

Las empresas están obteniendo márgenes históricos a costa de la sociedad (inflación) y de sus trabajadores (reparto del valor añadido)

26 de julio de 2023

CLAVES

- El sector energético ha obtenido en los últimos 12 meses un margen de 97.805 millones, un 262% más que en 2019. El turismo y la hostelería y la cadena alimentaria también han ensanchado notablemente sus márgenes.
- Los márgenes empresariales han crecido el triple que los salarios desde 2019 y se quedan con 6,6 puntos más del valor añadido generado por los sectores analizados.
- Esta situación se explica en parte por el poder de mercado del que disponen muchas empresas en sus respectivos sectores para no solo trasladar las subidas de costes que afrontan sino para subir los márgenes a costa de sus trabajadores y del conjunto de la sociedad.

RESUMEN EJECUTIVO

- **Los márgenes empresariales están en máximos históricos a costa de la sociedad y de sus trabajadores.** Las empresas nunca habían obtenido un margen tan elevado como retorno de su actividad, aumentando el importe de sus ventas más que sus costes y trasladando hacia fuera, al resto de la sociedad, el choque inflacionista iniciado en el sector energético. Y los márgenes también han aumentado en el interior de las empresas a costa de los salarios, al crecer más y quedarse con un mayor porcentaje del reparto interno del valor generado en detrimento de los salarios.
- **En 2023 los márgenes empresariales están logrando nuevos máximos históricos**, superando los máximos anteriores logrados en 2021 y 2022. En términos absolutos (millones de euros) los márgenes son actualmente un 50% superior a los obtenidos antes de la pandemia (2019). Y el margen medio sobre ventas es un 13,5% superior al logrado en 2019. Los márgenes empresariales han ganado 6,6 puntos a costa de los salarios en el reparto del valor añadido, comparando la situación actual con la de 2019.

- **El aumento de los márgenes no se ha producido con igual intensidad en todos los sectores.** El sector energético ha sido el que más ha disparado sus márgenes, pero el margen generado por el resto de actividades -en millones de euros- también ha seguido aumentando. En general, aquellos sectores con un mayor poder de mercado y demanda inelástica han tenido más capacidad de trasladar a sus clientes los aumentos de sus costes, manteniendo e incluso aumentando sus márgenes: petróleo, gas y electricidad, hostelería y turismo, elaboración y distribución de alimentos. En otros sectores y/o empresas su poder de mercado ha sido menor y no han podido repercutir toda la subida a sus costes y han tenido que asumir una reducción de sus márgenes, como les ha ocurrido a las gasolineras. Y dentro de cada sector, la evolución de los márgenes de cada actividad también ha dependido de su posición y poder dentro de la cadena de valor sectorial.
- En 2021 y 2022 fue el **sector energético** el que impulsó el fuerte aumento de los márgenes empresariales. En 2022 se sumaron **el turismo y la hostelería**, que en 2023 ya sitúan sus márgenes en máximos históricos, a los que también se suma en 2023 la **cadena alimentaria**, con el comercio mayorista de alimentos impulsando los márgenes del sector. En el 1t2023 la cadena alimentaria ha reducido sus precios mucho menos de lo que han caído sus costes, ensanchando sus márgenes (los precios suben como un cohete, pero bajan como una pluma).
- **En una economía capitalista las empresas buscan maximizar sus beneficios y es responsabilidad del Gobierno defender el interés general de la población**, actuando sobre aquellos sectores que obtienen retornos excesivos a costa de la sociedad, especialmente, en un contexto de especial dificultad como el de la pandemia, agravado además por la fuerte espiral inflacionista. Los sectores empresariales deben arrimar el hombro y asumir una parte del esfuerzo que ha realizado la sociedad española para superar esta grave situación. No es de recibo que los salarios hayan sufrido una pérdida histórica de poder adquisitivo en 2021 y 2022 mientras que los márgenes empresariales están desatados y en máximos. Y para lograrlo, es necesario la actuación decidida del Gobierno en varios frentes. Los impuestos extraordinarios para capturar parte de los márgenes empresariales excesivos y redistribuirlos a los afectados están bien, pero hacen falta medidas estructurales que acaben con la situación de poder de mercado que ha permitido a estos sectores incrementar sus márgenes. La reforma de los mercados eléctrico e hipotecario o el establecimiento de entes públicos en determinados sectores estratégicos que introduzcan competencia y sean palanca para el impulso del tan necesario como impostergable cambio del modelo productivo son algunas de esas medidas, pero cada sector necesitará intervenciones específicas.

INFORME

Las empresas están logrando en España unos márgenes históricamente altos de su actividad productiva (un 50% más que en 2019) impulsando la subida de los precios y aumentando la parte del valor añadido que se quedan vía márgenes en detrimento de la participación de los salarios.

Estos resultados se obtienen de analizar los datos que ofrece el Observatorio de Márgenes Empresariales elaborado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, con la colaboración y datos de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria y el Banco de España. Comisiones Obreras celebra la puesta en marcha del Observatorio, un primer paso necesario e importante para dotarnos de una estadística oficial sobre los márgenes empresariales que ofrezca en un futuro próxima información suficientemente desglosada por ramas de actividad y tamaños de empresa.

Disponer de un observatorio sobre los márgenes de las empresas ha sido una reivindicación y propuesta de Comisiones Obreras en estos últimos años que por fin empieza a ser atendida. Este observatorio va a ser una pieza clave para aportar información simétrica y transparencia a los negociadores de los convenios colectivos de trabajo, para poder pactar las condiciones laborales en base a información fiable y objetiva sobre la situación sectorial. Igualmente, será de gran utilidad para disponer de información actualizada y desglosada que permita analizar el comportamiento de los diferentes sectores económicos y productivos frente a sucesos que impactan en la actividad económica de España, como la pandemia, la guerra en Ucrania o el choque inflacionista en la energía.

