

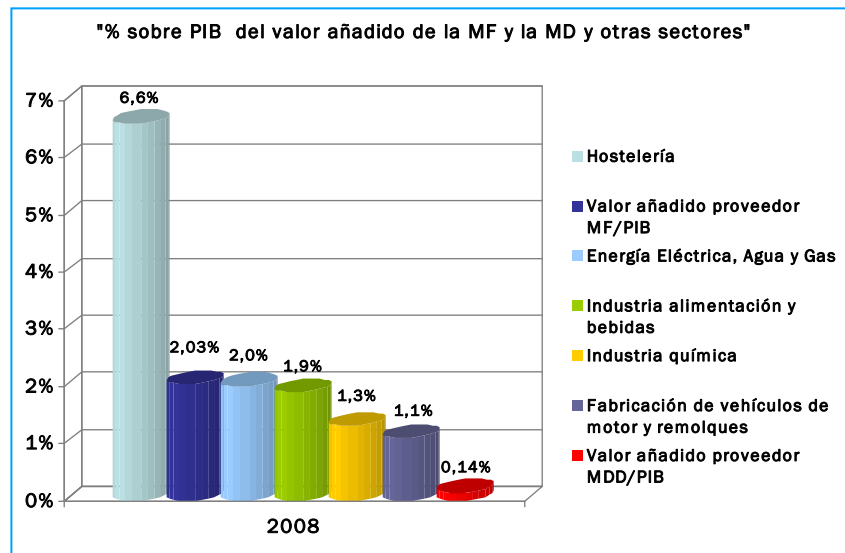
Según el Estudio “Impacto económico y social de las marcas de fabricante en España en mercados de gran consumo”, elaborado por el Centro de la Marca de ESADE

## Las marcas de fabricante aportan 14 veces más valor añadido a la economía española que las marcas distribuidor

- La inversión estimada de las marcas de fabricante en I+D+i en 2008 fue de 564 millones de euros
- En total, estas marcas generan 1.149.000 puestos de trabajo en nuestro país
- Se trata del primer estudio en España que cuantifica el peso de las marcas en la economía española

**Madrid, 7 de abril de 2010.-** Las empresas productoras de marcas de fabricante aportan un **valor añadido de 22.000 millones de euros** al año a la economía española, estas marcas **representan en su conjunto el 7% del PIB nacional**, realizan el 89% de la inversión total en I+D+i en gran consumo, y **generan el 5% del empleo total del país**. Éstas son alguna de las principales conclusiones del estudio “Impacto económico y social de las marcas de fabricante en España”, elaborado por el Centro de la Marca de ESADE, en el que se cuantifica el papel de las marcas de fabricante en la economía nacional como motor de crecimiento y generación de valor para los mercados y para la sociedad en España. El Estudio ahonda en el papel dinamizador de las marcas de fabricante en la economía actual y en las consecuencias negativas del crecimiento de las marcas de distribuidor en detrimento de las de fabricante para la economía española.

Según la investigación realizada por el Centro de la Marca de ESADE, y pionera en España, la aportación del **valor añadido de las empresas productoras de marcas fabricante (MF)** en la economía española es de **22.000 millones de euros**, frente a los 1.600 millones de euros que aportan las empresas productoras de marcas de distribuidor (MD). Esto significa que la producción de MF aporta a la economía española **14 veces más valor añadido** que la producción de MD.



Fuente: Elaboración propia con datos de INE.

El valor añadido económico de las MF frente a las MD, calculado por ESADE a través de un método de medición desarrollado *ad hoc* para este estudio, es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo y posibilita a las empresas que gestionan las MF sufragar su inversión en I+D, mejorar sus niveles de calidad, generar empleo y de calidad, costear su inversión publicitaria, etc.

Según estos datos, las MF aportan a la economía española un valor añadido muy superior al de las MD (2,03% frente al 0,14%) y mayor al de otros sectores estratégicos como el energético (2%), el sector de la automoción (1,1%) o el de la industria química (1,3%). De hecho, de las 95 ramas de actividad en las que desglosa el Instituto Nacional de Estadística (INE) el valor añadido de la economía española, **las MF están posicionadas en el número 15 según su aportación.**

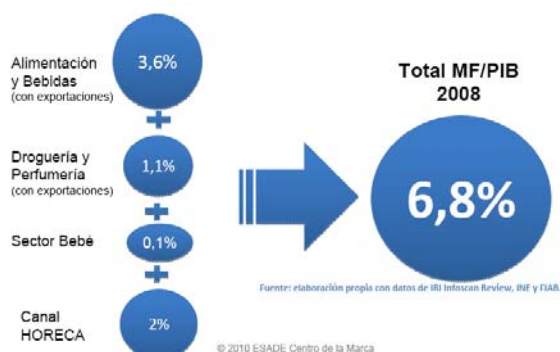
Aportación en cuanto a ventas de las MF vs MD sobre el PIB

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Valor añadido proveedor MF/PIB</b>	<b>2,32%</b>	<b>2,25%</b>	<b>2,21%</b>	<b>2,16%</b>	<b>2,10%</b>	<b>2,03%</b>
<b>Valor añadido proveedor MDD/PIB</b>	0,11%	0,11%	0,12%	0,12%	0,12%	0,14%

Fuente: Elaboración propia con datos de IRI Enfoscan Review, INE, FIAB y memorias económicas de diversas empresas.

