

E**CONOMÍA****3**

NÚMERO 244 / III ÉPOCA / JUNIO DE 2013

3 EUROS

LOS EMPRENDEDORES SACARÁN A ESPAÑA DE LA CRISIS

**FRANCISCO MORA, RECTOR DE LA UPV**

"EL CUADRO DE TITULACIONES IRÁ
ADAPTÁNDOSE A LAS DEMANDAS
Y NECESIDADES DE LA SOCIEDAD"

DESAYUNO DE TRABAJO **E3** - IMPROVEN
EL SECTOR CERÁMICO NECESITA
INNOVAR Y AMPLIAR MERCADOS
PARA SER COMPETITIVO



Importancia de las marcas para la economía española

La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y la Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA) han abordado en su último informe, denominado *"Impacto de las marcas en la economía y sociedad españolas"*, la difusión del valor de las marcas, destacando su importancia como activo estratégico esencial, tanto desde el punto de vista de las empresas, como de los consumidores.

Las marcas son un signo distintivo. Un signo porque representan y permiten identificar algo diferente a sí mismas por medio de ellas, y distintivo porque tienen aptitud para singularizar en el mercado los productos y servicios de una procedencia u origen empresarial, y diferenciarlos de los que tienen otra distinta. De este modo condensan la imagen de la empresa y permiten construir una reputación para sus productos o servicios, de manera que permiten a los consumidores atribuirles a estos unas características propias determinadas y diferentes de las de aquellos productos y servicios idénticos o similares que son ofrecidos por otras empresas. No obstante, para desempeñar dichas funciones precisan registrarse, pues desde una perspectiva jurídica y, por tanto, conforme a nuestra legislación sobre marcas, es el registro de una marca lo que confiere el derecho exclusivo para su utilización a su titular.

En el informe arriba citado se analiza la incidencia que tienen las marcas de fabricantes de productos y servicios en la economía y la sociedad a partir del estudio de diversas magnitudes, como son el empleo, el PIB, los impuestos y tributos, las exportaciones, I+D, comercio y publicidad.

Las marcas se presentan como uno de los más valiosos activos intangibles para las empresas, pues dado el constante aumento de la competencia, la globalización y la saturación progresiva de las categorías de productos, la diferenciación es, cada vez más, un factor trascendental en la generación de preferencia y fidelidad del público destinatario.

MARCAS = RIQUEZA + EMPLEO

Para la sociedad, las marcas influyen positivamente en la creación de empleo y en la generación de riqueza, desempeñando un papel fundamental en la economía de cualquier país, generando confianza y transmitiendo liderazgo y fortaleza.

En resumen, el informe concluye que las marcas son sinónimo de valor añadido, crecimiento y creación de riqueza. Y para el consumidor, las marcas son un vínculo directo con la empresa, que proporciona información concentrada y valiosa, traducida en una expectativa de garantía de un nivel de calidad constante, que favorece la confianza y el sostenimiento del consumo.

Por lo tanto, al final, una marca es realmente mucho más que un signo que diferencia unos productos y servicios de los de la competencia; es un medio para crear valor percibido y vincular la percepción de la empresa y sus productos o servicios por parte del consumidor, a unas características y sentimientos específicos y singulares. De ahí su valor estratégico. En un estudio reciente de Aguirre y Aldamiz-Echevarría denominado *"El valor de las marcas de fabricante y sus acciones de responsabilidad social. El caso de las empresas del Foro de Marcas Renombradas Españolas"*, al cual se hace referencia en el informe de la OEPM y la ANDEMA, se reflexiona acerca de los valores que aportan al sistema competitivo y a la sociedad.

Además de los beneficios para el consumidor, se destaca que las marcas tienen un impacto reseñable e incuestionable en innovación y, consecuentemente, en inversión en I+D, lo que supone un motor de crecimiento en términos de generación de progreso científico, tecnológico y económico.

Todos estos conceptos y reflexiones tienen su reflejo en los datos objetivos y magnitudes que el informe de la OEPM y la ANDEMA analiza exhaustivamente, como por ejemplo demuestra en primer término, y según los aportados por la propia OEPM, que en el curso de la última década se haya verificado un incremento significativo del número de solicitudes de marcas nacionales, siendo su promedio anual, según refleja el informe, de 51.547 solicitudes. Asimismo, y en cuanto a la incidencia en el mercado laboral, los datos analizados indican que en el período objeto de estudio las marcas representan un total de 6.108.140 puestos de trabajo, un 40,78% del total de los sectores examinados y un 33,09% del total de la economía.

SECTOR A SECTOR

Los sectores sobre los que tienen incidencia directa las marcas en mayor proporción, en cuanto a ocupación de población activa se refiere, son el de bebidas, con un 83%, y por orden descendente tabaco, industria química, servicios financieros y seguros, comercio, e información y comunicaciones. Todos ellos con gran diferencia respecto a los restantes, hasta el mínimo que viene representado por el sector de construcción y actividades inmobiliarias, con un 18%.

