

El triángulo del éxito empresarial: innovación, marca y exportaciones

Resumen ejecutivo

*The triangle of business success:
innovation, trademarks and exports*

Executive summary

Q M P Ñ X N A Q Y R É A P A I A M O G B D G I N N O V A
A T E N T E S T S I A X P O Y H I N F G W I J S T L N L U
L P V W C O M E R C I O W S A C L Ñ J P S L Z I Z O D V
I D A D A M I V G C T X Q O K T O K I A E R M O D E L
W E X P O R T A C I O N E S A I S F E T Ñ B E J O S D
L Q Ñ F D V E R M B X F M A R C A S P S O H M W E C O
A M O G B D G I N N O V A C I Ó N Y D K Q M P Ñ X N A C
I N F G W I J S T L N L U T T O P N F P A T E N T E S T
C L Ñ J P S L Z I Z O D V A N Z L M G S L P V W C O M
T O K I A E R M O D E L O S D E U T I L I D A D A M I V

EL TRIÁNGULO DEL ÉXITO EMPRESARIAL: INNOVACIÓN, MARCA Y EXPORTACIONES

RESUMEN EJECUTIVO

SUMARIO

I. OBJETIVO DEL ESTUDIO	5
II. CONTEXTO DEL ESTUDIO	9
1. MAGNITUDES EXAMINADAS	11
I. <i>Innovación</i>	11
II. <i>Marcas</i>	12
III. <i>Exportaciones</i>	14
2. METODOLOGÍA: RELACIÓN ENTRE EXPORTACIONES E INNOVACIÓN	14
I. <i>Nexo de unión</i>	14
II. <i>Consideraciones generales y supuestos básicos</i>	16
III. PRINCIPALES RESULTADOS	21
1. CONTRIBUCIÓN DE LAS MARCAS, PATENTES, MODELOS DE UTILIDAD Y DISEÑOS INDUSTRIALES A LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS	23
2. ANÁLISIS SECTORIAL	37
IV. CONCLUSIONES	41

SUMMARY

I. PURPOSE OF THE STUDY	49
II. CONTEXT OF THE STUDY	53
1. PARAMETERS EXAMINED	55
<i>I. Innovation</i>	55
<i>II. Trademarks</i>	56
<i>III. Exports</i>	57
2. METHODOLOGY: RELATIONSHIP BETWEEN EXPORTS AND INNOVATION	58
<i>I. Connection</i>	58
<i>II. General considerations and basic premisses</i>	60
III. MAIN RESULTS	65
1. CONTRIBUTION OF TRADEMARKS, PATENTS, UTILITY MODELS AND INDUSTRIAL DESIGNS TO SPANISH EXPORTS	67
2. SECTOR ANALYSIS	80
IV. CONCLUSIONS	85

I. OBJETIVO DEL ESTUDIO

La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y la Asociación para la Defensa de la Marca (ANDEMA) pretenden con este estudio dar a conocer la relación existente entre las empresas que apuestan por la protección de la innovación mediante la Propiedad Industrial y sus exportaciones, cuantificando de esta manera la magnitud de su alcance en la economía española en el año 2013.

Específicamente, este estudio centra su atención en las marcas, las patentes, los modelos de utilidad y los diseños industriales, y estima la contribución de las empresas que cuentan con algún registro de estas figuras de Propiedad Industrial a las exportaciones.

Los resultados obtenidos en el presente informe ponen de manifiesto la importancia de apostar por la protección de la innovación por medio de las distintas modalidades de Propiedad Industrial como son las marcas, patentes, modelos de utilidad y diseños industriales y el impacto (en términos de volumen) que éstas tienen sobre la capacidad exportadora de las empresas implicadas, su contribución a la internacionalización y a la economía en su conjunto.

De acuerdo con la metodología del informe, la cifra de exportaciones hace referencia a las ventas de bienes y servicios realizadas por todas las entidades (empresas u otras instituciones) que tienen la condición de residentes en España, con independencia de su actividad económica y tamaño, y que están dirigidas a las no residentes en España. Además, el ámbito del estudio se circunscribe al año 2013, debido a que es el último año completo del que se dispone de información comparable entre los diferentes sectores y magnitudes analizados, información que, en algunos casos –como la desagregación de algunas de las estadísticas de comercio exterior de acuerdo a las características de la empresa- ha sido publicada durante el último trimestre de 2015.

Este informe constituye un resumen del estudio “El triángulo del éxito empresarial: innovación, marca y exportaciones”, 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, un análisis pormenorizado y para consultar la bibliografía, fuentes y bases de datos empleadas, se recomienda acudir al informe completo.

II. CONTEXTO DEL ESTUDIO

1. MAGNITUDES EXAMINADAS

I. INNOVACIÓN

Antes de comenzar con este apartado, es conveniente aclarar qué se entiende por **innovación**. Para ello, se han seguido las directrices establecidas en el **Manual de Oslo**, en su edición de 2005. Este documento es una guía editada por la OCDE y EUROSTAT donde se recogen las distintas definiciones relacionadas con las actividades consideradas como **“innovadoras”**. Así pues, según el Manual de Oslo (2005), una innovación es **“la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”**.

Así pues, las empresas que desarrollan políticas de innovación gozan de una serie de ventajas competitivas que les posibilitan la creación de valor a largo plazo y una rentabilidad sostenida en el tiempo.

Pero más allá del ámbito empresarial, las innovaciones aportan un **conjunto de beneficios en el entorno económico y social** en el que se circunscriben, así como unos beneficios a nivel macroeconómico como un incremento en el Consumo, en las Exportaciones y en la Inversión de un país, acelerando de esta forma su actividad económica.

En definitiva, el desarrollo de actividades innovadoras aporta claramente una serie de ventajas competitivas a aquellas empresas que las implementan, así como amplios beneficios desde el punto de vista económico y social.

Conviene destacar que no existe ningún consenso en el ámbito nacional ni en el internacional acerca de los indicadores adecuados para medir el nivel de innovación de una empresa, organización o nación. Sin embargo, entre las medidas que se emplean habitualmente aparecen **índices relativos al gasto en I+D, gasto en formación en personal, o número de patentes**. Así, se observa que el número de patentes parece haberse consolidado como uno de los factores relevantes a la hora de estudiar el nivel de innovación de una organización, pues no deja de ser un reflejo de la innovación técnica. En este sentido, es importante remitir a la última versión del **Manual de Oslo de 2005**, donde se indica que la innovación no tiene sólo carácter técnico, sino que también puede tratarse de innovación de producto, de marketing o de tipo organizativo. Desde este punto de vista, las marcas y diseños industriales pueden ser en gran medida la materialización medible de la innovación de producto y de marketing.

Bajo esta perspectiva, los resultados de las actividades innovadoras de las empresas pueden medirse a través de varios indicadores entre los cuales están las diferentes **modalidades de Propiedad Industrial**.

II. MARCAS

Desde el **punto de vista jurídico**, se entiende por marca todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras (Artículo 4 de la Ley 17/2001 de 7 de diciembre, de Marcas).

Desde una **perspectiva económica**, el valor real de una marca para la empresa se traduce en su capacidad para conseguir la preferencia de los consumidores y su fidelidad. De hecho, la identificación de los productos y servicios comercializados por una empresa con una determinada marca permite a la empresa dotar a su oferta de unos atributos únicos y diferenciadores, adaptándose mejor a las necesidades específicas del mercado al que se dirige.

Sin embargo, las marcas también cumplen una serie de funciones, más allá de la empresarial:

- **Desde la perspectiva del cliente/consumidor**, las marcas simplifican la elección del consumidor y constituyen la promesa de un nivel de calidad en particular, reduciendo así el riesgo inherente asociado a la compra y generando un plus de confianza. De hecho, las marcas son el vínculo directo entre empresa y consumidor.
- **Desde un punto de vista social**, las marcas son vistas como expresión activa de distintas perspectivas de la sociedad en su conjunto, capaz de traspasar fronteras, unir personas y culturas o simplemente promover cambios sociales.
- **Desde el punto de vista macroeconómico**, la gestión y el desarrollo de las marcas crea riqueza en la economía de cualquier país y contribuye al Producto Interior Bruto, a la I+D, o al volumen de exportaciones, en su capacidad de generación de empleo de calidad, en el retorno de la inversión realizada a la sociedad en forma de conocimiento e impuestos, y en la mejora de la imagen del país en el exterior.

Cabe destacar un reciente estudio de la OEPM junto con ANDEMA (2012) que analiza el **impacto de las marcas en la economía y sociedad españolas**. Este estudio pone de relieve el papel estratégico que juegan las marcas en la economía española, realizando un examen pormenorizado de su impacto en los principales

sectores de actividad económica en términos de generación de empleo, contribución al PIB, pago de impuestos y tributos, comercio exterior, I+D, comercio e inversión en publicidad (ver Cuadro siguiente).

Impacto global de las marcas en las magnitudes examinadas, 2010

Magnitud	Valor absoluto*	Porcentaje de participación de las marcas sobre el total de la magnitud
Empleo	6.108.140	33%
PIB	420.650	40%
Impuestos y Tributos	73.500	46%
Exportaciones	125.600	45%
Gasto en I+D	4.100	55%
Comercio	400.000	60%
Publicidad	3.867	75%

Fuente: OEPM y ANDEMA (2012).

(*) Datos en millones de euros excepto empleo que se expresa en total de ocupados.

Finalmente, los propios datos de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) también contribuyen a poner de relieve la importancia de las marcas en la economía española. Así, a lo largo de los últimos cinco años se ha producido un aumento del número de solicitudes de marcas (nacionales), alcanzando, como ya se ha indicado, las 46.904 solicitudes en 2013. El número de marcas en vigor a 31 de diciembre de 2012 asciende a 822.375 marcas.

III. EXPORTACIONES

Desde el punto de vista del comercio exterior, este estudio centra su análisis en el componente de las exportaciones y en la relación que existe entre el comportamiento innovador de las empresas y el nivel de sus exportaciones. **La apertura a los mercados exteriores, la expansión de las exportaciones y la internacionalización de las empresas son claves para el crecimiento económico nacional**, máxime cuando además ayudan a compensar posibles descensos de consumo interno.

En los últimos años hemos asistido a una mejora en el nivel exportador de bienes y servicios de la economía española, pasando de un total de 287.536 millones de euros en 2010 a 343.547 millones de euros en 2013. Según la Secretaría de Estado de Comercio, basándose en datos del Departamento de Aduanas, las exportaciones de bienes alcanzaron los 234.240 millones de euros en 2013, lo que supone un incremento del 5,2% respecto al año anterior. La exportación de servicios muestra también una tendencia ascendente, con un crecimiento del 1,2% a precios corrientes frente al año 2012. **Estos datos apuntan a que la salida al exterior sigue siendo una apuesta importante para las empresas españolas, a pesar de las incertidumbres económicas y la lenta recuperación internacional.**

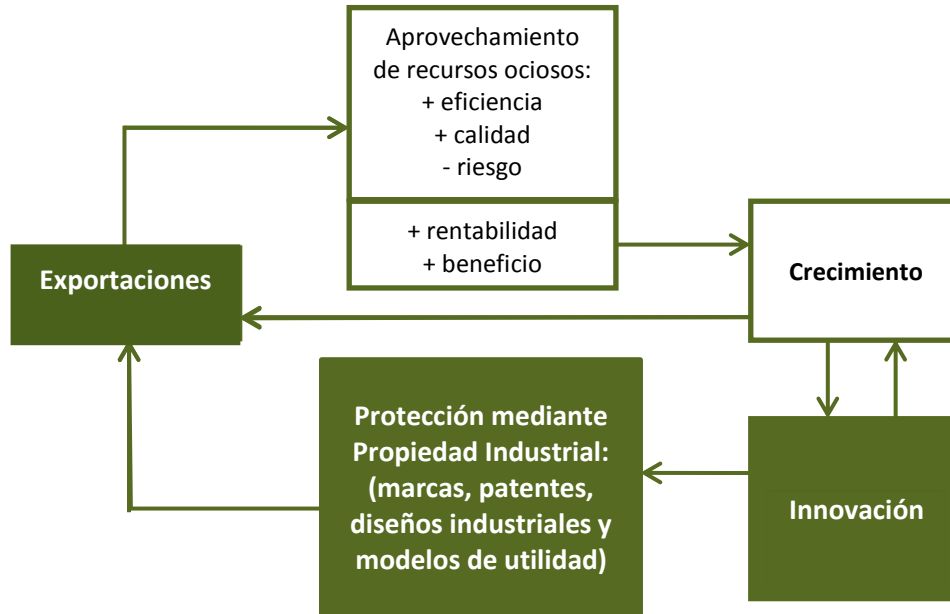
El crecimiento de las exportaciones conduce, por el multiplicador del comercio exterior, a una expansión de la producción y el empleo.

2. METODOLOGÍA: RELACIÓN ENTRE EXPORTACIONES E INNOVACIÓN

I. NEXO DE UNIÓN

La estimación en términos cuantitativos de la relación existente entre las exportaciones y el uso de marcas y el resto de modalidades de Propiedad Industrial que sirven como indicadores de la innovación para una empresa y que constituye el objetivo de este informe, está fundamentada en una base teórica previa que la sustenta y que sirve de apoyo para el presente estudio. En este sentido, se propone un modelo que describe y justifica las relaciones entre las exportaciones, las marcas y la innovación.

Relación entre exportaciones e innovación



Fuente: Elaboración propia.

No es casual que el crecimiento en exportación se relacione estrechamente con la capacidad de innovación. **Las pymes que innovan en producto presentan mejores resultados en el total de las exportaciones.**

Hay una fuerte correlación entre “ser exportador” y la probabilidad de “ser innovador”. Así, la existencia de una marca puede suponer un **respaldo decisivo a la innovación tanto tecnológica como formal**, ya que, implícitamente, proporciona información al mercado en términos de valor percibido y contribuye a reducir el riesgo derivado de las asimetrías de información existentes entre consumidores y empresas con relación a la actividad innovadora de éstas últimas. En consecuencia, la marca permite al consumidor guiar sus

decisiones en un entorno de sobrecarga informativa o de falta de información potenciando la función innovadora tecnológica y formal.

II. CONSIDERACIONES GENERALES Y SUPUESTOS BÁSICOS

Con el objetivo de estimar el impacto de las marcas y las innovaciones en las exportaciones españolas, se ha desarrollado una metodología específica y novedosa que se detalla a continuación. Dicha metodología se asienta en una amplísima variedad de fuentes de datos, informes y artículos, que vienen recogidos en el apartado de Bibliografía.

- **Periodo de estimación.** El ámbito del estudio se circunscribe al año 2013. Esta decisión, obedece a la disponibilidad de información y a la necesidad de trabajar con información comparable entre los diferentes sectores y magnitudes analizados. En este sentido, cabe destacar que uno de los principales datos necesarios para completar este estudio es la desagregación de algunas de las estadísticas de comercio exterior de acuerdo a las características de la empresa, y que han sido publicadas por la Agencia Tributaria durante el mes de septiembre de 2015.
- **Delimitación y definición de los sectores de actividad.** Partiendo de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, CNAE-2009, el presente estudio analiza hasta catorce sectores. (Cuadro siguiente)



Clasificación sectorial empleada en el estudio

Sectores		Secciones CNAE-2009 que componen los sectores
1	Agricultura, ganadería, silvicultura, pesca	A
2	Industrias extractivas	B
3	Industria manufacturera	C
4	Suministro de energía, gas, vapor y aire acondicionado	D
5	Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	E
6	Construcción	F
7	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	G
8	Transporte y hostelería	H + I
9	Información y comunicaciones	J
10	Actividades financieras y de seguros	K
11	Actividades inmobiliarias	L
12	Servicios prestados a empresas	M + N
13	Servicios gubernamentales y otros	O + Q + U
14	Servicios personales, culturales y recreativos	P + R + S + T

Fuente: Elaboración propia.