Los datos disponibles sobre márgenes empresariales llegan hasta el primer trimestre de 2023. Para minimizar datos atípicos, se han utilizado datos en media anual móvil, cogiendo los datos de los últimos 12 meses (2t2022-1t2023) para realizar comparaciones interanuales, y no solamente comparar los primeros trimestres, sujetos a mayor variabilidad.

Los márgenes empresariales se disparan en el conjunto de la economía

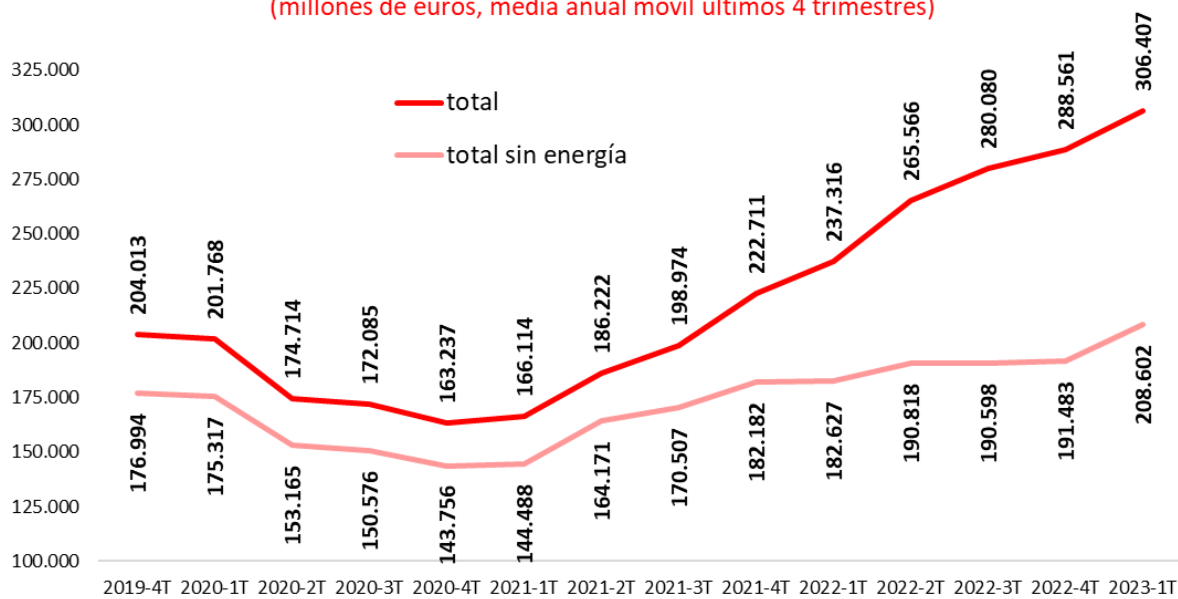
Cuando empezó la crisis inflacionista se decía que el incremento de los precios de las materias primas iba a suponer un choque externo cuyo coste se tendría que repartir entre los trabajadores, los empresarios y el Estado. Sin embargo, finalmente ha habido actores para los que la crisis inflacionista sí que ha supuesto un coste y otros que no solo no han perdido con esta crisis, sino que han ganado más que nunca. En el conjunto de la economía las principales conclusiones que se pueden obtener del Observatorio de Márgenes son las siguientes:

- 1) En los últimos doce meses las empresas han obtenido un margen de 306.407 millones, los más altos de su historia y que superan en un 50% los obtenidos en 2019. Esta situación no se debe sólo a las fuertes ganancias de las energéticas, sino que el resto de los sectores también incrementan sus márgenes un 17,9% en este período.
- 2) El margen total sobre ventas sube un 13,5% desde 2019 y alcanza el 12,3%.
- 3) Los márgenes empresariales crecen el triple que los salarios en estos años y se quedan con 6,6 puntos más del valor añadido generado por los sectores analizados.

Las empresas han ganado mucho con esta crisis. Han ganado hacia afuera, porque los márgenes empresariales han crecido en 102.394 millones desde 2019, pero también han ganado hacia adentro, capturando un porcentaje récord del 55,2% del valor añadido generado frente a unos trabajadores que han perdido 6,6 puntos de participación en el valor añadido desde 2019. Todo esto se puede apreciar en los gráficos 1,2 y 3.

Gráfico 1

Los márgenes absolutos están en máximos, incluso sin energía
(millones de euros, media anual móvil últimos 4 trimestres)

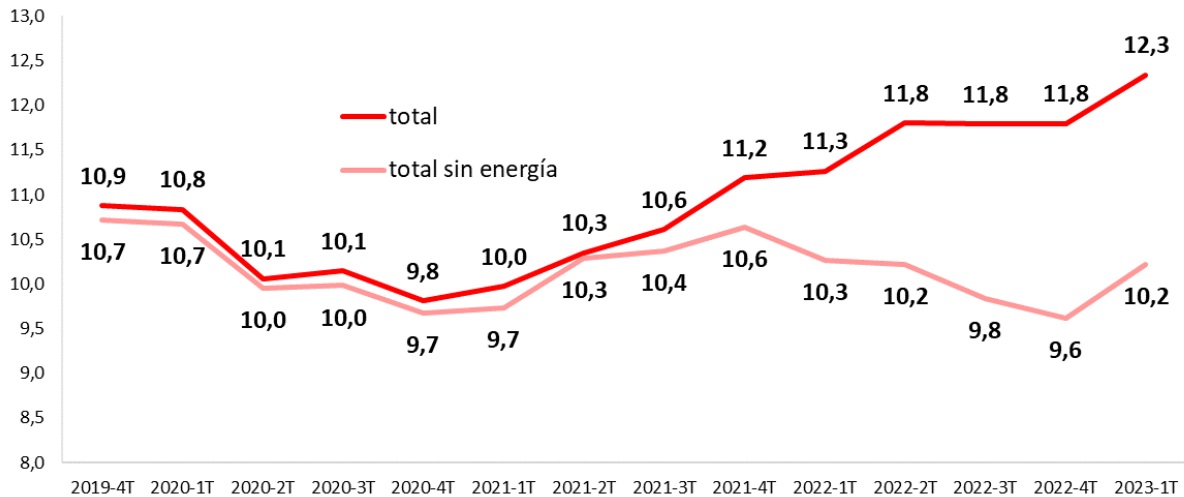


Fuente: Gabinete Económico de la CS de CCOO con datos del Observatorio de Márgenes Empresariales

