

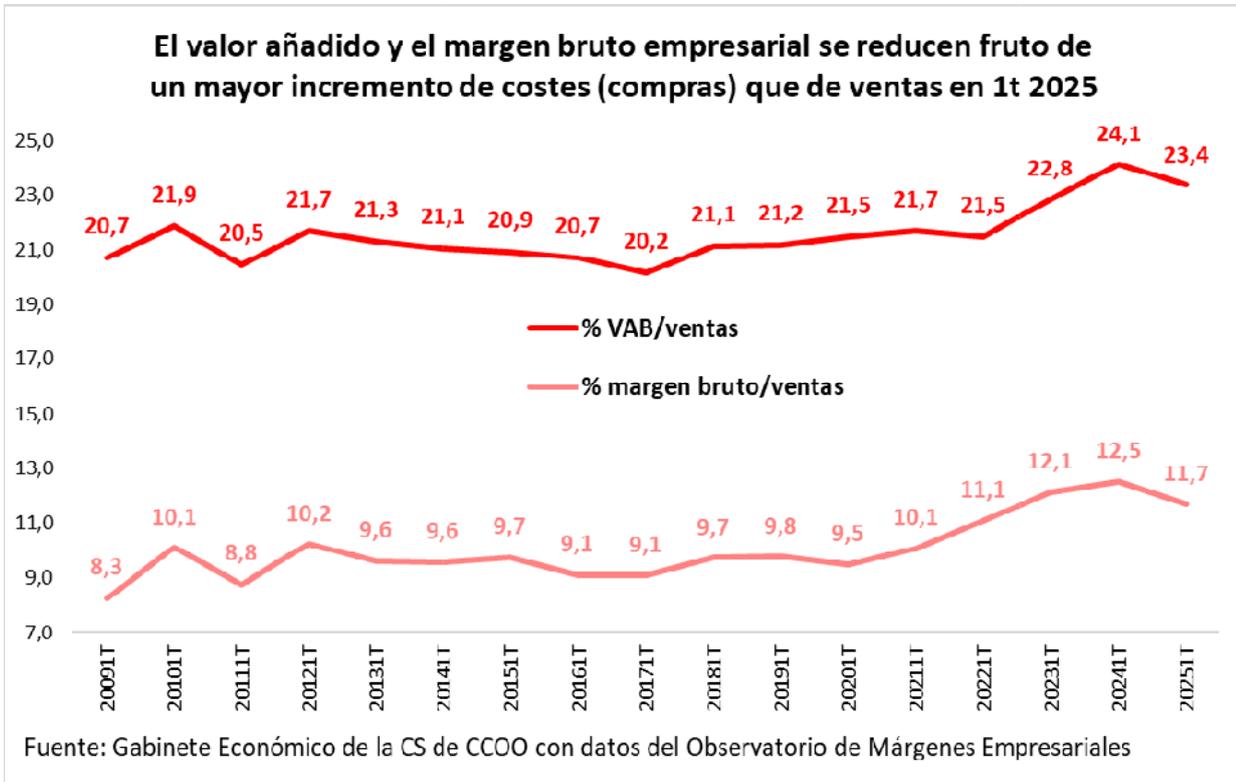
Los márgenes empresariales se contienen, pero siguen por encima de su media histórica

