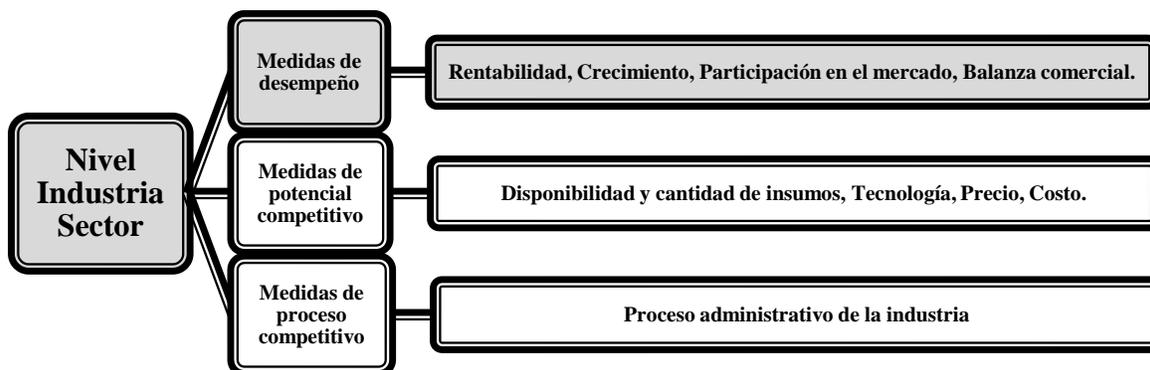
2.3.2 Competitividad industrial: La competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es el mercado; (European Management Forum, 1980).

Competitividad industrial para Alic (1997); significa la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países (Garay, 1998).

Para la evaluación de la competitividad, Buckley, *et al.* (1988) hicieron una distinción entre diferentes formas de medición:

- **Medidas de desempeño**, con el fin de analizar qué tan bien se comporta el sector en comparación con sus rivales. Las medidas típicas son la rentabilidad, el crecimiento, la participación del mercado y la balanza comercial. Una medida de desempeño específica utilizada por los economistas es la ventaja comparativa revelada, la cual se expresa en la participación relativa en mercados de exportación.
- **Medidas del potencial competitivo.** Se refieren a la disponibilidad y cantidad de insumos que produzcan un desempeño superior.
- **Medidas del proceso competitivo.** De naturaleza cualitativa, buscan evaluar el proceso administrativo de la industria y establecer de qué forma el potencial competitivo se traduce realmente en desempeño superior; (Solleiro y Castañón, 2005, pp.172-173).

Figura 5. Medición de la competitividad a nivel industrial



Fuente: elaboración propia con base en Solleiro y Castañón (2005, pp.172-173).

2.3.3 Competitividad empresarial: De acuerdo con Industry Canada (1995), la mejor forma de entender la competitividad es al nivel de la empresa. Según la visión más simple, una empresa es competitiva si es rentable. De acuerdo con el modelo de competencia perfecta, una empresa es competitiva cuando su costo promedio no excede el precio de mercado de su oferta de producto; en una industria de productos homogéneos, una empresa deja de ser rentable cuando su costo promedio es mayor que el costo promedio de sus competidores, lo cual puede deberse a que su productividad sea menor, a que paga más por sus insumos, o ambas razones. Las causas de su baja productividad pueden ser la falta de eficiencia gerencial, la operación a una escala ineficiente o una combinación de ambas causas.

En el caso de una industria de productos diferenciados, además de las razones de la falta de rentabilidad planteada para la empresa de una industria de productos homogéneos, se agrega el que su oferta de productos sea menos atractiva que la de sus competidores. El atractivo de la oferta de productos de una empresa puede ser el reflejo de la eficiencia con la que ha usado recursos como la investigación y el desarrollo o la publicidad, así la capacidad de una empresa para mantener o reforzar su participación lucrativa en el mercado, se funda en nuevas estrategias empresariales; (Solleiro y Castañón, 2005, p.170).

2.4 RESUMEN CRÍTICO

Los enfoques que retoman cada teoría, tanto las derivadas de la teoría económica como las propias de la estrategia, están orientadas hacia diferentes niveles de análisis de competitividad. En el presente trabajo de investigación el nivel que se busca desarrollar es el perteneciente al sectorial-industrial, por consiguiente el análisis desarrollado en esta investigación va sobre la línea de medidas de desempeño. “Buckley, et al. (1988) define las medidas de desempeño para la evaluación de la competitividad como aquellas con el fin de analizar qué tan bien se comporta el sector en comparación con sus rivales. Las medidas típicas son la rentabilidad, el crecimiento, la participación del mercado y la balanza comercial. Una medida de desempeño específica utilizada por los economistas es la ventaja comparativa revelada, la cual se expresa en la participación relativa en mercados de exportación; (Solleiro y Castañón, 2005, pp 172-173).

Esta investigación se considera a su vez de corte comparativo, ya que pretende medir la ventaja que posee México en el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con: EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015. Contreras Castillo (1999, pp.3); considera que la mayor competitividad de un producto en el mercado internacional se expresa en un crecimiento de las exportaciones y en un aumento en su participación de mercado, es debido a estas peculiaridades del estudio de investigación (a nivel industrial-sectorial y de corte comparativo) sobre lo cual se estructura la propuesta metodológica del índice de ventajas comparativas reveladas.

CAPÍTULO III

APROXIMACIONES TEÓRICAS METODOLÓGICAS

El análisis de la literatura, sugiere distintas metodologías para el estudio de la competitividad, y es por medio de ese análisis y debido a la naturaleza de la presente investigación, que se sugiere la metodología de las ventajas comparativas reveladas. (Véase 2.4 Resumen Crítico).

El término de ventajas comparativas pertenece al campo de la teoría pura del comercio internacional. De acuerdo a las versiones modernas de estas teorías (Hecksher-Ohlin-Samuelson), los bienes fluyen de acuerdo a la abundancia relativa de los factores en los distintos países, especializándose cada país en producir y exportar aquellos bienes que utilizan sus factores relativamente más abundantes; (Chudnovsky y Porta, 1990, pp. 54-58).

Sin embargo, y debido a la discrepancia del término competitividad, estudiosos del campo, consideran a la competitividad fuera de la teoría económica, y a las ventajas comparativas reveladas como algo ajeno a la competitividad.

El presente capítulo, busca dar sustento teórico a la metodología utilizada en la presente investigación, así como analizar los distintos índices de la ventaja comparativa revelada y su uso en los estudios empíricos, con la finalidad de proponer una herramienta metodológica para dilucidar las preguntas de investigación planteadas en el presente trabajo.

3.1 LA VENTAJA COMPARATIVA REVELADA Y LA COMPETITIVIDAD

La discrepancia existente en la terminología competitividad, permea en los estudiosos del campo, los cuales tienden a inclinarse a una de las dos ramas de la competitividad, la del comercio internacional o la de estrategias y según el conjunto de teorías adoptado, la metodología para el análisis de esta, es distinto.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

En ocasiones se utiliza el concepto de competitividad como sinónimo de ventajas comparativas y, aunque están relacionados, son conceptos distintos; (Chudnovsky y Porta, pp.54-58, 1990). Competitividad es un concepto ajeno a la teoría económica y hace referencia a una situación real que presenta un producto en un mercado internacional, distorsionado tanto por fallas del mercado como por la intervención de los gobiernos; (Contreras Castillo, 1999,pp.3)

Mientras que el concepto de ventaja comparativa permite explicar el modelo de especialización de un país en el comercio internacional si no existieran distorsiones en los mercados, mediante el índice de Balassa (IB).

Sin embargo otros autores, consideran que la metodología para el análisis de la competitividad radica en el nivel de análisis y el tipo de investigación que se desee realizar; (Solleiro y Castañón, 2005). Se considera a la competitividad como un concepto polisémico, la cual puede ser mirada desde un enfoque macroeconómico y también desde un microeconómico; (Pinzón B.; Dary L., 2014, pp 187-196).

La ventaja comparativa se basa en un enfoque de beneficio-costos, por el cual un país tiene ventaja en la producción de un bien con respecto a otro país, al cual le resulta de menor costo de oportunidad comprar el bien en lugar de producirlo así, “la competitividad de un producto en el mercado internacional depende en principio de sus ventajas comparativas asociadas a factores naturales favorables y a menores costos relativos en la producción” (Castillo, 1999, pp.3).

3.1.1 Ventajas comparativas reveladas

El término de ventajas comparativas pertenece al campo de la teoría pura del comercio internacional. De acuerdo a las versiones modernas de estas teorías (Hecksher-Ohlin-Samuelson), los bienes fluyen de acuerdo a la abundancia relativa de los factores en los distintos países, especializándose cada país en producir y exportar aquellos bienes que utilizan sus factores relativamente más abundantes; (Chudnovsky y Porta, 1990, pp.16).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

El concepto de ventajas comparativas reveladas (VCR) se basa en el flujo de comercio de mercancías, que por sí mismo refleja los costos relativos y la eficiencia en el uso de sus recursos, el índice de la ventaja comparativa revelada entre países mide la ventaja del intercambio dados los precios relativos y el patrón de comercio en un momento del tiempo; (Fermoso, 2015).

Bela Ballasa, en 1995 fue el primero en llamar a este tipo de análisis ventaja comparativa revelada, con el fin de indicar que; las ventajas comparativas entre naciones pueden ser reveladas por el flujo del comercio de mercancías, por cuanto el intercambio real de bienes refleja costos relativos y también diferencias que existen entre los países, por factores no necesariamente de mercado, la VCR de un país para un determinado producto es el cociente entre la participación del país en el mercado internacional del producto y la participación del país en el mercado internacional de bienes.

Según la estructura de la demanda doméstica e internacional de un país, la VCR describe, la forma en que los productos de un bien específico compiten por los recursos domésticos en comparación con otros bienes producidos y comercializados en el país y muestra la competitividad de las industrias del país para competir en el mercado internacional de esas industrias; (Balassa, 1965, pp. 99-123).

El índice de Balassa (IB), utilizando las variables generadas a partir de la post-negociación en competencia perfecta, es hasta ahora el índice más utilizado en los análisis de ventaja comparativa. Aunque se ha usado por muchos investigadores, el IB ha estado bajo la crítica por su supuesta no comparabilidad, y por lo tanto varios otros intentos de medir las ventajas comparativas se han llevado a cabo a superar las deficiencias de IB.

3.1.1.1 Clasificación de los índices de la ventaja comparativa revelada (Sanidas y Shin, 2010, pp.3):

- 1. Comercio-Producción:** índices que contienen tanto de las variables de comercio y producción:
 - Índice Lafay (Lafay,1992)

- 2. Exportaciones:** sólo para índices que contienen la variable exportación:
 - Índice de la ventaja comparativa revelada simétrica (Dalum et al, 1998)
 - Índice de la ventaja comparativa revelada ponderada (Proudman y Redding, 2000)
 - Índice de la ventaja comparativa revelada aditiva (Hoen y Oosterhaven)

- 3. Bajo situación hipotética como ventaja comparativa de punto neutro:**
 - Índice de la ventaja comparativa revelada normalizad (Yu et al., 2009)

Análisis de los índices VCR, en los resultados del comercio (Sanidas y Shin, 2010, pp.3):

- a) Examinar si un determinado país tiene una ventaja comparativa en un sector determinado mediante la comparación del valor calculado y el punto neutro de la ventaja comparativa.
- b) Hacer una comparación entre los distintos sectores dentro de un mismo país o entre países con respecto a un determinado sector mediante el uso de las clasificaciones en el orden de los valores del índice calculados.
- c) Examinar la cantidad de ventaja o desventaja comparativa de un país determinado adquirida durante el período de interés comparando directamente el índice calculado valores.

Interpretaciones de las medidas de los índices de VCR (Sanidas y Shin, 2010, pp.3):

1. **Medida dicotómica:** pueden proporcionar una demarcación respecto si determinado país tiene una ventaja comparativa o no en un determinado producto.
2. **Medida ordinal:** pueden proporcionar el ranking de sectores dentro de un país determinado en el análisis intersectorial, y la clasificación de los países con respecto a un producto determinado en el análisis comparativo de países.
3. **Medida cardinal:** pueden cuantificar el grado de ventaja comparativa de que goza un determinado país con respecto a un producto determinado (Ballance y Col., 1987).

Elías Sanidas y Yousun Shin (2010, pp.4) a través de un análisis de las principales economías asiáticas como son China, Japón y Corea del Sur, calcularon los seis índices para los tres países, utilizando del el CCI (Centro de Comercio Internacional) los datos comerciales de 1995-2008 basado en el Sistema Armonizado (SA) nivel de 2 dígitos de la agregación, que consta de 98 sub-partidas (o sectores). Llegando a las siguientes conclusiones:

- ✓ Cuando una evaluación es dicotómica, Balassa(1965), Dalum (1998), Yu (2009), Hoen y Oosterhaven (2006) producen los mismos resultados mientras que Lafay (1992) y Proudman y Reeding (1998) obtiene resultados distintos.
- ✓ Cuando se hace una comparación sectorial, Balassa (1965), Dalum (1998) y Hoen y Oosterhaven (2006) obtienen los mismos resultados mientras que Lafay (1992), Proudman y Reeding (1998) y Yu (2009) obtienen resultados distintos.
- ✓ Cuando se hace un análisis en a través del tiempo el uso de diferentes índices de VCR produce diferentes resultados cuando se utilizan en el análisis comparativo: en el análisis de los resultados del comercio, hay que tener cuidado al interpretar los resultados por la utilización de diferentes índices.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

- ✓ No hay un índice perfecto VCR: cada índice tiene la ventaja y desventajas dependiendo de las maneras de usarlo, aunque el índice de ventajas comparativas reveladas normalizadas parece tener características más favorables como un índice de VCR que los demás. Por ejemplo, el índice de ventajas comparativas reveladas simétricas no es comparable en todos los sectores o países, mientras que el índice de ventajas comparativas reveladas normalizadas si.

Ufuk G. Bebek, en una comparación propia entre los diferentes índices de ventaja comparativa revelada, llegó a la conclusión de que a pesar de las críticas hacía el índice de Balassa este sigue siendo una herramienta útil para dirigir las políticas de los países o de una industria en específico, en su estudio demuestra que el IB es el más consistente y adecuado para ser empleado en un periodo concreto; (Bebek, 2011, pp.1900).

**CAPÍTULO IV
EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL**

4.1 INTRODUCCIÓN Y CONCEPTUALIZACIONES

El sector cosmético y del cuidado personal es una industria amplia con una gama de productos en constante innovación, la especialización de cada empresa en uno o varios productos de este sector hacen compleja su clasificación ya que está compuesta por productos distintos en función, forma e insumos.

La Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos, CANIPEC, divide el sector cosmético y del cuidado personal en 12 categorías que se conforman de: afeitado masculino, baño y ducha, maquillaje de color (facial y uñas), cuidado de la piel, cuidado del cabello, depilatorios, desodorantes, fragancias y lociones, higiene bucal, productos específicos para bebé y niño, protección solar y sets/kits (empaquete colectivo).

La Administración de Alimentos y Medicamentos de EE.UU. (FDA), que regula los cosméticos, los define como "sustancia destinada a ser aplicada al cuerpo humano para limpiar, embellecer o alterar la apariencia sin afectar la estructura del cuerpo o funciones". Esta amplia definición también incluye cualquier material destinado para su uso como un componente de un producto cosmético. La FDA excluye específicamente el jabón de esta categoría.

A su vez la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios de México, COFEPRIS (2011); señala "se consideran productos cosméticos las sustancias o formulaciones destinadas a ser puestas en contacto con las partes superficiales del cuerpo humano: epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos, 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 o corregir los olores corporales o atenuar o prevenir deficiencias o alteraciones en el funcionamiento de la piel sana".

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

El sector cosmético y del cuidado personal, contiene productos considerados dentro de la canasta básica, la Procuraduría Federal del Consumidor, (PROFECO, 2016); define la canasta básica como “Conjunto de bienes y servicios indispensables para que una familia pueda satisfacer sus necesidades básicas de consumo a partir de su ingreso”. La canasta básica está compuesta por 80 bienes y servicios agrupados en las categorías siguientes: Alimentos, bebidas y tabaco; ropa, calzado y accesorios; vivienda; muebles, aparatos y accesorios domésticos; salud y cuidado personal; transporte; educación y esparcimiento, así como otros servicios. Dentro de la categoría de cuidado personal se consideran como indispensables los siguientes artículos: desodorante, jabón de tocador, pañales desechables, papel sanitario, pasta dental, rastrillo, Champú.

Sí bien los productos cosméticos no se consideran indispensables, la cohesión social se ha encargado de generar una necesidad en el mantenimiento de la apariencia como rol social. Podemos rastrear el uso de cosméticos a miles de años atrás, cuando la gente se pintaban el cuerpo para las ceremonias religiosas, la guerra y rituales de apareamiento, estas cuestiones sociales no han cambiado mucho incluso existe todo un arte en cuanto a reglas de etiqueta del uso de estos productos como reuniones laborales o sociales; (Apaolaza *et. al* 2011).

4.2 EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN MÉXICO

El sector cosmético pertenece al sector de la industria manufacturera, sub sector, industria química, véase la tabla 3, (INEGI, 2016). La Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC, 2015), estimo que está industria genera alrededor de doscientos cincuenta mil empleos directos e indirectos.

Tabla 2. Clasificación de la industria química en México

Clasificación	Sector/ Subsector
325	Industria química
3251	Fabricación de productos químicos básicos
3252	Fabricación de resinas y hules sintéticos, y fibras químicas
3253	Fabricación de fertilizantes, pesticidas y otros agroquímicos
3254	Fabricación de productos farmacéuticos
3255	Fabricación de pinturas, recubrimientos y adhesivos
3256	Fabricación de jabones, limpiadores y preparaciones de tocador
3259	Fabricación de otros productos químicos

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2016).

El sector cosmético y del cuidado personal en México está conformado por 1,467 unidades económicas –MIPyMEs, grandes, nacionales, transnacionales y maquiladoras- bajo la clasificación del INEGI 3256 Fabricación de jabones, limpiadores y preparaciones de tocador. Esta industria a su vez se divide en dos ramas, la de 32561 fabricación de jabones, limpiadores y dentífricos, que se conforma por un conjunto de 1041 unidades económicas y la clasificación 32562 fabricación de cosméticos, perfumes y otras preparaciones de tocador en la cual se cuentan 426 unidades económicas al año 2016 (INEGI, 2016).

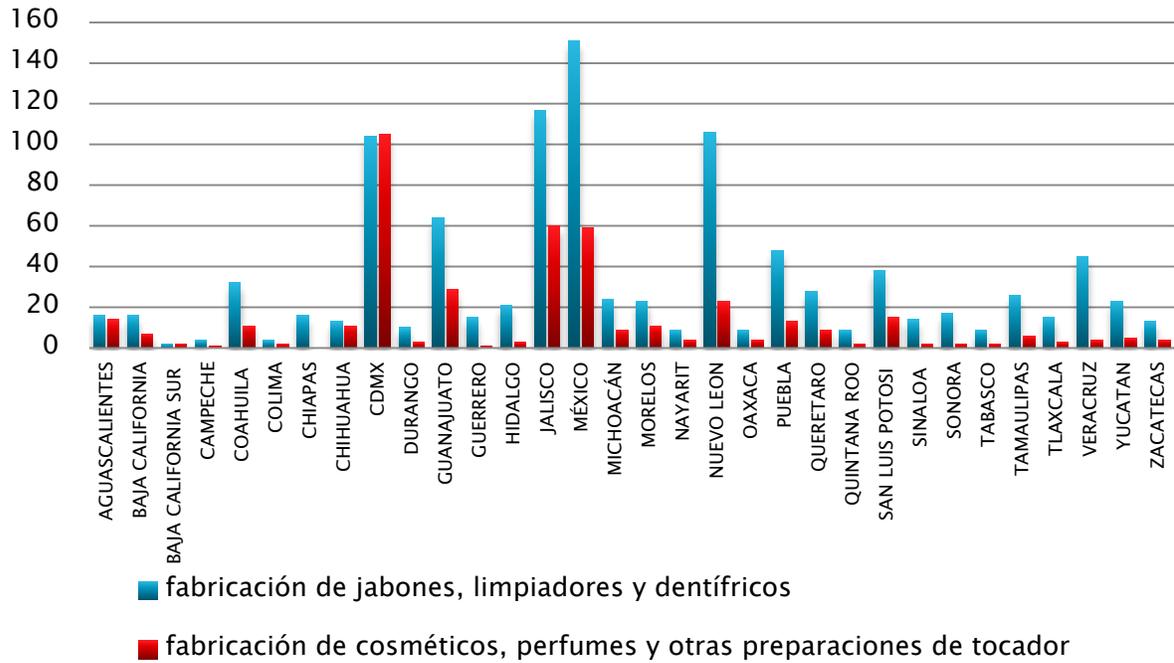
La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 3. El sector cosmético y del cuidado personal en México

ESTADO	FABRICACIÓN DE JABONES, LIMPIADORES Y DENTÍFRICOS	FABRICACIÓN DE COSMÉTICOS, PERFUMES Y OTRAS PREPARACIONES DE TOCADOR	TOTAL
AGUASCALIENTES	16	14	30
BAJA CALIFORNIA	16	7	23
BAJA CALIFORNIA SUR	2	2	4
CAMPECHE	4	1	5
COAHUILA	32	11	43
COLIMA	4	2	6
CHIAPAS	16	0	16
CHIHUAHUA	13	11	24
CDMX	104	105	209
DURANGO	10	3	13
GUANAJUATO	64	29	93
GUERRERO	15	1	16
HIDALGO	21	3	24
JALISCO	117	60	177
MÉXICO	151	59	210
MICHOACÁN	24	9	33
MORELOS	23	11	34
NAYARIT	9	4	13
NUEVO LEÓN	106	23	129
OAXACA	9	4	13
PUEBLA	48	13	61
QUERÉTARO	28	9	37
QUINTANA ROO	9	2	11
SAN LUIS POTOSÍ	38	15	53
SINALOA	14	2	16
SONORA	17	2	19
TABASCO	9	2	11
TAMAULIPAS	26	6	32
TLAXCALA	15	3	18
VERACRUZ	45	4	49
YUCATÁN	23	5	28
ZACATECAS	13	4	17
TOTAL	1041	426	1467

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2016).

Gráfica 2. Distribución del sector cosmético y del cuidado personal en México



Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2016).

Las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México están concentradas en los estados de México, CDMC, Jalisco, Nuevo León y Guanajuato, acumulando más del 55% de las entidades dedicadas a este sector.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

4.2.1 Clasificación de las entidades económicas del sector cosmético y del cuidado personal en México por tamaño

Los criterios para clasificar a la micro, pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país, de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño y como criterios complementarios, el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos (INEGI, 2009, pp.3).

Tabla 4. Criterios de clasificación de la micro,pequeña y mediana empresa

Estratificación de empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de junio del 2009									
	Micro			pequeña			Mediana		
Sector	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo	Personal	Rango de monto de ventas anuales(mdp)	Tope máximo	Personal	Rango de monto de ventas anuales(mdp)	Tope máximo
Industria	0-10	\$ 4	4.6	11-50	\$4.01-\$100	95	51-250	\$100.1-\$250	250
Comercio	0-10	\$ 4	4.6	11-30	\$4.01-\$100	93	31-100	\$100.1-\$250	235
Servicio	0-10	\$ 4	4.6	11-50	\$4.01-\$100	95	51-100	\$100.1-\$250	235

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2009, pp.3).

Tabla 5. Clasificación del tamaño de las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México por número de empleado

CLASIFICACIÓN DEL TAMAÑO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN MÉXICO (POR NÚMERO DE EMPLEADOS)			
MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE
PERSONAL 0-10	PERSONAL 11-50	PERSONAL 51-250	PERSONAL <250
1112	220	82	53

Fuente: elaboración propia con base en INEGI (2016).

El 75% de las empresas que pertenecen al sector cosmético y del cuidado personal en México, son microempresas, mientras el 14.9% son pequeñas, el 5% medianas y el 3% grande.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

4.2.2 Empresas mexicanas del sector cosmético y del cuidado personal que exportan

De las 1,467 empresas registradas en México, 84 se dedican a la exportación de productos dentro de la misma actividad económica según PROMEXICO e INTERNATIONAL TRADE CENTRE (2016).

Tabla 6. Empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan

	RAZÓN SOCIAL	PRODUCTOR	NUMERO DE EMPLEADOS	UBICACIÓN
1	ALBEK DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	SI	251-500	CDMX
2	ALBERTO CULVER DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	NO	251-500	MÉXICO
3	ALDEASA MÉXICO, S.A. DE C.V.	NO	51-250	CDMX
4	ALEACIONES DENTALES ZEYCO, S.A. DE C.V.	NO	11-50	JALISCO
5	ALOE JAUMAVE, S.A. DE C.V.	SI	51-250	TAMAULIPAS
6	ÁNGEL DEL CASTILLO ZAVALA/ FLOR DE ALOE	SI	0-10	PUEBLA
7	ASPID, S.A. DE C.V.	NO	251-500	QUINTANA ROO
8	ASTRAL DEL NOROESTE, S.A. DE C.V.	NO	0-10	SONORA
9	BIOPRODUCTS CORPS, S.A. DE C.V.	SI	0-10	YUCATÁN
10	BIOEXTRACTO, S.A. DE C.V.	SI	11-50	QUERÉTARO
11	BRONCEADORES SUPREMOS, S.A. DE C.V.	NO	51-250	CDMX
12	CELLPHARMA	SI	251-500	CDMX
13	CEPILLOS Y PRODUCTOS DE ASEO, S.A. DE C.V.	SI	51-250	CDMX
14	CEPRA MIEL S.C.	SI	0-10	CDMX
15	CITRONEEM DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	NO	51-250	CDMX
16	CLARINS DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	NO	51-250	CDMX
17	COHMEDIC, S.A. DE C.V.	SI	51-250	JALISCO
18	COLGATE PALMOLIVE, S.A. DE C.V.	NO	1000-4999	CDMX
19	CORPSAIN, S.A. DE C.V.	SI	11-50	NUEVO LEÓN
20	COSBEL, S.A. DE C.V.	SI	251-500	CDMX
21	COSMETICCOLORS, S.A. DE C.V.	SI	51-250	CDMX
22	COSMÉTICA CARACOL, S.A. DE C.V.	SI	51-250	JALISCO
23	COSMETOBELLEZA NATURAL IMS.A DE C.V.	SI	51-250	CDMX
24	D'ORO DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	SI	11-50	CDMX
25	DECORACIONES EN CRISTAL AROZAMENA, S.A. DE C.V.	NO	11-50	MÉXICO
26	DELTA TRADE, S.A. DE C.V.	NO	0-10	NUEVO LEÓN
27	DIMOPLAST, S.A. DE C.V.	SI	0-10	CDMX
28	DISARMEX, S.A. DE C.V.	NO	51-250	CDMX

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

29	DISTRIBUIDORA ALEN, S.A. DE C.V.	NO	1000-4999	NUEVO LEÓN
30	ESENCIAS Y PERFUMES EUROPEOS, S.A. DE C.V.	NO	51-250	CDMX
31	FABRICA DE JABÓN LA CORONA, S.A. DE C.V.	SI	1000-4999	MÉXICO
32	FIRMENICH DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	SI	51-250	CDMX
33	FORTALAB, S.A. DE C.V.	SI	0-10	MÉXICO
34	FRANSLUX, S.A. DE C.V.	NO	251-500	MÉXICO
35	FRAPPE GRUPO PUBLICITARIO, S.A. DE C.V.	NO	0-10	CDMX
36	GAMA COSMETICS, S.A. DE C.V.	SI	251-500	CDMX
37	GHERAM, S.A. DE C.V.	SI	11-50	CDMX
38	GLOBAL BRAND TEAM, S. DE R.L. DE C.V.	SI	0-10	JALISCO
39	GLOBAL TOUCH	SI	0-10	GUANAJUATO
40	GM ESPECIALIDADES TECNOLOGICAS, S.A. DE C.V.	SI	0-10	NUEVO LEÓN
41	IMPORTADORA WAN HI (POMANIA)	NO	51-250	JALISCO
42	INDUSTRIAS LAVIN DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	SI	51-250	MORELOS
43	J PLUS COSMÉTICA SA DE CV	SI	0-10	AGUASCALIENTES
44	JOHNSON & JOHNSON, S.A. DE C.V.	NO	251-500	CDMX
45	JUVENESS MEXICANA, S.A. DE C.V.	SI	0-10	PUEBLA
46	JYPESAAMENITIES	NO	51-250	JALISCO
47	KROMALABS S.A. DE C.V.	SI	501-999	MÉXICO
48	LABORATORIO BONIQUET DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	SI	51-250	MÉXICO
49	LABORATORIO CLINIC, S.A. DE C.V.	NO	251-500	QUERÉTARO
50	LABORATORIO INTERNACIONAL ESCARCEGA, S.A. DE C.V.	SI	51-250	NUEVO LEÓN
51	LABORATORIOS ANTEH, S.A. DE C.V.	SI	51-250	CDMX
52	LABORATORIOS DERMATOLÓGICOS DARIER, S.A. DE C.V.	NO	51-250	CDMX
53	LABORATORIOS FERBRA, S.A. DE C.V.	SI	0-10	CDMX
54	LABORATORIOS FONTE, S.A. DE C.V.	SI	11-50	SAN LUIS POTOSÍ
55	LABORATORIOS GRISIHMNOS., S.A. DE C.V.	SI	251-500	CDMX
56	LAFONLAUNAYCOSMETICS, S.A. DE C.V.	SI	11-50	SAN LUIS POTOSÍ
57	LAGSOMQUIMICA, S.A. DE C.V.	NO	11-50	MÉXICO
58	LAMBI, S.A. DE C.V.	SI	251-500	NUEVO LEÓN
59	LAPICERA MEXICANA, S.A. DE C.V.	NO	251-500	CDMX
60	MANE MÉXICO, S.A. DE C.V.	SI	251-500	CDMX
61	MAXPELO, S.A. DE C.V.	SI	11-50	COLIMA
62	NOCHORGANIC	SI	0-10	GUANAJUATO
63	NORMA PATRICIA GONZÁLEZ LUNA (COSMÉTICOS VENUS)	SI	11-50	CDMX
64	PERFUMERÍA LA MORA, S.A. DE C.V.	NO	11-50	CDMX
65	PFIZER, S.A. DE C.V.	SI	501-999	CDMX
66	PLÁSTICOS JALOMA, S.A. DE C.V.	NO	251-500	JALISCO
67	PLÁSTICOS Y TECNOLOGÍA, S.A. DE C.V.	SI	1000-4999	CDMX
68	PROBELCO, S.A. DE C.V.	SI	51-250	CDMX

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

69	PROCOINT, S.A. DE C.V.	NO	0-9	QUINTANA ROO
70	PROCTER & GAMBLE MANUFACTURA, S. DE R.L. DE C.V.	SI	>5000	CDMX
71	PRODUCTOS QUÍMICOS LA ANITA, S.A. DE C.V.	NO	51-250	YUCATÁN
72	PRODUCTOS VERDE NATURAL, S.A. DE C.V.	NO	251-500	CDMX
73	QUÍMICA GONCAL, S.A. DE C.V.	NO	251-500	NUEVO LEÓN
74	ROBERTET DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	NO	51-250	CDMX
75	ROHM AND HAAS MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.	NO	51-250	MÉXICO
76	SABORMEX, S.A. DE C.V.	SI	501-999	PUEBLA
77	SANCHEZ Y MARTIN, S.A. DE C.V. (lirio jabones)	SI	251-500	JALISCO
78	STANHOME DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	NO	251-500	CDMX
79	SWANCOSMETICS DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	SI	251-500	CDMX
80	TECNOESPECIALIDADES COMERCIALES, S.A. DE C.V.	SI	0-10	NUEVO LEÓN
81	TRANSMERQUIM DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	NO	51-250	MÉXICO
82	UNILEVER DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.	SI	>5000	MÉXICO
83	YVES ROCHER DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	SI	0-10	CDMX
84	ZERMAT INTERNACIONAL, S.A. DE C.V.	SI	251-500	MÉXICO

Fuente: elaboración propia con base en PROMÉXICO (2016) e INTERNATIONAL TRADE CENTRE (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

4.2.2.1 Distribución de las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan

Las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México están distribuidas en 12 de los 32 estados del país, la mayor concentración de estas empresas exportadoras se concentran en los estados de México y CDMX donde se encuentran el 59.5% del total.

Tabla 7. Distribución de las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN MÉXICO QUE EXPORTAN	
CDMX	38
MÉXICO	12
JALISCO	8
NUEVO LEÓN	8
PUEBLA	3
GUANAJUATO	2
QUERÉTARO	2
QUINTANA ROO	2
YUCATÁN	2
SAN LUIS POTOSÍ	2
TAMAULIPAS	1
SONORA	1
AGUASCALIENTES	1
MORELOS	1
COLIMA	1
TOTAL	84

Fuente: elaboración propia con base en PROMÉXICO (2016) e INTERNATIONAL TRADE CENTRE (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

4.2.2.2 Clasificación por tamaño de las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan

Las empresas exportadoras del sector en su mayoría son clasificadas por número de empleados, como grandes las cuales conforman el 39% del total y medianas que son el 25% del total, en menor número se encuentran las empresas pequeñas que representan el 14% y la micro que representan el 21%.

Tabla 8. Clasificación por tamaño de las empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan (por número de empleados)

CLASIFICACIÓN POR TAMAÑO DE LA EMPRESA POR NUMERO DE EMPLEADOS						
MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE			
0-10	11-50	51-250	251-500	501-999	1000-4999	>5000
18	12	21	24	3	4	2

Fuente: elaboración propia con base en PROMÉXICO (2016) e INTERNATIONAL TRADE CENTRE (2016).

Del universo de empresas en México dedicadas al sector cosmético y del cuidado personal 1,467 al año 2016 según INEGI, solo poco más del 5% son Exportadoras, y el 95% se dedican a satisfacer con las demandas internas, y en su mayoría son microempresas.

Gráfica 3. Porcentaje del universo de empresas del sector cosmético y del cuidado personal en México que exportan



Fuente: elaboración propia con base en INEGI, PROMÉXICO e INTERNATIONAL TRADE CENTRE (2016).

4.3 DELIMITACIÓN DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL

El sector cosmético y del cuidado personal, está conformado por distintas empresas derivadas de la industria química, sin embargo la gama de productos que la conforman es tan diversa y extensa y va desde un labial, hasta una máquina para afeitar, o de un acondicionador para el cabello a una loción, es por lo anterior que el estudio en global de esta industria debe buscar ser general en la clasificación de lo que es parte y lo que no es parte del SCCP para país de estudio.

Al ser los productos del SCCP, agentes en contacto con la piel humana, mucosas, boca, genitales y cuero cabelludo, cada país cuenta con un órgano que resguarda la seguridad en el uso de estas sustancias. En México el encargado de regular la producción y la importación entre otras cosas, de productos cosméticos y del cuidado personal es la Comisión Federal para Protección contra Riesgos Sanitarios “COFEPRIS”, la cual dentro de su legislación tiene su propia definición para lo que es un producto cosmético, esta definición incluye agentes tensadores jabonosos y champús, en general la mayoría de los países de análisis abarcan cuestiones similares sobre lo que es un producto cosmético y del cuidado personal, siendo textualmente idéntica la definición legal en México, España e Italia, a excepción de la Administración de Alimentos y Medicamentos de EE.UU. (FDA por sus siglas en inglés el órgano encargado de la producción y la importación entre otras cosas de los que es un producto cosmético en Estados Unidos de América, en cuya definición excluye explícitamente, los agentes tensadores jabonosos y el champú.

Con la finalidad de llevar a cabo un estudio homogéneo y fiable de comparación entre el sector cosmético y del cuidado personal de un país a otro, utilizaremos la nomenclatura internacional regente por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) este es el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, el cual es una nomenclatura internacional de mercancías, utilizada por más de 200 países, dentro de los que se encuentran los 11 países de análisis.

4.3.1 Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías (SA)

El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, es un sistema estructurado en forma de árbol, ordenado y progresivo de clasificación, de forma que partiendo de las materias primas (animal, vegetal y mineral) se avanza según su estado de elaboración y su materia constitutiva y después a su grado de elaboración en función de su uso o destino (OMC, 2016).

La codificación SA, está compuesta por los siguientes caracteres:

Los dos primeros dígitos se corresponden con el número del "Capítulo" en que se encuentra clasificada la mercancía de que se trate. Hay que señalar que los capítulos van del 01 al 97 excepto el 77 que se reservo para futuras utilizaciones. Los capítulos se agrupan a su vez en Secciones, hay XXI Secciones, por ejemplo la Sección VI corresponde a productos de las industrias químicas o de las industrias conexas, el capítulo 33 corresponde a Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética.

Figura 6. Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía (1).

<p style="text-align: center;">Capítulo 33 Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética</p>

Fuente: Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación (2007).

Los dos siguientes dígitos, es decir el tercero y cuarto, se corresponde con la "Partida", cada capítulo se subdivide en varias partidas, pueden ir desde la 01 hasta la que corresponda, con el máximo de 99.

Existen capítulos como el 33 Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, cuenta con 7 partidas que van desde el 3301 Aceites esenciales (deterpenados o no), incluidos los "concretos" o "absolutos"; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración;

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales, hasta el 3307 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 otra parte; preparaciones desodorantes de locales, incluso sin perfumar, aunque tengan propiedades desinfectantes.

Figura 7. Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía (2).

33.07	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 otra parte; preparaciones desodorantes de locales, incluso sin perfumar, aunque tengan propiedades desinfectantes.
-------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación (2007).

Dentro de cada partida, se subdivide en otros dos dígitos, el quinto y sexto y esta subdivisión se denomina "subpartida del Sistema Armonizado" a manera de ejemplo 3307.10 Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado.

Figura 8. Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía (3)

33.07.10	Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado.
----------	-----------------------------------------------------------------

Fuente: Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación (2007).

El código que se forma con los seis dígitos se conoce con el nombre de "Código del Sistema Armonizado". La nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, es la más utilizada como referente de codificación en el comercio exterior de todo el mundo y además sirve para facilitar el comercio internacional, homogeneizar las estadísticas de comercio exterior, facilitar las negociaciones comerciales, abaratar gastos y permitir el uso de herramientas informáticas. El SA es usado por más de 200 países y Uniones Aduaneras, lo que supone más del 98% de las transacciones internacionales (OMC, 2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Con la finalidad de representar el universo de productos elaborados y comercializados que conforman el sector cosmético y del cuidado personal de manera homogénea para todos los países resaltando como principal fuente de contrastación México se realizó un análisis y recopilación de datos de las empresas exportadoras registradas en México dentro de la actividad económica 325620 Fabricación de cosméticos, perfumes y otras preparaciones de tocador arrojando los siguientes resultados que se muestran en la Tabla 9.

Tabla 9. Principales productos comercializados por las empresas exportadoras de productos cosméticos y del cuidado personal en México

Producto	Código del sistema armonizado
Jabón de tocador	3401-11
Jabón	3401-19
Jabón	3401-30
Perfumes	3303-00-99
Cosméticos, lápices, delineadores, labiales.	3304-20-01
Crema corporal	3304-99-99
Crema facial	3304-99-99
Productos para el cuidado de la piel	3304-99-99
Cosméticos	3304-99-99
Champú	3305-10-01
Fijador para el cabello	3305-30-01
Loción capilar	3305-90
Gel capilar	3305-90
Acondicionador	3305-90
Dentífricos	3306-10-01
Preparaciones para afeitarse	3307-10
Desodorantes	3307-20
Toallas húmedas	4818-20
Toallas femeninas	4818-40
Aceite para bebé	6302-91
Toallitas para bebé	6302-91
Cepillo de dientes	9603-21
Juegos surtidos de viaje para aseo personal	9605-00-01

Fuente: elaboración propia con base en INEGI, PROMEXICO (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

El capítulo del sistema armonizado de clasificación que está presente con mayor frecuencia es el capítulo 33 Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética con 5 de sus 7 partidas desde 3303 hasta 3307 seguida en frecuencia por el capítulo 34 únicamente la partida 1 Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, aunque contengan jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón; papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes. Y el capítulo 48 únicamente la partida 18 Papel del tipo utilizado para papel higiénico y papeles similares, guata de celulosa o napa de fibras de celulosa, de los tipos utilizados para fines domésticos o sanitarios, en bobinas (rollos) de una anchura inferior o igual a 36 cm o cortados en formato; pañuelos, toallitas de desmaquillar, toallas, manteles, servilletas, pañales para bebés, compresas y tampones higiénicos, sábanas y artículos similares para uso doméstico, de tocador, higiénico o de hospital, prendas y complementos (accesorios), de vestir, de pasta de papel, papel, guata de celulosa o napa de fibras de celulosa, y con una menor frecuencia el capítulo 96 partida 05 Juegos o surtidos de viaje para aseo personal, costura o limpieza del calzado o de prendas de vestir.

4.3.2 Segmentos que componen el sector cosmético y del cuidado personal

Tomando como punto de referencia México como el país que se busca contrastar, la definición adoptada para este sector es la proporcionada por COFEPRIS, (2011) que dicta “se consideran productos cosméticos las sustancias o formulaciones destinadas a ser puestas en contacto con las partes superficiales del cuerpo humano: epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos, 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 o corregir los olores corporales o atenuar o prevenir deficiencias o alteraciones en el funcionamiento de la piel sana”.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

En base a la revisión de los productos que entran dentro de la definición establecida en la presente investigación se tomará los siguientes códigos del sistema armonizado capítulos y partidas que representaran en su totalidad el sector cosmético y del cuidado personal para fines de esta investigación:

Capítulo 33 Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética.

- ✓ **Partida 03** Perfumes y agua de tocador
- ✓ **Partida 04** Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuros.
- ✓ **Partida 05** Preparaciones capilares
- ✓ **Partida 06** Preparaciones para higiene bucal o dental, incluidos los polvos y cremas para la adherencia de las dentaduras; hilo utilizado para limpieza de los espacios interdentes, envases individuales para la venta al por menor.
- ✓ **Partida 07** 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 otra parte; preparaciones desodorantes de locales, incluso sin perfumar, aunque tengan propiedades desinfectantes.
- ✓ **Capítulo 34; Partida 01** Jabón; productos y preparaciones orgánicos, tenso activos usados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, aunque contengan jabón; productos y preparaciones orgánicos tenso activos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, acondicionador para la venta al por menor, aunque contengan jabón; papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes.

CAPÍTULO V
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado se definen las técnicas y herramientas de recolección de datos y análisis utilizadas para el desarrollo de la presente investigación, se aborda la delimitación del sector y el universo de estudio que se utilizó para comparar el sector cosmético y del cuidado personal en México.

En el apartado 5.1 análisis metodológico, se presentan los segmentos que para esta investigación conformaron el sector cosmético y del cuidado personal, la delimitación del universo de estudios y los datos de la cuenta corriente que fueron pilar para el cálculo de los índices.

Por último en el apartado 5.2 Diseño de implementación metodológica del índice de la ventaja comparativa revelada y del índice de participación se abordan las utilidades y estructuras de los índices aplicados en el presente trabajo, así como cualquier modificación que se haya aplicado a estos con la finalidad de adaptarlos al segmento de estudio.

5.1 ANÁLISIS METODOLÓGICO

El sector cosmético y del cuidado personal, para el análisis de este trabajo de investigación se conformó por 6 segmentos, basados en los códigos del sistema armonizado, la sumatoria de estos 6 segmentos nos dan como resultados el valor total del sector cosmético y del cuidado personal para el país de análisis.

Tabla 1. Segmentos que conforman el sector cosmético y del cuidado personal.

SA	SEGMENTO
3303	Perfumes y agua de tocador
3304	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.
3305	Preparaciones capilares
3306	Preparaciones para higiene bucal o dental
3307	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.
3401	Jabón, preparaciones orgánicas tenso activos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema.

Fuente: elaboración propia (2016).

La fuente de datos sobre el intercambio comercial, PIB y población requeridas para la elaboración de los cálculos, fueron obtenidas de Unites Nations Comtrade y el Banco Mundial, todas las cifras expresadas en el siguiente trabajo son en dólares estadounidenses, los datos fueron organizados cronológicamente por país y por segmento que componen el sector cosmético y del cuidado personal. Las series estadísticas de datos sobre valoración monetaria fueron obtenidas a precios nominales, estos precios sufren alteraciones de un periodo a otro, para evitar estas alteraciones en los valores se aplicó el índice deflactor de

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Estados Unidos de América, publicado en el Fondo Monetario Internacional (FMI, 2016) y el año base considerado fue el 2009, véase anexo B.

Los países a comparar con México en el SCCP son: Estados Unidos de América, al cual denominaremos Estados Unidos, China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España.

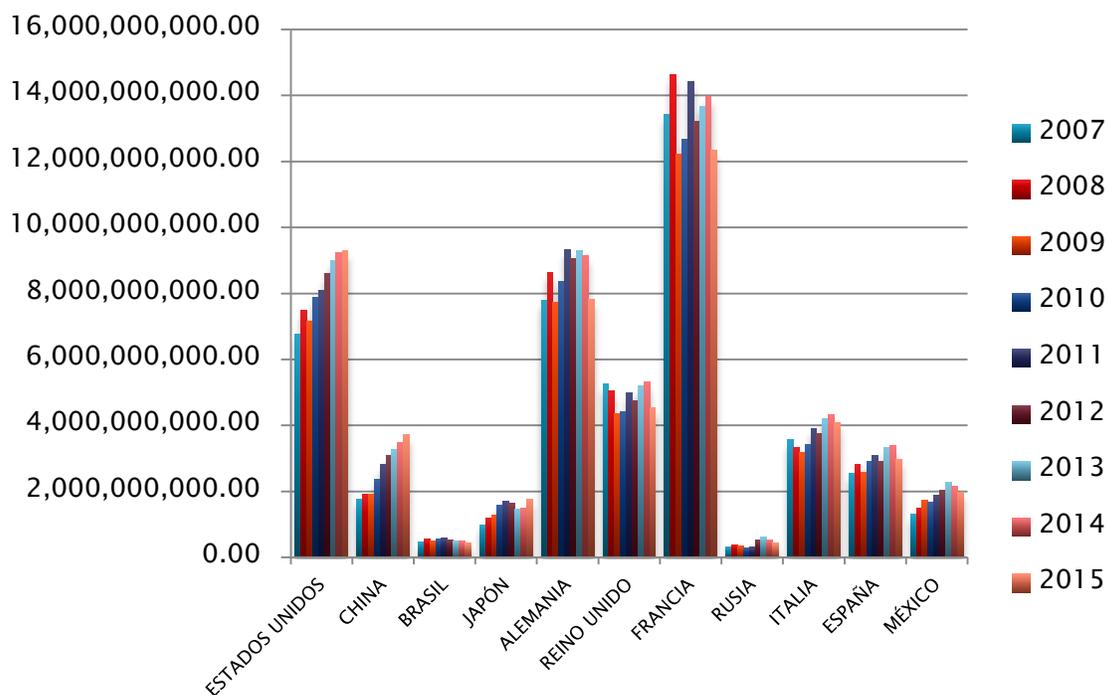
Los principales datos de comercio exterior utilizados corresponden a los componentes de la cuenta corriente, en las siguientes tablas 14,15 y 16 se muestran los valores expresados en dólares estadounidenses para las exportaciones, importaciones e intercambio comercial del sector cosmético y del cuidado personal de cada país en el periodo 2007-2015. Esta base de datos nos servirá como contrastación de la posición que ostenta cada país directamente de sus intercambios comerciales antes de aplicar la metodología sugerida en la investigación.

