

# “IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LAS MARCAS DE FABRICANTE EN EL SECTOR DE GRAN CONSUMO EN ESPAÑA”

3ª Edición: Actualización del estudio 2008-2014

Madrid, 1 de junio de 2016

1. El presente estudio tiene como objetivo analizar la aportación de **las marcas de fabricante (MF) del sector de gran consumo, sobre la economía española, y su impacto como motores de crecimiento y generación de valor** en nuestro país.
2. La **metodología propia** desarrollada desde el Esade Brand Institute, pretende estimar en concreto:
  1. **el peso de estas marcas sobre el PIB nacional**, *tanto en términos de valor final de sus productos como en términos de valor añadido bruto,*
  2. **el empleo que generan** *tanto de forma directa como indirecta,*
  3. **la inversión en I+D**
  4. **el volumen de exportaciones, y**
  5. **su aportación a los ingresos del estado vía impuestos**
3. Este documento supone la actualización de las ediciones de 2010, y 2012, y **cubre el periodo 2008-2014**, con los últimos datos macroeconómicos disponibles, y utilizando fuentes diversas

- Entendemos por **Marcas de Fabricante (MF)** aquellas marcas de **gran consumo (FMCG)** que pertenecen a empresas manufactureras y que no están directa o indirectamente gestionadas por empresas de la distribución.
- El estudio se limita, de acuerdo con la **clasificación de AECOC**, al conjunto de los siguientes sectores:
  - **Alimentación y Bebidas**
  - **Droguería y Perfumería**
  - **Sector Bebé** (*sólo alimentos infantiles y pañales desechables*)
- Y a los canales de distribución siguientes:
  - **Supermercados e Hipermercados de más de 100 m<sup>2</sup>**
  - **Centros PDM (Perfumería y Droguería Moderna)**
  - **Discounters**
  - **Tiendas especializadas**
  - **Tiendas tradicionales**
  - **Canal Horeca**
  - **Exportaciones** (*ventas fuera de España para cualquier canal*)
- Los datos provienen de fuentes diversas, principalmente: **Datacomex, INE; IRI, MAGRAMA, FIAB, Alimarket...**

# 1.- Estimación del peso de las MF en la economía española

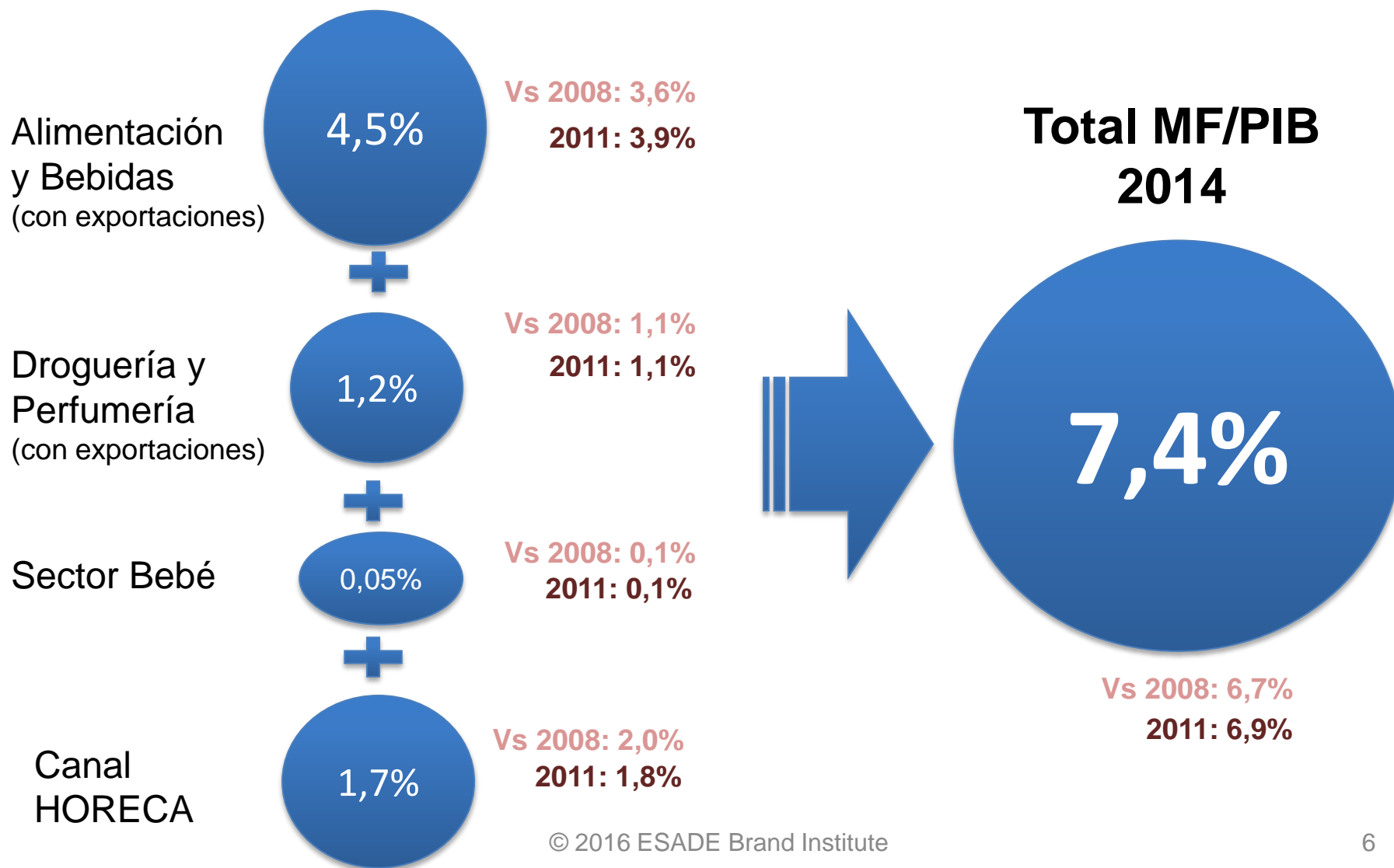
## 1.1.- PESO DE LAS MF EN EL SECTOR DE GRAN CONSUMO



- A pesar del impacto de la crisis, **el peso de las MF sobre el valor total del mercado de gran consumo se mantiene en torno al 60%**, y muestra un claro cambio de tendencia a partir de 2012, **volviendo a crecer, y alcanzando en 2014 prácticamente el 61% de las ventas totales del sector.**
- Su **peso económico ha mantenido un crecimiento en promedio del 0,7%** entre 2008-2014, *(superior a la evolución del PIB en el mismo periodo, que en promedio decrece -0,5%).*

Millones €	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>PIB</b>	1.116.207	1.079.034	1.080.913	1.070.413	1.042.872	1.031.272	1.041.160
<b>Exportaciones economía</b>	189.228	159.890	186.780	215.230	226.115	235.814	240.035
<b>Mercado gran consumo</b>	<b>40.763</b>	<b>41.161</b>	<b>41.042</b>	<b>42.495</b>	<b>43.267</b>	<b>43.985</b>	<b>43.816</b>
<b>% MF gran consumo</b>	<b>67,2%</b>	<b>63,8%</b>	<b>62,4%</b>	<b>61,1%</b>	<b>59,3%</b>	<b>60,0%</b>	<b>60,9%</b>
<b>Canal HORECA bebidas</b>	22.174	20.737	19.789	18.807	18.029	17.473	17.236

