



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD

**Estudio comparativo de los principales supermercados:
Mercadona, Alcampo y Día**

Trabajo Fin de Grado presentado por M.^a Oliva Salas Valverde, siendo la tutora del mismo la profesora Silvia Caballero Soria.

Vº. Bº. de la Tutora:

Alumna:

Dña. Silvia Caballero Soria

Dña. M.^a Oliva Salas Valverde

Sevilla. Junio de 2021



**GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2020-2021]**

TÍTULO:

**ESTUDIO COMPARATIVO DE LOS PRINCIPALES SUPERMERCADOS:
MERCADONA, ALCAMPO Y DIA**

AUTOR:

M.^a OLIVA SALAS VALVERDE

TUTOR:

D.^a. SILVIA CABALLERO SORIA

DEPARTAMENTO:

ECONOMIA FINANCIERA Y DIRECCION DE OPERACIONES

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ECONOMIA FINANCIERA Y CONTABILIDAD

RESUMEN:

En este Trabajo Fin de Grado se realiza un estudio de la situación económico-financiera de 3 grandes supermercados en España y su posición en el mercado actual. También analizaremos si dichas empresas han sabido gestionar los cambios ocurridos en el mercado y las necesidades cambiantes de los consumidores. Además, estudiaremos como aparecieron los primeros supermercados en España, el impacto que tienen en la económica nacional y la creación y evolución de las empresas elegidas. Por último, compararemos las medidas llevadas a cabo de cada cadena frente a su competencia y propondremos medidas de mejora.

PALABRAS CLAVE:

Supermercado; economía; consumidores; analizar; evolución.

ÍNDICE

1	Introducción	3
1.1	Justificación del trabajo.....	3
1.2	Objetivos del estudio.....	3
1.3	Metodología.....	4
1.4	Estructura del trabajo.....	4
2	El sector alimenticio	5
2.1	Historia de los supermercados.....	5
2.2	Tipos de comercio minorista	5
2.3	Historia de los supermercados a analizar	6
2.3.1	Historia de Mercadona.....	6
2.3.2	Historia de Alcampo.....	7
2.3.3	Historia de Día.....	8
3	Impacto de la industria alimenticia en España	9
3.1	El impacto de sector alimenticio en nuestro país	9
4	Perfil de los consumidores y factores que influyen en la decisión de compra.....	13
4.1	El nuevo consumidor español	13
4.2	Factores que influyen en la decisión de compra	13
5	Indicadores para el análisis de los supermercados	15
5.1	Indicadores económicos-financieros.....	15
5.1.1	Análisis estructural del patrimonio.....	15
5.1.2	Indicadores de Rentabilidad.....	16
5.1.3	Indicadores relacionados con las Operaciones de la Entidad.....	17
5.1.4	Indicadores económico-financieros	18
5.1.5	Indicadores relacionados con los empleados	19
6	Análisis a Mercadona.....	21
6.1	Análisis del balance de situación	21
6.1.1	Estructura económica	21
6.1.2	Estructura financiera	21
6.2	Indicadores de Rentabilidad	22
6.3	Indicadores de las operaciones de la empresa	23

6.4. Indicadores económico-financieros	24
6.5. Indicadores relacionados con los empleados	25
6.6. Conclusión	26
7 Análisis a Alcampo	27
7.1. Análisis del balance de situación	27
7.1.1. Estructura económica	27
7.1.2. Estructura financiera	28
7.2. Indicadores de Rentabilidad	29
7.3. Indicadores de las operaciones de la empresa	30
7.4. Indicadores económicos-financieros.....	31
7.5. Indicadores relacionados con los empleados.....	31
7.6. Conclusión.....	32
8 Análisis a Día.....	35
8.1. Análisis del balance de situación	35
8.1.1. Estructura económica	35
8.1.2. Estructura financiera.....	36
8.2 Indicadores de Rentabilidad	37
8.3. Indicadores de las operaciones de la empresa	37
8.4. Indicadores económicos-financieros	39
8.5. Indicadores relacionados con los empleados.....	40
8.6. Conclusión.....	41
9 Conclusión final	43
9.1 Conclusión final	43

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del trabajo

El sector alimenticio es uno de los más importantes en España, cuya relevancia ha ido aumentando a lo largo de los años debido a que han sabido crear nuevas necesidades y adaptarse a los cambios que ha experimentado la demanda de los consumidores. Además, cabe remarcar que a lo largo de estos últimos años han ido apareciendo nuevos competidores low cost que se han convertido en una gran competencia para las marcas de supermercados que ya existían, pudiendo llegar a contraer la cuota de mercado de las grandes cadenas de supermercados. Aunque esto suponga un inconveniente para estas empresas, estas nuevas opciones suponen nuevas alternativas para los clientes y una reducción significativa del paro.