Tabla 10. Exportaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal por país

EXPORTACIONES									
SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	6,766,132,097.76	7,500,352,659.05	7,161,779,000.00	7,880,658,354.90	8,078,044,932.29	8,590,852,928.32	9,006,739,986.35	9,234,107,428.74	9,301,336,369.85
CHINA	1,777,254,281.52	1,913,271,063.82	1,903,850,000.00	2,363,959,415.94	2,822,728,460.67	3,076,382,420.59	3,279,301,218.57	3,474,024,253.35	3,723,888,863.58
BRASIL	460,022,396.42	551,049,916.37	492,033,000.00	566,256,347.43	601,069,586.01	548,300,606.38	493,684,594.45	494,500,671.66	434,802,095.19
JAPÓN	998,590,464.06	1,189,632,831.55	1,276,919,000.00	1,573,877,220.37	1,719,614,561.86	1,643,094,074.93	1,458,604,307.53	1,492,214,268.63	1,771,018,902.30
ALEMANIA	7,786,213,875.50	8,636,814,581.95	7,726,764,000.00	8,350,205,488.93	9,331,598,764.89	9,052,364,704.32	9,304,422,560.76	9,141,420,238.12	7,820,178,547.03
REINO UNIDO	5,248,975,209.84	5,043,101,989.00	4,375,644,000.00	4,416,773,033.53	4,996,531,831.07	4,760,633,565.88	5,197,921,050.42	5,306,824,245.99	4,542,578,000.46
FRANCIA	13,410,421,525.22	14,624,072,506.70	12,223,429,000.00	12,671,608,938.77	14,403,374,277.67	13,217,763,795.69	13,675,067,568.20	13,966,194,358.06	12,354,526,987.02
RUSIA	326,552,081.94	383,314,188.98	350,816,000.00	286,525,656.48	313,232,860.01	532,437,698.41	610,776,309.51	544,207,165.60	426,539,740.38
ITALIA	3,558,726,897.27	3,330,285,351.55	3,193,824,000.00	3,424,955,049.30	3,921,100,366.85	3,748,717,851.24	4,212,109,904.70	4,336,195,094.12	4,090,246,413.12
ESPAÑA	2,542,995,983.03	2,827,898,353.59	2,566,721,000.00	2,928,978,878.11	3,077,228,949.48	2,902,974,889.27	3,325,567,432.60	3,379,219,034.65	2,986,974,265.54
MÉXICO	1,313,474,834.85	1,508,526,288.21	1,746,291,000.00	1,664,290,371.66	1,881,129,792.57	2,048,716,900.79	2,279,650,983.36	2,148,112,912.43	1,988,586,654.52

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE (2016).

Gráfica 4. Exportaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal por país



Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE (2016).

Como líder del SCCP por exportaciones está Francia, seguido por Estados Unidos y Alemania, posterior en orden, Reino Unido, Italia, China, España, México, Japón, Brasil y Rusia. Los únicos dos países que han mostrado un crecimiento constante a excepción del año 2009 a razón de la crisis mundial del 2008, pero recuperándose en el año inmediato siguiente son Estados Unidos y China. En cambio Francia y Alemania, muestran una tendencia hacia la baja.

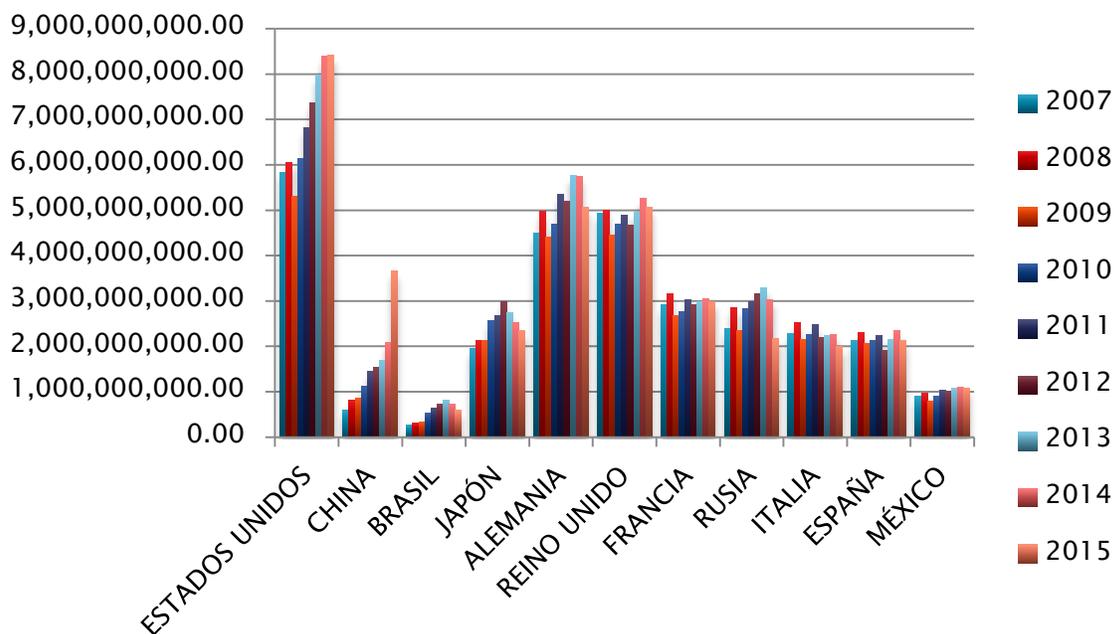
La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 11. Importaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal por país

IMPORTACIONES									
SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	5,836,904,774.14	6,050,437,297.22	5,302,053,000.00	6,141,413,921.87	6,818,567,238.73	7,372,079,761.25	7,969,895,912.24	8,394,220,046.74	8,411,888,863.58
CHINA	584,527,980.11	822,261,854.38	862,892,000.00	1,122,745,055.42	1,441,502,840.94	1,546,734,274.91	1,679,061,807.37	2,078,599,819.66	3,667,826,007.74
BRASIL	272,435,969.88	319,234,024.55	340,466,000.00	535,321,372.82	651,688,590.76	734,355,694.11	826,657,875.79	730,654,362.11	594,532,452.74
JAPÓN	1,955,886,250.86	2,130,179,553.84	2,125,584,000.00	2,558,568,295.43	2,680,911,035.61	2,979,581,614.61	2,729,935,751.76	2,520,834,330.09	2,347,585,515.83
ALEMANIA	4,495,701,531.79	4,980,568,486.39	4,404,042,000.00	4,693,779,020.37	5,342,393,355.98	5,205,679,852.49	5,768,348,156.25	5,750,774,708.79	5,065,823,730.36
REINO UNIDO	4,923,210,084.55	4,993,215,847.49	4,444,543,000.00	4,691,798,225.68	4,893,324,041.00	4,678,282,357.86	4,954,866,313.16	5,253,743,812.45	5,065,402,869.51
FRANCIA	2,914,606,983.98	3,152,408,157.51	2,677,391,000.00	2,765,096,520.52	3,018,148,115.88	2,915,637,652.78	2,983,104,676.94	3,041,612,535.19	2,988,061,944.89
RUSIA	2,383,391,721.54	2,854,991,636.94	2,350,788,000.00	2,831,931,793.48	2,985,193,251.44	3,155,331,990.04	3,302,802,794.38	3,030,350,735.15	2,162,382,145.30
ITALIA	2,289,699,703.09	2,515,080,708.54	2,148,169,000.00	2,266,327,478.22	2,475,506,964.41	2,190,925,162.05	2,244,781,116.44	2,269,445,006.72	2,001,790,025.05
ESPAÑA	2,125,860,669.63	2,303,527,598.09	2,057,819,000.00	2,120,911,461.94	2,239,405,290.82	1,915,592,031.48	2,140,785,006.87	2,345,443,755.41	2,120,741,516.74
MÉXICO	896,890,185.64	965,423,291.62	793,958,000.00	901,354,448.64	1,025,924,635.32	1,019,780,637.56	1,072,272,255.42	1,100,369,872.84	1,086,854,930.54

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE (2016).

Gráfica 5. Importaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal por país



Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

En cuanto a importaciones del SCCP, Estados Unidos es el principal país en el rubro, quien muestra una tendencia cada vez mayor hacia las importaciones del sector, al igual que China, que en el último año analizado, aumento en un 76% sus importaciones respecto del año inmediato anterior.

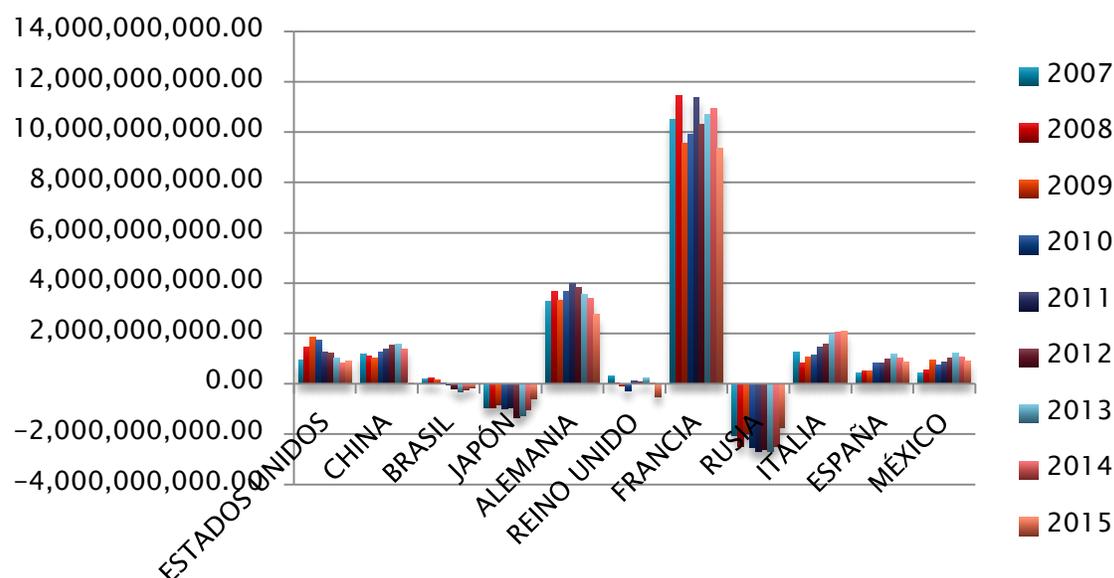
Por orden de Mayor a Menor importador tenemos a Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, China, Francia, Japón, Rusia, España, Italia, México y Brasil.

Tabla 12. Intercambio comercial del sector cosmético y del cuidado personal por país

INTERCAMBIO COMERCIAL									
SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	929,227,323.63	1,449,915,361.83	1,859,726,000.00	1,739,244,433.03	1,259,477,693.57	1,218,773,167.07	1,036,844,074.11	839,887,382.00	889,447,506.26
CHINA	1,192,726,301.41	1,091,009,209.44	1,040,958,000.00	1,241,214,360.51	1,381,225,619.73	1,529,648,145.68	1,600,239,411.20	1,395,424,433.69	56,062,855.84
BRASIL	187,586,426.54	231,815,891.82	151,567,000.00	30,934,974.61	-50,619,004.75	-186,055,087.73	-332,973,281.34	-236,153,690.45	-159,730,357.55
JAPÓN	-957,295,786.80	-940,546,722.29	-848,665,000.00	-984,691,075.06	-961,296,473.75	-1,336,487,539.68	-1,271,331,444.23	-1,028,620,061.46	-576,566,613.53
ALEMANIA	3,290,512,343.71	3,656,246,095.56	3,322,722,000.00	3,656,426,468.55	3,989,205,408.91	3,846,684,851.83	3,536,074,404.51	3,390,645,529.32	2,754,354,816.67
REINO UNIDO	325,765,125.29	49,886,141.51	-68,899,000.00	-275,025,192.15	103,207,790.07	82,351,208.01	243,054,737.26	53,080,433.54	-522,824,869.05
FRANCIA	10,495,814,541.23	11,471,664,349.19	9,546,038,000.00	9,906,512,418.25	11,385,226,161.78	10,302,126,142.91	10,691,962,891.26	10,924,581,822.87	9,366,465,042.13
RUSIA	-2,056,839,639.60	-2,471,677,447.96	-1,999,972,000.00	-2,545,406,137.01	-2,671,960,391.44	-2,622,894,291.63	-2,692,026,484.86	-2,486,143,569.55	-1,735,842,404.92
ITALIA	1,269,027,194.18	815,204,643.01	1,045,655,000.00	1,158,627,571.08	1,445,593,402.45	1,557,792,689.19	1,967,328,788.26	2,066,750,087.41	2,088,456,388.07
ESPAÑA	417,135,313.40	524,370,755.50	508,902,000.00	808,067,416.17	837,823,658.66	987,382,857.79	1,184,782,425.72	1,033,775,279.24	866,232,748.80
MÉXICO	416,584,649.21	543,102,996.59	952,333,000.00	762,935,923.02	855,205,157.24	1,028,936,263.23	1,207,378,727.94	1,047,743,039.58	901,731,723.98

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE (2016).

Gráfica 6. Intercambio comercial del sector cosmético y del cuidado personal por país



Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE (2016).

La tabla de intercambios comerciales del SCCP muestra países con números negativos lo que indica un déficit en el balance comercial del sector. El país con un mayor déficit es Rusia con una mayor propensión a importar los productos del SCCP que a exportar, seguido de Japón, Reino Unido en el último periodo y Brasil quien ha tenido un resultado deficitario desde el año 2011 hasta el 2015. Con resultados positivos, en primer lugar superavitario del SCCP se encuentra Francia, quien su superávit supera por 3 veces en proporción el siguiente país, Alemania, seguido Italia, posterior México, este análisis se toma del último año 2015, donde China descendió debido a su extraordinario aumento en sus importaciones, de lo contrario su posición se ubicaría entre Italia y México, Continuando con Estados Unidos, España y por ultimo pero una con un balance positivo China.

5.2 DISEÑO DE IMPLEMENTACIÓN METODOLÓGICA DEL ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN Y DEL ÍNDICE DE LA VENTAJA COMPARATIVA REVELADA

La metodología desarrollada en este trabajo para comparar la competitividad del sector cosmético y del cuidado personal en México con los países de Estados Unidos de América, China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015, se llevó a cabo mediante índices, principalmente el índice de la ventaja comparativa revelada y de participación. Los índices utilizados en la metodología fueron:

❖ El índice de la ventaja comparativa revelada

Mediante el uso de esta herramienta metodológica se busca cumplir con el objetivo general de este trabajo el cual es “Analizar si México posee una ventaja comparativa revelada para el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015”. Así como con el objetivo específico I “Identificar en qué posición de la ventaja comparativa revelada de exportación se encuentra México en el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015 en contraste con la ventaja comparativa revelada”.

- ❖ El índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales, derivado de este se aplicaron otros 3 índices modificados:
- El índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector.
 - El índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

- El índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional

- ❖ El índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal.

Todos estos índices anteriores nos permiten comparar la posición relativa de México vis a vis con el resto de países, en cuanto a participaciones relativas del sector cosmético y del cuidado personal en el comercio mundial, dentro del mismo sector a nivel mundial, en el intercambio comercial nacional, en el PIB nacional, así como comparar el intercambio comercial por habitante, por lo que es la metodología que se utilizó para cumplir con el objetivo específico II de este trabajo de investigación el cual es “Medir el nivel de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en México en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015 y contrastar su posición con la ventaja comparativa revelada”

- ❖ El índice de participación relativa en el intercambio mundial del sector cosmético y del cuidado personal, desglosado por segmento.

Este índice se deriva del índice de participación relativa en el intercambio mundial, la modificación a este índice fue aplicarlo de manera segmentada así el resultado mostrará las posiciones relativas de cada segmento del SCCP para cada país y así efectuar el objetivo específico III el cual es “Identificar los segmentos de mayor participación del sector cosmético y del cuidado personal mexicano que influyen directamente en la consecución de la VCR, en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015”. Por último para cumplir con el objetivo específico IV “Identificar cómo están compuestas las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en México y el Mundo para el periodo 2007-2015” el cual es un objetivo descriptivo, se elaboró unas tablas porcentuales de la conformación del mismo.

5.2.1 Estructura de los índices

En este apartado se presenta la estructura de cada índice mencionado para el cumplimiento de los objetivos.

5.2.1.1 Índice de la ventaja comparativa revelada (IVCR)

Balassa, (1965) acuñó el término “ventaja comparativa revelada” con el fin de indicar que las ventajas comparativas entre naciones pueden ser reveladas por el flujo del comercio de mercancías, por cuanto el intercambio real de bienes refleja costos relativos y también diferencias entre los países, por factores no necesariamente de mercado.

El IVCRB de exportaciones se expresa matemáticamente de la siguiente manera (Balassa, 1965):

$$\text{IVCRB} = \frac{\frac{X_{ia}}{X_{ta}}}{\frac{X_{iw}}{X_{tw}}} \quad (\text{ec.1})$$

Donde:

X: Representa las exportaciones

i: Un producto identificado

a: El país sujeto de análisis

t: El total de productos exportados por dicho país

w: Un conjunto de países, siendo generalmente utilizado el mundo.

X_{ia} : Las exportaciones de un producto (i) por parte del país (a)

X_{iw} : Las exportaciones de un producto (i) por parte del mundo (w)

X_{ta} : Las exportaciones totales (t) por parte del país (a)

X_{tw} : Las exportaciones totales (t) por parte del mundo (w)

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

El numerador de la fórmula explica la participación del producto del país en el mercado global, mientras que el denominador muestra la participación de las exportaciones totales del país en el comercio mundial; por lo tanto el IVCRB es una relación relativa de participaciones. Así si el IVCRB es mayor que 1, por ejemplo 17.5 significa que la participación de un país en las exportaciones mundiales de un producto es 17.5 veces más que su participación del total de las exportaciones mundiales de todo los productos. En otras palabras, cuando un IVCRB es mayor que 1, significa que ese país está exportando más de este producto, en términos relativos, al mundo, de lo que ese país lo hace con el total de sus productos.

El IVCRB de importaciones se expresa matemáticamente de la siguiente manera (Balassa, 1965):

$$\text{IVCRB} = \frac{\frac{M_{ia}}{M_{ta}}}{\frac{M_{iw}}{M_{tw}}} \quad (\text{ec.2})$$

Donde:

X: Representa las importaciones

i: Un producto identificado

a: El país sujeto de análisis

t: El total de productos importados por dicho país

w: Un conjunto de países, siendo generalmente utilizado el mundo.

M_{ia} : Las importaciones de un producto (i) por parte del país (a)

M_{iw} : Las importaciones de un producto (i) por parte del mundo (w)

M_{ta} : Las importaciones totales (t) por parte del país (a)

M_{tw} : Las importaciones totales (t) por parte del mundo (w)

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

El IVCRB de intercambios comerciales se expresa matemáticamente de la siguiente manera (Balassa, 1965):

$$\text{IVCRB} = \frac{\frac{\underline{X-M_{ia}}}{\underline{X-M_{ta}}}}{\frac{\underline{X-M_{iw}}}{\underline{X-M_{tw}}}} \quad (\text{ec.3})$$

Donde:

X-M: Representa las exportaciones menos las importaciones

i: Un producto identificado

a: El país sujeto de análisis

t: El total de productos importados por dicho país

w: Un conjunto de países, siendo generalmente utilizado el mundo.

X_{ia}: Las exportaciones de un producto (i) por parte del país (a)

X_{iw}: Las exportaciones de un producto (i) por parte del mundo (w)

X_{ta}: Las exportaciones totales (t) por parte del país (a)

X_{tw}: Las exportaciones totales (t) por parte del mundo (w)

M_{ia}: Las importaciones de un producto (i) por parte del país (a)

M_{iw}: Las importaciones de un producto (i) por parte del mundo (w)

M_{ta}: Las importaciones totales (t) por parte del país (a)

M_{tw}: Las importaciones totales (t) por parte del mundo (w)

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Los datos necesarios para la elaboración del índice de Balassa son los comprendidos en el periodo 2008-2015 para el sector cosmético y del cuidado personal:

- Exportaciones/ importaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal de México, USA, China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España.
- Exportaciones/ importaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal en el mundo.
- Exportaciones/importaciones totales de México, USA, China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España.
- Exportaciones/importaciones totales del mundo.

El índice puede tomar valores positivos o negativos. Un índice negativo/positivo será indicativo de un déficit/superávit en el total del comercio, y expresa una ventaja/desventaja en los intercambios comerciales. En otras palabras, un índice de VCR mayor que cero será indicativo de la existencia de un sector competitivo con potencial; y un índice negativo, de un sector importador neto carente de competitividad frente a terceros mercados, (Lima y Álvarez, 2008, pp.23).

Para la lectura del indicador utilizaremos la siguiente escala sugerida por Lima y Álvarez, (2008, PP. 24). : 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 una tendencia al comercio intra-producto(Es decir, a intercambiar productos del mismo grupo, en el caso de este estudio).

El índice se calcula con base de datos actuales de comercio y, por lo tanto, incorpora la influencia de factores como ingresos relativos, eficiencias, políticas y estructuras de mercado; Según la estructura de la demanda doméstica de un país el IVCRB describe, por un lado, la forma en que los productores de un bien específico, compiten por los recursos domésticos en comparación con otros bienes producidos y comercializados en el país y, por otro lado, muestran la competitividad de las industrias del país para competir en el mercado internacional de esas industrias (Valencia y Reyes, 2017, pp.34).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

5.2.1.2 Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales

Un índice simple y muy útil para medir el dinamismo y adaptación de una economía al desarrollo y dinamismo del comercio internacional es aquel que relaciona las exportaciones/importaciones del país con el total de las exportaciones mundiales de bienes y/o servicios.

Aunque el índice puede ser puesto en tanto por uno, es usual presentarlo en función de un porcentaje de base cien. Su valor máximo no sobrepasa al valor referido al peso del país más grande del mundo en el comercio internacional (exportaciones / importaciones) (Lima y Álvarez, 2008, PP.23).

Quedando expresado de la siguiente manera:

Tipo de Índice	Cálculo	Descripción
	$XSCCPi/Xmundo$ (ec.4)	Apertura medida por exportaciones del SCCP
Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales	$MSCCPi/Mmundo$ (ec.5)	Apertura medida por importaciones del SCCP
	$\frac{(XSCCPi+MSCCPi)}{(Xmundo+Mmundo)}$ (ec.6)	Apertura por el peso de los Intercambios locales en el comercio mundial del SCCP

Donde:

XSCCPi el total de exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal de un país i en un año

Xmundo el total de exportaciones del mundo en un año

MSCCPi el total de importaciones del sector cosmético y del cuidado personal de un país i en un año

Mmundo el total de importaciones del mundo en un año

5.2.1.3 Índice de participación relativa en el comercio del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector

Los indicadores de estructura pueden ser objeto de análisis desagregado. El índice de participación en intercambios mundiales en particular puede ser utilizado en tal dimensión, siendo a su vez desagregado, el resultante indicará el peso específico del país en la exportación/importación de un producto en particular en su total mundial. Así, algún técnico puede estar interesado en saber exactamente cuál es el peso de su país en el comercio mundial de un producto particular, (Durán, 2008; Lima y Álvarez, 2008). Así la modificación sugerida a este índice, queda en función de las exportaciones e importaciones mundiales únicamente del sector cosmético y del cuidado personal.

Quedando como expresado de la siguiente manera:

Tipo de Índice	Cálculo	Descripción
	$XSCCPi/XSCCPmundo$ (ec.7)	Apertura medida por exportaciones del SCCP
Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo.	$MSCCPi/MSCCPmundo$ (ec.8)	Apertura medida por importaciones del SCCP
	$\frac{(XSCCPi+MSCCPi)}{(XSCCPmundo+MSCCPmundo)}$ (ec.9)	Apertura por el peso de los Intercambios locales en el comercio mundial del SCCP

Donde:

XSCCPi el total de exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal de un país i en un año

XSCCPmundo el total de exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal del mundo en un año

MSCCPi el total de importaciones del sector cosmético y del cuidado personal de un país i en un año

MSCCPmundo el total de importaciones del sector cosmético y del cuidado personal del mundo en un año

5.2.1.4 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional

Quedando expresado de la siguiente manera:

Tipo de Índice	Cálculo	Descripción
	$XSCCPi/Xi$ (ec.10)	Participación medida por importaciones.
Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional.	$MSCCPi/Mi$ (ec.11)	Participación medida por importaciones.
	$((XSCCPi-MSCCPi)/(Xi-Mi))$ (ec.12)	Participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional

Donde:

XSCCPi Exportaciones del sector cosmético y de cuidado personal en un país i en un año dado

Xi Exportaciones totales de un país i en un año dado

MSCCPi Importaciones del sector cosmético y de cuidado personal en un país i en un año dado

Mi Importaciones totales de un país i en un año dado

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

5.2.1.5 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional

Quedando expresado de la siguiente manera:

Tipo de Índice	Cálculo	Descripción
	$XSCCPi/PIBi$ (ec.13)	Participación medida por exportaciones
Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional	$MSCCPi/PIBi$ (ec.14)	Participación medida por importaciones
	$((XSCCPi-MSCCPi)/PIBi)$ (ec.15)	participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional

Donde:

XSCCPi Exportaciones del sector cosmético y de cuidado personal en un país i en un año dado

PIBi Producto interno bruto de un país i en un año dado

MSCCPi Importaciones del sector cosmético y de cuidado personal en un país i en un año dado

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Los datos necesarios para la elaboración de los índices de participación relativas son los comprendidos en el periodo 2007-2015:

- Exportaciones/ importaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal de para los países de México, USA, China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España.
- Exportaciones/ importaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal en el mundo.
- Exportaciones/importaciones totales de México, USA, China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España.
- Exportaciones/importaciones totales del mundo.
- Producto interno bruto para los países de México, USA, China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

5.2.1.6 Índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal

Quedando expresado de la siguiente manera:

Tipo de Índice	Cálculo	Descripción
	$XSCCPi/Ni$ (ec.16)	Exportaciones del SCCP por habitante
Índice per cápita del intercambio comercial en el SCCP	$MSCCPi/Ni$ (ec.17)	Importaciones del SCCP por habitante
	$((XSCCPi-MSCCPi)/Ni)$ (ec.18)	Intercambio comercial del SCCP por habitante

Donde:

XSCCPi Exportaciones del sector cosmético y de cuidado personal en un país i en un año dado

Ni Población del país i

MSCCPi Importaciones del sector cosmético y de cuidado personal en un país i en un año dado

Los datos necesarios para la elaboración del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal son los comprendidos en el periodo 2007-2015

- Exportaciones/ importaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal de para los países de México, USA, China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España.
- El número de la población de los países de México, USA, China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España.

5.2.1.7 Índice de participación relativa en el intercambio mundial del sector cosmético y del cuidado personal desglosado por segmento

El sector cosmético y del cuidado personal, para el análisis de este trabajo de investigación se conformó por 6 segmentos, a los cuales se aplicó el índice de participación relativa en el intercambio mundial.

Así la modificación sugerida a este índice, se realizó para cada país de análisis en el periodo 2007-2015 en función de las exportaciones e importaciones mundiales únicamente del sector cosmético y del cuidado personal.

Tabla 1. Segmentos que conforman el sector cosmético y del cuidado personal

SA	SEGMENTO
3303	Perfumes y agua de tocador.
3304	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.
3305	Preparaciones capilares.
3306	Preparaciones para higiene bucal o dental.
3307	Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios.
3401	Jabón y preparaciones orgánicas tenso activas para el cuidado de la piel, líquidas o en crema.

Fuente: elaboración propia (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Quedando expresado de la siguiente manera:

Tipo de Índice	Cálculo	Descripción
	$XSCCP^*i/XSCCP^*mundo$ (ec.19)	Apertura medida por exportaciones de un segmento* del SCCP
Índice de participación relativa en el intercambio mundial del sector cosmético y del cuidado personal desglosado por segmento	$MSCCP^*i/MSCCP^*mundo$ (ec.20)	Apertura medida por importaciones de un segmento* del SCCP
	$\frac{(XSCCP^*i+MSCCP^*i)}{(XSCCP^*mundo+MSCCP^*mundo)}$ (ec.21)	Apertura por el peso de los Intercambios locales en un segmento * en el comercio mundial del SCCP

Donde:

XSCCP*i el total de exportaciones de un segmento* del sector cosmético y del cuidado personal de un país i en un año

XSCCP*mundo el total de exportaciones de un segmento* del sector cosmético y del cuidado personal del mundo en un año

MSCCP*i el total de importaciones de un segmento* del sector cosmético y del cuidado personal de un país i en un año

MSCCP*mundo el total de importaciones de un segmento* del sector cosmético y del cuidado personal del mundo en un año

CAPÍTULO VI

RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se busca dar respuesta a las preguntas de investigación sobre el sector cosmético y del cuidado personal en México y su posición competitiva frente a los 10 países líderes mundiales, cumplir con los objetivos de investigación y contrastar las hipótesis planteadas y para esto, los datos del comercio del sector de análisis fueron sometidos a 7 índices, 4 de ellos índices de participación relativa, un índice per cápita y el índice de la ventaja comparativa revelada, y por ultimo un índice de participación relativa desglosado por segmento. Con la finalidad de analizar a detalle los resultados de cada índice, todos los índices se presentan en 3 partes, parte I: medidos por exportaciones, parte II medidos por importaciones y Parte III, medidos por los intercambios comerciales.

Este capítulo se presenta en el siguiente orden:

- ✓ Resultados de los índices aplicados:
 - Índice de la ventaja comparativa revelada (IVCR)
 - Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales
 - Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo
 - Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional
 - Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional
 - Índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal
 - Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal desglosado por segmento.
- ✓ Resultados del análisis de la composición de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en México y el Mundo
- ✓ Conclusiones, contrastación de las hipótesis y recomendaciones

6.1 RESULTADOS DE LOS ÍNDICES

6.1.1 ÍNDICE DE LAS VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS (IVCR)

6.1.1.1 Índice de la ventaja comparativa revelada de exportación

Este indicador forma parte de la familia de índices de VCR, y mide el grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones de un mercado, versus la importancia de las exportaciones del mismo producto en las exportaciones del mismo producto hacia el mundo.

El numerador de la formula explica la participación del producto del país en el mercado global, mientras que el denominador muestra la participación de la exportaciones totales del país en el comercio mundial; por lo tanto el IVCRB es una relación relativa de participaciones. Así cuando un IVCRB de exportaciones es mayor que 1, significa que ese país está exportando más del sector cosmético y del cuidado personal, en términos relativos, al mundo, de lo que ese país lo hace con el total de sus productos y para valores menores a 1, indica la ausencia de una ventaja comparativa de exportaciones poseída por el país debido a que en términos relativos, ese país exporta menos productos cosméticos y del cuidado personal al mundo de lo que ese país hace con el total de sus productos.

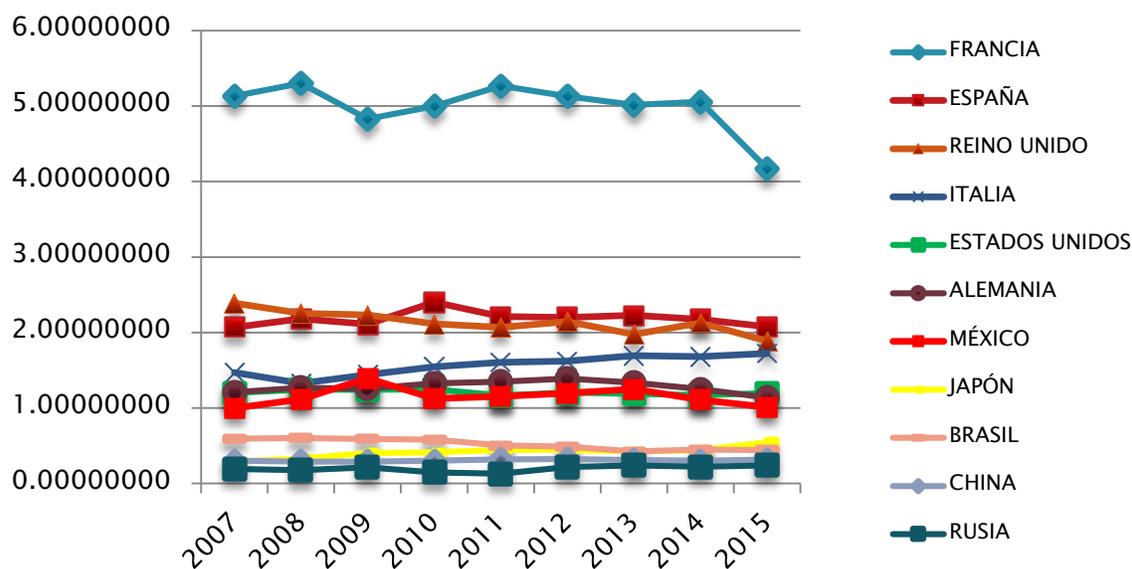
Tabla 13. Resultados del índice de la ventaja comparativa de exportación

VENTAJA DE EXPORTACIÓN									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
FRANCIA	5.13342046	5.30252064	4.83096789	5.00078663	5.26865787	5.13159880	5.01712279	5.05635174	4.17191046
ESPAÑA	2.07049626	2.18307662	2.10999319	2.40155973	2.21117493	2.20120742	2.22853939	2.17561564	2.07826872
REINO UNIDO	2.38866341	2.25528468	2.23186635	2.11328723	2.06949468	2.14488048	1.97642406	2.12994812	1.88666642
ITALIA	1.46990596	1.32502168	1.44124358	1.54768803	1.60554372	1.62059329	1.69415985	1.67995673	1.72535236
ESTADOS UNIDOS	1.20247152	1.24377453	1.24316533	1.24502585	1.16809951	1.20563019	1.18970261	1.16957388	1.19685216
ALEMANIA	1.21058345	1.26983843	1.25665148	1.32647520	1.34889214	1.39184287	1.33629050	1.25179996	1.13679199
MÉXICO	0.99834339	1.11643749	1.39443074	1.12654588	1.15376077	1.19822608	1.25027896	1.10978111	1.01067209
JAPÓN	0.28882306	0.32817260	0.40333152	0.41284605	0.44757205	0.44607660	0.42504662	0.44353108	0.54844952
BRASIL	0.59161999	0.60009714	0.58990541	0.57935161	0.50297660	0.49006235	0.42479458	0.45068518	0.44022573
CHINA	0.30096087	0.28827008	0.29061669	0.30253697	0.31857572	0.32556052	0.30934873	0.30427142	0.31580141
RUSIA	0.19152381	0.17655670	0.21322125	0.14570672	0.12981104	0.21998343	0.24138855	0.22426367	0.24000663

Fuente: elaboración propia (2016)

Los países carecientes de ventaja comparativa revelada de exportación en el sector cosmético y del cuidado personal son Rusia, China, Brasil y Japón, a pesar de que China es el 6to mayor exportador por volumen en dólares estadounidenses, por sobre España y México, véase la Tabla 10. China no posee una ventaja comparativa revelada de exportación en el SCCP debido a que el IVCR de exportaciones es una relación relativa de participaciones, lo que significa que para un resultado mayor a 1 representa que la participación de un país en las exportaciones mundiales es n veces mayor que 1 más que su participación del total de las exportaciones mundiales de todos los productos. Al poseer China sectores más desarrollados en cuanto a exportación eso implica una disminución en el IVCR de exportación del SCCP en el cual el resultado muestra que este sector no es uno de los más desarrollados para China. Posteriormente en análisis de menor a mayor VCR de exportaciones los países con resultados mayores a 1 poseen una VCR de exportación en proporción al resultado para cada país. En orden ascendente México, Alemania, Estados Unidos, Italia, Reino Unido, España y Francia.

Gráfica 7. Resultados del IVCR de exportación



Fuente: elaboración propia (2016).

En el análisis de los resultados de la VCR de exportación a través del periodo 2007-2015, se pueden observar 4 niveles con bloques de países respecto a sus VCR de exportación, en el bloque inferior al cual denominaremos el cuarto bloque, carecientes de ventaja están, Rusia, China, Brasil y Japón. En el siguiente nivel o bloque 3, se encuentran un grupo de países con resultados mayores a 1 en la VCR de exportación, donde podemos localizar a México, Estados Unidos, Alemania e Italia, la similitud que muestran los resultados del índice en los países de Estados Unidos y México hace que las líneas estén casi sobrepuestas, guardando las proporciones comerciales de ambos países una vez aplicado el índice, ambos mantienen una semejanza excepto por el año 2009, donde México está por sobre la curva de Estado Unidos y Alemania y en el último año de análisis 2015 donde Estados Unidos se posiciona por sobre Alemania y México desciende como ultimo de este bloque. En este tercer bloque podemos observar la evolución de Italia en este índice y como se separa del tercer bloque para incorporarse dentro del segundo nivel en el ultimo año 2015, junto con Reino Unido e Italia, y muy por sobre los demás países se encuentra en un primer plano Francia a quien denominaremos la potencia en el SCCP quien se localiza tres veces por sobre su competidor más cercano España.

6.1.1.2 Índice de la ventaja comparativa revelada de importación

Este indicador forma parte de la familia de índices de VCR, y mide el grado de dependencia de un producto de un país dentro de las importaciones del mismo producto hacia el mundo. Los resultados de este índice muestran a mayor denominación una mayor tendencia a las importaciones y por lo tanto una mayor dependencia.

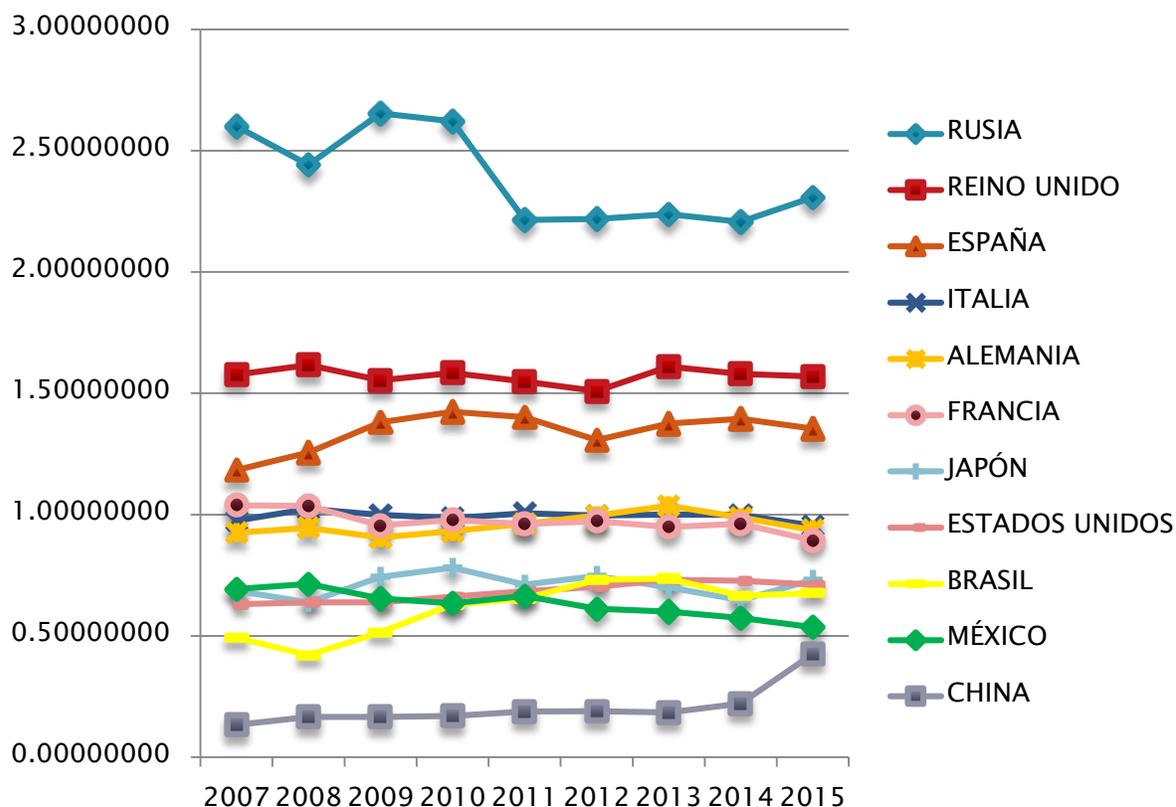
Tabla 14. Resultados del IVCR de importación

VENTAJA DE IMPORTACIÓN									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
RUSIA	2.60002387	2.44101351	2.65448785	2.62141440	2.21433693	2.21807799	2.23855966	2.20658517	2.30709416
REINO UNIDO	1.57764141	1.61636416	1.55302237	1.58403608	1.54824712	1.50891489	1.60931247	1.57932640	1.56989842
ESPAÑA	1.18388999	1.25609086	1.38066908	1.42422634	1.40134997	1.30673928	1.37533002	1.39483649	1.35480088
ITALIA	0.97471030	1.02371647	0.99900940	0.98611699	1.00578558	0.99565784	0.99966506	0.99917964	0.95453577
ALEMANIA	0.92468052	0.94435849	0.90532245	0.93229552	0.96246574	0.99643592	1.03706636	0.98797013	0.93521690
FRANCIA	1.03871462	1.03565453	0.95551391	0.97786735	0.96020158	0.97208249	0.94864293	0.96210402	0.89442580
JAPÓN	0.68485677	0.63784770	0.74280350	0.78112642	0.71161579	0.74746388	0.69942594	0.64783941	0.73183440
ESTADOS UNIDOS	0.63047391	0.63814902	0.63845832	0.66116024	0.68393100	0.70185432	0.73122938	0.72675339	0.71112447
BRASIL	0.49210571	0.42085227	0.51449926	0.62857535	0.65401346	0.73146772	0.73641391	0.66579497	0.67626029
MÉXICO	0.69313809	0.71434096	0.65341835	0.63351282	0.66393473	0.61137524	0.60042877	0.57422449	0.53627241
CHINA	0.13320220	0.16577080	0.16552869	0.17041823	0.18773370	0.18908546	0.18380387	0.22158041	0.42533777

Fuente: elaboración propia, (2016).

De manera ascendente tenemos a Rusia con una mayor VCR de importación seguido de Reino Unido, España, Italia, Alemania en 6to lugar Francia, posterior Japón, Estados Unidos, Brasil, México y por último China. el IVCR de importaciones es una relación relativa de participaciones, lo que significa que para un resultado mayor a 1 representa que la participación de un país en las importaciones mundiales es n veces mayor que 1 más que su participación del total de las importaciones mundiales de todos los productos, lo que le otorga nuevamente a China un resultado bajo a pesar de ser el 4to importador del SCCP para el año 2015 así como posicionar a Estados Unidos en el 8vo lugar en el IVCR de importación a pesar de poseer el primer lugar de exportaciones netas del SCCP, véase las tablas 10 y 11, debido a que ambos países poseen sectores con mayores índices de importaciones.

Gráfica 8. Resultados del IVCR de importación



Fuente: elaboración propia (2016).

En el análisis de los resultados de la VCR de importación a través del periodo 2007-2015, podemos observar una tendencia de importación constante para los países de Francia, Alemania, Italia, Reino Unido, con una ascendencia en el IVCR de importaciones del SCCP a España, Brasil y en el último año 2015 China. México con una tendencia a disminuir al igual que Rusia quien marca una importante disminución en este índice en el 2011, para comenzar a aumentar en el último año 2015.

6.1.1.3 Índice de la ventaja comparativa revelada

Este índice es utilizado para analizar las ventajas o desventajas comparativas de los intercambios comerciales de un país con sus socios comerciales o diversos grupos de países. El índice puede tomar valores positivos o negativos. Un índice negativo/positivo será indicativo de un déficit/superávit en el total del comercio, y expresa una ventaja/desventaja en los intercambios comerciales. En otras palabras, un índice de VCR mayor que cero será indicativo de la existencia de un sector competitivo con potencial; y un índice negativo, de un sector importador neto carente de competitividad frente a terceros mercados, (Lima y Álvarez, 2008).

Para la lectura del indicador utilizaremos la siguiente escala sugerida por Lima y Álvarez, (2008).

- 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 una tendencia al comercio intra-producto (es decir, a intercambiar productos del mismo grupo, en el caso de este estudio).

Tabla 15. Resultados del índice de la ventaja comparativa revelada en el sector cosmético y del cuidado personal

VENTAJA COMPARATIVA REVELADA									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
FRANCIA	4.09470584	4.26686611	3.87545398	4.02291928	4.30845629	4.15951631	4.06847986	4.09424771	3.27748466
ITALIA	0.49519565	0.30130521	0.44223417	0.56157104	0.59975814	0.62493546	0.69449480	0.68077709	0.77081658
ESPAÑA	0.88660627	0.92698577	0.72932411	0.97733339	0.80982495	0.89446815	0.85320937	0.78077915	0.72346783
ESTADOS UNIDOS	0.57199761	0.60562551	0.60470701	0.58386561	0.48416850	0.50377587	0.45847324	0.44282049	0.48572768
MÉXICO	0.30520530	0.40209653	0.74101239	0.49303307	0.48982604	0.58685084	0.64985019	0.53555662	0.47439968
REINO UNIDO	0.81102200	0.63892052	0.67884397	0.52925115	0.52124756	0.63596559	0.36711158	0.55062172	0.31676800
ALEMANIA	0.28590293	0.32547995	0.35132903	0.39417968	0.38642639	0.39540694	0.29922414	0.26382983	0.20157509
CHINA	0.16775868	0.12249928	0.12508800	0.13211875	0.13084202	0.13647506	0.12554486	0.08269101	-0.10953636
JAPÓN	-0.39603371	-0.30967510	-0.33947198	-0.36828037	-0.26404374	-0.30138729	-0.27437932	-0.20430833	-0.18338488
BRASIL	0.09951428	0.17924487	0.07540614	-0.04922374	-0.15103687	-0.24140536	-0.31161933	-0.21510979	-0.23603456
RUSIA	-2.40850006	-2.26445681	-2.44126660	-2.47570768	-2.08452589	-1.99809456	-1.99717111	-1.98232150	-2.06708753

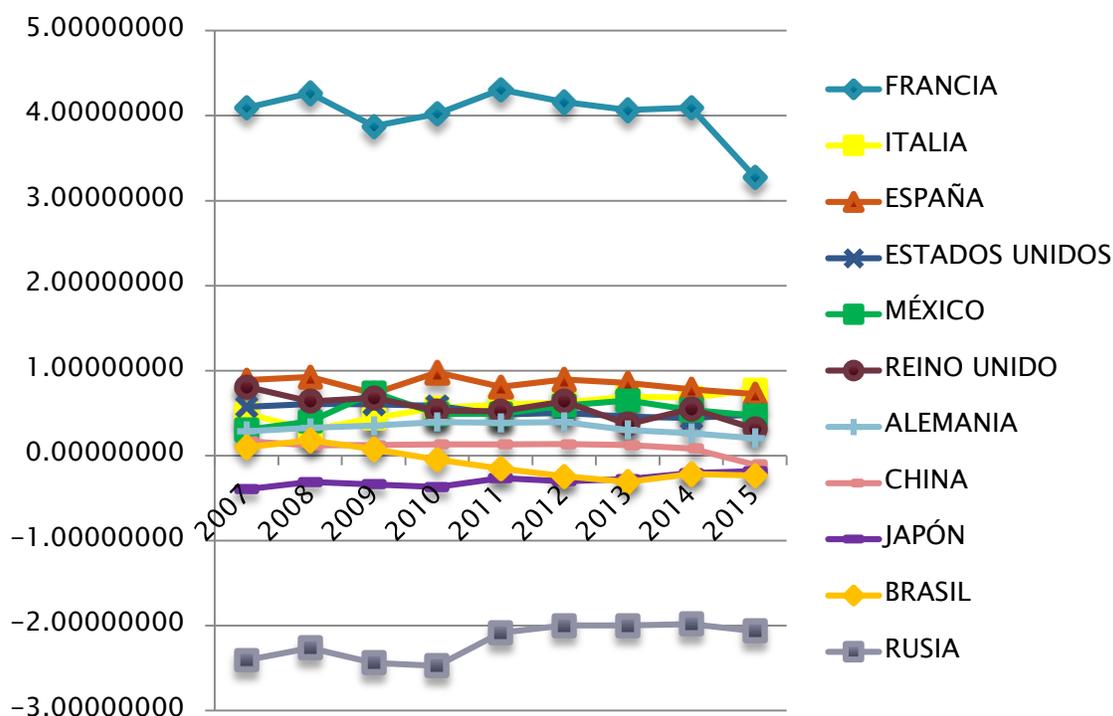
Fuente: elaboración propia (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Carentes de ventaja comparativa revelada en el sector cosmético y del cuidado personal, en base a los resultados de esta investigación se encuentran, Rusia y Japón quienes arrojaron resultados negativos en todos los años analizados, posteriormente Brasil quien manifestó posesión de VCR para el sector los primeros tres años de análisis, la cual no fue capaz de sostener durante todo el periodo de análisis. Estos tres países se consideran importadores netos del sector y por lo tanto carecen de competitividad frente al resto de países de análisis. En un caso de declive, se encuentra China quien sostuvo VCR en el sector a excepción del último año 2015, donde los ajustes del intercambio comercial en el SCCP de China le hizo perder competitividad, convirtiéndose en importador neto para el último año.