- Contribución de las marcas, patentes, modelos de utilidad y diseños industriales a las exportaciones españolas.** La estimación del impacto de las diferentes modalidades de Propiedad Industrial en la actividad exportadora de cada sector de actividad se basa, en primer lugar, en la diferencia que se establece entre empresas que utilizan alguna de las figuras de Propiedad Industrial consideradas y apuestan por la protección de sus activos intangibles para la comercialización en el exterior de sus productos y servicios, frente a aquellas que no lo hacen.

En este sentido, se asume que las ventas alcanzadas por parte de las empresas que realizan actividades exportadoras y han optado por su internacionalización se benefician de la ventaja competitiva otorgada por la marca y por la protección de su innovación por medio de la Propiedad

Industrial. Cuando una empresa desarrolla y registra una marca y protege un desarrollo tecnológico o formal por medio de la patente, modelo de utilidad o diseño industrial rentabiliza su inversión en I+D+i y obtiene un retorno de los costes relacionados con la misma.

- **Fuentes de información y principales variables empleadas.** La información necesaria para la elaboración de este informe se obtiene de diversas fuentes: las cuentas anuales depositadas por las propias empresas en el Registro Mercantil, el Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) y la Balanza de pagos del Banco de España. Además, el registro de marcas, patentes, diseños y modelos de utilidad procede de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO, por sus siglas en inglés) y de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

A continuación, se describen las etapas que se han ido completando durante el desarrollo de la metodología aplicada en este informe.

I. Identificación de la muestra inicial de empresas. En primer lugar, se identifica una muestra de las empresas que han desarrollado actividad exportadora durante el año 2013. Se exige que la empresa cuente al menos con un trabajador y con un nivel de facturación superior a los 1.000 euros en el año 2013. La **muestra final cuenta con 8.483 empresas**. El volumen total de facturación de la muestra de las 8.483 empresas exportadoras alcanza doscientos mil millones de euros, lo que supone alrededor de una quinta parte del PIB de la economía española, de ahí su representatividad.

II. Identificación de la presencia de las distintas modalidades de Propiedad Industrial en la muestra de empresas exportadoras. En segundo lugar, se ha contrastado la muestra final de empresas exportadoras (8.483 empresas exportadoras) con las bases de datos de registros nacionales e internacionales obtenidas a través de la OEPM con el fin de identificar aquellas empresas incluidas en la muestra que cuentan con alguno de los indicadores de marcas y/o de innovación considerados en el estudio. De acuerdo al procedimiento de análisis seguido, **4.149 empresas exportadoras cuentan con al menos una marca registrada y 531 empresas con al menos un registro de patente, modelos de utilidad o diseño industrial en vigor.**

III. Estimación de la participación de las marcas y otras figuras de innovación en las exportaciones. El siguiente paso consiste en estimar el porcentaje del volumen de facturación que representan las empresas con marcas y las empresas con innovaciones con relación a la totalidad de cada sección de actividad económica. Finalmente, a partir de las cifras oficiales de exportaciones alcanzadas por las empresas incluidas en las diferentes agrupaciones sectoriales de la clasificación CNAE-2009, se estima la contribución de las marcas y de las innovaciones a partir de las distintas participaciones de las mismas en cada una de las secciones indicadas, ponderada por la importancia de las exportaciones en el sector examinado. De forma similar, se calcula el número de trabajadores que representan las empresas exportadoras con marcas registradas y las empresas exportadoras con innovaciones registradas con relación a la totalidad de las exportaciones realizadas.

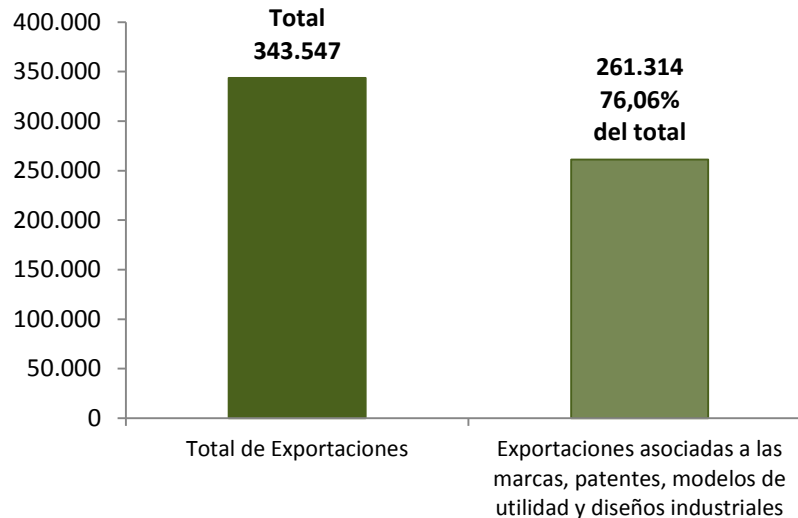


III. PRINCIPALES RESULTADOS

1. CONTRIBUCIÓN DE LAS MARCAS, PATENTES, MODELOS DE UTILIDAD Y DISEÑOS INDUSTRIALES A LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS

En primer lugar, se ha estimado la **participación conjunta de las principales figuras de Propiedad Industrial** utilizadas en este informe (marcas, patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) sobre el volumen total de exportaciones.

Exportaciones asociadas con las marcas, patentes, modelos de utilidad y diseños industriales en 2013
(millones de euros)

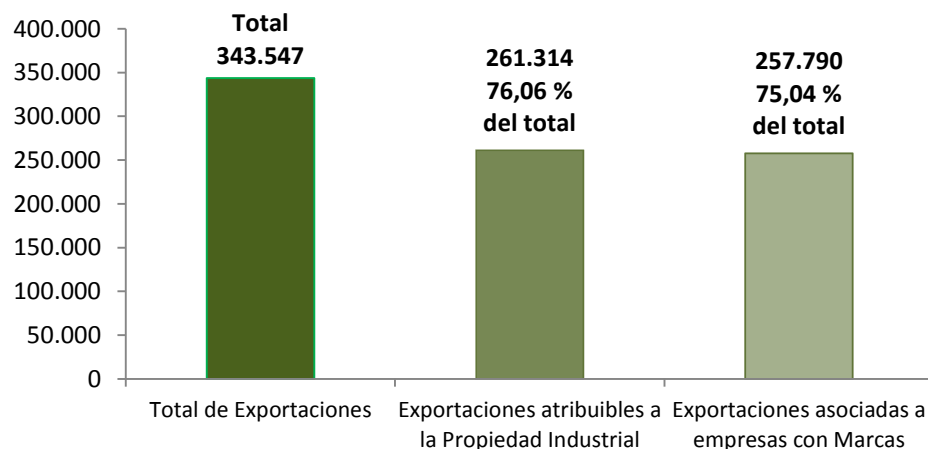


Fuente: Elaboración propia.

El volumen total de exportaciones realizadas por empresas que cuentan con alguna de las figuras de Propiedad Industrial examinadas asciende a un total de **261.314,36 millones de euros**. Este valor indica que **el 76,06 por ciento del total de las exportaciones son atribuibles a empresas españolas en posesión de alguno de los derechos de Propiedad Industrial analizados**.

Para una mejor comprensión de estas cifras, se ha diferenciado, por un lado, la aportación de las marcas y, por otro lado, la aportación del resto de figuras de Propiedad Industrial asociadas a la innovación y diferentes de las marcas, es decir, patentes, modelos de utilidad y diseños industriales.

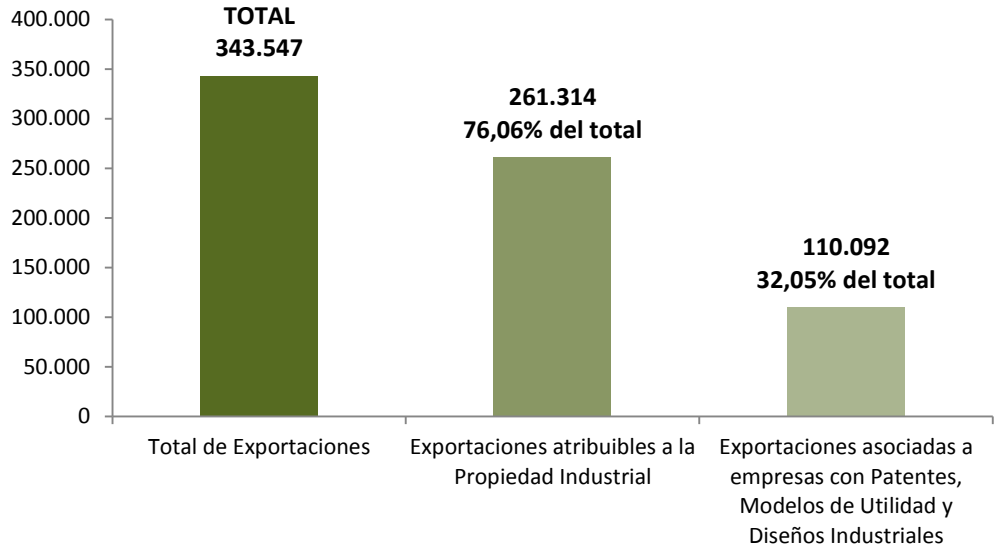
Exportaciones atribuibles a empresas con marca en 2013 (millones de euros)



Fuente: Elaboración propia.

Un total de 257.790,51 millones de euros está asociado a la exportación de mercancías y servicios de empresas que cuentan con una marca comercial, lo que significa el 75,04 por ciento del volumen total de las exportaciones (343.547 millones de euros).

**Exportaciones atribuibles a empresas con patentes, modelos de utilidad y diseños industriales en 2013
(millones de euros)**

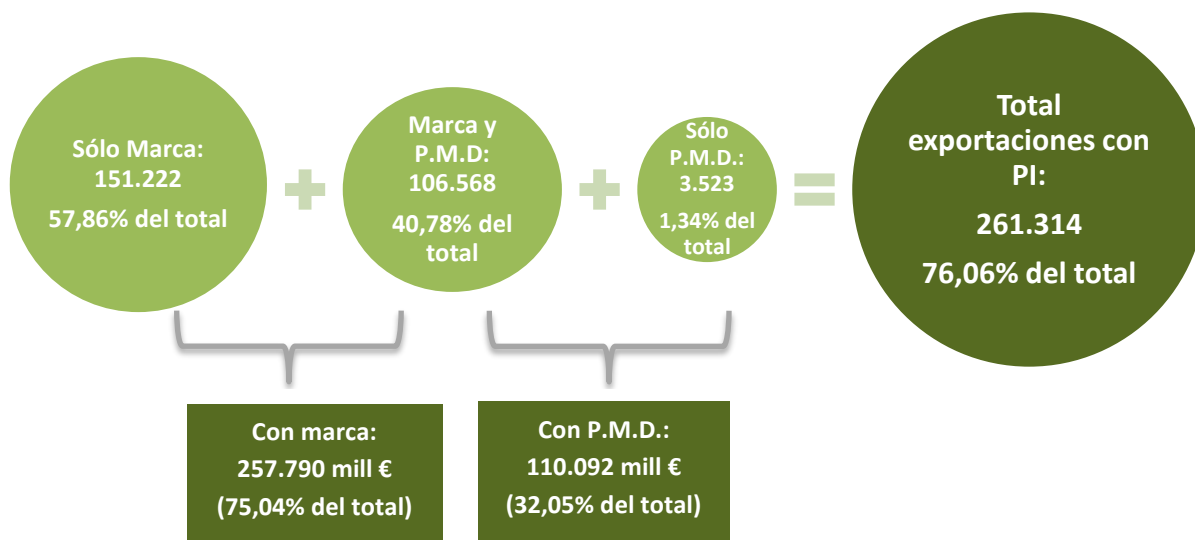


Fuente: Elaboración propia.

A su vez, el valor de las exportaciones atribuibles a aquellas empresas que cuentan con al menos una figura de Propiedad Industrial distinta de la marca (esto es, patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) representa un volumen de 110.092,29 millones de euros, lo que supone el 32,05 por ciento del total de las exportaciones en 2013.



Exportaciones asociadas a las marcas y P.M.D (patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) en 2013
(millones de euros)



Fuente: Elaboración propia.

El total de 261.314,36 millones de euros en exportaciones relacionadas con la Propiedad Industrial se deriva de la suma de tres magnitudes. En primer lugar, la contribución de empresas que cuentan exclusivamente con marcas, y que asciende a 151.222,07 millones de euros. En segundo lugar, la aportación de las empresas que cuentan tanto con marcas como con alguna otra figura de Propiedad Industrial (patente, modelo de utilidad o diseño industrial), y que alcanza los 106.568,44 millones de euros. En tercer lugar, la contribución de las

empresas que cuentan exclusivamente con alguna figura de Propiedad Industrial recogida en este estudio y diferente de la marca, y que asciende a 3.523,85 millones de euros.

De este modo, tal y como se observa en el Gráfico anterior, el total de 261.314,36 millones de euros en exportaciones relacionadas con la Propiedad Industrial se deriva de la suma de tres magnitudes. En primer lugar, la contribución de empresas que cuentan exclusivamente con marcas, y que asciende a 151.222,07 millones de euros. En segundo lugar, la aportación de las empresas que cuentan tanto con marcas como con alguna otra figura de Propiedad Industrial (patente, modelo de utilidad o diseño industrial), y que alcanza los 106.568,44 millones de euros. En tercer lugar, la contribución de las empresas que cuentan exclusivamente con alguna figura de Propiedad Industrial recogida en este estudio y diferente de la marca, y que asciende a 3.523,85 millones de euros. Estos resultados evidencian los efectos positivos que tiene sobre la actividad exportadora el hecho de que las empresas apoyen su actividad innovadora con una marca. De hecho, las exportaciones atribuibles a empresas que cuentan tanto con una patente, modelo de utilidad o diseño industrial como con una marca, suponen unas 30 veces más que las exportaciones de empresas que sólo cuentan con una patente, modelo de utilidad o diseño industrial.

En este punto, conviene tener en cuenta que, en muchos casos, las empresas utilizan como parte de su estrategia empresarial el uso combinado de diversas figuras de Propiedad Industrial para comercializar sus productos en mercados internacionales. Esta estrategia conlleva que la suma de la aportación de las marcas y del resto de figuras de Propiedad Industrial sea superior al atribuible al total de las figuras de Propiedad Industrial, dado que existen empresas que cuentan simultáneamente con marcas y con alguna otra figura de Propiedad Industrial (que en este estudio incluyen las patentes, los modelos de utilidad o los diseños industriales).

En un análisis adicional, se ha desagregado la contribución al volumen total de exportaciones de las empresas que utilizan cada una de las figuras Propiedad Industrial por separado.



Volumen de exportaciones vinculadas a las figuras de Propiedad Industrial examinadas en 2013

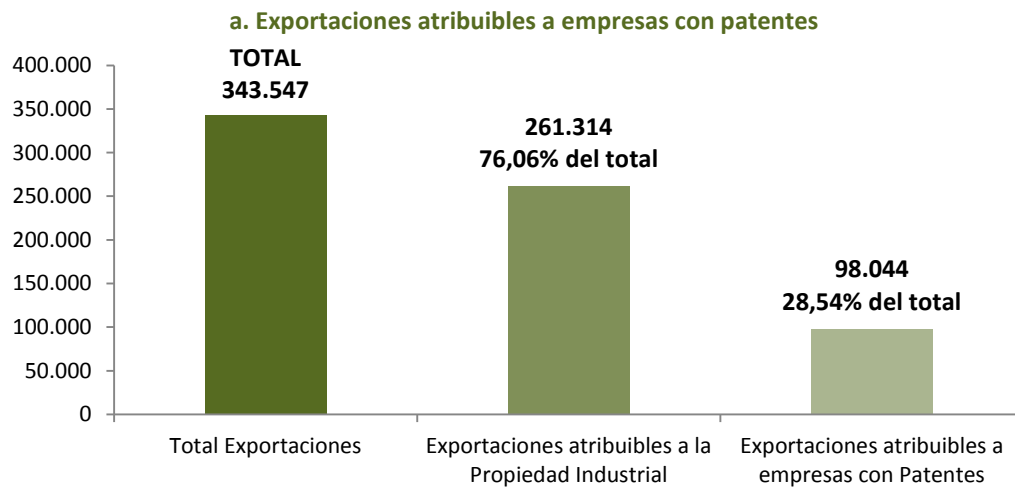
	Exportaciones atribuibles a las diferentes figuras de Propiedad Industrial (mill. euros)	Porcentaje (%)
TOTAL	261.314,36	76,06
Marcas	257.790,51	75,04
Patentes	98.043,67	28,54
Modelos de Utilidad	36.190,50	10,53
Diseños Industriales	24.534,50	7,14

Fuente: Elaboración propia.