Este sector, además de ser muy importante en la economía española, se encuentra entre las 10 primeras industrias más relevantes de la Unión Europea, ocupando el quinto puesto en valor de cifra de negocios con un 9,7%. (Ministerio de Agricultura, Pesca y alimentación, 2020).

En la actualidad, podemos percibir que tanto la forma de atender a los clientes como las formas de pago han cambiado. Una de las innovaciones más relevantes ha sido la compra online, ya que supone un ahorro de tiempo para el consumidor y una ventaja respecto a la compra en tiendas físicas, ya que pueden elegir el horario en el que la compra será entregada. Además, podemos recalcar que esta acción favorece a las personas de avanzada edad y a las de movilidad reducida. Otra novedad que destacar son los descuentos por fidelización que realizan al superar un mínimo de importe en la compra, lo cual incita a los consumidores a volver a realizar su próxima compra en el mismo lugar.

El sector que vamos a tratar oferta bienes que son, en su mayor parte, homogéneos, es decir, las diferencias existentes entre dichos productos son escasa o nula, por lo que la forma de atraer a los clientes y la exclusividad que ofrezca cada supermercado será clave a la hora de determinar sus ventas.

Con este trabajo veremos cuál ha sido la evolución de los supermercados españoles centrándonos en 3 grandes cadenas, Mercadona, Alcampo y Día, las cuales serán analizadas. Además, veremos qué factores influyen en los consumidores para que decidan comprar en un determinado supermercado y no en otro, lo cual nos mostrará cómo se posiciona cada cadena en el mercado. Para finalizar propondremos sugerencias de mejora, centrándonos en el objetivo de fidelizar a los clientes para conseguir que los ingresos de dichos supermercados aumenten.

1.2 Objetivos del estudio

Este trabajo tiene como objetivo explicar que factores claves hacen que cada cadena de supermercado se posicione en el lugar que ocupa en la actualidad, teniendo en cuenta las variables que incitan a los clientes a consumir y la percepción que tengan sobre las diferentes cadenas.

1.3 Metodología

Para elaborar este trabajo se ha partido de la información económico- financiera que aparecen sobre las empresas a analizar en la plataforma SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos), que consiste en una herramienta que nos muestra información de más de 2 millones empresas nacionales. A partir de dicha información realizaremos un análisis cuantitativo de sus datos, mostrando tanto datos de carácter económico como no económicos.

Por otro lado, determinaremos que posición ocupa cada cadena a analizar mediante el estudio de su cuota de mercado y veremos cuales son los factores claves que hacen que cada empresa este en ese puesto.

Una vez analizada la información del mercado y de las cadenas de supermercados, realizaremos un estudio de la percepción que tienen los consumidores sobre dichas entidades, para ver si la imagen que crea cada empresa en la sociedad tiene una alta repercusión en su cifra de ventas o no. Para dicho estudio se han utilizado páginas y foros donde los clientes expresan como ha sido su experiencia con dicha cadena, si volverían a comprar allí y le otorgan una puntuación.

Adicionalmente a esta fuente de información he utilizado artículos académicos, los cuales han sido buscados en la herramienta Google Académico, que consiste en un buscador de Google enfocado y especializado en la búsqueda de contenido y bibliografía científico-académica. También se ha utilizado la información facilitada por los principales medios periodísticos especializados en noticias de carácter económico, los cuales han sido de vital importancia.

Una vez analizadas todas las opiniones con sus datos económicos el último objetivo consiste en elaborar una propuesta con posibles mejoras que podría tomar la empresa para mejorar su situación, además de mostrar que variables perciben los clientes que son más importantes y sobre las que las entidades deben hacer más hincapié.

1.4 Estructura del trabajo

Este Trabajo Fin de Grado se divide en 7 capítulos. En el 1, introduciremos el tema a tratar y la metodología que se ha utilizado para obtener los resultados del estudio. Continuaremos con el Capítulo 2, mediante el cual se detallará la historia de los supermercados, empezando por la primera cadena que se creó hasta las entidades que han surgido en estos últimos años. También comentaremos cual ha sido la evolución de los supermercados a analizar y cuál es su importancia hoy en día tanto en la sociedad como en los datos económicos del país (Capítulo 3).

Una vez introducidas las empresas a estudiar analizaremos que tipo de perfil tienen los consumidores y que variables son las que tienen más relevancia a la hora de decidir en qué supermercado quieren realizar su compra (Capítulo 4).

A continuación, explicaremos que ratios son los que vamos a utilizar para analizar cada entidad y que datos son necesarios para obtener dicha información (Capítulo 5). Una vez explicados los ratios a utilizar procederemos a analizar cada empresa y obtener toda la información necesaria para comparar si la percepción que tienen los clientes sobre la entidad se refleja en sus ventas (Capítulo 6).