En orden ascendente los países que poseen una VCR en el sector cosmético y del cuidado personal se encuentran Alemania, Reino Unido, México, Estados Unidos, España, Italia y en el tope Francia.

Gráfica 9. Resultados del IVCR en el sector cosmético y del cuidado personal



Fuente: elaboración propia (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

En el análisis de los resultados del IVCR del sector cosmético y del cuidado personal a través del periodo 2007-2015, se puede observar la supremacía que sostiene Francia, la cual comienza a decrecer y acercarse a la media mundial donde se encuentran la mayor parte de los países objeto de análisis con excepción del polo contrario Rusia, las observaciones más interesantes se observan al centro de la gráfica 9, donde vemos como las curvas del IVCR de los países se sobreponen una sobre la otra indicando una sostenida competencia por ascender y ganar posicionamiento en esta industria, así la curva de Reino Unido, Estados Unidos y México se intercalan constantemente en todo el periodo, donde en el año 2007, México está debajo de Estados Unidos y este a su vez bajo Reino Unido, sin embargo en el año 2009, en el cual México presenta su pico más alto en cuanto a VCR los tres países comienzan a tener tendencia igualitarias, y en el año 2013 el catalogado por CANIPEC como el mejor año para las exportaciones mexicanas del sector cosmético y del cuidado personal, la curva de México en el SCCP está sobre de estos dos países, colocándose a la par con Italia disputándose en ese año la tercer posición mundial, sin embargo el desarrollo para el 2015, Italia logra sobrepasar la curva de España posicionándose como el segundo a nivel mundial, España tercero, Estados Unidos cuarto y por muy poco México termina en el quinto lugar en cuanto a VCR mientras que Reino Unido sigue perdiendo competitividad, y se posiciona justo sobre Alemania en el sexto y séptimo lugar relativamente.

6.1.2 ÍNDICE RELATIVO A LA PARTICIPACIÓN DEL COMERCIO EN EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN LOS INTERCAMBIOS MUNDIALES

Un índice muy útil para medir el dinamismo y adaptación de una economía al desarrollo y dinamismo del comercio internacional es aquel que relaciona las exportaciones/importaciones del país con el total de las exportaciones mundiales de bienes y/o servicios, (Lima y Álvarez, 2008). Los resultados en este índice miden el peso que tiene las exportaciones/importaciones de cada país en el total de las exportaciones/importaciones del mundo de todos los segmentos.

6.1.2.1 Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por exportaciones

Tabla 16. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por exportaciones

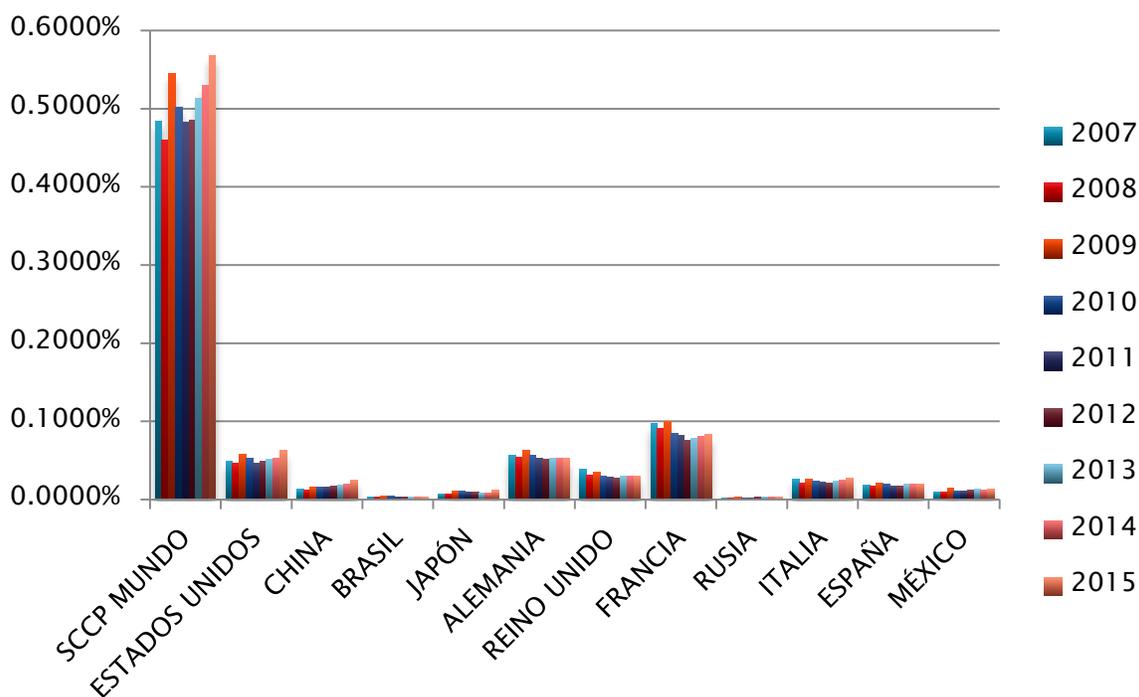
APERTURA MEDIDA POR EXPORTACIONES									
TOTAL DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN EL COMERCIO MUNDIAL X_i/X_{mundo}									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
SCCP MUNDO	0.4840%	0.4604%	0.5452%	0.5013%	0.4822%	0.4853%	0.5131%	0.5298%	0.5673%
ESTADOS UNIDOS	0.0491%	0.0466%	0.0582%	0.0530%	0.0462%	0.0492%	0.0511%	0.0532%	0.0625%
CHINA	0.0129%	0.0119%	0.0155%	0.0159%	0.0161%	0.0176%	0.0186%	0.0200%	0.0250%
BRASIL	0.0033%	0.0034%	0.0040%	0.0038%	0.0034%	0.0031%	0.0028%	0.0028%	0.0029%
JAPÓN	0.0072%	0.0074%	0.0104%	0.0106%	0.0098%	0.0094%	0.0083%	0.0086%	0.0119%
ALEMANIA	0.0565%	0.0537%	0.0627%	0.0561%	0.0533%	0.0519%	0.0527%	0.0527%	0.0525%
REINO UNIDO	0.0381%	0.0313%	0.0355%	0.0297%	0.0286%	0.0273%	0.0295%	0.0306%	0.0305%
FRANCIA	0.0974%	0.0909%	0.0993%	0.0851%	0.0823%	0.0757%	0.0775%	0.0805%	0.0830%
RUSIA	0.0024%	0.0024%	0.0028%	0.0019%	0.0018%	0.0031%	0.0035%	0.0031%	0.0029%
ITALIA	0.0258%	0.0207%	0.0259%	0.0230%	0.0224%	0.0215%	0.0239%	0.0250%	0.0275%
ESPAÑA	0.0185%	0.0176%	0.0208%	0.0197%	0.0176%	0.0166%	0.0189%	0.0195%	0.0201%
MÉXICO	0.0095%	0.0094%	0.0142%	0.0112%	0.0108%	0.0117%	0.0129%	0.0124%	0.0134%

Fuente: elaboración propia (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

El sector cosmético y del cuidado personal en el mundo, muestra si bien un decremento durante el año 2008 a razón de la crisis también manifiesta una clara recuperación en el año posterior siguiente siendo el segundo mejor año para el SCCP a nivel mundial después del 2015 donde muestra su pico más alto, representando un 0.5673% de todas las exportaciones del mundo.

Gráfica 10. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por exportaciones



Fuente: elaboración propia (2016).

Francia aporta la mayor parte de las exportaciones a este sector con un 14.63% seguido de Estados Unidos con un 11.01%, Alemania el 9.25%, Reino Unido con 5.37%, Italia 4.84%, China 4.40%, España 3.54%, México 2.36%, Japón 2.09%, Brasil 0.51% y Rusia 0.51%. En conjunto los 11 países aportan el 50.48% al SCCP mundial.

6.1.2.2 Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por importaciones

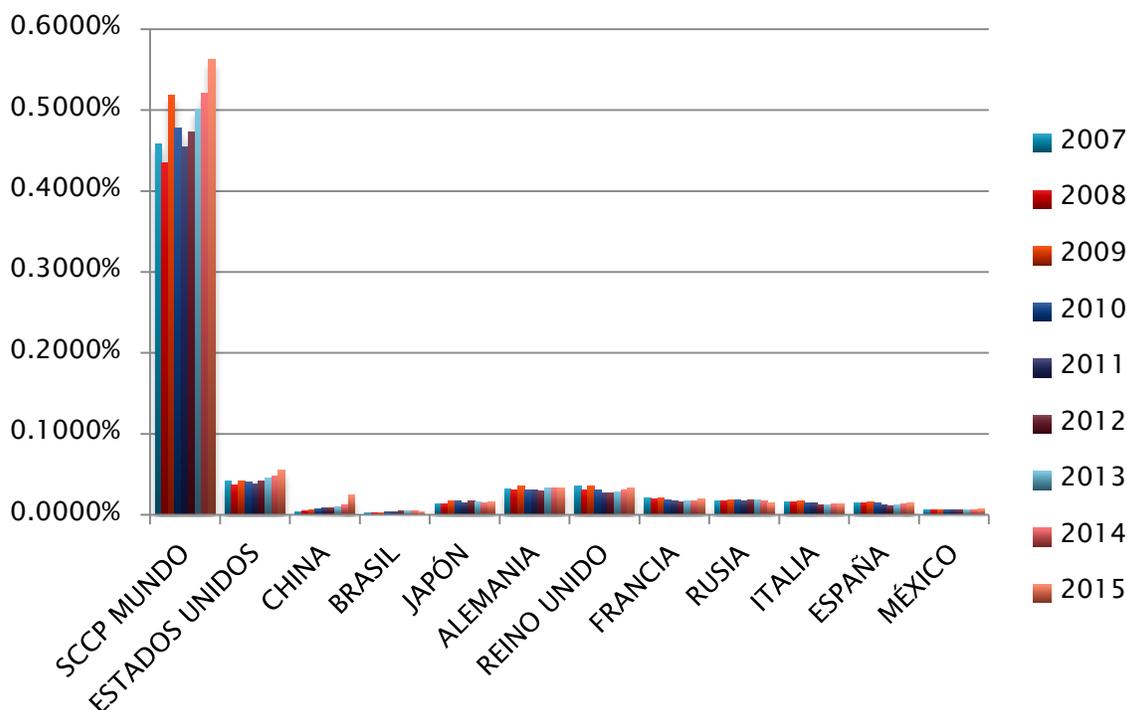
Tabla 17. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por importaciones

APERTURA MEDIDA POR IMPORTACIONES									
TOTAL DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN EL COMERCIO MUNDIAL X_i/X_{mundo}									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
SCCP MUNDO	0.4590%	0.4347%	0.5184%	0.4777%	0.4550%	0.4734%	0.5009%	0.5207%	0.5629%
ESTADOS UNIDOS	0.0414%	0.0367%	0.0421%	0.0406%	0.0385%	0.0419%	0.0451%	0.0482%	0.0557%
CHINA	0.0041%	0.0050%	0.0068%	0.0074%	0.0081%	0.0088%	0.0095%	0.0119%	0.0243%
BRASIL	0.0019%	0.0019%	0.0027%	0.0035%	0.0037%	0.0042%	0.0047%	0.0042%	0.0039%
JAPÓN	0.0139%	0.0129%	0.0169%	0.0169%	0.0151%	0.0169%	0.0155%	0.0145%	0.0155%
ALEMANIA	0.0319%	0.0302%	0.0349%	0.0310%	0.0301%	0.0296%	0.0327%	0.0330%	0.0335%
REINO UNIDO	0.0349%	0.0303%	0.0353%	0.0310%	0.0276%	0.0266%	0.0281%	0.0302%	0.0335%
FRANCIA	0.0207%	0.0191%	0.0212%	0.0183%	0.0170%	0.0166%	0.0169%	0.0175%	0.0198%
RUSIA	0.0169%	0.0173%	0.0187%	0.0187%	0.0168%	0.0179%	0.0187%	0.0174%	0.0143%
ITALIA	0.0162%	0.0153%	0.0170%	0.0150%	0.0140%	0.0125%	0.0127%	0.0130%	0.0133%
ESPAÑA	0.0151%	0.0140%	0.0163%	0.0140%	0.0126%	0.0109%	0.0121%	0.0135%	0.0140%
MÉXICO	0.0064%	0.0059%	0.0063%	0.0060%	0.0058%	0.0058%	0.0061%	0.0063%	0.0072%

Fuente: elaboración propia (2016).

El sector cosmético y del cuidado personal a nivel mundial representa el 0.5629% de todas las importaciones del mundo, este sector ha tenido un crecimiento del 22.63% desde el año 2007 en comparación con el año 2015.

Gráfica 11. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales medido por importaciones



Fuente: elaboración propia (2016).

El mayor importador del sector es Estados Unidos quien importa el 9.89% del total del SCCP seguido de Alemania y Reino Unido ambos con un 5.95% cada uno, posteriormente China con 4.31%, Francia 3.51%, Japón 2.75%, Rusia 2.54%, España 2.48%, Italia 2.36%, México 1.27% y Brasil con 0.69%. El total de los 11 países de estudio acumulan el 41.7% de las importaciones mundiales del SCCP.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

6.1.2.3 Índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales

Tabla 18. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales

APERTURA POR EL PESO DE LOS INTERCAMBIOS LOCALES EN EL COMERCIO MUNDIAL									
TOTAL DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN EL COMERCIO MUNDIAL									
Xi-Mi/Xmundo- Mmundo									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	0.0077%	0.0099%	0.0161%	0.0124%	0.0077%	0.0073%	0.0059%	0.0050%	0.0068%
CHINA	0.0088%	0.0069%	0.0086%	0.0085%	0.0080%	0.0088%	0.0091%	0.0081%	0.0007%
BRASIL	0.0014%	0.0015%	0.0013%	0.0003%	-0.0002%	-0.0010%	-0.0019%	-0.0013%	-0.0010%
JAPÓN	-0.0066%	-0.0055%	-0.0065%	-0.0063%	-0.0053%	-0.0075%	-0.0072%	-0.0059%	-0.0036%
ALEMANIA	0.0247%	0.0234%	0.0278%	0.0251%	0.0232%	0.0223%	0.0201%	0.0196%	0.0190%
REINO UNIDO	0.0032%	0.0010%	0.0003%	-0.0013%	0.0010%	0.0007%	0.0014%	0.0004%	-0.0030%
FRANCIA	0.0767%	0.0717%	0.0780%	0.0669%	0.0653%	0.0591%	0.0606%	0.0630%	0.0632%
RUSIA	-0.0145%	-0.0149%	-0.0158%	-0.0168%	-0.0150%	-0.0149%	-0.0152%	-0.0143%	-0.0115%
ITALIA	0.0096%	0.0054%	0.0089%	0.0080%	0.0084%	0.0090%	0.0112%	0.0119%	0.0142%
ESPAÑA	0.0034%	0.0036%	0.0045%	0.0057%	0.0050%	0.0057%	0.0067%	0.0060%	0.0060%
MÉXICO	0.0032%	0.0035%	0.0079%	0.0052%	0.0050%	0.0059%	0.0068%	0.0061%	0.0062%

Fuente: elaboración propia (2016).

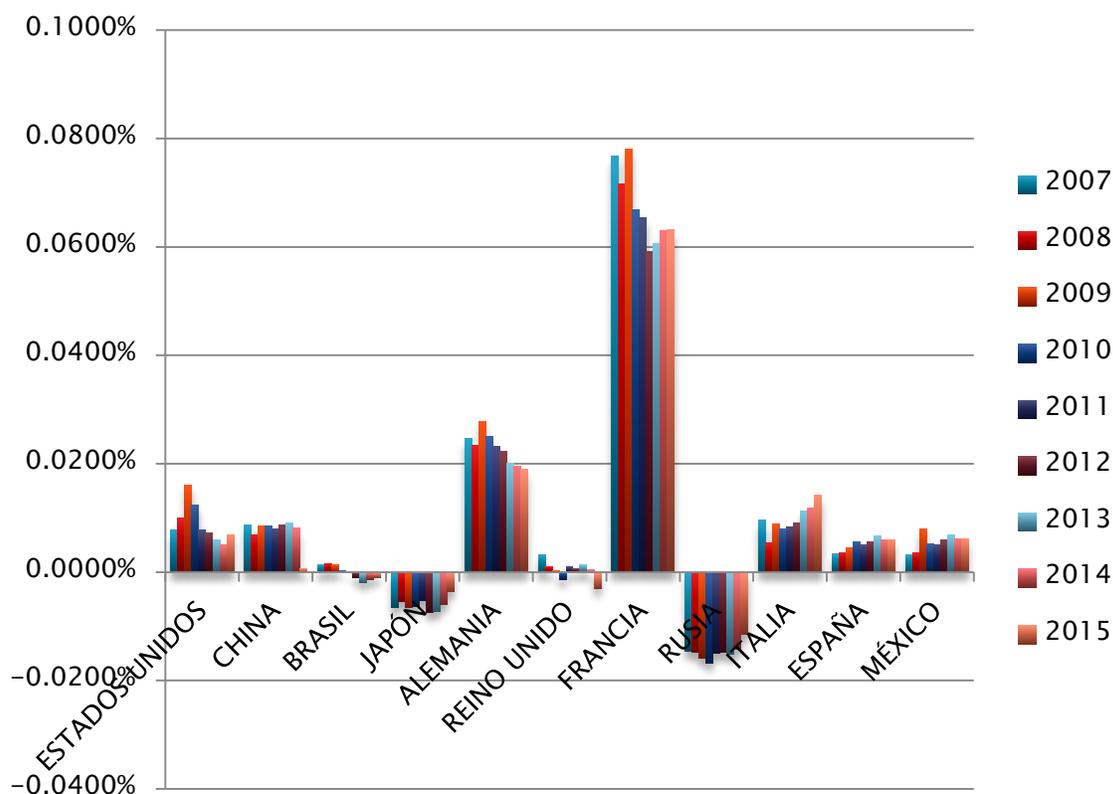
Índice de participación de los intercambios comerciales del sector cosmético y del cuidado personal muestra el peso porcentual que tiene cada país en el balance comercial mundial, los países con índices negativos, muestran una tendencia a ser mayormente importadores.

En el análisis del último periodo con una mayor participación se encuentra el sector cosmético y del cuidado personal de Francia el cual aporta el 0.063% al intercambio mundial total, en segundo lugar se encuentra Alemania con 0.019%, seguido de Italia con 0.014%, Estados Unidos con 0.0068% y en quinta posición México con 0.0062%, España con 0.0060, una vez realizado el índice con los intercambios comerciales el producto de este para los países de Estados Unidos, México y España son cercanos, y logra posicionar a México en una quinta posición por sobre España, esto se debe a su baja tendencia a la importación de este sector, al contrario de Estados Unidos donde sus altas exportaciones

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

son neutralizadas en el índice por su mayor tendencia a la importación, por último se encuentra China con un 0.0007%, este país había estado sosteniendo cifras en cuanto al índice de participación superiores, sin embargo el año 2015, demuestra los resultados de las nuevas políticas comerciales de este país y su descenso en el sector debido a una mayor tendencia a la importación. Con índices negativos se encuentra Brasil con -0.010%, Reino Unido con -0.0030%, Japón con -0.0036%, Rusia con -0.0115%, estos resultados negativos demuestran una mayor tendencia a la importación y un déficit en la balanza comercial del sector cosmético y del cuidado personal.

Gráfica 12. Resultados del índice relativo a la participación del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en los intercambios mundiales



Fuente: elaboración propia (2016).

6.1.3 ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL COMERCIO EN EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN EL INTERCAMBIO MUNDIAL DEL MISMO SECTOR

Los indicadores de estructura pueden ser objeto de análisis desagregado. El índice de participación en intercambios mundiales en particular puede ser utilizado en tal dimensión, siendo a su vez desagregado, el resultante indicará el peso específico del país en la exportación/importación de un producto en particular en su total mundial. Así, algún técnico puede estar interesado en saber exactamente cuál es el peso de su país en el comercio mundial de un producto particular; (Durán, 2008; Lima y Álvarez, 2008).

El resultado de este índice muestra el peso relativo que tiene el sector cosmético y del cuidado personal de cada país en el intercambio mundial del mismo.

6.1.3.1 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por exportaciones

Tabla 19. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por exportaciones

APERTURA MEDIDA POR EXPORTACIONES									
DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	10.15%	10.12%	10.67%	10.56%	9.57%	10.14%	9.95%	10.04%	11.01%
CHINA	2.67%	2.58%	2.84%	3.17%	3.35%	3.63%	3.62%	3.78%	4.41%
BRASIL	0.69%	0.74%	0.73%	0.76%	0.71%	0.65%	0.55%	0.54%	0.51%
JAPÓN	1.50%	1.61%	1.90%	2.11%	2.04%	1.94%	1.61%	1.62%	2.10%
ALEMANIA	11.68%	11.66%	11.51%	11.19%	11.06%	10.69%	10.28%	9.94%	9.26%
REINO UNIDO	7.87%	6.81%	6.52%	5.92%	5.92%	5.62%	5.74%	5.77%	5.38%
FRANCIA	20.11%	19.73%	18.21%	16.99%	17.07%	15.61%	15.11%	15.19%	14.63%
RUSIA	0.49%	0.52%	0.52%	0.38%	0.37%	0.63%	0.67%	0.59%	0.50%
ITALIA	5.34%	4.49%	4.76%	4.59%	4.65%	4.43%	4.65%	4.72%	4.84%
ESPAÑA	3.81%	3.82%	3.82%	3.93%	3.65%	3.43%	3.67%	3.67%	3.54%
MÉXICO	1.97%	2.04%	2.60%	2.23%	2.23%	2.42%	2.52%	2.34%	2.35%

Fuente: elaboración propia, (2016).

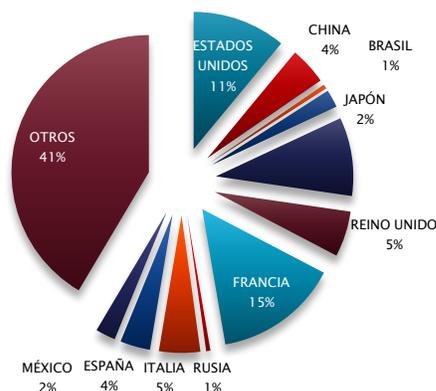
La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

El resultado de este índice muestra el peso porcentual que tiene cada país en el total de exportaciones mundiales del sector cosmético y del cuidado personal en el mundo.

En la Tabla 19, se observa el desempeño de cada país en el sector a lo largo del periodo de análisis, Francia sigue en la posición número uno de la tabla con un 14.63% de participación en las exportaciones del sector, sin embargo la tendencia es decreciente perdiendo durante los últimos 9 años el 5.48% del mercado, Estados Unidos se encuentra en la segunda posición con una participación en las exportaciones del sector del 11.01% , seguido de Alemania quien presenta una tendencia descendiente al igual que Francia, sin embargo con una curva menos pronunciada perdiendo un 2.42% de su participación durante el periodo de análisis, este país se encontraba en la segunda posición del ranking hasta el año 2014, sus paulatinas pérdidas de participación terminaron por bajarlo una posición por debajo de Estados Unidos, En cuarta posición se encuentra Reino Unido con una aportación del 5.38% de las exportaciones del sector, este país es otro de los que muestran un descenso en su participación exportadora perdiendo a razón de 2.49% durante el periodo de análisis, posterior encontramos a Italia con una aportación del 4.48% para el último periodo, posterior China con el 4.41%, este coloso de las exportaciones es el único país que año con año ha aumentado su participación a excepción del año 2008 a causa de la crisis mundial pero su retroceso fue breve y siguió en el ascenso al siguiente año continuo. En ese orden de mayor a menor se encuentran España con un 3.54% y en octavo lugar de participación de exportaciones se encuentra México que aporta para el último periodo el 2.35%, le sigue Japón con el 2.10%, Brasil con el 0.51% y Rusia con el 0.50%.

La suma de las aportaciones de los once países de análisis incluidos México para el año 2015 aportan el 58.53% de las exportaciones totales del sector cosmético y del cuidado personal al mundo, véase la gráfica 13.

Gráfica 13. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por exportaciones



Fuente : elaboración propia (2016).

6.1.3.2 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por importaciones

Tabla 20. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por importaciones

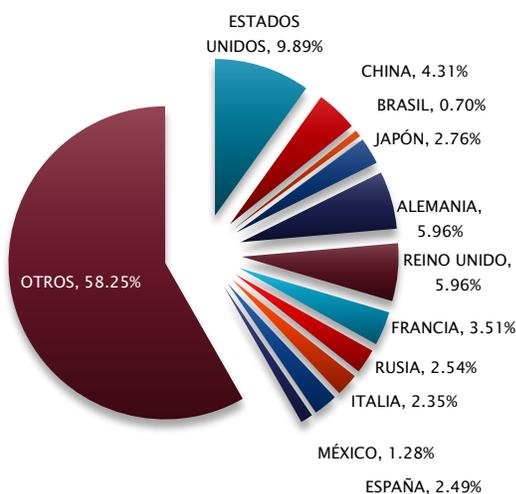
APERTURA MEDIDA POR IMPORTACIONES									
DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	9.02%	8.45%	8.12%	8.50%	8.45%	8.86%	9.01%	9.26%	9.89%
CHINA	0.90%	1.15%	1.32%	1.55%	1.79%	1.86%	1.90%	2.29%	4.31%
BRASIL	0.42%	0.45%	0.52%	0.74%	0.81%	0.88%	0.93%	0.81%	0.70%
JAPÓN	3.02%	2.97%	3.25%	3.54%	3.32%	3.58%	3.09%	2.78%	2.76%
ALEMANIA	6.94%	6.95%	6.74%	6.49%	6.62%	6.26%	6.52%	6.35%	5.96%
REINO UNIDO	7.60%	6.97%	6.80%	6.49%	6.07%	5.62%	5.60%	5.80%	5.96%
FRANCIA	4.50%	4.40%	4.10%	3.83%	3.74%	3.50%	3.37%	3.36%	3.51%
RUSIA	3.68%	3.99%	3.60%	3.92%	3.70%	3.79%	3.73%	3.34%	2.54%
ITALIA	3.54%	3.51%	3.29%	3.14%	3.07%	2.63%	2.54%	2.50%	2.35%
ESPAÑA	3.28%	3.22%	3.15%	2.93%	2.78%	2.30%	2.42%	2.59%	2.49%
MÉXICO	1.39%	1.35%	1.22%	1.25%	1.27%	1.23%	1.21%	1.21%	1.28%

Fuente: elaboración propia, (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

El resultado de este índice muestra el peso porcentual que tiene cada país en el total de importaciones mundiales del sector cosmético y del cuidado personal en el mundo. El mayor importador de productos cosméticos y del cuidado personal es Estados Unidos quien requiere el 9.89% de los productos, seguido de Alemania y Reino Unido ambos con un 5.96%, los resultados de China muestran un importante aumento en las importaciones del sector en el último año, aumentando un 88% sus importaciones respecto del año anterior, en cuarto lugar Francia con un consumo más moderado respecto de su nivel exportador con un 3.51%, Japón importa el 2.76%, Rusia el 2.54%, Italia el 2.35%, el penúltimo consumido es México con un 1.28% y al final Brasil 0.70%, todos los países a excepción de Estados Unidos y Japón han disminuido su nivel de importación de este sector, lo que demuestra una ligera contracción del sector cosmético y del cuidado personal en los últimos 3 años.

Gráfica 14. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por importaciones



Fuente : elaboración propia (2016).

La suma de los once países incluidos México en la participación de importaciones del sector cosmético y del cuidado personal asciende a 41.75% lo cual comparado con la suma por participación en exportaciones del 58.53% deja apreciar porque son considerados los países líderes del sector con un superávit total de la conglomeración de países del 16.78%.

6.1.3.3 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector, medido por importaciones

El resultado de este índice muestra el peso porcentual que tienen los intercambios comerciales del SCCP de cada país en el total de intercambios comerciales del sector cosmético y del cuidado personal en el mundo.

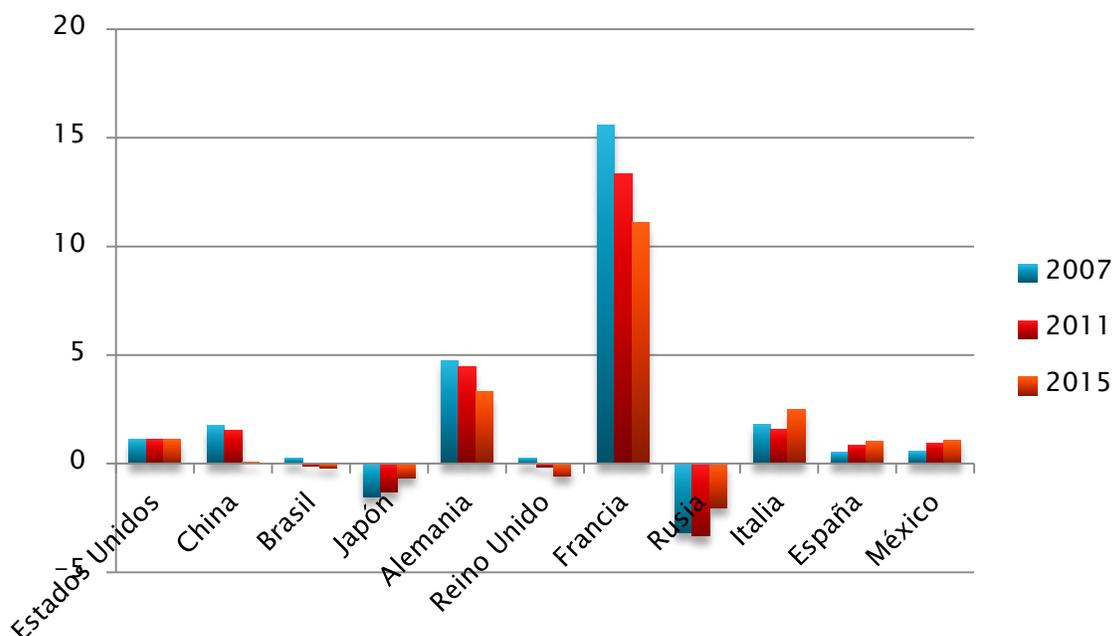
Tabla 21. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector

APERTURA MEDIDA POR EL INTERCAMBIO COMERCIAL									
DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	1.13%	1.67%	2.55%	2.07%	1.12%	1.28%	0.94%	0.78%	1.12%
CHINA	1.76%	1.43%	1.52%	1.62%	1.56%	1.77%	1.72%	1.48%	0.09%
BRASIL	0.27%	0.30%	0.21%	0.02%	-0.10%	-0.24%	-0.39%	-0.27%	-0.18%
JAPÓN	-1.52%	-1.37%	-1.35%	-1.43%	-1.29%	-1.64%	-1.47%	-1.16%	-0.66%
ALEMANIA	4.73%	4.70%	4.77%	4.70%	4.44%	4.43%	3.76%	3.59%	3.30%
REINO UNIDO	0.27%	-0.17%	-0.28%	-0.57%	-0.14%	0.00%	0.14%	-0.03%	-0.58%
FRANCIA	15.61%	15.33%	14.11%	13.16%	13.33%	12.10%	11.73%	11.83%	11.11%
RUSIA	-3.19%	-3.47%	-3.08%	-3.53%	-3.33%	-3.16%	-3.06%	-2.75%	-2.04%
ITALIA	1.80%	0.98%	1.47%	1.46%	1.58%	1.79%	2.12%	2.21%	2.49%
ESPAÑA	0.53%	0.60%	0.67%	0.99%	0.87%	1.13%	1.25%	1.09%	1.04%
MÉXICO	0.58%	0.69%	1.39%	0.98%	0.96%	1.19%	1.31%	1.12%	1.08%

Fuente: elaboración propia (2016).

El índice de participación relativa en los intercambios mundiales del sector cosmético y del cuidado personal, muestra los siguientes resultados, Francia lidera la tabla con un 11.11%, seguido de Alemania con un 3.30%, en tercera posición se encuentra Italia con 2.49% y en Cuarta posición Estados Unido con 1.12% su alta tendencia a la importación del sector cosmético y del cuidado personal disminuye su posición en el índice de participación, en quinto lugar se encuentra México con una participación del 1.08, posteriormente España con 1.04% y China con el 0.09%, los siguientes países, denotan un índice de participación para el último periodo, negativo debido a su alta tendencia a la importación del sector, Brasil con el -0.18%, Reino Unido -0.58%, Japón -0.66% y Rusia con -2.04%.

Gráfica 15. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio mundial del mismo sector



Fuente: elaboración propia (2016).

Francia encabeza la lista de países, Sin embargo como muestra la gráfica está perdiendo participación el en SCCP a nivel mundial a razón de 4.5% puntos porcentuales menos, del 2007 al 2015, al igual que Alemania que ocupa la segunda posición el cual perdió 1.43 puntos porcentuales del 2007 al 2015, en tercer lugar Italia con tendencia a ganar participación, posterior Estados Unidos, México, España y China con un índice de participación negativos se encuentra Rusia, Japón, Reino Unido y Brasil.

6.1.4 ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN EL INTERCAMBIO COMERCIAL NACIONAL

Otra manera de analizar la importancia del sector cosmético y del cuidado personal de los países es midiendo la participación que representa este sector para cada país su balanza comercial.

6.1.4.1 Índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por exportaciones

Tabla 22. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por exportaciones

PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL SCCP MEDIDA POR EXPORTACIONES TOTALES DEL PAÍS									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	0.5820%	0.5726%	0.6777%	0.6241%	0.5632%	0.5851%	0.6105%	0.6196%	0.6790%
CHINA	0.1457%	0.1327%	0.1584%	0.1517%	0.1536%	0.1580%	0.1587%	0.1612%	0.1791%
BRASIL	0.2864%	0.2763%	0.3216%	0.2904%	0.2425%	0.2378%	0.2180%	0.2388%	0.2497%
JAPÓN	0.1398%	0.1511%	0.2199%	0.2070%	0.2158%	0.2165%	0.2181%	0.2350%	0.3111%
ALEMANIA	0.5859%	0.5846%	0.6851%	0.6650%	0.6504%	0.6754%	0.6857%	0.6632%	0.6449%
REINO UNIDO	1.1561%	1.0384%	1.2168%	1.0594%	0.9979%	1.0409%	1.0142%	1.1284%	1.0703%
FRANCIA	2.4847%	2.4413%	2.6337%	2.5069%	2.5405%	2.4902%	2.5745%	2.6787%	2.3666%
RUSIA	0.0927%	0.0813%	0.1162%	0.0730%	0.0626%	0.1068%	0.1239%	0.1188%	0.1362%
ITALIA	0.7115%	0.6101%	0.7857%	0.7759%	0.7742%	0.7864%	0.8693%	0.8900%	0.9788%
ESPAÑA	1.0022%	1.0051%	1.1503%	1.2039%	1.0662%	1.0682%	1.1435%	1.1526%	1.1790%
MÉXICO	0.4832%	0.5140%	0.7602%	0.5647%	0.5563%	0.5815%	0.6416%	0.5879%	0.5733%

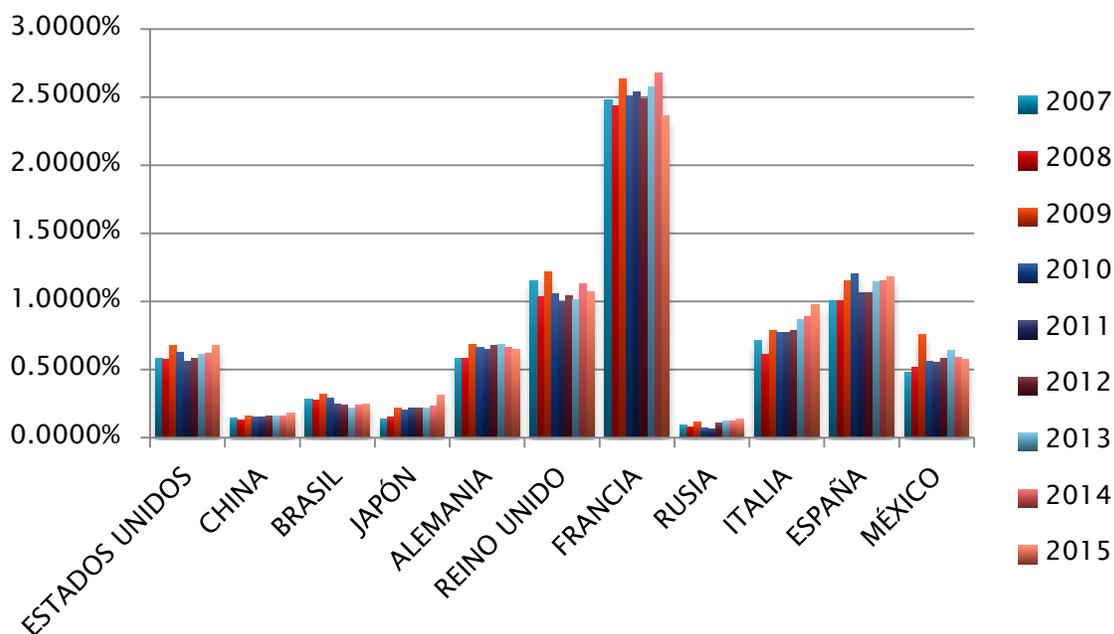
Fuente: elaboración propia (2016).

Las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal representan el 2.36% del total de exportaciones para Francia, el segundo país donde más peso tiene este sector en el total de sus exportaciones es España al que le representa el 1.17% en el último periodo de análisis, seguido de Reino unido con un 1.07%, posteriormente Italia con el 0.97%, Alemania con un 0.64%, Estados Unidos con 0.67% en séptima posición se encuentra

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

México en donde el SCCP aporta el 0.57% del total de las exportaciones del país, seguido de Japón al que le representa el 0.31%, Brasil con 0.24% y la penúltima posición se encuentra China con el 0.17%, y al final se encuentra Rusia con un 0.13%. Los bajos resultados de este índice de participación en los países se deben principalmente a dos factores el primero es un bajo nivel de exportaciones en el sector, el segundo es para el caso de Estados Unidos y China que ambos países cuentan con altos niveles de exportación y sectores más desarrollados que aportan en mayor cantidad a estos.

Gráfica 16. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por exportaciones



Fuente: elaboración propia (2016).

6.1.4.2 Índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por importaciones

Tabla 23. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por importaciones

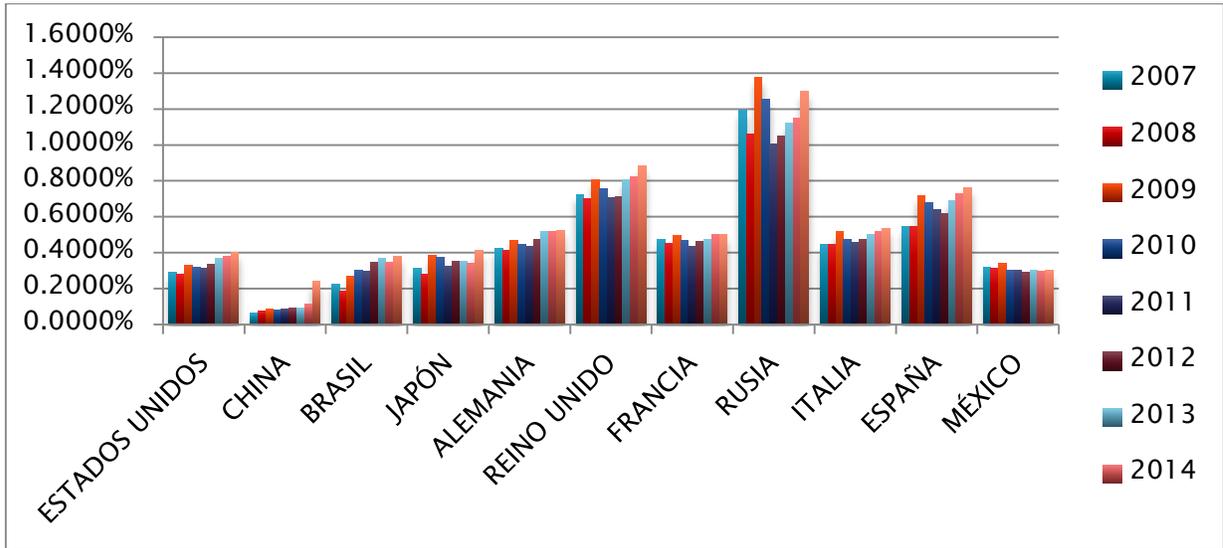
PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL SCCP MEDIDA POR IMPORTACIONES TOTALES DEL PAÍS									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	0.2894%	0.2774%	0.3310%	0.3158%	0.3112%	0.3322%	0.3663%	0.3784%	0.4003%
CHINA	0.0611%	0.0721%	0.0858%	0.0814%	0.0854%	0.0895%	0.0921%	0.1154%	0.2394%
BRASIL	0.2259%	0.1829%	0.2667%	0.3003%	0.2976%	0.3462%	0.3689%	0.3467%	0.3807%
JAPÓN	0.3143%	0.2772%	0.3851%	0.3731%	0.3238%	0.3538%	0.3504%	0.3373%	0.4120%
ALEMANIA	0.4244%	0.4105%	0.4693%	0.4454%	0.4379%	0.4717%	0.5195%	0.5144%	0.5264%
REINO UNIDO	0.7241%	0.7026%	0.8051%	0.7567%	0.7045%	0.7143%	0.8061%	0.8224%	0.8837%
FRANCIA	0.4767%	0.4502%	0.4954%	0.4671%	0.4369%	0.4601%	0.4752%	0.5010%	0.5035%
RUSIA	1.1933%	1.0610%	1.3761%	1.2522%	1.0076%	1.0499%	1.1214%	1.1490%	1.2987%
ITALIA	0.4474%	0.4450%	0.5179%	0.4711%	0.4576%	0.4713%	0.5008%	0.5203%	0.5373%
ESPAÑA	0.5434%	0.5460%	0.7158%	0.6804%	0.6376%	0.6186%	0.6889%	0.7263%	0.7626%
MÉXICO	0.3181%	0.3105%	0.3387%	0.3026%	0.3021%	0.2894%	0.3008%	0.2990%	0.3019%

Fuente: elaboración propia (2016).

Las importaciones del sector cosmético y del cuidado personal le representan al Rusia el 1.29% del total de sus importaciones, seguido de Reino Unido al que le representan el 0.88% para el último periodo de análisis, el tercer país donde más peso relativo tienen las importaciones del sector es España con un 0.76%, posteriormente Italia con el 0.53%, Alemania con un 0.52%, Francia con 0.50%, Japón con el 0.41%, Estados Unidos con el 0.40%, Brasil con un 0.38%, en la décima posición México al que el total de importaciones del sector le representan el 0.30% del total de las importaciones del país y por ultimo China con un 0.23%. Los bajos resultados de este índice de participación en los países se deben principalmente a dos factores el primero es un bajo nivel de importaciones en el sector, el segundo es que los países con un índice bajo cuentan con otros segmentos con un mayor índice de importación.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Gráfica 17. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional medido por importaciones



Fuente: elaboración propia (2016).

6.1.4.3 Índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional

Tabla 24. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional

PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL SCCP MEDIDA POR INTERCAMBIOS COMERCIALES DEL PAÍS									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	0.2926%	0.2953%	0.3468%	0.3083%	0.2520%	0.2528%	0.2442%	0.2412%	0.2787%
CHINA	0.0845%	0.0607%	0.0726%	0.0703%	0.0682%	0.0685%	0.0667%	0.0458%	-0.0603%
BRASIL	0.0605%	0.0934%	0.0549%	-0.0098%	-0.0551%	-0.1084%	-0.1509%	-0.1079%	-0.1309%
JAPÓN	-0.1745%	-0.1262%	-0.1652%	-0.1662%	-0.1080%	-0.1373%	-0.1323%	-0.1024%	-0.1008%
ALEMANIA	0.1615%	0.1805%	0.2158%	0.2196%	0.2125%	0.2038%	0.1662%	0.1487%	0.1184%
REINO UNIDO	0.4321%	0.3358%	0.4116%	0.3027%	0.2934%	0.3266%	0.2080%	0.3060%	0.1866%
FRANCIA	2.0079%	1.9912%	2.1384%	2.0397%	2.1036%	2.0301%	2.0993%	2.1778%	1.8632%
RUSIA	-1.1006%	-0.9797%	-1.2599%	-1.1792%	-0.9450%	-0.9432%	-0.9975%	-1.0302%	-1.1625%
ITALIA	0.2641%	0.1651%	0.2678%	0.3048%	0.3165%	0.3151%	0.3686%	0.3697%	0.4414%
ESPAÑA	0.4588%	0.4591%	0.4346%	0.5235%	0.4286%	0.4496%	0.4546%	0.4263%	0.4163%
MÉXICO	0.1651%	0.2035%	0.4215%	0.2621%	0.2542%	0.2921%	0.3408%	0.2889%	0.2715%

Fuente: elaboración propia (2016).

