

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



# Índice

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

*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](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 del sector tabacalero 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, comercio e inversión en publicidad.

# II. Descripción de la actividad

Las actividades desarrolladas por los agentes económicos relacionadas con la industria del Tabaco vienen encuadradas en la División 12 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 comprende tanto la elaboración de productos de tabaco y sucedáneos del tabaco, cigarrillos, tabaco de picadura fina, cigarros puros, tabaco de pipa, tabaco para mascar y rapé, como la elaboración de tabaco homogeneizado o reconstituido, y el desvenado y resecado del tabaco.

A pesar de la escasa participación del sector del Tabaco en el total de ventas netas de la industria, donde cuenta con un 0,2 por ciento, las implicaciones socioeconómicas que se derivan del mismo hacen necesario un análisis individual de este sector. En concreto, y a pesar de la caída del consumo de cigarrillos y el crecimiento del contrabando, la industria del Tabaco genera una cifra neta de negocio de más de 1.000 millones de euros durante el año 2010, lo que supone un incremento anual sobre el total computado en 2009 de 88 millones euros, un 10 por ciento superior. Estas cifras suponen un escaso 0,1 por ciento del Producto Interior Bruto (PIB) español a precios de mercado y una aportación de un valor añadido cercano a los 500 millones de euros.

Entre enero del 2010 y enero del 2011 el número de empresas baja en 2 unidades, continuando con la tendencia de descenso paulatino de los últimos años, desde las 77 empresas registradas en el 2005. Por otro lado, y según datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), el número medio de personas ocupadas en el sector tabacalero durante el año 2010 se situó en unas 3.500, lo que supone una reducción del 23,1% respecto al año anterior.

### Número de empresas y empleo generado en el sector tabacalero, 2010

	Número de empresas	Personal ocupado (media anual)	Volumen de negocio (mill. €)
<b>(12) Industria del Tabaco</b>	48	3.500	1.002,1

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 del Tabaco.

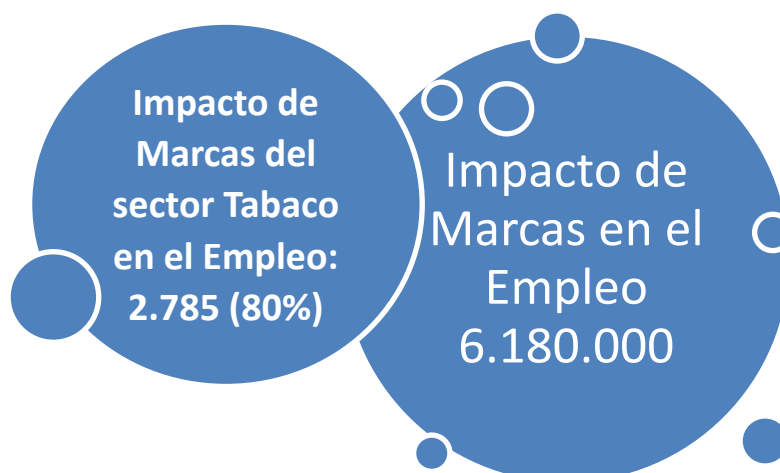
### 1. Empleo

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 tabacalero:

- Durante al año 2010, el empleo que puede atribuirse a la aportación de las marcas al sector del Tabaco es de un total de 2.785 puestos de trabajo. Esta cifra supone un 80 por ciento del total del empleo generado en este mismo sector durante ese año.

#### Impacto de las marcas del sector del Tabaco 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.

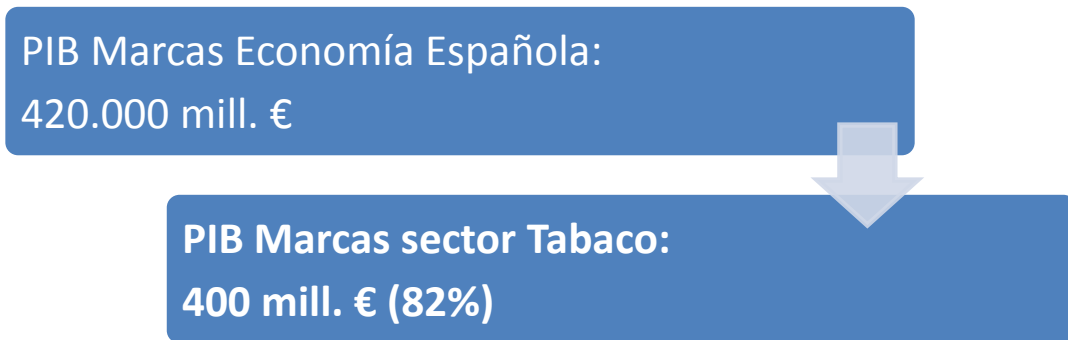
## 2. PIB

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 del Tabaco inciden notablemente en esta magnitud. En concreto:

- El PIB atribuible a las marcas de este sector supone 217,5 millones de euros. En términos relativos, esta contribución es, aproximadamente, el 82 por ciento del PIB generado por el sector tabacalero.