Como se puede observar en el gráfico 1, las empresas energéticas no explican por sí solas el incremento de los márgenes empresariales, aunque supongan una buena parte. Los márgenes de las empresas no energéticas se han incrementado en 31.608 millones de euros desde 2019, contribuyendo de esta manera también a agravar la inflación. Esta subida generalizada de los márgenes ha hecho que las empresas no energéticas también sean capaces de mantener su margen sobre ventas a pesar de la subida de precios, como se aprecia en el gráfico 2. De esta forma, han logrado trasladar todos los costes de la inflación al resto de la sociedad sin asumir parte del impacto en sus cuentas, como sí han hecho, por ejemplo, las empresas japonesas.

Gráfico 2

El margen sobre ventas se ha mantenido en pandemia descontada la energía
(porcentaje, media anual móvil últimos 4 trimestres)

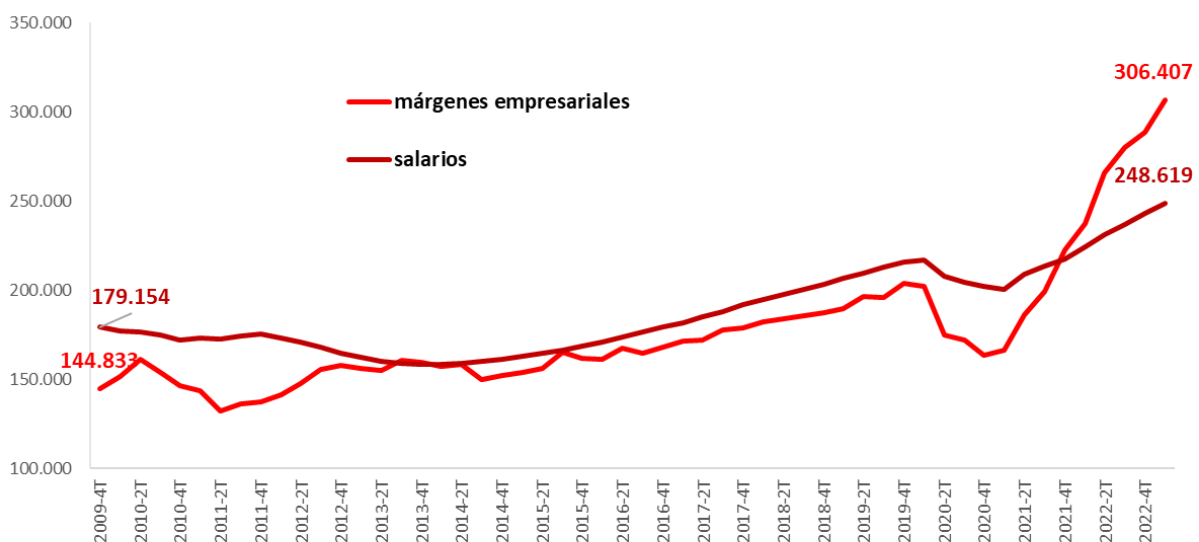


Fuente: Gabinete Económico de la CS de CCOO con datos del Observatorio de Márgenes Empresariales

Esto ha significado que los costes de la inflación los han tenido que pagar íntegramente el Estado y los trabajadores. Así, los márgenes crecen más del triple que los salarios desde 2019 y cada trimestre han logrado capturar una proporción mayor del valor añadido generado.

Gráfico 3

Los márgenes empresariales crecen más del triple que los salarios desde 2019
(variación en millones, datos en media anual móvil últimos 4 trimestres)



Fuente: Gabinete Económico de la CS de CCOO a partir de los datos del Observatorio de Márgenes Empresariales

En el gráfico 3 también se ve cómo los salarios siempre habían superado a los márgenes empresariales en los sectores analizados por el Observatorio, pero la explosión de los márgenes que estamos viviendo ha hecho que se intercambien los papeles y los salarios pasen a representar sólo un 44,8% del valor añadido de los sectores analizados, frente al 51,4% que suponían en 2019. Además, el incremento de la masa salarial puede llevar a engaño, porque buena parte del mismo se debe al crecimiento del empleo que hemos experimentado estos años, y no a una subida de la cuantía de los salarios.

En estos tres gráficos se ve claramente que los márgenes empresariales son los grandes beneficiados de esta crisis, pero como ya se podía empezar a apreciar en los gráficos 1 y 2 este proceso dista mucho de ser homogéneo. Hay sectores como el energético que han sido los principales causantes de la inflación excesiva que hemos sufrido en nuestro país en los últimos 2 años que se han beneficiado como nunca, mientras que muchas empresas han visto reducidos sus márgenes. Por eso, en las siguientes secciones se examinan en más detalle 3 sectores que, en distintos momentos de esta crisis, han contribuido a incrementar los precios de la cesta de la compra en mayor medida de lo que han subido sus costes. Dentro de esta recopilación no se encuentra el sector financiero porque el Observatorio de Márgenes Empresariales se basa en los datos de IVA que declaran las empresas, y como muchos productos financieros de los bancos como los créditos no tributan por este concepto el Observatorio no puede ofrecer datos sobre él.