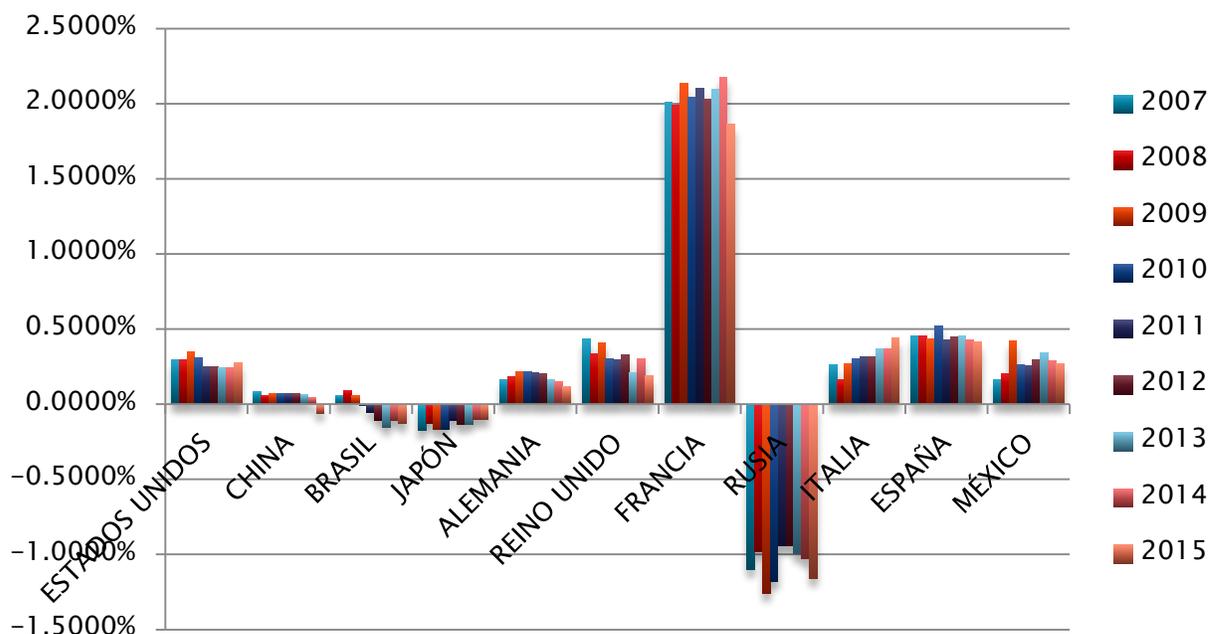
El resultado de este índice indica el peso que tienen las exportaciones/importaciones del sector cosmético y del cuidado personal en el total de la balanza comercial del país, un índice negativo indica un déficit a la balanza y un índice positivo indica lo que a razón del intercambio el sector aporta a la balanza cada país.

En primer lugar por índice de participación a la balanza comercial con resultados positivos se encuentra Francia al que el sector cosmético y del cuidado personal el aporta un superávit del el 1.86% a su balanza comercial, seguido de Italia con un superávit del 0.44%, posteriormente España con un 0.41%, en la cuarta posición se encuentra Estados Unidos con 0.278% y con una diferencia muy corta le sigue en la quinta posición México con un 0.271%, posteriormente Reino unido con un superávit del 0.18% y Alemania del 0.11, los países a los que a razón del intercambio comercial, el sector cosmético y del cuidado personal les representa un déficit en su balanza comercial para el último periodo de análisis son China con déficit del -0.06, este país había estado mostrando un saldo positivo durante todo el periodo, el declive se presenta justamente en el último periodo de análisis lo que lo

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

coloca en la octava posición. Seguido de este se encuentra Japón con un déficit del 0.10%, Brasil con -0.13 y por último Rusia con un -1.16%. El tamaño de la balanza comercial de cada país influye en este índice, a razón de que en cuanto mayor sea su comercio exterior, aun si su sector cosmético y del cuidado personal es altamente exportador como en el caso de Estados Unidos, la aportación de este sector en la balanza disminuye debido a que cuenta con otros sectores de mayor aportación, así si la balanza comercial del país de análisis es de menor tamaño, la aportación relativa del sector cosmético y del cuidado personal aumenta, como es el caso de México, es por eso que los resultados de este índice, muestran participaciones relativas similares para ambos países, debido a que guardada la proporción de cada país de su comercio exterior, a ambos países les representa un peso similar el sector cosmético y del cuidado personal dentro de sus balanzas comerciales.

Gráfica 18. Resultados del índice de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en el intercambio comercial nacional



Fuente: elaboración propia (2016).

6.1.5 ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL COMERCIO EN EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN EL PIB NACIONAL

Este índice muestra la participación que tienen las exportaciones/importaciones del sector cosmético y del cuidado personal de cada país en su producción interna bruta, sin contemplar el consumo local.

6.1.5.1 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por exportaciones

Tabla 25. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por exportaciones

PARTICIPACIÓN RELATIVA EN EL PIB MEDIDA POR EXPORTACIONES DEL SCCP									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	0.0455%	0.0506%	0.0497%	0.0533%	0.0538%	0.0560%	0.0578%	0.0579%	0.0569%
CHINA	0.0491%	0.0417%	0.0376%	0.0396%	0.0389%	0.0383%	0.0369%	0.0365%	0.0376%
BRASIL	0.0321%	0.0322%	0.0295%	0.0259%	0.0237%	0.0234%	0.0214%	0.0222%	0.0269%
JAPÓN	0.0223%	0.0243%	0.0254%	0.0290%	0.0301%	0.0290%	0.0318%	0.0353%	0.0472%
ALEMANIA	0.2203%	0.2285%	0.2261%	0.2474%	0.2566%	0.2690%	0.2657%	0.2569%	0.2558%
REINO UNIDO	0.1720%	0.1792%	0.1890%	0.1860%	0.1989%	0.1905%	0.2049%	0.1929%	0.1750%
FRANCIA	0.4902%	0.4965%	0.4537%	0.4846%	0.5197%	0.5187%	0.5206%	0.5366%	0.5600%
RUSIA	0.0245%	0.0229%	0.0287%	0.0190%	0.0159%	0.0258%	0.0293%	0.0291%	0.0353%
ITALIA	0.1572%	0.1382%	0.1462%	0.1631%	0.1780%	0.1903%	0.2115%	0.2203%	0.2474%
ESPAÑA	0.1674%	0.1717%	0.1712%	0.2070%	0.2137%	0.2279%	0.2598%	0.2659%	0.2735%
MÉXICO	0.1226%	0.1360%	0.1951%	0.1603%	0.1660%	0.1816%	0.1932%	0.1799%	0.1908%

Fuente: elaboración propia (2016).

Este índice presenta la participación de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal de cada país en la producción interna bruta de cada uno, excluyendo para fines de este documento, el cálculo de la producción de productos cosméticos y del cuidado personal que se realizaron durante el periodo de estudio, pero que fueron destinados para el consumo local o almacenamiento, por lo que los resultados de la Tabla 25, representan únicamente el monto de este sector que fue exportado, por cada país en el periodo de análisis.

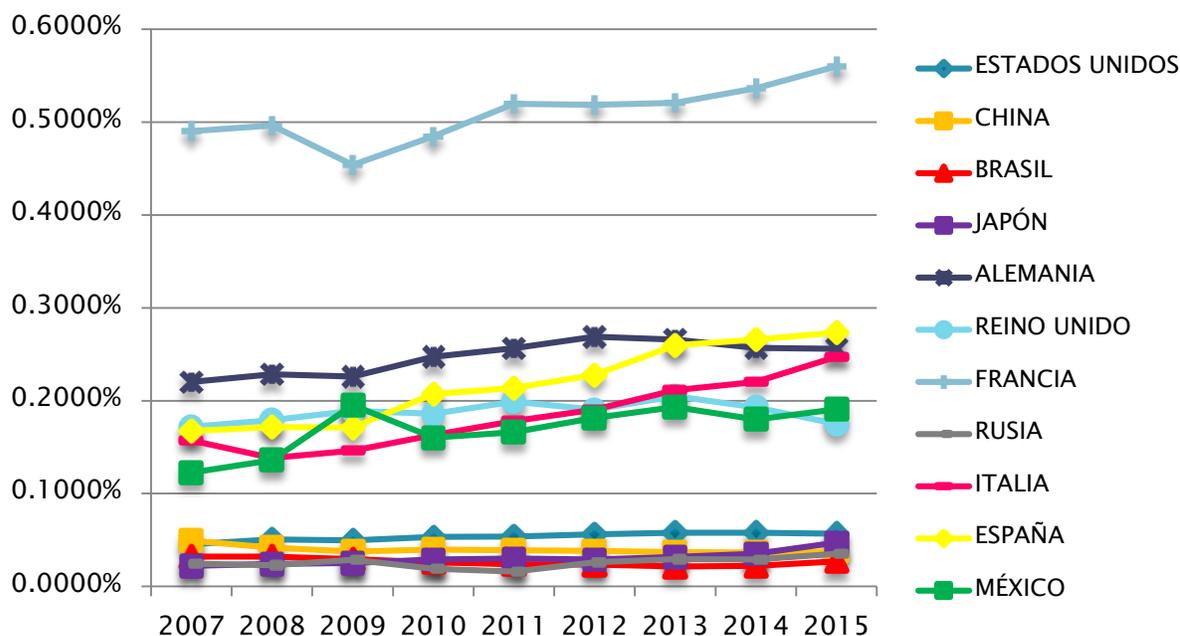
La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Al ser un índice de participación relativa los resultados de esta análisis se deben principalmente a dos factores, una posición favorable se debe al aumento de la producción nacional de bienes pertenecientes al sector cosmético y del cuidado personal dedicados a la exportación o a una disminución en la producción nacional del conjunto de bienes y servicios.

Así a su vez un mayor crecimiento se puede observar si ocurren ambos factores a la vez, un aumento en la producción del sector cosmético y del cuidado personal dedicado a la exportación y una disminución del PIB nacional, tal fue el caso de México en el 2009, donde la recuperación económica de la crisis del 2008 afectó la productividad de varios sectores nacionales, incluyendo al SCCP, sin embargo este tuvo una rápida recuperación, con un crecimiento sobre las cifras de PIB nacional de ese año, por lo que se puede observar un desempeño elevado para el periodo 2009 en la gráfica 19.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Gráfica 19. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por exportaciones



Fuente: elaboración propia (2016).

El segundo mejor desempeño de la tabla para México se encuentra en el año 2013, año en el que el PIB tuvo un crecimiento positivo promedio sin embargo las exportaciones del SCCP tuvieron su cumbre, siendo el año más productivo y con mayor volumen de exportaciones. Durante el último periodo de análisis México paso de ser el 6to país en la gráfica a ser el 5to, esto debido a que caso contrario, Reino Unido presento una disminución en el PIB y en el SCCP lo que incremento el declive en la curva representada en la gráfica 19. Durante el periodo 2015, nueve de los once países presentan una disminución de su producto interno bruto a excepción de Estados Unidos de América y China, estos dos países se mantienen con curvas positivas sin embargo en niveles 7mo y 9no respectivamente, dado que la participación relativa del SCCP es menor para ambos países, debido a que su PIB total es mucho mayor en el resto de sectores productivos.

6.1.5.2 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por importaciones

Tabla 26. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por importaciones

PARTICIPACIÓN RELATIVA EN EL PIB MEDIDA POR IMPORTACIONES DEL SCCP									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	0.0392%	0.0408%	0.0368%	0.0415%	0.0454%	0.0480%	0.0511%	0.0526%	0.0515%
CHINA	0.0161%	0.0179%	0.0171%	0.0188%	0.0199%	0.0192%	0.0189%	0.0218%	0.0371%
BRASIL	0.0190%	0.0187%	0.0204%	0.0245%	0.0257%	0.0314%	0.0358%	0.0329%	0.0368%
JAPÓN	0.0437%	0.0436%	0.0422%	0.0471%	0.0469%	0.0526%	0.0595%	0.0596%	0.0625%
ALEMANIA	0.1272%	0.1317%	0.1288%	0.1390%	0.1469%	0.1547%	0.1647%	0.1616%	0.1657%
REINO UNIDO	0.1614%	0.1774%	0.1920%	0.1976%	0.1948%	0.1872%	0.1954%	0.1910%	0.1952%
FRANCIA	0.1065%	0.1070%	0.0994%	0.1057%	0.1089%	0.1144%	0.1136%	0.1169%	0.1354%
RUSIA	0.1785%	0.1706%	0.1922%	0.1880%	0.1518%	0.1530%	0.1583%	0.1622%	0.1790%
ITALIA	0.1012%	0.1044%	0.0983%	0.1080%	0.1124%	0.1112%	0.1127%	0.1153%	0.1211%
ESPAÑA	0.1399%	0.1398%	0.1373%	0.1499%	0.1555%	0.1504%	0.1672%	0.1846%	0.1942%
MÉXICO	0.0837%	0.0870%	0.0887%	0.0868%	0.0905%	0.0904%	0.0909%	0.0921%	0.1043%

Fuente: elaboración propia (2016).

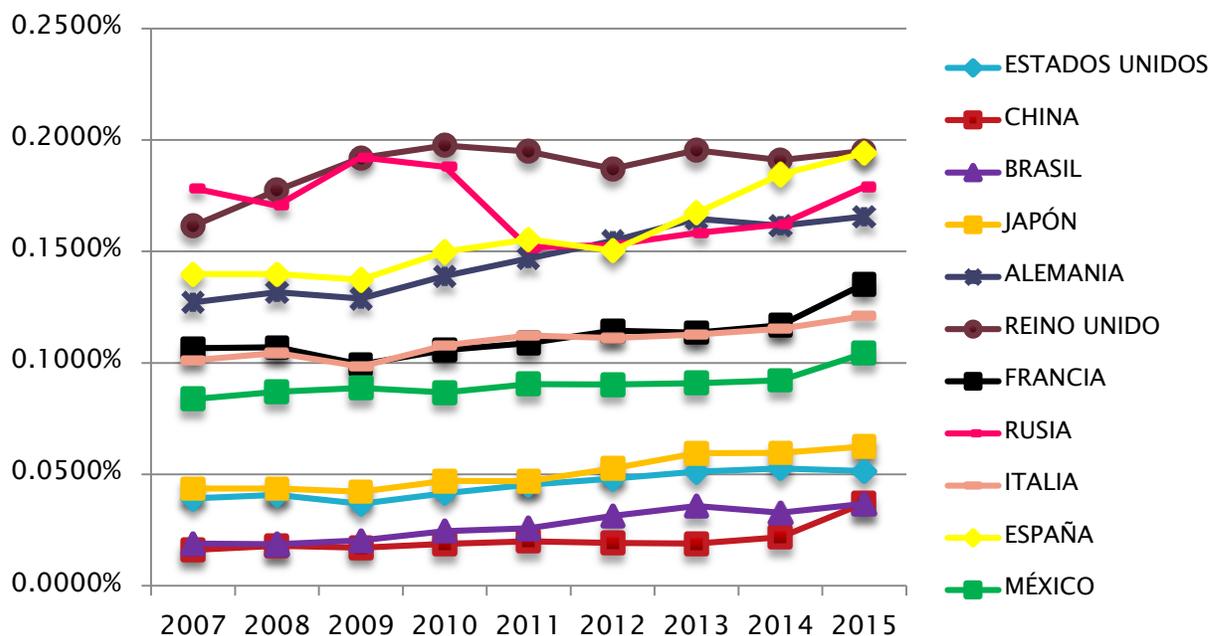
Este índice presenta la participación de las importaciones del sector cosmético y del cuidado personal de cada país en la producción interna bruta de cada uno. Los resultados de la Tabla 26, representan únicamente el monto de este sector que fue importado, por cada país en el periodo de análisis.

Al ser un índice de participación relativa los resultados de este análisis se deben principalmente a dos factores, la disminución de la propensión a importar bienes pertenecientes al sector cosmético y del cuidado personal o a un aumento en la producción nacional del conjunto de bienes y servicios. Así entre menor sea la razón de este índice, se entenderá como un resultado favorable caso contrario entre mayor sea un resultado es indicativo de una dependencia a importar producto del SCCP afectando así a la producción nacional en dicho sector.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Así a su vez un mayor decrecimiento se puede observar si ocurren ambos factores a la vez, un aumento de la propensión a importar bienes pertenecientes al sector cosmético y del cuidado personal o a una disminución en la producción nacional del conjunto de bienes y servicios. Tal fue el caso de México para el año 2015, véase en la gráfica 20.

Gráfica 20. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional medido por importaciones



Fuente: elaboración propia (2016).

Estados Unidos de América es el principal importador de este sector sin embargo, su PIB disminuye el grado de participación que pudiese tener las importaciones del SCCP, colocándolo en la 3ra posición. En la última posición se encuentra Reino Unido, este país ha ido aumentando exponencialmente las importaciones de productos cosméticos y del sector cosmético, a razón superior de lo que ha aumentado su producción interna bruta, al igual que España, Rusia y Alemania. México se encuentra en la 5ta posición con un aumento de las importaciones del SCCP y una disminución de su producción interna bruta.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

6.1.5.3 Índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional

Tabla 27. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional

PARTICIPACIÓN RELATIVA EN EL PIB MEDIDA POR INTERCAMBIOS COMERCIALES DEL SCCP									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	0.0062%	0.0098%	0.0129%	0.0118%	0.0084%	0.0079%	0.0067%	0.0053%	0.0054%
CHINA	0.0330%	0.0238%	0.0206%	0.0208%	0.0190%	0.0190%	0.0180%	0.0147%	0.0006%
BRASIL	0.0131%	0.0136%	0.0091%	0.0014%	-0.0020%	-0.0080%	-0.0144%	-0.0106%	-0.0099%
JAPÓN	-0.0214%	-0.0193%	-0.0169%	-0.0181%	-0.0168%	-0.0236%	-0.0277%	-0.0243%	-0.0154%
ALEMANIA	0.0931%	0.0967%	0.0972%	0.1083%	0.1097%	0.1143%	0.1010%	0.0953%	0.0901%
REINO UNIDO	0.0107%	0.0018%	-0.0030%	-0.0116%	0.0041%	0.0033%	0.0096%	0.0019%	-0.0201%
FRANCIA	0.3836%	0.3895%	0.3543%	0.3788%	0.4108%	0.4043%	0.4070%	0.4197%	0.4245%
RUSIA	-0.1540%	-0.1477%	-0.1635%	-0.1690%	-0.1358%	-0.1272%	-0.1290%	-0.1330%	-0.1437%
ITALIA	0.0561%	0.0338%	0.0479%	0.0552%	0.0656%	0.0791%	0.0988%	0.1050%	0.1263%
ESPAÑA	0.0275%	0.0318%	0.0339%	0.0571%	0.0582%	0.0775%	0.0925%	0.0814%	0.0793%
MÉXICO	0.0389%	0.0490%	0.1064%	0.0735%	0.0755%	0.0912%	0.1023%	0.0877%	0.0865%

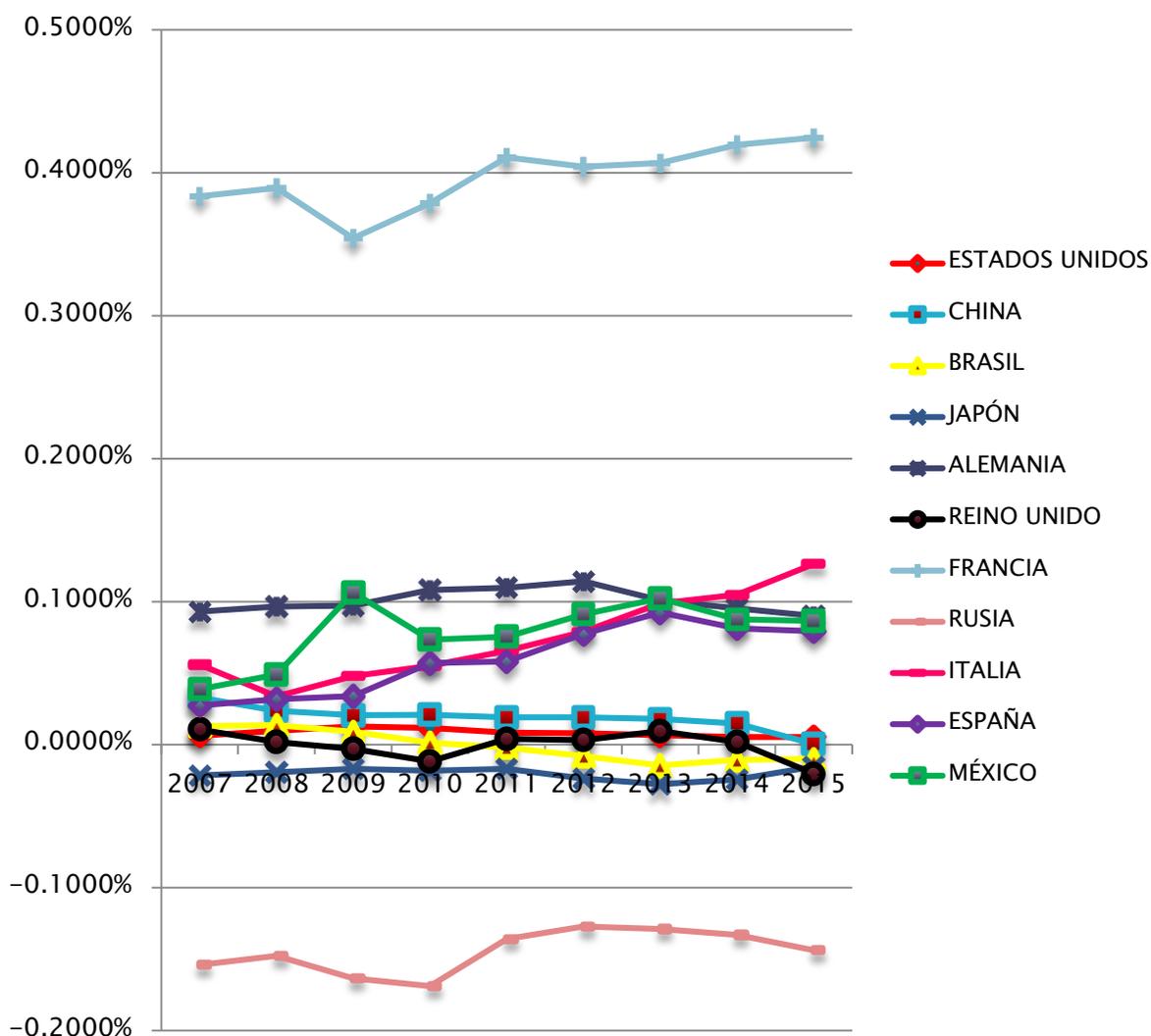
Fuente: elaboración propia (2016).

El resultado de este índice indica la participación relativa que tienen las exportaciones/importaciones del sector cosmético y del cuidado personal en el PIB del país, en primer lugar se encuentra Francia en donde el intercambio comercial exterior del sector cosmético y del cuidado personal le aporta el 0.42% al PIB francés, seguido de Italia con un 0.12%, en tercera posición se encuentra Alemania con una participación 0.09%, en cuarta posición se encuentra México con una participación para el último periodo del 0.08% al PIB nacional, en quinta posición se encuentra España con 0.08%, Estados Unidos con 0.005% y China con 0.0006%, los siguientes países obtuvieron resultados negativos en la participación del intercambio comercial exterior del sector cosmético y del cuidado personal en el producto interno bruto de su país, debido a un déficit en el sector, Brasil con -0.009%, Japón con -0.015%, Reino Unido con -0.02 y en última posición Rusia con -0.14%. El valor del PIB de cada país influye en este índice, a razón de que en cuanto mayor sea su PIB, aun si su sector cosmético y del cuidado personal es altamente exportador como

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

en el caso de Estados Unidos, la aportación de este sector en la balanza disminuye debido a que cuenta con otros sectores de mayor aportación, así si el PIB del país de análisis es de menor tamaño, la aportación relativa del sector cosmético y del cuidado personal aumenta, como es el caso de México, es por eso que los resultados de este índice, muestran a México en 4ta posición por sobre España, Estados Unidos y China.

Gráfica 21. Resultados del índice de participación relativa del comercio en el sector cosmético y del cuidado personal en el PIB nacional



Fuente: elaboración propia (2016).

6.1.6 ÍNDICE PER CÁPITA DEL INTERCAMBIO COMERCIAL EN EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL

Este indicador muestra las exportaciones/importaciones por habitante de cada país del sector cosmético y del cuidado personal, así como los resultados de los intercambios comerciales por habitante de cada país.

6.1.6.1 Índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por exportaciones

Tabla 28. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por exportaciones

EXPORTACIONES DEL SCCP POR HABITANTE									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	22.46	24.66	23.35	25.48	25.91	27.35	28.46	28.96	28.94
CHINA	1.35	1.44	1.43	1.77	2.10	2.28	2.42	2.55	2.72
BRASIL	2.39	2.83	2.50	2.85	3.00	2.71	2.42	2.40	2.09
JAPÓN	7.80	9.29	9.97	12.29	13.45	12.88	11.45	11.74	13.95
ALEMANIA	94.65	105.19	94.34	102.11	114.08	112.56	113.29	112.88	96.06
REINO UNIDO	85.60	81.59	70.26	70.37	78.99	74.73	81.06	82.13	69.74
FRANCIA	209.48	227.17	188.90	194.87	220.43	201.31	207.29	210.03	184.92
RUSIA	2.29	2.69	2.46	2.01	2.19	3.72	4.26	3.78	2.96
ITALIA	60.90	56.61	54.05	57.78	66.03	62.96	69.93	71.33	67.27
ESPAÑA	56.23	61.54	55.36	62.88	65.83	62.07	71.33	72.70	64.35
MÉXICO	11.61	13.12	14.95	14.03	15.63	16.78	18.42	17.13	15.66

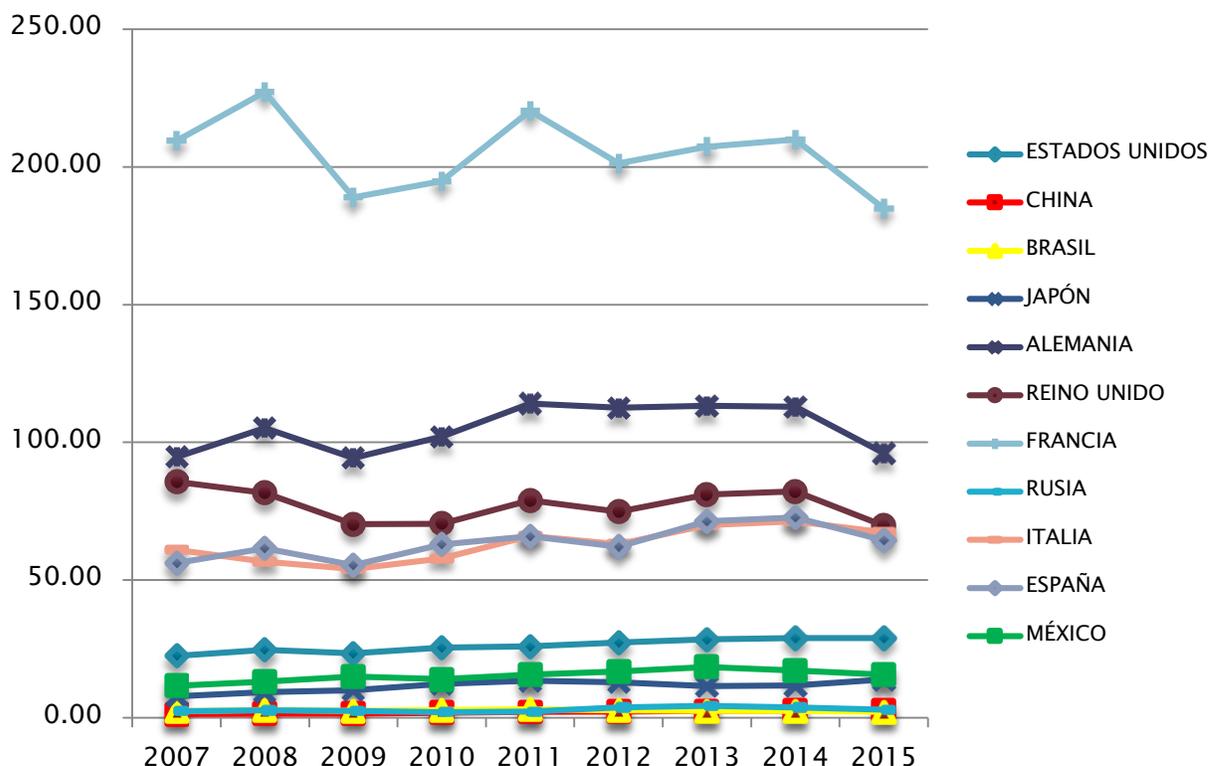
Fuente: Elaboración propia (2016).

*Dólares Estadounidenses

Este índice presenta la cantidad en dólares estadounidenses por habitante proveniente de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal de cada país, excluyendo para fines de este documento, el cálculo de la producción de productos cosméticos y del cuidado personal que se realizaron durante el periodo de estudio, pero que fueron destinados para el consumo local o almacenamiento, por lo que los resultados de la Tabla 28, representan únicamente el monto de este sector que fue exportado, por cada país en el periodo de análisis.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Gráfica 22. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por exportaciones



Fuente: elaboración propia (2016).

La cima de las exportaciones de este sector, las mantiene el mercado Europeo, sus curvas se asemejan guardando las proporciones de cada país, las pendientes más pronunciadas las muestra la curva de Francia el coloso del sector cosmético y del cuidado personal, sus exportaciones duplican en valor monetario las exportaciones de su competidor más cercano Alemania. Reino Unido, Italia y España se han colocado para el último periodo en un punto de proximidad, esto debido a la pérdida competitiva de Reino Unido en este sector, donde la tendencia a importar es la que está en aumento durante los últimos años. En el segundo bloque se encuentra Estados Unidos en la sexta posición y México en la séptima. En la décima posición por debajo de Rusia se encuentra China, este coloso exportador, mantiene cifras bajas para este índice debido a su alta concentración poblacional, al ser un índice per cápita, las cifras demuestran el poco impacto que este sector posee para el grueso de la población China.

6.1.6.2 Índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por importaciones

Tabla 29. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por importaciones

IMPORTACIONES DEL SCCP POR HABITANTE									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	19.38	19.90	17.28	19.85	21.87	23.47	25.19	26.32	26.17
CHINA	0.44	0.62	0.65	0.84	1.07	1.15	1.24	1.52	2.67
BRASIL	1.41	1.64	1.73	2.70	3.25	3.63	4.05	3.55	2.86
JAPÓN	15.28	16.63	16.60	19.98	20.97	23.36	21.44	19.83	18.49
ALEMANIA	54.65	60.66	53.77	57.40	65.31	64.73	70.23	71.01	62.22
REINO UNIDO	80.28	80.79	71.37	74.75	77.35	73.44	77.26	81.31	77.76
FRANCIA	45.53	48.97	41.38	42.52	46.19	44.41	45.22	45.74	44.73
RUSIA	16.69	20.00	16.46	19.82	20.88	22.03	23.01	21.07	15.01
ITALIA	39.18	42.75	36.35	38.23	41.69	36.80	37.27	37.33	32.92
ESPAÑA	47.00	50.13	44.38	45.54	47.91	40.96	45.92	50.46	45.69
MÉXICO	7.93	8.40	6.80	7.60	8.52	8.35	8.67	8.78	8.56

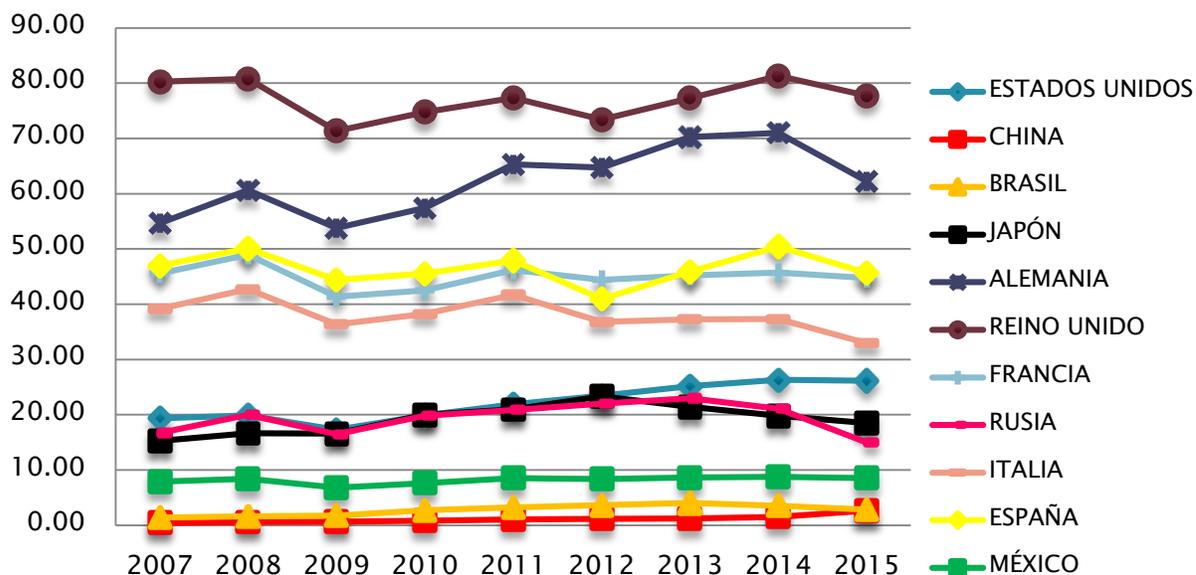
Fuente: elaboración propia (2016).

Este índice presenta la cantidad en dólares estadounidenses por habitante proveniente de las importaciones del sector cosmético y del cuidado personal de cada país. Nos muestra un promedio de lo que una persona puede llegar a consumir en productos importados del sector cosméticos y del cuidado personal en un año siendo el mayor consumidor Reino Unido donde en promedio por habitante consumen hasta \$77.14 dólares anuales, esta cifra pudiese ser superior en la realidad debido a que solo el 55% de la población se encuentran en el rango de edad de mayor consumo de entre 15 y 65 años de edad. Es de destacar que los países con mayor producción de este sector y con mayores exportaciones es decir el bloque de países Europeos también sea el bloque de mayor consumo con un rango de entre los 30 y los 82 dólares per cápita Italia, España, Francia, Alemania y Reino Unido son los mayores consumidores del mundo en este sector. Es la cotidianidad y la ambigüedad histórica del uso de productos de este sector que les brinda parte de su ventaja para la exportación de estos bienes, a la vez que la difusión de los medios para promover el usos de

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

estos productos vuelven a estas poblaciones consumidoras debido al conocimiento y accesibilidad que tienen de distintas marcas en los mercados internacionales.

Gráfica 23. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal medido por importaciones



Fuente: elaboración propia (2016).

En la gráfica 23 se observan 4 grupos de importadores de productos cosméticos y del cuidado personal, encabezado por Reino Unido y Alemania, ambas curvas presentan una similitud, descendiendo la tendencia a importar en el último periodo de análisis, en el segundo bloque España, Francia e Italia. La curva con menor variación es Francia, Italia tiene una tendencia a importar cada vez menor y España quien ha tenido más fluctuaciones en sus hábitos de consumo en el tercer bloque Estados Unidos, Japón y Rusia quienes mantienen una similitud del consumo hasta el 2012, aumentando considerablemente las importaciones per cápita Estados Unidos, lo que en general lo convierte en el mayor importador del mundo de este sector. En el último bloque se encuentra México, Brasil y China, México se mantiene constante con menos de un dólar per cápita de fluctuación durante todo el periodo de análisis, Brasil que elevó considerablemente su consumo durante el año 2013 y en el 2015 se ha retraído un poco y China quien muestra una tendencia a la alza en las importaciones per cápita del sector.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

6.1.6.3 Índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal

Tabla 30. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal

INTERCAMBIO COMERCIAL POR HABITANTE									
SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	3.08	4.77	6.06	5.62	4.04	3.88	3.28	2.63	2.77
CHINA	0.91	0.82	0.78	0.93	1.03	1.13	1.18	1.02	0.04
BRASIL	0.97	1.19	0.77	0.16	-0.25	-0.92	-1.63	-1.15	-0.77
JAPÓN	-7.48	-7.34	-6.63	-7.69	-7.52	-10.48	-9.98	-8.09	-4.54
ALEMANIA	40.00	44.53	40.57	44.71	48.77	47.83	43.05	41.87	33.83
REINO UNIDO	5.31	0.81	-1.11	-4.38	1.63	1.29	3.79	0.82	-8.03
FRANCIA	163.96	178.20	147.53	152.34	174.24	156.90	162.07	164.29	140.20
RUSIA	-14.40	-17.32	-14.01	-17.82	-18.69	-18.32	-18.76	-17.29	-12.05
ITALIA	21.72	13.86	17.69	19.55	24.35	26.16	32.66	34.00	34.35
ESPAÑA	9.22	11.41	10.98	17.35	17.92	21.11	25.41	22.24	18.66
MÉXICO	3.68	4.72	8.15	6.43	7.11	8.43	9.76	8.36	7.10

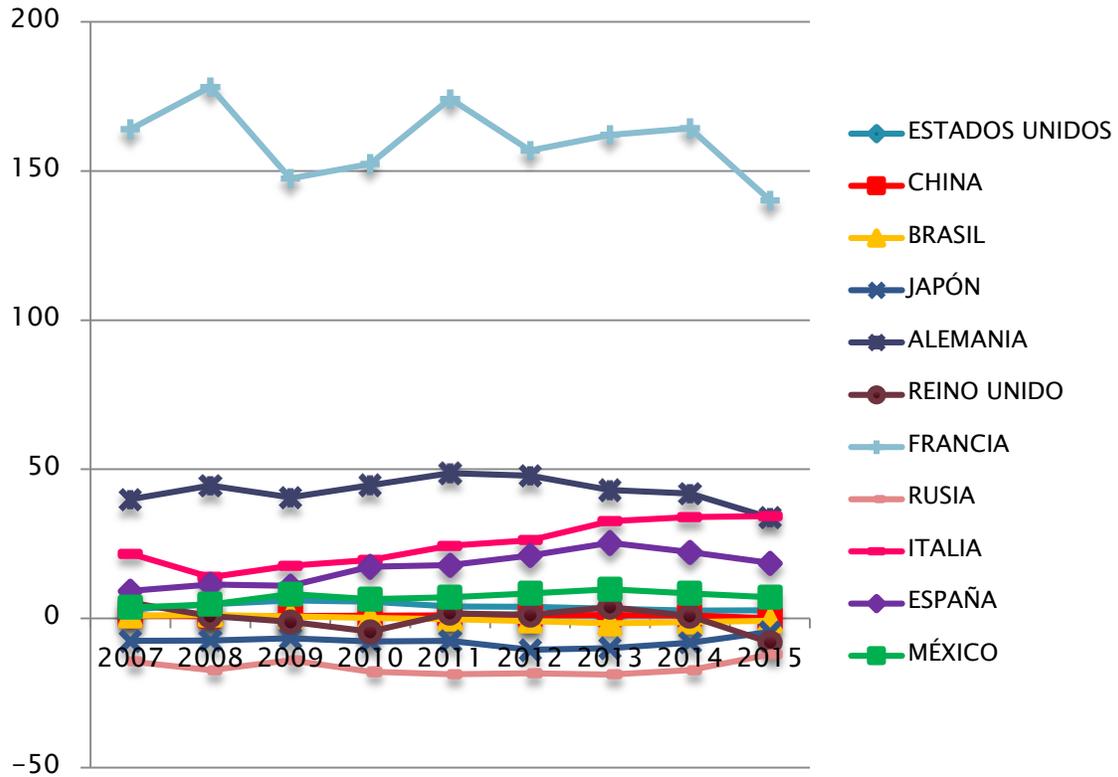
Fuente: elaboración propia (2016).

Las exportaciones/importaciones del sector cosmético y del cuidado personal por habitante en Francia son las más altas se estima un resultado de 140.20 dólares estadounidenses por habitante, seguido de Italia con 34.35 dólares estadounidenses, en tercera posición Alemania con 33.83 dólares por habitante, en orden descendente, España con 18.66 dólares, México con 7.10 dólares, Estados Unidos con 2.77 dólares y por último China con 0.04 dólares. Con resultados negativos se encuentra los siguientes países, Brasil con -0.77 dólares estadounidenses por habitante, Japón con -4.54 dólares, Reino Unido con -8.03 y por último Rusia con -12.05 dólares por habitante. Dos factores influyen en los resultados de este índice, uno la población y dos la propensión a importar, países como China y Estados Unidos altamente poblados disminuyen a razón del número de su población las exportaciones lo que le representa valores menores, estos países a pesar de ser altamente exportadores del sector cosmético y del cuidado personal han demostrado una tendencia

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

intra-producto, es decir también son altamente importadores del mismo sector lo que disminuye su posición en el índice.

Gráfica 24. Resultados del índice per cápita del intercambio comercial en el sector cosmético y del cuidado personal



Fuente: elaboración propia (2016).

6.1.7 ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN RELATIVA EN EL INTERCAMBIO MUNDIAL EN EL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL DESGLOSADO POR SEGMENTO

El sector cosmético y del cuidado personal, para el análisis de este trabajo de investigación se conformó por 6 segmentos (véase la tabla 1).

Tabla 1. Segmentos que conforman el sector cosmético y del cuidado personal

SA	SEGMENTO
3303	Perfumes y agua de tocador.
3304	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.
3305	Preparaciones capilares.
3306	Preparaciones para higiene bucal o dental.
3307	Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios.
3401	Jabón y preparaciones orgánicas tenso activas para el cuidado de la piel, líquidos o en crema.

Fuente: elaboración propia (2016)

Así la modificación sugerida a este índice, se realizó para cada país de análisis en el periodo 2007-2015 en función de las exportaciones e importaciones mundiales de cada segmento que conforma el sector cosmético y del cuidado personal, los resultados de cada índice por segmento revelarán aquellos segmentos en los que cada país pudiese ostentar una mayor ventaja y por lo tanto cuáles segmentos del sector cosmético y del cuidado personal contribuyen al grado competitivo en el que se encuentra cada uno.

6.1.7.1 Segmento 3303 perfumes y aguas de tocador

Los resultado de este índice, muestran la participación que ostenta cada país en las exportaciones del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador.

Tabla 31. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador medida por exportaciones.

APERTURA MEDIDA POR EXPORTACIONES									
3303 PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	9.03%	9.05%	10.00%	10.22%	9.45%	9.72%	9.72%	9.62%	10.00%
CHINA	0.41%	0.39%	0.50%	0.60%	0.62%	0.68%	0.58%	0.61%	0.85%
BRASIL	0.04%	0.04%	0.06%	0.03%	0.04%	0.07%	0.04%	0.05%	0.06%
JAPÓN	0.01%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%
ALEMANIA	12.08%	12.63%	12.61%	13.11%	13.07%	13.02%	12.41%	12.03%	11.20%
REINO UNIDO	5.79%	5.39%	5.73%	5.32%	5.00%	5.11%	5.28%	5.43%	5.08%
FRANCIA	34.98%	33.79%	32.48%	29.47%	29.63%	27.37%	26.04%	26.74%	27.58%
RUSIA	0.12%	0.16%	0.24%	0.16%	0.10%	0.19%	0.26%	0.27%	0.26%
ITALIA	6.16%	5.83%	5.01%	5.50%	5.67%	5.32%	5.76%	5.69%	6.11%
ESPAÑA	5.09%	5.62%	6.94%	7.72%	7.43%	7.04%	8.32%	8.38%	8.78%
MÉXICO	0.59%	0.62%	0.81%	0.77%	0.95%	1.08%	0.71%	0.67%	0.81%

Fuente: elaboración propia (2016).

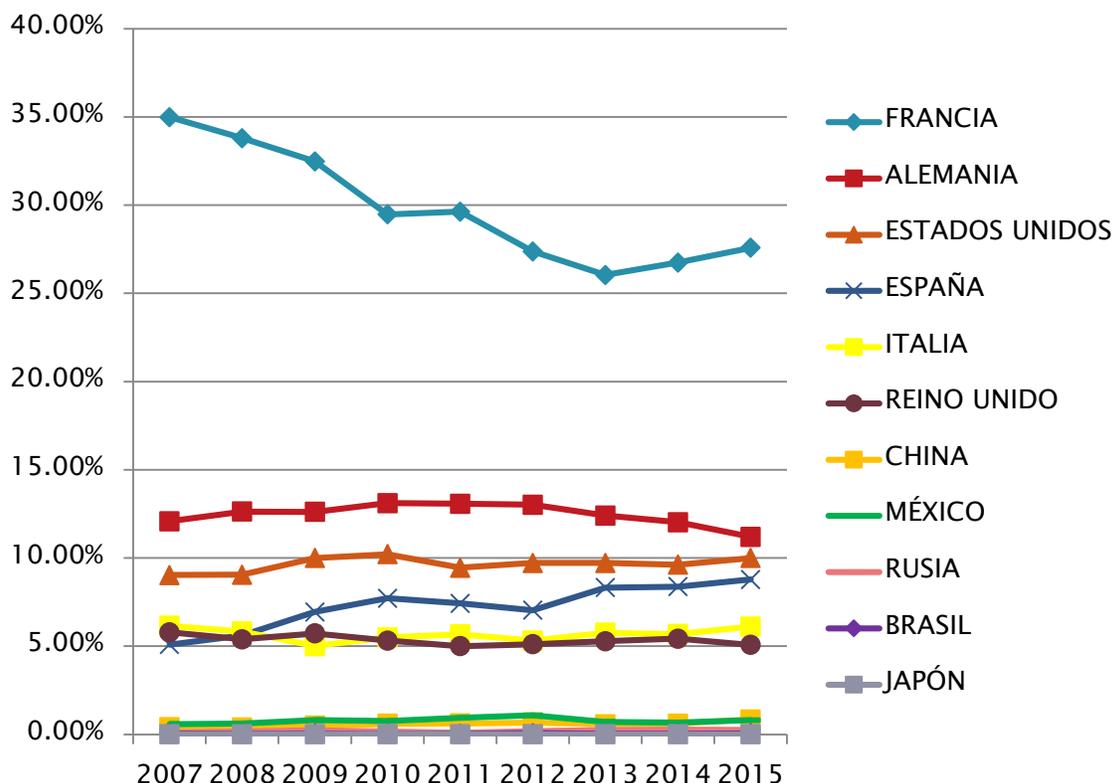
En valor monetario Francia recauda poco más de un cuarto de todas las exportaciones mundiales de Perfumes y aguas de tocador, las esencias finas, perfumería de lujo, etc. son el mayor ingreso de este coloso del sector, sin embargo en la gráfica se puede apreciar cómo ha perdido 7.4 puntos porcentuales a lo largo del periodo de análisis, la disminución de poder adquisitivo de la población mundial, la incursión de nuevos países este segmento y las nuevas alternativas de bajo costo, han permeado en el segmento más fructuosos de Francia.

El 68% en valor monetario de las exportaciones mundiales de perfumes y aguas de tocador se concentra en tan solo 6 países en orden de participación son: Francia, Alemania, Estados

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Unidos, España, Italia y Reino Unido. El 58% en los países europeos y el 10% restante Estados Unidos, el resto de los países de la tabla incluyendo México suman menos del 2%.