Estas diferencias, según se explica en el informe, obedecen a las particularidades de cada sector en lo relativo al grado de implementación de la marca en sus actividades empresariales. Cabe apuntar que, sin embargo, el sector en que menores puestos de trabajo resultan atribuibles a las marcas (construcción y actividades inmobiliarias)

es el que, de acuerdo con las cifras del mismo informe, destaca con diferencia como el de mayor contribución cuantitativa al PIB del país.

En definitiva, los datos del informe ponen de manifiesto que las marcas contribuyen significativamente a la generación de empleo en nuestra economía, casi un 41% del total del empleo en los sectores examinados y un 33% del total de empleo en la economía durante el año analizado.

En cuanto al análisis de la contribución de las marcas al PIB, el informe concluye que, aproximadamente, supone un 45,5% del total del PIB de los sectores analizados y un 40% del total del PIB de la economía española, lo que equivale a un valor superior a los 420.000 millones de euros en participación de las marcas en el PIB.

Por lo que se refiere al impacto de las marcas en su contribución fiscal, aportan aproximadamente el 46,11% del total de los ingresos tributarios líquidos, así como también, aproximadamente, 70.500 millones de euros en concepto de cotizaciones a la Seguridad Social de empresas y trabajadores.

EXPORTACIONES E I+D

También se analiza en el informe el impacto de las marcas en las exportaciones, las cuales suponen al año más de 125.600 millones de euros; es decir, aproximadamente un 54% del total de las exportaciones realizadas en los sectores considerados en el informe, y un 45% del total de las exportaciones de la economía española.

"Otras industrias manufactureras" es el sector que registra la mayor participación de exportaciones asociadas con las marcas, y dentro de este sector, destaca la fabricación de vehículos de motor, con un volumen superior a 19.000 millones de euros. También destacan los volúmenes de exportaciones atribuibles a las marcas de los sectores Química, Turismo y ocio, y Alimentación.

Por otro lado, las inversiones en I+D atribuibles a las marcas suponen, aproximadamente, un 55% del total de las inversiones en I+D de la economía española, lo que equivale a un valor superior a 4.100 millones de euros.

Y, por último, la participación estimada de las marcas en la inversión publicitaria es superior al

75% del total invertido, que equivale a más de 3.867 millones de euros, siendo el de la automoción, con una inversión superior a los 512 millones de euros, el sector en el que las marcas tienen un mayor impacto en términos de inversión publicitaria. El sector de belleza e higiene es también uno de los más marquistas en este concepto, pues según refleja el informe, el 96% de la inversión publicitaria realizada en el sector proviene de empresas con marcas de fabricante.

En definitiva, tal y como el informe concluye: *"Las cifras de participación de las marcas para las diferentes magnitudes estudiadas en el informe suponen la confirmación del papel estratégico que desempeñan en la economía española, como se pone de manifiesto en el sector del Comercio -generando más de 400.000 millones de volumen de negocio-, en la proyección exterior del país -con un valor de las exportaciones que asciende a 125.600 millones de euros-, y en su impulso de la I+D, con un gasto total en torno a los 4.100 millones de euros"*.

El informe prosigue: *"También en la contribución al Empleo -ocupando a más de 6 millones de personas-, en su contribución al Producto Interior Bruto -con un valor superior a los 400.000 millones de euros-, en términos de ingresos para la Administración -con una aportación de 73.500 millones de euros en concepto de los diferentes tributos-, y en inversión en Publicidad -cercana a los 4.000 millones de euros-"*.

Por lo tanto, cada día más, las marcas se reafirman no solo como un instrumento de creación de valor empresarial de primer orden, sino también beneficioso para los consumidores. Las marcas tienen también un efecto positivo para el desarrollo de la economía y de la sociedad, estimulando su progreso y su bienestar, y, como tales activos estratégicos y de valor, requieren de una especial atención en el plano legal, con una esmerada política de Propiedad Industrial de calidad, en lo que a su adecuada protección, preservación y defensa se refiere. Solo así se podrán prevenir eficazmente, evitar y en último caso solucionar, las situaciones que puedan suponer una amenaza para las mismas o perjudicar tanto a su titular como al mercado.

E3

Por **5€** hasta 3 millones en oro.

Si puedes, colabora.

Sorteo de Oro  Cruz Roja
No es por el oro
Badajoz | 18 de julio de 2013
www.cruzroja.es/sorteodeoro

Infórmate sobre los números premiados, a partir de las 21:00 h del 18 de julio de 2013, en www.cruzroja.es, llamando al 902 22 22 94 o enviando un SMS al 215757 (palabra ORO espacio Nº Boleto espacio Nº Serie). Coste máximo de establecimiento de la llamada 0,083 €. Coste del SMS 0,18 €. Imp. Incl. (Servicio para Cruz Roja prestado por Jetmultimedia España, S.A. C/ Vía de Los Pobladors, 3, Madrid. Tel. 902 01 02 01).

Cada vez más cerca de las personas  Cruz Roja