

Impacto de las marcas en la economía y sociedad españolas: Sector Bebidas



Índice

ÍNDICE	2
I. OBJETIVO DEL ESTUDIO	3
II. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	3
III. PRINCIPALES RESULTADOS POR MAGNITUD	4
1. EMPLEO	4
2. PIB	5
3. IMPUESTOS Y TRIBUTOS	6
4. EXPORTACIONES	7
5. I+D	7
6. PUBLICIDAD	8
IV. CONCLUSIONES	9

Este informe constituye parte del estudio “Impacto de las marcas en la economía y sociedad españolas”, desarrollado por un grupo de investigadores del Departamento de Marketing de la Universidad de Alicante a iniciativa de la OEPM y de ANDEMA. Para una descripción detallada de la metodología empleada en el estudio, un análisis pormenorizado del impacto de las marcas en las diferentes magnitudes, y para consultar la bibliografía, fuentes y bases de datos empleadas, se recomienda acudir al informe completo

http://www.oepm.es/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Estudios-Articulos/2013_01_28_Informe_Impacto_de_Marcas_en_economia_espanola.pdf

I. Objetivo del estudio

La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA) reconocen la necesidad de defender y difundir el valor de las marcas ante las Administraciones Públicas, las empresas, los medios de comunicación y, en general, ante los distintos tipos de consumidores.

El valor y la importancia de la marca radican en su capacidad para contribuir al establecimiento de relaciones de confianza entre empresas y consumidores. Así pues, las marcas son un elemento estratégico fundamental para las empresas en el desarrollo, comercialización y fidelización de la clientela. Para ello, la marca proyecta la imagen y reputación de los productos o servicios de la empresa y ayuda al consumidor a inferir un determinado nivel de calidad, mejorando notablemente la percepción de la misma a través de asociaciones positivas, y garantizando los atributos intrínsecos de la oferta de la empresa. En definitiva, la utilización de las marcas redunda en beneficio de la economía del país y del conjunto de la sociedad en general.

Así, el objetivo general de este estudio es cuantificar el valor que suponen las marcas de la industria de bebidas en la economía y sociedad españolas. El estudio realiza un examen pormenorizado del impacto de las marcas en términos de generación de empleo, contribución al Producto Interior Bruto, pago de impuestos y tributos, exportaciones, I+D e inversión en publicidad.

II. Descripción de la actividad

El sector de las Bebidas está encuadrado en la División 11 de la Sección C (Manufacturas) de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2009), aprobada por el Real Decreto 475/2007, de 13 de abril. Esta actividad contempla a aquellas empresas de carácter estable que tienen como actividad principal la transformación de productos agrícolas (uva, cebada, manzana, etc.) en bebidas alcohólicas (vino, cerveza, sidra, licores destilados) o analcohólicas (mosto), así como el tratamiento de aguas de bebida envasadas, gaseosas y refrescos, incluido su envasado.

Junto a la industria alimentaria, el sector de las Bebidas juega un papel estratégico y relevante en la economía española tanto por su facturación y empleo como por el impulso que proporciona a otros sectores, como el de la hostelería. Además, este sector es una importante fuente de financiación debido a las elevadas cantidades de impuestos especiales que recaudan las bebidas alcohólicas.

El sector de las Bebidas registró una merma de 121 empresas entre enero de 2010 y enero de 2011, lo que supone un descenso del 2,3 por ciento anual y deja su censo en 4.976 empresas. El número de ocupados en el sector de las Bebidas durante el año 2010, según datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), fue de 53.200 personas, lo que refleja un incremento de más del 19 por ciento sobre los mismos datos registrados durante el año 2009 (casi 9.000 personas más durante 2010).

