

Impuesto a las empresas líderes inflacionarias. Una política contra la inflación de la codicia y la puja distributiva

Guillermo Oglietti^I y Mariana Dondo Bühler^{II}

Resumen

La inflación que se explica por el abuso de poder de mercado, es una especie de crimen que daña las sociedades pero que no se castiga –y por eso no es disuadido–, debido a que los autores del abuso pueden evadir la responsabilidad atribuyéndosela a otros determinantes de la inflación. Por eso, estas conductas inflacionarias son persistentes y esta fuente de inflación se combate de la misma forma con la que los médicos tratan las infecciones desconocidas, usando antibióticos de amplio espectro, es decir, políticas contractivas, ineffectivas y a veces contraproducentes para frenar la inflación. En este trabajo elaboramos un protocolo para identificar las empresas líderes inflacionarias y proponemos que se les haga responsables de su comportamiento socialmente nocivo, aplicándoles una sobretasa del impuesto a la renta, que servirá como un antibiótico específico, sin efectos colaterales, dirigido al núcleo del problema de la inflación causada por el abuso de poder de mercado. Nuestras simulaciones indican que esta política podría reducir la inflación entre 20 % y 30 % anual, y que la contribución al impuesto a la renta de estas empresas líderes aumentaría entre 11 % y 50 % en Argentina y 43 % en Colombia. Este mecanismo sería un estímulo importante para inducir cambios de conducta de estas empresas líderes y permitiría generar recaudos para financiar remediaciones.

Palabras clave: inflación, inflación de la codicia, puja distributiva, política tributaria.

Clasificación JEL: E31, D33, H25

I Doctor en Economía Aplicada por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), postgraduado del Instituto Torcuato Di Tella de Buenos Aires y Licenciado en Economía por la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC, Argentina). Miembro del Consejo Ejecutivo de CELAG. Correo: goglietti@gmail.com

II Doctora en Ciencias Sociales y Humanas (Universidad Nacional de Quilmes), magister en Ciencias Sociales con orientación en Política y Gestión Pública (Universidad Nacional de Quilmes), diplomada en Control y Gestión de Políticas Públicas (FLACSO), Licenciada en Economía (UBA). Docente e investigadora en la Universidad Nacional de Río Negro, Sede Andina, Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Territorio, Economía y Sociedad (CIETES). Correo: mdbuhler@unm.edu.ar

Abstract

Inflation caused by market power abuse is a kind of crime that harms societies but it's not punished –and therefore not deterred– because the abusers evade the responsibility attributing it to other determinants of inflation. That is why these inflationary behaviors are persistent and this source of inflation is fought in the same way that doctors treat unknown infections, using broad-spectrum antibiotics, i.e., contractionary policies, which are ineffective and sometimes counterproductive in curbing inflation. In this work, we develop a protocol to identify the leading inflationary companies and propose that they be held responsible for their socially harmful behavior by applying a surcharge to the income tax, which will serve as a specific antibiotic, without side effects, directed at the core of the problem of inflation caused by market power abuse. Our simulations indicate that this policy could reduce inflation by between 20 % and 30 % annually, and that the contribution to the income tax of these leading companies would increase by between 11% and 50% in Argentina and 43 % in Colombia. This mechanism would be an important stimulus to induce changes in behavior of these leading companies and would allow for generating revenues to finance remediations.

Keywords: inflation, greedflation, distributive struggle-conflict, tax policy.

JEL Classification: E31, D33, H25

Introducción

La inflación causa un gran daño a las sociedades, generado por firmas a las que no podemos responsabilizar para que asuman las consecuencias. A pesar de que siempre, detrás de cada remarcación hay un remarcador, la ciencia económica fracasa a la hora de hallar al responsable directo de “inflacionar.”¹ Las firmas responsables consiguen eximirse porque existe una duda razonable de que la causa de la inflación se deba a otros determinantes, distintos del abuso de su poder de mercado. En última instancia, no hay un consenso en la ciencia económica sobre a quién culpar por la inflación, y las respuestas habituales, como culpar al Gobierno o atribuirle a múltiples causas, solo reconocen la complejidad y nuestra limitada comprensión del fenómeno inflacionario.

Debido a la falta de un diagnóstico preciso que identifique a los causantes del daño, la inflación se

aborda de manera similar a cómo los médicos tratan las infecciones bacterianas desconocidas: aplicando antibióticos de amplio espectro en forma de medidas contractivas, que suelen tener un impacto limitado en la contención de la inflación e incluso pueden ser contraproducentes, acelerándola o volviéndola resistente a los “antibióticos”.

En este trabajo elaboramos un protocolo que permite identificar las empresas inflacionarias, para hacerlas responsable de su conducta nociva, aplicándoles un impuesto que penaliza este comportamiento, que esta vez, sirva como un antibiótico específico, eficaz en el tratamiento de la inflación, capaz de modificar la conducta empresarial y de generar un recaudo para resarcir el daño social causado.