Gráfica 25. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador medida por exportaciones.



Fuente: elaboración propia (2016).

En la gráfica 25 podemos observar tres bloques de países en la cumbre con una tendencia a la baja se encuentra Francia, En el segundo bloque se encuentra Alemania con disminuciones en las exportaciones los últimos 3 años, Estado Unidos que se mantiene constante, España que muestra un desempeño favorable y creciente en el segmento de perfumes y agua de tocador y al fondo del segundo bloque Italia y Reino Unido. Por último al final del gráfico se encuentra China, México, Rusia, Brasil y Japón todos con menos de 1 punto % del valor de las exportaciones del segmento.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 32. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador medida por importaciones

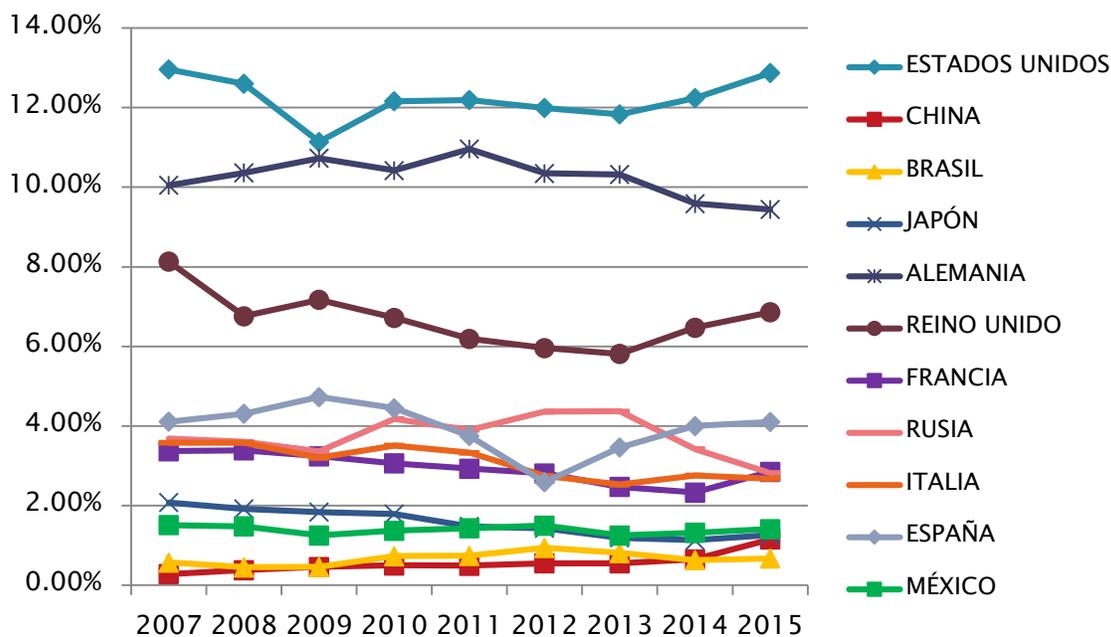
APERTURA MEDIDA POR IMPORTACIONES									
3303 PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	12.96%	12.60%	11.14%	12.16%	12.19%	11.99%	11.83%	12.24%	12.87%
CHINA	0.28%	0.38%	0.46%	0.50%	0.49%	0.55%	0.55%	0.65%	1.15%
BRASIL	0.57%	0.45%	0.46%	0.73%	0.74%	0.94%	0.81%	0.63%	0.67%
JAPÓN	2.08%	1.92%	1.84%	1.79%	1.48%	1.43%	1.19%	1.13%	1.26%
ALEMANIA	10.05%	10.36%	10.73%	10.42%	10.96%	10.35%	10.32%	9.59%	9.44%
REINO UNIDO	8.13%	6.76%	7.17%	6.72%	6.19%	5.96%	5.81%	6.47%	6.86%
FRANCIA	3.37%	3.39%	3.24%	3.06%	2.93%	2.81%	2.47%	2.33%	2.85%
RUSIA	3.68%	3.60%	3.36%	4.18%	3.90%	4.36%	4.37%	3.42%	2.82%
ITALIA	3.58%	3.58%	3.20%	3.51%	3.33%	2.75%	2.53%	2.76%	2.68%
ESPAÑA	4.11%	4.31%	4.73%	4.45%	3.75%	2.59%	3.46%	4.00%	4.10%
MÉXICO	1.51%	1.48%	1.25%	1.37%	1.43%	1.50%	1.25%	1.32%	1.41%

Fuente: elaboración propia (2016).

El mayor importador de perfumes y aguas de tocador es Estados Unidos quien importó el 12.87% para el año 2015, seguido de Alemania con un 9.44% y Reino Unido con un 6.86%.

El país de estudio que menos importaciones realizó para este segmento en promedio es China, sin embargo para el año 2015 aumento casi al doble su consumo de perfumes y aguas de tocador pasando del 0.65% al 1.15% aun así es una cifra poco relevante por la concentración poblacional del país asiático. México se mantiene constante con el valor de exportaciones a lo largo del periodo.

Gráfica 26. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador medida por importaciones



Fuente: elaboración propia (2016).

En la cúspide de la gráfica 26 se observa la curva de Estados Unidos la cual tiene una tendencia al aumento de las importaciones del segmento de perfumes y aguas de tocador, se destaca un periodo en particular donde las importaciones disminuyeron de golpe durante el 2008-2009 y un fenómeno ligado a esto fue la crisis e incertidumbre ocurrida durante ese periodo lo que afectó este segmento sin embargo al final de la curva se observa como los niveles de importaciones se han ido incrementando gradualmente, Otra curva que muestra una abrupta disminución es la perteneciente a España quien comienza el descenso en 2009 para llegar al pico más bajo en 2012, periodo en que los efectos de la crisis inmobiliaria y la recesión española mermaron el poder adquisitivo de este país. Al fondo de la tabla se encuentran Japón, México, Brasil y China quien aumentó exponencialmente las exportaciones del segmento para el último periodo.

Tabla 33. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador

APERTURA MEDIDA POR INTERCAMBIOS COMERCIALES									
3303 PERFUMES Y AGUAS DE TOCADOR									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	-3.93%	-3.56%	-1.14%	-1.94%	-2.74%	-2.26%	-2.11%	-2.62%	-2.88%
CHINA	0.12%	0.02%	0.05%	0.10%	0.13%	0.13%	0.03%	-0.05%	-0.30%
BRASIL	-0.53%	-0.41%	-0.40%	-0.69%	-0.71%	-0.87%	-0.77%	-0.57%	-0.61%
JAPÓN	-2.07%	-1.90%	-1.82%	-1.77%	-1.46%	-1.42%	-1.18%	-1.12%	-1.25%
ALEMANIA	2.03%	2.27%	1.88%	2.69%	2.11%	2.67%	2.09%	2.44%	1.76%
REINO UNIDO	-2.35%	-1.37%	-1.44%	-1.39%	-1.19%	-0.84%	-0.52%	-1.05%	-1.78%
FRANCIA	31.61%	30.40%	29.24%	26.40%	26.70%	24.55%	23.58%	24.41%	24.73%
RUSIA	-3.56%	-3.43%	-3.12%	-4.01%	-3.80%	-4.17%	-4.11%	-3.15%	-2.57%
ITALIA	2.58%	2.25%	1.81%	1.99%	2.35%	2.57%	3.22%	2.94%	3.44%
ESPAÑA	0.98%	1.31%	2.21%	3.27%	3.68%	4.45%	4.86%	4.38%	4.68%
MÉXICO	-0.92%	-0.86%	-0.44%	-0.60%	-0.48%	-0.42%	-0.54%	-0.64%	-0.59%

Fuente: elaboración propia (2016).

Cinco de los once países analizados tuvieron resultados superavitarios, estos resultados según la teoría del comercio, demuestran una ventaja comparativa para producir bienes pertenecientes al segmento de perfumes y aguas de tocador, entre mayor el superávit mayor la ventaja, esto debido a que los países en cuestión tienen la capacidad para cubrir con la demanda local y el excedente son bienes de exportación. En orden de Ranking el primer puesto es Francia con un superávit promedio del 26.84%, España 3.31%, Italia 2.57%, Alemania 2.21% y China 0.026%. En el caso de países altamente exportadores en este segmento como lo son Alemania, España e Italia un índice bajo, representa movimiento intra-producto donde un país manifiesta intercambios comerciales del mismo producto por lo que las ganancias del comercio se ven disminuidas. Los países con índices negativos son aquellos que carecen de ventaja comparativa en este segmento y se consideran netamente importadores en orden del ranking se encuentra: México en sexta posición con un déficit promedio de -0.61%, Brasil -0.61%, Reino Unido -1.32%, Japón -1.55%, Estados Unidos -2.57% y en onceava posición Rusia con un déficit del -3.54%.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 34. Ranking del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador

POSICIÓN	RANKING POR PROMEDIO		POSICIÓN	RANKING DEL 2015	
1	FRANCIA	26.8461%	1	FRANCIA	24.7317%
2	ESPAÑA	3.3130%	2	ESPAÑA	4.6810%
3	ITALIA	2.5715%	3	ITALIA	3.4371%
4	ALEMANIA	2.2151%	4	ALEMANIA	1.7600%
5	CHINA	0.0262%	5	CHINA	-0.2967%
6	MÉXICO	-0.6105%	6	MÉXICO	-0.5949%
7	BRASIL	-0.6186%	7	BRASIL	-0.6147%
8	REINO UNIDO	-1.3258%	8	JAPÓN	-1.2536%
9	JAPÓN	-1.5550%	9	REINO UNIDO	-1.7825%
10	ESTADOS UNIDOS	-2.5763%	10	RUSIA	-2.5673%
11	RUSIA	-3.5472%	11	ESTADOS UNIDOS	-2.8754%

Fuente: elaboración propia (2016).

México está en sexta posición, tanto en el promedio del periodo como en el último año de análisis, presenta una pequeña mejoría en la desventaja debido a una disminución en las importaciones.

6.1.7.2 Segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel

Tabla 35. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, medido por exportaciones.

APERTURA MEDIDA POR EXPORTACIONES									
3304 PREPARACIONES DE BELLEZA, MAQUILLAJE Y PARA EL CUIDADO DE LA PIEL.									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	11.45%	11.39%	11.60%	11.19%	10.23%	11.32%	11.32%	11.21%	12.02%
CHINA	3.15%	2.86%	3.21%	3.64%	3.75%	3.86%	3.65%	3.73%	4.38%
BRASIL	0.19%	0.22%	0.25%	0.23%	0.25%	0.25%	0.22%	0.21%	0.19%
JAPÓN	3.00%	3.34%	4.04%	4.39%	4.18%	3.93%	3.18%	3.06%	3.68%
ALEMANIA	11.20%	11.13%	10.62%	9.81%	9.46%	9.04%	8.53%	8.25%	7.73%
REINO UNIDO	7.32%	6.51%	5.92%	5.61%	5.49%	5.37%	5.55%	5.58%	5.06%
FRANCIA	24.10%	24.59%	23.10%	21.81%	22.09%	20.47%	20.27%	20.30%	18.61%
RUSIA	0.43%	0.43%	0.40%	0.27%	0.26%	0.42%	0.41%	0.36%	0.28%
ITALIA	5.10%	4.80%	4.32%	4.11%	3.97%	4.00%	4.03%	4.04%	4.05%
ESPAÑA	2.18%	2.14%	2.12%	2.29%	2.06%	1.88%	1.99%	2.09%	1.85%
MÉXICO	0.61%	0.59%	0.66%	0.69%	0.67%	0.80%	0.86%	0.68%	0.62%

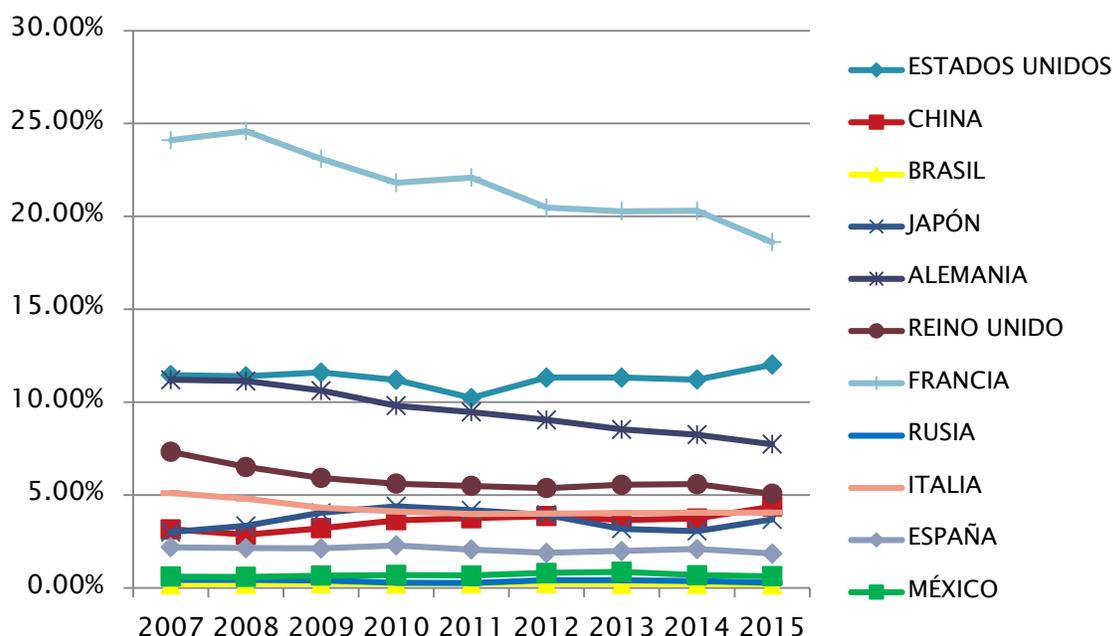
Fuente: elaboración propia (2016).

Para Francia el segmento de preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel es su segundo segmento más importante con un promedio del 20.74% del valor monetario de las exportaciones mundiales, segmento en el cual presenta una gradual pérdida de participación de 5.49 puntos porcentuales durante el periodo de análisis. El segundo mayor exportador de este segmento es Estados Unidos quien registro una participación del 12.02% para el último periodo seguido de Alemania con un 7.73%. En cuarta posición Reino Unido con 5.06%, Destaca en este segmento un mayor grado de participación de los países asiáticos, en quinta posición China con un 4.38% y en séptima posición Japón con 3.68%. El segmento de preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, es un segmento en el que México posee poca participación aportando el 0.62% de la exportaciones mundiales.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

El 51% en valor monetario de las exportaciones mundiales preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, se concentra en tan solo 6 países en orden de participación son: Francia, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, China e Italia.

Gráfica 27. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, medido por exportaciones.



Fuente: elaboración propia (2016).

El segmento de preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, ha presentados durante el periodo de análisis una contracción la cual es evidente en el descenso de exportaciones por valor monetario en los países de estudio siendo los casos más evidentes de pérdida de participación Francia, con una curva decreciente y Alemania, solo dos países del bloque presentan curvas crecientes en este segmento y son los países de Estados Unidos y China. México se mantiene al fondo de la tabla, (véase gráfica 27) junto con Rusia y Brasil con un desempeño inferior para este segmento.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

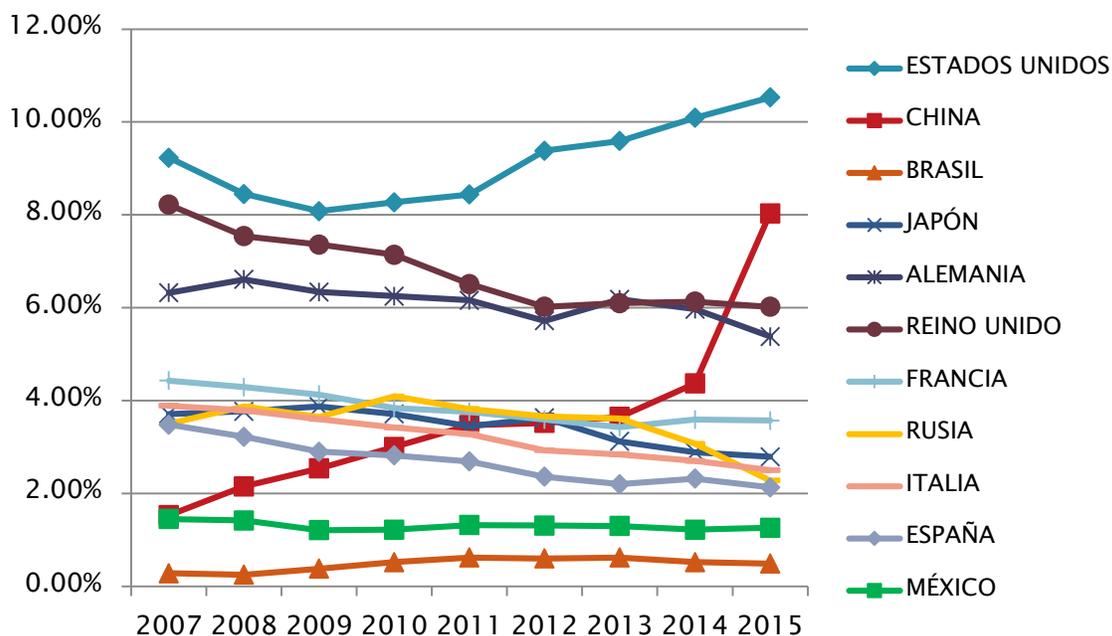
Tabla 36. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, medido por importaciones

APERTURA MEDIDA POR IMPORTACIONES									
3304 Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	9.23%	8.45%	8.08%	8.27%	8.44%	9.38%	9.59%	10.09%	10.53%
CHINA	1.53%	2.15%	2.54%	3.00%	3.47%	3.52%	3.65%	4.37%	8.03%
BRASIL	0.28%	0.25%	0.38%	0.52%	0.62%	0.60%	0.62%	0.52%	0.49%
JAPÓN	3.71%	3.77%	3.87%	3.71%	3.45%	3.63%	3.12%	2.89%	2.79%
ALEMANIA	6.32%	6.61%	6.34%	6.25%	6.16%	5.72%	6.18%	5.97%	5.38%
REINO UNIDO	8.22%	7.54%	7.36%	7.14%	6.51%	6.02%	6.10%	6.13%	6.02%
FRANCIA	4.43%	4.29%	4.13%	3.84%	3.76%	3.59%	3.43%	3.59%	3.57%
RUSIA	3.50%	3.87%	3.65%	4.09%	3.82%	3.66%	3.61%	3.07%	2.28%
ITALIA	3.89%	3.79%	3.60%	3.42%	3.28%	2.93%	2.84%	2.70%	2.50%
ESPAÑA	3.48%	3.22%	2.90%	2.82%	2.69%	2.36%	2.20%	2.32%	2.13%
MÉXICO	1.45%	1.42%	1.21%	1.22%	1.32%	1.31%	1.30%	1.22%	1.26%

Fuente: elaboración propia (2016).

El mayor importador del segmento de preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, es Estados Unidos quien importa el 10.53% del valor de la oferta mundial, seguido del Reino Unido y Alemania con 6.02% y 5.38%, ambos países han ido disminuyendo gradualmente el valor de las importaciones para este segmento durante el periodo analizado, para el año 2015, China se convirtió en el segundo gran importador del mundo, duplicando de un año a otro la cantidad importada del 4% en el 2014 al 8.03% en el 2015 de las importaciones mundiales del segmento. Los países de análisis que menos demandan productos extranjeros del segmento de preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado personal son Brasil y México.

Gráfica 28. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, medido por importaciones



Fuente: elaboración propia (2016).

El segmento de preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel, está perdiendo impulso, de los once países de estudio, nueve han disminuido gradualmente sus importaciones, Siendo las disminuciones más notorias en lo de países europeos, Reino Unido -2%, Italia -1.35%, España -1.35%, Francia -0.8% y Alemania -0.9%. Solo dos países han aumentado las importaciones en este segmento, Estados Unidos y China, siendo notorio el despunte de China. Si se excluye a estos dos países del análisis se puede observar dos fenómenos del segmento, el primero es el declive del valor importado de productos a partir del año 2008, 2009 años marcados por la crisis, la disminución en estos resultados muestran una disminución en el valor de los productos importados y no necesariamente en volumen, es decir, bien los usuarios podrían estar consumiendo en la cantidad de productos los mismo o más sin embargo optar por marcas de menor valor. El segundo fenómeno también respecto al valor de las importaciones es el decrecimiento del segmento, el valor de la suma de las importaciones de los nueve países restantes para el año 2007, fue del 35.28% y ha ido en decremento a razón del 1% anual, con 26.43% en el 2015.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 37. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.

APERTURA MEDIDA POR INTERCAMBIOS COMERCIALES									
3304 Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	2.22%	2.94%	3.52%	2.93%	1.79%	1.94%	1.72%	1.12%	1.49%
CHINA	1.62%	0.71%	0.67%	0.64%	0.28%	0.33%	0.00%	-0.65%	-3.65%
BRASIL	-0.09%	-0.03%	-0.13%	-0.28%	-0.36%	-0.35%	-0.40%	-0.32%	-0.30%
JAPÓN	-0.71%	-0.43%	0.17%	0.68%	0.73%	0.31%	0.07%	0.18%	0.89%
ALEMANIA	4.87%	4.52%	4.29%	3.55%	3.30%	3.32%	2.34%	2.28%	2.34%
REINO UNIDO	-0.90%	-1.03%	-1.44%	-1.53%	-1.02%	-0.65%	-0.55%	-0.55%	-0.96%
FRANCIA	19.67%	20.30%	18.98%	17.98%	18.33%	16.88%	16.85%	16.71%	15.04%
RUSIA	-3.07%	-3.44%	-3.25%	-3.82%	-3.56%	-3.25%	-3.20%	-2.71%	-2.00%
ITALIA	1.21%	1.01%	0.71%	0.69%	0.70%	1.07%	1.19%	1.35%	1.56%
ESPAÑA	-1.30%	-1.08%	-0.78%	-0.52%	-0.63%	-0.48%	-0.21%	-0.23%	-0.28%
MÉXICO	-0.84%	-0.83%	-0.56%	-0.53%	-0.65%	-0.52%	-0.43%	-0.53%	-0.64%

Fuente: elaboración propia (2016).

México mantiene un déficit en la participación comercial en el segmento de preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, durante todo el periodo de análisis, que si bien no supera el 1% del saldo comercial total para este segmento, debida a la baja tendencia a importar que presenta México, denota un bajo nivel competitivo en esta área del sector cosmético y del cuidado personal en comparación con el resto de los países, Francia lidera este segmento con un superávit sobre los quince puntos porcentuales del valor comercial, seguido muy por debajo de Alemania, Estado Unidos y Reino Unido, países destacado en las exportaciones en et segmento, sin embargo la tendencia de estos dos últimos países son altamente importadora lo que disminuye su saldo comercial convirtiendo gran parte de sus intercambios en intra-comercio. China presenta déficit en su balanza para los últimos dos años, a pesar de tener un crecimiento gradual en sus exportaciones, esto e debe a un exponencial cambio en las tendencias importadoras donde para el último periodo duplicó la importaciones en este segmento. Con déficit en todo el periodo se encuentra: Reino Unido y España, debido a la tendencia intra-comercio para este sector y Brasil, Rusia y México, los tres últimos no presentan un alto desempeño en exportaciones.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 38. Ranking de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.

POSICIÓN	RANKING POR PROMEDIO		POSICIÓN	RANKING DEL 2015	
1	FRANCIA	17.8593%	1	FRANCIA	15.0371%
2	ALEMANIA	3.4237%	2	ALEMANIA	2.3427%
3	ESTADOS UNIDOS	2.1857%	3	ITALIA	1.5590%
4	ITALIA	1.0535%	4	ESTADOS UNIDOS	1.4909%
5	JAPÓN	0.2095%	5	JAPÓN	0.8863%
6	CHINA	-0.0065%	6	ESPAÑA	-0.2845%
7	BRASIL	-0.2528%	7	BRASIL	-0.3020%
8	ESPAÑA	-0.6138%	8	MÉXICO	-0.6403%
9	MÉXICO	-0.6140%	9	REINO UNIDO	-0.9618%
10	REINO UNIDO	-0.9598%	10	RUSIA	-1.9958%
11	RUSIA	-3.1436%	11	CHINA	-3.6521%

Fuente: elaboración propia (2016).

México se encuentra en la novena posición respecto al ranking promedio y en octava posición respecto al último año de análisis, esto debido al descenso de China en el último ranking 2015 por un incremento de sus importaciones del segmento. México sin embargo mantiene un déficit durante todo el periodo para el segmento de preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel.

6.1.7.3 Segmento 3305 preparaciones capilares

Tabla 39. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares, medido por exportaciones.

APERTURA MEDIDA POR EXPORTACIONES									
3305 Preparaciones capilares									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	9.83%	10.29%	9.80%	10.21%	9.45%	9.53%	8.84%	9.40%	10.73%
CHINA	1.29%	1.32%	1.39%	1.54%	1.91%	2.24%	2.19%	2.14%	2.31%
BRASIL	1.29%	1.61%	1.62%	1.62%	1.58%	1.33%	1.13%	1.16%	1.31%
JAPÓN	1.46%	1.50%	1.66%	1.89%	1.82%	1.70%	1.35%	1.46%	1.92%
ALEMANIA	13.34%	12.94%	13.99%	12.77%	12.80%	11.79%	11.89%	11.66%	10.65%
REINO UNIDO	6.22%	6.11%	4.81%	3.85%	3.96%	3.52%	3.71%	3.80%	3.97%
FRANCIA	14.60%	14.30%	13.11%	11.27%	10.71%	8.58%	7.70%	7.23%	6.63%
RUSIA	0.78%	0.80%	0.82%	0.72%	0.78%	1.21%	1.33%	1.28%	0.97%
ITALIA	5.44%	5.87%	5.50%	5.64%	6.06%	5.90%	5.90%	6.32%	6.59%
ESPAÑA	4.80%	5.68%	4.68%	4.75%	4.31%	4.12%	4.07%	4.06%	4.09%
MÉXICO	5.10%	4.80%	6.90%	6.26%	6.17%	6.46%	7.35%	6.76%	6.88%

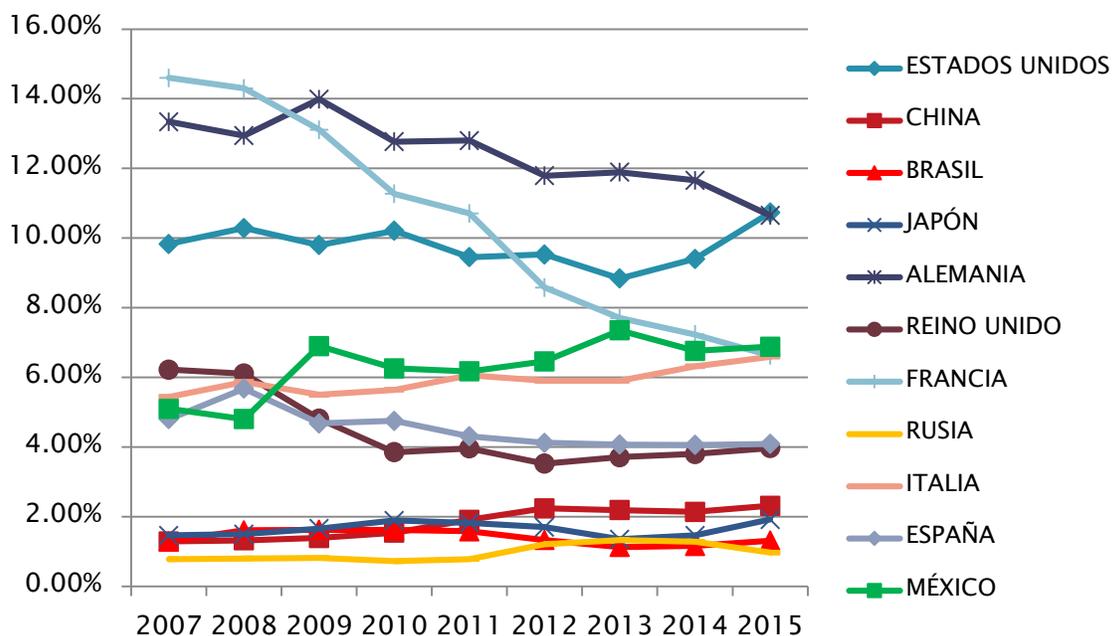
Fuente: elaboración propia (2016).

Los resultados respectivos a las exportaciones de productos capilares, muestran un peculiar cambio de participaciones emergentes y decrecientes, en el peor de los escenarios se encuentra Francia quien durante el periodo de análisis ha perdido la mitad de participación en la exportaciones mundiales de productos capilares pasando de poseer el 14.60% del mercado durante el 2007 al 6.63% para el 2015, por debajo del nivel de participación de México para este segmento el cual aportó el 6.88% de las exportaciones mundiales ese mismo año. Siguiendo al coloso del sector cosmético y del cuidado personal en general, en decremento encuentran Alemania, Reino Unido y en menor grado España.

México obtuvo un crecimiento neto en la participación de las exportaciones del segmento en el año 2015 del 1.78% respecto del año 2007, Italia del 1.15%, China del 1.06% y Estados Unidos del 0.9%.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Gráfica 29. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares, medido por exportaciones.



Fuente: elaboración propia (2016).

El desempeño de México en las exportaciones del segmento de preparaciones capilares a lo largo del periodo, lo ha posicionado en la tercera posición, por sobre Francia quien presenta el mayor decremento para el segmento y sobre Italia, este último a pesar de continuar aumentando su participación, lo ha hecho en menor medida que México, teniendo este dos periodos de realce, el de mayor crecimiento en el 2009 donde aumento 1.8% su participación en el valor de exportaciones del segmento de un año para otro. Y el del 2013 donde representa el valor más alto exportado para todo el periodo.

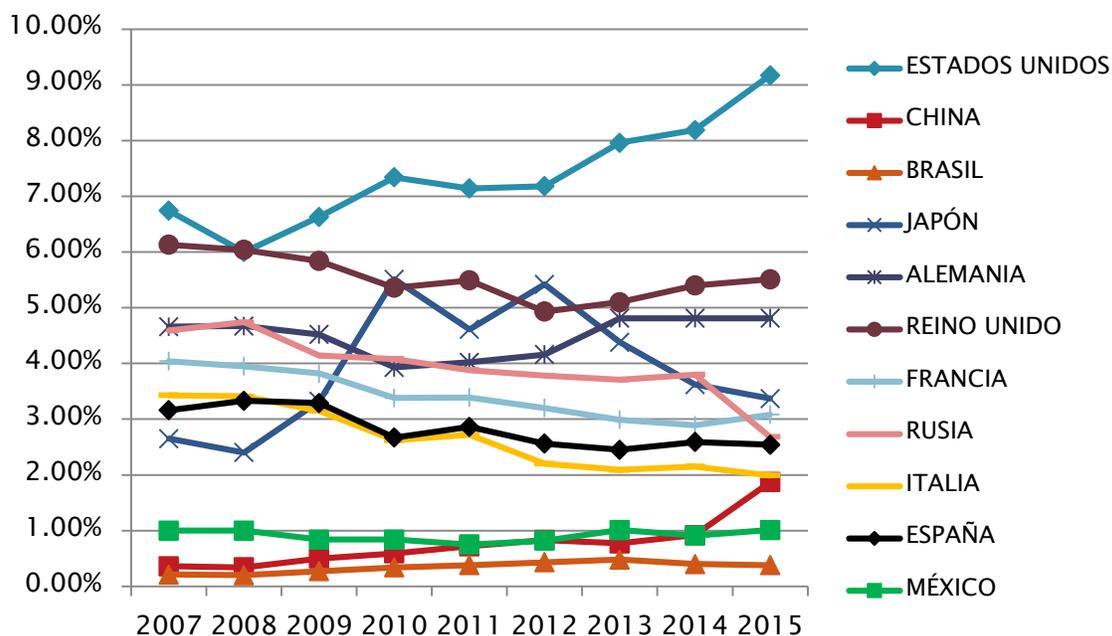
Tabla 40. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares, medido por importaciones.

APERTURA MEDIDA POR IMPORTACIONES									
3305 Preparaciones capilares									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	6.74%	6.00%	6.63%	7.34%	7.14%	7.18%	7.96%	8.19%	9.17%
CHINA	0.36%	0.34%	0.50%	0.59%	0.72%	0.83%	0.77%	0.92%	1.87%
BRASIL	0.21%	0.20%	0.27%	0.34%	0.38%	0.43%	0.48%	0.40%	0.38%
JAPÓN	2.65%	2.40%	3.32%	5.51%	4.61%	5.42%	4.38%	3.62%	3.37%
ALEMANIA	4.66%	4.67%	4.52%	3.93%	4.02%	4.16%	4.81%	4.81%	4.81%
REINO UNIDO	6.13%	6.04%	5.84%	5.36%	5.49%	4.93%	5.10%	5.40%	5.51%
FRANCIA	4.04%	3.95%	3.82%	3.38%	3.39%	3.20%	2.99%	2.89%	3.08%
RUSIA	4.59%	4.74%	4.14%	4.08%	3.88%	3.78%	3.71%	3.80%	2.68%
ITALIA	3.43%	3.41%	3.15%	2.62%	2.72%	2.20%	2.09%	2.15%	1.99%
ESPAÑA	3.16%	3.33%	3.29%	2.67%	2.86%	2.56%	2.45%	2.59%	2.54%
MÉXICO	1.00%	1.00%	0.84%	0.84%	0.75%	0.82%	1.01%	0.91%	1.01%

Fuente: elaboración propia (2016).

Para el segmento preparaciones capilares el principal importador es Estados Unidos, su alta participación en las importaciones de la mayoría de los segmentos se debe a que es el mayor importador del sector cosmético y del cuidado personal en general, importa el 9.17% del valor mundial de preparaciones capilares seguido por Reino Unido y Alemania con 5.51% y 4.81%. Del grupo de países de análisis los que menos importan productos de este segmento son: Brasil con 0.38%, México 1% y China 1.87%, este último a pesar de ser de los que realizan menos importaciones del segmento, aumento poco más del doble su consumo de preparaciones capilares de procedencia extranjera en el último año de análisis.

Gráfica 30. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares, medido por importaciones.



Fuente: elaboración propia (2016).

En general el segmento de preparaciones capilares, ha venido manifestando importantes incrementos en el valor de exportaciones desde el 2010, y tuvo su cumbre en el 2013, con el mayor valor en exportaciones registradas para el segmento 13,195,277,240.04 de dólares estadounidenses al cierre del año, sin embargo el segmento se muestra atónico, en los siguientes dos años en global y así para la mayoría de los países, quienes han disminuido su tendencia a importar productos capilares extranjeros. A excepción de China y Estados Unidos, ambos países se muestran acíclicos a la tendencia mundial del segmento y ambos muestran grandes aumentos en las importaciones de productos capilares. México tiene un nivel de importación relativamente bajo en comparación con el resto de países analizados, por lo que, si bien aumento un poco en el último años las importaciones de productos capilares su tendencia es más constante a lo largo del periodo análisis.

Tabla 41. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares.

APERTURA MEDIDA POR ELINTERCAMBIO COMERCIAL									
Producto: 3305 Preparaciones capilares									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	3.10%	4.29%	3.17%	2.87%	2.32%	2.35%	0.87%	1.22%	1.57%
CHINA	0.93%	0.98%	0.89%	0.95%	1.19%	1.41%	1.41%	1.22%	0.44%
BRASIL	1.09%	1.41%	1.36%	1.28%	1.19%	0.90%	0.65%	0.76%	0.92%
JAPÓN	-1.19%	-0.90%	-1.66%	-3.63%	-2.79%	-3.72%	-3.03%	-2.16%	-1.45%
ALEMANIA	8.68%	8.27%	9.47%	8.83%	8.78%	7.64%	7.08%	6.85%	5.85%
REINO UNIDO	0.09%	0.07%	-1.03%	-1.51%	-1.53%	-1.41%	-1.39%	-1.60%	-1.54%
FRANCIA	10.56%	10.35%	9.29%	7.90%	7.32%	5.37%	4.72%	4.34%	3.55%
RUSIA	-3.80%	-3.93%	-3.32%	-3.36%	-3.10%	-2.57%	-2.38%	-2.52%	-1.70%
ITALIA	2.01%	2.45%	2.34%	3.01%	3.34%	3.70%	3.80%	4.17%	4.60%
ESPAÑA	1.63%	2.35%	1.39%	2.07%	1.45%	1.56%	1.62%	1.47%	1.56%
MÉXICO	4.10%	3.80%	6.06%	5.43%	5.43%	5.64%	6.34%	5.85%	5.87%

Fuente: elaboración propia (2016).

Los países que se muestran menos competitivos a nivel participativo en el segmento de productos capilares, por sus bajos volúmenes de exportación y una mayor dependencia son Japón y Rusia con índices negativos durante todo el periodo, Reino Unido por otra parte también revela resultados deficitarios en los últimos 7 años esto se debe a su tendencia intra-producto con una alta tendencia a la importación en este segmento. Los países que representan superávit en el resultado comercial para productos capilares son: México, quien manifestó un gradual crecimiento durante el periodo de análisis, con baja tendencia importadora, a la par de este Alemania, país que si bien ha mantenido su nivel de importaciones constante, ha perdido un buen porcentaje de participación mundial en este segmento, seguido de Italia, que ha disminuido importantemente su consumo de productos capilares provenientes del exterior y aumentado sus exportaciones, la mayor pérdida del segmento la presenta Francia quien durante el periodo perdió dos tercios de participación.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 42. Ranking del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares.

POSICIÓN	RANKING POR PROMEDIO		POSICIÓN	RANKING DEL 2015	
1	ALEMANIA	7.9388%	1	MÉXICO	5.8665%
2	FRANCIA	7.0440%	2	ALEMANIA	5.8450%
3	MÉXICO	5.3895%	3	ITALIA	4.6044%
4	ITALIA	3.2715%	4	FRANCIA	3.5494%
5	ESTADOS UNIDOS	2.4166%	5	ESTADOS UNIDOS	1.5656%
6	ESPAÑA	1.6771%	6	ESPAÑA	1.5551%
7	BRASIL	1.0614%	7	BRASIL	0.9228%
8	CHINA	1.0457%	8	CHINA	0.4431%
9	REINO UNIDO	-1.0936%	9	JAPÓN	-1.4513%
10	JAPÓN	-2.2804%	10	REINO UNIDO	-1.5377%
11	RUSIA	-2.9651%	11	RUSIA	-1.7046%

Fuente: elaboración propia (2016).

Los resultados del ranking por promedio, posicionan a México en la tercera posición de participación mundial para el segmento de productos capilares, por debajo de Francia y Alemania, y en la primera posición para el último periodo de análisis, esto se debe a dos factores, el desempeño gradual de México en el segmento y a la pérdida acelerada de participación de Francia y Alemania. Estados Unidos aunque ha venido aumentando su participación en las exportaciones del segmento en volúmenes superiores a México, también ha aumentado sus importaciones del mismo aumentando la dependencia de estos productos y disminuyendo su balanza.

6.1.7.4 Segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental

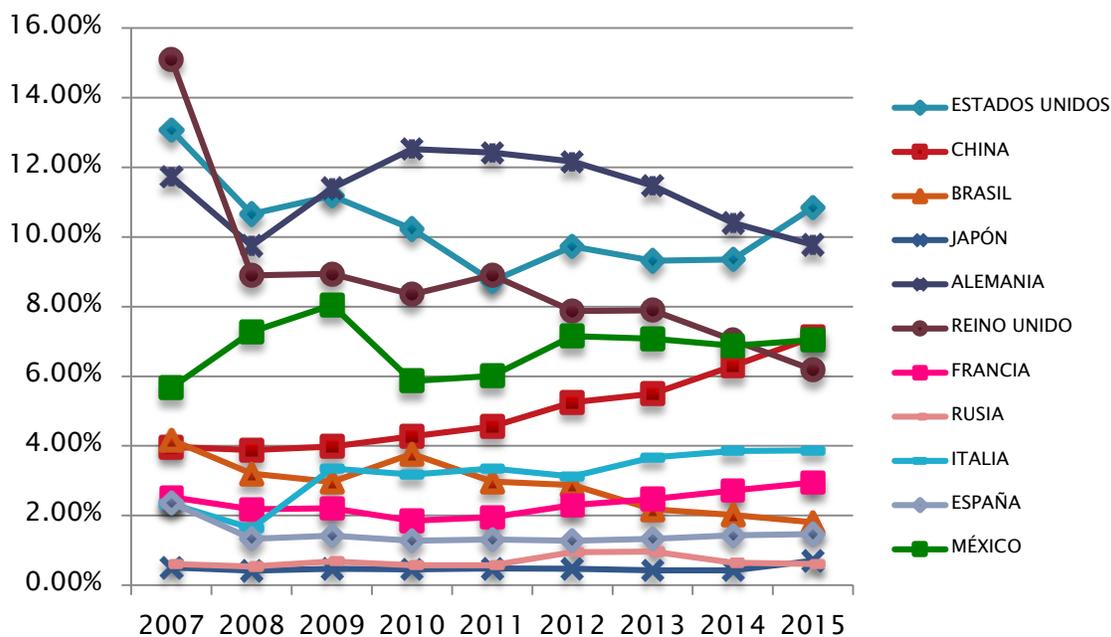
Tabla 43. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental, medida por exportaciones.

APERTURA MEDIDA POR EXPORTACIONES									
3306 Preparaciones para higiene bucal o dental									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	13.07%	10.66%	11.18%	10.23%	8.73%	9.73%	9.32%	9.35%	10.85%
CHINA	3.97%	3.88%	3.98%	4.27%	4.56%	5.25%	5.50%	6.29%	7.12%
BRASIL	4.17%	3.20%	2.97%	3.77%	2.98%	2.88%	2.18%	2.02%	1.81%
JAPÓN	0.51%	0.42%	0.47%	0.45%	0.48%	0.47%	0.43%	0.43%	0.70%
ALEMANIA	11.73%	9.75%	11.40%	12.52%	12.42%	12.17%	11.47%	10.40%	9.77%
REINO UNIDO	15.10%	8.90%	8.94%	8.35%	8.91%	7.87%	7.89%	7.04%	6.18%
FRANCIA	2.53%	2.18%	2.21%	1.85%	1.95%	2.30%	2.47%	2.72%	2.95%
RUSIA	0.61%	0.54%	0.68%	0.57%	0.57%	0.95%	0.97%	0.65%	0.61%
ITALIA	2.34%	1.63%	3.35%	3.18%	3.35%	3.12%	3.67%	3.85%	3.87%
ESPAÑA	2.37%	1.33%	1.42%	1.28%	1.31%	1.28%	1.33%	1.43%	1.47%
MÉXICO	5.67%	7.28%	8.05%	5.86%	6.01%	7.15%	7.08%	6.88%	7.04%

Fuente: elaboración propia (2016).

El líder exportador del segmento de preparaciones para la higiene bucal o dental, para el último año de análisis es Estados Unidos, quien exporto el 10.85% del total de exportaciones mundiales del segmento durante el año 2015, por sobre Reino Unido y Alemania, quienes presentan una pérdida importante en la participación para este segmento a través de periodo de análisis. El tercer y cuarto exportador de productos de higiene bucal para el último periodo es China, quien ha elevado constantemente su desempeño exportador en el segmento año con año y México quien tuvo su punto más alto en el 2009 aunque va aumentando su participación aun no recupera esos niveles. Los países menos destacados del segmento son Rusia y Japón ambos con menos del 1% de la participación mundial.

Gráfica 31. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental, medida por exportaciones.



Fuente: elaboración propia (2016).

En la gráfica 31, se puede observar la drástica caída de Reino Unido en la participación del este segmento preparaciones para higiene bucal o dental, durante el año 2008, mismo fenómeno en menores proporciones se presentó Estados Unidos, Italia, España y Alemania, este último alcanzó su mayor desempeño durante el 2010 y a partir de ese año los siguientes ha ido en decremento posicionándolo por debajo del nivel de participación exportadora de Estados Unidos para este segmento, quien a pesar de mostrar un incremento en el último año de análisis, aun no recupera los niveles obtenidos antes del 2008. El mismo segmento en México se ha mantenido constante durante los últimos cuatro años con una ligera disminución en el 2014.

Tabla 44. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental, medida por importaciones.

APERTURA MEDIDA POR IMPORTACIONES									
3306 Preparaciones para higiene bucal o dental									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	7.55%	7.62%	7.54%	7.76%	7.48%	7.65%	7.01%	6.62%	8.00%
CHINA	0.48%	0.47%	0.56%	0.79%	0.89%	1.00%	0.87%	0.88%	2.02%
BRASIL	0.51%	0.70%	0.90%	1.07%	1.13%	1.34%	1.93%	1.35%	0.71%
JAPÓN	3.00%	2.72%	3.28%	2.81%	3.09%	2.87%	2.77%	2.87%	3.01%
ALEMANIA	6.90%	5.65%	5.08%	4.72%	5.19%	4.83%	5.31%	6.02%	5.23%
REINO UNIDO	4.21%	5.00%	5.28%	4.83%	5.36%	4.80%	4.97%	5.03%	5.06%
FRANCIA	4.80%	4.55%	4.12%	4.03%	3.73%	3.78%	3.98%	3.63%	3.35%
RUSIA	3.92%	4.37%	3.43%	3.56%	3.24%	3.81%	3.17%	3.33%	2.95%
ITALIA	3.91%	4.51%	3.99%	3.69%	3.80%	3.23%	3.50%	2.90%	2.81%
ESPAÑA	2.78%	2.47%	2.91%	2.95%	2.44%	2.06%	2.41%	2.11%	1.95%
MÉXICO	1.34%	1.15%	1.50%	1.44%	1.08%	1.05%	1.03%	1.16%	1.16%

Fuente: elaboración propia (2016).

La mayor participación en las importaciones del segmento higiene bucal la tiene Estados Unidos, con un 8% de la participación en el año 2015 año en el que mostro su mayor incremento, China a pesar de tener una representación menor al 1 % durante la mayor parte del periodo de análisis, aumento a más del doble sus importaciones del segmento en el último año. En segunda y tercera posición se encuentra Alemania y Reino Unido, quienes muestran variaciones cíclicas dentro de su promedio, Francia, Rusia, Italia y España muestran decrecimientos en las importaciones de este segmento de poco más de 1% para el último año de análisis, México se mantiene constante entre el 1% y el 1.5%.

Tabla 45. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental.