Por último, elaboraremos una serie de mejoras que puede aplicar cada empresa para aumentar sus beneficios y obtener nuevos clientes según la información analizada en capítulos anteriores y teniendo en cuenta los aspectos que consideran más relevantes los consumidores en su decisión de compra (Capítulo 7).

CAPITULO 2

EL SECTOR ALIMENTICIO

2.1 Historia de los supermercados

Según la Real Academia Española podemos definir un supermercado como *“Establecimiento comercial de venta al por menor en el que se expenden todo género de artículos alimenticios, bebidas, productos de limpieza, etc., y en el que el cliente se sirve a sí mismo y paga a la salida”*, pero a lo largo de esta investigación veremos cómo ese concepto ha evolucionado con el paso del tiempo.

Antes de que aparecieran los primeros supermercados en España la forma de abastecer y adquirir los alimentos era mediante los comercios tradicionales como colmados, ultramarinos o puestos en los supermercados y la forma de pago era mediante monedas que se fabricaban en metales como el oro, el bronce y la plata y su valor dependía del peso y del metal del que estaban fabricadas. No obstante, esto cambió en 1957, año en el que Alberto Ullastres, que era por ese entonces ministro de Comercio, decidió poner en marcha la “Operación Supermercado”, la cual consistía en instalar la primera red de autoservicio de capital público en España a través de la Comisaria General de Abastecimiento y Transportes (C.A.T.), lo cual supuso una modernización en el comercio que se conocía hasta entonces. (López, 2012)

En octubre de ese mismo año se inauguraba en el mercado Barceló de Madrid el primer supermercado para testar el comportamiento de los consumidores en la compra. Tras el éxito que se obtuvo con este experimento, el siguiente supermercado público se inauguró el 7 de agosto de 1958 en los bajos del edificio del Gran Kursaal en San Sebastián. (López, 2012)

Un año después, el 11 de Julio de 1959, se inauguró en el número 318 de la calle Sant Antoni María Claret de Barcelona el primer supermercado de capital privado, fundado por las familias Carbó, Prat y Botet y el nombre del establecimiento fue Caprabo, el cual salió de las primeras letras de sus apellidos. (López, 2012)

Con el paso de los años, los supermercados gestionados por el gobierno español desaparecieron, dando paso a la creación de nuevas cadenas de comercios privados de autoservicio. (López, 2012)

2.2 Tipos de comercio minorista

Adicionalmente a este tipo de establecimiento comercial podemos añadir los hipermercados, los cuales podemos decir que son los “hermanos mayores” de los supermercados. La única diferencia con los supermercados es la superficie, ya que para poder considerarse como hipermercado debe tener como mínimo 2500 metros cuadrados. El primer hipermercado que se abre en España fue en Prat de Llobregat, el 5 de diciembre de 1973 con una superficie de venta de 11000 metros cuadrados y con el nombre de Hiper. Su capital era mayoritariamente francés y pertenecía al grupo Carrefour. (Cuesta, 2020)

Otro tipo de comercio minorista son los grandes almacenes, los cuales se caracterizan por estar situados en grandes superficies y por vender varios tipos de productos, como ropa, accesorios, juguetes, muebles, electrodomésticos... Sus inicios se remontan al siglo XIX, en la calle Sevres de París, donde se inauguró un establecimiento denominado La Maison du Bon Marché, el cual paso a ser el primer gran almacén de la

historia. Era algo innovador para los consumidores, ya que todo estaba al alcance de su mano y podían devolverlos o cambiarlos por otros. (Alcón, 2016)

Pasamos a definir las tiendas de conveniencia o multitiendas, las cuales se caracterizan por su tamaño reducido (máximo 500 metros cuadrados) y su horario (abierto al público al menos durante 18 horas al día) y días de apertura, los cuales son muy extendidos por la importancia de los productos que se comercializan en ellas (alimentación, prensa, cultura, regalos...). (García, 2018)

La primera tienda de conveniencia que apareció fue en 1976, en México, y se llamó 7-Eleven cuyo nombre proviene de las jornadas en las que el establecimiento estaba abierto, de las siete de la mañana hasta las 11 de la noche. (Indili, 2013)

Continuamos definiendo las tiendas especializadas, las cuales son aquellas que se centran en una o dos categorías específicas de productos. Podemos destacar como ventaja frente a otro tipo de establecimientos la posibilidad de encontrar varias cosas relacionadas con la especialidad de la tienda, ya que eso no es posible en otras tiendas más genéricas. Este tipo de tiendas estaban presentes desde el inicio del comercio (herreros, fondas de hospedaje, barberos, carpinteros...), pero con el paso del tiempo estas tiendas comenzaron a añadir nuevas categorías y pasaron de ser especializadas a generalistas. (Vargas, 2015)

A continuación, mencionaremos a las droguerías o farmacias, que son tiendas que se dedican exclusivamente a la venta de medicinas. La primera botica que surgió en España fue en Llívia, en Girona y fue en el año 1415, creada por la familia Esteve. Sin embargo, la primera farmacia con espacio físico fue creada en 1221 por los frailes dominicos del convento de Santa María Novella en Florencia, Italia. (MiSistemaInmune, 2020).