1 A sabiendas de que no existe el vocablo “inflacionar” en nuestro idioma, lo utilizamos ex profeso con el objetivo de distinguir que no solo se trata de aumentar los precios, sino de generar un mal social y, por tanto, la inflación como sustantivo merece transformarse en verbo de la misma forma que el sustantivo asalto necesita del verbo asaltar.

El objetivo: inflación por codicia y puja distributiva

Este trabajo propone un mecanismo para enfrentar la inflación generada por dos causas específicas: la inflación por puja distributiva y la inflación de la codicia.

La inflación por puja distributiva parte del supuesto de que las empresas que compiten por obtener mayores porciones del excedente económico, poseen algún grado de poder de mercado que les permite trasladar a precios cualquier aumento de costos, provenga de donde provenga. Sin ese poder, los aumentos de costos serían compensados con una reducción de los beneficios.

Por otro lado, la inflación de la codicia (rebautizada como *greedflation*) es un viejo fenómeno que ya reconocía Adam Smith allá por 1776.

(...) nuestros comerciantes y fabricantes se quejan generalmente de los malos efectos de los salarios altos, porque suben el precio y perjudican la venta de sus mercancías, tanto en el interior como en el extranjero. Pero nada dicen sobre las malas consecuencias de los beneficios altos. Guardan un silencio profundo por lo que respecta a los efectos perniciosos de sus propios beneficios, y sólo se quejan de los ajenos” (Smith, 1981 [1776]).

Ambos causales de la inflación comparten el atributo de que las empresas líderes abusan de su posición dominante para impulsar los precios, ya sea para aumentar sus márgenes de ganancia (*greedflation*) o

para incrementar su participación en los ingresos totales (puja distributiva).

Un rasgo distintivo del siglo XXI es el nivel sin precedentes de concentración en los mercados a escala global (Vitali *et al.*, 2011),² lo que puede hacer que esta fuente de inflación sea cada vez más relevante. Los nuevos gigantes financieros, como BlackRock, Vanguard y Fidelity, se involucran activamente en el gerenciamiento de las empresas participadas (seleccionando directivos, influyendo en las decisiones de inversión e innovación y promoviendo la colusión entre las empresas que compiten en el mismo mercado), lo que redundará en una mayor concentración de mercado bajo el mismo control corporativo y, como es de esperar, mayores precios (Azar *et al.* 2018, Elhauge, 2018 y Oglietti y Páez, 2022).³ Esto se ve agravado por la debilidad creciente de los sistemas de regulación antimonopólica nacionales (Stiglitz, 2017) y la falta absoluta de legislación antimonopólica a escala global que atenúe el avance de la concentración empresarial.

En estas circunstancias, la herramienta que presentamos más adelante, diseñada para disuadir las conductas inflacionarias de las empresas líderes, es una alternativa de política económica que puede contribuir a amortiguar un problema que a todas luces irá en aumento (De Loecker y Eeckhout, 2017).⁴

2 Los autores demuestran que un puñado de empresas controlan el 80 % de las transnacionales y que 49 de ellas pertenecen al sector financiero.

3 Estos trabajos muestran los mecanismos y efectos de la propiedad compartida por parte de las gerencadoras gigantes de inversiones, disminuyendo las innovaciones, aumentando los precios en empresas coparticipadas e incluso, remunerando a los CEO de las empresas con incentivos para evitar la competencia entre ellas.

4 “Los márgenes están alcanzando alturas varias veces más altas que nunca, al menos desde la Segunda Guerra Mundial cuando comienzan nuestros datos. Está abierto a la especulación si esta tendencia continuará, pero por ahora no hay señales de que los márgenes vayan a disminuir sustancialmente en el corto plazo.”

¿Cómo diagnosticar que una firma es inflacionaria?

¿Qué nivel de inflación es un problema?

En primer lugar, debe definirse cuál es el umbral a partir del cual la inflación empieza a generar daño en las economías. Una política dirigida a enfrentar el problema de la inflación debería activarse una vez que esta supere un nivel crítico a partir del cual la inflación pase a ser considerada como un problema socialmente costoso que no debe soslayarse.

Existe una amplia literatura sobre los impactos económicos de diferentes niveles de inflación. Las investigaciones concluyen que los efectos son no lineales y afectan en forma diferenciada según cual sea la estructura productiva de los países (industrializados o en desarrollo). Así, definir cuál es el umbral de inflación a partir del cual debería activarse la política para enfrentar la inflación, debería surgir tanto del análisis de datos, como de la percepción política de los legisladores.

En principio, proponemos que el umbral podría ubicarse en torno al 5 % de inflación anual, cuando se considera en régimen de “inflación alta”, ya que existe evidencia que indica que a partir de esos valores la inflación podría perjudicar el desarrollo (Vinayagathan, 2013, Yabu y Kessy, 2015 y Khan y Ssnhadji, 2000) y, sin lugar a dudas, la política debería activarse cuando la inflación entre en un régimen de “inflación galopante”, cuando supere el 10 % anual.