El sector energético ha cuadruplicado su margen empresarial

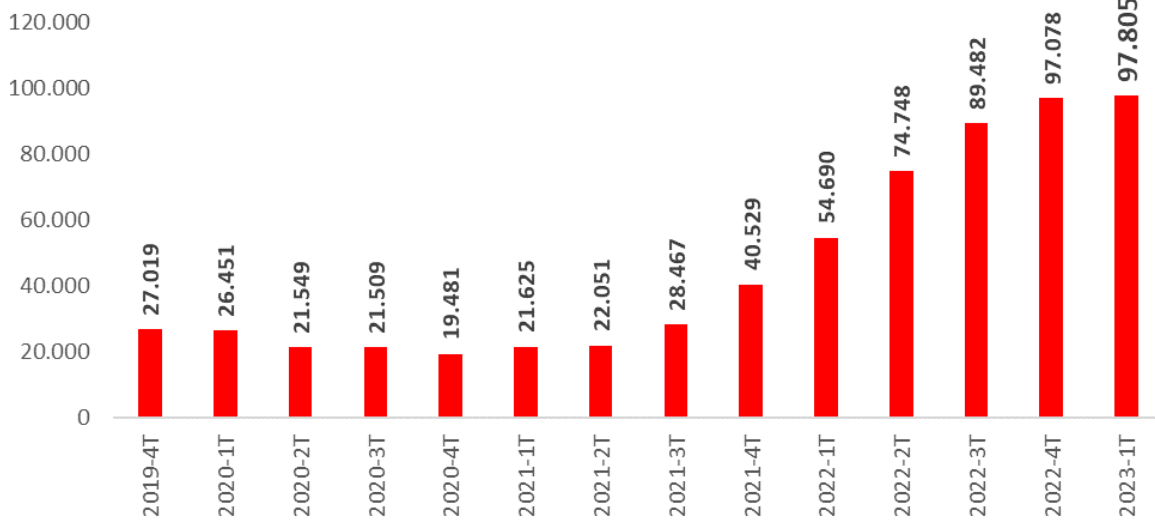
El sector energético engloba la producción, distribución y venta de los distintos tipos de energía que consumimos habitualmente, esto es, electricidad, gas natural y el petróleo y sus diferentes derivados. El nivel de desglose que ofrece el Observatorio de Márgenes Empresariales permite reconstruir este sector, aunque una mayor diferenciación de algunos de los elementos como los correspondientes a la electricidad y al gas permitiría observar mejor las diferentes dinámicas que han seguido cada uno de estos subsectores.

- 1) El sector energético ha obtenido en los últimos 12 meses un margen de 97.805 millones, un 262% más que el margen que obtuvieron en 2019.
- 2) El margen total sobre ventas se dispara del 12,1% en 2019 al 22,1% en los últimos 12 meses, en un contexto en el que además las ventas del sector se han doblado por los excepcionales incrementos de precios.
- 3) Las empresas energéticas también ganan hacia adentro y amplían su margen a costa de los salarios. Así, el margen empresarial sobre el valor añadido pasa del 86,8% en 2019 al 95,6% en los últimos 12 meses. Comparado con 2019, el margen empresarial en el sector energético ha crecido 25 veces más que los salarios.

En el Gráfico 4 se puede apreciar la evolución de los márgenes de beneficio en el sector energético en los últimos años:

Gráfico 4

Los márgenes en el sector energético siguen disparados
(millones de euros, media móvil anual últimos 4 trimestres)

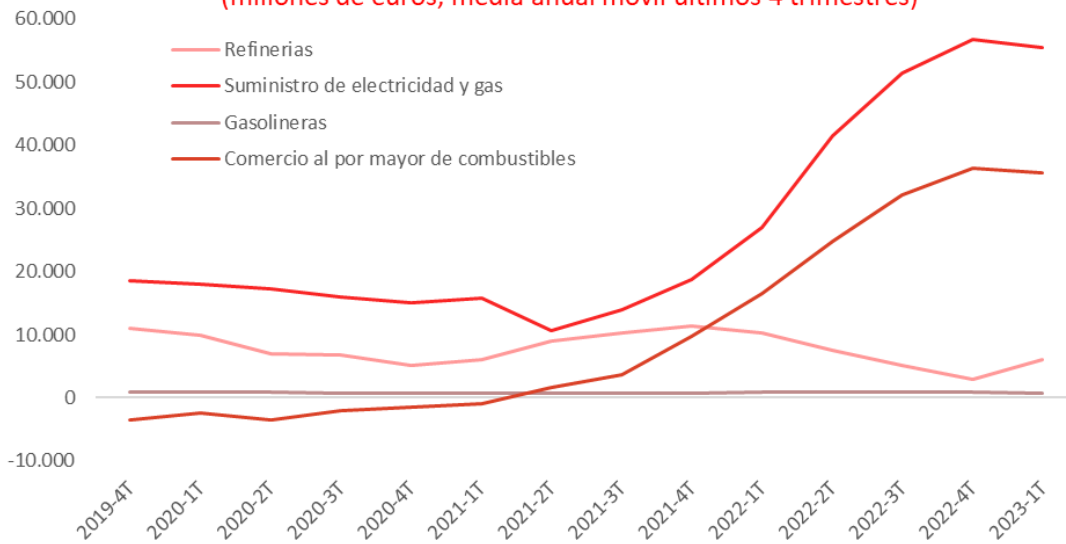


Fuente: Gabinete Económico de la CS de CCOO con datos del Observatorio de Márgenes Empresariales

En el gráfico 4 se aprecia claramente cómo la subida de los precios, que empezó con el gas y la electricidad en el tercer trimestre de 2021, combinada con el carácter oligopólico de los mercados energéticos y con el mal diseño regulatorio de algunos de ellos han permitido a las empresas casi cuadruplicar sus márgenes. El sector energético ha concentrado el 86% del aumento de los márgenes empresariales en 2022 respecto a 2021. Este incremento de los márgenes no se ha distribuido de manera homogénea entre todos los integrantes del sector energético, como se puede apreciar en el Gráfico 5:

Gráfico 5

El margen empresarial se ha disparado en el sector energético
(millones de euros, media anual móvil últimos 4 trimestres)



