

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



# Índice

<b>ÍNDICE</b>	<b>2</b>
<b>I. OBJETIVO DEL ESTUDIO</b>	<b>3</b>
<b>II. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD</b>	<b>3</b>
<b>III. PRINCIPALES RESULTADOS POR MAGNITUD</b>	<b>5</b>
<b>1. EMPLEO</b>	<b>5</b>
<b>2. PIB</b>	<b>6</b>
<b>3. IMPUESTOS Y TRIBUTOS</b>	<b>6</b>
<b>4. EXPORTACIONES</b>	<b>7</b>
<b>5. I+D</b>	<b>8</b>
<b>6. COMERCIO</b>	<b>9</b>
<b>7. PUBLICIDAD</b>	<b>9</b>
<b>IV. CONCLUSIONES</b>	<b>11</b>

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

*[http://www.oepm.es/comun/documentos\\_relacionados/Publicaciones/Estudios-Articulos/2013\\_01\\_28\\_Informe\\_Impacto\\_de\\_Marcas\\_en\\_economia\\_espanola.pdf](http://www.oepm.es/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Estudios-Articulos/2013_01_28_Informe_Impacto_de_Marcas_en_economia_espanola.pdf)*

# I. Objetivo del estudio

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

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

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

# II. Descripción de la actividad

Para el análisis del sector textil y del calzado, se han considerado las Divisiones 13, 14 y 15 incluidas en la Sección C (Manufacturas), de acuerdo a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2009), aprobada por el Real Decreto 475/2007, de 13 de abril. Estas divisiones incluyen las siguientes actividades:

**13- Industria textil.** Esta división comprende la preparación e hilado de fibras textiles, así como de tejidos textiles, el acabado de textiles y prendas de vestir, y la fabricación de artículos confeccionados con textiles, excepto prendas (como ropa blanca, mantas, alfombras, cuerdas, etc.).

**14- Confección de prendas de vestir.** Esta división comprende todo tipo de confección, en todos los materiales (cuero, tejidos, punto, etc.), de todo tipo de prendas (exteriores, ropa interior para hombre, mujer y niño, ropa de trabajo, ropa de calle e informal, etc.) y accesorios. También incluye la industria peletera (pieles y prendas de vestir).

**15- Industria del cuero y del calzado.** Esta división comprende la preparación y el teñido de pieles y la transformación de pieles en cuero mediante el curtido o el curado, así como la conversión del cuero en productos para el consumo final. Comprende asimismo la elaboración de productos similares a partir de otros materiales (cueros de imitación o sucedáneos de cuero), como el calzado de caucho, artículos de viaje textiles, etc.

El sector textil y del calzado conforma una industria potente y dinamizadora de la economía española. La integración de las tecnologías de la información en los procesos de producción y gestión, así como una importante apuesta por el sistema de distribución vertical por parte de las empresas, se está traduciendo en un mejor posicionamiento de las empresas españolas, ayudando a consolidar su imagen de marca. Sin embargo, en los últimos años, la crisis económica ha agravado la situación coyuntural de este sector y ha acelerado los procesos de cambio estratégico de las empresas para hacer frente al nuevo entorno en que se mueve el sector, caracterizado por la creciente globalización de sus actividades en especial desde 2005.

Las principales variables del sector indican que sus ventas netas suponen casi un 3 por ciento de las alcanzadas por el total de la industria, lo que, en importancia para la economía española, supone el 1,4 por ciento del Producto Interior Bruto (PIB) español a precios de mercado durante 2010. En este mismo año, la industria textil y del calzado ha venido conformada por más de 21.500 empresas que dan empleo a más de 169.000 personas. Finalmente, se destaca que el valor añadido bruto (a precios básicos) de este sector asciende en 2010 a 5.276 millones de euros (cifra muy similar a la registrada en 2009).

La evolución del sector está afectada por la crisis económica, que redujo notablemente el consumo en general y el de vestuario en particular. Este descenso en el consumo interno se ha intentado compensar con un mayor esfuerzo exportador en los últimos años, previa mejora de determinados factores competitivos del sector (diseño, servicio, calidad, el precio, etc.). Gracias a este esfuerzo internacional, la situación del sector se ha mantenido bastante estable en lo que a facturación se refiere, con lo que el volumen de negocio de la industria textil y del calzado ha pasado de 14.790 millones de euros al año en 2009 a 14.938 millones de euros en 2010 (es decir, un incremento de 1 por ciento).