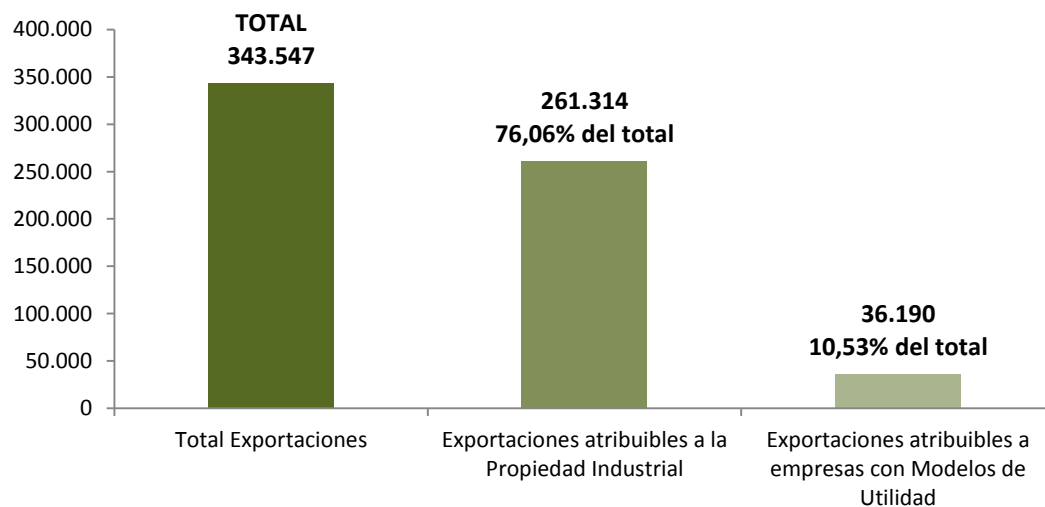
Estos resultados evidencian los efectos positivos que tiene sobre la actividad exportadora el hecho de que las empresas apoyen su actividad innovadora con una marca. De hecho, las exportaciones atribuibles a empresas que cuentan tanto con una patente, modelo de utilidad o diseño industrial como con una marca, suponen unas 30 veces más que las exportaciones de empresas que sólo cuentan con una patente, modelo de utilidad o diseño industrial.

La principal contribución a las exportaciones españolas la realizan las marcas comerciales seguida de las patentes, los modelos de utilidad y los diseños industriales. Las exportaciones efectuadas por empresas españolas titulares de marcas ascienden a 257.790,51 millones de euros, lo que supone el 75,04% de las exportaciones españolas. Las exportaciones efectuadas por empresas españolas que son titulares de patentes suponen 98.043,67 millones de euros, lo que representa un 28,54 por ciento del total de las exportaciones. Además, las exportaciones atribuibles a los modelos de utilidad ascienden a 36.190,50 millones de euros, un 10,53 por ciento del total. Finalmente, las exportaciones atribuibles a los diseños industriales alcanzan un volumen de 24.534,50 millones de euros, el 7,14 por ciento del total de exportaciones.

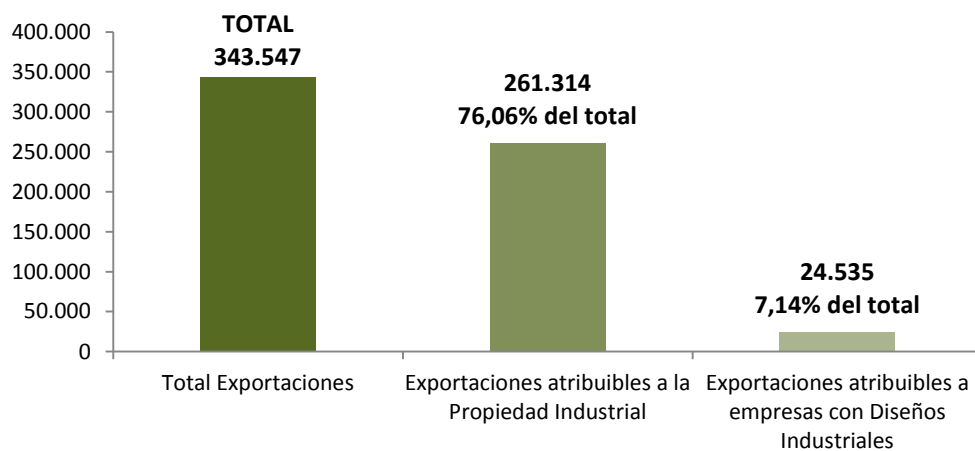
Exportaciones asociadas a empresas que cuentan con patentes, modelos de utilidad y diseños industriales en 2013 (millones de euros)



b. Exportaciones atribuibles a empresas con modelos de utilidad



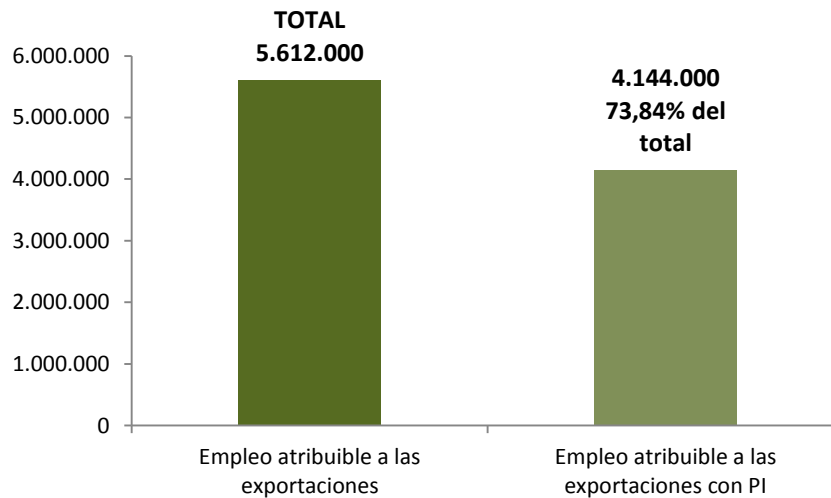
c. Exportaciones atribuibles a empresas con diseños industriales



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se ha estimado la participación conjunta de las diferentes figuras de Propiedad Industrial (marcas, patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) **sobre el empleo total** atribuible a las exportaciones.

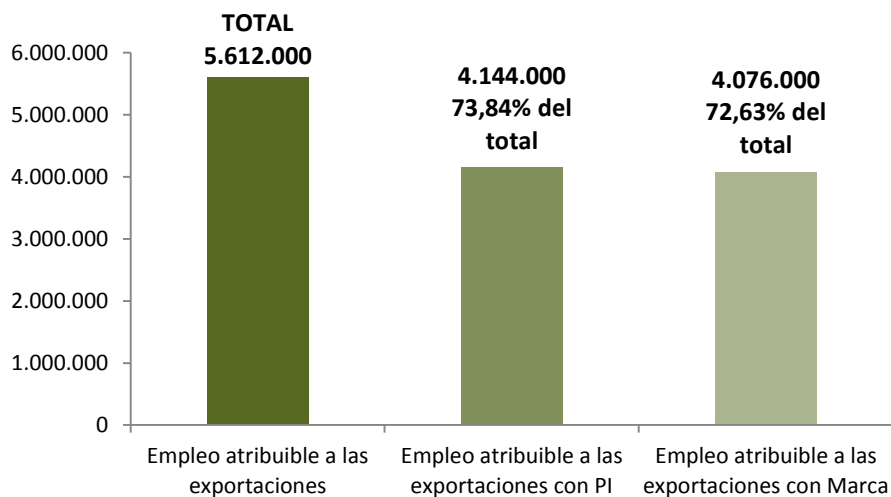
Número de empleos atribuibles a las exportaciones y vinculados a las figuras de Propiedad Industrial examinadas en 2013



Fuente: Elaboración propia.

Un total de **4.144.000 puestos de trabajo son atribuibles**, directa o indirectamente, a las **empresas exportadoras que apuestan por la protección de sus activos intangibles mediante alguna de las figuras de Propiedad Industrial** incluidas en este informe, lo que supone el **73,84 por ciento del total del empleo** generado por las exportaciones españolas.

Número de empleos atribuibles a las exportaciones y vinculados a las marcas en 2013

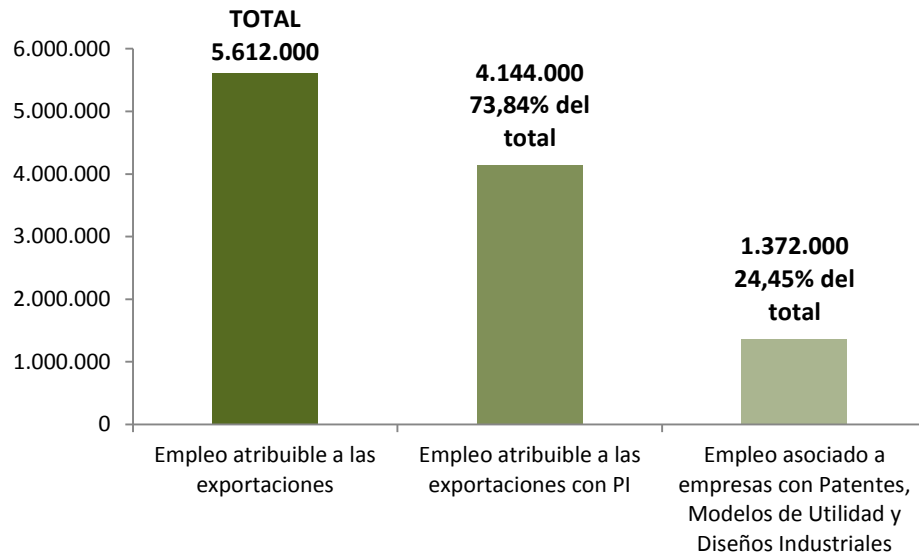


Fuente: Elaboración propia.

La contribución al empleo de las empresas con marcas supone 4.076.000 puestos de trabajo vinculados a las exportaciones lo que supone el 72.63% del total.



Número de empleos atribuibles a empresas con patentes, modelos de utilidad y diseños industriales en 2013



Fuente: Elaboración propia.



A su vez, la contribución al empleo de aquellas empresas que cuentan con al menos una figura de Propiedad Industrial distinta de la marca (esto es, patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) representa un total de 1.372.000 empleos, lo que supone el **24,45 por ciento** del total de las exportaciones en 2013.

Número de empleos atribuibles a las exportaciones y vinculados a las marcas y a las P.M.D. (patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) en 2013

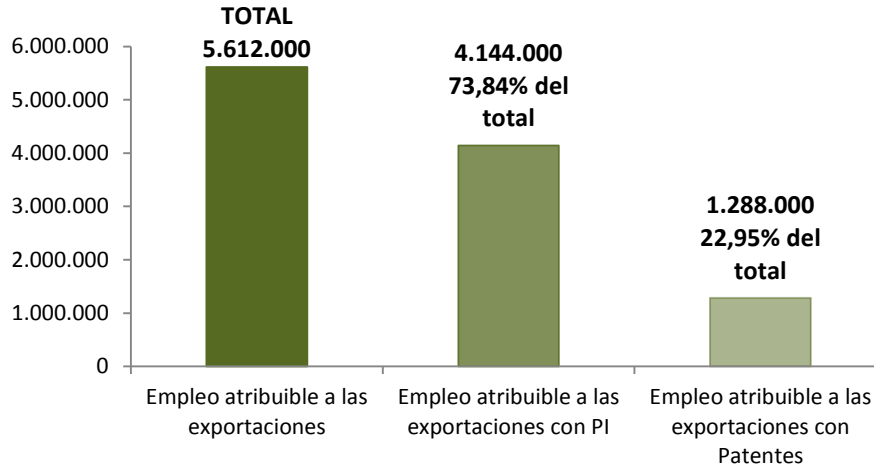


Fuente: Elaboración propia.

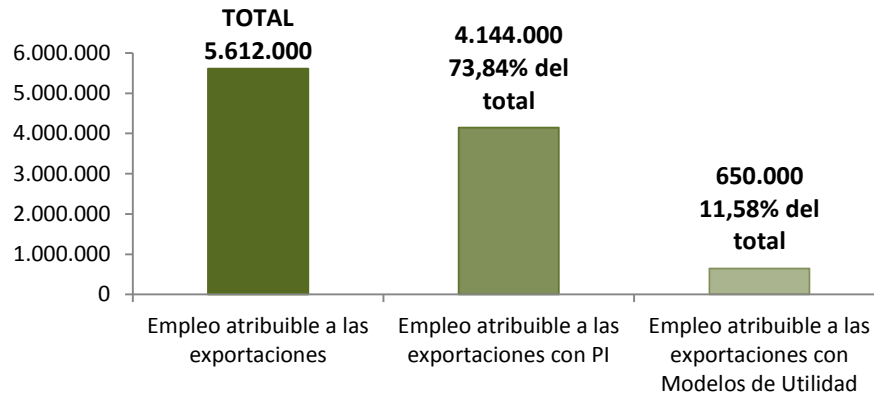
De forma desagregada, 2.772.000 puestos de trabajo son atribuibles a la aportación de empresas que cuentan exclusivamente con marcas comerciales; 1.304.000 empleos son atribuibles a empresas que cuentan tanto con marcas como con alguna otra figura de Propiedad Industrial (patente, modelo de utilidad o diseño industrial); y, finalmente, 68.000 empleos son atribuibles a empresas que cuentan, exclusivamente, con alguna figura de Propiedad Industrial diferente de las marcas.

Número de empleos atribuibles a empresas exportadoras que cuentan con patentes, modelos de utilidad y diseños industriales en 2013

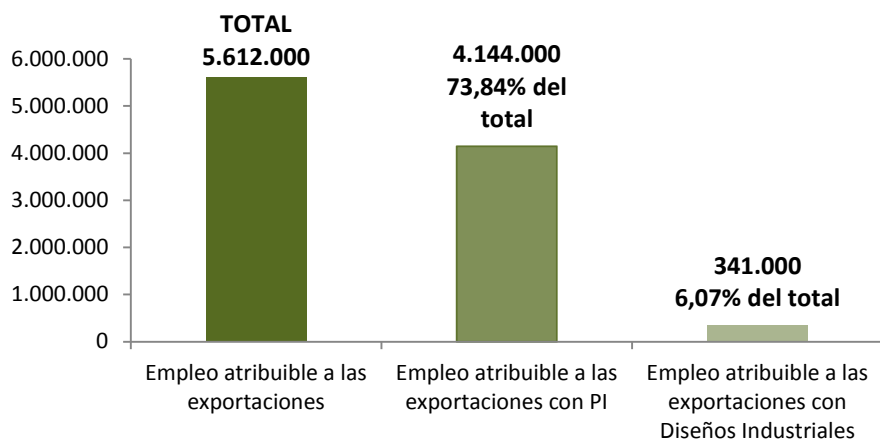
a. Empleo atribuible a las exportaciones y vinculado a empresas con patentes



b. Empleo atribuible a las exportaciones y vinculado a empresas con modelos de utilidad



c. Empleo atribuible a las exportaciones y vinculado a empresas con diseños industriales



Fuente: Elaboración propia.