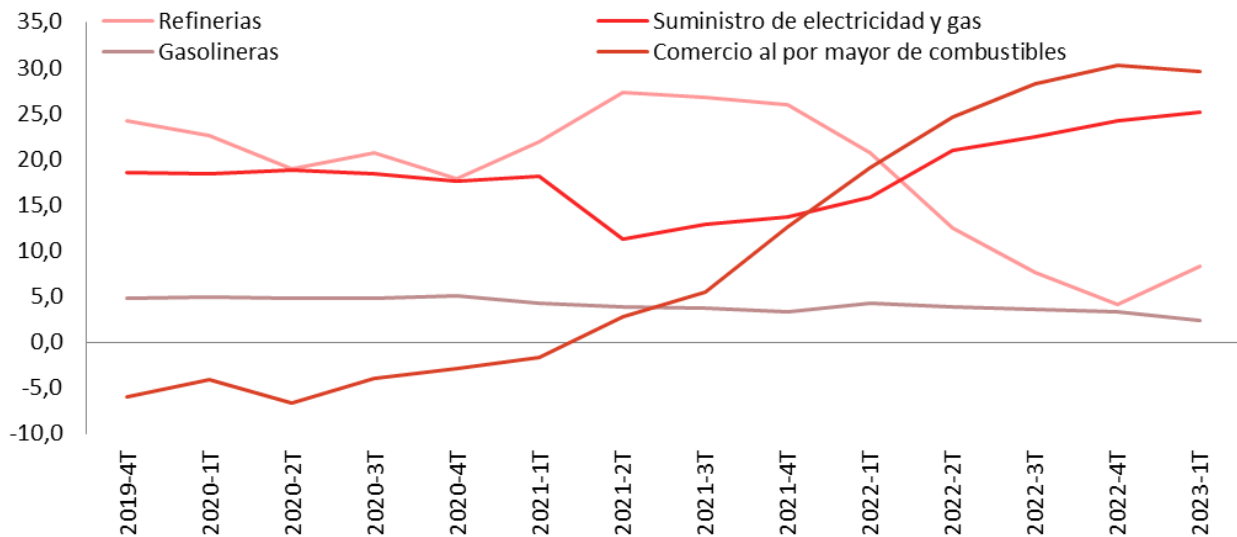
Fuente: Gabinete Económico de la CS de CCOO con datos del Observatorio de Márgenes Empresariales

En el gráfico 5 se puede observar cómo los márgenes de las eléctricas y las gasistas, así como de las petroleras que comercian al por mayor con productos derivados del petróleo son los principales causantes de la inflación. En el Gráfico 5 se puede ver cómo en 2021, cuando hubo un cuello de botella a nivel internacional con la capacidad de refino, el incremento de los márgenes de refino fue sustancial y contribuyó con ello a la inflación de nuestro país. Posteriormente el margen empresarial en el comercio mayorista de combustibles subió de manera acelerada e hizo que los márgenes de refino cayesen, pero en realidad las empresas que controlan ambos segmentos del negocio en nuestro país son las mismas, así que las petroleras han ganado cada vez más en todo momento. La otra cara de la moneda serían las gasolineras, que en muchos casos no son propiedad de las petroleras sino franquicias y que no han podido incrementar sus márgenes empresariales como las empresas del resto de la cadena de valor, que están mucho más concentradas. Esta misma imagen se puede apreciar al ver los márgenes sobre ventas en porcentaje de los distintos componentes del sector energético, tal y como se puede observar en el Gráfico 6.

Gráfico 6

Evolución de los márgenes sobre ventas en el sector energético

(Porcentaje, media anual móvil de los últimos 4 trimestres)



Fuente: Gabinete Económico de la CS de CCOO con datos del Observatorio de Márgenes Empresariales

En el Gráfico 6 se puede apreciar más claramente la relación inversamente proporcional entre los márgenes de las refinerías y los márgenes del comercio al por mayor de combustibles, que en realidad pertenecen a las mismas empresas. En cualquier caso, todos los datos sobre márgenes empresariales del sector energético sólo confirman lo que ya sabíamos sobre el comportamiento de las energéticas en esta crisis. Las energéticas aprovecharon la subida de precios de las materias primas para incrementar sus márgenes con fuerza y ahora que los precios de las materias primas están bajando están manteniendo márgenes. Estas empresas se han lucrado a costa de la sociedad de manera desmesurada y eso justifica plenamente gravar fiscalmente esos beneficios extraordinarios, pero también nos recuerda que debemos reformar la formación de precios en mercados como el eléctrico o el gasístico para devolver los márgenes de estas empresas de manera estructural a niveles asumibles para la sociedad.

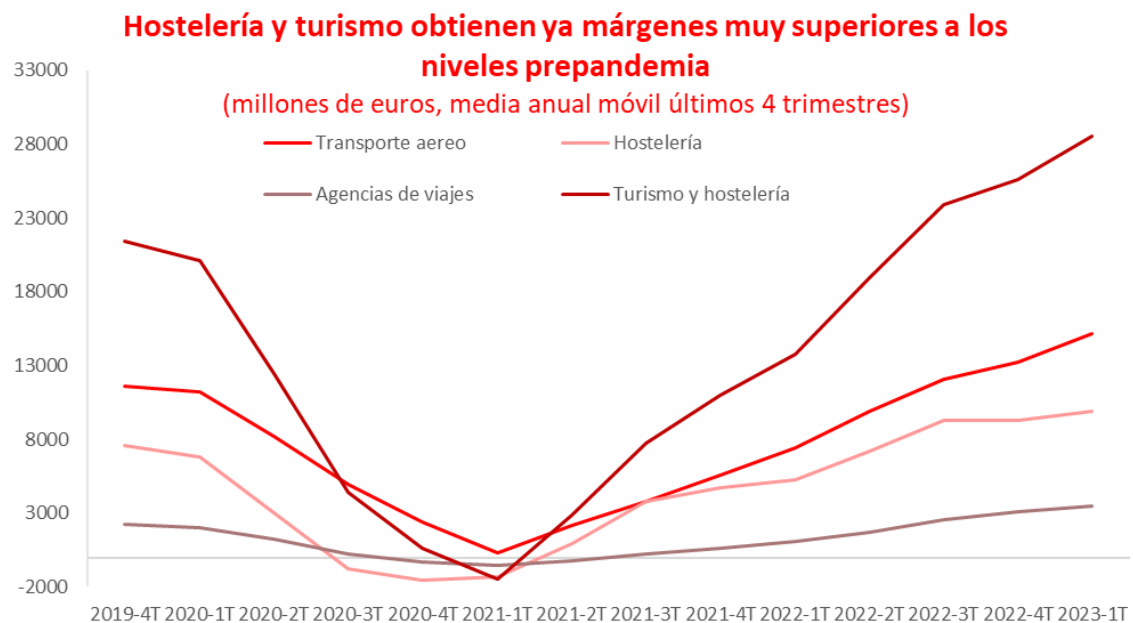
El turismo y la hostelería están obteniendo los mayores márgenes de su historia