Desde 2003 hasta 2008 los fabricantes de MF han disminuido su aportación al PIB en términos de valor añadido en 0,29 puntos mientras que los fabricantes de MD sólo han crecido 0,03 puntos, lo que significa una pérdida del 88% y evidencia, según el profesor Josep María Oroval, codirector del Estudio y director del Centro de la Marca, que *“el crecimiento de la marca de distribuidor en detrimento de las de fabricante, no sólo desvaloriza los mercados de gran consumo, sino que merma la capacidad de generar valor añadido del país.”*

#### Desglose por sectores del PIB aportado a las MF



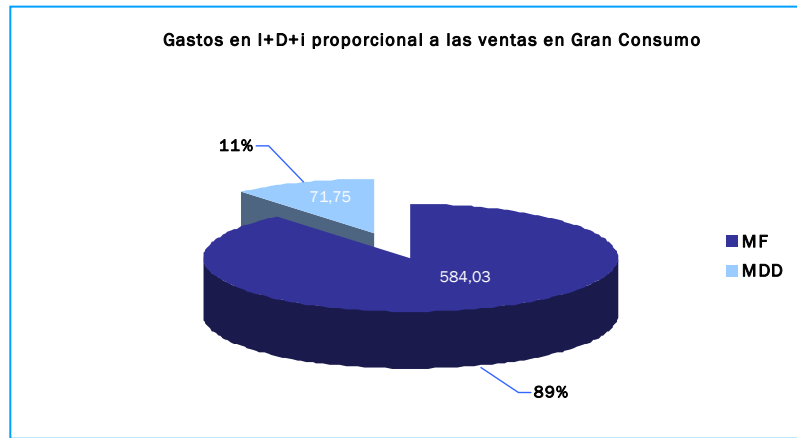
En términos de gasto final las MF de gran consumo generan **5 veces más flujo de renta que las MD**, representando **el 7% del PIB nacional** frente al 1% que representan las MD. En concreto, del porcentaje del PIB que representan las MF de gran consumo, un 3,6% corresponde al sector de la alimentación y bebidas, el 2% al canal HORECA, un 1,1% al sector de droguería y perfumería y, por último, el 0,1% restante corresponde al sector bebé.

Según el Estudio realizado por ESADE, el peso de las MF de gran consumo en la economía española es más alto que el de sectores como la automoción y los seguros, y sólo un 3,7 puntos porcentuales más bajo que el sector del turismo.

#### I+D+i: fuente de nuevos productos y mejoras continuas

Con un nivel de gasto en I+D inferior a la media europea, España ha dedicado importantes esfuerzos durante los últimos años a mejorar esta situación. Según el Estudio de ESADE, en 2008, el gasto en I+D+i proporcional a las ventas en gran consumo fue de 635,78 millones de euros. De esa cifra, **564,03 millones corresponden a la inversión en I+D+i de las marcas de fabricante** y 71,75 millones a las marcas de distribuidor. Dicho de otra forma, las MF representan el 89% del gasto en I+D+i proporcional a las ventas de gran consumo, frente al 11% de las MD. En relación a sus ventas, las MF **invierten un 1,25% de las mismas en investigación, desarrollo e innovación**, frente al 0,67% que invierten las MD.

“El sector de I+D+i español debe seguir creciendo y ser clave en la economía para así poder garantizar el futuro de nuestras empresas en un mercado internacional. Los esfuerzos de las marcas de fabricante en I+D+i permiten el lanzamiento de nuevos productos, la introducción de mejoras y el aumento de la calidad de los mismos, elementos clave para que una empresa siga creciendo y construya una imagen fuerte y sólida hacia el exterior que repercuta en beneficios para el país”, afirma el profesor Juan Antonio Seijo, codirector del estudio y director técnico del Centro de la Marca.



Fuente: Elaboración propia con datos de TNS y del Foro Interalimentario.

Según el Centro de la Marca de ESADE la inversión realizada por las MF es muy superior a la de las MD, no sólo en cuanto al gasto sino también en resultados. En 2008, las MF fueron las responsables del **80% de los nuevos productos que aparecieron en el mercado**, mientras que, del 20% que lanzaron las MD, la mayoría fueron relanzamientos de productos ya existentes o pequeñas variaciones.