Empresas líderes con poder de mercado

Una empresa en un mercado atomizado no tiene la posibilidad de inflacionar porque en un mercado competitivo sería desplazada por sus competidoras.

Es por eso que difícilmente podríamos acusar a una empresa pequeña de inflacionar, ya que, por definición, es tomadora de precios. Las empresas líderes, en cambio, son las que tienen la posibilidad de formar precios sin que ello amenace su existencia.

Así, el segundo requisito para que una empresa pueda ser acusada de inflacionar, es que la empresa líder tenga poder de mercado. Una empresa líder puede participar en muchos mercados, pero solo podrá ser culpable de inflacionar en aquellos en los que tiene poder de mercado, que podemos cuantificar a través de su participación en la distribución del mercado de cada uno de los bienes que produce o en su capacidad para sostener precios diferenciales. Por ejemplo, una empresa líder puede tener una participación muy alta en el mercado del aceite, pero baja participación en la producción de manteca o muy alta participación en el mercado nacional pero muy alta en un mercado regional o municipal. La definición de cuál es el umbral a partir del cual una empresa tiene poder de mercado también debe ser una variable de definición política y técnica, pero debe tenerse en cuenta que se trata de aquellas empresas que tienen capacidad de formar precios, es decir, no es necesario que tengan una participación mayoritaria, ya que pueden tener poder de mercado suficiente como para formar precios incluso con niveles de participación bajos.

Si bien algunos estudios indican que las empresas comienzan a tener beneficios extraordinarios cuando logran superar el umbral del 30 % de participación de mercado (Feeny y Rogers, 2000), siguiendo un criterio de precaución que logren contener múltiples situaciones que permiten a las empresas

tener poder de mercado, sugerimos que las empresas con una participación de mercado mayor al 5 % puedan ser consideradas inflacionarias.⁵

Beneficios extraordinarios

El tercer requisito para que una empresa pueda ser culpada de inflacionar es que tenga beneficios extraordinarios. Si una empresa experimenta un aumento en sus costos –laborales, financieros, tributarios o de insumos– y los traslada proporcionalmente a los precios, terminará aumentando los precios, pero no tendrá más beneficios de los que tenía en términos porcentuales. No aumentará su margen de beneficios y no podríamos atribuirle la conducta dañina de inflacionar. Por el contrario, podríamos acusar de inflacionar a las empresas que aumenten sus precios más que los costos, lo que redundará en mayores beneficios.

La definición de cuál es el umbral para definir que una empresa tiene beneficios extraordinarios es una convención política que debe surgir del conocimiento sectorial, de la trayectoria histórica de los beneficios y de la voluntad política. En este documento y con fines de simplificación, adoptamos el criterio seguido por Bolivia, donde se gravan los beneficios extraordinarios de la banca cuando la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) es superior al 6%.⁶ Debe notarse que un umbral de este tipo no constituye un desaliento a la inversión, que podrá seguir teniendo ganancias extraordinarias siempre que estas no se originen en el aumento de precios.

Inflación superior al promedio

No todos los productos o ramas productivas contribuyen de igual forma a la inflación. Podemos clasificarlas en dos categorías: ralentizadores y aceleradores. Los ralentizadores son aquellos productos o ramas que tienen un nivel de inflación igual o menor al promedio de la economía. Si se los excluyera de los cálculos del índice, la inflación promedio aumentaría. Su participación no contribuye matemáticamente a aumentar el promedio de inflación, sino a disminuirlo o mantenerlo. Estos productos o ramas, pueden tener registros positivos de inflación debido a comportamientos no reprochables, como, por ejemplo, que los aumentos de precios acompañan los incrementos de costos o los aumentos generales de precios que suceden en la economía para que sus precios relativos no queden rezagados.

Las ramas o productos aceleradores, en cambio, son aquellos con registros de inflación superiores al promedio de la economía y, por lo tanto, empujan matemáticamente el promedio de inflación al alza. Si fuesen excluidos de la conformación del índice, este disminuiría. Es por eso que el cuarto requisito para culpar a una empresa líder de inflacionar es que participen en sectores aceleradores de la inflación.

5 Son muchos los determinantes de la capacidad de las empresas para traducir su poder de mercado en mayores precios, entre ellos, destaca la participación en el mercado, que involucra aspectos como la definición del rango de productos y el área geográfica involucrados. Por ejemplo, la legislación europea considera que debe asumirse la existencia de una posición dominante cuando la participación en el mercado sea superior al 40 % pero no debe descartarse cuando sea mayor al 20 %. En cambio, en este trabajo proponemos un umbral del 5 % por simplicidad administrativa y siguiendo un criterio de prudencia, de modo que el instrumento sea capaz de cubrir varios escenarios de concentración y poder de mercado que podrían dar lugar a conductas inflacionarias de parte de las empresas. Para ver una discusión amplia sobre la normativa europea al respecto consúltese Gardner 2000.