Adicionalmente, las ventas netas de la industria de Bebidas ascienden durante 2010 a más de 15.438 millones de euros, lo que representa el 3 por ciento del total de la industria y supone un crecimiento prácticamente nulo respecto al año 2009. Esta cifra de ventas sitúa la importancia relativa de este sector en torno al 1,5 por ciento del Producto Interior Bruto (PIB) español a precios de mercado. Para entender estos datos debe tenerse en cuenta aspectos como el cambio de hábitos de los consumidores que, debido a la actual coyuntura de la economía española, ha provocado un descenso de la demanda de bebidas en el canal de hostelería ya que los consumidores españoles prefieren consumir más estas bebidas en sus hogares.

Número de empresas y empleo generado en el sector de Bebidas, 2010

Subsectores de Bebidas	Número de empresas	Personal ocupado (media anual)	Volumen de negocio (mill. €)
(1107) Aguas y bebidas analcohólicas	409	n.d.	5.558,3
(1102) Vinos	4.029	n.d.	5.248,6
(1101 – 1103 – 1104 – 1105 – 1106) Otras bebidas alcohólicas	538	n.d.	4.631,8
TOTAL	4.976	53.200	15.438,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DIRCE 2011 del INE (Datos de Empresas y Locales), del INE (Encuesta de Población Activa) y de la Encuesta Industrial de Empresas 2011 del INE.

III. Principales resultados por magnitud

Las cifras de participación de las marcas para las diferentes magnitudes estimadas en el presente informe ponen de manifiesto que las marcas juegan un papel estratégico en el sector de las Bebidas.

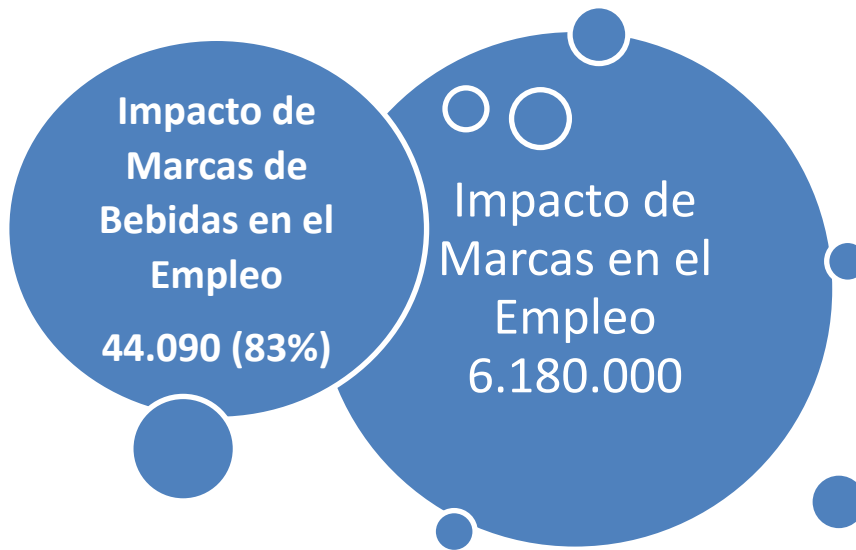
1. Empleo

El empleo es una magnitud cuya evolución tiene importantes efectos sobre la economía y la sociedad. En concreto, el empleo tiene un efecto directo sobre la renta disponible y el consumo, aspectos que a su vez influyen, por un lado, en la recaudación de impuestos directos e indirectos (como el IRPF o el IVA) y, por otro lado, en la evolución del PIB. Desde un punto de vista social, el empleo contribuye a la estabilidad y a la cohesión social. Por todo ello, el análisis del impacto de las marcas en esta magnitud es un elemento fundamental del presente estudio.

Específicamente, las cifras estimadas ponen de manifiesto que las marcas contribuyen significativamente a la generación de empleo en el sector de las Bebidas:

- Durante al año 2010, el empleo que puede atribuirse a la aportación de las marcas es de un total de 44.090 empleados en la industria de las Bebidas. Esta cifra supone casi un 83 por ciento del total del empleo generado en este mismo sector durante ese año.