Otras tiendas que destacar son las tiendas de descuento, las cuales se caracterizan por ofrecer los precios más bajos del mercado. Para conseguir esto, reducen todo lo que pueden sus costes, utilizando estrategias arriesgadas para atraer al máximo número de clientes. (Westreicher, 2020)

Podemos situar los primeros establecimientos de descuentos en la década de los ochenta, cuando aparecen Dispreu y Diskount en Barcelona y Dia en Madrid. (Martín, 2001)

Para finalizar hablaremos un poco de las tiendas en línea, o como todo el mundo las conoce, las tiendas online. Este tipo de comercio minorista consiste en un sitio web donde se publica un catálogo de productos y servicios que está disponible las 24 horas del día. El público al que se dirige este tipo de tiendas deja de ser local y pasa a tener un alcance global. La forma de venta que tienen estas marcas le permite tener nuevos clientes, entrar en nuevos mercados y tener nuevas oportunidades y todo por una inversión insignificante comparadas con las posibilidades de venta, ya que este tipo de comercio está en tendencia. (Borges, 2018)

Para que este tipo de tiendas pudieran nacer fue necesario que Michael Aldrich inventara las compras en línea en 1979. Él creó videotex, un servicio de mensajes de dos vías, pero no fue hasta 1984 cuando se realizó la primera compra en línea, cuya tienda fue Tesco. (Thomas, 2019)

2.3 Historia de los supermercados a analizar

2.3.1 Historia de Mercadona

Todo empezó en 1977, cuando el matrimonio formado por Francisco Roig Ballester y Trinidad Alonso Mocholí inician la actividad de Mercadona dentro del grupo Cárnicas Roig. El objetivo principal era ampliar la comercialización de carnes y expandir el negocio de los ultramarinos. El nombre de Mercadona procede del valenciano mercat de dona ("mercado de la mujer"). En 1981 Juan Roig y su esposa, junto a sus hermanos

Fernando, Trinidad y Amparo, compran Mercadona a su padre. La empresa tenía en ese año 8 tiendas de aproximadamente 300 m² y en este mismo año Juan Roig asume la dirección de la compañía.

En 1982 Mercadona consigue ser la primera empresa española en utilizar el escáner para la lectura de código de barras en sus tiendas.

Tras esta innovación, la empresa lleva a cabo una estrategia de expansión hacia la comunidad Valenciana, haciéndose con los 22 supermercados que hay en Valencia de Superette.

En 1989 Mercadona adquiere Cesta Distribución y Desarrollo de Centros Comerciales, lo cual permitió a la compañía instalarse en Madrid.

En 1993 se implanta la famosa estrategia comercial SPB (Siempre Precios Bajos), que más adelante se transformara en el Modelo de Calidad Total y en 1996 nacen las marcas propias de Mercadona Hacendado, Bosque Verde, Deliplus y Compy.

En el año 1998 el nuevo objetivo de nuestra empresa era introducirse en Cataluña, y para ello adquiere las cadenas catalanas de Almacens Paquer, Superama y Supermercats Vilaró. Posteriormente se alía con Almacenes Gómez Serrano consiguiendo introducirse en el mercado andaluz. Esto significa que Mercadona ya estaba colocada en las Comunidades Autónomas más grandes e importantes del país.

Según los últimos datos proporcionados por la empresa, Mercadona contaba en 2015 con 1574 establecimientos repartidos por toda España, tiene una cuota de mercado 14,7% y podemos decir que 5 millones de hogares de todo el país compran en Mercadona.

2.3.2 Historia de Alcampo

Sus inicios se remontan a 1981, cuando el por entonces llamado Grupo Auchan abrió su primera tienda fuera del territorio francés, concretamente en Utebo (Zaragoza), bajo el lema "Fulminamos los Precios". Es ahí donde Alcampo comienza su andadura.

En 1985 introduce entre sus trabajadores un nuevo concepto de retribución variable: la prima de crecimientos. A partir de esta iniciativa los colaboradores participan en los resultados de sus centros.

En 1988 Alcampo lanza los primeros productos de marca propia (Samantha y Super Cops) lo que supone el comienzo de un concepto de compra diferente: calidad y precio son compatibles.

En 1991 introduce la posibilidad de pagar de diferentes maneras y aparece la tarjeta Alcampo, con la que se puede obtener créditos financieros. Su siguiente gran innovación ocurrió un año más tarde, cuando creó la primera gasolinera controlada por la empresa junto a la tienda de Ferrol (Galicia).

En 1996 esta cadena de supermercados implanta el accionariado, ofreciendo a sus colaboradores la posibilidad de adquirir acciones de la compañía y participar en sus resultados económicos.