6 Podría argumentarse que hay mucha diversidad sectorial en la rentabilidad y que fijar el límite en un 6 %, podría desalentar las inversiones, en especial, en sectores innovadores. Cabe señalar que, si bien los beneficios normales pueden ser diferentes entre sectores, en general reflejan atributos no competitivos de los mercados, como la existencia de barreras a la entrada, barreras tecnológicas, poder de monopolio y otros fallos de mercado. En un mercado competitivo, los márgenes tenderían a igualarse y, por lo tanto, podría asumirse un umbral como el 6 % para definir las ganancias extraordinarias. En todo caso, un tributo a las ganancias extraordinarias sería un incentivo para que los incrementos de productividad se traduzcan también en precios más bajos en lugar de mayores ganancias.

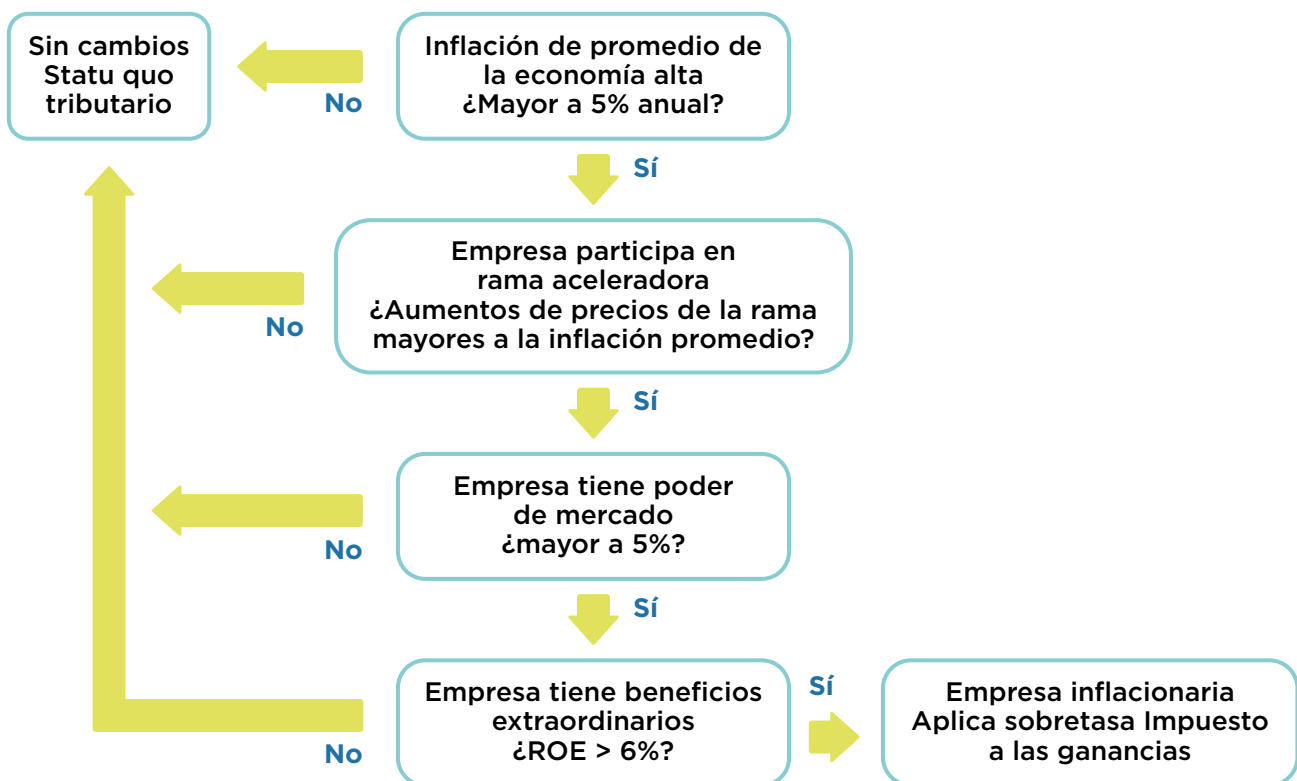
Síntesis: test para diagnosticar conductas inflacionarias

El diagrama de árbol de decisión ilustrado en la Ilustración 1 explica el sistema de diagnóstico utilizado para identificar empresas líderes inflacionarias.

Cuando la inflación promedio en la economía supere un umbral definido (por ejemplo, del 5 %), y una empresa que opere en una rama productiva aceleradora de la inflación (es decir, los precios de la rama o producto superen la inflación promedio de la economía), y tenga poder de mercado (por ejemplo, una

participación en el mercado superior al 5 %) y beneficios extraordinarios (ROE mayor al 6 %), entonces será considerada una empresa inflacionaria. Cuando no se cumpla alguno de estos criterios del diagrama, ya sea porque la inflación promedio es menor al 5 %, o porque la empresa opera en un sector ralentizador de la inflación, o porque no tiene poder de mercado (una PyME tomadora de precios, por ejemplo), o no tiene beneficios extraordinarios, la empresa no será considerada inflacionaria.