La contribución de las patentes por parte de empresas exportadoras se cifra en **1.288.000 puestos de trabajo**, lo que supone el 22.95%, la contribución de empresas exportadoras que utilizan modelos de utilidad se traduce en **650.000 puestos de trabajo**, lo que supone un 11.58% y, finalmente, la utilización de diseños industriales por parte de empresas exportadoras se cifra en **341.000 empleos**, 6.07%.



2. ANÁLISIS SECTORIAL

En este apartado se ha llevado a cabo un estudio pormenorizado de la contribución de las diferentes figuras de Propiedad Industrial examinadas a las exportaciones según el **sector de actividad económica**.

Contribución de la Propiedad Industrial a las exportaciones según sector de actividad económica en 2013

Sector de actividad	Exportaciones (mill. euros)	Exportaciones atribuibles a PI (mill. euros)	%
1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	2.475,18	1.540,30	62,23
2. Industrias extractivas	914,90	136,53	14,92
3. Industria manufacturera	161.510,40	130.410,33	80,74
4. Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acond.	1.484,96	1.031,81	69,48
5. Suministro de agua y otros (1)	376,10	355,17	94,43
6. Construcción	4.340,97	4.032,48	92,89
7. Comercio, reparación de vehículos de motor y motocicletas	59.173,37	40.284,10	68,08
8. Transporte y hostelería	65.513,70	43.729,94	66,75
9. Información y comunicaciones	8.362,81	7.399,11	88,48
10. Actividades financieras y de seguros	5.354,68	2.627,14	49,06
11. Actividades inmobiliarias	105,88	57,47	54,28
12. Servicios prestados a empresas	31.410,50	24.969,53	79,49
13. Servicios gubernamentales y otros	684,44	681,31	99,54
14. Servicios personales, culturales y recreativos	1.839,12	1.468,82	79,87
Total	343.547	261.314,36	76,06

(1) Incluye las actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación

Fuente: Elaboración propia.

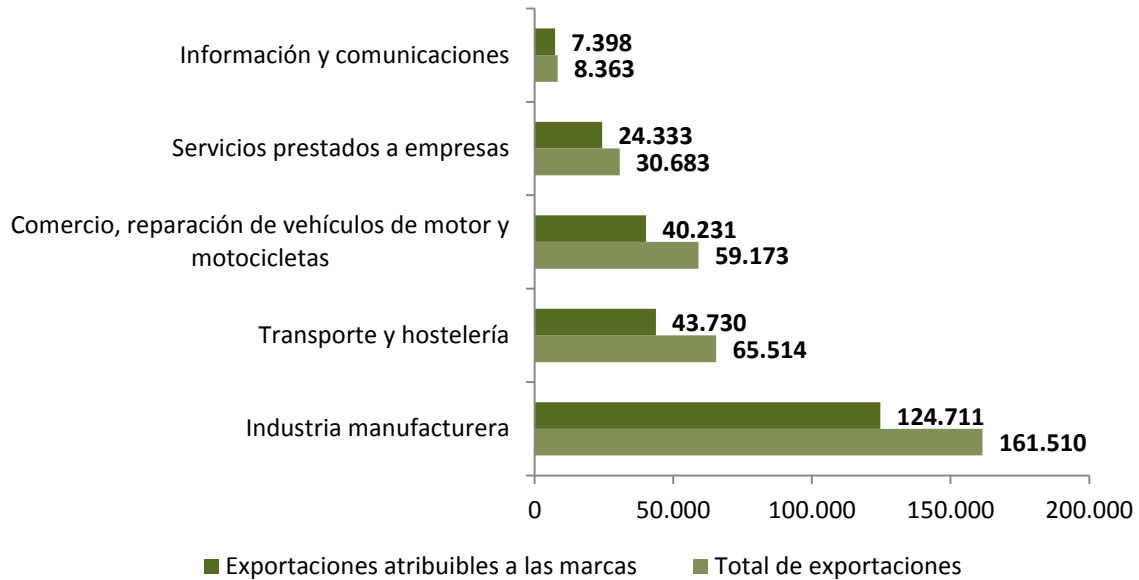
Los resultados indican que dicha contribución varía notablemente según el sector económico analizado, tanto a nivel absoluto (sin considerar el volumen total de exportaciones atribuibles a la Propiedad Industrial), como a nivel relativo (considerando el porcentaje de participación de la Propiedad Industrial sobre el volumen de exportaciones). En términos generales, **el sector más dinámico en materia de exportaciones vinculadas a la Propiedad Industrial es el sector de la “Industria manufacturera”** (Incluye, entre otras, las siguientes divisiones: Industria de la alimentación, Fabricación de bebidas, Industria del tabaco, Industria textil, Confección de prendas de vestir, Industria del cuero y del calzado, etc.) **con un total de 130.410,33 millones de euros, lo que supone un 80,74 por ciento del total de las exportaciones del sector.** A continuación, se encuentra el sector “Transporte y hostelería”, en el que se engloban el grueso de las actividades relacionadas con el turismo. En este sector, las exportaciones atribuibles a la Propiedad Industrial ascienden a 43.729 millones de euros, lo que supone una contribución del 66,75 por ciento del total de las exportaciones del sector. En tercer lugar, se sitúa el sector del “Comercio, reparación de vehículos a motor y motocicletas”, en el que las exportaciones atribuibles a la Propiedad Industrial totalizan 40.284,1 millones de euros, lo que representa el 68,08 por ciento del total de exportaciones del mismo.

Con la finalidad de profundizar en el análisis de la contribución de la Propiedad Industrial a las exportaciones de los diferentes sectores económicos considerados, **se ha estimado la contribución de las marcas y del resto de figuras de Propiedad Industrial (patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) por separado.**

Con relación a las **marcas**, la contribución de las mismas a las exportaciones de la **“Industria manufacturera”** alcanza los 124.710,55 millones de euros, lo que supone un 77,22 de total de las exportaciones del sector. A continuación, los sectores más dinámicos en materia de exportaciones atribuibles a las marcas son el sector del **“Transporte y hostelería”** y **“Comercio, reparación de vehículos a motor y motocicletas”**.



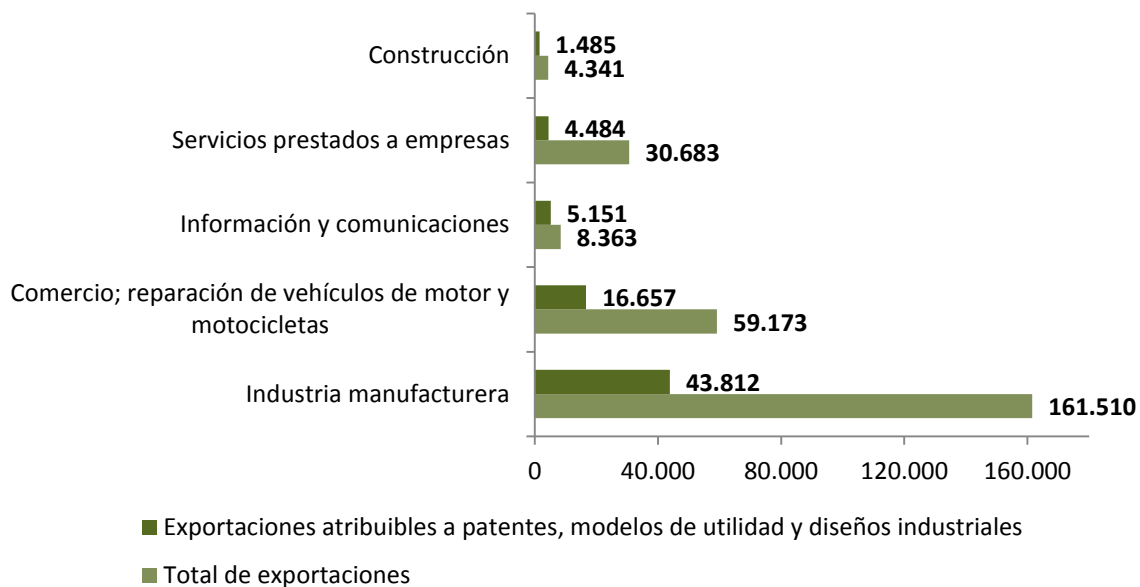
**Contribución de las marcas a las exportaciones según el sector de actividad económica.
Principales sectores en 2013 (millones de euros)**



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al resto de figuras de Propiedad Industrial (patentes, modelos de utilidad y diseños industriales), una vez más, es el **sector de la “Industria manufacturera”** donde se presenta una mayor contribución a nivel absoluto, puesto que 43.812,16 millones de euros del total de exportaciones del sector están asociados a estas figuras de Propiedad Industrial específicas. En concreto, **un 27,13 por ciento del total de exportaciones del sector**. Le siguen los sectores “Comercio, reparación de vehículos a motor y motocicletas” e “Información y comunicación”.

Contribución de las patentes, modelos de utilidad y diseños industriales a las exportaciones según el sector de actividad económica. Principales sectores, 2013 (millones de euros)



Fuente: Elaboración propia

IV. CONCLUSIONES

El objetivo de este estudio es analizar la relación existente entre la innovación y las diferentes modalidades de protección de la innovación por medio de la Propiedad Industrial con la actividad exportadora de las empresas y su consecuente internacionalización.

Los resultados obtenidos **para el año 2013** ponen de manifiesto la **importancia** que la **protección de los resultados derivados de la actividad innovadora** (medido el impacto en el registro de marcas, patentes, diseños industriales y modelos de utilidad) tiene sobre la capacidad exportadora de las empresas y para la economía en su conjunto.

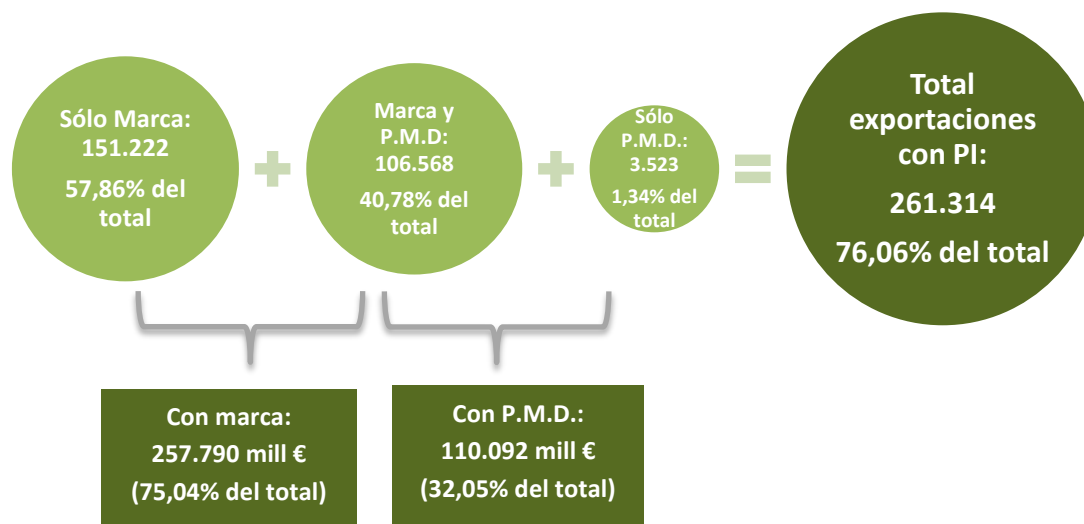
En concreto, los **principales resultados** de este estudio evidencian que:

- El **76,06% del total de las exportaciones españolas**, unos 261.314,36 millones de euros, son llevadas a cabo por empresas españolas que **apuestan por la protección mediante alguna de sus figuras de la Propiedad Industrial** para poner en valor los resultados de su innovación. En otras palabras, tres de cada cuatro empresas que se internacionalizan y se abren a nuevos mercados apuestan por la Propiedad Industrial como herramienta estratégica de posicionamiento, cuya gestión activa aporta valor y diferenciación frente a los competidores.
- El **75,04% del volumen total** de las exportaciones españolas, por un valor total de 257.790 millones de euros, corresponde a las exportaciones realizadas por **empresas españolas que protegen sus marcas** como activo intangible diferenciador.
- El **32,05% del total** de las exportaciones españolas, que alcanzan un valor de 110.092 millones de euros, es atribuible a **empresas españolas exportadoras que cuentan con patentes, modelos de utilidad o diseños industriales** en vigor dentro de su cartera de activos intangibles.
- A **nivel sectorial**, el sector industrial cuyos resultados exportadores están más claramente vinculados a la protección y uso de la Propiedad Industrial es la **“Industria manufacturera”** donde las exportaciones vinculadas a la protección de figuras de Propiedad Industrial suponen 130.410,33 millones de euros, un **80,74% del total** de las exportaciones del sector. Le siguen, a continuación, el sector **“Transporte y hostelería”**, en el que las exportaciones atribuibles a la protección y uso de figuras de Propiedad Industrial suponen 43.729 millones de euros, lo que corresponde al **66,75% del total** de las exportaciones del sector. En tercer lugar, se sitúa el sector del **“Comercio, reparación de vehículos a motor y motocicletas”**, en el que las exportaciones atribuibles a la protección y uso de figuras de la Propiedad Industrial totalizan 40.284,1 millones de euros, que es el **68,08% del total** de exportaciones del sector.

- En términos de **empleo**, un total de **4.144.000 empleos se derivan**, directa o indirectamente, de la **actividad exportadora de las empresas** que cuentan con alguna de las modalidades de Propiedad Industrial incluidas en este estudio, lo que supone el **73,84% del total** del empleo generado por las exportaciones españolas.
- De esa cifra total, las empresas exportadoras que internacionalizan sus activos diferenciadores protegidos con **marca** generan **4.076.000 puestos de trabajo** y aquellas que se internacionalizan con sus **innovaciones formales o técnicas protegidas** mediante patentes, modelos de utilidad o diseños industriales crean **1.372.000 empleos**.

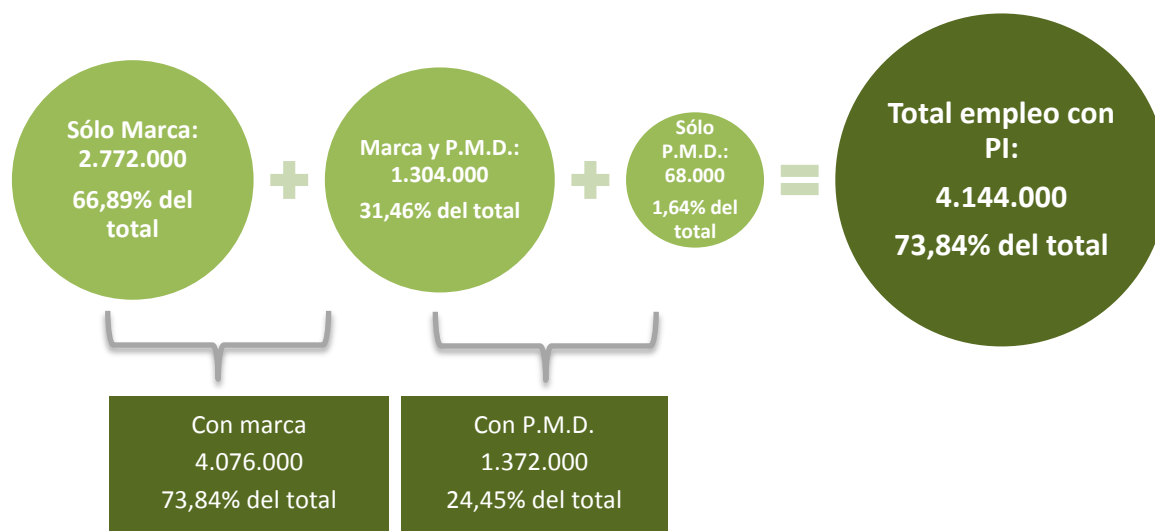
Como conclusión, la protección de los resultados de la capacidad innovadora de las empresas por medio de la Propiedad Industrial **constituye un motor fundamental para el crecimiento de la economía española**, por su dimensión y su capacidad para contribuir a las exportaciones.