En el año 2000 absorbe a las cadenas El Astorgano y Sercoizarra, los cuales están situados en Vizcaya, consolidando así la expansión de la compañía por la zona norte del país.

En 2005 Alcampo se convirtió en la primera cadena de alimentos española en introducir la caja de auto escaneo, Cajamiga, y comenzó a eliminar las bolsas de plástico.

Según los últimos datos proporcionados por la empresa, Alcampo cuenta hoy en día con 62 hipermercados, 257 supermercados, 55 gasolineras, servicio de venta on-line y una plantilla de más de 19.000 personas.

2.3.3 Historia de Día

El nacimiento del Grupo Dia se remonta al año 1979, cuando el grupo de distribución francés Promodès abre su primera tienda en Madrid, en la calle Valderrodrigo. A partir de entonces el número de tiendas comenzó a crecer, consiguiendo expandirse a otras grandes ciudades como Barcelona (1985) y Sevilla (1989).

En la década de los 90, Dia decide incorporar como estrategia de crecimiento el modelo de franquicia, el cual se inaugura en 1989. A esta estrategia se suma una política de adquisición y absorción de las cadenas españolas competidoras, pudiendo absorber a Dirsá (1990), Mercadopopular (1991) y Ahorro Diario (1992), convirtiéndose en una de las principales compañías de distribución de alimentos en España.

En 1999 Dia llega a un acuerdo de fusión por absorción con el grupo internacional Carrefour, el cual también era francés. Gracias a esta fusión, la cadena aumenta su presencia en el mercado francés.

En junio del 2011, Carrefour aprueba su separación con la marca Dia y prevé su salida a bolsa. La operación acordada consiste en un spin-off. Esto no supone la venta de acciones, sino que cada accionista de Carrefour recibe, en concepto de dividendo en especie, un número de acciones de Dia equivalente a las acciones que tuviera de la compañía Carrefour. Su entrada oficial en Bolsa se produce el 5 de julio del 2011.

A partir del año 2012 la cadena de supermercados Dia comienza a salir de algunos de los mercados internacionales donde operaba como Pekín, Turquía o China.

En 2019 el grupo Dia pasa a tener nuevos propietarios: Grupo Industrial LetterOne.

CAPÍTULO 3

Impacto de la industria alimenticia en España

3.1 El impacto de sector alimenticio en nuestro país

En España, la industria de alimentos es la primera rama del sector industrial. Según los últimos datos publicados de Estadística Estructural de Empresas del INE (Instituto Nacional de Estadística), dicho sector tiene una cifra de negocios de 125.841,8 M€, lo que representa el 22,8% del sector industrial, el 21,5% de las personas ocupadas, el 18,9% del valor añadido y el 2,6% del PIB de España en V.A.B. (Valor Agregado Bruto).

El número de empresas correspondientes a la industria de la alimentación, según los datos del Directorio Central de Empresas, en el año 2019 asciende a 30.573, lo que representa el 15,6% de toda la industria manufacturera. El 96,1% (29.389) de esas empresas tienen menos de 50 empleados; y el 79% (24.160) tienen menos de 10 empleados.

Indicadores	Año 2017		Año 2018		Variaciones	
	Total industria	Total sector de alimentos	Total industria	Total sector de alimentos	Total industria	Total sector de alimentos
Personal ocupado	1.917.714	404.337	2.019.905	434.559	5,3	7,5
Producción	481.326	113.836	518.813	119.714	7,8	5,2
Cifra de negocios	505.351	118.834	551.091	125.842	9,1	5,9

Tabla 3.1 Impacto de la industria alimentaria en España.

Fuente: Elaboración propia a partir del (Instituto Nacional de Estadística, INE).

Como podemos ver en la tabla anterior el sector alimenticio ocupa el 21,51% del total de la industria, supone el 23,07% del total de la producción que genera la industria y supone el 22,84% de la cifra de negocios de nuestra industria. El número de ocupados en dicha industria en el año 2019 asciende a 525.700 personas, lo que supone un crecimiento con respecto al trimestre anterior de 1,9%.

Observamos que tanto la variación del año 2017 al 2018 como del 2018 al 2019, ha sido positiva en todos los indicadores analizados, por lo que esto nos indica que la industria alimenticia va cobrando cada vez más relevancia tanto en nuestra vida diaria como en la economía de nuestro país.