## 1.2.- PESO DE LAS MF DE GRAN CONSUMO SOBRE EL PIB



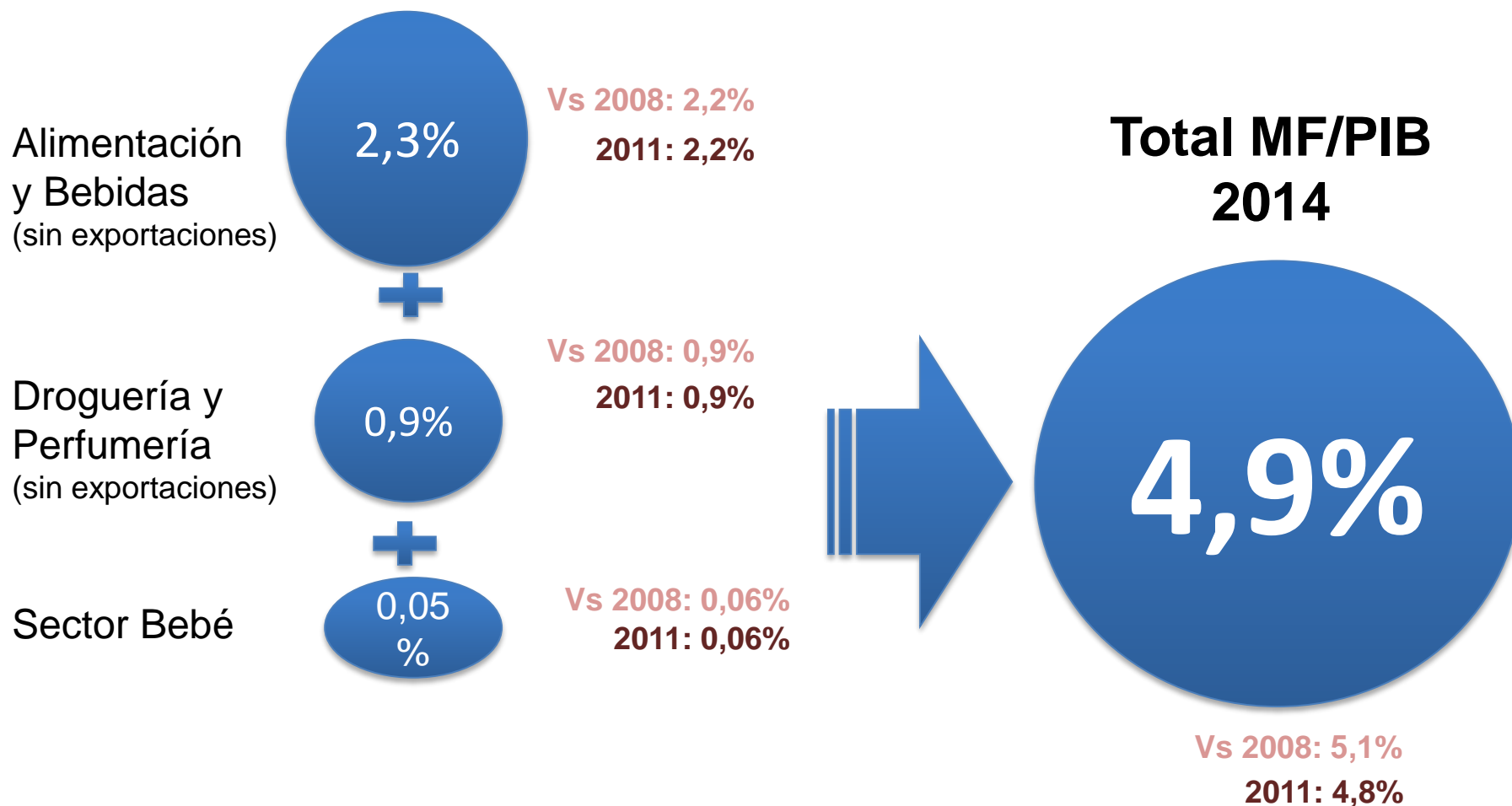
## 1.2.- PESO DE LAS MF DE GRAN CONSUMO SOBRE EL PIB



- Entre 2008 y 2014, el impacto de las MF sobre el PIB ha crecido del 6,7% a 7,4%, a pesar del impacto de la crisis en el mercado interno, y sobre todo en el canal HORECA.
- Dicho crecimiento procede básicamente del incremento de las exportaciones de las MF principalmente en *Alimentación y Bebidas*, aunque también en *Droguería y Perfumería*.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total MF corregido sin exportaciones	56.876	54.011	52.212	51.692	50.488	50.812	51.026
MF/PIB sin exportaciones	5,1%	5,0%	4,8%	4,8%	4,8%	4,9%	4,9%
Exportaciones Alimentación y Bebidas	17.426	16.179	18.125	20.867	23.079	23.452	24.627
<b>MF Exportaciones A&amp;B</b>	<b>15.997</b>	<b>14.852</b>	<b>16.639</b>	<b>19.155</b>	<b>21.186</b>	<b>21.529</b>	<b>22.608</b>
Exportaciones Droguería y Perfumería	2.448	2.390	2.783	2.984	3.131	3.464	3.650
<b>MF Exportaciones A&amp;B + D&amp;P</b>	<b>18.445</b>	<b>17.242</b>	<b>19.422</b>	<b>22.139</b>	<b>24.317</b>	<b>24.993</b>	<b>26.258</b>
MF Total corregido + Exportaciones	75.321	71.253	71.634	73.831	74.804	75.805	77.284
MF/PIB Total	6,7%	6,6%	6,6%	6,9%	7,2%	7,4%	7,4%

# 1.3.- PESO DE LAS MF DE GRAN CONSUMO SOBRE EL PIB (sin exportaciones)







## **2.- Estimación del impacto de las MF en la actividad exportadora**

## 2.1. -ACTIVIDAD EXPORTADORA. IMPORTANCIA FMCG



- **Las exportaciones totales del Mercado de Gran Consumo han aumentado en el período de 2008 a 2014.** Más del 80% de dichas exportaciones lo representa el subsector de Alimentación y Bebidas.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Total exportaciones del sector Gran Consumo</b>	19.874	18.568	20.909	23.850	26.209	26.916	28.504
<b>Exportaciones A&amp;B</b>	87,7%	87,1%	86,7%	87,5%	88,1%	87,1%	87,2%
<b>Exportaciones D&amp;P</b>	12,3%	12,9%	13,3%	12,5%	11,9%	12,9%	12,8%

- Las exportaciones de las MF en el sector de Alimentación y Bebidas representan el 92% del total del sector.

### Exportaciones Totales del Sector de Gran Consumo (en millones de euros)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Total exportaciones del sector A&amp;B</b>	17.426	16.179	18.125	20.867	23.079	23.452	24.627
<b>Exportaciones MF</b>	<b>15.997</b>	<b>14.852</b>	<b>16.639</b>	<b>19.155</b>	<b>21.186</b>	<b>21.529</b>	<b>22.608</b>
<b>Exportaciones MD</b>	1.429	1.327	1.486	1.711	1.892	1.923	2.019

- La internacionalización es una de las eternas asignaturas pendientes de las marcas españolas.
- **Las exportaciones de MF supusieron en el 2014 un 2,5% del PIB español, 0,4pp más que en 2011, un 10,9% del total de exportaciones.** Actualmente, la tasa de crecimiento anual de las exportaciones viene siendo superior al del propio PIB.
- Esto no hace más que enfatizar que **las empresas fabricantes de MF exportan más como alternativa para paliar el efecto de la crisis en el mercado doméstico.**

### **Las MF son responsables en buena medida del impulso que están viviendo las exportaciones españolas en el sector de Alimentación y Bebidas**