Por otro lado, la industria textil y de calzado cuenta en España en el año 2010 con 21.545 empresas, frente a las 22.545 del año 2009, lo que supone un descenso de casi el 6 por ciento en el número de empresas activas, cifra muy por encima del descenso del 1,2 por ciento registrado en la economía española. Respecto al empleo, el número medio de personas ocupadas en el sector textil y del calzado durante 2010 se situó en 169.125, suponiendo una reducción del 1,3 por ciento respecto al año anterior. Este descenso porcentual del sector es inferior a la destrucción de empleo registrada en el conjunto de la economía española (-2,34 por ciento). Estas cifras confirman que el sector se encuentra en una fase de reestructuración que ha obligado a una reducción de la capacidad de oferta para adaptarla a la demanda del mercado, provocando el cierre de algunas empresas y la disminución de las dimensiones operativas de otras.

#### Número de empresas y empleo generado en la industria textil y de calzado, 2010

	Número de empresas	Personal ocupado (media anual)	Volumen de negocio (mill €)
<b>(13) Industria textil</b>	6.649	56.250	5.290,4
<b>(14) Confección de prendas de vestir</b>	10.151	63.500	5.817,9
<b>(15) Industria del cuero y del calzado</b>	4.745	49.375	3.830,2
<b>Total</b>	<b>21.545</b>	<b>169.125</b>	<b>14.938,5</b>

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

### III. Principales resultados por magnitud

Las cifras de participación de las marcas para las diferentes magnitudes estimadas en el presente informe ponen de manifiesto que las marcas juegan un papel estratégico en la industria textil y del calzado.

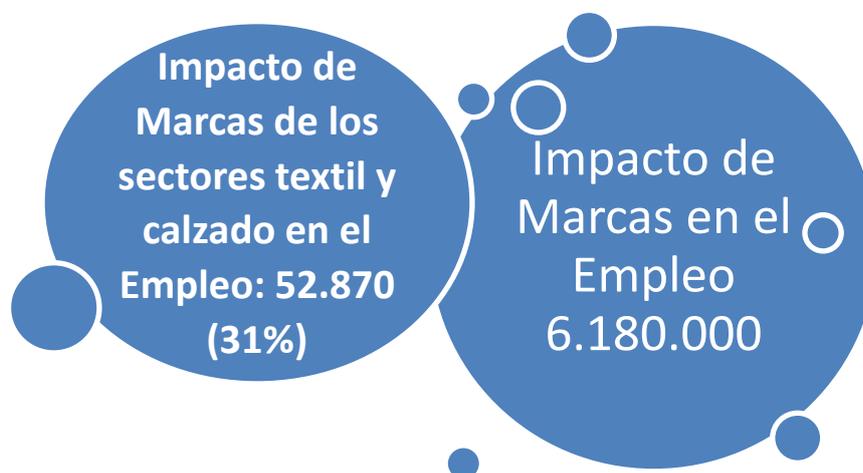
#### 1. Empleo

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

Específicamente, las cifras estimadas ponen de manifiesto que las marcas contribuyen significativamente a la generación de empleo en la industria textil y del calzado:

- Durante al año 2010, el empleo que puede atribuirse a la aportación de las marcas es de un total de 52.870 puestos de trabajo. Esta cifra supone un 31 por ciento del total del empleo generado en estos sectores durante ese año (un 1 por ciento del total de empleo generado por las marcas en la economía).

#### Impacto de las marcas del sector textil y del calzado sobre el número de ocupados, 2010



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

## 2. PIB

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

A la vista de los resultados obtenidos en el presente informe, las marcas de la industria textil y del calzado inciden notablemente en esta magnitud. En concreto:

- El PIB atribuible a las marcas supone 217,5 millones de euros. En términos relativos, esta contribución es, aproximadamente, el 40 por ciento del PIB generado en dichos sectores (un 0,6 por ciento del PIB atribuible a las marcas en la economía española durante dicho periodo).