Impacto de las marcas de Bebidas sobre el número de ocupados, 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (Encuesta de Población Activa. Metodología EPA-2005), promedio de los valores trimestrales del año.

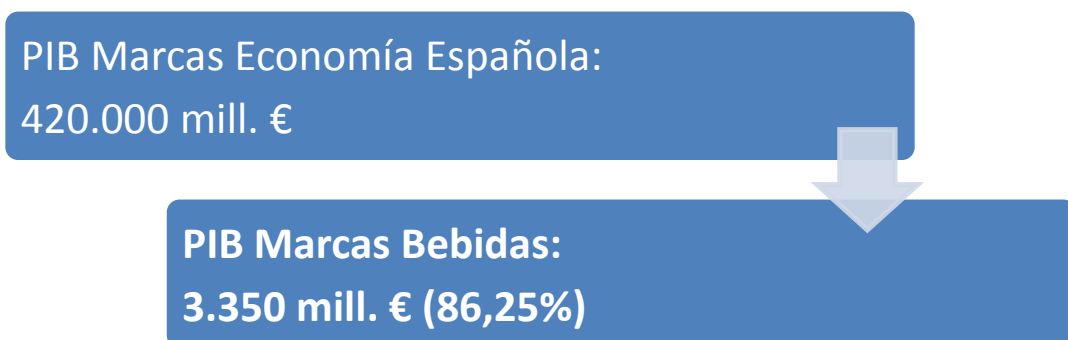
2. PIB

El PIB representa el valor monetario a precios de mercado de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un período. La importancia de esta magnitud radica en que se trata de un indicador de la actividad económica de un país y del bienestar de su sociedad. Además, el análisis de las variaciones en el PIB de un país muestra la evolución macroeconómica del mismo, y permite medir las consecuencias de aplicar determinadas medidas en otras magnitudes. En consecuencia, es fundamental analizar el impacto de las marcas en el PIB.

A la vista de los resultados obtenidos en el presente informe, las marcas del sector de las Bebidas inciden notablemente en esta magnitud. En concreto:

- El PIB atribuible a las marcas de este sector supone 3.350 millones de euros. En términos relativos, esta contribución es, aproximadamente, el 86,25 por ciento del PIB generado por el sector de Bebidas.

Impacto de las marcas de Bebidas sobre el PIB, 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (Contabilidad Nacional de España).

3. Impuestos y Tributos

Los impuestos, junto con las tasas y las contribuciones especiales, configuran los ingresos tributarios que constituyen la principal fuente de financiación de los presupuestos de las Administraciones Públicas. Se trata de partidas que sostienen servicios públicos esenciales como la educación, la sanidad o la justicia, por citar algunos. En consecuencia, analizar el impacto de las marcas en términos del pago de impuestos resulta de especial importancia.

El impacto de las marcas sobre el pago de impuestos se aborda desde una doble perspectiva. En primer lugar, se considera la aportación tributaria asociada a la producción de bienes y servicios comercializados bajo marcas. A su vez, esta aportación se desglosa, por un lado, en los impuestos que pagan las empresas que fabrican/comercializan estos productos (impuesto sobre sociedades) y, por otro lado, los impuestos asociados al empleo generado por empresas que fabrican o comercializan marcas (IRPF de los trabajadores). En segundo lugar, el impacto de las marcas sobre el pago de impuestos puede abordarse en términos de la aportación tributaria asociada al pago de impuestos derivado del consumo de productos bajo marcas (IVA e impuestos especiales):

- Las marcas de Bebidas aportan, aproximadamente, 1.801 millones de euros en concepto de los siguientes impuestos:
 - Con respecto al Impuesto sobre Sociedades, las marcas de Bebidas tributan por 43 millones de euros.
 - En el caso del IVA, el consumo de Bebidas bajo marca supone un impacto económico de unos 568 millones de euros.
 - En relación al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, la participación de los trabajadores del sector de Bebidas bajo marca supone 192 millones de euros.
 - Finalmente, los Impuestos Especiales ingresados desde la industria de Bebidas comercializadas bajo marca ascienden a 998 millones de euros.