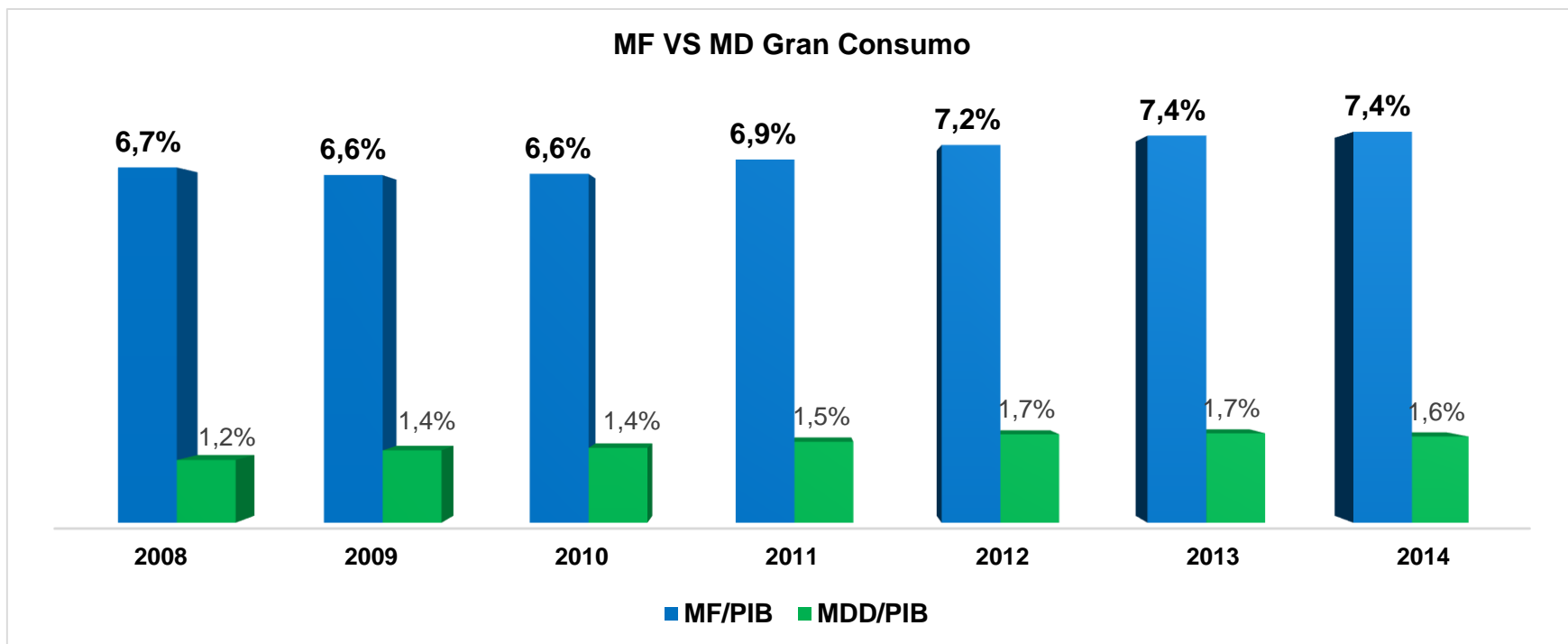
**Entre 5 MF suman más de 4.242 millones de euros de 2014 y representan el 17,1% del total del sector de alimentación y bebidas, liderando así los resultados en exportación.**

**La mayoría de las MF necesitan mantener sus ventas nacionales para seguir exportando sus productos.**

**Del Ranking de las 50 empresas más importantes de Alimentación y bebidas según su cifra de exportación en 2014, tan solo 10 de ellas son exclusivas MD.**

## 2.3.- COMPARATIVA PESO MF Y MDD SOBRE EL PIB

- El peso de las **MF sobre el PIB es entre 4 y 5 veces mayor que el de MD** en todo el periodo analizado, a pesar de que ambas han aumentado su flujo de renta.
- Además, la **incorporación de las exportaciones, provenientes principalmente de la MF genera una creación de valor de 717 millones de euros** en ese período.