Exportaciones asociadas a las marcas y P.M.D (patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) en 2013 (millones de euros)



Fuente: Elaboración propia.

Número de empleos atribuibles a las exportaciones y vinculados a las marcas y a las P.M.D. (patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) en 2013



Fuente: Elaboración propia.

**THE TRIANGLE OF BUSINESS SUCCESS:
INNOVATION, TRADEMARKS AND EXPORTS**

EXECUTIVE SUMMARY

I. PURPOSE OF THE STUDY

The Spanish Patent and Trademark Office (SPTO) and the Spanish Association for the Defence of Trademarks (ANDEMA) intend to discover with this study the relationship existing between companies that have a commitment to the protection of innovation via industrial property and their exports, thus measuring the extent of its effect on the Spanish economy in 2013.

Specifically, this study focuses on trademarks, patents, utility models and industrial designs, and estimates the contribution of companies having industrial property registrations of this type towards exports.

The results obtained in this report show the importance of committing to the protection of innovation by means of the different types of industrial property such as trademarks, patents, utility models and industrial designs, and the impact (in terms of volume) that these have on the exporting capacity of the companies involved, their contribution to internationalisation and to the economy as a whole.

According to the methodology of the report, export figures refer to sales of goods and services performed by all entities (companies or other institutions) that have the condition of residents in Spain, regardless of their economic activity and size, and that are destined to overseas residents. Moreover, the scope of the study is limited to 2013, since this is the last complete year for which we have comparable information for the different sectors and parameters analysed, information which, in some cases –such as the breakdown of some of the foreign trade statistics according to business characteristics– was published during the last quarter of 2015.

This report constitutes a summary of the study “The triangle of business success: Innovation, trademarks and exports”, developed by a group of researchers from the Marketing Department of the University of Alicante at the initiative of the SPTO and ANDEMA. For a detailed description of the methodology used in the study, a detailed analysis of the study, and to consult the references, sources and databases used, we recommend viewing the complete report.

II. CONTEXT OF THE STUDY

1. PARAMETERS EXAMINED

I. INNOVATION

Before commencing with this section, it is convenient to clarify what we understand as **innovation**. For this we have followed the guidelines established in the **Oslo Manual** in its 2005 edition. This document is a guide edited by the OECD and EUROSTAT that gathers the different definitions related to activities considered to be **“innovative”**. Therefore, according to the Oslo Manual (2005), an innovation is **"the implementation of a new or significantly improved product (good or service), or process, a new marketing method, or a new organisational method in business practices, workplace organisation or external relations"**.

Therefore, companies that carry out innovation policies enjoy a series of competitive advantages that allow them to create long term value and sustained profits over time.

But beyond the corporate scope, innovations provide a **set of benefits within their economic and social environment**, as well as benefits at a macroeconomic level, like an increase in a country's consumption, exports and investments, thus accelerating its economic activity.

In short, the development of innovative activities clearly provides a series of competitive advantages to those companies that implement them, as well as broad economic and social benefits.

It is worth highlighting that there is no national or international consensus on suitable indicators to measure the level of innovation of a company, organisation or nation. However, the most commonly used measures are **indices relative to R&D expenditure, staff training expenditure, or number of patents**. We thus observe that the number of patents seems to have consolidated itself as one of the relevant factors when studying the level of innovation of an organisation, since it reflects technical innovation. In this sense, it is important to refer to the last version of the **Oslo Manual of 2005**, which indicates that innovation is not only of a technical nature, but can also relate to a product, to marketing, or be organisational. From this point of view, trademarks and industrial designs may be to a large extent the measurable embodiment of product and marketing innovation.

In this sense, the results of the innovative activities of companies can be measured via several indicators, amongst which are the different **types of industrial property**.

II. TRADEMARKS

From a **legal point of view**, a trademark is understood to be any sign capable of being represented graphically and capable of distinguishing in the market the goods or services of one undertaking from those of other undertakings (Article 4 of Law 17/2001 of 7 December on Trademarks).

From an **economic perspective**, the real value of a trademark for a company is its capacity to be consumers' choice of preference and achieve their loyalty. In fact, the identification of goods and services marketed by a company under a specific trademark enables the company to endow its offer with unique and differentiating attributes, better adapting to the specific needs of the market it is intended for.

However, trademarks also fulfil a series of functions beyond those of a corporate nature:

- **From the point of view of the customer/consumer**, trademarks simplify the consumer's choice and constitute the promise of a specific level of quality, thus reducing the inherent risk associated to the purchase and generating added trust. In fact, trademarks are the direct link between a company and the consumer.
- **From a social point of view**, trademarks are viewed as the active expression of different perspectives of society as a whole, capable of crossing frontiers, bringing together people and cultures or simply promoting social change.
- **From a macroeconomic point of view**, the management and development of trademarks creates wealth in the economy of any country and contributes to the Gross Domestic Product, to R&D or the volume of exports, to its capacity to generate quality employment, to the return on investment on society as a whole in the form of knowledge and taxes, and to improving the image of the country abroad.

We can highlight here a recent study by the SPTO in conjunction with ANDEMA (2012) that analyses the **impact of trademarks on the Spanish economy and society**. This study highlights the strategic role of trademarks in the Spanish economy, carrying out a detailed examination of their impact on the main sectors of economic activity in terms of the creation of employment, contribution to GDP, payment of taxes and duties, foreign trade, R&D, sales and investment on advertising (see following table).

Global impact of trademarks on the parameters examined, 2010

Parameter	Absolute value*	Percentage of participation of trademarks over the total for the parameter
Employment	6,108,140	33%
GDP	420,650	40%
Taxes and Duties	73,500	46%
Exports	125,600	45%
Expenditure on R&D	4,100	55%
Trade	400,000	60%
Advertising	3,867	75%

Source: SPTO and ANDEMA (2012).

(*) Data in millions of Euros except employment, which is expressed as total working population.

Finally, the data from the Spanish Patent and Trademark Office (SPTO) itself also contributes to highlight the importance of trademarks in the Spanish economy. Thus, over the last five years there has been an increase in the number of trademark applications (national), reaching the figure, as indicated above, of 46,904 applications in 2013. The number of trademarks in force at 31 December 2012 amounts to 822,375 trademarks.

III. EXPORTS

From the point of view of foreign trade, this study focuses its analysis on exports and in the relationship between the innovative behaviour of companies and their level of exports. **Opening up to foreign markets, expansion of exports and internationalisation of companies are essential for domestic economic growth**, especially when they also help to compensate any possible decreases in domestic consumption.

In recent years we have seen in the Spanish economy an improvement in the exports of goods and services, from a total of 287,536 million Euros in 2010 to 343,547 million Euros in 2013. According to the Secretary of State for Trade, based on data from the Customs Department, exports of goods reached the figure of 234,240 million Euros in 2013, which entails an increase of 5.2% over the previous year. Exports of services also show a growing trend, with a growth of 1.2% at current prices with respect to 2012. **This data indicates that internationalisation is still an important option for Spanish companies, despite economic uncertainties and the slow international recovery.**

The growth in exports leads to an expansion of production and employment, due to the foreign trade multiplier.

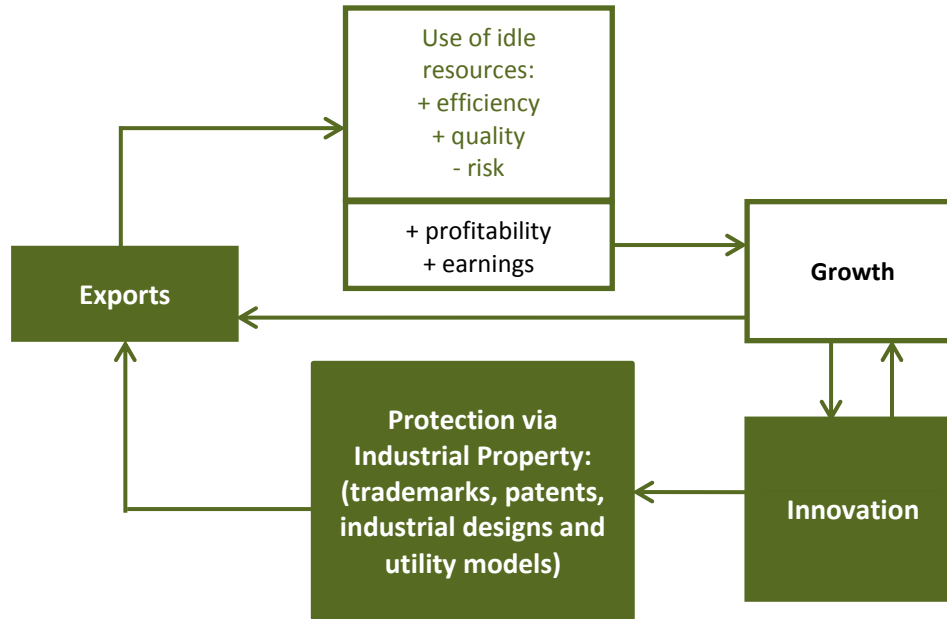
2. Methodology: Relationship between exports and innovation

I. CONNECTION

The assessment in quantitative terms of the relationship existing between exports and the use of trademarks and other types of industrial property, which serve as innovation indicators for a company and which constitute the purpose of this report, is based on a prior theoretical basis that substantiates and supports this study. In this sense, we propose a model that describes and justifies the relationship between exports, trademarks and innovation.



Relationship between exports and innovation



Source: Compiled by the authors.

It is not a coincidence that growth in exports is closely related to the capacity for innovation. **SMEs that innovate in goods show better results in total exports.**

There is a strong correlation between “being an exporter” and the probability of “being innovative”. Therefore, the existence of a trademark may entail a **decisive support to both technological and formal innovation**, since it implicitly provides information to the market in terms of perceived value and contributes to reduce the risk derived from information asymmetries existing between consumers and companies regarding the innovative activity of the latter. As a result, the trademark allows the consumer to guide their decisions in an environment of information overload or lack of information, thus enhancing the technological and formal innovative function.

II. GENERAL CONSIDERATIONS AND BASIC PREMISES

In order to assess the impact of trademarks and innovations in Spanish exports, we have developed a novel and specific methodology that is detailed below. Said methodology is based on a broad variety of data sources, reports and articles, that are detailed in the Bibliography section.

- **Assessment period.** The scope of the study is limited to the year 2013. This decision responds to the availability of information and the need to work with comparable information between the different sectors and parameters analysed. In this sense, we can highlight that some of the main data required to complete this study is the disaggregation of some of the foreign trade statistics according to company characteristics, which was published by the Tax Administration Agency in September 2015.
- **Delimitation and definition of the activity sectors.** Based on the National Economic Activities Classification, CNAE-2009, this study analyses up to fourteen sectors. (Following table)



Sector classification used in the study

Sectors		CNAE-2009 sections that make up the sectors
1	Agriculture, livestock farming, forestry, fishing	A
2	Extractive industries	B
3	Manufacturing industries	C
4	Power, gas, steam and air conditioning suppliers	D
5	Water supply, sanitation activities, waste management and decontamination	E
6	Construction	F
7	Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorbikes	G
8	Transport and hotel industry	H + I
9	Information and communications	J
10	Financial and insurance activities	K
11	Real estate activities	L
12	Services rendered to companies	M + N
13	Government services and others	O + Q + U
14	Personal, cultural and recreational services	P + R + S + T

Source: Compiled by the authors.

- Contribution of trademarks, patents, utility models and industrial designs to Spanish exports** The assessment of the impact of the different types of industrial property in the export activity of each activity sector is based, first of all, on the difference between companies that use some of the industrial property types considered and commit to protecting their intangible assets for the marketing of their products and services abroad, versus those that do not do so.

In this sense, we assume that the sales attained by the companies that perform exporting activities and that have chosen internationalisation benefit from the competitive advantage provided by the trademark and the protection of their innovation by means of industrial property. When a company develops and registers a trademark and protects a technological or formal development

via a patent, utility model or industrial design, it maximises its investment in R&D+i and obtains a return on the costs incurred in doing so.

- **Information sources and main variables used.** The information required to draft this report has been obtained from several sources: from the annual accounts filed by the companies themselves in the Trade Registry, from the Customs and Special Taxes Department of the Spanish Tax Agency, and from the balance of payments published by the Bank of Spain. Moreover, the data concerning the registration of trademarks, patents, designs and utility models is obtained from the Spanish Patent and Trademark Office (SPTO), the European Union Intellectual Property Office (EUIPO) and the World Intellectual Property Organization (WIPO)

We shall describe below the steps taken during the development of the methodology applied in this report.

I. Identification of the initial sample of companies. We firstly identified a sample of companies that have carried out exporting activity during 2013. These companies had to have at least one worker and a turnover of more than 1000 Euros in 2013. The **final sample has 8,483 companies**. The total turnover of the sample of 8,483 exporting companies was €200,000 million, which is about one fifth of the GDP of the Spanish economy. This shows how representative it is.

II. Identification of the presence of the different types of industrial property in the sample of exporting companies. Secondly, we compared the final sample of exporting companies (8,483 exporting companies) with the databases of national and international registrations obtained through the SPTO in order to identify those companies involved in the sample that have some of the indicators of trademarks and/or innovation considered in the study. According to the analysis procedure followed, **4,149 exporting companies have at least one registered trademark and 531 companies have at least one currently valid patent, utility model or industrial design registration.**



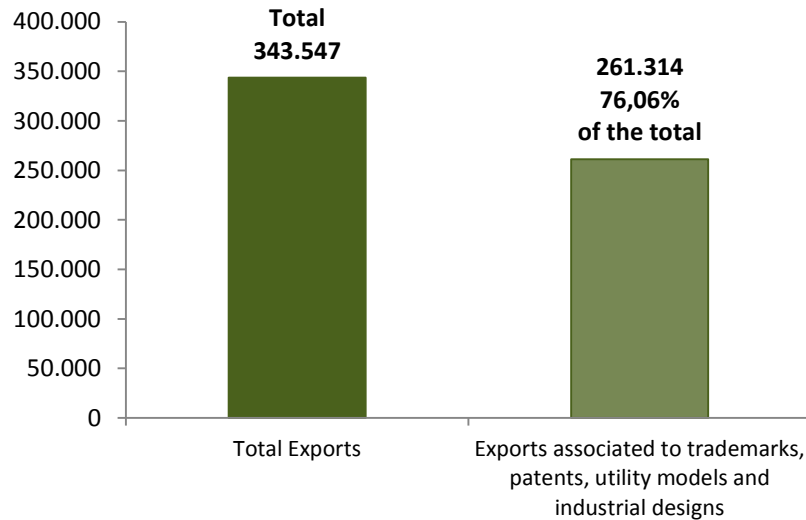
III. Assessment of the participation of trademarks and other innovation figures in exports. The following step consists in estimating the percentage of turnover represented by the companies with trademarks and the companies with innovations with respect to the total of each sector of economic activity. Finally, from the official figures of exports attained by the companies included in the different sectors of the CNAE-2009 classification we estimate the contribution of trademarks and innovations from the different participation thereof in each of the sectors indicated, weighted by the importance of exports in the sector under consideration. Similarly, we calculate the number of workers in the exporting companies with registered trademarks and the exporting companies with registered innovations with respect to the total of exports.

III. MAIN RESULTS

1. CONTRIBUTION OF TRADEMARKS, PATENTS, UTILITY MODELS AND INDUSTRIAL DESIGNS TO SPANISH EXPORTS

First of all, we estimated the **joint participation of the main types of industrial property** used in this report (trademarks, patents, utility models and industrial designs) over the total volume of exports.