Dentro del sector del turismo y la hostelería están incluidos subsectores como el transporte aéreo, las agencias de viajes o los alojamientos y los servicios de comidas y bebidas. Los datos de alojamientos, que se encuadrarían completamente dentro del sector turístico, y los datos de los servicios de comidas y bebidas como la restauración, están agregados, y eso no permite observar la evolución de estos subsectores con suficiente precisión. Por ejemplo, la ausencia de esta desagregación no permite diferenciar claramente el efecto de las importantes subidas de precios que se han producido en los hoteles. No obstante, las principales conclusiones de la evolución de los márgenes empresariales en este sector son las siguientes:

- 1) Los márgenes empresariales del turismo y la hostelería se han recuperado rápidamente de la pandemia y han ascendido hasta 28.561 millones en los últimos 12 meses, un 33% más que los 21.431 millones de margen en 2019.
- 2) El sector del transporte aéreo está aprovechando especialmente la coyuntura para enriquecerse y en el 1t2023, en un trimestre tradicionalmente más débil para el turismo, obtiene un margen de 4.095 millones, superior incluso al que obtenía en el verano de 2019 (3.442 millones), en plena temporada alta.
- 3) El margen relativo sobre ventas del turismo y la hostelería alcanza el 30,1%, claramente por encima del que obtenía en 2019 (26,6%).
- 4) El enriquecimiento de los empresarios del sector turístico y de la hostelería también se produce a costa de sus trabajadores: los márgenes empresariales suben su participación en el valor añadido 3,5 puntos hasta el 58,3% entre 2019 y 2022.

En el Gráfico 7 se puede apreciar la evolución de los márgenes empresariales en el sector del turismo y la hostelería desde antes de la pandemia:

Gráfico 7



Fuente: Gabinete Económico de la CS de CCOO con datos del Observatorio de Márgenes Empresariales

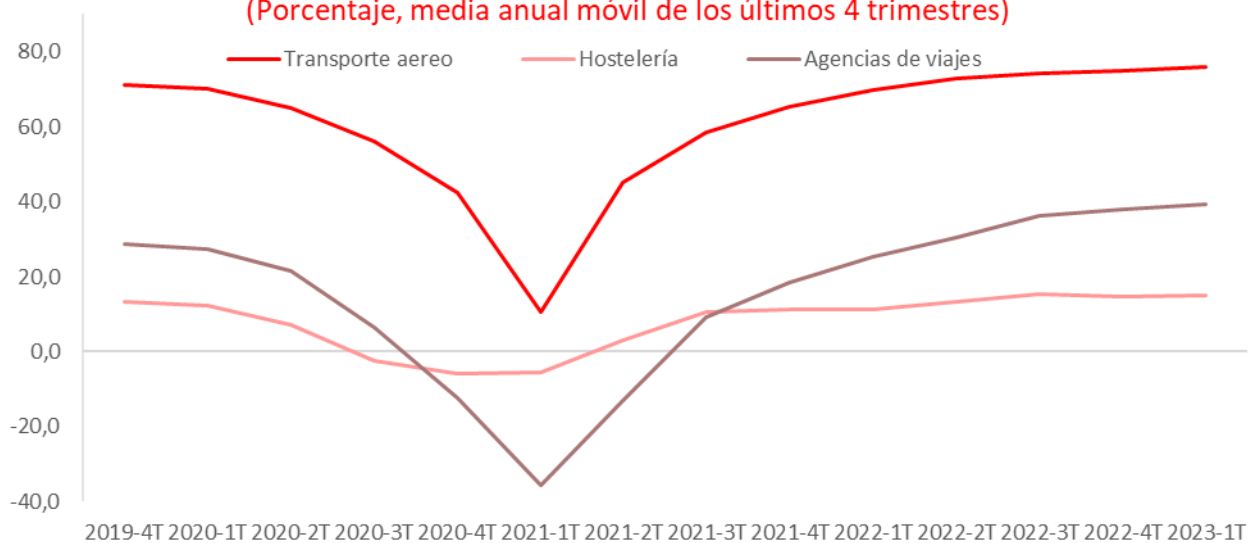
Como se puede apreciar en el Gráfico 7, todos los sectores relacionados con el turismo han podido aprovechar la importante demanda para llevar sus márgenes a niveles récord. De esta forma, en el sector turístico se puede encontrar de nuevo un sector que, a pesar de sufrir una escalada importante en sus costes, no sólo ha trasladado a sus clientes el incremento de costes, sino que ha subido más allá los precios, contribuyendo así a subir la inflación. El sector del transporte aéreo ha subido sus precios como

un cohete cuando ha subido el precio del petróleo y ahora que está bajando no está bajando sus precios de manera correspondiente e incluso los continúa incrementando, por lo que las grandes empresas de este sector son las principales beneficiadas y una de las principales causantes de la inflación en este sector.

Gráfico 8

Evolución de los márgenes sobre ventas en el turismo y la hostelería

(Porcentaje, media anual móvil de los últimos 4 trimestres)



Fuente: Gabinete Económico de la CS de CCOO con datos del Observatorio de Márgenes Empresariales

De hecho, como se puede ver en el gráfico 8, incluso en lo peor de la pandemia las aerolíneas lograron mantener un margen positivo. Además, después de la pandemia, en medio de una subida del precio del petróleo que debería haber resultado en un golpe importante a sus márgenes han logrado llevar sus márgenes sobre ventas a niveles récord, alcanzando en el primer trimestre de 2023 un margen sobre ventas de un 76%.