Ilustración 1
Árbol de decisión para definir empresas líderes inflacionarias



Fuente: Elaboración propia

Propuesta de política tributaria anti-inflacionaria

Proponemos que aquellas empresas líderes detectadas como inflacionarias, paguen una sobretasa del impuesto a la Renta de las Sociedades ubicado entre el 15 % y 25 % cuya base imponible sean las utilidades extraordinarias definidas como aquellas utilidades antes de impuestos que superan una rentabilidad sobre el patrimonio neto equivalente al 6 %.⁷

El propósito de este impuesto es incentivar a las empresas a sostener ritmos de crecimiento de los precios semejantes al promedio nacional, con lo cual, al bajar la contribución de los sectores aceleradores, el índice de precios promedio terminaría disminuyendo paulatinamente.

Simulación de los efectos del tributo adicional sobre el ritmo de inflación

En esta simulación analizamos cuál sería el efecto sobre el índice de inflación promedio de Argentina en caso de que se aplique un impuesto especial a la renta de las empresas líderes inflacionarias. Para ello utilizamos el índice de precios al consumidor que elabora el INDEC,⁸ que lo presenta en 12 rubros, por ejemplo, “Alimentos” y “Prendas de vestir y calzado” y, además, se informan los índices de precios de 32 aperturas, por ejemplo, “Pan y Cereales” y “Calzado” utilizando los registros de inflación correspondientes al período 2017-2021. Utilizando estas aperturas, construimos un modelo de Montecarlo de 500 interacciones que permite simular varios escenarios de reacción de parte de las empresas. Aplicamos un modelo aleatorio que supone que la reacción será mayor, tanto en el número de empresas que responderán al incentivo como en la reducción del aumento de precios sectorial, mientras mayor sea la distancia entre

la inflación del sector y el promedio nacional. El ejercicio supone que las empresas tienen diferentes reacciones y que habrá 4 tipos de reacciones posibles. Las empresas que participen en sectores que tengan una inflación un 10 % más baja que la inflación promedio observada, no modificarán su conducta de precios, mientras que las que participen en sectores con registros de inflación que estén entre el 10 % por debajo de la inflación promedio observada y el 5 % por encima de la misma, tendrán una reacción muy baja, los que participen en sectores con una inflación entre un 5 % y 20 % por encima de la inflación promedio observada tendrán una reacción moderada y, finalmente, las que participen en sectores con una inflación 20 % mayor a la inflación promedio tendrán una reacción significativa.⁹

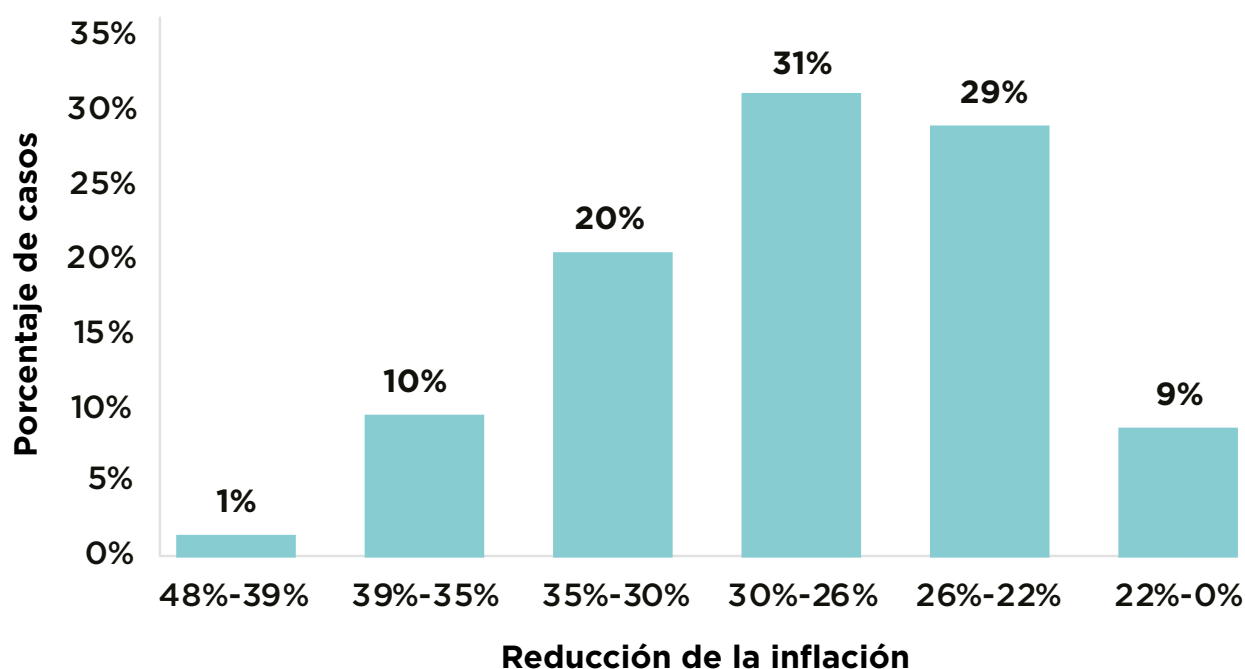
7 Sigue el diseño del impuesto a las ganancias extraordinarias al sector financiero de Bolivia. Allí se aplica una alícuota adicional del impuesto a la renta al sector financiero cuando tiene una rentabilidad extraordinaria superior al 6 %. En ese caso, la sobretasa es igual a la normal, del 25 %, por lo que en caso de que el banco tenga rentabilidad extraordinaria, tendrá una alícuota final del 50 % sobre la renta antes de impuestos.

