

Las marcas en América Latina:

Estudio de su impacto económico en 10 países de la región

Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Costa Rica
Guatemala | México | Panamá | Perú | República Dominicana

Documento de comunicación estratégica
Octubre 2019



Las marcas en América Latina: Estudio de su impacto económico en 10 países de la región¹

Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Costa Rica | Guatemala | México | Panamá | Perú | República Dominicana

Documento de comunicación estratégica
October 2019

The statistics within are all sourced from the joint study by the InterAmerican Association of Intellectual Property and the International Trademark Association on Trademarks in Latin America: Economic Impact in 10 Latin American and Caribbean Countries published in October 2019 © ASIPI and INTA. All rights reserved.

Antecedentes & Objetivos del estudio

- En 2016, ASIPI¹ e INTA² colaboraron exitosamente para estudiar el impacto económico del uso intensivo de marcas en Chile, Colombia, Perú, Panamá y México (Estudio de 2016).
- Si bien varios estudios han mostrado hallazgos significativos relacionados con el papel vital que juegan los derechos de propiedad intelectual en el crecimiento económico, la contribución económica de las marcas específicamente, a diferencia de otras formas de propiedad intelectual, ha sido menos examinada en la región de América Latina y el Caribe (ALC). Por lo tanto, este estudio de 2016 fue el primer estudio de este tipo dentro de la región de ALC que demostró la importancia de los sectores intensivos en marcas para la actividad económica, el empleo y el comercio internacional.
- En 2018, ASIPI e INTA ampliaron el Estudio de 2016 para:
 - Actualizar los hallazgos de los cinco países del primer estudio;
 - Recopilar nuevos resultados para cinco países adicionales, a saber: Argentina, Brasil, Costa Rica, Guatemala y República Dominicana;
 - Proporcionar ideas más significativas a legisladores, empresarios, medios de comunicación y consumidores en general, sobre las importantes contribuciones económicas que las marcas aportan a la sociedad. En conjunto, este estudio de los 10 países se denominará Estudio de 2018.
- Estos 10 países representan casi el 90% del PIB combinado de la región de ALC, y cada uno tiene distintos niveles de actividad marcaria.

Definición de sector intensivo en marcas

- En los estudios de 2016 y 2018, un sector se considera intensivo en marcas si se cumple al menos una de las siguientes condiciones:
 - Si las marcas registradas anualmente contra número de empleados es más alta que el promedio;
 - Si las marcas registradas anualmente contra unidad de ventas son más altas que el promedio.

Principales hallazgos del Estudio 2018

- Cada uno de los 10 países estudiados tiene entre 13 y 21 sectores intensivos en marcas de un total de 45 posibles. Con 21, Costa Rica tiene la mayor cantidad de sectores intensivos en marcas, mientras que Guatemala la menor cantidad de sectores intensivos en marcas. (Para un desglose detallado de los sectores intensivos en marcas por país, consulte el Anexo 1).
- Se descubrió que los productos farmacéuticos y los productos de limpieza son los dos sectores intensivos en marcas en todos los países en estudio. Estos sectores fueron seguidos por las prendas de vestir, los productos alimenticios, las comunicaciones y el entretenimiento en la mayoría de los países estudiados.
- En los 10 países estudiados, los sectores intensivos en marcas:
 - Contribuyen con US \$ 766.6 mil millones (22% promedio) al PIB total de estos países.
 - Emplean a 35 millones de trabajadores (18% promedio) de la fuerza laboral total, esto es un número mayor al tamaño de la población del Perú. En los 10 países estudiados, en promedio 1 de cada 6 empleados trabaja en un sector intensivo en marcas.
 - Pagan hasta un 57% más que los sectores no intensivos en marcas.
 - Contribuyen al 31% de las exportaciones y al 34% de las importaciones, en promedio.
- Para una mejor referencia del impacto de los indicadores mencionados en la economía de los países estudiados, la Tabla 1 contiene un desglose detallado de las cifras económicas de éstos, presentada a continuación:

1 La Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual (ASIPI) es considerada la organización más importante en el campo de la Propiedad Intelectual (PI) en América Latina, y se dedica a proteger los intereses colectivos de sus miembros a través de estudios y la difusión de la PI, así como a promover su desarrollo regulatorio y defensa en las Américas.

2 La International Trademark Association (INTA) es una asociación global de propietarios de marcas y profesionales dedicados a apoyar las marcas y la PI relacionada para fomentar la confianza del consumidor, el crecimiento económico y la innovación.