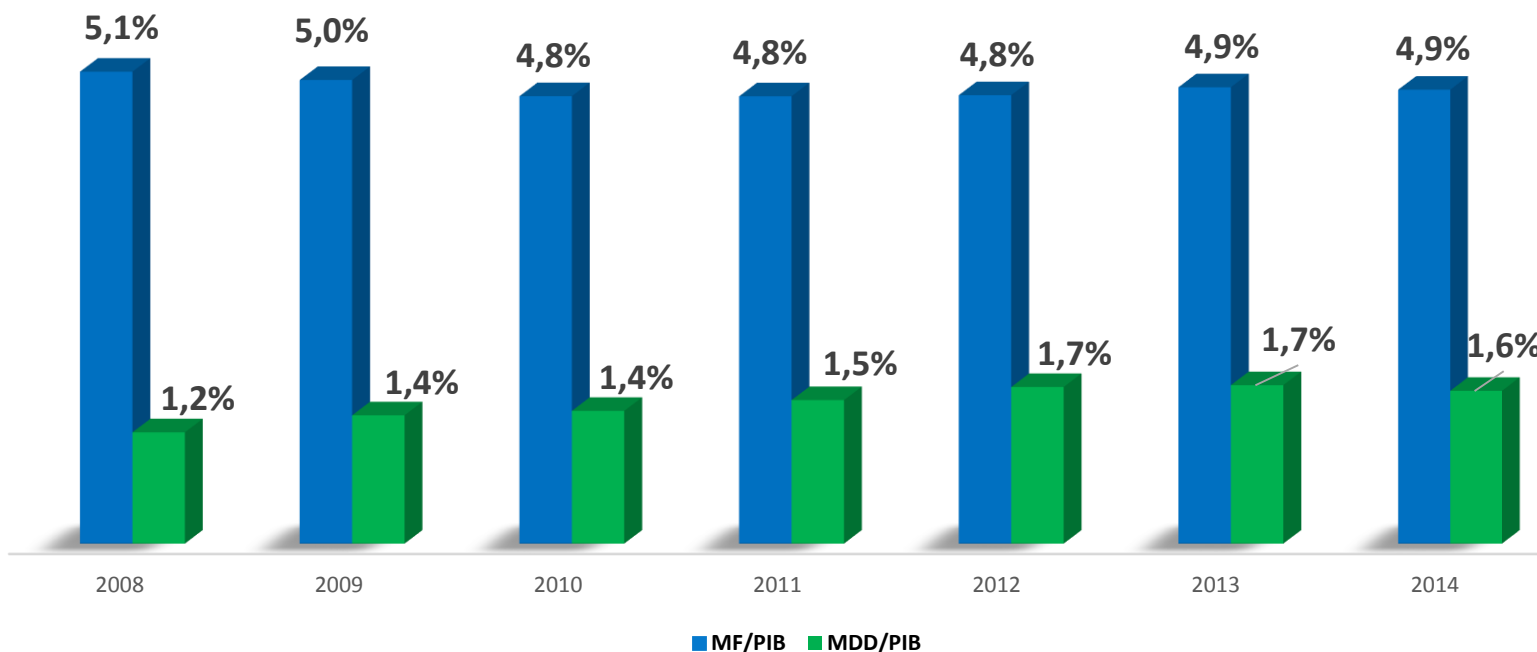


# El peso de las marcas de fabricante sin exportaciones es superior al de la marca blanca



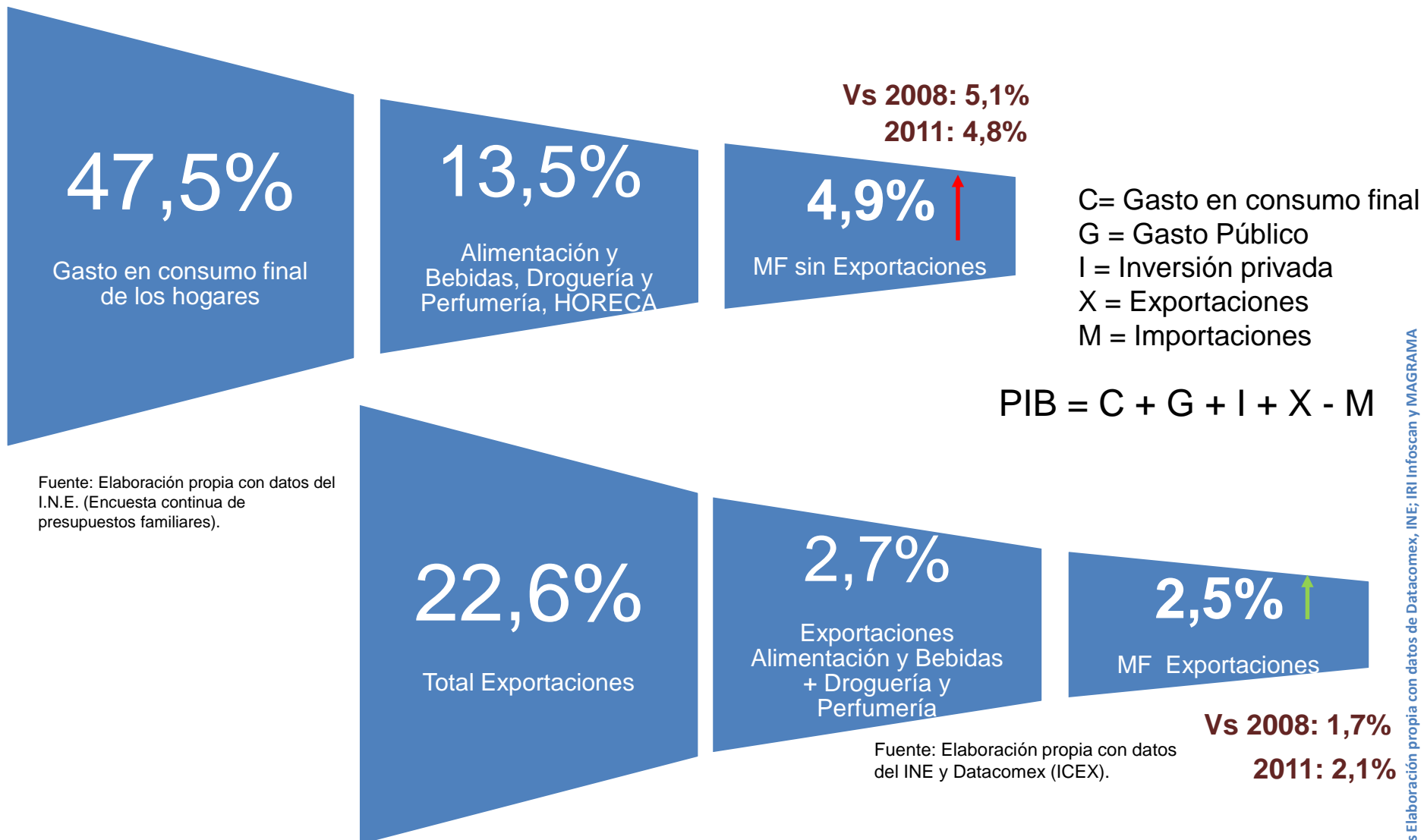
Se puede observar que desde 2008, las MF y las MD han aumentado su flujo de renta, pero el peso de las MF es **3 veces mayor** que el de MD en 2014.

MF VS MD Gran Consumo sin exportaciones



Fuente: elaboración propia con datos de Datacomex, INE, IRI Infoscan y MAGRAMA.

## 2.4.- DESGLOSE DEL CONSUMO FINAL Y EXPORTACIONES SOBRE EL PIB SEGÚN LA DEMANDA







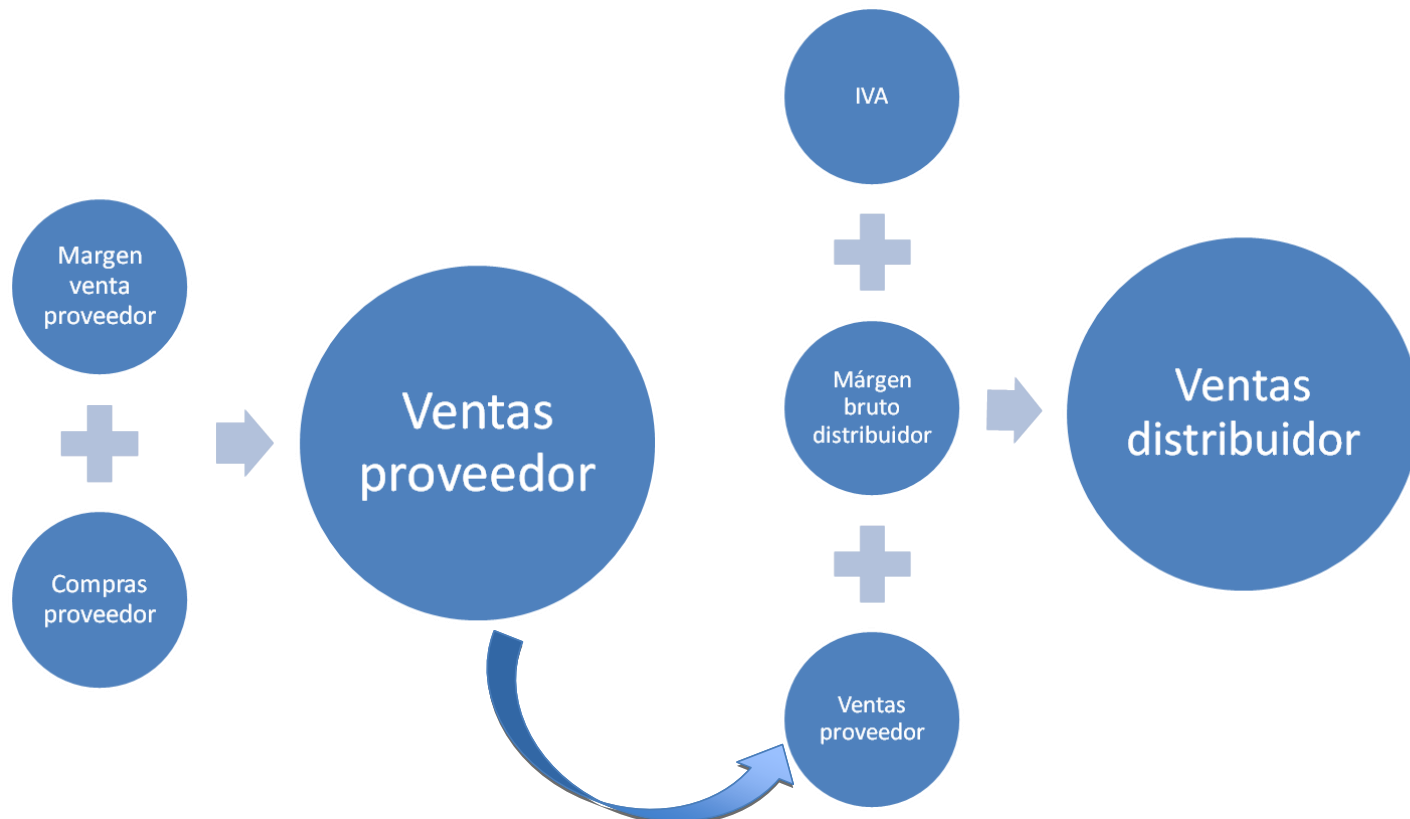
### **3.- Estimación de la aportación de las MF en términos de Valor Añadido Económico**

- **VALOR AÑADIDO ECONÓMICO**

*valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo.*

- Este valor agregado es el que **posibilita a las empresas que gestionan las MF**
  - *sufragar su inversión en I+D,*
  - *mejorar sus niveles de calidad,*
  - *costear su inversión publicitaria,*
  - *generar empleo de calidad,*
  - *asumir su actividad exportadora o*
  - *desarrollar programas de RSC, entre otros.*
- Todas ellas actividades de alto impacto en la economía y en la sociedad españolas.