8 Disponible en: https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/metodologia_ipc_nacional_2019.pdf

9 Nota metodológica: Se utilizó un modelo de simulación de Montecarlo de 500 corridas que aleatorizó la reacción del número de empresas y reducción del ritmo de aumento de precios de cada sector. La reacción baja implica que entre el 20 % y 60 % de las empresas reaccionarán y reducirán sus aumentos de precios entre 20 % y 50 %, mientras que la reacción moderada implica que reaccionarán entre el 20 % y el 80 % de las empresas reduciendo sus aumentos de precios entre 35 % y 75 %, mientras que la reacción alta implica que reaccionarán entre el 40 % y 80 % de las empresas reduciendo sus aumentos entre el 50 % y el 85 %.

Gráfico 1
Simulación de la reducción de la inflación derivada de un impuesto a las empresas líderes inflacionarias. Argentina 2017-2021

Resultados de la simulación de Montecarlo de 500 casos. Presenta el porcentaje de empresas según el rango de reducción de precios respecto al promedio para los 5 años del período.



Fuente: Elaboración CELAG

Los resultados de la simulación muestran que, bajo los supuestos asumidos, la reducción de la inflación en el 31 % de las simulaciones, se ubicaría entre el 26 % y 30 % (gráfico 1), seguida de una reducción entre el 22 % y 26 % para el 29 % de las simulaciones. Para el 31 % de las corridas el resultado implica que la reducción de la inflación podría ser mayor al 30 % y para un 9 % de las simulaciones, la reducción sería de menos del 22 %.

En la tabla 1 se muestran los resultados anuales de una corrida de la simulación, donde se observa que la inflación anual se reduciría en torno al 20 % - 30 %, que habría implicado, por ejemplo, una reducción de la inflación desde el 51 % al 37 % anual en 2021.

Tabla 1
Reducción de la inflación anual a consecuencia de la aplicación del impuesto a las empresas líderes inflacionarias. Argentina 2017-2021

Registros de inflación real y de una corrida que estima la inflación anual simulada. Variación en puntos porcentuales y en porcentajes

	2017	2018	2019	2020	2021
Inflación real	25,4%	47,6%	53,5%	33,5%	51,4%
Inflación simulada	19,3%	36,5%	39,3%	24,3%	37,0%
Variación					
En puntos porcentuales	-6,1%	-11,1%	-14,3%	-9,2%	-14,4%
En porcentajes	-24,1%	-23,3%	-26,7%	-27,4%	-28,0 %

Fuente: Elaboración CELAG

Para estimar la recaudación adicional se utilizaron los balances de algunas empresas inflacionarias de Argentina (tabla 2), a las cuales se aplicó una tasa adicional del 15 % sobre la utilidad, que permite alcanzar la total del 50 %, como en el caso de Bolivia. Los resultados muestran que la recaudación del impuesto a las ganancias de las sociedades aumentaría

en un 50 % en el caso de la empresa ARCOR, en 17 % en el caso de los laboratorios Richmond y Aluar y aumentaría un 11 % en el caso de la Sociedad Comercial del Plata, demostrando que, en casi todos los casos, el peso del impuesto es un incentivo relevante para las empresas y un volumen significativo desde el punto de vista de la compensación.

Tabla 2
¿Cuánto pagarían las empresas inflacionarias en Argentina?

Rentabilidad sobre el patrimonio ROE antes de impuestos en porcentajes correspondientes a los últimos datos disponibles anualizados correspondientes al 2021, exceso de inflación del sector respecto al indicador de inflación promedio en puntos porcentuales y recaudación adicional correspondiente a una alícuota del 15 % sobre la rentabilidad extraordinaria antes de impuestos e incremento de la recaudación con respecto al pago de impuesto a las ganancias de sociedades actual.

	ROE Antes de impuestos	Exceso de inflación del sector	Cuanto más pagarían por el impuesto	Incremento de la recaudación
	2021*	2021	Alícuota 15% (en millones de pesos)	% adicional de su contribución del Impuesto a las ganancias de 2021
ARCOR	58%	29,9%¹	3.336	50%
Laboratorios Richmond	43%	16,1%²	298	17%
ALUAR Aluminio Arg.	22%	167%³	1362	17%
Sociedad Com. del Plata	14%	90,1%⁴	0,42	11%

Aperturas del IPC: 1. Dulces. 2. Productos medicinales. 3. Bienes y servicios para el mantenimiento del hogar. 4. Combustibles y lubricantes. / * Resultados anualizados bajo metodología axial según balances disponibles.