22 de mayo de 2025

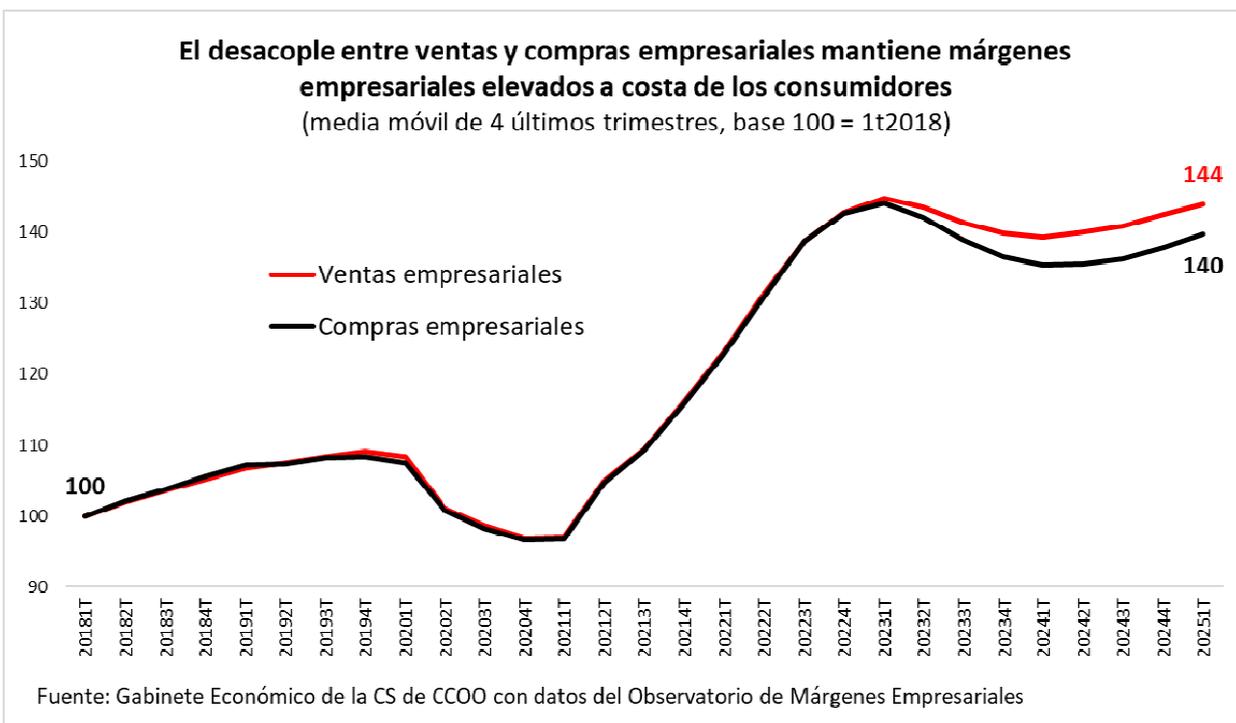
CLAVES

- **Los márgenes empresariales se contienen en el primer trimestre 2025 pero siguen por encima de su media histórica.** Los datos de 1t 2025 del Observatorio de márgenes muestran que la rentabilidad media de las empresas se ha reducido, pero se mantiene por encima de los niveles previos a la crisis inflacionaria. El valor añadido sobre ventas se sitúa en 23,4% y el margen bruto en el 11,7% (frente a una tasa promedio de 21,9% y 10,5% respectivamente, en el periodo 2009-21). Ver Gráfico 1.
- **Los márgenes se reducen fruto de un mayor incremento interanual de los costes (compras, +5,6%, salarios +5%) que de las ventas (+4,5%).** El incremento de los costes es más acusado en las importaciones que en las compras interiores, y ambos aumentan más que las ventas. En todo caso, el desacople entre ventas y compras empresariales producido desde 2023 (tras el pico de inflación las ventas totales se mantuvieron mientras que los costes bajaban) persiste y sigue generando márgenes elevados. Gráfico 2.
- **Los salarios siguen recuperando peso en el reparto del valor añadido creado.** Con la crisis de inflación en 2021 y 2022 y su desigual impacto y reparto de esfuerzos, los salarios perdieron participación en el valor añadido bruto generado en las empresas a favor de las rentas del capital (resultado bruto de explotación) como muestra el Gráfico 3. Los primeros datos para 2025 confirman que la recuperación del peso de los salarios prosigue, si bien aún no se han recuperado los niveles previos a la crisis de la inflación.
- **La productividad sigue creciendo y persiste la brecha entre productividad y salarios.** La productividad aparente del trabajo, medida como el valor añadido bruto generado por asalariado/a, sigue aumentando en 2025 (ver Gráfico 4). Entre 2018 y 2025 en términos nominales, el VAB por asalariado/a ha aumentado un 42%, la remuneración media por asalariado/a solo ha crecido un 31% y el margen bruto por asalariado que obtiene la empresa ha crecido un 55%. Urge cerrar la brecha entre productividad y salarios (ver Gráfico 5).
- **Hay una evolución heterogénea por ramas de actividad.** Cae ligeramente la tasa de rentabilidad en energía e industria manufacturera, y de forma más acusada en servicios profesionales. Mientras, se registran nuevos máximos de rentabilidad en turismo y restauración, cadena alimentaria y actividades inmobiliarias.