Partiendo de la siguiente estructura de ventas del sector y basándose en una serie de **supuestos** e información recogida a través de **fuentes públicas** se ha realizado una **estimación orientativa** de la aportación relativa del valor añadido de las marcas de fabricante frente a las de distribución.



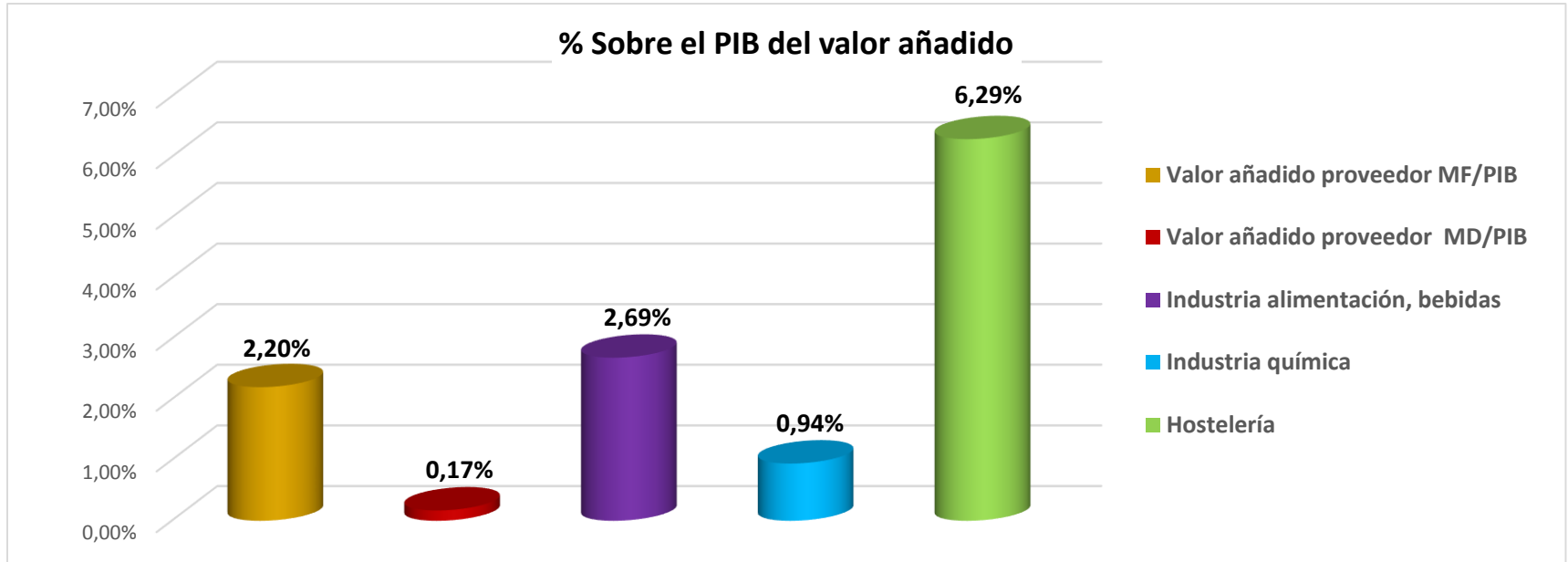
### 3.1.- ANÁLISIS DEL VALOR AÑADIDO DE LAS MF. EVOLUCIÓN



- Desde el 2011 los fabricantes de MF han aumentado su aportación al PIB en términos de VAB en 0,15 p.p. y los fabricantes de MD sólo han crecido 0,01 p.p.

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
% Valor añadido sobre el PIB	MF	2,02%	1,98%	1,98%	2,05%	2,13%	2,18%	2,20%
	MD	0,13%	0,15%	0,15%	0,16%	0,18%	0,18%	0,17%

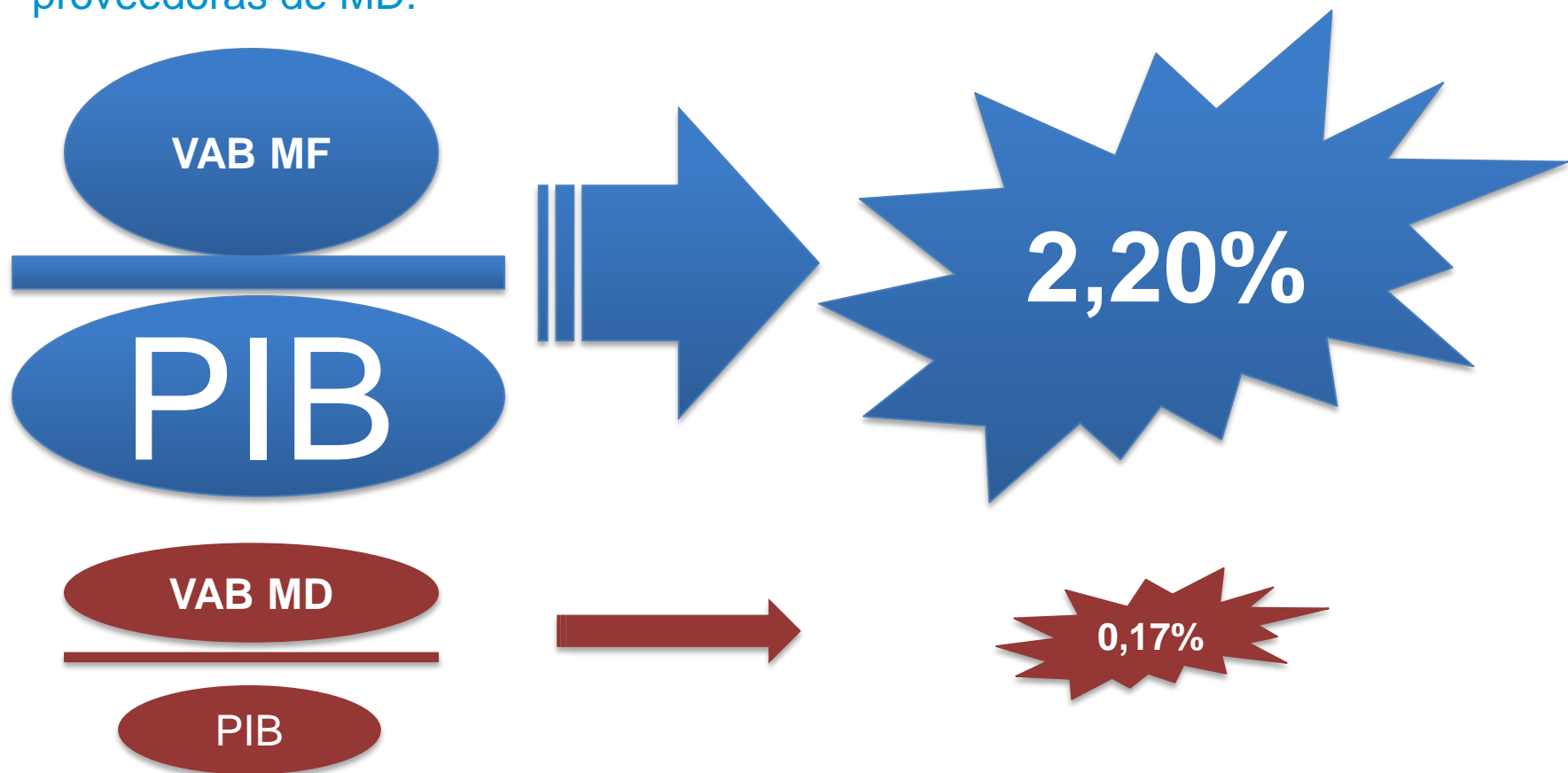
## 3.2.- ANÁLISIS DEL VALOR AÑADIDO. BENCHMARK



- Podemos observar que las empresas de MF ofrecen mayor valor añadido que algunas ramas de actividad de la economía española, como es el sector químico (INE).