Subsectores	Año 2017		Año 2018		Variación
	N.º	%	N.º	%	%
Industria cárnica	96.579	23,9	104.971	24,2	8,7
Industria del pescado	20.367	5,0	21.985	5,1	7,9
Prep. y cons. de frutas y hortalizas	36.355	9,0	37.879	8,7	4,2
Aceites y grasas	12.970	3,2	13.855	3,2	6,8
Productos lácteos	26.542	6,6	28.015	6,4	5,5
Molinería y almidones	6.696	1,7	6.598	1,5	-1,5
Panadería y pastas alimenticias	87.009	21,5	94.345	21,7	8,4
Fabricación de otros productos alimenticios	53.203	13,2	55.844	12,9	5,0
Productos de alimentación animal	13.124	3,2	14.203	3,3	8,2
Fabricación de bebidas	51.496	12,7	56.862	13,1	10,4
Total de Industria Alimentaria	404.337	100	434.559	100	7,5

Tabla 3.2. Número de personas ocupadas en la industria alimenticia por subsectores

Fuente: Elaboración propia a partir del (Instituto Nacional de Estadística, INE).

En relación con el número de ocupados los principales subsectores son la Industria Cárnica (24,2%), seguido por Panadería y pastas alimenticias (21,7%), Fabricación de bebidas (13,1%) y Otros productos alimenticios (12,9%).

Subsectores	Cifra de negocios	
	Millones de €	%
Industria cárnica	27.959	22,2
Industria del pescado	6.520	5,2
Prepa. y con. frutas y hortalizas	10.382	8,2
Aceites y grasas	10.722	8,5
Productos lácteos	9.797	7,8
Molinería y almidones	3.477	2,8
Panadería y pastas alimenticias	9.095	7,2
Fabricación de otros productos alimenticios	13.457	10,7
Productos de alimentación animal	14.105	11,2
Fabricación de bebidas	20.327	16,2
Total Industria Alimentaria	125.842	100

Tabla 3.3 Cifra de negocios por subsectores.

Fuente: Elaboración propia a partir del (Instituto Nacional de Estadística).

Los subsectores que más destacan basándonos en el indicador de cifra de negocios son: Industria cárnica con 27.959 M€ (22,2%), Fabricación de bebidas con 20.327 M€ (16,2%), Productos de alimentación animal con 14.105 M€ (11,2%) y; Aceites y grasas con 10.722 M€ (8,5%).

Comunidad Autónoma	Personal ocupado		Cifra de negocios	
	N.º	%	Millones €	%
Andalucía	55.372	13,1	16.897	13,8
Aragón	13.344	3,2	5.273	4,3
Principado de Asturias	7.753	1,8	1.866	1,5
Islas Baleares	4.942	1,2	656	0,5
Canarias	10.985	2,6	1.469	1,2
Cantabria	5.869	1,4	1.336	1,1
Castilla y León	38.414	9,1	10.754	8,8
Castilla-La Mancha	26.190	6,2	8.785	7,2
Cataluña	93.290	22,1	29.308	24,0
Comunidad Valenciana	39.188	9,3	10.112	8,3
Extremadura	10.701	2,5	3.257	2,7
Galicia	32.229	7,6	9.455	7,7
Comunidad de Madrid	24.777	5,9	6.464	5,3
Región de Murcia	22.526	5,3	5.871	4,8
Comunidad Foral Navarra	14.118	3,3	3.730	3,0
País Vasco	15.303	3,6	4.820	3,9
La Rioja	7.369	1,7	2.238	1,8
Total Industria Alimentaria	434.559	100	125.842	100

Tabla 3.4 Principales indicadores de la industria alimenticia por comunidades autónomas.

Fuente: Elaboración propia a partir del (Instituto Nacional de Estadística).

En esta tabla podemos ver el lugar que ocupan las distintas comunidades autónomas con respecto a las variables de Personal ocupado y Cifra de negocios. Hay que destacar que la comunidad autónoma que tiene más personas trabajando en este sector es Cataluña, con 93.290 personas lo que supone el 22,1% y genera 29.308 M€. Le sigue Andalucía con 55.372 personas (13,1%) y generando 16.897 M€, la Comunidad Valenciana con 39.188 personas (9,3%) y generando 10.112 M€ y Castilla y León con 38.414 personas (9,1%) generando 10.754 M€.

CAPITULO 4

Perfil de los consumidores y factores que influyen en la decisión de compra

4.1 El nuevo consumidor español

La crisis y la evolución de las tecnologías han cambiado el comportamiento de compra de los ciudadanos, ya que la pérdida de poder adquisitivo hace que los consumidores midan más la cantidad de dinero que se gastan en sus compras diarias y por lo tanto esto ha favorecido al crecimiento de las marcas blancas (Reyes, 2018).

Las marcas blancas son productos genéricos que el minorista vende bajo su nombre y normalmente suelen ser los supermercados los que ofrecen este tipo de productos. Estos productos se caracterizan por un envase y diseño más simple, además de un precio y calidad inferior comparado con el resto de las marcas que ofrecen el mismo producto (Nicole, 2021).