Exports associated with trademarks, patents, utility models and industrial designs in 2013 (millions of Euros)

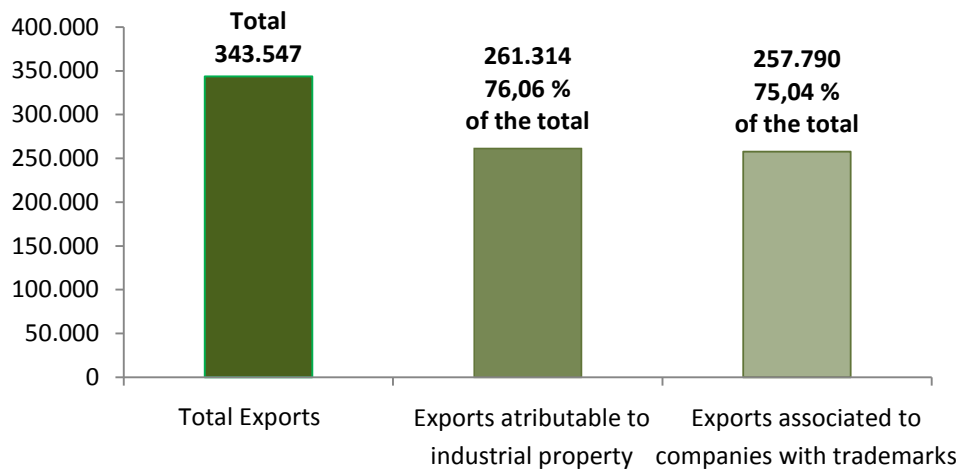


Source: Compiled by the authors.

The total volume of exports performed by companies having some of the industrial property types examined amounts to a total of **261,314.36 million Euros**. This value indicates that **76.06 percent of the total exports are attributable to Spanish companies that have some of the industrial property rights analysed**.

For a better understanding of these figures, we have differentiated, on the one hand, the contribution of trademarks, and on the other hand, the contribution of the remaining types of industrial property associated to innovation that are not trademarks, that is, patents, utility models and industrial designs.

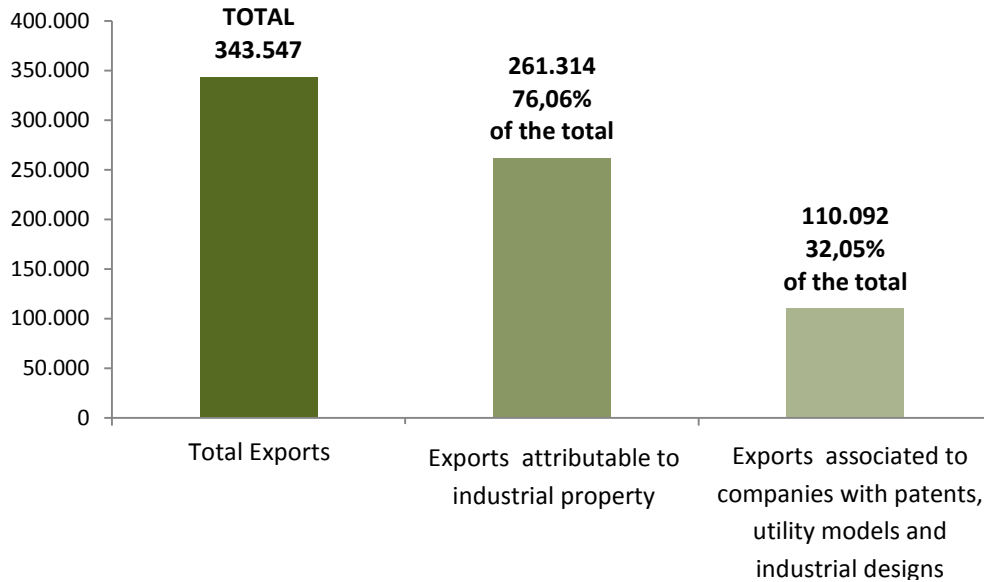
Exports attributable to companies with trademarks in 2013 (millions of Euros)



Source: Compiled by the authors.

A total of 257,790.51 million Euros are associated to the goods and services from companies that have a trademark, which means 75.04 percent of the total volume of exports (343,547 million Euros).

**Exports attributable to companies with patents, utility models and industrial designs in 2013
(millions of Euros)**

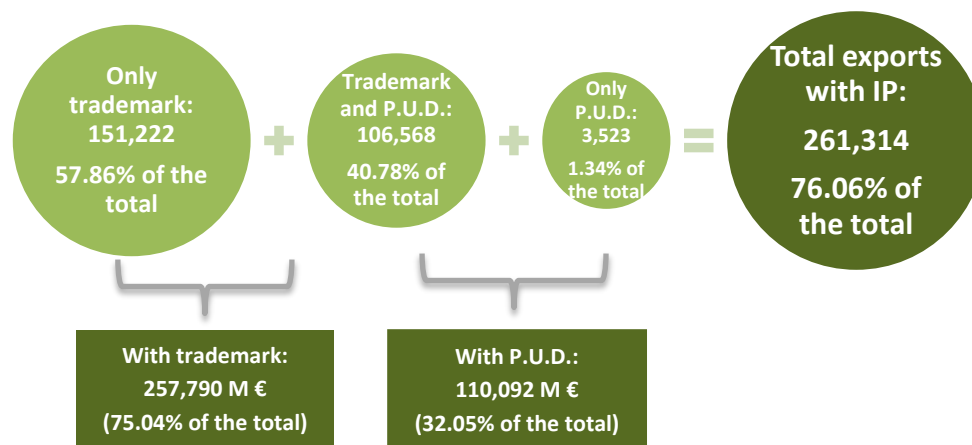


Source: Compiled by the authors.

In turn, the value of exports attributable to companies that have at least one type of industrial property other than a trademark (that is, patents, utility models and industrial designs) represents a volume of 110,092.29 million Euros, which entails 32.05 percent of the total exports for 2013.



**Exports associated with trademarks and P.U.D. (patents, utility models and industrial designs)
in 2013 (millions of Euros)**



Source: Compiled by the authors.

The sum of the three figures gives a total of 261,314.36 million Euros in exports related to industrial property. Firstly, the contribution of companies that exclusively have trademarks amounts to 151,222.07 million Euros. Secondly, the contribution of companies that have both trademarks and some other type of industrial property (patent, utility model or industrial design) amounts to 106,568.44 million Euros. Thirdly, the contribution of companies that exclusively have any of the types of industrial property contemplated in this study, other than a trademark, amounts to 3,523.85 million Euros.

Thus, as shown in the previous figure, the sum of the three figures gives a total of 261,314.36 million Euros in exports related to industrial property. Firstly, the contribution of companies that exclusively have trademarks amounts to 151,222.07 million Euros. Secondly, the contribution of companies that have both trademarks and some other type of industrial property (patent, utility model or industrial design) amounts to 106,568.44 million Euros. Thirdly, the contribution of companies that exclusively have any of the types of industrial property contemplated in this study, other than a trademark, amounts to 3,523.85 million Euros. These results

show the positive effect on export activity of companies supporting their innovating activity with a trademark. In fact, exports attributable to companies having both a patent, utility model or industrial design as well as a trademark is 30 times greater than exports of companies that only have a patent, utility model or industrial design.

It is relevant to consider here that in many cases companies employ the combined use of several types of industrial property as part of their business strategy for marketing their products in international markets. This strategy means that the sum of the contribution of trademarks and the remaining types of industrial property is greater than that attributable to the total of the different types of industrial property, since there are companies that simultaneously have trademarks and some other type of industrial property (which in this study include patents, utility models or industrial designs).

In an additional analysis we have disaggregated the contribution to the total volume of exports of the companies that use each one of the different types of industrial property separately.

Volume of exports related to the types of industrial property examined in 2013

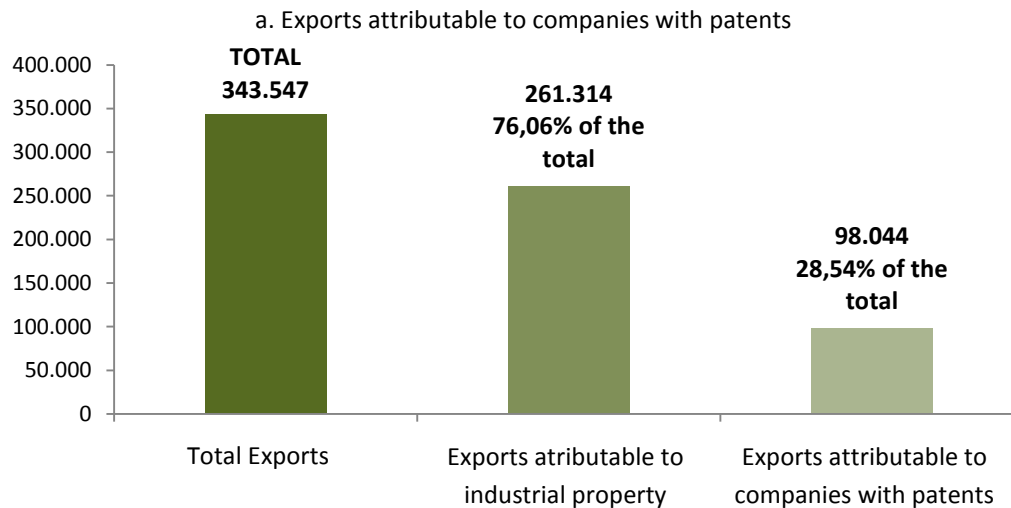
	Exports attributable to the different types of industrial property (mill. Euros)	Percentage (%)
TOTAL	261,314.36	76.06%
Trademarks	257,790.51	75.04%
Patents	98,043.67	28.54%
Utility models	36,190.50	10.53%
Industrial designs	24,534.50	7.14%

Source: Compiled by the authors.

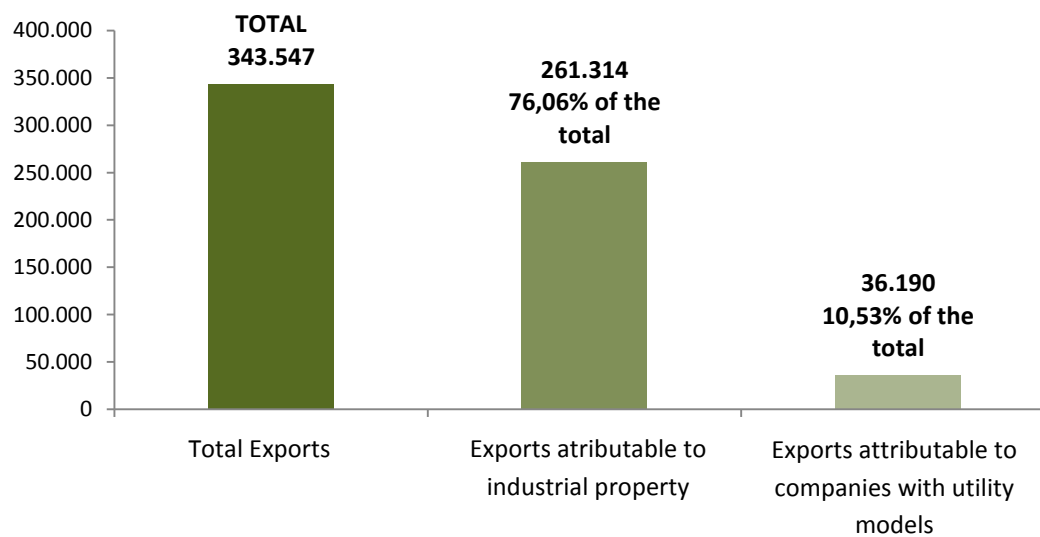
These results show the positive effect on export activity of companies supporting their innovating activity with a trademark. In fact, exports attributable to companies having both a patent, utility model or industrial design as well as a trademark is 30 times greater than exports of companies that only have a patent, utility model or industrial design.

The main contribution to Spanish exports stems from commercial trademarks followed by patents, utility models and industrial designs. Exports by Spanish companies that are trademark holders amount to 257,790.51 million Euros, which entails 75.04% of Spanish exports. Exports by Spanish companies that are patent holders amount to 98,043.67 million Euros, which represents 28.54% of total exports. Moreover, exports attributable to utility models amount to 36,190.50 million Euros, which is 10.53% of the total. Finally, exports attributable to industrial designs amount to a volume of 24,534.50 million Euros, 7.14% of total exports.

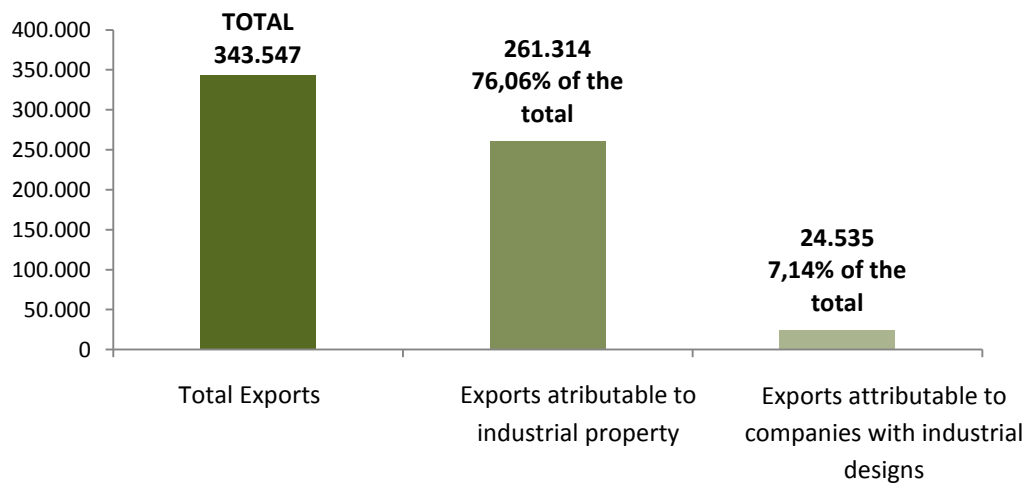
Exports associated to companies with patents, utility models and industrial designs in 2013 (millions of Euros)



b. Exports attributable to companies with utility models



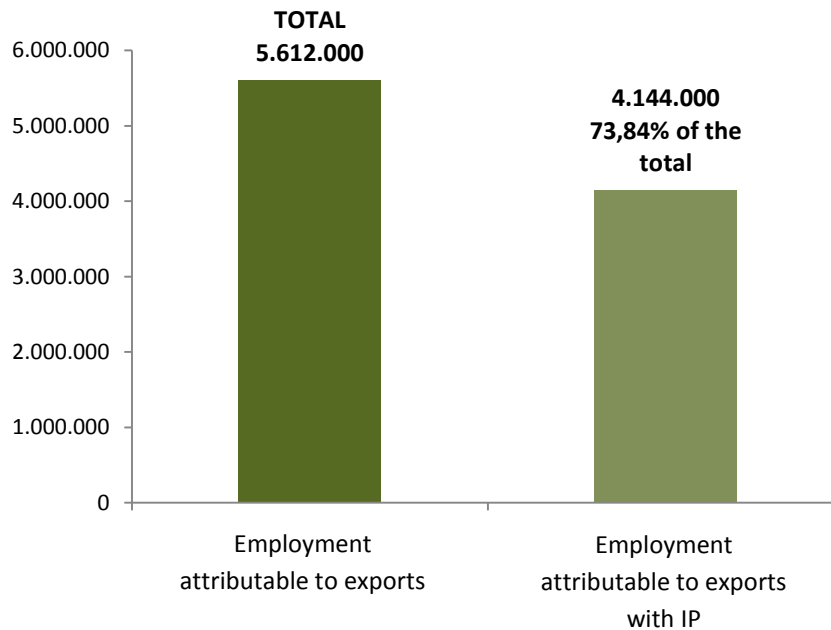
c. Exports attributable to companies with industrial designs



Source: Compiled by the authors.

Finally, we have estimated the combined participation of the different types of industrial property (trademarks, patents, utility models and industrial designs) **over total employment** attributable to exports.