### 3.3.-ANÁLISIS DEL VALOR AÑADIDO DE LAS MF/MD

- En 2014 las empresas de MF han añadido en total 12 veces más valor a los bienes y servicios durante el proceso productivo que las empresas proveedoras de MD.



### 3.4.- ANÁLISIS DEL VALOR AÑADIDO DE LAS MF. DEMANDA NACIONAL



- Si consideramos exclusivamente la demanda nacional, se observa una destrucción de valor añadido 2008- 2014 de **1.803 millones de euros.** *(Esta cantidad es consecuencia de la destrucción del empleo provocada en el período de 2008 a 2011.)*

Mercado nacional -sin exportaciones -	MF	MD	Total Gran consumo	Destrucción neta VAE
VAE 2008	17.032	1.406	18.438	
VAE 2011	15.335	1.715	17.050	
<b>Δ 2008-2011</b>	<b>-1.697</b>	<b>309</b>		<b>-1.388</b>
VAE 2011	15.335	1.715	17.050	
VAE 2014	14.864	1.771	16.635	
<b>Δ 2011-2014</b>	<b>-471</b>	<b>56</b>		<b>-415</b>
VAE 2008	17.032	1.406	18.438	
VAE 2014	14.864	1.771	16.635	
<b>Δ 2008-2014</b>	<b>-2.168</b>	<b>365</b>		<b>-1.803</b>

- Este porcentaje parece evidenciar que el crecimiento de la MD en detrimento de las marcas de fabricante (MF) continúa **mermando la capacidad de generar valor añadido en el país.**

### 3.5.- ANÁLISIS DEL VALOR AÑADIDO DE LAS MF. INC. EXPORTACIONES



- Si se incluyen las exportaciones, podemos observar que no se produce una destrucción real de valor añadido en el período de 2008 a 2014. Por el contrario, se muestra que hubo una creación de valor de **717 millones de euros**.

Mercado nacional -con exportaciones -	MF	MD	Total Gran consumo	Destrucción neta VAE
VAE 2008	22.548	1.406	23.954	
VAE 2011	21.895	1.723	23.618	
$\Delta$ 2008-2011	-654	317		-337
VAE 2011	21.895	1.723	23.618	
VAE 2014	22.919	1.752	24.672	
$\Delta$ 2011-2014	1.025	29		1.054
VAE 2008	22.548	1.406	23.954	
VAE 2014	22.919	1.752	24.672	
$\Delta$ 2008-2014	371	346		717





## **4.- Estimación del impacto de las MF en términos de generación de empleo**

## 4.1.-ANÁLISIS EMPLEO TOTAL GENERADO. MF

- En 2014, las MF generan en total **1.028.000 puestos de trabajo**, un **5,5% del total de la economía**. Esto representa un incremento de 0,5 p.p. respecto a 2011.
- El empleo generado por MF es casi 3 veces mayor al creado por la MD en el año de 2014.

2014	MF	MD
Empleo Directo (miles)	311	31
Indirecto ( miles)	718	279
Total ( miles)	<b>1.028</b>	310
% Empleo sobre el total de la economía	<b>5,5%</b> ↑	1,7%

Vs 2011: 5,0%

Vs 2008: 5,1%

1,5%

1,2%

## 4.2.-ANÁLISIS EMPLEO TOTAL GENERADO. SALDO NETO



- A pesar de que las MD han generado empleo indirecto, **la destrucción empleo ocasionada por el retroceso de la MF es sin lugar a dudas mayor.**
- Desde 2008, el saldo neto ha sido negativo, **perdiéndose 53.600 empleos**

		2008	2011	2014	Creación /destrucción neta de empleo 2008-2014 (miles)
<b>Empleo Directo (miles)</b>	MF	338	277	311	
	MD	28	28	31	
<b>Empleo Indirecto (miles)</b>	MF	785	709	718	
	MD	241	275	279	
<b>Total Empleo ( miles)</b>	MF	1.123	986	1.028	
	MD	270	304	310	
<b>% Empleo sobre el total de la economía</b>	MF	5,1%	5,0%	5,5%	
	MD	1,2%	1,5%	1,7%	
<b>TOTAL Empleo generado MF+MDD</b>		<b>1.392</b>	<b>1.290</b>	<b>1.339</b>	
<b>Creación/ destrucción neta de empleo (miles)</b>			<b>-102,4</b>	<b>48,7</b>	<b>-53,6</b>



## **5.- Estimación del impacto de las MF en términos de pago de impuestos**

## 5.1.-ANÁLISIS RECAUDACIÓN IMPUESTOS MF/MD.



- **Las MF** contribuyen en más de **9 mil millones de euros** de manera directa e indirecta **en impuestos** al estado, **el 5,7% del total tributado**.
- Esta cifra supone **5 veces más impuestos a beneficio de los españoles que las MD**.

RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS	MF	MD
2014 (MILLONES €)		
Gastos sociales	3.642	548
Impuesto de Sociedades		
Contribución a la Seguridad Social	1.771	140
Retención IRPF		
IVA	4.515	1.256
<b>Total tributado</b>	<b>9.927</b>	<b>1.944</b>
<b>% Sobre el total tributado en España</b>	<b>5,7%</b> ↓	<b>1,1%</b>

Vs 2008:  
MF 6,8% y  
MDD 0,9%

VS 2011:  
MF 6,6%  
MD 1,4%

## 5.1.-ANÁLISIS RECAUDACIÓN IMPUESTOS MF/MD.



	2011	2014
<b>Marca de Fabricante</b>		
Gastos Sociales	4.407	3.642
Impuesto de sociedades		
Contribución a la seguridad social	1.578	1.771
Retención IRPF		
IVA	4.622	4.515
Total en millones de €	10.607	9.927
<b>Marca de Distribuidor</b>		
Gastos Sociales	890	548
Impuesto de sociedades		
Contribución a la seguridad social	127	140
Retención IRPF		
IVA	1.214	1.256
Total en millones de €	2.231	1.944
<b>TOTAL RECAUDADO MF + MD (millones de €)</b>	<b>12.838</b>	<b>11.871</b>
<b>BALANCE NETO 2008-2014 (millones de €)</b>		<b>-967</b>
Ratio impuestos MF/MD	4,8	5,1
% Total impuestos MF sobre el total ingresos tributarios	6,6%	5,7%
% Total impuestos MD sobre el total ingresos tributarios	1,4%	1,1%
Total Ingresos Tributarios (Millones €)	161.760	174.987

- El crecimiento en ventas de marcas de distribución no ha tenido un impacto positivo en los ingresos tributarios. Podemos observar que han disminuido dichos ingresos en ambas marcas.
- El nuevo reparto de mercado entre ambas marcas en 2014 ha significado al erario publico una disminución de más de 900 mio. de € respecto a lo recaudado en 2011.