### Impacto de las marcas de la industria del Tabaco 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.

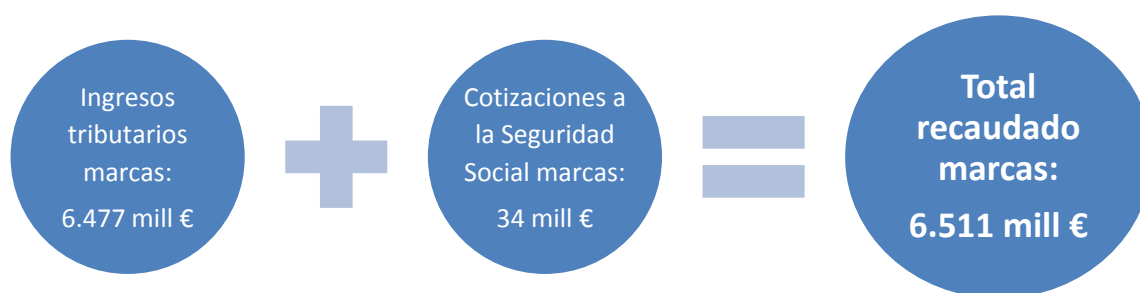
El impacto de las marcas sobre el pago de impuestos se aborda desde una doble perspectiva. En primer lugar, se considera la aportación tributaria asociada a la producción de bienes y servicios comercializados bajo marcas. A su vez, esta aportación se desglosa, por un lado, en los impuestos que pagan 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 la industria tabacalera aportan, aproximadamente, 6.477 millones de euros en concepto de los siguientes impuestos:
  - Con respecto al Impuesto sobre Sociedades, las marcas de la industria del Tabaco aportan casi 3 millones de euros.
  - En el caso del IVA, el consumo de productos bajo marca relacionados con el tabaco supone unos 254 millones de euros.
  - Con relación al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, la participación de los trabajadores empleados en la industria tabacalera que produce bajo marca supone 12 millones de euros.
  - Finalmente, los Impuestos Especiales ingresados desde la industria del Tabaco comercializado bajo marca ascienden a 6.208 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 del sector del Tabaco aportan, aproximadamente, 34 millones de euros en concepto de cotizaciones a la Seguridad Social de empresas y trabajadores.

#### Impacto de las marcas de la industria del Tabaco 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 del Tabaco tienen en las exportaciones españolas queda reflejado en las siguientes cifras:

- Las exportaciones de marcas de la industria tabacalera suponen 150,5 millones de euros, lo que fija su peso relativo en el 0,12 por ciento del volumen total de exportaciones con marca.

**Impacto de las marcas del sector del Tabaco sobre las exportaciones, 2010**

Exportaciones con Marca en la Economía española:

125.761 mill. €

Exportaciones con Marca en Sector Tabaco:

150,5 mill. €

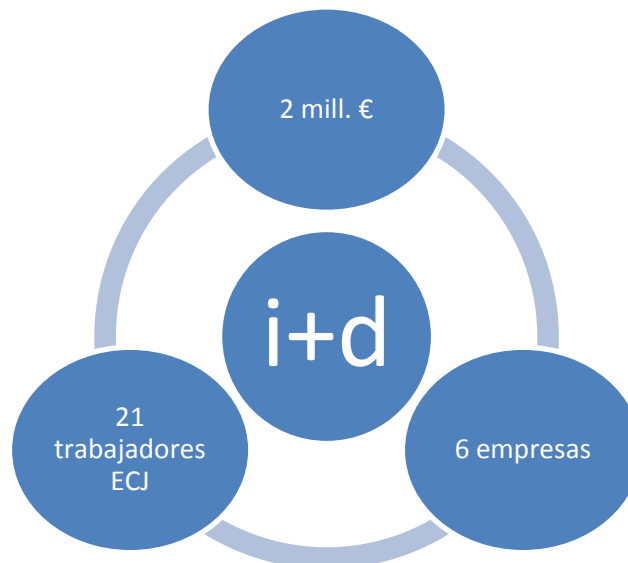
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Tributaria (AEAT) y de la Balanza de pagos del Banco de España.

**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 del Tabaco en la estrategia de I+D, cuyo impacto se refleja en los siguientes datos:

- Las inversiones en I+D atribuibles a las marcas de este sector suponen unos 2 millones de euros.
- Asimismo, el número de empresas que realizan I+D por parte de las marcas del sector es de 6 empresas.
- Finalmente, el personal dedicado a I+D por parte de las marcas del sector del Tabaco se corresponde a 21 personas empleadas en equivalencia a jornada completa –EJC-.

**Impacto de las marcas del sector Tabaco sobre la estrategia de I+D, 2010**

Fuente: Elaboración propia.