APERTURA MEDIDA POR EL INTERCAMBIO COMERCIAL									
3306 Preparaciones para higiene bucal o dental									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	5.52%	3.04%	3.64%	2.47%	1.26%	2.08%	2.31%	2.73%	2.86%
CHINA	3.49%	3.40%	3.42%	3.48%	3.67%	4.25%	4.63%	5.41%	5.10%
BRASIL	3.67%	2.50%	2.07%	2.70%	1.85%	1.54%	0.25%	0.67%	1.10%
JAPÓN	-2.49%	-2.29%	-2.81%	-2.35%	-2.62%	-2.40%	-2.33%	-2.43%	-2.31%
ALEMANIA	4.83%	4.10%	6.33%	7.80%	7.23%	7.34%	6.16%	4.39%	4.54%
REINO UNIDO	10.88%	3.90%	3.66%	3.52%	3.55%	3.08%	2.93%	2.01%	1.12%
FRANCIA	-2.26%	-2.37%	-1.91%	-2.18%	-1.78%	-1.47%	-1.50%	-0.90%	-0.41%
RUSIA	-3.30%	-3.83%	-2.75%	-2.99%	-2.67%	-2.86%	-2.21%	-2.68%	-2.33%
ITALIA	-1.57%	-2.88%	-0.64%	-0.51%	-0.45%	-0.11%	0.17%	0.95%	1.06%
ESPAÑA	-0.41%	-1.15%	-1.49%	-1.67%	-1.12%	-0.77%	-1.07%	-0.68%	-0.48%
MÉXICO	4.33%	6.14%	6.55%	4.42%	4.93%	6.10%	6.05%	5.72%	5.89%

Fuente: elaboración propia (2016).

Dentro del sector cosmético y del cuidado personal, el segmento de preparaciones para higiene bucal o dental, esta mayormente ligado al cuidado personal, los productos que pertenecen a este segmento son considerados de mayor necesidad, debido a que el uso de estos previenen enfermedades y es comúnmente promovido por las organizaciones de salud de cada país. Los resultados del índice de participación para este segmento, muestran descensos participativos, el más destacado es el de Reino Unido, quien debido a su continuo aumento en las importaciones y su pérdida de participación en las exportaciones paso de tener un superávit del 10.88% al 1.12% en el último año, Estados Unidos si bien no disminuyo su participación exportadora en gran medida, no ha recuperado los niveles que poseía en el 2007, sin embargo sus importaciones en cuanto al segmento de higiene bucal o dental han aumentado paulatinamente año con año lo que disminuye el superávit obtenido al inicio del ciclo con 5.52% al 2.86%. Siendo este segmento uno de los pocos donde Francia carece de ventaja y presenta un resultado deficitario para todos los periodos. México por otro lado manifiesta resultados superavitarios para todos los periodos.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 46. Ranking del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental.

POSICIÓN	RANKING POR PROMEDIO		POSICIÓN	RANKING DEL 2015	
1	ALEMANIA	5.8586%	1	MÉXICO	5.8868%
2	MÉXICO	5.5680%	2	CHINA	5.0992%
3	CHINA	4.0947%	3	ALEMANIA	4.5406%
4	REINO UNIDO	3.8500%	4	ESTADOS UNIDOS	2.8596%
5	ESTADOS UNIDOS	2.8792%	5	REINO UNIDO	1.1197%
6	BRASIL	1.8158%	6	BRASIL	1.0956%
7	ITALIA	-0.4409%	7	ITALIA	1.0617%
8	ESPAÑA	-0.9834%	8	FRANCIA	-0.4075%
9	FRANCIA	-1.6443%	9	ESPAÑA	-0.4814%
10	JAPÓN	-2.4486%	10	JAPÓN	-2.3079%
11	RUSIA	-2.8478%	11	RUSIA	-2.3343%

Fuente: elaboración propia (2016).

El desempeño Mexicano en las exportaciones del segmento de preparaciones para la higiene bucal o dental es destacado, su baja tendencia importadora le permiten obtener valores superavitarios a lo largo del periodo, así en promedio México ocupa el segundo nivel de participación mundial para este segmento, y se coloca en el primer lugar para el año 2015, China es otro de los países destacados y con mayor velocidad de crecimiento anual, se coloca en tercera posición en promedio y por menos de un punto porcentual en segunda posición debajo de México para el último año, de continuar esta tendencia China se convertiría en el número uno para el siguiente año. Por contraparte Alemania, presenta pérdidas de participación lo que lo traslada de la primera posición promedio a la tercera bajo México y China para el último periodo. Los países con una menor ventaja comercial son Italia, con déficit en todos los periodos excepto los dos últimos, y carentes de ventaja con índices deficitarios se encuentran España, Francia, Japón y Rusia.

6.1.7.5 Segmento 3307 preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado

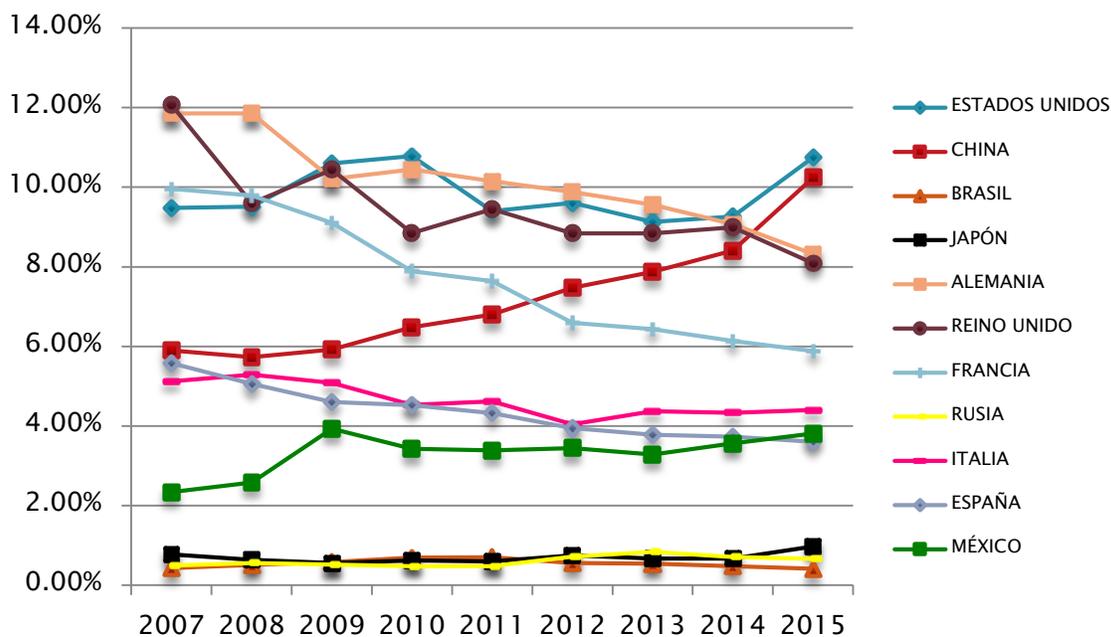
Tabla 47. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, medido por exportaciones.

APERTURA MEDIDA POR EXPORTACIONES									
Producto: 3307 Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	9.48%	9.51%	10.60%	10.78%	9.40%	9.61%	9.13%	9.26%	10.75%
CHINA	5.90%	5.73%	5.92%	6.48%	6.80%	7.47%	7.87%	8.41%	10.24%
BRASIL	0.43%	0.51%	0.58%	0.69%	0.70%	0.56%	0.54%	0.48%	0.41%
JAPÓN	0.77%	0.64%	0.56%	0.62%	0.60%	0.75%	0.67%	0.67%	0.97%
ALEMANIA	11.85%	11.85%	10.21%	10.45%	10.15%	9.88%	9.56%	9.07%	8.32%
REINO UNIDO	12.07%	9.60%	10.44%	8.85%	9.45%	8.84%	8.84%	8.99%	8.09%
FRANCIA	9.96%	9.79%	9.10%	7.89%	7.64%	6.59%	6.43%	6.14%	5.88%
RUSIA	0.49%	0.56%	0.52%	0.48%	0.48%	0.72%	0.84%	0.71%	0.66%
ITALIA	5.12%	0.53%	5.08%	4.53%	4.62%	4.04%	4.37%	4.33%	4.40%
ESPAÑA	5.58%	5.06%	4.60%	4.52%	4.32%	3.95%	3.78%	3.73%	3.60%
MÉXICO	2.34%	2.58%	3.93%	3.43%	3.39%	3.44%	3.28%	3.56%	3.81%

Fuente: elaboración propia (2016).

El mayor exportador del segmento de preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, es Estados Unidos quien aportó el 10.75% del total de las exportaciones mundiales para el año 2015 del segmento, seguido por China con el 10.24% sin embargo la tendencia de crecimiento para este último es mayor doblando su participación de inicio del periodo con el 5.90% al final con el 10.24% de continuar con este acelerado crecimiento se esperaría que para el próximo año se posicionara como el mayor exportador del segmento. Los países Europeos por contraparte han perdido participación en las exportaciones, Reino Unido y Francia un promedio de cuatro puntos porcentuales menos, con tendencia a la baja también se encuentra Alemania, España y en menor medida Italia. México presenta un ligero crecimiento de su participación en el último periodo aportando el 3.81% de las exportaciones mundiales del segmento.

Gráfica 32. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, medido por exportaciones.



Fuente: elaboración propia (2016).

Tal como se muestra en la gráfica 32, el país con mayor crecimiento en las exportaciones del segmento de preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, es China quien presenta un curva con inclinación positiva a lo largo del periodo, con un potencial incremento en el último año se encuentra Estados Unidos lo que lo convierte en el principal exportador para ese año, México ha tenido un crecimiento moderado sin embargo aún no recupera su mejor nivel alcanzado en el año 2009, los países que presentan curvas decrecientes con mayor inclinación son Alemania, Francia y Reino Unido, en menor grado de inclinación se encuentran España e Italia quien se ha mantenido estable en los últimos 3 años del periodo analizado.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 48. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, medido por importaciones.

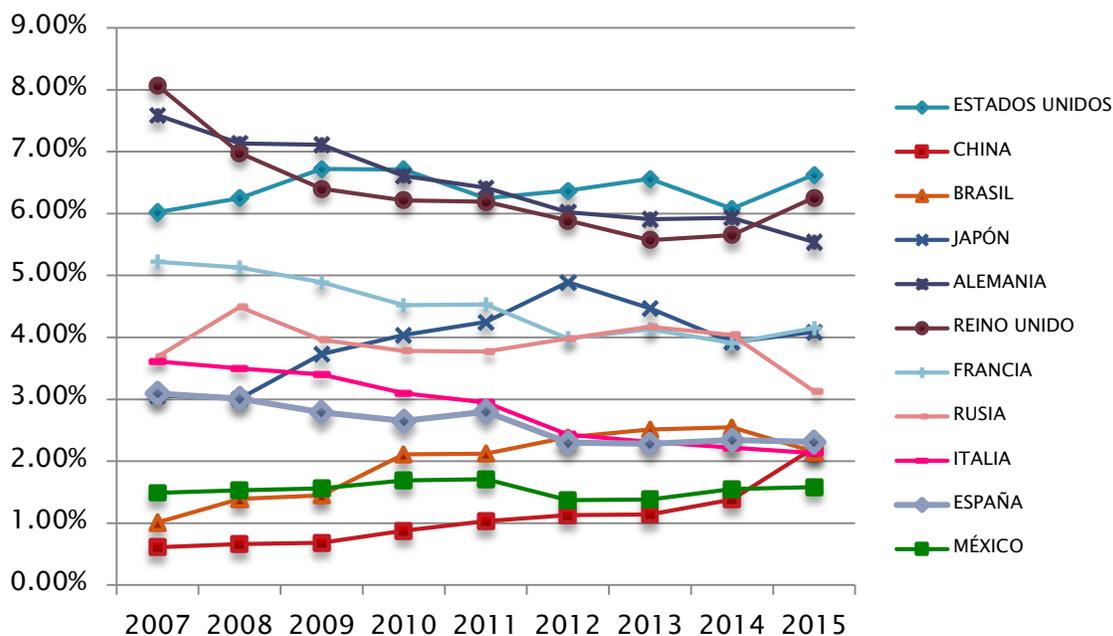
APERTURA MEDIDA POR IMPORTACIONES									
3307 Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	6.02%	6.25%	6.72%	6.71%	6.25%	6.37%	6.56%	6.08%	6.63%
CHINA	0.61%	0.66%	0.68%	0.88%	1.03%	1.13%	1.14%	1.38%	2.22%
BRASIL	1.01%	1.39%	1.45%	2.11%	2.12%	2.39%	2.51%	2.55%	2.15%
JAPÓN	3.06%	3.01%	3.73%	4.04%	4.25%	4.89%	4.47%	3.92%	4.09%
ALEMANIA	7.59%	7.13%	7.11%	6.61%	6.42%	6.02%	5.91%	5.93%	5.54%
REINO UNIDO	8.07%	6.98%	6.40%	6.21%	6.19%	5.89%	5.57%	5.65%	6.26%
FRANCIA	5.22%	5.13%	4.89%	4.52%	4.53%	3.98%	4.13%	3.91%	4.15%
RUSIA	3.69%	4.49%	3.96%	3.78%	3.77%	3.98%	4.17%	4.04%	3.13%
ITALIA	3.61%	3.50%	3.40%	3.10%	2.95%	2.43%	2.31%	2.22%	2.13%
ESPAÑA	3.09%	3.01%	2.79%	2.65%	2.80%	2.30%	2.28%	2.34%	2.31%
MÉXICO	1.49%	1.53%	1.56%	1.69%	1.71%	1.37%	1.38%	1.55%	1.58%

Fuente: elaboración propia (2016).

El mayor importador para el segmento de preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, es Reino Unido quien representa el 6.26% de participación del total de importaciones del segmento para el año 2015, seguido de Estados Unidos con el 6.63% y Alemania con el 5.54%, Francia con 4.15% y Japón con 4.09%, el país que menos participación presenta en las importaciones del segmento es México con el 1.58% del total mundial, Italia, España, Brasil y China, este último aumento respecto de sí mismo un porcentaje importante de importaciones del segmento en el último año, sin embargo los aumentos en las exportaciones del mismo segmento fueron más del doble en el mismo periodo.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Gráfica 33. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, medido por importaciones.



Fuente: elaboración propia (2016).

En la gráfica 33 se puede apreciar en el tope los tres países que mayor participación tienen en la importación global de productos del segmento preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, Estados Unidos que se mantiene por sobre los seis puntos porcentuales la mayor parte del periodo de análisis, Reino Unido y Alemania con curvas decrecientes, disminuyendo así el valor de las importaciones para este segmento, posteriormente Francia, Rusia, Italia y España con curvas decrecientes de menor pendiente, México muestra una curva con bajos y altos ligeros tendientemente constante, y a la alza en importaciones del segmento con un mayor crecimiento se encuentra China, Brasil con disminuciones el último periodo y Japón que alcanzó su punto más alto en 2012 y en los últimos dos periodos ha permanecido constante.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 49. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios.

APERTURA MEDIDA POR EL INTERCAMBIO COMERCIAL									
3307 Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	3.46%	3.26%	3.88%	4.07%	3.15%	3.23%	2.56%	3.19%	4.12%
CHINA	5.29%	5.07%	5.25%	5.60%	5.77%	6.34%	6.73%	7.04%	8.02%
BRASIL	-0.58%	-0.89%	-0.87%	-1.42%	-1.43%	-1.83%	-1.97%	-2.07%	-1.74%
JAPÓN	-2.29%	-2.37%	-3.17%	-3.42%	-3.65%	-4.15%	-3.81%	-3.25%	-3.12%
ALEMANIA	4.26%	4.72%	3.10%	3.84%	3.73%	3.86%	3.65%	3.15%	2.78%
REINO UNIDO	4.00%	2.62%	4.04%	2.64%	3.25%	2.94%	3.27%	3.34%	1.83%
FRANCIA	4.74%	4.67%	4.21%	3.37%	3.12%	2.61%	2.30%	2.23%	1.74%
RUSIA	-3.21%	-3.93%	-3.44%	-3.29%	-3.29%	-3.26%	-3.33%	-3.33%	-2.48%
ITALIA	1.50%	1.80%	1.69%	1.44%	1.67%	1.61%	2.06%	2.11%	2.27%
ESPAÑA	2.50%	2.05%	1.82%	1.87%	1.52%	1.65%	1.50%	1.39%	1.29%
MÉXICO	0.85%	1.04%	2.36%	1.74%	1.67%	2.07%	1.90%	2.01%	2.23%

Fuente: elaboración propia (2016).

El líder del segmento preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, es China quien tiene un superávit participativo del 8.02% del total de intercambios mundiales para el segmento, esto debido a su creciente participación en las exportaciones y su baja tendencia a importar en este mismo segmento, en segunda posición para el último año de análisis es Estados Unidos, que a pesar de ser el líder exportador, el resultado de su balanza comercial para el segmento se ve disminuido por su alta tendencia importadora con resultados máximos del 4.12% en el último año. Si bien una disminución en las importaciones pueden favorecer la balanza comercial del segmento, países como Alemania, Francia, Reino Unido y España que han disminuido el valor de las importaciones de preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, presentan una disminución en la participación total debido a un mayor decremento en las exportaciones del mismo. En medida más lenta Italia y México presentan un ligero crecimiento en la participación total del segmento.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 50. Ranking del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios.

POSICIÓN	RANKING POR PROMEDIO		POSICIÓN	RANKING DEL 2015	
1	CHINA	6.1209%	1	CHINA	8.0160%
2	ALEMANIA	3.6761%	2	ESTADOS UNIDOS	4.1173%
3	ESTADOS UNIDOS	3.4360%	3	ALEMANIA	2.7845%
4	FRANCIA	3.2195%	4	ITALIA	2.2668%
5	REINO UNIDO	3.1039%	5	MÉXICO	2.2270%
6	MÉXICO	1.7645%	6	REINO UNIDO	1.8331%
7	ESPAÑA	1.7304%	7	FRANCIA	1.7353%
8	ITALIA	1.2643%	8	ESPAÑA	1.2890%
9	BRASIL	-1.4221%	9	BRASIL	-1.7427%
10	JAPÓN	-3.2463%	10	RUSIA	-2.4764%
11	RUSIA	-3.2830%	11	JAPÓN	-3.1188%

Fuente: elaboración propia (2016).

Los resultados para el segmento 3307 preparaciones para afeitarse o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios, posicionan por promedio a México en sexta posición, y en quinta para el último año, esto debido a dos fenómenos un aumento en las exportaciones mexicanas del segmento y el descenso participativo de Francia y Reino Unido por un decremento en sus exportaciones. El líder del segmento por promedio y para el final del periodo es China quien obtiene los mayores porcentajes de participación. Carentes de ventaja comercial para este segmento se revelan Brasil, Japón y Rusia.

6.1.7.6 Segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicos tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema

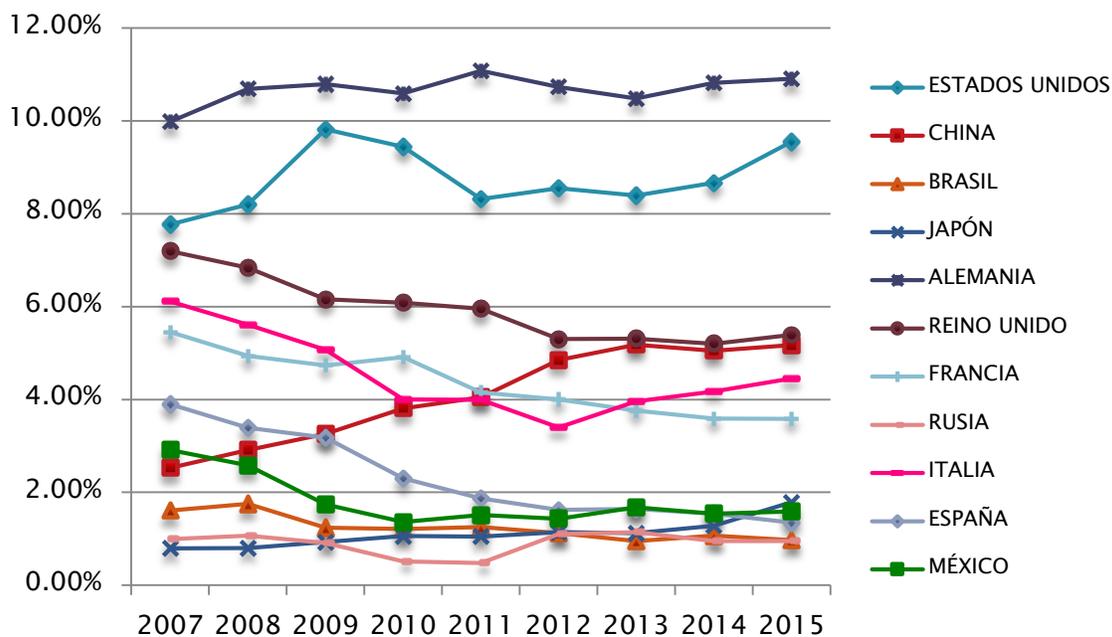
Tabla 51. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicos tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, medido por exportaciones.

APERTURA MEDIDA POR EXPORTACIONES									
3401 Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	7.77%	8.20%	9.82%	9.44%	8.32%	8.55%	8.39%	8.67%	9.55%
CHINA	2.53%	2.91%	3.26%	3.81%	4.05%	4.85%	5.18%	5.05%	5.17%
BRASIL	1.61%	1.75%	1.24%	1.21%	1.25%	1.12%	0.95%	1.07%	0.97%
JAPÓN	0.79%	0.80%	0.93%	1.06%	1.05%	1.14%	1.12%	1.28%	1.79%
ALEMANIA	9.98%	10.69%	10.79%	10.59%	11.08%	10.73%	10.48%	10.82%	10.91%
REINO UNIDO	7.19%	6.84%	6.16%	6.08%	5.95%	5.30%	5.31%	5.20%	5.39%
FRANCIA	5.45%	4.94%	4.73%	4.91%	4.15%	4.00%	3.76%	3.59%	3.58%
RUSIA	0.99%	1.07%	0.91%	0.51%	0.48%	1.10%	1.14%	0.95%	0.95%
ITALIA	6.11%	5.61%	5.07%	4.00%	3.99%	3.40%	3.96%	4.17%	4.45%
ESPAÑA	3.90%	3.39%	3.18%	2.30%	1.87%	1.62%	1.64%	1.54%	1.35%
MÉXICO	2.91%	2.58%	1.74%	1.36%	1.51%	1.43%	1.68%	1.54%	1.59%

Fuente: elaboración propia (2016).

El mayor exportador para el segmento de “jabón, preparaciones orgánicos tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema”, es Alemania durante todo el periodo de análisis mantiene los mayores porcentajes de participación, seguido de Estados Unidos quien ha venido aumentando su participación gradualmente aportando el 9.55% en el último año de análisis, posteriormente se encuentra China quien en el 2015 aporta el 5.17% del total de exportaciones mundiales para el segmento, a pesar de representar la mitad de la participación de Alemania y Estados Unidos, es el país con mayor crecimiento total con un 2.64% neto del primer año de análisis al último año. En contraparte el país con mayor pérdida de participación en las exportaciones del segmento es España con una pérdida neta del primer año de análisis al último del 2.55%, Seguido de Francia y Reino Unido con -1.80%, Italia con -1.60% y México con -1.32%.

Gráfica 34. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, medido por exportaciones.



Fuente: elaboración propia (2016).

Con curvas ascendentes en cuanto a la participación de las exportaciones del segmento de jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, se encuentran en la cima de la gráfica 34, Alemania, seguido con una curva un tanto accidentada pero con tendencia creciente Estados Unidos, los resultados para China presentan una curva creciente con la mayor pendiente del grupo de estudio y por ultimo con una ligera pendiente pero al ascenso también se encuentra Japón. El resto de los países presentan curvas decrecientes es decir pérdidas en la participación por valor de las exportaciones del segmento.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

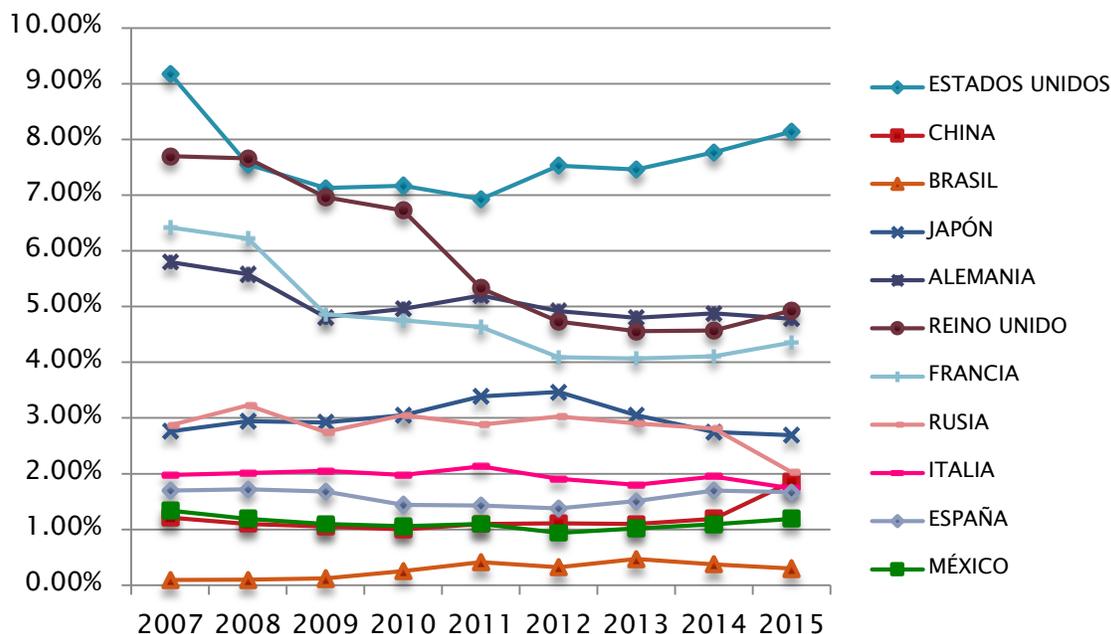
Tabla 52. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, medido por importaciones.

APERTURA MEDIDA POR IMPORTACIONES									
3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	9.18%	7.55%	7.13%	7.17%	6.93%	7.53%	7.46%	7.77%	8.14%
CHINA	1.21%	1.10%	1.05%	1.00%	1.10%	1.11%	1.10%	1.19%	1.85%
BRASIL	0.09%	0.10%	0.12%	0.25%	0.41%	0.32%	0.47%	0.37%	0.30%
JAPÓN	2.76%	2.94%	2.92%	3.05%	3.39%	3.47%	3.05%	2.75%	2.69%
ALEMANIA	5.80%	5.58%	4.81%	4.96%	5.20%	4.92%	4.80%	4.88%	4.78%
REINO UNIDO	7.70%	7.66%	6.96%	6.72%	5.33%	4.73%	4.56%	4.57%	4.93%
FRANCIA	6.42%	6.22%	4.86%	4.75%	4.63%	4.09%	4.07%	4.11%	4.35%
RUSIA	2.87%	3.23%	2.75%	3.05%	2.88%	3.03%	2.90%	2.81%	2.03%
ITALIA	1.98%	2.01%	2.05%	1.98%	2.13%	1.91%	1.80%	1.95%	1.74%
ESPAÑA	1.70%	1.72%	1.68%	1.44%	1.43%	1.38%	1.51%	1.70%	1.67%
MÉXICO	1.34%	1.19%	1.10%	1.06%	1.10%	0.94%	1.02%	1.09%	1.19%

Fuente: elaboración propia (2016).

El mayor importador para el segmento de jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, es para todos los años de análisis Estados Unidos, posteriormente Alemania, Francia y Reino Unido estos últimos tres han disminuido paulatinamente su participación por valor en las importaciones del segmento, el resto de países mantienen un ritmo constante en la participación de importaciones con variaciones entre ciclos menores al 1%.

Gráfica 35. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, medido por importaciones.



Fuente: elaboración propia (2016).

En la gráfica 35, se puede apreciar una disminución general en las importaciones del segmento de preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema. En el tope de la gráfica con una curva cóncava creciente se encuentra Estados Unidos, que a pesar de aumentar sus importaciones desde el año 2011, aun no llega al nivel de importaciones que tenía en el año 2007, con curvas de pendientes marcadamente decrecientes se encuentran Reino Unido, Alemania y Francia, lo que los separa 3 puntos porcentuales del mayor importador, Estados Unidos. México se mantiene constante y China aumento a razón del doble respecto de si mismo sus importaciones en el último año.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 53. Resultados del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema.

APERTURA MEDIDA POR EL INTERCAMBIO COMERCIAL									
3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema									
2012	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	-1.40%	0.65%	2.69%	2.27%	1.39%	1.02%	0.93%	0.91%	1.40%
CHINA	1.32%	1.82%	2.22%	2.81%	2.95%	3.74%	4.09%	3.86%	3.32%
BRASIL	1.52%	1.64%	1.12%	0.96%	0.84%	0.80%	0.48%	0.70%	0.67%
JAPÓN	-1.98%	-2.14%	-1.99%	-2.00%	-2.34%	-2.33%	-1.93%	-1.47%	-0.89%
ALEMANIA	4.18%	5.11%	5.98%	5.63%	5.88%	5.81%	5.67%	5.94%	6.14%
REINO UNIDO	-0.51%	-0.82%	-0.80%	-0.64%	0.61%	0.56%	0.75%	0.64%	0.47%
FRANCIA	-0.98%	-1.28%	-0.12%	0.16%	-0.47%	-0.09%	-0.31%	-0.52%	-0.77%
RUSIA	-1.88%	-2.16%	-1.84%	-2.54%	-2.40%	-1.92%	-1.76%	-1.86%	-1.08%
ITALIA	4.13%	3.60%	3.02%	2.02%	1.86%	1.49%	2.16%	2.22%	2.71%
ESPAÑA	2.20%	1.68%	1.51%	0.86%	0.44%	0.24%	0.13%	-0.16%	-0.32%
MÉXICO	1.56%	1.39%	0.65%	0.31%	0.41%	0.49%	0.66%	0.45%	0.40%

Fuente: elaboración propia (2016).

El líder durante todos los años de análisis con superávits promedio sobre del 5% es Alemania para el segmento de jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, seguido de China e Italia, sin embargo China muestra cifras crecientes e Italia decrecientes, Estados Unidos paso de ser el segundo mayor exportador a tener resultados del intercambio comercial bajos, debido a su gran tendencia importadora, México presenta una pérdida de dos tercios de participación en este segmento, presentando un superávit del 0.40% para el último año de análisis.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 54. Ranking del índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema.

POSICIÓN	RANKING POR PROMEDIO		POSICIÓN	RANKING DEL 2015	
1	ALEMANIA	5.5942%	1	ALEMANIA	6.1351%
2	CHINA	2.9021%	2	CHINA	3.3221%
3	ITALIA	2.5778%	3	ITALIA	2.7069%
4	ESTADOS UNIDOS	1.0958%	4	ESTADOS UNIDOS	1.4041%
5	BRASIL	0.9716%	5	BRASIL	0.6725%
6	ESPAÑA	0.7301%	6	REINO UNIDO	0.4681%
7	MÉXICO	0.7026%	7	MÉXICO	0.3989%
8	REINO UNIDO	0.0292%	8	ESPAÑA	-0.3206%
9	FRANCIA	-0.4877%	9	FRANCIA	-0.7716%
10	JAPÓN	-1.8946%	10	JAPÓN	-0.8940%
11	RUSIA	-1.9373%	11	RUSIA	-1.0788%

Fuente: elaboración propia (2016).

México se encuentra en la séptima posición del ranking del segmento jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, con una participación menor a un punto porcentual tanto en el ranking promedio como en el último año de análisis, y muestra un claro decremento del 50% respecto de sí mismo. El líder del segmento es Alemania en segunda posición China, posteriormente Italia y Estados Unidos, manteniendo su posición para ambos rankings, España descendió dos posiciones pasando en el último periodo a presentar un balance deficitario, carente de ventaja con índices de participación negativos para el segmento de jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, se encuentra Francia, Japón y Rusia.

6.2 RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LA COMPOSICIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN MÉXICO Y EL MUNDO

En base a la clasificación realizada por segmentos del sector cosmético y del cuidado personal desarrollada para el presente trabajo se elaboró un análisis de la composición de las exportaciones para este sector en México y el Mundo.

Las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en el Mundo están compuestas de la siguiente manera:

Tabla 55. Composición de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en el mundo por segmentos que lo componen

COMPOSICIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN EL MUNDO									
POR SEGMENTOS									
SA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
3303 Perfumes y agua de tocador	20.98%	20.67%	18.88%	19.26%	19.50%	19.89%	19.55%	19.04%	17.85%
3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel	35.89%	35.99%	35.66%	36.71%	37.39%	36.83%	37.29%	38.34%	40.57%
3305 preparaciones capilares	14.17%	13.64%	14.92%	14.54%	14.02%	14.35%	14.57%	14.02%	13.72%
3306 preparaciones para higiene bucal o dental	5.02%	5.81%	5.75%	5.58%	5.55%	5.53%	5.72%	5.72%	5.50%
3307 preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado	13.78%	13.24%	13.23%	12.88%	12.67%	12.59%	12.29%	12.47%	12.14%
3401 Jabón, preparaciones orgánicas tenso activos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema	10.13%	10.62%	11.52%	11.00%	10.84%	10.78%	10.54%	10.37%	10.19%

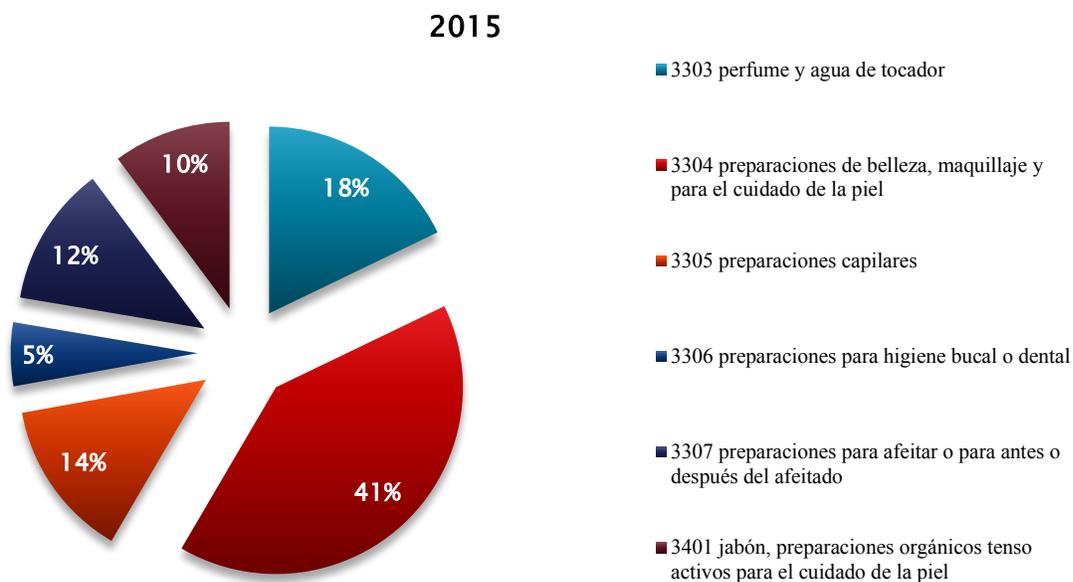
Fuente: elaboración propia (2016).

El segmento más importante del sector cosmético y del cuidado personal a nivel mundial y que recauda una mayor cantidad en valor de exportaciones es el segmento 3304 “preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel” representando para el último periodo de análisis el 40% del total del valor de las exportaciones mundiales del sector, y el único segmento que ha tenido un crecimiento a nivel mundial en cuanto a participación exportadora de cerca del 5% a lo largo del periodo analizado, el segundo segmento en cuanto a valor de exportaciones es el 3303 “perfumes y aguas de tocador” esté

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

sin embargo muestra un decremento en la participación mundial de poco más del 3% del inicio del periodo al final del mismo. El resto de segmentos se mantienen relativamente constantes.

Gráfica 36. Composición de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en el mundo por segmentos que lo componen



Fuente: elaboración propia (2016).

Según la clasificación para el sector cosmético y del cuidado personal elaborada en el presente documento, el segmento más grande por volumen de exportaciones en el Mundo es el 3304 “preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel” con el 41% del total de las exportaciones mundiales de la industria, seguido del segmento 3303 “Perfumes y agua de tocador”, en tercer lugar el segmento 3305 “preparaciones capilares”, en orden descendente siguen el segmento 3307 “preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios y demás preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética.” Con un 12%, el segmento 3401 “Jabón, preparaciones orgánicas tenso activos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema” con 10%, y por último el segmento 3306 “preparaciones para higiene bucal o dental” con el 5%.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en México están compuestas de la siguiente manera:

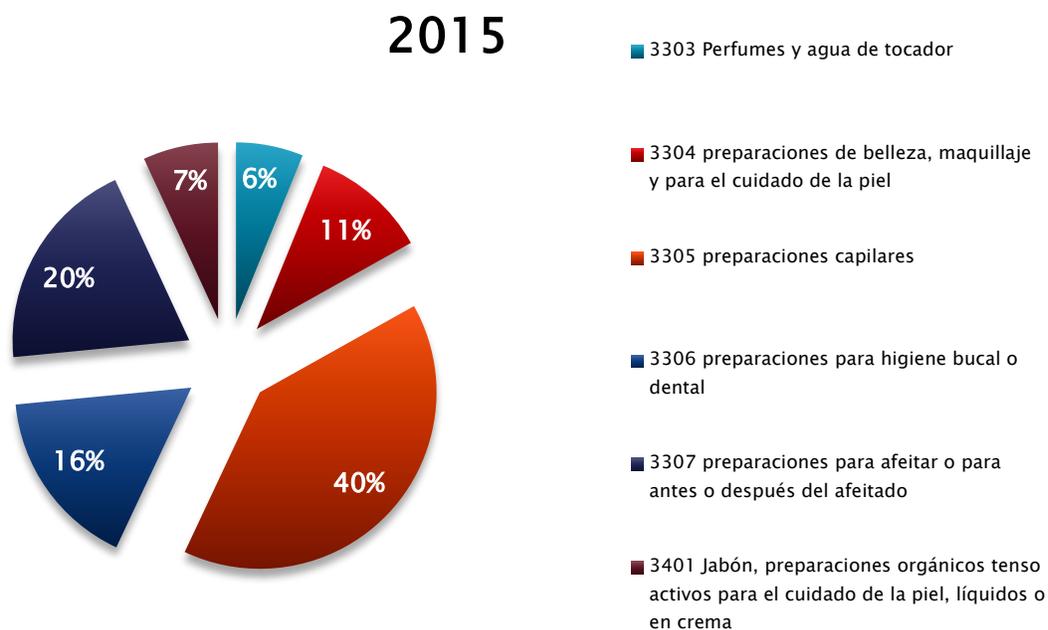
Tabla 56. Composición de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en México por segmentos que lo componen

COMPOSICIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL EN MÉXICO									
POR SEGMENTOS									
SA	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
3303Perfumes y agua de tocador	6.32%	6.29%	5.87%	6.65%	8.28%	8.86%	5.50%	5.49%	6.15%
3304preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel	11.20%	10.48%	9.03%	11.28%	11.31%	12.12%	12.78%	11.21%	10.72%
3305preparaciones capilares	36.68%	32.17%	39.57%	40.84%	38.85%	38.32%	42.55%	40.59%	40.11%
3306preparaciones para higiene bucal o dental	14.44%	20.80%	17.79%	14.66%	14.97%	16.38%	16.09%	16.84%	16.47%
3307preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado	16.37%	16.76%	19.97%	19.82%	19.24%	17.91%	15.99%	19.01%	19.64%
3401 Jabón, preparaciones orgánicas tenso activos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema	14.96%	13.47%	7.73%	6.72%	7.32%	6.39%	7.05%	6.83%	6.88%

Fuente: elaboración propia (2016).

El segmento con mayor crecimiento en las exportaciones nacionales para el SCCP es el 3307 preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado que aumento poco más de tres puntos porcentuales del 2007 al 2015, seguido del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental con un crecimiento del 2%, el segmento más representativo en las exportaciones mexicanas es el 3305 de preparaciones capilares quien en los últimos años abarca más del 40% del valor de las exportaciones del sector, en el periodo 2007 el segundo segmento de mayor relevancia fue el 3401 Jabón, preparaciones orgánicas tenso activos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema, sin embargo este segmento se ha ido reduciendo a través de los años representando menos de la mitad para el último año de análisis.

Gráfica 37. Composición de las exportaciones del sector cosmético y del cuidado personal en México por segmentos que lo componen año 2015



Fuente: elaboración propia (2016).

Según la clasificación para el sector cosmético y del cuidado personal elaborada en el presente documento, el segmento más grande por volumen de exportaciones en México es el 3305 “preparaciones capilares” el cual representa el 40% de los productos exportados por el país para esa industria, seguido del segmento 3307 “preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado.” el cual representa un 20% del total de las exportaciones en tercer lugar el segmento 3306 “preparaciones para higiene bucal o dental” con un 16%, en ese orden el siguen el segmento 3304 “preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel” con un 11%, el segmento 3401 “Jabón, preparaciones orgánicas tenso activos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema” con el 7% y por último el segmento 3303 “Perfumes y agua de tocador” el que representa tan solo el 6% de las exportaciones mexicanas para la industria del sector cosmético y del cuidado personal.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El sector cosmético y del cuidado personal en México presenta una ventaja comparativa revelada promedio para el periodo 2007-2015 de 0.519758962, por lo que se acepta la hipótesis general I: “México posee ventaja comparativa revelada para el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015”.

H0= Se considera que se posee ventaja competitiva revelada para valores entre +0.33 y +1

H1= Se considera en desventaja competitiva revelada para valores entre -0.33 y -1

El sector cosmético y del cuidado personal mexicano, obtuvo índices positivos en 8 de los nueve periodos de análisis, el año 2009 presentó resultados de IVCR= 0.74101239, colocándolo en la segunda posición por debajo del coloso del sector Francia, y en sexta posición general para el periodo de estudio en comparación con los líderes del mercado, lo que destaca la importante participación mexicana en el sector a nivel mundial. Los resultados del índice de ventaja comparativa nos ofrecen una perspectiva de costo-beneficio post-comercio de los sectores analizados, sus resultados relativos permiten una comparación objetiva entre países, así guardando la proporción de comercio podemos asegurar que la competitividad del SCCP mexicano en cuanto al IVCR se asemeja al de países como Estados Unidos y Reino Unido, quienes presentaron resultados similares, Estados Unidos con un IVCR promedio de 0.526 y Reino Unido con un IVCR promedio de 0.561 y sobrepasa a países como Alemania, China, Brasil, Japón y Rusia, a pesar de ser altamente exportadores Alemania y China por medio de esta herramienta de análisis el IVCR podemos destacar que México posee mayor ventaja relativa revelada, esto se explica según la teoría del comercio internacional (ventajas comparativas) debido a una ventaja en la producción del SCCP (costo-beneficio) en la cual este sector le representan a México un menor costo de oportunidad producirlo que comprarlo, así su tendencia a importar productos de este sector es menor a diferencia de Alemania y China, proporcionando un resultado del índice mayor, otro factor por lo que el índice es mayor para México que para

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Alemania o China es la importancia del segmento para el país de estudio, es decir, el índice de la ventaja comparativa revelada describe, la forma en que los productos de un bien específico compiten por los recursos domésticos en comparación con otros bienes producidos y comercializados en el país y muestra la competitividad de las industrias del país para competir en el mercado internacional de esas industrias, (Balassa, 1965, pp. 99-123) por lo que se puede concluir que debido a la magnitud de los otros sectores comerciales desarrollados por el país, el SCCP es de mayor relevancia para México en comparación con sus sectores comerciales que para China y Alemania quienes poseen otros rubros de mayor relevancia, no siendo una prioridad el SCCP.

- El sector cosmético y del cuidado personal en México presenta resultados para el índice de la ventaja comparativa revelada de exportación del 1.150941834, lo que lo coloca en la séptima posición en comparación con Francia, España, Reino Unido, Italia, Alemania, Estados Unidos, Brasil, Japón, China, Rusia. En contraste con los resultados para el índice de la ventaja comparativa revelada en intercambios comerciales del sector donde México ostenta la sexta posición, se puede apreciar un resultado inferior por medio de este índice por lo que se acepta la hipótesis general: “México se encuentra en una posición inferior de la ventaja comparativa revelada de exportación para el sector cosmético y del cuidado personal en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015 en contraste con la ventaja comparativa revelada.

H0= Para posiciones < a la posición de la ventaja comparativa revelada

H1= Para posiciones > o = a la posición de la ventaja comparativa revelada

El sector cosmético y del cuidado personal mexicano obtuvo un resultado inferior en la ventaja comparativa revelada de exportaciones, esto se explica debido a que en el índice de VCR se consideran las importaciones como factor para explicar la competitividad de un país en el sector, así un mayor número de importaciones del sector arrojan índices inferiores, que son vistos por medio de la teoría como dependencia o comercio intra-

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

producto por lo que le restan valor al resultado, México a lo largo del periodo ha mantenido una tendencia importadora del segmento baja, a diferencia de países como Alemania y Estados Unidos (este último es el primer importador neto del sector) en cambio en el IVCR de exportaciones solo se mide el potencial exportador del sector para cada país, mide el grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones de un mercado, versus la importancia de las exportaciones del mismo producto en las exportaciones del mismo producto hacia el mundo, así un IVCR de exportaciones a mayor que 1 significa que ese país está exportando más del sector cosmético y del cuidado personal, en términos relativos, al mundo, de lo que ese país lo hace con el total de sus productos. Colocando en esta medición a Alemania por sobre Estados Unidos y México por lo que podemos concluir que México está exportando 15% más del SCCP en términos relativos al mundo, de lo que hace con el total de sus segmentos, Alemania 28% (IVCR de exportaciones del 1.2810) y Estados Unidos 20% (IVCR de exportaciones del 1.2071), esto debido a dos factores al volumen en valor de exportaciones netas al mundo del SCCP, en el que la proporción de las exportaciones mexicanas son inferiores a las de estos dos países y al valor de las exportaciones netas de otros sectores productivos mexicanos que se encuentran en este momento más desarrollados y por ende hacen una mayor aportación relativa en este rubro como son el sector alimenticio, el de hidrocarburos o el automovilístico por mencionar algunos, esto no le resta valor al SCCP mexicano al contrario visto de otra manera este sector tiene todavía mucho camino por delante, se ha forjado en gran medida por la iniciativa privada y sin mayor respaldo o fomento por parte de las instituciones gubernamentales y de investigación, mantiene un buen perfil competitivo a nivel mundial.

El sector cosmético y del cuidado personal mexicano ostenta la sexta posición en la participación relativa del sector cosmético en los índices de: intercambio mundial neto, intercambio mundial del SCCP e intercambio comercial nacional. Véase los resultados promedio para cada índice en la tabla 58, de izquierda a derecha, los resultados de estos tres primeros índices le representan a México en el sector cosmético y del cuidado personal un balance positivo, con resultados superavitarios donde el SCCP mexicano representa el 0.0055% del valor total de los intercambios mundiales de todos los segmentos, el 1.03% del valor total de los intercambios del SCCP a nivel mundial y le representa el 0.28% del

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

superávit comercial en la balanza comercial del país, estos índices de participación relativa le otorgan a México una posición similar a la obtenida mediante el índice de ventajas comparativa revelada, en cuanto al índice de participación relativa del SCCP en el PIB nacional, México ostenta la tercera posición, esta destacada posición por sobre los demás países es debida a dos factores, el tamaño del PIB del país y la balanza comercial del SCCP, así si un país tiene un PIB elevado a razón de la balanza comercial del SCCP será menor que la de el país con un PIB menor. Los resultados para México presentan esta condición. Un superávit en la balanza comercial del SCCP y un PIB menor que Italia, Estados Unidos y China lo que aumenta exponencialmente sus resultados y por ende su posición.