Fuente: elaborado por CELAG a partir de INDEC y CNV

Incentivo y recaudo en el caso de Colombia

En esta sección utilizamos el padrón de las 10.000 empresas más grandes de Colombia que tienen datos financieros correspondientes al año 2021 con el objetivo de estimar cual sería el recaudo que generaría el impuesto.

Utilizando los datos de inflación que elabora el DANE para 12 aperturas y la clasificación por sector de las 10.000 mayores empresas de Colombia, pudimos diagnosticar cuales son las empresas inflacionarias de acuerdo al diagrama presentado en la ilustración 1. Con las limitaciones de datos que disponemos, para este ejercicio solo utilizamos los indicadores de inflación de 12 aperturas. Datos de inflación con más aperturas, a nivel de gama o de productos, permitirían detectar conductas inflacionarias en más empresas líderes. Por estos motivos, es posible que esta estimación subestime el verdadero recaudo del impuesto propuesto.

De la estimación surge que 237 empresas líderes cumplen los requisitos para ser pasibles del impuesto. En el ejercicio aplicamos a estas empresas inflacionarias una tasa adicional del 19 %, que eleva el recaudo al 50 % de su renta. La recaudación adicional sería equivalente a 1.279 mil millones de pesos, equivalente a unos 255 millones de dólares anuales, una cifra que representa un incremento del 43 % adicional de recaudo en concepto de impuesto a la renta que pagan las propias empresas inflacionarias. Este incremento en el impuesto a la renta posiblemente sea suficiente para incentivar un cambio de conducta por parte de las empresas líderes inflacionarias.

Desde el punto de vista de la compensación social, el recaudo representa un incremento del 2,9 % respecto al total de ingresos en concepto del impuesto a la renta de las sociedades jurídicas de Colombia, a un 0,7 % del total recaudado por la agencia tributaria colombiana DIAN. Esta cifra, en cambio, está lejos de generar una compensación suficiente a la sociedad y lo deseable sería que ninguno de estos recursos se cobre, es decir, que no haya inflación alta.

En el padrón de 10 mil empresas detectamos que aproximadamente $\frac{3}{4}$ partes de las empresas obtiene beneficios extraordinarios en 2021, entre las cuales se encuentran las 237 empresas inflacionarias detectadas, apenas un 3 %. Es posible que la poca apertura de los indicadores de inflación que disponemos no nos permita detectar la totalidad de empresas inflacionarias.

El impuesto que proponemos requerirá que se utilicen indicadores de inflación más precisos, a nivel de productos o de gama, es decir, con la mayor apertura posible del índice de precios, lo cual permitirá mejorar el recaudo y la efectividad del impuesto para disuadir la conducta inflacionaria, evitando que empresas inflacionarias no sean detectadas al participar en sectores que solo resultan ralentizadores porque al agrupar varios productos consiguen disimular su conducta aceleradora de la inflación.

Atendiendo a esta limitación de nuestra simulación, en un ejercicio adicional, estimamos el caso de aperturas del índice de precios de Colombia suponiendo la recaudación que se obtendría en el caso de las empresas que trabajen en sectores con registros de inflación apenas un 5 % por debajo del índice de precios promedio –es decir, sectores que posiblemente estén compuestos por subsectores aceleradores–, y elegimos solo las empresas con mayor rentabilidad (ROE mayor al 10 %), bajo el supuesto de que estas empresas se corresponderán con empresas inflacionarias en subsectores aceleradores. En este caso encontraríamos a casi 600 empresas cumpliendo el diagnóstico de inflacionarias y la aplicación del tributo generaría un recaudo adicional equivalente al 48 % del impuesto a la renta pagado por esas mismas empresas, y al 9 % del total recaudado por la DIAN.

En definitiva, el valor del recaudo se encontrará entre estos dos extremos y podría indicar que no solo el estímulo es suficiente para provocar el cambio de conducta empresarial, sino que también permitirá compensar la sociedad por el daño.

¿Por qué el diagnóstico tiene en cuenta la inflación de la rama o producto y no de la empresa?

Debe notarse que una empresa líder podrá ser considerada inflacionaria aun cuando los precios de venta de la propia empresa hayan aumentado menos que los precios de la economía. La sobretasa se aplicará cuando cumpla todos los atributos definidos en el test de diagnóstico, sin importar cual haya sido su propia conducta de precios. De esta forma, estas empresas que son formadoras de precios en el mercado pondrán su capacidad de influenciar o intervenir en la cadena productiva aguas arriba y abajo, para que los restantes participantes no abusen de su posición para aumentar los precios por encima del promedio general.