### Impacto de las marcas de la industria textil y del calzado sobre el PIB, 2010

PIB Marcas Economía Española:  
420.000 mill €

PIB Marcas industria  
textil y del calzado:  
2.317 mill € (40%)

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

## 3. Impuestos y Tributos

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

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

- Las marcas de la industria textil y del calzado aportan, aproximadamente, 733 millones de euros en concepto de los siguientes impuestos:
  - Con respecto al Impuesto sobre Sociedades, las marcas de la industria textil y del calzado aportan 42 millones de euros.
  - En el caso del IVA, el consumo de productos bajo marca relacionados con los sectores del textil y del calzado supone unos 460 millones de euros.
  - Con relación al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, la participación de los trabajadores empleados en la industria textil y del calzado que produce bajo marca supone 231 millones de euros.

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

- Las marcas de estos sectores aportan, aproximadamente, 652 millones de euros en concepto de cotizaciones a la Seguridad Social de empresas y trabajadores.

#### Impacto de las marcas de la industria textil y del calzado sobre la recaudación impositiva, 2010



Fuente: Elaboración propia.

## 4. Exportaciones

Las exportaciones de un país suponen una parte fundamental del desarrollo económico del mismo y constituyen una de las partidas económicas más relevantes en cualquier empresa. Durante el año 2010, las exportaciones españolas de bienes y servicios han crecido más de un 13,3 por ciento respecto año al anterior y han alcanzado más del 26 por ciento del Producto Interior Bruto de la economía.

El análisis del impacto que las marcas de la industria textil y del calzado tienen en las exportaciones españolas queda reflejado en las siguientes cifras:

- Las exportaciones de marcas de la industria suponen 4.421 millones de euros, lo que fija su peso relativo en el 3,52 por ciento del volumen total de exportaciones con marca.

**Impacto de las marcas de la industria textil y del calzado sobre las exportaciones, 2010  
(en millones de euros)**



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

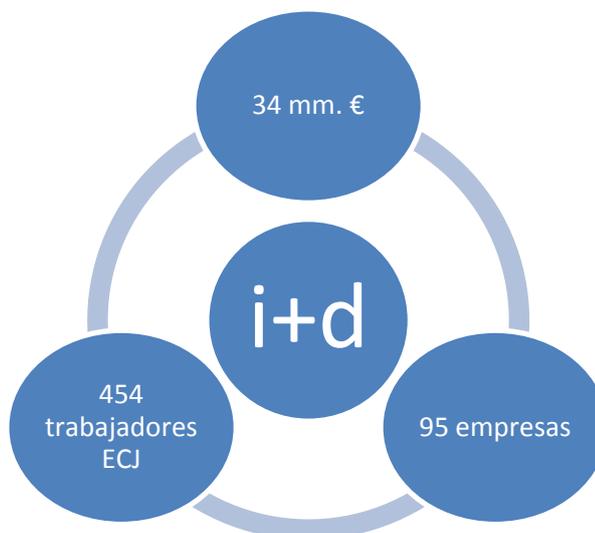
## 5. I+D

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

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

- Las inversiones en I+D atribuibles a las marcas de estos sectores suponen unos 34 millones de euros.
- Asimismo, el número de empresas que realizan I+D por parte de las marcas de dichos sectores es de 95 empresas.
- Finalmente, el personal dedicado a I+D por parte de las marcas de la industria es de unos 454 personas empleadas en equivalencia a jornada completa –EJC–)

**Impacto de las marcas de la industria textil y del calzado sobre la estrategia de I+D, 2010**



Fuente: Elaboración propia.