La principal consecuencia de la crisis del Covid-19 fue la pérdida de empleo en muchos hogares, lo que hizo que el gasto privado tuviera una caída absoluta en la primera mitad de año. A este factor tenemos que sumarle la incertidumbre sobre cómo va a evolucionar el empleo y las rentas de las familias, por lo que los hogares españoles son más reacios a realizar gastos, aumentando sus ahorros. Por lo cual, podemos describir al consumidor español como una persona conservadora, selectiva y concienciada (Banco de España, 2020).

Otra de las consecuencias del Covid-19 ha sido el aumento de las compras a través de internet. Las medidas de confinamiento que se implantaron para reducir la propagación del virus hicieron que las compras a través de canales digitales aumentaran. Esto también repercutió en las empresas, las cuales aceleraron su proceso de digitalización para mantener su actividad y adaptarse a los nuevos cambios.

El pago con tarjeta ha superado al efectivo a la hora de hacer compras en España debido a la crisis sanitaria del coronavirus. Aunque este cambio ya estaba presente en nuestras vidas antes de esta pandemia, las recomendaciones sanitarias de no manejar dinero en efectivo han hecho que el uso de este método de pago aumente. Si antes de la pandemia se pagaba al contado el 61,2% de las compras ahora son el 45,5% según los datos acumulados de marzo a mayo del 2020, mientras que el plástico ha pasado del 38,5% al 54,1% (El Español, 2020).

Otro de los efectos que la pandemia está dejando en los consumidores es la caída en la visita a los establecimientos, que descendieron un 13%, así como el aumento del ticket de compra durante marzo y mayo del 2020, en concreto aumento un 20% (El Español, 2020).

4.2 Factores que influyen en la decisión de compra

El primer factor que destacaremos será la clase social. La clase social es una forma de división de la sociedad en grupos de individuos que comparten una serie de características comunes. El criterio que más se utiliza para realizar esta división es el poder adquisitivo, pero también existen otros como la profesión, la educación y los valores. Dependiendo de la clase social a la que pertenezcamos podremos adquirir productos con un precio superior, de mayor calidad o más duraderos que el resto.

Continuaremos hablando de la franja de edad y el momento vital en el que se encuentre el consumidor, ya que las necesidades y preferencias de las personas jóvenes no son las mismas que las de personas más mayores. Lo mismo ocurre con el momento vital en el que se encuentre el consumidor, ya que las necesidades de los jóvenes solteros se enfocan más en la estética que muestran mientras que las necesidades de personas casadas con hijos se enfocan más en satisfacer las necesidades de sus hijos.

Aunque este factor no puede controlarlo la marca, tenemos que destacar como factor importante la personalidad del consumidor. A este factor le afecta el lugar donde se encuentra, la hora y hasta si tuvo un buen día o no.

Otro factor para tener en cuenta es el estilo de vida que llevan nuestros consumidores. Para ello tenemos que fijarnos en su rutina, con qué frecuencia hacen actividad física, que tipo de ejercicios realizan, que hacen en su tiempo libre, que productos consumen más, etc.

Tenemos que destacar el papel de las "influencers" hoy en día. Las influencers son personas con presencia e influencia en las redes sociales y que pueden recomendar marcas. (Ortiz, 2020).

Sus principales características son:

- Tienen una audiencia de cierto tamaño. Sus seguidores suelen ser de redes sociales o lectores de su blog.
- Tiene autoridad sobre su audiencia, ya que sus seguidores hacen caso a sus recomendaciones, por lo que puede ayudar a la marca a obtener mejores resultados.
- Tiene una buena relación con su audiencia.
- Tiene una buena relación con la marca. Esto no quiere decir que pase todo el día promocionándola, sino que recomiende aquellos productos que realmente use y en los que confíe.

El precio es uno de los aspectos que está siempre presente, ya que está muy ligado con la clase social y el tipo de consumidor con el que estemos tratando. Hay consumidores que relacionan un precio elevado con buena calidad, pero hay otros que necesitan comprar una marca y otra para valorar cual tiene una mayor relación calidad-precio.

Podemos decir que la calidad del producto esta antes de su precio, ya que influye directamente en el consumidor. El gran reto de las empresas hoy en día es cumplir con las expectativas del cliente, ya que los consumidores se interesan cada vez más en los productos y servicios que cumplen con los estándares de calidad que prometen.

Otro factor que cada vez tiene mayor influencia es la valoración de otros consumidores, ya que en la actualidad hay muchos consumidores que necesitan la recomendación de otras personas antes de comprar. Además, hay que añadir que existen páginas webs en internet para valorar la atención recibida y que son muy visitadas por los clientes antes de probar el productos o servicio.

Por último, hablaremos de la percepción de la marca. Con este factor nos referimos a la visión y opinión que el consumidor tiene de un producto o servicio. Un comprador puede ser fiel a una marca, pero si la marca no lo hace sentir especial es muy probable que decida cambiarla.