- Por lo anterior se acepta la hipótesis específica II: “El nivel de participación relativa del sector cosmético y del cuidado personal en México en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015, es similar o mejor que la posición respecto de la ventaja comparativa revelada.
H0= para posiciones = o > a la posición de la ventaja comparativa revelada
H1= para posiciones < a la posición de la ventaja comparativa revelada

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 57. Resultados promedio de los índices de participación relativa

	Índice relativo a la participación del comercio en el SCCP en los intercambios mundiales		Índice de participación relativa del comercio en el SCCP en el intercambio mundial del mismo sector		Índice de participación relativa del SCCP en el intercambio comercial nacional		Índice de participación relativa del comercio en el SCCP en el PIB nacional		Índice per cápita del intercambio comercial en el SCCP	
	PAÍS	Promedio 2007-2015	PAÍS	Promedio 2007-2015	PAÍS	Promedio 2007-2015	PAÍS	Promedio 2007-2015	PAÍS	Promedio 2007-2015
1	FRANCIA	0.0672%	FRANCIA	13.15%	FRANCIA	2.05%	FRANCIA	0.3969%	FRANCIA	159.970
2	ALEMANIA	0.0228%	ALEMANIA	4.27%	ESPAÑA	0.45%	ALEMANIA	0.1006%	ALEMANIA	42.796
3	ITALIA	0.0096%	ITALIA	1.77%	ITALIA	0.31%	MÉXICO	0.0790%	ITALIA	24.927
4	ESTADOS UNIDOS	0.0088%	CHINA	1.44%	REINO UNIDO	0.31%	ITALIA	0.0742%	ESPAÑA	17.144
5	CHINA	0.0075%	ESTADOS UNIDOS	1.41%	ESTADOS UNIDOS	0.28%	ESPAÑA	0.0599%	MÉXICO	7.082
6	MÉXICO	0.0055%	MÉXICO	1.03%	MÉXICO	0.28%	CHINA	0.0188%	ESTADOS UNIDOS	4.014
7	ESPAÑA	0.0052%	ESPAÑA	0.91%	ALEMANIA	0.18%	ESTADOS UNIDOS	0.0083%	CHINA	0.871
8	REINO UNIDO	0.0004%	BRASIL	-0.04%	CHINA	0.05%	REINO UNIDO	-0.0004%	REINO UNIDO	0.014
9	BRASIL	-0.0001%	REINO UNIDO	-0.15%	BRASIL	-0.04%	BRASIL	-0.0009%	BRASIL	-0.181
10	JAPÓN	-0.0060%	JAPÓN	-1.32%	JAPÓN	-0.13%	JAPÓN	-0.0204%	JAPÓN	-7.750
11	RUSIA	-0.0148%	RUSIA	-3.07%	RUSIA	-1.07%	RUSIA	-0.1448%	RUSIA	-16.518

Fuente: elaboración propia (2016).

En este análisis, los diversos índices aplicados, tanto de participación como el índice de ventaja comparativa revelada, han posicionado a México dentro de los primeros 6 países más competitivos del sector cosmético y del cuidado personal a nivel mundial. El SCCP le representa al país un superávit por habitante de 7 dólares estadounidenses, por sobre Estados Unidos quien percibe 4 dólares por habitante, si bien esto se debe a la baja tendencia a importar productos de este segmento en México, caso contrario para Estados Unidos principal importador del sector.

Es de destacar que el sector cosmético y del cuidado personal en México es un segmento de importancia en el que el país posee ventajas comparativas, y niveles de posicionamiento competitivos, que representa una fuente importante de atracción de divisas, generación de

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

empleos y atracción de inversión, que bajo las políticas económicas y la orientación empresarial adecuadas puede detonar un mayor crecimiento. Si bien es notorio que existe una gran brecha entre las ganancias del comercio obtenidas por el país líder del sector Francia quien obtiene cerca de 160 dólares superavitarios per cápita y México, la realidad de este análisis demuestra que Francia, el número uno del sector, presenta una disminución durante todo el periodo de análisis en la participación de mercado de este segmento, dando lugar a nuevos participantes a tomar parte en esta gran industria mundial, desvaneciendo gradualmente el oligopolio sostenido por muchos años por los países europeos, quienes pasaron de poseer el 48.81% de total de las exportaciones mundiales del SCCP en el año 2007 al 37% para el año 2015, siendo Francia principalmente el que disminuyó en un 5.5% el valor de las exportaciones globales representándole una pérdida de poco más de una cuarta parte de su mercado mundial, cuota de mercado que puede ser aprovechado por los países más competitivos del sector, “Para el buen aprovechamiento de esas oportunidades es necesaria una inserción eficiente de los países en ese mercado mundial, lo que sólo puede lograrse en condiciones de creciente competitividad de las empresas”. (Mortimore y Peres, 2001).

Durante la presente investigación el sector cosmético y del cuidado personal se desglosó en 6 segmentos que lo conforman. De los cuales se destaca la participación de México de los segmentos 3305 preparaciones capilares y 3306 preparaciones para higiene bucal o dental, donde se posiciona en la tercera y segunda posición mundial. Son estos segmentos los que coadyuvaron a la consecución de la ventaja comparativa revelada del segmento en global, presentando los mayores márgenes superavitarios (véase la tabla 59).

- En base a los resultados obtenidos, se acepta la hipótesis específica III “Los segmentos de mayor participación del sector cosmético y de cuidado personal mexicano que influyen directamente en la consecución de la ventaja comparativa revelada en comparación con EE.UU., China, Brasil, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Rusia, Italia y España, durante el periodo 2007-2015, son: los segmentos de preparaciones capilares y preparaciones para higiene bucal”.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 58. Índices de participación de los segmentos del SCCP promedio

	Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador		Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.		Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares.		Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental.		Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios.		Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivos para el cuidado de la piel, líquidos o en crema.	
	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO
1	FRANCIA	26.85%	FRANCIA	17.86%	ALEMANIA	7.94%	ALEMANIA	5.86%	CHINA	6.12%	ALEMANIA	5.59%
2	ESPAÑA	3.31%	ALEMANIA	3.42%	FRANCIA	7.04%	MÉXICO	5.57%	ALEMANIA	3.68%	CHINA	2.90%
3	ITALIA	2.57%	ESTADOS UNIDOS	2.19%	MÉXICO	5.39%	CHINA	4.09%	ESTADOS UNIDOS	3.44%	ITALIA	2.58%
4	ALEMANIA	2.22%	ITALIA	1.05%	ITALIA	3.27%	REINO UNIDO	3.85%	FRANCIA	3.22%	ESTADOS UNIDOS	1.10%
5	CHINA	0.03%	JAPÓN	0.21%	ESTADOS UNIDOS	2.42%	ESTADOS UNIDOS	2.88%	REINO UNIDO	3.10%	BRASIL	0.97%
6	MÉXICO	-0.61%	CHINA	-0.01%	ESPAÑA	1.68%	BRASIL	1.82%	MÉXICO	1.76%	ESPAÑA	0.73%
7	BRASIL	-0.62%	BRASIL	-0.25%	BRASIL	1.06%	ITALIA	-0.44%	ESPAÑA	1.73%	MÉXICO	0.70%
8	REINO UNIDO	-1.33%	ESPAÑA	-0.61%	CHINA	1.05%	ESPAÑA	-0.98%	ITALIA	1.26%	REINO UNIDO	0.03%
9	JAPÓN	-1.56%	MÉXICO	-0.61%	REINO UNIDO	-1.09%	FRANCIA	-1.64%	BRASIL	-1.42%	FRANCIA	-0.49%
10	ESTADOS UNIDOS	-2.58%	REINO UNIDO	-0.96%	JAPÓN	-2.28%	JAPÓN	-2.45%	JAPÓN	-3.25%	JAPÓN	-1.89%
11	RUSIA	-3.55%	RUSIA	-3.14%	RUSIA	-2.97%	RUSIA	-2.85%	RUSIA	-3.28%	RUSIA	-1.94%

Fuente: elaboración propia (2016).

México presenta un mayor desempeño en los segmentos del cuidado personal, 3305 preparaciones capilares, 3306 preparaciones para higiene bucal o dental, en los que logró posicionarse en el último año de análisis (2015) como líder mundial seguido del segmento 3307 preparaciones para afeitar para antes o después y por último en el segmento 3401 que si bien mantiene bajos índices de participación sus resultados son positivos. Sin embargo presenta resultados deficitarios para los segmentos cosméticos como lo es el 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel y el 3303 perfumes y agua de tocador (véase tabla 60).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

Tabla 59. Índices de participación de los segmentos del SCCP año 2015

	Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3303 perfumes y aguas de tocador		Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel.		Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3305 preparaciones capilares.		Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3306 preparaciones para higiene bucal o dental.		Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3307 Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño y depilatorios.		Índice de participación relativa en el intercambio mundial en el sector cosmético y del cuidado personal del segmento 3401 jabón, preparaciones orgánicas tensoactivas para el cuidado de la piel, líquidos o en crema.	
	2015	2015	2015	2015	2015	2015	2015	2015	2015	2015	2015	2015
1	FRANCIA	24.73%	FRANCIA	15.04%	MÉXICO	5.87%	MÉXICO	5.89%	CHINA	8.02%	ALEMANIA	6.14%
2	ESPAÑA	4.68%	ALEMANIA	2.34%	ALEMANIA	5.85%	CHINA	5.10%	ESTADOS UNIDOS	4.12%	CHINA	3.32%
3	ITALIA	3.44%	ITALIA	1.56%	ITALIA	4.60%	ALEMANIA	4.54%	ALEMANIA	2.78%	ITALIA	2.71%
4	ALEMANIA	1.76%	ESTADOS UNIDOS	1.49%	FRANCIA	3.55%	ESTADOS UNIDOS	2.86%	ITALIA	2.27%	ESTADOS UNIDOS	1.40%
5	CHINA	-0.30%	JAPÓN	0.89%	ESTADOS UNIDOS	1.57%	REINO UNIDO	1.12%	MÉXICO	2.23%	BRASIL	0.67%
6	MÉXICO	-0.59%	ESPAÑA	-0.28%	ESPAÑA	1.56%	BRASIL	1.10%	REINO UNIDO	1.83%	REINO UNIDO	0.47%
7	BRASIL	-0.61%	BRASIL	-0.30%	BRASIL	0.92%	ITALIA	1.06%	FRANCIA	1.74%	MÉXICO	0.40%
8	JAPÓN	-1.25%	MÉXICO	-0.64%	CHINA	0.44%	FRANCIA	-0.41%	ESPAÑA	1.29%	ESPAÑA	-0.32%
9	REINO UNIDO	-1.78%	REINO UNIDO	-0.96%	JAPÓN	-1.45%	ESPAÑA	-0.48%	BRASIL	-1.74%	FRANCIA	-0.77%
10	RUSIA	-2.57%	RUSIA	-2.00%	REINO UNIDO	-1.54%	JAPÓN	-2.31%	RUSIA	-2.48%	JAPÓN	-0.89%
11	ESTADOS UNIDOS	-2.88%	CHINA	-3.65%	RUSIA	-1.70%	RUSIA	-2.33%	JAPÓN	-3.12%	RUSIA	-1.08%

Fuente: elaboración propia (2016).

En análisis del año 2015, México posee la supremacía en dos de los 6 segmentos analizados y resultados positivos para otros dos. Sin embargo la generación de valor se encuentra en los dos segmentos en los que México no solo no destaca sino que presenta desventajas comerciales, 3303 perfumes y agua de tocador y 3304 preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, estos dos segmentos representan el 59% total del valor mundial del sector.

RECOMENDACIONES

Existen organizaciones dedicadas al estudio del sector cosmético y del cuidado personal en México. Sin embargo estas no son públicas lo que limita el acceso a la información general a las firmas, limitando así las herramientas para la toma de decisiones. Debe fomentarse la incursión de nuevas empresas a los sectores más competitivos del país con la finalidad de desarrollar una industria más fuerte y competitiva a nivel global.

México posee una gran cantidad de tratados internacionales lo que le permite desarrollar su nivel comercial. Sin embargo la mayor parte de las exportaciones son destinadas a los Estados Unidos de América, perdiendo la oportunidad de comercializar con potenciales clientes en otros países, por lo que es necesario desarrollar vínculos que integren a las industrias con los compradores extranjeros, si bien ya existen organismos vinculatorios como PROMEXICO, estos programas tienden a destacar el apoyo y la promoción a sectores primarios como el agrícola, del cual se reconoce su importancia en la economía nacional, sin embargo estos sectores primarios carecen de valor agregado a los productos, como el que pudiese ofrecer un producto manufacturado. Realizar programas de vinculación incluyentes para nuevos segmentos productivos y competitivos como lo es el SCCP ofrecería una sana diversificación de oportunidades de inversión y laborales, además de que son sectores que van de la mano con el campo de la investigación y dejan una derrama tecnológica y de conocimiento en el país.

México posee un capital humano incalculable, año tras año miles de profesionistas se gradúan de universidades públicas y privadas, eso aunado a los campos de investigación científica del país, crea posibilidades de realizar una vinculación entre investigadores, profesionistas y empresas para reforzar los sectores más competitivos del país.

En el campo teórico, en la presente investigación se demostró que México posee un lugar competitivo destacado en el sector cosmético y del cuidado personal para el periodo 2007-2015 en comparación con los líderes mundiales a través del índice de la ventaja comparativa revelada y se reforzó la posición a través de índices de posicionamiento por

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

medio de los cuales también se identificaron los segmentos de mayor participación del sector cosmético y del cuidado personal mexicano que influyen directamente en la consecución de la ventaja comparativa revelada los cuales son los segmentos 3305 preparaciones capilares, 3306 preparaciones para higiene bucal o dental. Una vez identificados la posición competitiva del país para el SCCP el grado de ventaja y los segmentos que influyen en la consecución de la misma, se plantean nuevas preguntas de investigación ¿Cómo se llegó a ese nivel competitivo...?, ¿Qué factores afectaron...?, ¿Cuáles son las estrategias del sector...?, ¿Qué factores influyeron en los segmentos más desarrollados del país que en los otros no?, esas y otras interrogantes podrían surgir del planteamiento de la presente investigación la cual se utilizó una metodología de enfoque macro económico, dando cabida a cuestionamiento que pudiesen ser dilucidados desde el enfoque de la firma.

Otra limitante del método es llegar a conocer las etapas en las que los productos del SCCP son exportados e importados, debido a la producción en cadenas globales. Un mismo producto puede tomar distintas fases de fabricación en varios países e incluso nunca haberse desarrollado en el país dueño de la marca y recaudador de las ganancias finales de este. Los índices aplicados en la presente investigación arrojan una medición para destacar que existe intra-comercio, el cual es explicado como el consumo de productos extranjeros procedentes del mismo sector. Sin embargo esta medición bien podría estar reflejando parte de los procesos globales de producción y lo que representa el intra-comercio puede ser en parte, la importación de materias primas o productos no terminados. El alcance de la metodología utilizada no llega a concluir cuáles importaciones son netamente intra-producto y cuáles son procesos, tampoco considera las cadenas de distribución donde un mismo producto puede ser trasladado a distintos países sin ser consumido antes de llegar al consumidor final. Con motivo de utilizar las plataformas o los medios de distribución comercial. Son varias las observaciones que surgen de las limitantes de la metodología, que bien pueden ser aprovechadas para ser analizadas desde distintos enfoques de investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- Appleyard, D. R., Field Jr, A. J., Cobb, S. L., & Lima, A. F. (2010). *Economía Internacional-6*. AMGH Editora. pp. 15-27
- Balassa, B.(1965). La liberación del comercio y “revelado” ventaja comparativa. *La escuela de Manchester*. 33(2), 99-123.
- Barney, J. B. (1991). "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management* 17(1): 99-120.
- Bebek, U. G. (2011). Monotonicity of additive indices of revealed comparative advantage. *Economics Bulletin*, 31(2), 1894-1901
- Botero Pinzón, Luz Dary; (2014). INTERNACIONALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD. *Revista Ciencias Estratégicas*, Julio-Diciembre, 187-196.
- Chiavenato I. Villamizar G.A. y Aparicio J.B. (1983). Administración de recursos humanos (Vol. 2). McGraw-Hill
- Chudnovsky, D., & Porta, F. (1990). *La competitividad internacional: principales cuestiones conceptuales y metodológicas* (Vol. 3). DT 3, Buenos Aires: CENIT.
- Recuperado de: <http://decon.edu.uy/publica/1991/Doc0391.pdf> en septiembre del 2016.
- Contreras-Castillo, J. M. (1999). La competitividad de las exportaciones mexicanas de aguacate: un análisis cuantitativo. *Revista Chapingo Serie Horticultura*, 5, 393-400.
- Cruz Ramírez, D. (2012). La innovación y competitividad en las mi pymes y pymes manufactureras. pp.3. *Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Recuperado de: <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/handle/123456789/7271> en enero del 2016.
- Esser, K., Hillebrand, W., & Messner, D. J. Meyer-Stamer (1996), “Competitividad sistémica: nuevos desafíos para las empresas y la política”. *Revista de la Cepal*, 59. pp.39-52.
- Fermoso A.G. (2015). Las ventajas comparativas reveladas de la red de trigo I. *El economista*
- Recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/columnas/agro-negocios/2015/08/12/las-ventajas-comparativas-reveladas-red-trigo-i> en octubre del 2016.
- Garay, L. G. (1998). Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. *Biblioteca Virtual del Banco de la República*, 2004 Recuperado de:

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/indice.htm> en marzo del 2016

Huerta, L. (2004, febrero). Cosméticos, una industria que mueve (a) millones. *Revista del consumidor, PROFECO*. pp.46-48 Recuperado de:

<http://www.profeco.gob.mx/revista/publicaciones/adelantos04/cosmeticosfeb04> en julio, 2016.

Krugman, P. (1994). *Competitiveness: a dangerous obsession* (Vol. 73). NEW YORK: FOREIGN-AFAIRS.

Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación (LIGIE) DOF 18-06-2007, Diario Oficial de la Federación el 18 de junio de 2007.

Lima, D., Elías, J., & Alvarez, M. (2008). Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial. *Documento de Proyecto. División de Comercio Internacional e Integración. Santiago de Chile: Naciones Unidas*.

Mirón, S. I., & Hernández, J. S. (2002). La teoría de los recursos y las capacidades: un enfoque actual en la estrategia empresarial. In *Anales de estudios económicos y empresariales* (No. 15, pp. 63-89). Servicio de Publicaciones.

Muñoz, D. R. M. (1998). Una visión integral de la empresa basada en los recursos, el conocimiento y el aprendizaje. *Investigaciones Europeas de dirección y economía de la empresa*, 4(2), 77-90.

Pablo Valenciano, J., & Battistuzzi, (2011) Competitividad en el comercio internacional vs ventajas comparativas reveladas (VCR) caso de análisis: peras1.

Pérez P.J y Merino M. (2010). Definición de ventaja. Recuperado de: <http://difinhición.de/ventaja> en agosto 2016.

Peteraf, M.A. (1993): "The Cornerstone of Competitive Advantage: a Resource-Based View". *Strategic Management Journal*, vol. 14, pp. 179- 191.

Piñeiro, M., Jaffe, W., Müller, G., Gamboa, C. I., Madeley, J., Del Valle, L. A., ... & Bhagwati, J. (1993). *Innovation, competitiveness and agroindustrial development* (No. IICA-E71 P661in). IICA, San José (Costa Rica).

Porter, M. E. (1998). *Competing across locations: Enhancing competitive advantage through a global strategy*. Harvard Business School Press.

Porter, M.E. (2007). La ventaja competitiva de las naciones. *Harvard business review*, 85(11), 69-95.

- Porter, M. E. (2015). Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Grupo Editorial Patria, pp.34.
- Prellezo, J. M., & García, J. M. (2003). *Investigar: metodología y técnicas del trabajo científico*. España. Editorial CCS.
- Real Academia de la Lengua. (1992). *Diccionario de la Lengua Española* (Vol. 1).
- Rodríguez, F. J. G. (2002). *La reputación como recurso estratégico: un enfoque de recursos y capacidades* (Doctoral dissertation, Universidad de La Laguna).
- Rojas, S.R. (2013). Guía para realizar investigaciones sociales. México D.F. editorial: Plaza y Valdés. 38va edición.
- Salazar JJ.C. (2015). Estructura y evolución reciente de las ventajas comparativas de México y de sus estados. *Trayectorias*, 17(40). P.68.
- Sanidas, E., & Shin, Y. (2010, June). Comparison of revealed comparative advantage indices with application to trade tendencies of East Asian countries. In *9th Korea and the World Economy Conference, Incheon*.
- Segura, J. A., & Ruiz, O. S. (2004). InterCambio. *Indice de ventaja comparativa revelada: un indicador del desempeño y de la competitividad productivo-comercial de un país Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)*.
- Solleiro, J. L., & Castañón, R. (2005). Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global.
- Valencia, J. B., & Reyes, I. T. (2017). Ventaja Comparativa Revelada del Limón Mexicano: análisis con España, Argentina y Turquía. *CIMEXUS*, 11(2), 29-48.
- Viteri Arranz, D. S. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 6(3), 71-86.)
- CANIPEC, (2015). *Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos y de Higiene Personal*. Recuperado de: http://canipec.org.mx/woo/index.php?option=com_content&view=article&id=156&Itemid=65 en julio del 2015.
- CASIC. (2015). *Consejo de la Industria de Cosméticos, Aseo Personal y Cuidado del Hogar de Latino América*. Recuperado de <http://www.casic-la.org/autoridades/cifras-del-sector.html> en julio del 2015

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

COFEPRIS (2011). Comisión federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios. *Ley federal de salud*. Recuperado de:

<http://www.dof.gob.mx/avisos/2045/SALUD070611/SALUD070611.htm> en noviembre del 2015.

FDA (2016). U.S. Food and drug administration. Recuperado de:

<https://www.fda.gov/downloads/Cosmetics/GuidanceRegulation/LawsRegulations/UCM488795.pdf> en junio 2016.

FMI (2016). Fondo monetario internacional. Recuperado de:

<http://www.imf.org/external/spanish/> en marzo 2016.

INEGI (2009). Micro, pequeña, mediana y gran empresa, estratificación de los establecimientos. *Censos económicos 2009*. Recuperado de:

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf en noviembre del 2016.

INEGI (2016). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Recuperado de:

<http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx> en 2016.

Monneyron, F. (2006). Respuestas Sobre la Moda. pp.8 Recuperado de:

<http://ggili.com/es/tienda/productos/50-respuestas-sobre-la-moda?section=content#> en agosto del 2015.

Organización mundial del comercio (OMC) 2016. Recuperado de:

<https://www.wto.org/indexsp.htm> en septiembre del 2016.

PROFECO. (2016) *Procuraduría Federal del Consumidor*. Recuperado de:

<http://www.profeco.gob.mx/precios/canasta/ayuda.html> en julio del 2016.

PROMEXICO, (2016). Directorio de exportadores. PROMEXICOB2B. recuperado de:

<http://www.promexico.gob.mx/es/mx/diex> en marzo del 2016.

SIAVI, (2015). *Sistema de Información Arancelaria Vía Internet*. (S. d. Economía, Productor) Recuperado de <http://www.economia-snci.gob.mx/> en julio de 2015,

SIEM. (2015). *Sistema de Información Empresarial Mexicano*. (S. d. Economía, Productor) Obtenido de <http://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/ligas.asp?Tem=5>

UN COMETRADE. (2016) *United Nations Comtrade Database*. (Base de datos del comercio de las Naciones Unidas), Recuperado de:

[:http://data.un.org/Data.aspx?d=ComTrade&f=_11Code%3a34](http://data.un.org/Data.aspx?d=ComTrade&f=_11Code%3a34) en julio del 2016

GLOSARIO

SCCP: siglas utilizadas en el documento para referirse al Sector Cosmético y del Cuidado Personal

CANIPEC: siglas oficiales de la Cámara Nacional de Productos Cosméticos en México

CASIC: siglas oficiales del Consejo de la Industria de Cosméticos, Aseo persona y Cuidado del Hogar de Latino América

COFEPRIS: siglas oficiales de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios de México

COMERCIO EXTERIOR: movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados

INTRA-PRODUCTO: intercambio comercial de productos del mismo grupo

CRISIS ECONÓMICA: fase de la evolución de un ciclo económico caracterizada por sus efectos negativos; siendo "recesión" el movimiento cíclico descendente, "contracción" la que cae por debajo del nivel mínimo del ciclo anterior y "depresión" un caso extremo por su duración o efectos.

DÉFICIT: situación de la economía en la que los gastos superan a los ingresos

ENDÓGENO: que se origina por causas internas

EXÓGENO: que se origina por causas externas

EXPORTACIONES: salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior.

IMPORTACIONES: entrada de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior.

IN-PUT: factor que se utiliza en un proceso productivo de un bien

OUT-PUT: resultado de una producción tras cierta combinación de factores dentro de un proceso económico

PROFECO: siglas oficiales de la Procuraduría Federal del Consumidor

SECTOR MANUFACTURERO: cumulo de industrias dedicadas a la transformación de materias primas en productos manufacturado, elaborados o terminados para su distribución o consumo. También involucra los procesos de elaboración de productos semi-facturados.

SECTOR INDUSTRIAL: sector secundario de la economía, también denominado sector manufacturero.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

SEGMENTO: parte separada de una cosa, en el presente archivo se separó en SCCP en 6 segmentos.

SELFIE: auto retrato

SMARTPHONE: teléfono inteligente, construido sobre una plataforma informática móvil, capaz de realizar actividades semejantes a las de una computadora.

SUPERÁVIT: situación de la economía en la que los ingresos superan a los gastos

UN COMTRADE DATABASE STATISTICS: por sus siglas en inglés Base de Datos Comerciales Estadísticos de las Naciones Unidas.

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

ANEXO A. Exportaciones e importaciones netas de cada segmento que conforma el sector cosmético para el periodo 2007-2015 en dólares estadounidenses sin deflactar

A1 Exportaciones netas del segmento perfumes y aguas de tocador para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

EXPORTACIONES 3303									
3303 Perfumes y aguas de tocador									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	13,620,110	15,205,901	12,674,600	14,547,161	17,006,613	17,726,424	18,928,217	19,040,259	16,558,124
ESTADOS UNIDOS	1,229,483	1,375,506	1,267,003	1,487,030	1,606,606	1,723,523	1,839,311	1,831,712	1,655,620
CHINA	55,686	59,612	63,785	87,019	105,756	120,656	110,234	115,231	140,799
BRASIL	5,046	5,863	8,004	4,739	6,707	11,575	7,937	9,702	9,165
JAPÓN	1,620	2,538	2,001	2,690	3,388	2,589	2,173	2,026	1,406
ALEMANIA	1,645,126	1,920,946	1,598,288	1,906,692	2,222,173	2,308,144	2,349,880	2,291,037	1,853,871
REINO UNIDO	788,479	819,868	726,871	774,626	850,251	906,533	999,896	1,033,177	841,008
FRANCIA	4,763,931	5,138,016	4,116,255	4,286,463	5,039,284	4,851,312	4,929,824	5,090,886	4,566,802
RUSIA	16,904	24,644	30,218	23,514	17,155	34,015	48,312	50,611	42,608
ITALIA	838,937	886,426	635,570	800,156	964,881	943,080	1,089,438	1,084,148	1,012,224
ESPAÑA	693,237	854,952	880,237	1,123,001	1,263,634	1,247,942	1,574,459	1,594,672	1,453,814
MÉXICO	80,899	94,258	102,561	112,193	160,995	191,157	134,234	128,336	134,363

A2 Importaciones netas del segmento perfumes y aguas de tocador para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

IMPORTACIONES 3303									
3303 Perfumes y aguas de tocador									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	11,907,430	13,473,281	12,118,194	13,573,723	15,671,812	16,362,820	17,625,197	17,926,033	16,249,976
ESTADOS UNIDOS	1,542,756	1,698,202	1,350,074	1,650,679	1,910,421	1,961,435	2,085,433	2,193,858	2,092,055
CHINA	33,917	50,706	55,313	67,676	76,906	89,641	97,049	117,347	186,388
BRASIL	67,531	60,612	55,998	98,526	116,741	153,679	142,244	112,100	108,877
JAPÓN	248,177	258,056	222,807	242,774	232,016	234,482	210,090	202,370	205,096
ALEMANIA	1,196,843	1,396,304	1,300,365	1,414,365	1,717,127	1,694,141	1,819,171	1,719,243	1,533,364
REINO UNIDO	968,590	911,381	869,349	911,975	969,507	974,508	1,023,374	1,160,395	1,115,006
FRANCIA	401,164	457,334	392,629	416,002	459,355	460,471	434,824	417,163	462,911
RUSIA	438,233	484,583	407,150	566,739	611,132	713,203	769,776	613,017	459,003
ITALIA	426,076	482,454	388,181	476,930	521,473	449,759	446,181	494,296	434,862
ESPAÑA	489,824	581,340	573,546	603,507	587,719	423,667	610,193	716,219	666,099
MÉXICO	180,160	199,462	151,252	185,694	224,225	244,774	220,221	236,044	228,526

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

A3 Exportaciones netas del segmento preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

EXPORTACIONES									
Producto: 3304 Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	23,293,303	26,470,367	23,945,982	27,721,596	32,595,108	32,826,489	36,103,430	38,328,897	37,625,574
ESTADOS UNIDOS	2,666,729	3,013,776	2,778,512	3,103,301	3,334,517	3,715,679	4,085,466	4,296,565	4,521,818
CHINA	732,656	755,822	768,034	1,009,563	1,222,696	1,265,700	1,317,171	1,428,077	1,647,629
BRASIL	43,340	56,996	59,070	64,610	81,989	82,219	77,664	79,178	71,291
JAPÓN	698,840	884,597	968,435	1,215,885	1,362,027	1,291,367	1,149,144	1,173,765	1,384,626
ALEMANIA	2,608,356	2,945,595	2,543,368	2,718,261	3,082,834	2,966,910	3,077,859	3,160,269	2,907,015
REINO UNIDO	1,704,628	1,721,917	1,416,802	1,554,146	1,790,304	1,762,194	2,002,979	2,138,481	1,903,878
FRANCIA	5,614,640	6,508,107	5,532,695	6,047,313	7,199,569	6,720,441	7,319,819	7,781,380	7,000,476
RUSIA	100,478	113,331	95,398	74,169	85,212	137,093	147,080	136,934	106,783
ITALIA	1,188,594	1,270,667	1,033,502	1,139,754	1,295,575	1,311,576	1,454,718	1,549,573	1,525,355
ESPAÑA	507,588	566,554	507,383	635,433	670,188	615,806	716,798	802,763	696,091
MÉXICO	143,227	156,998	157,863	190,191	219,900	261,251	311,680	261,789	234,101

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

A4 Importaciones netas del segmento preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

IMPORTACIONES									
Producto: 3304 Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel,									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	23,239,825	26,376,347	23,745,423	26,850,380	30,885,808	32,613,781	35,540,470	38,174,671	38,197,242
ESTADOS UNIDOS	2,144,896	2,228,424	1,919,108	2,220,227	2,606,443	3,057,921	3,409,606	3,851,364	4,021,042
CHINA	355,154	566,502	603,505	806,460	1,071,838	1,148,765	1,296,903	1,670,116	3,067,662
BRASIL	64,488	65,877	89,406	138,467	190,002	196,527	219,794	199,374	187,711
JAPÓN	861,189	994,927	919,068	994,911	1,065,034	1,182,678	1,107,570	1,101,864	1,067,122
ALEMANIA	1,469,686	1,743,042	1,504,445	1,678,467	1,901,740	1,865,039	2,197,739	2,278,673	2,056,339
REINO UNIDO	1,910,619	1,987,711	1,746,944	1,915,997	2,011,655	1,963,257	2,167,734	2,339,565	2,300,172
FRANCIA	1,029,490	1,130,550	979,803	1,030,404	1,161,794	1,172,381	1,217,772	1,369,507	1,363,084
RUSIA	813,445	1,020,503	866,192	1,097,815	1,180,282	1,195,158	1,281,284	1,171,591	870,751
ITALIA	903,930	1,000,502	855,606	918,645	1,011,970	954,187	1,010,546	1,029,844	953,033
ESPAÑA	809,488	850,036	688,697	756,227	829,882	768,594	780,316	885,773	815,349
MÉXICO	337,115	375,002	288,390	327,779	408,999	427,896	460,931	464,016	482,228

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

A5 Exportaciones netas del segmento preparaciones capilares para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactor

EXPORTACIONES									
Producto: 3305 Preparaciones capilares									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	9,199,889	10,036,031	10,022,437	10,985,994	12,228,752	12,791,477	14,109,578	14,020,946	12,726,824
ESTADOS UNIDOS	904,464	1,032,252	982,132	1,121,556	1,156,081	1,218,950	1,246,852	1,318,562	1,365,874
CHINA	118,724	132,086	139,223	169,390	233,645	286,579	308,314	299,821	294,224
BRASIL	118,882	161,496	162,627	177,822	192,749	169,892	159,354	163,103	166,142
JAPÓN	134,434	150,066	166,661	207,393	222,546	217,948	190,765	204,544	243,960
ALEMANIA	1,226,919	1,298,412	1,402,243	1,402,710	1,565,817	1,508,454	1,678,019	1,635,072	1,355,836
REINO UNIDO	572,178	613,480	482,335	423,272	484,165	450,393	523,636	532,940	505,011
FRANCIA	1,343,384	1,434,761	1,313,967	1,238,554	1,310,209	1,097,272	1,087,068	1,013,560	843,551
RUSIA	72,164	80,749	82,506	79,121	95,011	155,070	187,735	178,955	123,530
ITALIA	500,754	588,770	551,096	619,166	741,091	754,865	832,058	885,873	838,740
ESPAÑA	441,244	570,073	468,772	521,634	527,268	527,518	574,059	568,866	520,742
MÉXICO	469,044	481,656	691,129	688,025	755,124	826,035	1,037,350	947,741	875,675

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

A6 Importaciones netas del segmento preparaciones capilares para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactor

IMPORTACIONES									
Producto: 3305 Preparaciones capilares									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	9,208,119	10,093,539	9,733,240	10,935,202	12,130,938	12,870,120	13,904,750	13,941,464	12,724,143
ESTADOS UNIDOS	620,238	605,250	645,470	802,334	865,601	924,048	1,107,271	1,141,206	1,166,381
CHINA	33,287	34,213	48,618	64,972	87,573	107,406	107,097	128,723	237,775
BRASIL	18,978	19,956	26,007	37,420	46,595	55,625	66,517	56,079	48,694
JAPÓN	244,104	241,809	323,340	603,056	559,546	697,553	608,935	504,544	428,569
ALEMANIA	428,907	471,319	439,650	430,133	488,250	535,005	669,160	670,340	611,819
REINO UNIDO	564,692	609,634	568,593	586,243	666,124	634,565	709,042	752,631	700,561
FRANCIA	372,282	398,402	371,809	369,254	411,191	412,299	415,623	403,309	391,748
RUSIA	422,576	478,094	403,002	446,197	470,083	486,235	516,484	529,164	340,399
ITALIA	315,982	344,540	307,056	286,747	329,910	283,159	291,215	299,123	252,691
ESPAÑA	291,308	336,446	320,264	292,474	346,990	329,841	340,451	361,234	322,760
MÉXICO	92,300	100,498	81,735	91,539	90,932	104,963	141,009	126,432	129,026

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

A7 Exportaciones netas del segmento preparaciones para higiene bucal o dental para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

EXPORTACIONES									
Producto: 3306 Preparaciones para higiene bucal o dental									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	3,258,255	4,276,815	3,862,671	4,217,567	4,839,564	4,937,040	5,544,252	5,720,895	5,106,155
ESTADOS UNIDOS	425,918	455,994	431,832	431,512	422,619	480,448	516,727	534,779	554,267
CHINA	129,271	165,776	153,673	180,092	220,453	259,282	304,726	360,092	363,378
BRASIL	135,988	136,787	114,737	158,811	144,288	142,262	120,933	115,502	92,321
JAPÓN	16,609	18,134	18,258	19,136	23,100	23,371	24,063	24,712	35,706
ALEMANIA	382,202	417,182	440,511	528,026	601,270	600,913	636,013	595,232	499,034
REINO UNIDO	491,835	380,764	345,231	352,212	431,433	388,602	437,471	402,783	315,761
FRANCIA	82,538	93,421	85,455	77,842	94,283	113,661	137,213	155,792	150,503
RUSIA	19,890	23,067	26,115	23,919	27,714	47,006	53,515	37,110	31,204
ITALIA	76,269	69,746	129,311	134,110	162,056	154,169	203,443	220,437	197,842
ESPAÑA	77,183	56,760	54,714	54,058	63,518	63,398	73,901	81,834	75,004
MÉXICO	184,653	311,524	310,835	247,072	290,975	353,142	392,361	393,360	359,698

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

A8 Importaciones netas del segmento preparaciones para higiene bucal o dental para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

IMPORTACIONES									
Producto: 3306 Preparaciones para higiene bucal o dental									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	3,478,881	4,002,930	3,899,968	4,277,178	4,887,852	5,175,458	5,663,526	5,905,496	5,377,692
ESTADOS UNIDOS	262,810	305,062	293,874	331,964	365,470	395,884	396,734	390,968	429,961
CHINA	16,730	18,898	21,830	33,826	43,266	51,674	48,994	52,198	108,480
BRASIL	17,680	28,030	35,122	45,657	55,107	69,174	109,518	79,743	38,314
JAPÓN	104,394	108,773	127,970	120,085	151,253	148,568	156,824	169,226	161,714
ALEMANIA	239,906	226,256	197,989	201,877	253,654	249,862	300,925	355,407	281,395
REINO UNIDO	146,603	200,131	205,954	206,527	262,127	248,203	281,200	296,846	272,338
FRANCIA	166,825	182,309	160,823	172,378	182,430	195,410	225,290	214,138	180,421
RUSIA	136,206	174,907	133,719	152,239	158,437	197,217	179,637	196,699	158,395
ITALIA	136,043	180,429	155,478	157,889	185,690	167,129	198,105	171,300	151,268
ESPAÑA	96,694	99,027	113,415	126,297	119,059	106,387	136,255	124,732	104,881
MÉXICO	46,496	45,916	58,562	61,677	52,790	54,459	58,439	68,413	62,252

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

A9 Exportaciones netas del segmento preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactor

EXPORTACIONES									
Producto: 3307 Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	8,944,406	9,741,127	8,886,891	9,732,827	11,050,093	11,227,471	11,901,115	12,464,885	11,262,084
ESTADOS UNIDOS	847,928	925,922	941,931	1,049,126	1,039,041	1,078,606	1,086,062	1,154,687	1,210,564
CHINA	527,283	557,878	526,483	630,326	751,149	838,458	936,653	1,048,653	1,152,960
BRASIL	38,323	49,314	51,420	66,777	76,864	63,076	64,541	59,293	46,235
JAPÓN	68,624	62,809	49,611	60,160	66,727	83,663	79,284	83,737	108,894
ALEMANIA	1,059,688	1,154,117	907,058	1,016,708	1,121,557	1,109,068	1,137,602	1,131,071	937,391
REINO UNIDO	1,079,227	934,781	927,887	861,286	1,043,783	992,120	1,052,374	1,120,507	911,032
FRANCIA	890,561	953,769	808,841	768,139	844,525	739,975	764,834	765,034	662,645
RUSIA	43,385	54,805	46,141	46,864	53,164	80,853	99,843	88,931	74,122
ITALIA	457,540	51,575	451,830	441,315	510,169	454,095	520,312	539,883	495,531
ESPAÑA	499,512	493,258	409,208	439,753	477,360	443,897	449,389	465,225	405,532
MÉXICO	209,337	250,987	348,905	333,900	374,099	386,099	390,011	443,825	428,882

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

A10 Importaciones netas del segmento preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactor

IMPORTACIONES									
Producto: 3307 Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	8,957,699	9,666,294	8,675,405	9,570,942	10,739,495	11,184,800	11,919,240	12,109,025	11,140,035
ESTADOS UNIDOS	539,556	603,994	582,722	641,746	671,342	712,728	782,275	735,655	738,781
CHINA	54,425	63,851	58,602	84,168	110,526	126,130	136,303	166,651	247,476
BRASIL	90,756	134,763	125,435	201,654	227,934	267,311	299,132	308,592	239,870
JAPÓN	273,845	291,195	323,368	386,447	456,635	547,174	533,053	474,950	455,146
ALEMANIA	679,819	689,211	616,960	632,414	689,645	672,984	703,909	717,598	617,034
REINO UNIDO	722,566	674,581	555,401	594,523	665,147	659,035	663,883	684,215	696,950
FRANCIA	467,316	495,408	424,518	433,020	486,179	444,993	491,899	473,007	462,151
RUSIA	330,731	434,210	343,466	361,304	404,544	444,749	496,587	489,741	349,191
ITALIA	323,470	338,087	294,684	296,301	316,708	272,232	275,878	268,498	237,635
ESPAÑA	276,428	291,122	241,936	253,741	300,841	257,706	271,834	283,924	257,540
MÉXICO	133,311	148,177	135,485	161,848	183,768	152,814	164,427	187,821	176,142

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS(2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

A11 Exportaciones netas del segmento jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

EXPORTACIONES									
Producto: 3401 Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	6,578,659	7,813,487	7,739,902	8,308,601	9,450,056	9,609,473	10,211,408	10,373,930	9,452,704
ESTADOS UNIDOS	511,428	640,350	760,369	784,435	786,645	821,574	856,399	899,877	902,399
CHINA	166,306	227,671	252,652	316,457	382,490	466,110	529,426	523,904	488,909
BRASIL	106,193	136,439	96,175	100,417	118,374	107,865	97,463	110,675	92,150
JAPÓN	51,871	62,519	71,953	87,846	98,763	109,827	114,242	133,044	169,544
ALEMANIA	656,576	835,441	835,296	879,848	1,046,917	1,030,866	1,069,753	1,122,763	1,031,454
REINO UNIDO	472,848	534,267	476,518	505,204	562,031	509,011	541,729	539,887	509,925
FRANCIA	358,248	385,733	366,216	408,145	392,400	384,277	383,855	372,646	338,205
RUSIA	65,035	83,828	70,438	42,440	45,348	106,162	116,612	98,936	89,987
ITALIA	401,864	437,991	392,515	332,307	377,156	326,391	403,998	432,923	420,376
ESPAÑA	256,512	264,979	246,407	190,892	177,148	155,775	167,390	159,378	127,768
MÉXICO	191,337	201,729	134,998	113,247	142,321	137,853	171,972	159,647	150,252

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

A12 Importaciones netas del segmento jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

IMPORTACIONES									
Producto: 3401 Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes.									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	6,224,567	7,471,220	7,161,737	7,945,982	9,015,289	9,352,447	9,934,739	10,433,971	9,652,398
ESTADOS UNIDOS	571,212	563,885	510,805	569,512	625,053	704,444	740,811	810,291	785,931
CHINA	75,449	81,892	75,024	79,363	99,122	103,765	109,058	124,112	178,575
BRASIL	5,748	7,589	8,498	20,139	36,887	30,329	46,732	38,231	29,182
JAPÓN	172,092	219,358	209,031	242,561	305,192	324,482	302,621	286,840	259,415
ALEMANIA	360,820	416,883	344,633	393,881	468,864	460,073	477,133	509,026	461,057
REINO UNIDO	479,035	572,129	498,302	533,867	480,782	442,640	452,956	476,432	475,519
FRANCIA	399,914	464,636	347,809	377,828	417,130	382,105	404,396	428,683	419,830
RUSIA	178,731	241,168	197,259	242,244	259,555	283,289	287,886	293,355	196,016
ITALIA	123,224	150,105	147,164	157,510	191,720	178,694	178,397	203,508	167,976
ESPAÑA	105,507	128,188	119,961	114,583	129,061	129,276	150,071	177,287	161,415
MÉXICO	83,624	89,089	78,534	83,832	99,179	88,046	101,543	113,222	114,921

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

ANEXO B. Índice deflactor del dolar estadounidense

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
97.337	99.246	100	101.222	103.311	105.214	106.929	108.686	109.775

Fuente: Fondo Monetario Internacional, (2016).