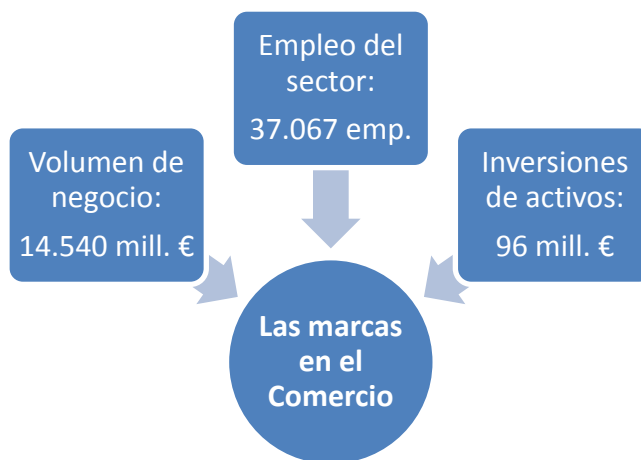
## 6. Comercio

La distribución comercial es una de las actividades más dinámicas y de mayor importancia de la economía española. Específicamente, la distribución comercial pertenece al sector servicios que, al igual que en otras economías occidentales, constituye la actividad productiva más importante, tanto en términos de generación de riqueza como en términos de empleo. El sector de distribución comercial supuso en España en el año 2010 un 9,47 por ciento del Producto Interior Bruto y más del 15 por ciento del empleo.

Por ello, dada la relevancia de la actividad comercial como motor de generación de empleo y riqueza, es muy importante conocer la contribución de las marcas al sector comercial:

- Las marcas de la industria tabacalera generan aproximadamente un volumen de negocio de unos 14.540 millones de euros.
- En términos de empleo, las marcas del sector del Tabaco representan aproximadamente 37.067 puestos de trabajo relacionados, directa o indirectamente, con el comercio de productos bajo estas marcas.
- Con relación al importe total de inversiones en activos del sector, se estima que como consecuencia de la comercialización de las marcas de la industria tabacalera se han generado unos 96 millones de euros de inversión.

### Participación de las marcas del sector del Tabaco en el sector comercial, 2010



Fuente: Elaboración propia a partir del INE, AC Nielsen, KANTAR Worldpanel, IRI y metodología propia.

## 7. Publicidad

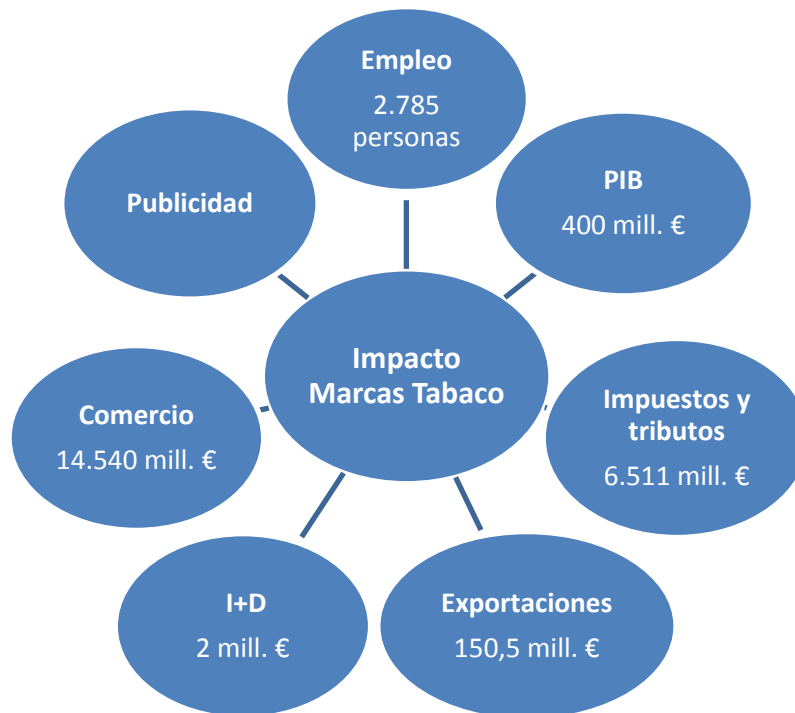
La publicidad es una variable estratégica que genera valor añadido para los productos y servicios que invierten en esta partida y en el fomento y difusión de la actividad comercial de las empresas que los comercializan. Además, la publicidad es un motor de cambio social que da a conocer productos y servicios, generando actitudes positivas hacia los mismos. En el caso del sector del Tabaco el gasto en publicidad atribuible a las marcas es nulo por la regulación contemplada en la Ley 28/2005 del 26 de diciembre.



## IV. Conclusiones

Las marcas son clave en el sector del Tabaco. En concreto, son fundamentales en el volumen de negocio generado en el comercio con una aportación de más de 14.540 millones de euros, en la proyección exterior del país –exportando por un valor de 150,5 millones de euros-, en su impulso de la I+D –con un gasto total en torno a los 2 millones de euros durante el 2010-, en la contribución al empleo –ocupando a más de 2.785 personas-, en su contribución al Producto Interior Bruto –con un valor superior a los 217,5 millones de euros-, y en términos de ingresos para la Administración –con una aportación de 6.511 millones de euros en concepto de los diferentes tributos-.

**Impacto global de las marcas del sector del Tabaco 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**