## **6.- Estimación del impacto de las MF en términos de inversión en Investigación y Desarrollo (I+D)**

## 6.1.-EVOLUCIÓN DE I+D EN MF Y MD 2008-2014



- A pesar de la crisis, en este periodo **se han invertido más de 100 millones de euros en actividades puramente de investigación científica y de desarrollo tecnológico (I+D), cantidad realizada en su mayoría por empresas de MF.**

La inversión en esta partida de la MD ha incrementado en el mismo periodo, aunque no ha sido equivalente al crecimiento del negocio de estas marcas, sino bastante inferior.

### Gasto en I+D proporcional a las ventas en Gran Consumo

*(en millones de euros)*

	2008	2011	2014
<b>MF</b>	281,3	171,2	168,0
<b>% sobre el total</b>	<b>80%</b>	<b>71%</b>	<b>76%</b>
<b>MD</b>	71,8	68,8	52,0
<b>% sobre el total</b>	20%	29%	24%
<b>Total de Gasto en I+D+i</b>	353,0	240,0	220,0



## 6.1.-EVOLUCIÓN DE I+D EN MF Y MD 2008-2014



- A pesar de la evolución positiva en las ventas, **la inversión en I+D de las MD no logran contribuir a aumentar los niveles de inversión en I+D del sector.**
- En el período de 2008 a 2014, la desinversión neta ha sido de **133,0 mio. de €**, una **reducción del 37,7% del valor inicial.**

EUR Millones		2008	2011	2014	Balance Inversión neta 2008-2014
Inversión I+D	MF	281	171	168	
	MD	72	69	52	
% Inversión sobre ventas	MF	0,6%	0,4%	0,4%	
	MD	0,1%	0,1%	0,1%	
Total MF + MD EUR Millones		353,0	240,0	220,0	
BALANCE NETO EUR Millones			-113,0	-20,0	<b>-133,0</b>
% Inversión total MF + MD sobre ventas		0,8%	0,5%	0,5%	
Balance % Inversión neta			<b>-0,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,3%</b>

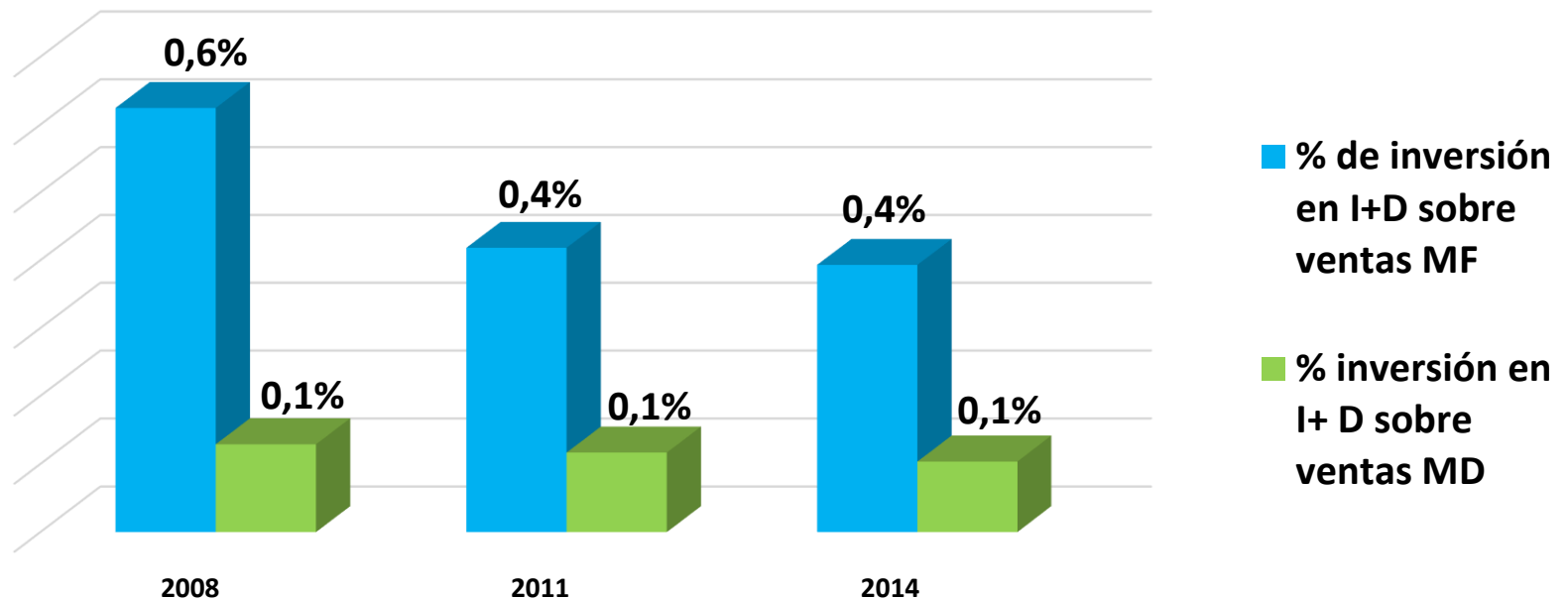
## 6.1.-EVOLUCIÓN DE I+D EN MF Y MD 2008-2014



- En 2014, la inversión en I+D sobre ventas de las MF fue de un 0,4%, una disminución de 0,2 p.p. en relación con 2008.

La inversión en esta partida de la MD se mantuvo en un 0,1% y no ha sido equivalente al crecimiento del negocio de estas marcas, sino bastante inferior.