ANEXO C. Exportaciones e importaciones netas de cada segmento que conforma el sector cosmético para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

C1 Exportaciones netas del segmento perfumes y aguas de tocador para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

EXPORTACIONES 3303									
3303 Perfumes y aguas de tocador									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	13,992,736.57	15,321,424.54	12,674,600.00	14,371,540.77	16,461,570.40	16,847,970.80	17,701,668.40	17,518,593.93	15,083,693.01
ESTADOS UNIDOS	1,263,119.88	1,385,956.11	1,267,003.00	1,469,077.87	1,555,116.11	1,638,111.85	1,720,123.63	1,685,324.70	1,508,194.03
CHINA	57,209.49	60,064.89	63,785.00	85,968.47	102,366.64	114,676.75	103,090.84	106,021.93	128,261.44
BRASIL	5,184.05	5,907.54	8,004.00	4,681.79	6,492.05	11,001.39	7,422.68	8,926.63	8,348.90
JAPÓN	1,664.32	2,557.28	2,001.00	2,657.53	3,279.42	2,460.70	2,032.19	1,864.09	1,280.80
ALEMANIA	1,690,134.28	1,935,539.97	1,598,288.00	1,883,673.51	2,150,954.88	2,193,761.29	2,197,607.76	2,107,941.23	1,688,791.62
REINO UNIDO	810,050.65	826,096.77	726,871.00	765,274.35	823,001.42	861,608.72	935,102.73	950,607.25	766,119.79
FRANCIA	4,894,265.28	5,177,050.96	4,116,255.00	4,234,714.79	4,877,780.68	4,610,899.69	4,610,371.37	4,684,031.06	4,160,147.57
RUSIA	17,366.47	24,831.23	30,218.00	23,230.13	16,605.20	32,329.35	45,181.38	46,566.26	38,813.94
ITALIA	861,889.11	893,160.43	635,570.00	790,496.14	933,957.66	896,344.59	1,018,842.41	997,504.74	922,089.73
ESPAÑA	712,202.96	861,447.31	880,237.00	1,109,443.60	1,223,135.97	1,186,098.81	1,472,434.05	1,467,228.53	1,324,358.01
MÉXICO	83,112.28	94,974.10	102,561.00	110,838.55	155,835.29	181,684.00	125,535.64	118,079.61	122,398.54

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

C2 Importaciones netas del segmento perfumes y aguas de tocador para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

IMPORTACIONES 3303									
3303 Perfumes y aguas de tocador									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	12,233,200.12	13,575,641.34	12,118,194.00	13,409,854.58	15,169,548.26	15,551,941.76	16,483,084.10	16,493,414.98	14,802,984.29
ESTADOS UNIDOS	1,584,963.58	1,711,103.72	1,350,074.00	1,630,751.22	1,849,194.18	1,864,233.85	1,950,296.93	2,018,528.61	1,905,766.34
CHINA	34,844.92	51,091.23	55,313.00	66,858.98	74,441.25	85,198.74	90,760.22	107,968.83	169,790.94
BRASIL	69,378.55	61,072.49	55,998.00	97,336.55	112,999.58	146,063.26	133,026.59	103,141.16	99,181.96
JAPÓN	254,966.76	260,016.52	222,807.00	239,843.12	224,580.15	222,861.98	196,476.17	186,196.93	186,833.07
ALEMANIA	1,229,586.90	1,406,912.12	1,300,365.00	1,397,290.11	1,662,095.03	1,610,185.91	1,701,288.71	1,581,844.03	1,396,824.41
REINO UNIDO	995,089.23	918,305.02	869,349.00	900,965.21	938,435.40	926,215.14	957,059.36	1,067,658.21	1,015,719.43
FRANCIA	412,139.27	460,808.50	392,629.00	410,979.83	444,633.19	437,651.83	406,647.40	383,824.04	421,690.73
RUSIA	450,222.42	488,264.51	407,150.00	559,897.06	591,545.91	677,859.41	719,894.51	564,025.73	418,130.72
ITALIA	437,732.83	486,119.34	388,181.00	471,172.27	504,760.38	427,470.68	417,268.47	454,792.71	396,139.38
ESPAÑA	503,224.88	585,756.60	573,546.00	596,221.18	568,883.27	402,671.70	570,652.49	658,980.00	606,785.70
MÉXICO	185,088.92	200,977.37	151,252.00	183,452.21	217,038.84	232,643.94	205,950.68	217,179.77	208,176.73

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

C3 Exportaciones netas del segmento preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

EXPORTACIONES									
Producto: 3304 Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	23,930,574.19	26,671,469.88	23,945,982.00	27,386,927.74	31,550,471.88	31,199,734.83	33,763,927.47	35,265,716.84	34,275,175.59
ESTADOS UNIDOS	2,739,686.86	3,036,672.51	2,778,512.00	3,065,836.48	3,227,649.52	3,531,544.28	3,820,727.77	3,953,190.84	4,119,169.21
CHINA	752,700.41	761,564.19	768,034.00	997,375.08	1,183,509.98	1,202,976.79	1,231,818.31	1,313,947.52	1,500,914.60
BRASIL	44,525.72	57,429.01	59,070.00	63,830.00	79,361.35	78,144.54	72,631.37	72,850.23	64,942.84
JAPÓN	717,959.25	891,317.53	968,435.00	1,201,206.26	1,318,375.58	1,227,371.83	1,074,679.46	1,079,959.70	1,261,330.90
ALEMANIA	2,679,716.86	2,967,973.52	2,543,368.00	2,685,444.86	2,984,032.68	2,819,881.38	2,878,413.71	2,907,705.68	2,648,157.60
REINO UNIDO	1,751,264.16	1,734,998.89	1,416,802.00	1,535,383.61	1,732,926.79	1,674,866.46	1,873,185.95	1,967,577.24	1,734,345.71
FRANCIA	5,768,248.46	6,557,550.93	5,532,695.00	5,974,306.97	6,968,831.01	6,387,401.87	6,845,494.67	7,159,505.36	6,377,113.19
RUSIA	103,226.93	114,192.01	95,398.00	73,273.60	82,481.05	130,299.20	137,549.21	125,990.47	97,274.42
ITALIA	1,221,112.22	1,280,320.62	1,033,502.00	1,125,994.35	1,254,053.30	1,246,579.35	1,360,452.26	1,425,733.77	1,389,528.58
ESPAÑA	521,474.88	570,858.27	507,383.00	627,761.75	648,709.24	585,289.03	670,349.48	738,607.55	634,107.04
MÉXICO	147,145.48	158,190.76	157,863.00	187,894.92	212,852.46	248,304.41	291,483.13	240,867.27	213,255.29

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

C4 Importaciones netas del segmento preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

IMPORTACIONES									
Producto: 3304 Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel, incl. las preparaciones ...									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	23,875,633.11	26,576,735.59	23,745,423.00	26,526,229.48	29,895,953.00	30,997,567.81	33,237,447.28	35,123,816.31	34,795,938.97
ESTADOS UNIDOS	2,203,577.26	2,245,353.97	1,919,108.00	2,193,423.37	2,522,909.47	2,906,382.23	3,188,663.51	3,543,569.55	3,662,985.20
CHINA	364,870.50	570,805.88	603,505.00	796,724.03	1,037,486.81	1,091,836.64	1,212,863.68	1,536,643.17	2,794,499.66
BRASIL	66,252.30	66,377.49	89,406.00	136,795.36	183,912.65	186,787.88	205,551.35	183,440.37	170,996.13
JAPÓN	884,749.89	1,002,485.74	919,068.00	982,899.96	1,030,900.87	1,124,069.04	1,035,799.46	1,013,804.91	972,099.29
ALEMANIA	1,509,894.49	1,756,284.38	1,504,445.00	1,658,203.75	1,840,791.40	1,772,614.86	2,055,325.50	2,096,565.34	1,873,230.70
REINO UNIDO	1,962,890.78	2,002,812.20	1,746,944.00	1,892,866.18	1,947,183.75	1,865,965.56	2,027,264.82	2,152,590.95	2,095,351.40
FRANCIA	1,057,655.36	1,139,139.11	979,803.00	1,017,964.47	1,124,559.82	1,114,282.32	1,138,860.37	1,260,058.33	1,241,707.13
RUSIA	835,699.68	1,028,256.05	866,192.00	1,084,561.66	1,142,455.30	1,135,930.58	1,198,256.79	1,077,959.44	793,214.30
ITALIA	928,660.22	1,008,103.10	855,606.00	907,554.68	979,537.51	906,901.17	945,062.61	947,540.62	868,169.44
ESPAÑA	831,634.42	856,493.96	688,697.00	747,097.47	803,285.23	730,505.45	729,751.52	814,983.53	742,745.62
MÉXICO	346,337.98	377,851.00	288,390.00	323,821.90	395,891.05	406,691.12	431,062.67	426,932.63	439,287.63

Fuente: Elaboración propia con base en UN COMTRADESTATISTICS (2016).

C5 Exportaciones netas del segmento preparaciones capilares para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

EXPORTACIONES									
Producto: 3305 Preparaciones capilares									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	9,451,584.70	10,112,277.57	10,022,437.00	10,853,365.87	11,836,834.41	12,157,580.74	13,195,277.24	12,900,415.88	11,593,554.09
ESTADOS UNIDOS	929,208.83	1,040,094.31	982,132.00	1,108,016.04	1,119,029.92	1,158,543.54	1,166,055.98	1,213,184.77	1,244,248.69
CHINA	121,972.12	133,089.49	139,223.00	167,345.04	226,156.94	272,377.25	288,335.25	275,859.82	268,024.60
BRASIL	122,134.44	162,722.93	162,627.00	175,675.25	186,571.61	161,472.81	149,027.86	150,068.09	151,347.76
JAPÓN	138,111.92	151,206.09	166,661.00	204,889.25	215,413.65	207,147.34	178,403.43	188,197.19	222,236.39
ALEMANIA	1,260,485.74	1,308,276.40	1,402,243.00	1,385,775.82	1,515,634.35	1,433,700.84	1,569,283.36	1,504,399.83	1,235,104.53
REINO UNIDO	587,831.97	618,140.78	482,335.00	418,162.06	468,648.06	428,073.26	489,704.38	490,348.34	460,041.90
FRANCIA	1,380,137.05	1,445,661.29	1,313,967.00	1,223,601.59	1,268,218.29	1,042,895.43	1,016,625.99	932,558.01	768,436.35
RUSIA	74,138.30	81,362.47	82,506.00	78,165.81	91,966.01	147,385.33	175,569.77	164,653.22	112,530.18
ITALIA	514,453.91	593,243.05	551,096.00	611,691.13	717,339.88	717,456.80	778,140.64	815,075.54	764,053.75
ESPAÑA	453,315.80	574,404.01	468,772.00	515,336.59	510,369.66	501,376.24	536,859.97	523,403.20	474,372.12
MÉXICO	481,876.37	485,315.28	691,129.00	679,718.84	730,923.14	785,099.89	970,129.71	871,999.15	797,699.84

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

C6 Importaciones netas del segmento preparaciones capilares para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

IMPORTACIONES									
Producto: 3305 Preparaciones capilares									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	9,460,039.86	10,170,222.48	9,733,240.00	10,803,187.05	11,742,155.24	12,232,326.50	13,003,722.10	12,827,285.94	11,591,111.82
ESTADOS UNIDOS	637,206.82	609,848.26	645,470.00	792,647.84	837,859.47	878,255.75	1,035,519.83	1,050,002.76	1,062,519.70
CHINA	34,197.68	34,472.93	48,618.00	64,187.63	84,766.38	102,083.37	100,157.11	118,435.68	216,602.14
BRASIL	19,497.21	20,107.61	26,007.00	36,968.25	45,101.68	52,868.44	62,206.70	51,597.26	44,358.01
JAPÓN	250,782.33	243,646.09	323,340.00	595,775.62	541,613.19	662,984.96	569,476.01	464,221.70	390,406.74
ALEMANIA	440,641.28	474,899.74	439,650.00	424,940.23	472,602.14	508,492.22	625,798.43	616,767.57	557,339.10
REINO UNIDO	580,141.16	614,265.56	568,593.00	579,165.60	644,775.48	603,118.41	663,096.07	692,482.01	638,179.00
FRANCIA	382,467.10	401,428.77	371,809.00	364,796.19	398,012.80	391,867.05	388,690.63	371,077.23	356,864.50
RUSIA	434,137.07	481,726.22	403,002.00	440,810.30	455,017.37	462,139.07	483,015.83	486,874.11	310,087.91
ITALIA	324,626.81	347,157.57	307,056.00	283,285.25	319,336.76	269,126.73	272,344.27	275,217.60	230,189.93
ESPAÑA	299,277.77	339,002.08	320,264.00	288,943.12	335,869.37	313,495.35	318,389.77	332,364.79	294,019.59
MÉXICO	94,825.19	101,261.51	81,735.00	90,433.90	88,017.73	99,761.44	131,871.62	116,327.77	117,536.78

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

C7 Exportaciones netas del segmento preparaciones para higiene bucal o dental para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

EXPORTACIONES									
Producto: 3306 Preparaciones para higiene bucal o dental									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	3,347,396.16	4,309,307.18	3,862,671.00	4,166,650.53	4,684,461.48	4,692,379.34	5,184,984.43	5,263,690.82	4,651,473.47
ESTADOS UNIDOS	437,570.50	459,458.32	431,832.00	426,302.58	409,074.54	456,638.85	483,243.09	492,040.37	504,911.87
CHINA	132,807.67	167,035.45	153,673.00	177,917.84	213,387.73	246,432.98	284,979.75	331,314.06	331,020.72
BRASIL	139,708.44	137,826.21	114,737.00	156,893.76	139,663.73	135,212.04	113,096.54	106,271.28	84,100.20
JAPÓN	17,063.40	18,271.77	18,258.00	18,904.98	22,359.67	22,212.82	22,503.72	22,737.06	32,526.53
ALEMANIA	392,658.50	420,351.45	440,511.00	521,651.42	581,999.98	571,134.07	594,799.35	547,662.07	454,597.13
REINO UNIDO	505,290.90	383,656.77	345,231.00	347,959.93	417,606.06	369,344.38	409,122.88	370,593.27	287,643.82
FRANCIA	84,796.12	94,130.75	85,455.00	76,902.25	91,261.34	108,028.40	128,321.60	143,341.37	137,101.34
RUSIA	20,434.16	23,242.25	26,115.00	23,630.24	26,825.80	44,676.56	50,047.23	34,144.23	28,425.42
ITALIA	78,355.61	70,275.88	129,311.00	132,490.96	156,862.29	146,528.98	190,259.89	202,820.05	180,225.01
ESPAÑA	79,294.62	57,191.22	54,714.00	53,405.39	61,482.32	60,256.24	69,112.21	75,293.97	68,325.21
MÉXICO	189,704.84	313,890.74	310,835.00	244,089.23	281,649.58	335,641.64	366,936.00	361,923.34	327,668.41

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

C8 Importaciones netas del segmento preparaciones para higiene bucal o dental para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

IMPORTACIONES									
Producto: 3306 Preparaciones para higiene bucal o dental, incl. los polvos y cremas para la adherencia de ...									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	3,574,058.17	4,033,341.39	3,899,968.00	4,225,541.88	4,731,201.90	4,918,982.26	5,296,529.47	5,433,538.82	4,898,831.25
ESTADOS UNIDOS	270,000.10	307,379.64	293,874.00	327,956.37	353,757.10	376,265.52	371,025.63	359,722.50	391,674.79
CHINA	17,187.71	19,041.57	21,830.00	33,417.64	41,879.37	49,113.24	45,819.19	48,026.42	98,820.31
BRASIL	18,163.70	28,242.95	35,122.00	45,105.81	53,340.88	65,746.00	102,421.23	73,370.08	34,902.30
JAPÓN	107,250.07	109,599.38	127,970.00	118,635.28	146,405.51	141,205.54	146,661.80	155,701.75	147,314.05
ALEMANIA	246,469.48	227,974.93	197,989.00	199,439.85	245,524.68	237,479.80	281,425.06	327,003.48	256,337.96
REINO UNIDO	150,613.85	201,651.45	205,954.00	204,033.71	253,726.13	235,903.02	262,978.24	273,122.57	248,087.45
FRANCIA	171,389.09	183,694.05	160,823.00	170,296.97	176,583.33	185,726.23	210,691.21	197,024.46	164,355.27
RUSIA	139,932.40	176,235.82	133,719.00	150,401.10	153,359.27	187,443.69	167,996.52	180,979.15	144,290.59
ITALIA	139,764.94	181,799.77	155,478.00	155,982.89	179,738.85	158,846.73	185,267.79	157,610.00	137,798.22
ESPAÑA	99,339.41	99,779.34	113,415.00	124,772.28	115,243.29	101,114.87	127,425.67	114,763.63	95,541.79
MÉXICO	47,768.06	46,264.84	58,562.00	60,932.41	51,098.14	51,760.22	54,652.15	62,945.55	56,708.72

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

C9 Exportaciones netas del segmento preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

EXPORTACIONES									
Producto: 3307 Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	9,189,112.05	9,815,133.10	8,886,891.00	9,615,327.70	10,695,950.09	10,671,080.84	11,129,922.66	11,468,712.62	10,259,243.00
ESTADOS UNIDOS	871,126.09	932,956.49	941,931.00	1,036,460.45	1,005,740.92	1,025,154.45	1,015,685.17	1,062,406.38	1,102,768.39
CHINA	541,708.70	562,116.36	526,483.00	622,716.41	727,075.53	796,907.26	875,957.88	964,846.44	1,050,293.78
BRASIL	39,371.46	49,688.65	51,420.00	65,970.84	74,400.60	59,950.20	60,358.74	54,554.40	42,117.97
JAPÓN	70,501.45	63,286.18	49,611.00	59,433.72	64,588.48	79,516.98	74,146.40	77,044.88	99,197.45
ALEMANIA	1,088,679.54	1,162,885.15	907,058.00	1,004,433.82	1,085,612.37	1,054,106.87	1,063,885.38	1,040,677.73	853,920.29
REINO UNIDO	1,108,753.09	941,882.80	927,887.00	850,888.15	1,010,330.94	942,954.36	984,180.16	1,030,957.99	829,908.45
FRANCIA	914,925.47	961,015.05	808,841.00	758,865.66	817,458.93	703,304.69	715,272.75	703,893.79	603,639.26
RUSIA	44,571.95	55,221.37	46,141.00	46,298.24	51,460.15	76,846.24	93,373.17	81,823.79	67,521.75
ITALIA	470,057.63	51,966.83	451,830.00	435,987.24	493,818.66	431,591.80	486,595.78	496,736.47	451,406.06
ESPAÑA	513,177.93	497,005.42	409,208.00	434,444.09	462,061.16	421,899.18	420,268.59	428,045.01	369,421.09
MÉXICO	215,064.16	252,893.82	348,905.00	329,869.00	362,109.55	366,965.42	364,738.28	408,355.26	390,691.87

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

C10 Importaciones netas del segmento preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

IMPORTACIONES									
Producto: 3307 Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	9,202,768.73	9,739,731.58	8,675,405.00	9,455,397.05	10,395,306.40	10,630,524.45	11,146,873.16	11,141,292.35	10,148,061.94
ESTADOS UNIDOS	554,317.47	608,582.71	582,722.00	633,998.54	649,826.25	677,407.95	731,583.57	676,862.71	672,995.67
CHINA	55,913.99	64,336.09	58,602.00	83,151.88	106,983.77	119,879.48	127,470.56	153,332.54	225,439.31
BRASIL	93,238.95	135,786.83	125,435.00	199,219.54	220,628.97	254,064.10	279,748.24	283,929.85	218,510.59
JAPÓN	281,337.00	293,407.29	323,368.00	381,781.63	442,000.37	520,058.17	498,511.16	436,992.80	414,617.17
ALEMANIA	698,417.87	694,447.13	616,960.00	624,779.20	667,542.66	639,633.51	658,295.69	660,248.79	562,089.73
REINO UNIDO	742,334.36	679,705.98	555,401.00	587,345.64	643,829.80	626,375.77	620,863.38	629,533.70	634,889.55
FRANCIA	480,101.09	499,171.76	424,518.00	427,792.38	470,597.52	422,940.86	460,023.94	435,205.09	420,998.41
RUSIA	339,779.32	437,508.82	343,466.00	356,942.17	391,578.83	422,708.96	464,408.16	450,601.73	318,097.02
ITALIA	332,319.67	340,655.54	294,684.00	292,723.91	306,557.87	258,741.23	258,001.10	247,040.10	216,474.61
ESPAÑA	283,990.67	293,333.74	241,936.00	250,677.72	291,199.39	244,935.08	254,219.15	261,233.28	234,607.15
MÉXICO	136,958.20	149,302.74	135,485.00	159,894.09	177,878.44	145,241.13	153,772.13	172,810.67	160,457.30

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

C11 Exportaciones netas del segmento jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

EXPORTACIONES									
Producto: 3401 Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	6,758,641.63	7,872,848.28	7,739,902.00	8,208,295.63	9,147,192.46	9,133,264.58	9,549,708.69	9,544,863.18	8,610,980.64
ESTADOS UNIDOS	525,419.93	645,214.92	760,369.00	774,964.93	761,433.92	780,859.96	800,904.34	827,960.36	822,044.18
CHINA	170,855.89	229,400.68	252,652.00	312,636.58	370,231.63	443,011.39	495,119.19	482,034.48	445,373.72
BRASIL	109,098.29	137,475.57	96,175.00	99,204.72	114,580.25	102,519.63	91,147.40	101,830.04	83,944.43
JAPÓN	53,290.12	62,993.97	71,953.00	86,785.48	95,597.76	104,384.40	106,839.12	122,411.35	154,446.82
ALEMANIA	674,538.97	841,788.08	835,296.00	869,226.06	1,013,364.50	979,780.26	1,000,433.00	1,033,033.69	939,607.38
REINO UNIDO	485,784.44	538,325.98	476,518.00	499,104.94	544,018.55	483,786.38	506,624.96	496,740.15	464,518.33
FRANCIA	368,049.15	388,663.52	366,216.00	403,217.68	379,824.03	365,233.71	358,981.19	342,864.77	308,089.27
RUSIA	66,814.26	84,464.87	70,438.00	41,927.64	43,894.65	100,901.02	109,055.54	91,029.20	81,974.04
ITALIA	412,858.42	441,318.54	392,515.00	328,295.23	365,068.58	310,216.32	377,818.93	398,324.53	382,943.29
ESPAÑA	263,529.80	266,992.12	246,407.00	188,587.46	171,470.61	148,055.39	156,543.13	146,640.78	116,390.80
MÉXICO	196,571.70	203,261.59	134,998.00	111,879.83	137,759.77	131,021.54	160,828.21	146,888.28	136,872.69

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

C12 Importaciones netas del segmento jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

IMPORTACIONES									
Producto: 3401 Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes.									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	6,394,862.18	7,527,980.98	7,161,737.00	7,850,054.34	8,726,359.25	8,888,975.80	9,290,967.84	9,600,105.81	8,792,892.74
ESTADOS UNIDOS	586,839.54	568,168.99	510,805.00	562,636.58	605,020.76	669,534.47	692,806.44	745,533.92	715,947.16
CHINA	77,513.18	82,514.16	75,024.00	78,404.89	95,945.25	98,622.81	101,991.04	114,193.18	162,673.65
BRASIL	5,905.26	7,646.66	8,498.00	19,895.87	35,704.81	28,826.01	43,703.77	35,175.64	26,583.47
JAPÓN	176,800.19	221,024.52	209,031.00	239,632.69	295,410.94	308,401.92	283,011.16	263,916.24	236,315.19
ALEMANIA	370,691.52	420,050.18	344,633.00	389,125.88	453,837.44	437,273.56	446,214.78	468,345.51	420,001.82
REINO UNIDO	492,140.71	576,475.63	498,302.00	527,421.90	465,373.48	420,704.47	423,604.45	438,356.37	433,176.04
FRANCIA	410,855.07	468,165.97	347,809.00	373,266.68	403,761.46	363,169.35	378,191.14	394,423.38	382,445.91
RUSIA	183,620.82	243,000.22	197,259.00	239,319.52	251,236.56	269,250.29	269,230.99	269,910.57	178,561.60
ITALIA	126,595.23	151,245.39	147,164.00	155,608.46	185,575.59	169,838.61	166,836.87	187,243.99	153,018.45
ESPAÑA	108,393.52	129,161.88	119,961.00	113,199.70	124,924.74	122,869.58	140,346.40	163,118.52	147,041.68
MÉXICO	85,911.83	89,765.83	78,534.00	82,819.94	96,000.43	83,682.78	94,963.01	104,173.49	104,687.77

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

C13 Exportaciones netas del sector cosmético y del cuidado personal para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

EXPORTACIONES									
SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	66,670,045.31	74,102,460.55	67,132,483.00	74,602,108.24	84,376,480.72	84,702,011.14	90,525,488.88	91,961,993.27	84,474,119.79
ESTADOS UNIDOS	6,766,132.10	7,500,352.66	7,161,779.00	7,880,658.35	8,078,044.93	8,590,852.93	9,006,739.99	9,234,107.43	9,301,336.37
CHINA	1,777,254.28	1,913,271.06	1,903,850.00	2,363,959.42	2,822,728.46	3,076,382.42	3,279,301.22	3,474,024.25	3,723,888.86
BRASIL	460,022.40	551,049.92	492,033.00	566,256.35	601,069.59	548,300.61	493,684.59	494,500.67	434,802.10
JAPÓN	998,590.46	1,189,632.83	1,276,919.00	1,573,877.22	1,719,614.56	1,643,094.07	1,458,604.31	1,492,214.27	1,771,018.90
ALEMANIA	7,786,213.88	8,636,814.58	7,726,764.00	8,350,205.49	9,331,598.76	9,052,364.70	9,304,422.56	9,141,420.24	7,820,178.55
REINO UNIDO	5,248,975.21	5,043,101.99	4,375,644.00	4,416,773.03	4,996,531.83	4,760,633.57	5,197,921.05	5,306,824.25	4,542,578.00
FRANCIA	13,410,421.53	14,624,072.51	12,223,429.00	12,671,608.94	14,403,374.28	13,217,763.80	13,675,067.57	13,966,194.36	12,354,526.99
RUSIA	326,552.08	383,314.19	350,816.00	286,525.66	313,232.86	532,437.70	610,776.31	544,207.17	426,539.74
ITALIA	3,558,726.90	3,330,285.35	3,193,824.00	3,424,955.05	3,921,100.37	3,748,717.85	4,212,109.90	4,336,195.09	4,090,246.41
ESPAÑA	2,542,995.98	2,827,898.35	2,566,721.00	2,928,978.88	3,077,228.95	2,902,974.89	3,325,567.43	3,379,219.03	2,986,974.27
MÉXICO	1,313,474.83	1,508,526.29	1,746,291.00	1,664,290.37	1,881,129.79	2,048,716.90	2,279,650.98	2,148,112.91	1,988,586.65

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

C14 Importaciones netas del sector cosmético y del cuidado personal para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

IMPORTACIONES									
SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	64,740,562.17	71,623,653.35	65,333,967.00	72,270,264.37	80,660,524.05	83,220,318.59	88,458,623.95	90,619,454.21	85,029,821.00
ESTADOS UNIDOS	5,836,904.77	6,050,437.30	5,302,053.00	6,141,413.92	6,818,567.24	7,372,079.76	7,969,895.91	8,394,220.05	8,411,888.86
CHINA	584,527.98	822,261.85	862,892.00	1,122,745.06	1,441,502.84	1,546,734.27	1,679,061.81	2,078,599.82	3,667,826.01
BRASIL	272,435.97	319,234.02	340,466.00	535,321.37	651,688.59	734,355.69	826,657.88	730,654.36	594,532.45
JAPÓN	1,955,886.25	2,130,179.55	2,125,584.00	2,558,568.30	2,680,911.04	2,979,581.61	2,729,935.75	2,520,834.33	2,347,585.52
ALEMANIA	4,495,701.53	4,980,568.49	4,404,042.00	4,693,779.02	5,342,393.36	5,205,679.85	5,768,348.16	5,750,774.71	5,065,823.73
REINO UNIDO	4,923,210.08	4,993,215.85	4,444,543.00	4,691,798.23	4,893,324.04	4,678,282.36	4,954,866.31	5,253,743.81	5,065,402.87
FRANCIA	2,914,606.98	3,152,408.16	2,677,391.00	2,765,096.52	3,018,148.12	2,915,637.65	2,983,104.68	3,041,612.54	2,988,061.94
RUSIA	2,383,391.72	2,854,991.64	2,350,788.00	2,831,931.79	2,985,193.25	3,155,331.99	3,302,802.79	3,030,350.74	2,162,382.15
ITALIA	2,289,699.70	2,515,080.71	2,148,169.00	2,266,327.48	2,475,506.96	2,190,925.16	2,244,781.12	2,269,445.01	2,001,790.03
ESPAÑA	2,125,860.67	2,303,527.60	2,057,819.00	2,120,911.46	2,239,405.29	1,915,592.03	2,140,785.01	2,345,443.76	2,120,741.52
MÉXICO	896,890.19	965,423.29	793,958.00	901,354.45	1,025,924.64	1,019,780.64	1,072,272.26	1,100,369.87	1,086,854.93

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

C15 Balanza comercial del sector cosmético y del cuidado personal para el periodo 2007-2015 en miles de dólares estadounidenses deflactados

BALANZA COMERCIAL X-M									
SECTOR COSMÉTICO Y DEL CUIDADO PERSONAL									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MUNDO	1,929,483.14	2,478,807.21	1,798,516.00	2,331,843.87	3,715,956.67	1,481,692.55	2,066,864.93	1,342,539.06	-555,701.21
ESTADOS UNIDOS	929,227.32	1,449,915.36	1,859,726.00	1,739,244.43	1,259,477.69	1,218,773.17	1,036,844.07	839,887.38	889,447.51
CHINA	1,192,726.30	1,091,009.21	1,040,958.00	1,241,214.36	1,381,225.62	1,529,648.15	1,600,239.41	1,395,424.43	56,062.86
BRASIL	187,586.43	231,815.89	151,567.00	30,934.97	-50,619.00	-186,055.09	-332,973.28	-236,153.69	-159,730.36
JAPÓN	-957,295.79	-940,546.72	-848,665.00	-984,691.08	-961,296.47	-1,336,487.54	-1,271,331.44	-1,028,620.06	-576,566.61
ALEMANIA	3,290,512.34	3,656,246.10	3,322,722.00	3,656,426.47	3,989,205.41	3,846,684.85	3,536,074.40	3,390,645.53	2,754,354.82
REINO UNIDO	325,765.13	49,886.14	-68,899.00	-275,025.19	103,207.79	82,351.21	243,054.74	53,080.43	-522,824.87
FRANCIA	10,495,814.54	11,471,664.35	9,546,038.00	9,906,512.42	11,385,226.16	10,302,126.14	10,691,962.89	10,924,581.82	9,366,465.04
RUSIA	-2,056,839.64	-2,471,677.45	-1,999,972.00	-2,545,406.14	-2,671,960.39	-2,622,894.29	-2,692,026.48	-2,486,143.57	-
ITALIA	1,269,027.19	815,204.64	1,045,655.00	1,158,627.57	1,445,593.40	1,557,792.69	1,967,328.79	2,066,750.09	2,088,456.39
ESPAÑA	417,135.31	524,370.76	508,902.00	808,067.42	837,823.66	987,382.86	1,184,782.43	1,033,775.28	866,232.75
MÉXICO	416,584.65	543,103.00	952,333.00	762,935.92	855,205.16	1,028,936.26	1,207,378.73	1,047,743.04	901,731.72

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

ANEXO D. Exportaciones e importaciones totales de todas las partidas arancelarias para el periodo 2007-20015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

D1. Exportaciones totales de todas las partidas arancelarias para el periodo 2007-20015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

Exportaciones Totales									
Todas las partidas									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mundo	13,774,387,292	15,973,576,744	12,313,949,381	15,063,695,476	18,077,986,104	18,364,576,876	18,864,055,146	18,866,319,713	16,346,668,440
México	271,821,215	291,264,809	229,712,337	298,305,075	349,326,582	370,706,658	379,949,273	397,098,816	380,749,925
Estados Unidos	1,162,538,150	1,299,898,877	1,056,712,100	1,278,099,187	1,481,682,202	1,544,932,014	1,577,587,252	1,619,742,864	1,503,870,438
CHINA	1,220,059,668	1,430,693,100	1,201,646,800	1,577,763,800	1,898,388,400	2,048,782,200	2,209,007,280	2,342,343,011	2,281,855,922
BRASIL	160,648,870	197,942,443	152,994,743	197,356,436	256,038,702	242,579,776	242,178,054	225,098,405	191,126,886
JAPÓN	714,327,036	781,412,163	580,718,734	769,773,832	823,183,759	798,620,023	715,097,244	690,217,466	624,873,508
ALEMANIA	1,328,841,354	14,661,374	1,127,839,900	1,271,096,300	1,482,202,274	1,410,129,633	1,450,950,921	1,498,157,778	1,331,193,671
REINO UNIDO	454,005,490	482,020,962	359,615,540	422,014,118	517,288,693	481,225,754	548,041,853	511,145,443	465,921,609
FRANCIA	539,730,712	594,504,995	464,112,811	511,651,043	585,723,824	558,460,545	567,987,698	566,656,165	573,055,549
RUSIA	352,266,399	467,993,955	301,796,059	397,067,521	516,992,618	524,766,421	527,265,919	497,833,529	343,907,652
ITALIA	500,203,413	541,786,283	406,479,127	446,839,830	523,256,296	501,528,851	518,095,103	529,528,733	458,751,239
ESPAÑA	253,753,922	279,231,468	223,132,208	246,265,330	298,170,964	285,936,446	310,963,648	318,649,312	278,122,010

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

D1. Exportaciones totales de todas las partidas arancelarias para el periodo 2007-20015 en miles de dólares estadounidenses sin deflactar

Importaciones Totales									
Todas las partidas									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mundo	14,105,642,792	16,353,714,727	12,602,647,143	15,313,710,981	18,314,014,193	18,497,509,720	18,882,567,997	18,914,694,622	16,582,021,695
México	281,926,513	308,583,120	234,384,532	301,481,734	350,842,806	370,751,407	381,210,149	399,976,864	395,232,221
Estados Unidos	2,017,120,776	2,164,834,031	1,601,895,800	1,968,259,901	2,263,619,063	2,334,677,716	2,326,590,209	2,410,855,476	2,306,822,161
CHINA	956,115,448	1,132,562,200	1,005,555,200	1,396,001,600	1,743,394,900	1,818,199,200	1,949,992,315	1,958,021,301	1,681,670,816
BRASIL	120,620,871	173,196,634	127,647,331	180,458,789	226,243,409	223,149,128	239,620,905	229,060,056	171,446,212
JAPÓN	622,243,336	762,533,921	551,984,751	694,059,160	855,380,474	886,031,094	833,166,061	812,184,752	625,568,421
ALEMANIA	1,059,307,813	1,204,209,300	938,363,080	1,066,816,800	1,260,297,537	1,161,213,213	1,187,314,564	1,214,955,667	1,056,340,529
REINO UNIDO	679,917,918	705,344,161	552,042,035	627,617,523	717,606,233	689,137,011	657,222,528	694,344,323	629,228,889
FRANCIA	611,364,435	695,004,283	540,502,283	599,171,506	713,675,254	666,675,231	671,253,553	659,872,076	651,495,605
RUSIA	199,725,955	267,051,244	170,826,590	228,911,658	306,091,490	316,192,918	314,945,095	286,648,777	182,781,965
ITALIA	511,822,514	560,960,371	414,783,638	486,984,372	558,831,982	489,104,116	479,336,353	474,082,559	408,971,013
ESPAÑA	391,236,948	418,728,300	287,501,636	315,547,199	362,834,519	325,835,176	332,266,846	350,977,773	305,266,032

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

ANEXO E. Exportaciones e importaciones totales de todas las partidas arancelarias para el periodo 2007-20015 en miles dólares estadounidenses deflactados

E1. Exportaciones totales de todas las partidas arancelarias para el periodo 2007-20015 en miles dólares estadounidenses deflactados

Exportaciones Totales									
Todas las partidas									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mundo	14,151,234,671.30	16,094,932,535.32	12,313,949,381.00	14,881,839,398.55	17,498,607,218.98	17,454,499,283.37	17,641,664,231.41	17,358,555,575.70	14,891,066,672.74
México	279,257,851.59	293,477,630.33	229,712,337.00	294,703,794.63	338,131,062.52	352,335,865.95	355,328,557.27	365,363,354.99	346,845,752.68
Estados Unidos	1,194,343,517.88	1,309,774,577.31	1,056,712,100.00	1,262,669,367.33	1,434,195,973.32	1,468,371,142.62	1,475,359,586.27	1,490,295,773.14	1,369,957,128.67
CHINA	1,253,438,741.69	1,441,562,481.11	1,201,646,800.00	1,558,716,286.97	1,837,547,211.82	1,947,252,456.90	2,065,863,591.73	2,155,146,947.17	2,078,666,291.96
BRASIL	165,043,991.49	199,446,267.86	152,994,743.00	194,973,855.49	247,832,952.93	230,558,458.00	226,484,914.29	207,108,923.87	174,107,844.23
JAPÓN	733,869,993.94	787,348,772.75	580,718,734.00	760,480,757.15	796,801,656.16	759,043,495.16	668,758,937.24	635,056,461.73	569,231,161.92
ALEMANIA	1,365,196,537.80	14,772,760.62	1,127,839,900.00	1,255,751,022.50	1,434,699,377.61	1,340,249,047.66	1,356,929,290.46	1,378,427,560.13	1,212,656,498.29
REINO UNIDO	466,426,425.72	485,683,011.91	359,615,540.00	416,919,363.38	500,710,178.97	457,378,061.85	512,528,736.83	470,295,569.81	424,433,258.03
FRANCIA	554,496,966.21	599,021,618.00	464,112,811.00	505,474,148.90	566,952,041.89	530,785,394.53	531,182,090.92	521,369,969.45	522,027,373.26
RUSIA	361,903,899.85	471,549,437.76	301,796,059.00	392,273,933.53	500,423,592.84	498,761,021.35	493,099,083.50	458,047,521.30	313,284,128.44
ITALIA	513,888,257.29	545,902,387.00	406,479,127.00	441,445,367.61	506,486,527.09	476,675,015.68	484,522,536.45	487,209,698.58	417,901,379.18
ESPAÑA	260,696,263.50	281,352,868.63	223,132,208.00	243,292,298.12	288,614,923.87	271,766,538.67	290,813,201.28	293,183,401.73	253,356,419.95

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

E2. Exportaciones totales de todas las partidas arancelarias para el periodo 2007-20015 en miles dólares estadounidenses deflactados

Importaciones Totales									
Todas las partidas									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mundo	14,491,552,844.24	16,477,958,534.35	12,602,647,143.00	15,128,836,597.78	17,727,070,876.29	17,580,844,488.38	17,658,977,449.52	17,403,064,444.36	15,105,462,714.64
México	289,639,615.97	310,927,513.45	234,384,532.00	297,842,103.50	339,598,693.27	352,378,397.36	356,507,728.49	368,011,394.29	360,038,461.40
Estados Unidos	2,072,306,292.57	2,181,280,888.90	1,601,895,800.00	1,944,498,133.80	2,191,072,647.64	2,218,980,093.90	2,175,827,146.05	2,218,184,012.66	2,101,409,392.85
CHINA	982,273,388.33	1,141,166,596.13	1,005,555,200.00	1,379,148,406.47	1,687,521,077.14	1,728,096,260.95	1,823,632,798.40	1,801,539,573.63	1,531,925,134.14
BRASIL	123,920,884.14	174,512,457.93	127,647,331.00	178,280,204.90	218,992,565.17	212,090,717.97	224,093,468.56	210,753,966.47	156,179,651.10
JAPÓN	639,267,016.65	768,327,107.39	551,984,751.00	685,680,148.58	827,966,503.08	842,122,810.65	779,176,894.01	747,276,329.98	569,864,195.86
ALEMANIA	1,088,288,947.68	1,213,358,019.47	938,363,080.00	1,053,937,681.53	1,219,906,434.94	1,103,667,965.29	1,110,376,571.37	1,117,858,479.47	962,277,867.46
REINO UNIDO	698,519,492.07	710,702,860.57	552,042,035.00	620,040,626.54	694,607,769.74	654,986,038.93	614,634,503.27	638,853,507.35	573,198,714.64
FRANCIA	628,090,484.61	700,284,427.58	540,502,283.00	591,938,023.35	690,802,774.15	633,637,378.11	627,756,317.74	607,136,223.62	593,482,673.65
RUSIA	205,190,169.21	269,080,108.01	170,826,590.00	226,148,127.88	296,281,606.02	300,523,616.63	294,536,650.49	263,740,294.98	166,506,003.19
ITALIA	525,825,240.15	565,222,145.98	414,783,638.00	481,105,265.65	540,922,052.83	464,866,002.62	448,275,353.74	436,194,688.37	372,553,872.01
ESPAÑA	401,940,626.89	421,909,497.61	287,501,636.00	311,737,763.53	351,206,085.51	309,688,041.52	310,735,951.89	322,928,227.19	278,083,381.46

Fuente: elaboración propia con base en UN COMTRADE STATISTICS (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

ANEXO F. Producto interno bruto por país para el periodo 2007-2015 en unidad de dólares estadounidenses

F1. Producto interno bruto por país para el periodo 2007-2015 en unidad de dólares estadounidenses sin deflactar

PIB									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	14,478,000.0 00,000	14,719,000.0 00,000	14,419,000.0 00,000	14,964,000.0 00,000	15,518,000.0 00,000	16,155,000.0 00,000	16,663,000.0 00,000	17,348,000.0 00,000	17,947,000.0 00,000
CHINA	3,523,000.00 0,000	4,558,000.00 0,000	5,059,000.00 0,000	6,040,000.00 0,000	7,492,000.00 0,000	8,462,000.00 0,000	9,491,000.00 0,000	10,351,000.00 0,000	10,866,000.00 0,000
BRASIL	1,397,000.00 0,000	1,696,000.00 0,000	1,667,000.00 0,000	2,209,000.00 0,000	2,615,000.00 0,000	2,461,000.00 0,000	2,466,000.00 0,000	2,417,000.00 0,000	1,775,000.00 0,000
JAPÓN	4,356,000.00 0,000	4,849,000.00 0,000	5,035,000.00 0,000	5,499,000.00 0,000	5,909,000.00 0,000	5,957,000.00 0,000	4,909,000.00 0,000	4,596,000.00 0,000	4,123,000.00 0,000
ALEMANIA	3,440,000.00 0,000	3,752,000.00 0,000	3,418,000.00 0,000	3,417,000.00 0,000	3,757,000.00 0,000	3,540,000.00 0,000	3,745,000.00 0,000	3,868,000.00 0,000	3,356,000.00 0,000
REINO UNIDO	2,970,000.00 0,000	2,793,000.00 0,000	2,315,000.00 0,000	2,404,000.00 0,000	2,595,000.00 0,000	2,630,000.00 0,000	2,712,000.00 0,000	2,990,000.00 0,000	2,849,000.00 0,000
FRANCIA	2,663,000.00 0,000	2,923,000.00 0,000	2,694,000.00 0,000	2,647,000.00 0,000	2,863,000.00 0,000	2,681,000.00 0,000	2,809,000.00 0,000	2,829,000.00 0,000	2,422,000.00 0,000
RUSIA	1,300,000.00 0,000	1,661,000.00 0,000	1,223,000.00 0,000	1,525,000.00 0,000	2,032,000.00 0,000	2,170,000.00 0,000	2,231,000.00 0,000	2,031,000.00 0,000	1,326,000.00 0,000
ITALIA	2,203,000.00 0,000	2,391,000.00 0,000	2,185,000.00 0,000	2,125,000.00 0,000	2,276,000.00 0,000	2,073,000.00 0,000	2,130,000.00 0,000	2,139,000.00 0,000	1,815,000.00 0,000
ESPAÑA	1,479,000.00 0,000	1,635,000.00 0,000	1,499,000.00 0,000	1,432,000.00 0,000	1,488,000.00 0,000	1,340,000.00 0,000	1,369,000.00 0,000	1,381,000.00 0,000	1,199,000.00 0,000
MÉXICO	1,043,000.00 0,000	1,101,000.00 0,000	894,949,000 0,000	1,051,000.00 0,000	1,171,000.00 0,000	1,187,000.00 0,000	1,262,000.00 0,000	1,298,000.00 0,000	1,144,000.00 0,000

Fuente: elaboración propia con base en BANCO MUNDIAL (2016).

F2. Producto interno bruto por país para el periodo 2007-2015 en unidad de dólares estadounidenses deflactado

PIB									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	14,874,097, 208,666.80	14,830,824, 416,097.40	14,419,000, 000,000.00	14,783,347, 493,627.90	15,020,665, 756,792.60	15,354,420, 514,380.20	15,583,237, 475,334.10	15,961,577, 388,072.10	16,348,895, 468,002.70
CHINA	3,619,384.2 01,280.09	4,592,628.4 18,273.78	5,059,000.0 00,000.00	5,967,082.2 54,845.79	7,251,889.9 24,596.61	8,042,655.9 20,314.79	8,875,983.1 28,992.13	9,523,765.7 10,395.08	9,898,428.6 03,962.65
BRASIL	1,435,219.9 06,099.43	1,708,884.9 92,846.06	1,667,000.0 00,000.00	2,182,331.9 04,131.51	2,531,192.2 25,416.46	2,339,042.3 32,769.40	2,306,203.1 81,550.37	2,223,837.4 76,767.94	1,616,943.7 48,576.63
JAPÓN	4,475,173.8 80,436.01	4,885,839.2 27,777.44	5,035,000.0 00,000.00	5,432,613.4 63,476.32	5,719,623.2 73,417.16	5,661,794.0 57,825.00	4,590,896.7 63,272.83	4,228,695.5 08,161.12	3,755,864.2 67,820.54
ALEMANIA	3,534,113.4 40,932.02	3,780,505.0 07,758.50	3,418,000.0 00,000.00	3,375,748.3 55,100.67	3,636,592.4 24,814.40	3,364,571.2 54,775.98	3,502,323.9 71,981.41	3,558,876.0 28,191.30	3,057,162.3 77,590.53
REINO UNIDO	3,051,254.9 18,479.10	2,814,219.2 12,865.00	2,315,000.0 00,000.00	2,374,977.7 71,630.67	2,511,833.2 02,659.93	2,499,667.3 44,649.95	2,536,262.3 79,709.90	2,751,044.2 92,733.19	2,595,308.5 85,743.57
FRANCIA	2,735,855.8 41,047.08	2,945,206.8 59,722.31	2,694,000.0 00,000.00	2,615,044.1 60,360.40	2,771,244.1 07,597.45	2,548,139.9 81,371.30	2,626,976.7 78,984.19	2,602,911.1 38,509.10	2,206,331.1 31,860.62
RUSIA	1,335,566.1 25,933.61	1,673,619.0 87,922.94	1,223,000.0 00,000.00	1,506,589.4 76,596.00	1,966,876.7 12,063.57	2,062,463.1 70,300.53	2,086,431.1 83,308.55	1,868,685.9 39,311.41	1,207,925.3 01,753.59
ITALIA	2,263,270.9 04,178.27	2,409,165.1 04,890.88	2,185,000.0 00,000.00	2,099,345.9 91,978.03	2,203,056.7 89,693.26	1,970,270.1 16,144.24	1,991,975.9 84,064.19	1,968,054.7 63,262.98	1,653,381.9 17,558.64
ESPAÑA	1,519,463.3 07,889.09	1,647,421.5 58,551.48	1,499,000.0 00,000.00	1,414,712.2 16,711.78	1,440,311.2 93,085.92	1,273,594.7 68,757.01	1,280,288.7 89,757.69	1,270,632.8 32,195.50	1,092,234.1 15,235.71
MÉXICO	1,071,534.9 76,422.12	1,109,364.6 09,153.01	894,949.00 0,000.00	1,038,311.8 29,444.19	1,133,470.7 82,394.90	1,128,176.8 58,592.96	1,180,222.3 90,558.22	1,194,266.0 50,825.31	1,042,131.6 32,885.45

Fuente: elaboración propia con base en BANCO MUNDIAL (2016).

La Competitividad en la Industria Mexicana de Productos Cosméticos y del Cuidado Personal

ANEXO G. Población por país para el periodo 2007-2015

HABITANTES									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ESTADOS UNIDOS	301,231,207	304,093,966	306,771,529	309,346,863	311,718,857	314,102,623	316,427,395	318,907,401	321,418,820
CHINA	1,317,849,814	1,324,529,869	1,331,149,396	1,337,780,494	1,344,052,505	1,350,755,127	1,357,436,811	1,364,255,222	1,371,163,965
BRASIL	192,784,521	194,769,696	196,701,298	198,614,208	200,517,484	202,401,584	204,259,377	206,077,898	207,847,528
JAPÓN	128,001,000	128,063,000	128,047,000	128,070,000	127,817,277	127,561,489	127,338,621	127,131,800	126,958,472
ALEMANIA	82,266,372	82,110,097	81,902,307	81,776,930	81,797,673	80,425,823	82,132,753	80,982,500	81,413,145
REINO UNIDO	61,322,463	61,806,995	62,276,270	62,766,365	63,258,918	63,700,300	64,128,226	64,613,160	65,138,232
FRANCIA	64,016,229	64,374,990	64,707,094	65,027,512	65,342,776	65,659,790	65,972,097	66,495,940	66,808,385
RUSIA	142,805,088	142,742,350	142,785,342	142,849,449	142,960,868	143,201,676	143,506,911	143,819,569	144,096,812
ITALIA	58,438,310	58,826,731	59,095,365	59,277,417	59,379,449	59,539,717	60,233,948	60,789,140	60,802,085
ESPAÑA	45,226,803	45,954,106	46,362,946	46,576,897	46,742,697	46,773,055	46,620,045	46,480,882	46,418,269
MÉXICO	113,139,374	114,972,821	116,815,612	118,617,542	120,365,271	122,070,963	123,740,109	125,385,833	127,017,224

Fuente: elaboración propia con base en BANCO MUNDIAL (2016).