Las marcas en América Latina: Estudio de su impacto económico en 10 países de la región

Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Costa Rica | Guatemala | México | Panamá | Perú | República Dominicana

TABLA 1

Sectores Intensivos en Marcas: Contribución Económica

Países	Número de sectores Intensivos en Marcas	Valor Agregado Total (PIB) (en%)	Empleo (en%)	Prima Salarial (en%)	Exportaciones (en%)	Importaciones (en%)
Argentina	17	12	18	8	11	23
Brasil	18	14	15	19	23	50
Chile	17	22	28	21	12	17
Colombia	19	20	13	14	10	50
Costa Rica	21	42	36	57	49	50
Guatemala	13	34	3%	9	43	30
México	19	15	20	5	13	17
Panamá	15	16	13	20	71	45
Perú	15	10	8	25	26	23
República Dominicana	14	32	25	10	55	37

Nota: Los países que se destacan superan la contribución media de los sectores intensivos en marcas en esas categorías.

- La contribución promedio de los sectores intensivos en marcas en el PIB de los 10 países estudiados es del 22%. Costa Rica, República Dominicana y Guatemala superan este promedio.
- La contribución promedio de los sectores intensivos en marcas en el empleo en los 10 países estudiados es del 18%. Chile, Costa Rica, República Dominicana y México superan este promedio.
- La contribución promedio de los sectores intensivos en marcas en la prima salarial de los 10 países estudiados es del 19%. Chile, Costa Rica, Panamá y Perú superan este promedio.
- La contribución promedio de los sectores intensivos en marcas en las exportaciones de los 10 países estudiados es del 31%. Costa Rica, República Dominicana, Guatemala y Panamá, los sectores intensivos en marcas superan este promedio.
- La contribución promedio de los sectores intensivos en marcas para las importaciones de los 10 países es 34%. Brasil, Colombia, Costa Rica, República Dominicana y Panamá, superan este promedio.
- Al igual que Estados Unidos³ y Europa⁴, las industrias intensivas en marcas en los países de ALC estudiados contribuyen de manera significativa al PIB, el empleo, la prima salarial y el comercio internacional. Sin embargo, las contribuciones de los países de ALC a estos factores económicos están en un nivel más bajo en comparación con los Estados Unidos y Europa, como se indica a continuación en la Tabla 2:

³ "IP and the U.S. Economy: 2016 Update." USPTO, 2016, www.uspto.gov/sites/default/files/documents/IPandtheUSEconomySept2016.pdf.

⁴ "Intellectual property rights intensive industries and economic performance in the European Union." EUIPO, 2016, www.euiipo.europa.eu/tunnelweb/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/IPContributionStudy/performance_in_the_European_Union/performance_in_the_European_Union_full.pdf.

TABLA 2

Sectores Intensivos en Marcas: Contribución Económica

Sectores Intensivos en Marcas como un conjunto de:	Grupo de países		
	Países estudiados (en%)	Estados Unidos (en%)	Unión Europea (en%)
Valor Agregado Total	22	34.9	35.9
Empleo	18	15.5	21.2
Comercio Internacional: Exportaciones	31	52*	73.9
Comercio Internacional: Importaciones	34	59.3*	71.4
Prima Salarial	19	38	48

Nota: * Corresponde a todas las industrias intensivas en propiedad intelectual (marcas, patentes y derechos de autor).

Varios factores explican las diferencias demostradas anteriormente:

- Los principales impulsores económicos actuales de los países de ALC estudiados son la agricultura, la minería, las exportaciones de los productos relacionados y la manufactura básica. Estas industrias generalmente no son intensivas en marcas y, por lo tanto, sus contribuciones indirectas significativas a las economías de los países de ALC estudiados no se reflejan en las cifras proporcionadas en la Tabla 1.
- Las cifras anteriores no incluyen el factor de informalidad de la economía de los países en estudio, y que representa hasta un 53% de la fuerza laboral. Por lo tanto, especialmente para las primas salariales, las brechas reflejadas entre los países de ALC y los Estados Unidos y Europa podrían ser mucho más estrechas si dicha informalidad fuera también sustancialmente menor.
- En el caso del comercio internacional, las cifras de los Estados Unidos se refieren a todos los derechos de propiedad intelectual. Sin embargo, en el caso de los 10 países de ALC estudiados, las cifras del comercio internacional solo se centran en las marcas. Por lo tanto, si las contribuciones de otros derechos de propiedad intelectual se incluyen en el Estudio de 2018, se anticipa que las cifras para el comercio internacional podrían ser mayores en los 10 países de ALC estudiados.
- Si bien los países de ALC estudiados exhiben, en promedio, niveles más bajos de contribuciones de las industrias intensivas en marcas al PIB, empleo, salarios y marcas internacionales, Costa Rica es única en el caso de las primas salariales.
- Costa Rica tiene una prima salarial del 57%, superando los promedios de Estados Unidos y Europa en esta categoría. Un examen más detallado de los resultados de Costa Rica también indica que la contribución de los sectores intensivos en marcas al PIB es del 42%, la más alta entre todos los países estudiados. No es sorprendente entonces que Costa Rica tenga el mayor número de sectores intensivos en marcas (21 de los posibles 45 sectores).