### Motor de crecimiento para la sociedad española

En cuanto al impacto fiscal de las marcas, el Estudio de ESADE muestra cómo la aportación tributaria de las empresas que gestionan marcas de fabricante, junto con la de sus empleados y la de los compradores de esas marcas, contribuyen con **11 mil millones de euros en impuestos al Estado**, lo que representa el 7% del total tributado y **supone 8 veces más** que los ingresos tributarios en nuestro país que aportan las MD.

Junto a ello, las MF son una fuente fundamental de **creación de empleo en nuestro país**. De acuerdo con las estimaciones del estudio del Centro de la Marca de ESADE, en 2008 las MF generaron un total de **1.149.000 puestos de trabajo**, el **5% del total de empleo generado en la economía española**. Por su parte, las MD generaron un 1% del total.

De dichos empleos, 381.000, fueron empleos **directos**, lo que supone el **1,8% del total de empleados de la economía española**, frente a un 0,14% generado por los fabricantes de MD. Respecto al empleo **indirecto**, se estima que en 2008 las MF generaron 768.000 puestos de trabajo, **un 3,6% sobre el total de la economía**, respecto al 1,1% que generaron de forma indirecta las MD.

#### Empleo directo e indirecto generado por las MF, las MD y porcentaje total sobre la economía española

	MF		MD	
Empleo total economía española	21.484,2			
Empleo directo	381	1,8%	29	0,14%
Empleo indirecto	768	3,6%	239	1,1%
Empleo total generado	<b>1.149</b>	<b>5,3%</b>	268	1,2%

Fuente: Elaboración Propia

Además del número de puestos de trabajo generados, el estudio también analiza **la calidad del empleo** que crean esas compañías, y concluye que las MF no sólo generan mayor volumen de ocupación que las MD, sino que ofrecen mejor calidad en términos de salario percibido, jornada laboral máxima anual y condiciones laborales, sindicales y conciliación familiar.

Así, el estudio constata que en el sector de alimentación y bebidas, **los trabajadores de empresas proveedoras de MF reciben 5.417 euros brutos más trabajando 20,57 horas menos al año** que las empresas proveedoras de MD. Para entender el efecto de la calidad de empleo de un trabajador de una empresa de MF comparado con uno de MD, en términos de sueldo por hora, siete trabajadores de la MF equivalen a nueve de la MD.

### Sobre ESADE

Fundada en 1958, ESADE actualmente tiene sedes en Barcelona, Madrid, Buenos Aires, Sao Paulo y Munich. Además, cuenta con acuerdos de colaboración con más de cien universidades y escuelas de negocios de todo el mundo. Cada año, más de 10.000 alumnos participan en sus cursos (MBA, Executive Education, grados y masters universitarios en Dirección de Empresas y Derecho). Dispone también del parque de negocios ESADECREAPOLIS, un centro pionero dedicado a la innovación en el que se fusionan universidad y empresa. De clara vocación internacional, ESADE ocupa las primeras posiciones mundiales en los principales rankings de escuelas de negocios publicados durante 2009 (*Financial Times*, *Wall Street Journal* y *BusinessWeek*). En la actualidad, ESADE tiene una red de más de 38.000 antiguos alumnos que ejercen cargos de responsabilidad en empresas de los cinco continentes. Desde que celebró su 50º aniversario, ESADE ha adoptado 'Inspiring Futures' como lema institucional. Con ello, la escuela muestra su intención de fomentar el espíritu renovador en el mundo de la Empresa y el Derecho.

### Sobre El Centro de la Marca de ESADE

Una iniciativa que posee más de ocho años de vida orientada a la gestión estratégica de las marcas en el mercado actual. Es un centro de investigación cuyo propósito principal consiste en generar y difundir conocimiento sobre temas de marca. Se trata de una plataforma abierta y un punto de encuentro para profesionales, empresas y el mundo académico con la filosofía de compartir e intercambiar ideas y experiencias para construir el futuro. Trabaja con otras asociaciones y grupos de interés relacionados con el tema, tanto en el ámbito nacional como internacional. Entre sus iniciativas cuenta con los Premios Centro de la Marca, convocados por ESADE junto a Accenture y en colaboración con Expansión, que este año celebran su V edición. Unos premios que reconocen aquellas estrategias de marca desarrolladas en España, dirigidas tanto a los consumidores como a profesionales o empresas, que hayan sido capaces de aportar un valor añadido medible en base a resultados. No son premios dirigidos a las marcas por su notoriedad o prestigio dentro del mercado, sino un reconocimiento a las estrategias de marca que han sido capaces de llegar a su público objetivo, aumentando paralelamente su negocio.

#### ESADE Barcelona

Oriol Llop  
Tel. 93 495 20 99 / 659 034 447

#### ESADE Madrid

Enrique Jurado  
Tel. 91 359 77 14 / 679 430 769