Además, también cabe destacar las aportaciones y cotizaciones a la Seguridad Social de empresas y trabajadores, fundamentales para el sostenimiento del sistema de protección social:

- Las marcas de la industria de Bebidas aportan, aproximadamente, 544 millones de euros en concepto de cotizaciones a la Seguridad Social de empresas y trabajadores.

Impacto de las marcas de Bebidas sobre la recaudación impositiva, 2010



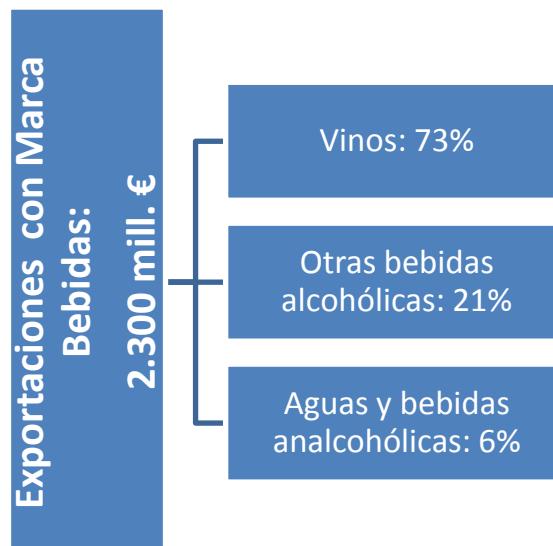
Fuente: Elaboración propia.

4. Exportaciones

Las exportaciones de un país suponen una parte fundamental del desarrollo económico del mismo y constituyen una de las partidas económicas más relevantes en cualquier empresa. Durante el año 2010, las exportaciones españolas de bienes y servicios han crecido más de un 13,3 por ciento respecto al año anterior y han alcanzado más del 26 por ciento del Producto Interior Bruto de la economía. El análisis del impacto que las marcas del sector de Bebidas tienen en las exportaciones españolas queda reflejado en las siguientes cifras:

- Las exportaciones de marcas de la industria de Bebidas suponen 2.300 millones de euros, lo que fija su peso relativo en el 1,83 por ciento del volumen total de exportaciones con marca.
- Dividido por subsectores, las exportaciones asignables a las marcas de la industria vinícola suponen el 73 por ciento sobre el total de exportaciones con marca del sector de Bebidas. Por su parte, las exportaciones correspondientes a las marcas del subsector relativo al resto de bebidas alcohólicas y del subsector de aguas y bebidas analcohólicas suponen un 21 y un 6 por ciento respectivamente.

Impacto de las marcas de Bebidas sobre las exportaciones, 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria (AEAT) y de la Balanza de pagos del Banco de España.

5. I+D

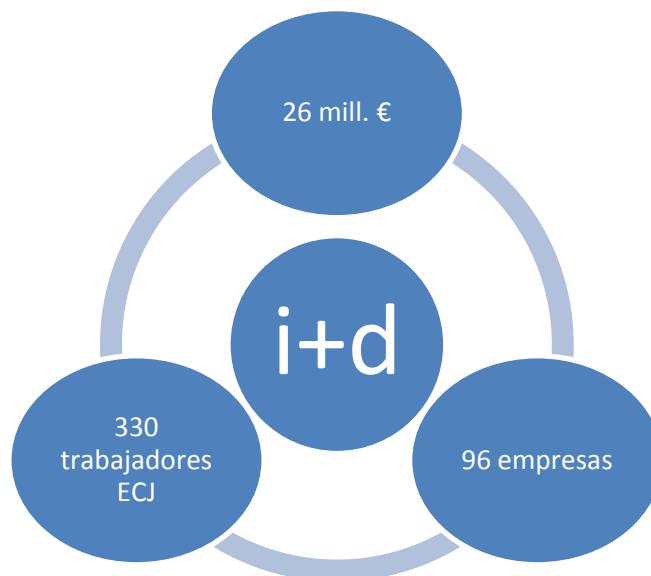
La inversión en I+D es un pilar central en el desarrollo y la competitividad empresarial y un determinante muy importante de los resultados empresariales. Aunque el porcentaje del 1,4 por ciento que representan los gastos en I+D sobre el PIB en España es inferior al promedio europeo (2 por ciento), se observa una evolución positiva desde la década de los 80 hasta el año 2010.