Comparación del Estudio de 2016 y el Estudio de 2018

- En comparación con el Estudio de 2016, el Estudio de 2018 logró precisar dos indicadores en Panamá y Perú relacionadas con las contribuciones de los sectores intensivos en marcas al comercio internacional.
- En el caso de Panamá, los flujos comerciales de las Zonas Francas se integraron en el comercio total de todos los países en el Estudio de 2018.
- En el caso de Perú, las exportaciones de algunos productos básicos (como minerales) ahora se consideran dentro del Estudio 2018. Las cifras actualizadas, con la comparación con el Estudio 2016, se reflejan a continuación en la Tabla 3:

TABLA 3

Sectores intensivos en marcas: contribuciones económicas al comercio internacional

País	Comercio Internacional			
	Participación de los sectores intensivos en marcas en las exportaciones (en%)		Participación de los sectores intensivos en marcas en las exportaciones (en%)	
	2016	2019	2016	2019
Chile	9	12	13	17
Colombia	9	10	51	50
México	14	13	19	17
Panamá	20/75*	71	21/78*	45
Perú	5	26	21	23

*Nota: Las cifras incluyen exportaciones e importaciones desde y hacia la Zona de Libre Comercio de Colón. Esta explicación solo se aplica en el estudio de 2016 a las cifras del 75% para las exportaciones y del 78% para las importaciones.

- Además de las diferencias mencionadas anteriormente, las contribuciones de los sectores intensivos en marcas al PIB, el empleo y las primas salariales en Chile, Colombia, Panamá, Perú y México encontrados en el Estudio de 2018 siguen siendo similares al Estudio de 2016 porque los sectores intensivos en marcas en cada país no han cambiado mucho desde los dos períodos de enfoque para los estudios: 2010-2014 y 2013-2017, respectivamente.

Conclusiones

- Los países de ALC estudiados están avanzando hacia un crecimiento económico sostenible y alcanzo niveles de economías de altos ingresos. Para acelerar esta tendencia positiva, estos países deberían cambiar su enfoque de la manufactura básica y la exportación de productos básicos hacia la innovación y los bienes y servicios basados en el conocimiento de mayor valor.
- La transición hacia una actividad de mayor valor también está vinculada a una mayor integración dentro de las cadenas de suministro mundiales. Para la región de ALC, el desarrollo de tales estrategias orientadas a la exportación beneficiaría a la región en su conjunto.
- Maniobrar la transición mencionada anteriormente, requiere de sistemas de protección y observancia de la propiedad intelectual más fuertes y eficientes se vuelven importantes para vigorizar a las empresas y empresarios locales para desarrollar bienes y servicios y entrar en oportunidades comerciales transfronterizas. Además, la propiedad intelectual y los sistemas de aplicación más sólidos atraerán más inversión extranjera directa, conocimiento tecnológico y talento, lo que a su vez ayudará al movimiento hacia arriba en la cadena de valor.
- Los gobiernos de los países de ALC estudiados se beneficiarán de la reforma continua de sus sistemas de marcas porque los resultados del Estudio de 2018 demuestran que los sectores intensivos en marcas juegan un papel vital en las economías de los 10 países estudiados. El proceso de reforma ya ha comenzado en estos países, pero aún queda mucho por hacer.
- Los resultados muestran que se pueden lograr mejores y más impactantes indicadores en la medida que las economías de los países tiendan a ser más formales, pues habrá más intensidad marcaria y con ellos mejores contribuciones al PIB, empleo y primas salariales. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) explica que el empleo informal generalmente significa un trabajo de baja calidad sin protección de los trabajadores, como la seguridad social o la compensación por horas extras. Estos son los tipos de empleo que conforman las economías informales. La Americas Society/Council of Americas desglosó un informe de la OIT sobre empleos informales no agrícolas en 14 países de América Latina y el Caribe en 2013 entre personas de 15 años o más. Precisamente Costa Rica, que tiene la mayor cantidad de sectores intensivos en marcas registradas en el Estudio de 2018, también tiene la tasa más baja de empleos informales no agrícolas como porcentaje del empleo total.
- El Informe sobre el impacto económico de la falsificación y la piratería realizado por ICC- ASCAP e INTA publicado en 2017 pronostica que para 2022, 5.4 millones de empleos (que es aproximadamente el tamaño de la población de Costa Rica) se perderán a nivel mundial como resultado de la falsificación y piratería, que es otro contribuyente a las economías informales. Siendo tan importante la contribución de las industrias intensivas en marcas en el comercio internacional y en la generación de empleos, los gobiernos de los países de América Latina y el Caribe deberían garantizar una protección y aplicación más estrictas contra la falsificación de las marcas, para evitar que los empleos formales se desplacen hacia tales actividades ilegales. Esto también fortalecerá su determinación de formalizar las economías en sus respectivos países.
- Dada la importancia de las marcas para la economía y la sociedad, cualquier medida regulatoria que requiera envases genéricos o estandarizados para productos de consumo podría amenazar la actividad económica, el empleo, el comercio internacional y las primas salariales que actualmente se disfrutan como resultado de los sectores intensivos en marcas en los países estudiados, generando pérdidas de fuentes de ingresos fiscales. Por ejemplo, los países de América Latina, como Chile y Colombia, que demuestran una mayor intensidad de marcas en productos alimenticios y bebidas alcohólicas, deberían considerar cuidadosamente las consecuencias económicas de promulgar regulaciones que restrinjan la explotación y uso normal de las marcas en estos productos.
- Las oficinas nacionales de propiedad intelectual, los propietarios de marcas y los profesionales y organizaciones de marcas como ASIPI e INTA pueden usar los datos encontrados en este estudio para compartir con los creadores de políticas y los consumidores en general el valor de las marcas para la economía de ALC.