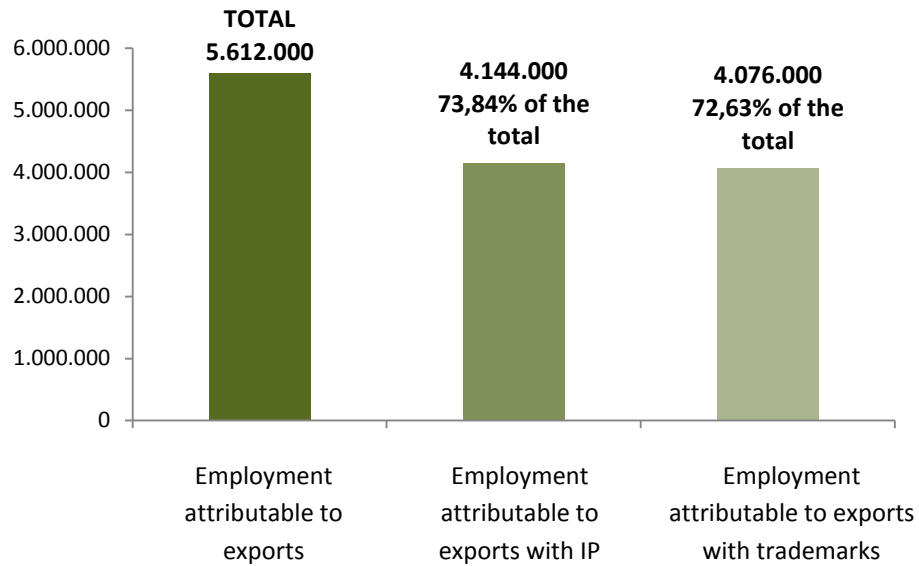
Number of jobs attributable to exports and related to the types of industrial property examined in 2013



Source: Compiled by the authors.

A total of **4,144,000 jobs** are attributable, directly or indirectly, to **exporting companies that commit to the protection of their intangible assets via some of the types of industrial property** considered in this report, which amounts to **73.84% of the total employment** generated by Spanish exports.

Number of jobs associated with exports and related to trademarks in 2013

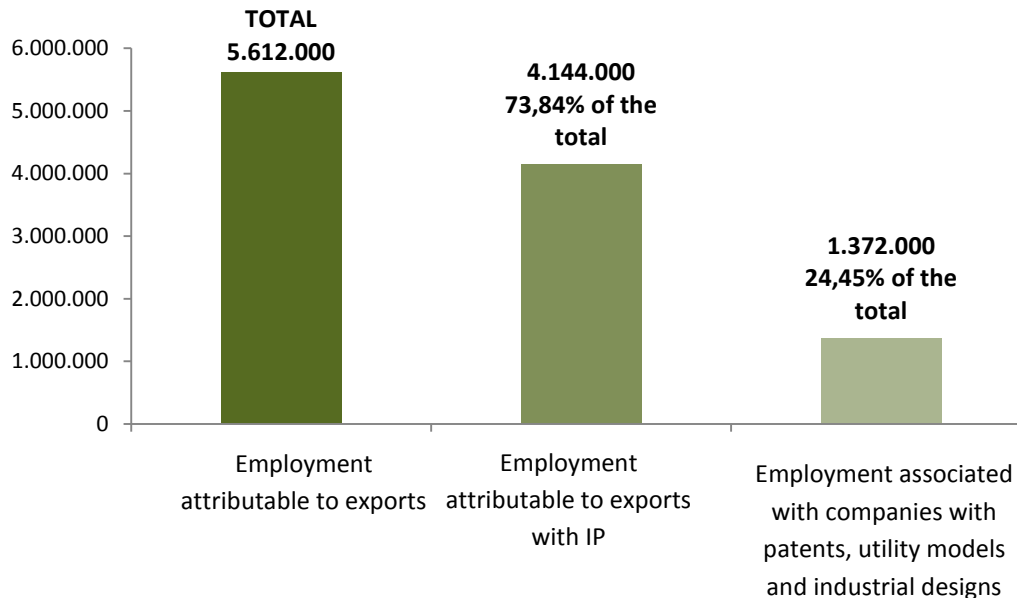


Source: Compiled by the authors.

The contribution to employment of companies with trademarks entails 4,076,000 jobs related to exports, which amounts to 72.63% of the total.



Number of jobs attributable to companies with patents, utility models and industrial designs in 2013

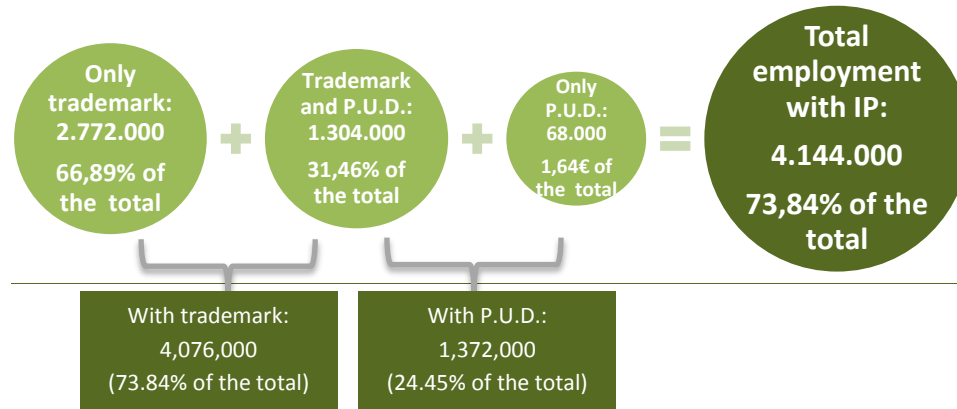


Source: Compiled by the authors.

In turn, the contribution to employment of those companies that have at least one of the different types of industrial property other than a trademark (that is, patents, utility models and industrial designs) represents a total of 1,372,000 million Euros, which entails **24.45%** of the total for exports in 2013.



Number of jobs attributable to exports and related to trademarks and P.U.D. (patents, utility models and industrial designs) in 2013



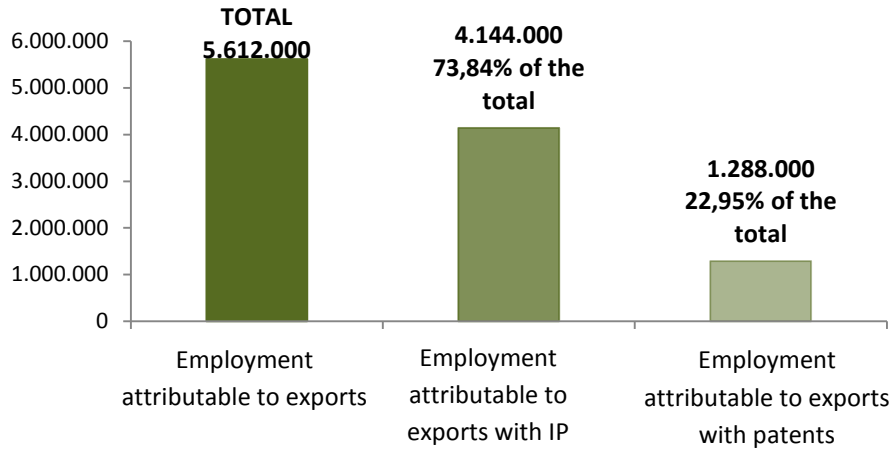
Source: Compiled by the authors.

If we break this down, 2,772,000 jobs are attributable to the contribution of companies that exclusively have trademarks; 1,304,000 jobs are attributable to companies that have both trademarks and some other type of industrial property (patent, utility model or industrial design); and finally, 68,000 jobs are attributable to companies that exclusively have a type of industrial property other than a trademark.

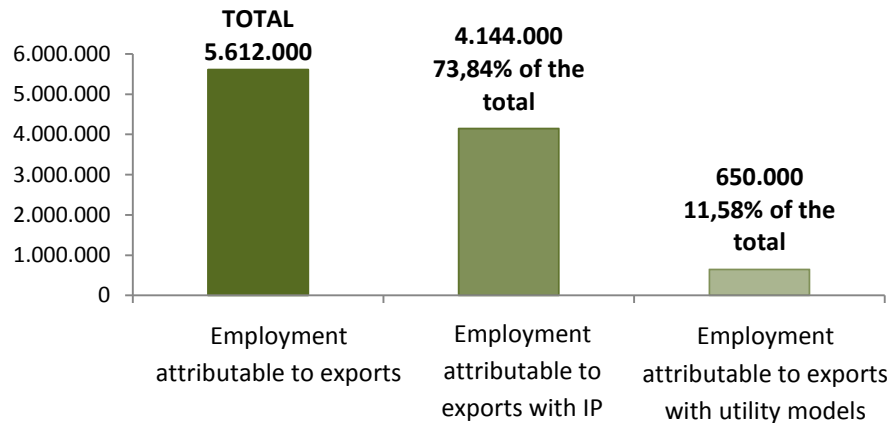


Number of jobs attributable to exporting companies with patents, utility models and industrial designs in 2013

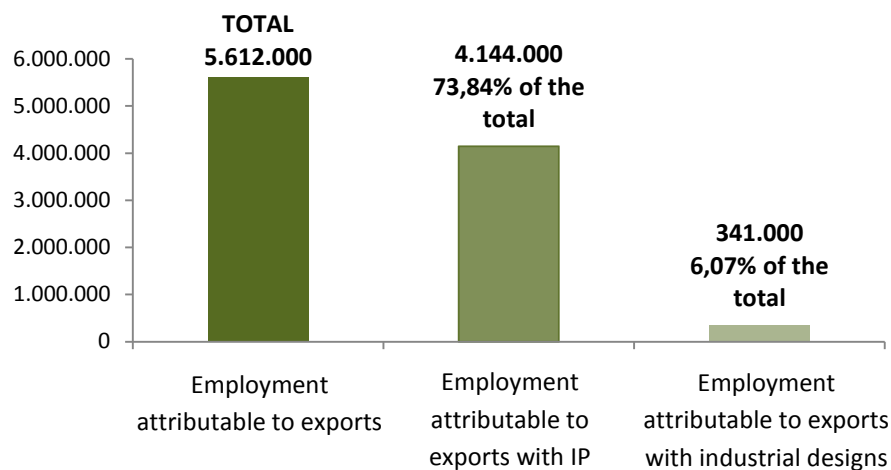
a. Employment attributable to exports and related to companies with patents



b. Employment attributable to exports and related to companies with utility models



c. Employment attributable to exports and related to companies with industrial designs



Source: Compiled by the authors.

The contribution of patents by exporting companies amounts to **1,288,000 jobs**, which entails 22.95%; the contribution of exporting companies using utility models translates into **650,000 jobs**, which entails 11.58%; and finally, the use of industrial designs by exporting companies amounts to **341,000 jobs**, 6.07%.



2. SECTOR ANALYSIS

In this section we have carried out a detailed study of the contribution of the different types of industrial property examined to exports according to the economic activity sector.

Contribution of industrial property towards exports according to economic activity sector in 2013

Activity sector	Exports (mill. Euros)	Exports related to IP (mill. Euros)	%
1. Agriculture, livestock farming, forestry and fishing	2,475.18	1,540.30	62.23
2. Extractive industries	914.90	136.53	14.92
3. Manufacturing industry	161,510.40	130,410.33	80.74
4. Power, gas, steam and air conditioning suppliers	1,484.96	1,031.81	69.48
5. Water supply and others (1)	376.10	355.17	94.43
6. Construction	4,340.97	4,032.48	92.89
7. Sales, repair of motor vehicles and motorbikes	59,173.37	40,284.10	68.08
8. Transport and hotel industry	65,513.70	43,729.94	66.75
9. Information and communications	8,362.81	7,399.11	88.48
10. Financial and insurance activities	5,354.68	2,627.14	49.06
11. Real estate activities	105.88	57.47	54.28
12. Services rendered to companies	31,410.50	24,969.53	79.49
13. Government services and others	684.44	681.31	99.54
14. Personal, cultural and recreational services	1,839.12	1,468.82	79.87
Total	343,547	261,314.36	76.06

(1) Includes activities for sanitation, waste management and decontamination

Source: Compiled by the authors.

The results indicate that said contribution varies remarkably according to the economic sector analysed, both at an absolute level (without considering the total volume of exports associated with industrial property) and at

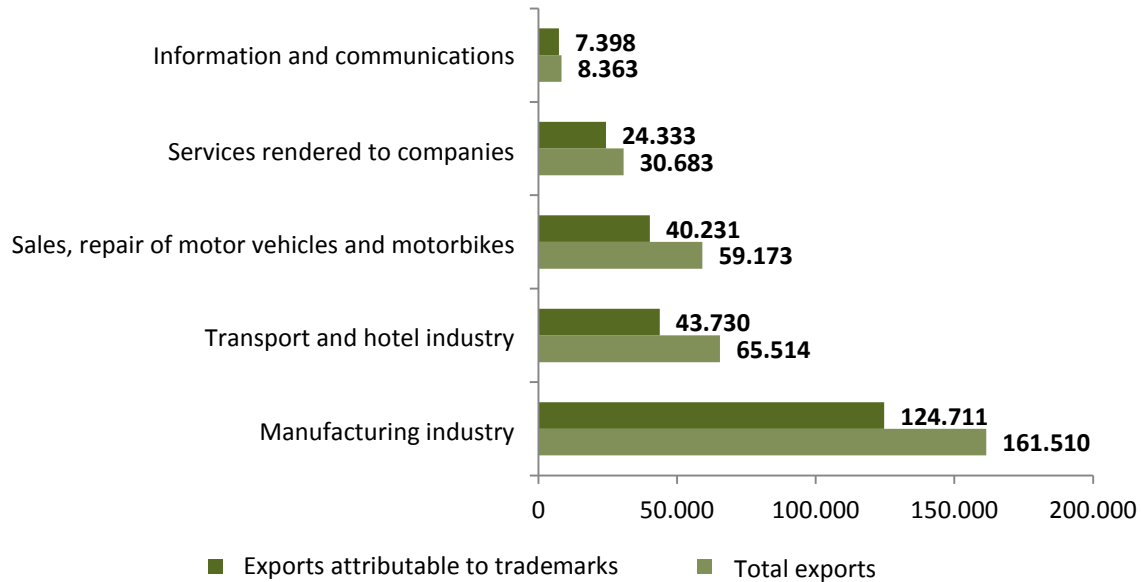
a relative level (considering the percentage of participation of industrial property on export volume). In general, **the most dynamic sector regarding exports related to industrial property is the “Manufacturing industry” sector** (which includes, among others, the following divisions: Food industry, Beverage production, Tobacco industry, Textile industry, Clothing, Pelt, leather and footwear industry, etc.) **with a total of 130,410.33 million Euros, which entails 80.74% of total exports in the sector** This is followed by the “Transport and hotel industry” sector, which includes most of the activities related to tourism. In this sector, exports attributable to industrial property amount to 43,729 million Euros, which entails a contribution of 66.75% of total exports in the sector. “Sales, repair of motor vehicles and motorbikes” are situated in third place, where exports attributable to industrial property amount to 40,284.1 million Euros, which represents 68.08% of total exports in the sector.

In order to analyse in greater detail the contribution of industrial property to exports in the different economic sectors considered, **we have estimated the contribution of trademarks and the other types of industrial property (patents, utility models and industrial designs) separately.**

With regard to **trademarks**, their contribution to exports in the “**Manufacturing industry**” amounts to 124,710.55 million Euros, which entails 77.22% of exports in the sector. Next, the most dynamic sectors regarding exports attributable to trademarks are “**Transport and hotel industry**” and “**Sales, repair of motor vehicles and motorbikes**”.