En definitiva, cada integrante de la cadena es responsable de la inflación que suceda en la cadena productiva. En su rol de formadoras de precios, las empresas

líderes utilizarán esta capacidad de influir para que directa o indirectamente bajen los precios los participantes aguas abajo de la cadena productiva en la que participan. Las empresas más pequeñas del sector acompañarán la conducta porque son seguidoras de precios por definición y porque de otro modo perderían posiciones en el mercado. También es por esto que el impuesto que proponemos se aplica solo a este tipo de empresas líderes, para poner su liderazgo al servicio del bien común de los precios moderados, para que sean corresponsables en el esfuerzo colectivo de impulsar la moderación de la inflación. Por último, otro motivo para que el impuesto propuesto recaiga solamente sobre las empresas líderes, es por sencillez administrativa, ya que las autoridades tributarias habitualmente ejercen auditorías robustas sobre estas empresas.

Reflexiones finales

Proponemos aquí un protocolo que permite identificar a las empresas inflacionarias, para luego hacerlas responsables de su conducta socialmente nociva aplicándoles una sobretasa del impuesto a la renta. Es un impuesto que no persigue fines recaudatorios, sino que tiene el propósito de provocar un cambio de conducta de las empresas. La recaudación socialmente óptima de este impuesto es cero y vale señalar, que esta política está diseñada para atacar específicamente la inflación que se origina en el abuso del poder de mercado de las empresas y, por lo tanto, evita la utilización de políticas de amplio espectro, como las políticas monetarias contractivas, que pueden ser muy contraproducentes tanto para la economía como para la sociedad.

Nuestras simulaciones indican que el estímulo que generaría el impuesto a las empresas líderes inflacionarias, sería suficiente como para provocar una paulatina reducción de la inflación que podría oscilar entre el 22 % y 39 % anual. Asimismo, con respecto

al recaudo tributario, estimamos que en el caso de algunas empresas líderes de Argentina sus pagos en concepto de impuestos a las ganancias aumentarían entre 11 % y 50 %, mientras que, en el caso de Colombia, la sobretasa aplicada a las empresas inflacionarias aumentaría el pago del impuesto a la renta entre 43 % y 48 %.

La aplicación operativa del impuesto deberá ser diseñada por las administraciones tributarias de cada país, considerando que requerirán la información necesaria de cada empresa y, además, incorporar alguna cláusula que impida legalmente que la carga sea trasladada al precio. El diseño de este impuesto no desincentiva la inversión ni la innovación, sino todo lo contrario, porque para sostener beneficios extraordinarios las empresas deberán recurrir más a la innovación y a la inversión para disminuir costos, en lugar de recurrir al simple y haragán mecanismo de aumentar los precios para lucrar sin esfuerzo.

Referencias

- Azar J., M.C. Schmalz e I. Tecu (2018). *The Journal of Finance*. Vol. 73, No. 4, august, pp. 1513-1565.
- De Loecker J. y J. Eeckhout (2017). “The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications”. *National Bureau of Economic Research* (NBER), Working Paper, Series 23687.
- Elhauge, E.R. (2018). “New Evidence, Proofs, and Legal Theories on Horizontal Shareholding”, january (4). Doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3096812>
- Feeny S. y M. Rogers (2000). “The Role of Market Share and Concentration in Firm Profitability: Implications for Competition Policy”. *Economic Analysis and Policy*, volume 30, Issue 2, pages 115-132. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0313-5926\(00\)50015-0](https://doi.org/10.1016/S0313-5926(00)50015-0).
- Gardner, N. (2000). “The Assessment of Market Power”. En: *A Guide to United Kingdom and European Union Competition Policy*. Palgrave Macmillan, London. Doi: https://doi.org/10.1007/978-0-230-28623-8_4
- Khan, M., & Ssnhadji, A.S. (2000). “Threshold Effects in the Relationship between Inflation and Growth”. *IMF Staff Papers*, 48, 1-21.
- Oglietti G.C. y S. Páez (2022). *La mano visible de la banca invisible. Renta y lucro extraordinario en las finanzas de América Latina*. Buenos Aires: Editorial Celag/Mármol Izquierdo.
- Smith, A. (1981) [1776]. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Edición a cargo de R. Campbell y A.S. Skinner. Indianápolis: Liberty Fund. Versión española a cargo de Gabriel Franco, México-Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1958.
- Stiglitz, Joseph E. (2017). “Towards a Broader View of Competition Policy”. En: Tembinkosi Bonakele, Eleanor Fox, and Liberty Mncube (eds.), *Competition Policy for the New Era: Insights from the BRICS Countries* (online edn., Oxford Academic, 18 Jan. 2018). Doi: <https://doi.org/10.1093/oso/9780198810674.003.0002>
- Vinayagathan, T. (2013). “Inflation and economic growth: A dynamic panel threshold analysis for Asian economies”. *Journal of Asian Economics*, 26, 31-41.
- Vitali, Stefania & Glattfelder, James & Battiston, Stefano (2011). “The Network of Global Corporate Control”. *PloS one*, 6.
- Yabu, N., & Kessy, N. (2015). “Appropriate Threshold Level of Inflation for Economic Growth: Evidence from the Three Founding EAC Countries”. *Applied Economics and Finance*, 2(3), 127-144. Doi: <http://dx.doi.org/10.11114/aef.v2i3.966>