La cadena alimentaria traslada sus costes al consumidor final

La cadena alimentaria engloba las diferentes actividades que abarcan desde la producción de alimentos, a su transformación, distribución, comercialización y consumo final. Con el nivel de desglose sectorial que ofrece el Observatorio de Márgenes Empresariales se ha reconstruido esta cadena, aunque es evidente que un mayor desglose sectorial hubiera permitido aproximar mejor la composición de la cadena alimentaria con otras actividades vinculadas como las actividades de almacenamiento, transporte y logística, que también han registrado un fuerte aumento de sus márgenes en los últimos trimestres.

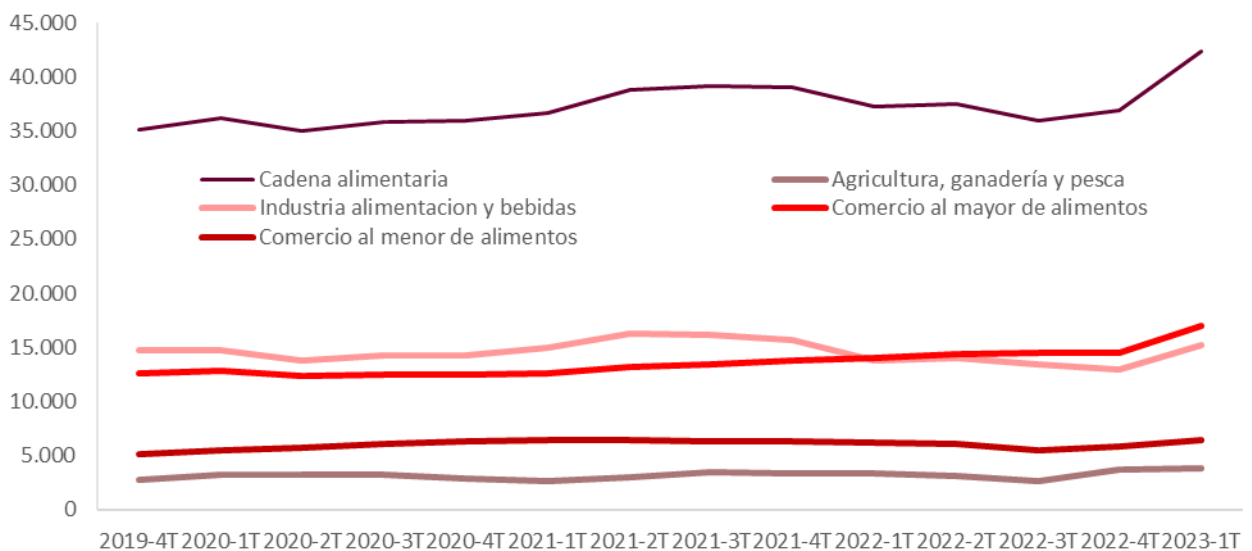
- 1) El margen de la cadena alimentaria ha subido hasta 42.363 millones en los últimos 12 meses, un 20% más de los que obtuvo en 2019 (35.171 millones). El aumento del margen es del 75% comparando el 1t2023 con el 1t2022.
- 2) Los mayoristas de la alimentación son los principales beneficiados de esta situación y suben sus márgenes en 2.500 millones de euros en un solo año, alcanzando un récord de 5.829 millones de euros.
- 3) Los mayoristas ya están empezando a notar en sus compras la reducción de los precios en los mercados internacionales de los alimentos, pero los están repercutiendo en menor medida al resto de la cadena alimentaria, manteniendo alto su margen.

Durante la pandemia las empresas de la cadena alimentaria pudieron llevar sus márgenes a niveles récord. Por eso, cuando en 2022 empezó la guerra de Ucrania y toda la cadena alimentaria vivió un choque externo derivado del incremento del precio de los insumos o del aumento de los precios de los alimentos en los mercados internacionales, al principio ocurrió lo esperable y los márgenes empresariales se rebajaron como respuesta a esa situación. Sin embargo, en cuanto los precios se han empezado a relajar a nivel internacional y se han comenzado a aplicar medidas como la rebaja del IVA, el sector ha aprovechado para volver a darle un importante empujón a sus márgenes empresariales. Los efectos de esta dinámica según la cual los precios suben como un cohete para mantener los márgenes, pero bajan como una pluma una vez pasa la situación de crisis se pueden apreciar en el Gráfico 9.

Gráfico 9

Los márgenes en la cadena alimentaria se disparan en el último trimestre

(millones de euros, media anual móvil últimos 4 trimestres)

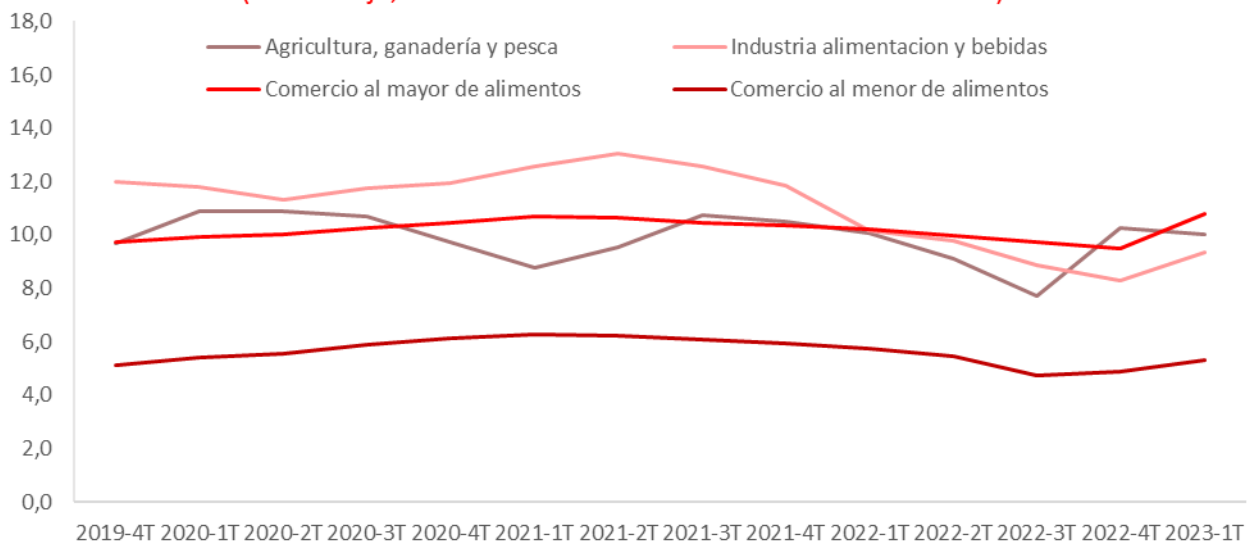


Fuente: Gabinete Económico de la CS de CCOO con datos del Observatorio de Márgenes Empresariales