5 Gonzalez, Elizabeth. "Weekly Chart: Latin America's Informal Economy." AS/COA, 2 Apr. 2015, www.as-coa.org/articles/weekly-chart-latin-americas-informal-economy.

6 International Labour Organization. (2014). "Thematic Labor Overview: Transition into Labour Formality in Latin America and Caribbean", http://ilo.org/wcmsp5/groups/public/-americas/-ro-lima/documents/publication/wcms_314469.pdf

7 Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy (BASCAP) was launched by the International Chambers of Commerce (ICC)

Las marcas en América Latina: Estudio de su impacto económico en 10 países de la región

Argentina | Brasil | Chile | Colombia | Costa Rica | Guatemala | México | Panamá | Perú | República Dominicana

Anexo 1

Sectores Intensivo en Marcas por País

Clase Niza según identificación de intensidad de marcas por sector de este estudio		Denominación		Clases intensivas en marcas en los países seleccionados								
		Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Costa Rica	Guatemala	México	Panamá	Perú	República Dominicana	
Bienes												
1	Productos químicos		x			x	x	x	x	x		
2	Pinturas y anticorrosivos	x	x	x								
3	Cosméticos y productos de limpieza	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
4	Combustibles		x									
5	Productos farmacéuticos y desinfectantes	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
7	Maquinarias				x						x	
8	Herramientas manuales	x			x			x		x	x	
9	Equipos científicos, digitales y software	x	x		x	x	x		x	x	x	
10	Equipos quirúrgicos	x	x		x	x		x	x	x	x	
11	Aparatos del hogar					x	x					
12	Vehículos				x	x					x	
13	Armas de fuego y pirotecnia				x					x		
14	Metales preciosos y joyería	x	x	x		x		x	x	x	x	
15	Instrumentos musicales				x							
16	Papelería		x	x		x	x	x		x	x	
18	Cueros y sus sustitutos	x	x	x	x	x			x			
19	Material de construcción no metálicos				x	x						
20	Muebles		x			x	x	x				
24	Textiles	x		x								
25	Indumentaria	x	x	x	x	x	x	x	x		x	
26	Artículos de mercería y decoración							x				
27	Alfombras	x						x	x	x		
28	Juguetes, juegos y artículos deportivos	x	x	x	x	x		x	x	x		
30	Café, té, cacao y preparados de cereales			x		x	x					
32	Cerveza y bebidas no alcohólicas					x	x					
33	Bebidas alcohólicas			x	x		x					
34	Tabaco y sus productos				x							
Servicios												
35	Publicidad, servicios de gestión comercial y empresarial	x	x	x		x	x	x	x	x	x	
36	Servicios financieros, de seguros e inmobiliarios					x				x	x	
38	Telecomunicaciones	x		x	x	x		x	x			
39	Transporte y almacenamiento										x	
40	Tratamiento de materiales	x	x	x	x			x	x	x		
41	Servicios educativos, de entretenimiento, deportivos y culturales	x	x	x	x	x		x	x			
42	Servicios científicos y tecnológicos	x	x	x	x	x		x	x	x	x	
43	Restaurantes y hotelería		x	x								
44	Servicios médicos, veterinarios y de agricultura						x	x				
Total de sectores intensivos en marcas		17	18	17	19	21	13	19	15	15	14	