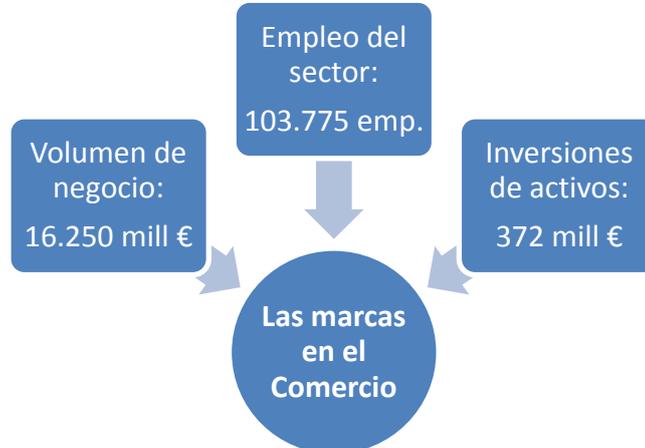
## 6. Comercio

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

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

- Las marcas de la industria textil y del calzado generan aproximadamente un volumen de negocio de unos 16.250 millones de euros.
- En términos de empleo, las marcas de estos sectores representan aproximadamente 103.775 puestos de trabajo relacionados, directa o indirectamente, con el comercio de productos bajo estas marcas.
- Con relación al importe total de inversiones en activos del sector, se estima que como consecuencia de la comercialización de las marcas de la industria textil y del calzado se han generado unos 372 millones de euros de inversión.

### Participación de las marcas de la industria textil y del calzado en el sector comercial, 2010



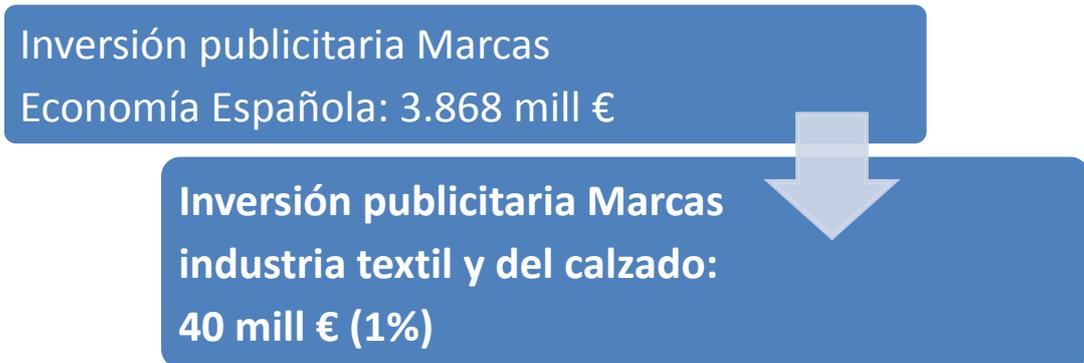
Fuente: Elaboración propia a partir del INE, AC Nielsen, KANTAR Worldpanel, IRI y metodología propia.

## 7. Publicidad

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

En el caso de la industria textil y del calzado, los datos disponibles reflejan que el gasto en publicidad atribuible a las marcas del sector textil y vestimenta asciende a unos 40 millones de euros en 2010, lo que supone apenas un 1 por ciento del total de inversión publicitaria atribuible a las marcas en dicho periodo.

**Impacto de las marcas de la industria textil y del calzado sobre la publicidad, 2010**



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

## IV. Conclusiones

Las marcas son clave en la industria textil y del calzado. En concreto, son fundamentales en el volumen de negocio generado en el comercio –con una aportación de más de 16.200 millones de euros–, en la proyección exterior del país –exportando por un valor de 4.420 millones de euros–, en su impulso de la I+D –con un gasto total en torno a los 34 millones de euros durante el 2010–, en la contribución al empleo –ocupando a más de 50.000 personas–, en su contribución al Producto Interior Bruto –con un valor superior a los 2.300 millones de euros–, y en términos de ingresos para la Administración –con una aportación de 1.385 millones de euros en concepto de los diferentes tributos–. Finalmente, en lo que respecta a la inversión publicitaria atribuible a las marcas de los sectores examinados, estos representan un pequeño porcentaje del total, apenas un 1 por ciento, lo que supone unos 40 millones de euros de inversión.

### Impacto global de las marcas de la industria textil y del calzado en las magnitudes examinadas, 2010



Fuente: Elaboración propia.

**Director:**

Dr. Felipe Ruiz Moreno

**Investigadores:**

Dra. Ana Belén Casado Díaz

Dr. Juan Luis Nicolau Gonzálbez

Dr. Ricardo Sellers Rubio

**Asesoramiento profesional:**

Eva Toledo Alarcón

**Departamento de Marketing**

**Universidad de Alicante**