Por ello, es especialmente relevante el análisis del papel de las marcas del sector de Bebidas en la estrategia de I+D, cuyo impacto se refleja en los siguientes datos:

- Las inversiones en I+D atribuibles a las marcas suponen unos 26 millones de euros.
- Asimismo, unas 96 empresas con marca que realizan actividades de I+D.

- Finalmente, el personal dedicado a I+D por parte de las marcas del sector es de unas 330 personas empleadas en equivalencia a jornada completa –EJC–)

Impacto de las marcas de Bebidas sobre la estrategia de I+D, 2010



Fuente: Elaboración propia.

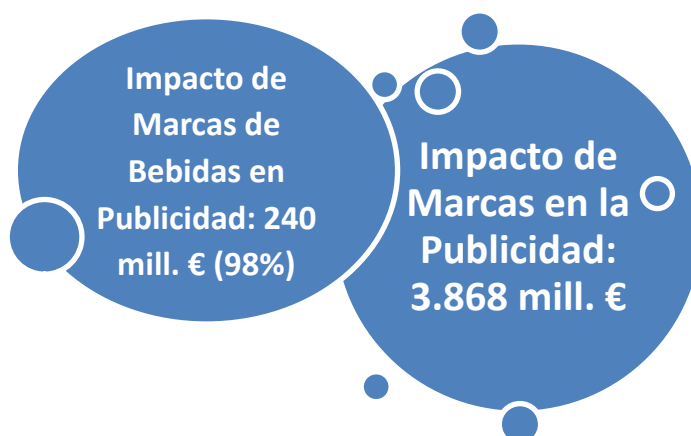
6. Publicidad

La publicidad es una variable estratégica que crea valor añadido en los productos y servicios que invierten en esta partida y en el fomento y difusión de la actividad comercial de las empresas que los producen. Además, la publicidad es un motor de cambio social que da a conocer productos y servicios, generando actitudes positivas hacia los mismos.

Durante el año 2010, los datos sobre el impacto de las marcas en este sector son los siguientes:

- La participación estimada de las marcas en la inversión publicitaria en el sector Bebidas es de más de 240 millones de euros. Es decir, aproximadamente, el 98% de la inversión en publicidad realizada en este sector, viene de las marcas.

Impacto de las marcas de Bebidas sobre la inversión publicitaria frente al total, 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de InfoAdex.

IV. Conclusiones

Las marcas son clave en el sector de Bebidas. En concreto, son fundamentales en la proyección exterior del país –exportando por un valor de 2.300 millones de euros-, en su impulso de la I+D – con un gasto total en torno a los 26 millones de euros-, en la contribución al empleo –ocupando a más de 44.090 personas-, en su contribución al Producto Interior Bruto –con un valor superior a los 3.350 millones de euros-, en términos de ingresos para la Administración –con una aportación de 2.345 millones de euros en concepto de los diferentes tributos- y en inversión en Publicidad – cercana a los 240 millones de euros-.

Impacto global de las marcas del sector de Bebidas en las magnitudes examinadas, 2010



Fuente: Elaboración propia.

Director:

Dr. Felipe Ruiz Moreno

Investigadores:

Dra. Ana Belén Casado Díaz

Dr. Juan Luis Nicolau Gonzálbez

Dr. Ricardo Sellers Rubio

Asesoramiento profesional:

Eva Toledo Alarcón

Departamento de Marketing

Universidad de Alicante