% sobre ventas que representa la I+D en el Mercado de Gran Consumo

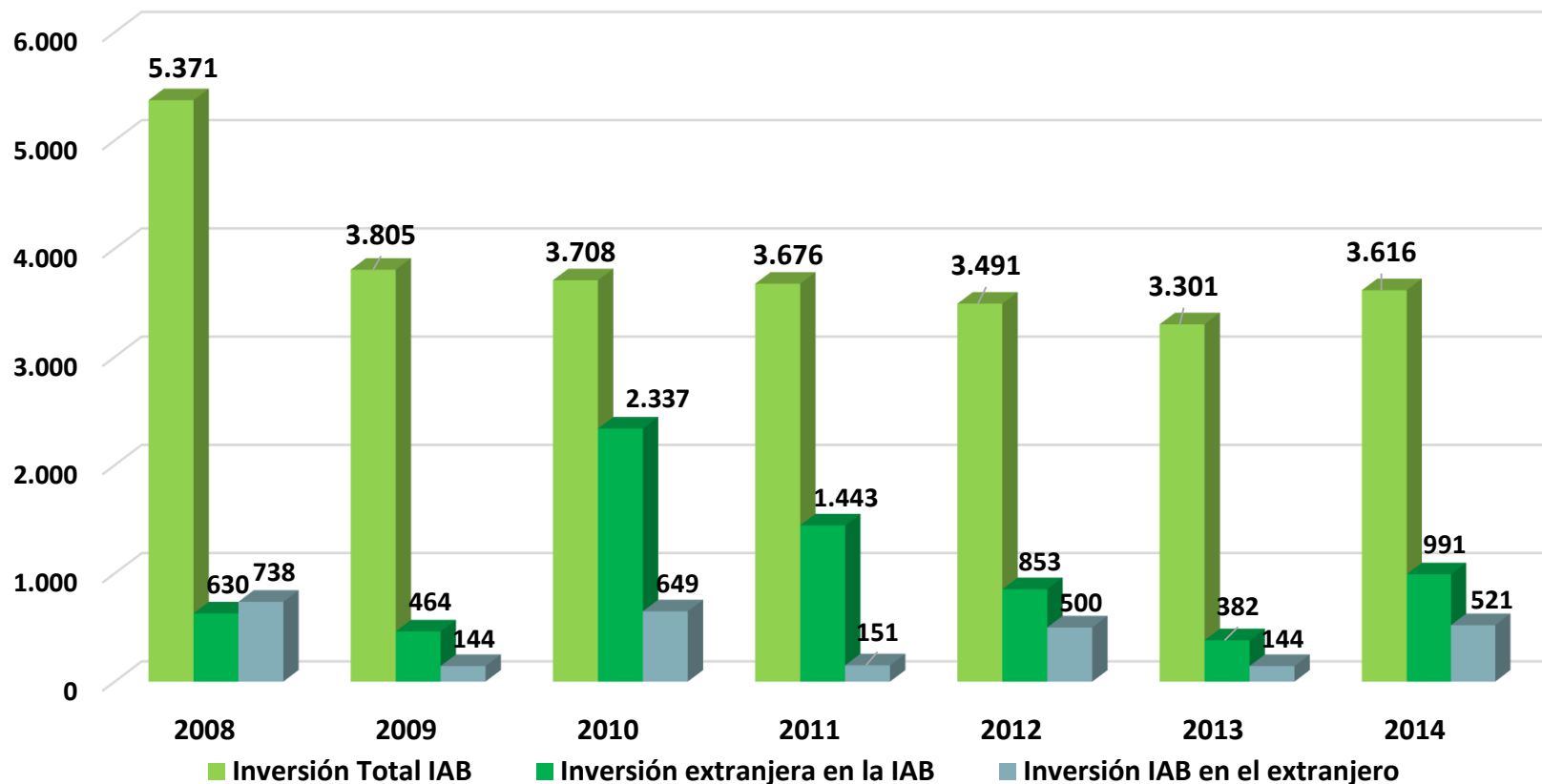


# **Inversión en la Industria de Alimentación y Bebidas**

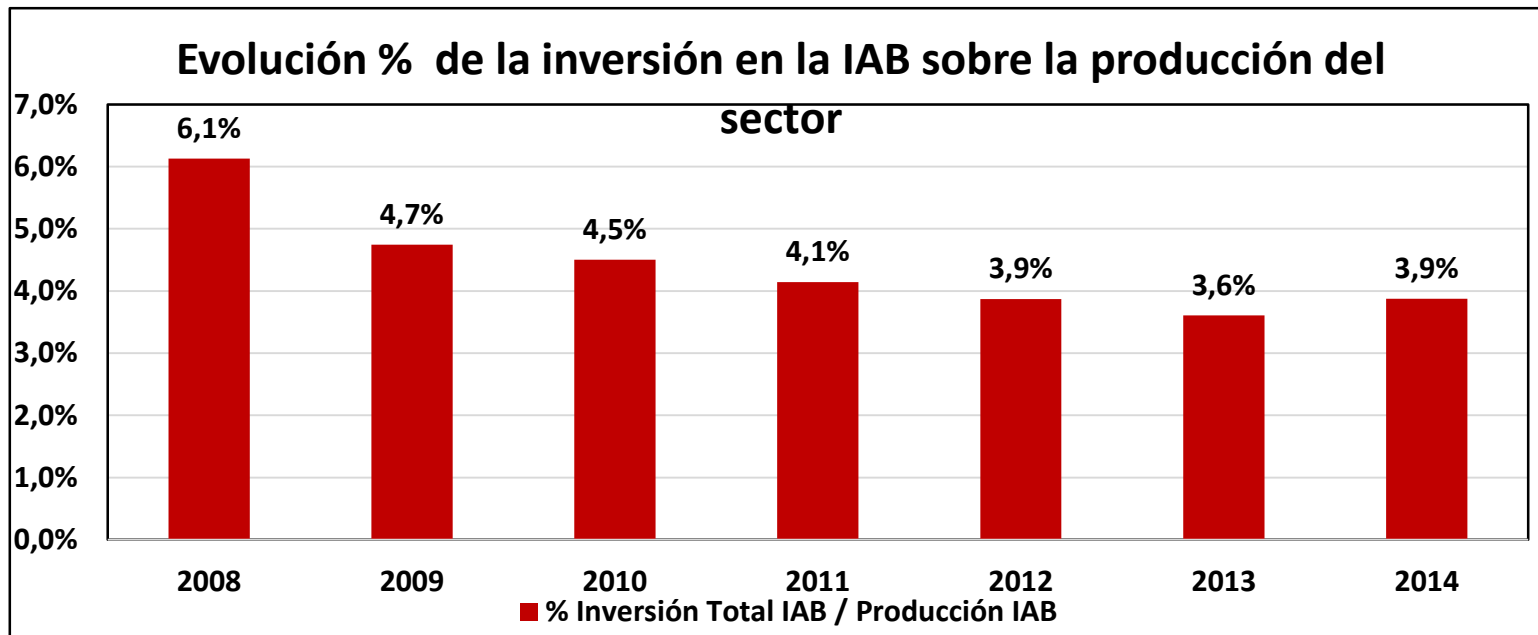
# Evolución de la Inversión en la Industria de Alimentación y Bebidas 2008-2014



Evolución de la inversión en la Industria de Alimentación y Bebidas (millones de euro)



# Evolución de la Inversión en la Industria de Alimentación y Bebidas 2008-2014



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Inversión Total IAB</b>	5.371	3.805	3.708	3.676	3.491	3.301	3.616
<b>Producción IAB</b>	87.600	80.177	82.315	88.673	90.169	91.450	93.238
<b>% Inversión Total IAB / Producción IAB</b>	<b>6,1%</b>	<b>4,7%</b>	<b>4,5%</b>	<b>4,1%</b>	<b>3,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>3,9%</b>



# CONCLUSIONES

# PRINCIPALES CONCLUSIONES (I)



1. La actualización realizada en este estudio, nos permite constatar que **las marcas de fabricante (MF) han incrementado su peso en la economía española desde el 6,7% en 2008 al 7,4%, en 2014.**
2. De hecho, el estudio muestra que **el aumento del peso económico de las MF se debe únicamente al incremento de las exportaciones de productos de gran consumo.** Cabe destacar el importante papel jugado por las **exportaciones del sector, siendo las Marcas de fabricante su principal protagonista.**
3. **Se aprecia una destrucción de valor añadido neto en el total del sector de gran consumo en el periodo estudiado sin considerar las exportaciones (1.803 millones de euros en el período de 2008 a 2014).**

4. En términos del **empleo**, podemos observar **una pérdida neta de 56.300** trabajadores en el período de 2008 a 2014. Sin embargo, hay que destacar que a partir de 2011 se crean **48.000 empleos en el sector de gran consumo**, fruto del aumento del empleo directo e indirecto en las marcas de distribución (MD) y en las marcas de fabricante (MF).
5. En cuanto al rubro de **erario público**, se constata una disminución de **la contribución del sector a los ingresos del Estado**. Su aportación a impuestos **ha disminuido en 967 millones de euros entre 2011 y 2014**. El crecimiento en ventas de la MD no ha tenido un impacto positivo en los ingresos tributarios.
6. Otra consecuencia negativa **en el sector** de gran consumo es **la reducción de la inversión en I+D**. Esta **desinversión neta total ha sido de 133 millones de euros**, en el período de 2008 a 2014, lo que **representa un 37,7% menos**.



**Muchas gracias**