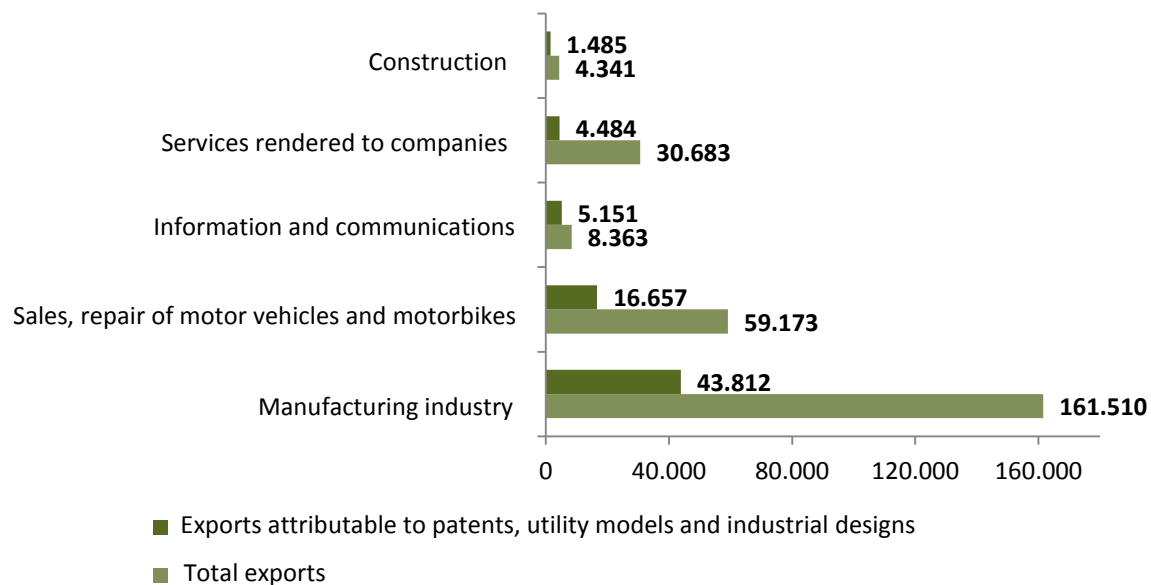
**Contribution of trademarks to exports according to economic activity sector.
Main sectors in 2013 (millions of Euros)**



Source: Compiled by the authors.

Regarding the remaining types of industrial property (patents, utility models and industrial designs), once again it is the **“Manufacturing industry”** sector that shows the greatest contribution at an absolute level, in that 43,812.16 million Euros of total exports in the sector are associated to these specific types of industrial property. In particular, **27.13% of total exports in the sector**. It is followed by the “Sale, repair of motor vehicles and motorbikes” and the “Information and communication” sectors.

Contribution of patents, utility models and industrial designs to exports according to economic activity sector. Main sectors, 2013 (millions of Euros)



Source: Compiled by the authors



IV. CONCLUSIONS

The purpose of this study is to analyse the relationship existing between innovation and the different types of protection of innovation via industrial property, with the exporting activity of companies and their resulting internationalisation.

The results obtained **for the year 2013** showcase the **importance** that the **protection of the results of innovative activity** (measuring the impact on the registration of trademarks, patents, industrial designs and utility models) has on the exporting capacity of companies and for the economy as a whole.

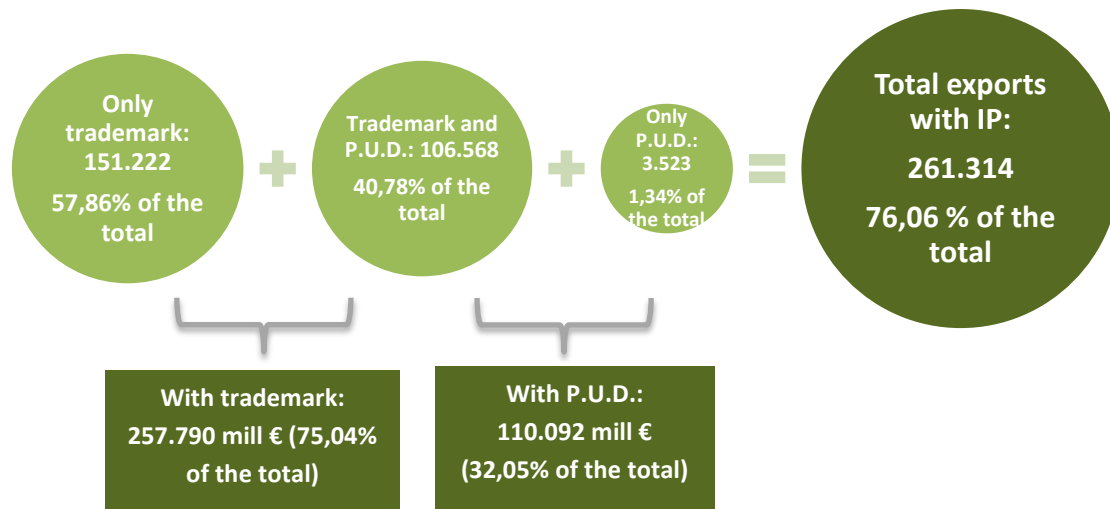
In particular, the **main results** of this study show that:

- **76.06% of the total of Spanish exports**, about 261,314.36 million Euros, are generated by Spanish companies that are **committed to protection via some of the different types of industrial property** in order to enhance the value of the results of their innovation. In other words, three out of every four companies that internationalise and open up to new markets commit to industrial property as a strategic positioning tool, the active management of which provides value and differentiation against competitors.
- **75.04% of the total volume** of Spanish exports, for a total value of 257,790 million Euros, corresponds to exports by **Spanish companies that protect their trademarks** as a differentiating intangible asset.
- **32.05% of the total** of Spanish exports, which amount to 110,092 million Euros, is attributable to **Spanish exporting companies that have patents, utility models or industrial designs** in force within their portfolio of intangible assets.
- Broken down by **sectors**, the industrial sector with exports that are most clearly linked to the protection and use of industrial property is the **“Manufacturing industry”**, wherein exports related to the protection of the different types of industrial property entail 130,410.33 million Euros, **80.74% of total exports** in the sector. It is followed by the **“Transport and hotel industry”** sector, wherein exports related to the protection and use of the different types of industrial property entail 43,729 million Euros, corresponding to **66.75% of total** exports in the sector. The **“Sale, repair of motor vehicles and motorbikes”** sector comes in third, where exports related to the protection and use of the different types of industrial property amount to 40,284.1 million Euros, which is 68.08% of total exports in the sector.
- In terms of **employment**, a total of **4,144,000 jobs derive**, directly or indirectly, from the **export activity of the companies** that have some of the different types of industrial property included within this study, which entails **73.84% of total** employment generated by Spanish exports.

- Of this total figure, the exporting companies that internationalise their differentiating assets by protecting them with a **trademark** generate **4,076,000 jobs**, and those that internationalise with their **formal or technical innovations protected** via patents, utility models or industrial designs, generate **1,372,000 jobs**.

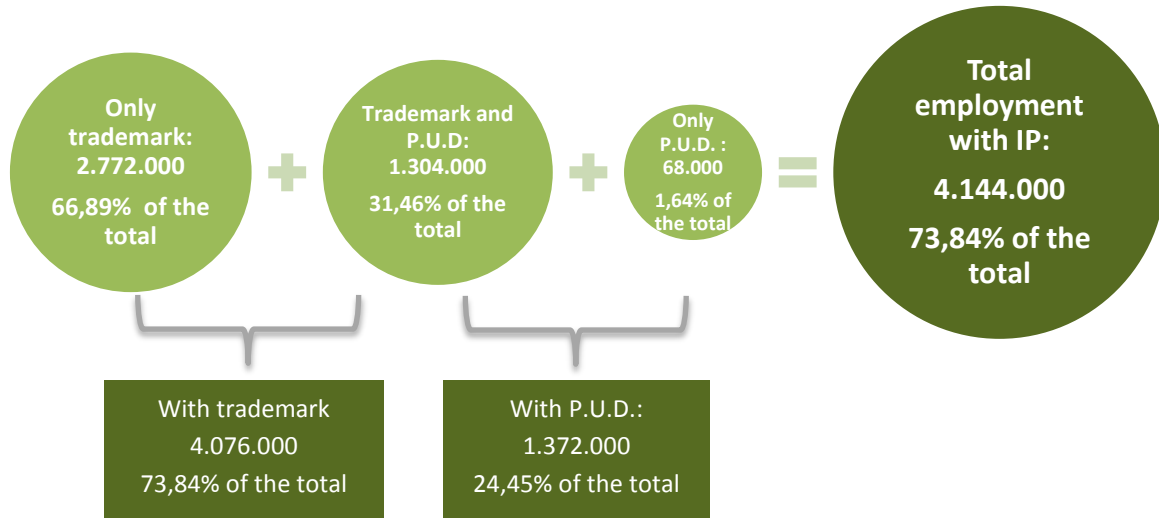
We can conclude that the protection of the results of the innovative capacity of companies via industrial property **constitutes a critical driver of growth for the Spanish economy**, due to its dimension and its capacity to contribute towards exports.

**Exports associated with trademarks and P.U.D. (patents, utility models and industrial designs)
in 2013 (millions of Euros)**



Source: Compiled by the authors.

**Number of jobs attributable to exports and related to trademarks and P.U.D.
(patents, utility models and industrial designs) in 2013**



Source: Compiled by the authors.

QUÉ ES ANDEMA

ANDEMA es una asociación sin ánimo de lucro que representa a empresas de los más variados sectores. Hoy la constituyen más de 70 entidades, sin distinción de tamaño ni facturación, todas unidas por una causa común: la protección de los Derechos de Propiedad Industrial, a nivel nacional y con proyección europea e internacional.

Desde su creación, en el año 1988, entre las actividades y objetivos de ANDEMA, figuran:

- La defensa de los intereses de todos los titulares de marcas.
- La colaboración con numerosas instituciones en la mejora continua del marco legislativo y práctico de las marcas en España.
- El aumento del nivel de concienciación de la sociedad en general, sobre el valor que las marcas tienen en la economía, el empleo, la innovación, el comercio, la seguridad y la salud del consumidor.

Todas las entidades asociadas a ANDEMA apuestan, como valores estratégicos, por el diseño, la innovación, la calidad, el empleo y la creatividad.

A nivel nacional Andema mantiene una red de contactos con las principales entidades públicas relacionadas con los distintos aspectos de la protección de la marca y con numerosas asociaciones sectoriales privadas.

A nivel internacional Andema está presente en asociaciones como Global Anti-counterfeiting network y Association des Industries de Marques.

QUÉ ES LA OEPM

La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) es un Organismo Autónomo del Ministerio de Industria, Energía y Turismo que impulsa y apoya el desarrollo tecnológico y económico otorgando protección jurídica a las distintas modalidades de propiedad industrial mediante la concesión de patentes y modelos de utilidad (invenciones); diseños industriales (creaciones de forma); marcas y nombres comerciales (signos distintivos) y títulos de protección de las topografías de productos semiconductores. Asimismo, difunde la información relativa a las diferentes formas de protección de la propiedad industrial.

En el plano internacional, la OEPM es la encargada de representar a España en los distintos foros y organizaciones internacionales que se encargan de la propiedad industrial e intelectual.

La OEPM tiene, por tanto una doble misión:

- Conceder los diversos títulos de propiedad industrial, tras el examen de las solicitudes correspondientes.
- Ofrecer servicios de información tecnológica basados en la información de las distintas modalidades de propiedad industrial concedidas por la OEPM y por otras Oficinas extranjeras.

Los objetivos fundamentales de la OEPM son:

- Proteger y fomentar la actividad de creación e innovación en nuestro país, así como la identidad corporativa empresarial mediante la concesión de títulos de propiedad industrial.

Impulsar la circulación y el intercambio de bienes y servicios a través de la difusión de la información de los signos distintivos registrados.

- Transmitir información que oriente la actividad investigadora a través del mantenimiento de fondos documentales y bases de datos que permiten un acceso rápido y sencillo al estado actual de la técnica mundial en cualquier sector.

WHAT IS ANDEMA?

ANDEMA is a non-profit-making association representing companies from a range of sectors.

At present, it has over 70 members, of all sizes and turnovers, all united by a common cause: the protection of Industrial Property Rights both in Spain and at European and global level.

Since ANDEMA was set up in 1988, its activities and aims include the following:

- Defending the interests of all brand and trademark owners.
- Collaborating with many other institutions to constantly improve the legislative and practical framework for brands and trademarks in Spain.
- Increasing awareness in the wider community of the value of brands for the economy, employment, innovation, trade, as well as for consumer health and safety.

All ANDEMA's member organisations include design, innovation, quality and creativity in their strategic values.

ANDEMA has a countrywide network of contacts here in Spain that includes leading public bodies dealing with various aspects of brand protection and many private sector associations.

At international level, ANDEMA belongs to associations such as the Global Anti-Counterfeiting Network (GACG) and the Association des Industries de Marques (AIM, the European Trademarks Association).

WHAT IS THE SPTO?

The Spanish Patent and Trade Mark Office (SPTO) is an autonomous body that forms part of the Ministry of Industry, Energy and Tourism and which promotes and supports technological and economic development. It provides legal protection to all types of industrial property by awarding patents and utility models (inventions); industrial designs; trademarks and trade names (distinctive signs) and rights protecting topographies of semiconductor products. It also disseminates information on the various ways in which industrial property can be protected.

The SPTO also represents Spain in international forums and organizations that are responsible for protecting industrial and intellectual property.

The SPTO has, therefore, a dual function:

To award industrial property rights following due examination of applications.

To provide technological information services based on information about the various types of industrial property rights awarded by the SPTO and other offices overseas.

The main objectives of the SPTO are as follows:

To protect and promote creation and technological innovation in Spain as well as corporate business identity by awarding industrial property rights.

To provide information that helps to guide research activity by maintaining archives and databases that enable quick and easy access to up-to-date information on the latest global technical developments in all sectors.

To promote the circulation and exchanging of goods and services by disseminating information on registered distinctive signs.

Equipo Investigador:

Departamento de Marketing
Universidad de Alicante

Director:

Felipe Ruiz Moreno

Investigadores:

Ana Belén Casado Díaz
Juan Luis Nicolau Gonzálbez
Franco Sancho Esper
Ricardo Sellers Rubio

Asesoramiento profesional:

Eva Toledo Alarcón

Researcher Group

Departamento de Marketing
Universidad de Alicante

Director:

Felipe Ruiz Moreno

Researchers:

Ana Belén Casado Díaz
Juan Luis Nicolau Gonzálbez
Franco Sancho Esper
Ricardo Sellers Rubio

Professional consultancy:

Eva Toledo Alarcón

EDITADO POR
OEPM – Oficina Española de Patentes y Marcas
ANDEMA - Asociación para la Defensa de la Marca

Diseño Gráfico e Impresión
Suministros Neva – Pilar Vallecillo

Depósito Legal: M-27216-2016

Este informe contiene imágenes, logos y marcas tanto propios como de terceros, con los que ANDEMA ha tenido relación. Todos esos recursos gráficos son propiedad de sus respectivos titulares y quedan protegidos por la leyes aplicables, sin que sea posible su reproducción sin la correspondiente autorización de éstos.



MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGIA Y TURISMO



Oficina Española de Patentes y Marcas

An de ma Asociación para la defensa de la Marca

Con la colaboración de:



Universitat d'Alacant Universidad de Alicante

Cámara de Comercio de España



Foro de Marcas Renombradas Españolas

Q Y R É A P A I A M O G B D G I N N O V A C I Ó N Y D K
S I A X P O Y H I N F G W I J S T L N L U T T O P N F P
E R C I O W S A C L Ñ J P S L Z I Z O D V A N Z L M G S
V G C T X Q O K T O K I A E R M O D E L O S D E U T I
A C I O N E S A I S F E T Ñ B E J O S D D K T B E Ñ Y
R M B X F M A R C A S P S O H M W E C O N O M Í A B V
I N N O V A C I Ó N Y D K Q M P Ñ X N A Q Y R É A P A I
S T L N L U T T O P N F P A T E N T E S T S I A X P O Y
Z I Z O D V A N Z L M G S L P V W C O M E R C I O W S
M O D E L O S D E U T I L I D A D A M I V G C T X Q O