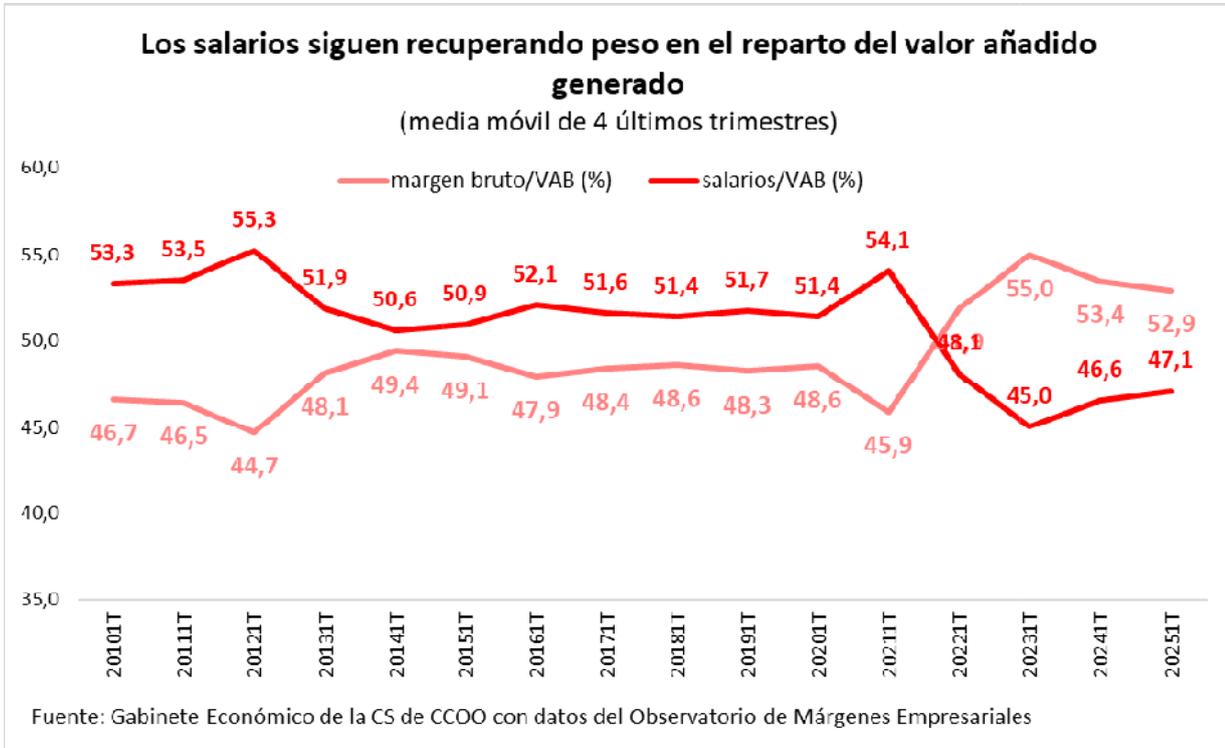
#Gráfico 1



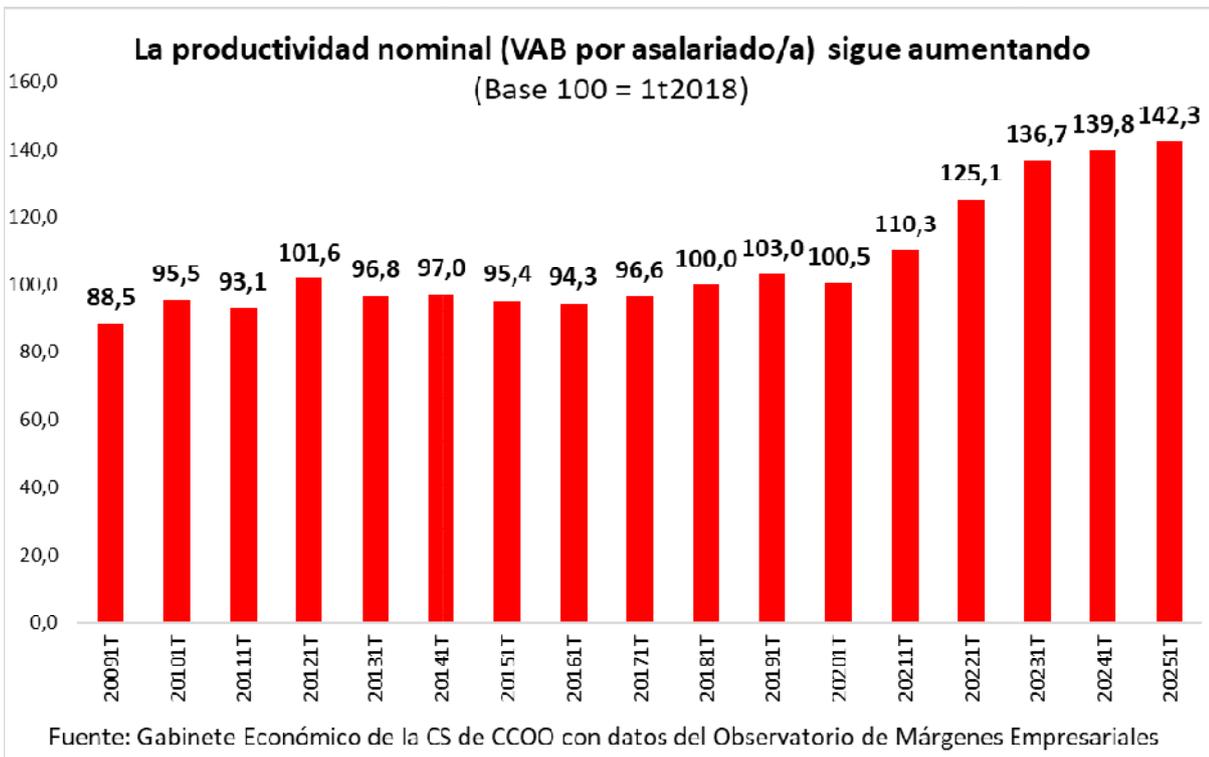
#Gráfico 2



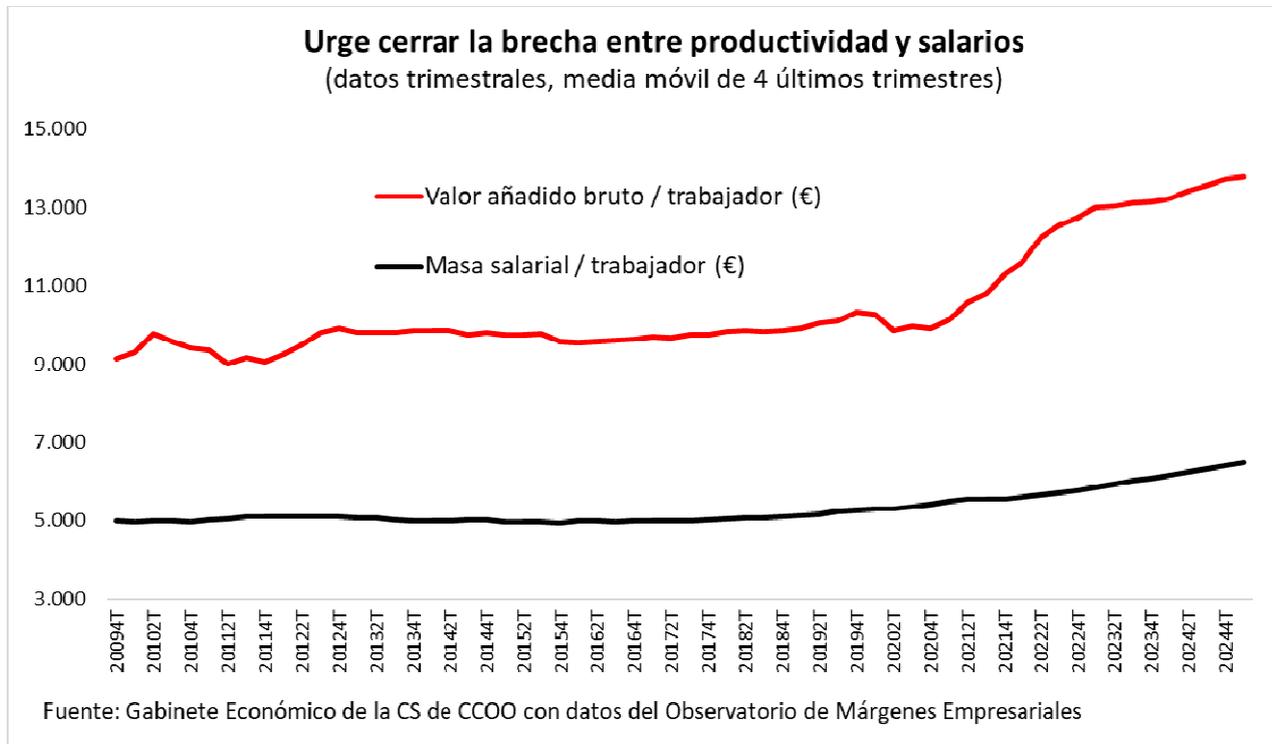
#Gráfico 3



#Gráfico 4



#Gráfico 5



***Nota 1t 2025: la muestra del trimestre es todavía provisional y será revisada al alza en la publicación de los datos de 2t 2025.**

Glosario y nota metodológica

Los datos del Observatorio de márgenes empresariales que elaboran la Agencia Estatal de la Administración Tributaria y el Banco de España proceden de los datos fiscales que facilitan cerca de un millón de empresas, con un valor añadido de 600.000 millones y casi 11 millones de perceptores de salarios. Los datos no incluyen las actividades exentas de IVA (sanidad, educación, servicios sociales, administraciones públicas, empleo doméstico) ni datos de toda España (no se incluyen País Vasco, Navarra y Canarias).

El valor añadido bruto generado por la empresa es el resultado de restar a las ventas de las empresas (valor de la producción) sus compras (insumos y servicios necesarios para llevar a cabo la actividad empresarial). El valor añadido bruto, luego, se reparte entre los factores implicados: trabajo (salarios) y capital (márgenes empresariales). La productividad es el valor añadido bruto generado por cada persona asalariada (VAB/ número de personas asalariadas).

La rentabilidad operativa, rentabilidad sobre ventas o margen sobre ventas es el resultado de dividir el resultado bruto de explotación de las empresas entre el total de las ventas de esas empresas.