En el gráfico 9 se puede apreciar, además, cómo los mayoristas están siendo los principales causantes de esta situación. Estos intermediarios, que pueden ir desde las pequeñas cooperativas locales hasta actores más grandes con mayor capacidad para marcar precios aguas arriba y aguas abajo en la cadena alimentaria, han visto cómo sus costes retrocedían en 3.189 millones de euros en un solo trimestre, pero solo han rebajado sus ventas en 1.009 millones de euros. Esta dinámica les ha permitido ampliar aún más los márgenes que obtienen, superando en los últimos trimestres el margen conseguido por la industria alimentaria. De esta forma, mientras que en otros momentos de esta crisis las energéticas eran las que impulsaban la inflación, en la actualidad son empresas de la cadena alimentaria como los mayoristas las que están provocando esta nueva vuelta de tuerca a los hogares. En el Gráfico 9 se puede ver, a su vez, como los agricultores, que no tienen esa capacidad para marcar precios ni una buena posición negociadora, apenas han visto afectados sus márgenes y por tanto no están contribuyendo a empeorar la inflación.

Gráfico 10

Evolución de los márgenes sobre ventas en la cadena alimentaria
(Porcentaje, media anual móvil de los últimos 4 trimestres)



Fuente: Gabinete Económico de la CS de CCOO con datos del Observatorio de Márgenes Empresariales

Esta situación se corrobora al examinar los márgenes sobre ventas de las distintas ramas de la cadena alimentaria, que están representados en el Gráfico 10 y en los que se ve cómo los márgenes de los mayoristas han subido de manera pronunciada justo en el momento en el que se han producido las mayores subidas de precios de los alimentos para los consumidores. De esta forma se puede comprobar que la solución a la actual inflación de oferta no pasa por bajadas de impuestos que son rápidamente capturadas por los actores con poder de mercado suficiente como para hacerlo, sino por actuar de manera quirúrgica en las ramas de la cadena alimentaria donde hay empresas con poder de mercado para reducirlo.

Conclusión

Los márgenes empresariales explican buena parte de la inflación que estamos viviendo. Las dificultades para las familias empezaron estando causadas por unas compañías energéticas que han disparado sus márgenes un 264% desde el 2019. Al shock de los precios energéticos después le ha cogido el relevo el aumento de los márgenes empresariales en el sector turístico y hostelero, en los que empresas como las compañías aéreas están aprovechando la alta demanda provocada por la salida de la pandemia para ampliar sus márgenes. A continuación, la siguiente vuelta de tuerca a esta situación la están dando los mayoristas del sector de la alimentación, que subieron los precios como un cohete desde que empezó la invasión de Ucrania pero que ahora que están bajando los precios en los mercados internacionales están bajando sus precios como plumas. Y, por último, aunque no aparece reflejado en los datos del Observatorio de Márgenes Empresariales, el sector financiero está completando el estrangulamiento de los hogares al subir las hipotecas de millones de españoles con ocasión de las subidas de interés del BCE y, además, no trasladar esas subidas a los depósitos.

Estos sectores empresariales, las eléctricas, las gasísticas, las petroleras, los bancos, los mayoristas alimentarios o las grandes aerolíneas están aprovechando el poder de mercado del que disponen en mayor o menor medida en sus respectivos sectores para no sólo trasladar las subidas de costes que afrontan sino para subir sus márgenes a costa de la sociedad. Por tanto, las familias están pagando con una mayor inflación la subida de los márgenes empresariales en estos sectores, pero, a la vez, las empresas están ganando también hacia adentro porque se están quedando con un porcentaje cada vez mayor del valor añadido generado. De esta forma, los trabajadores ahora reciben 6,6 puntos porcentuales menos del valor añadido generado que en 2019.

La solución a esta situación pasa por lograr que los márgenes empresariales se moderen y las grandes empresas dejen de ganar hacia afuera frente a la sociedad a costa de subir la inflación y porque dejen de ganar hacia adentro y el reparto del valor añadido con los trabajadores sea más equilibrado. Para abordar la solución a la externa en un primer momento puede ayudar la estrategia que se ha seguido hasta ahora de intentar capturar una parte de esos márgenes empresariales excesivos a través de impuestos extraordinarios a los sectores más beneficiados por la inflación y redistribuir después esos ingresos entre las familias que más estén pagando el pato de la inflación. Sin embargo, una solución estructural pasa por abordar la reducción del poder de mercado que tienen esas empresas y que les permite mantener su negocio a pesar de subir sus márgenes de esta manera tan espectacular. En cada sector esta intervención tomaría una forma distinta, que podría ir desde la reforma de los mercados eléctrico e hipotecario hasta el establecimiento de entes públicos en determinados sectores estratégicos que introduzcan competencia y sean palanca para el impulso del tan necesario como impostergable cambio del modelo productivo.

Igualmente, para abordar la solución a la interna es necesario que el Observatorio provea de datos sobre márgenes empresariales a los negociadores de los convenios colectivos, como defiende CCOO desde que lanzó esta propuesta. Así, estos negociadores estarán en mejor situación de lograr que el valor añadido generado se reparta de manera más equitativa entre empresarios y trabajadores.