CAPITULO 5

Indicadores para el análisis de los supermercados

Para realizar un buen análisis a cualquier empresa es necesario utilizar una serie de indicadores e interpretar los resultados que obtengamos con ellos para saber si se está llevando una gestión eficiente de dicha entidad, ya que en el caso de que no sea así tendremos que aplicar medidas para guiar a la empresa hacia la consecución de sus objetivos. Cuando hablamos de analizar una entidad mediante indicadores, no solo nos referimos a indicadores económicos, sino también a indicadores no económicos, pero en este trabajo de investigación nos centraremos en los ratios económicos-financieros.

5.1 Indicadores económicos-financieros

Los indicadores económicos-financieros expresan la relación entre dos o más elementos de los estados financieros. Son útiles para comparar el desempeño financiero de una empresa contra el desempeño histórico y contra los promedios de la industria. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2014)

- Análisis estructural del patrimonio
- Indicadores de Rentabilidad
- Indicadores relacionados con las Operaciones de la entidad
- Indicadores económico-financieros
- Indicadores relacionados con los Empleados

5.1.1 Análisis estructural del patrimonio

Este análisis nos permite apreciar de que elementos está compuesto el patrimonio de la empresa a analizar y como se distribuyen los ingresos y los gastos según su naturaleza. Podemos destacar: estructura del activo, estructura del pasivo, estructura del patrimonio neto y estructura de los resultados del ejercicio. (Rodríguez, 2013).

Este análisis se divide en dos tipos: (Jileana, 2020)

- Análisis Horizontal: Se analiza un aspecto específico del negocio a lo largo de diferentes periodos de tiempo. Mediante este análisis se puede ver los datos reales durante años consecutivos y compararlos. Sobre esta base podemos diagnosticar el futuro y comprender la tendencia de la empresa.
- Análisis Vertical: Analiza todas las partidas del balance para un periodo de tiempo específico. Esto proporciona un punto de vista integral de las finanzas de la compañía en su conjunto para ese periodo de tiempo y nos mostrara cuanto aporta cada partida individual al conjunto.

5.1.2 Indicadores de Rentabilidad

Para medir la rentabilidad de las entidades, cabe destacar una serie de indicadores que nos proporcionarán un juicio justo acerca de ella (Tabla 5.1).

Nombre del ratio	Concepto	Formula
Rentabilidad sobre recursos propios	Es el porcentaje que se obtiene de dividir el beneficio neto por los recursos propios (capital y reservas). Es la tasa de beneficio sobre el capital acumulado.	$ROE = \text{Rdo. Ordinario antes de Impuestos} / \text{Fondos propios}$
Rentabilidad sobre capital empleado	Nos muestra la rentabilidad de la empresa en función de los recursos que ha empleado.	$ROCE = (\text{Rdo. Ordinario antes de Impuestos} + \text{Gastos financieros}) / (\text{Fondos propios} + \text{Pasivo fijo})$
Rentabilidad sobre el activo total	Mide la capacidad de la empresa para generar ganancias. Permite saber si la empresa está usando eficientemente sus activos.	$ROA = \text{Rdo. Ordinario antes de Impuestos} / \text{Total Activo}$
Margen de beneficio	Nos indica cuanto estas ganando por cada producto vendido descontando los impuestos.	$MB = \text{Rdo. Ordinario antes de Impuestos} / \text{Ingresos de explotación}$

Tabla 5.1. Indicadores de rentabilidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Economipedia).

Para que el ratio de rentabilidad sobre recursos propios sea optimo tiene que ser elevado. Se podría decir que como mínimo tiene que ser positiva e igual o superior a las expectativas de los propietarios.

Para calcular el resultado optimo del ratio de rentabilidad sobre capital empleado tenemos que compararlo con empresas del mismo sector, ya que según el tipo de empresa el ROCE variará, por lo que no podemos definir un numero óptimo.

Se considera un resultado optimo del ratio de rentabilidad sobre el activo total un 5%, aunque debemos tener en cuenta el estado del activo de la empresa, que puede verse modificado por sucesos puntuales.

Respecto al margen de beneficio, cada sector tiene una expectativa de margen diferente, por lo que para saber cuál es el resultado optimo tenemos que compararlo con las empresas líderes del sector al que pertenezca nuestra entidad.

5.1.3. Indicadores relacionados con las Operaciones de la Entidad

Para el estudio de este apartado, utilizaremos indicadores como (Tabla 5.2):

Nombre del ratio	Concepto	Formula
Fondo de Maniobra	Este indicador nos muestra si las inversiones permanentes están siendo financiadas o no por los recursos permanentes de la entidad	$FM = (\text{Patrimonio Neto} + \text{Pasivo no Corriente}) - \text{Activo No Corriente}$
Rotación de activos	Mide el nivel de eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos para generar ingresos. Nos muestra cuantos ingresos genera la empresa por cada euro que tiene invertido en activo.	$\text{Rot. Activos} = \frac{\text{Importe neto de la cifra de negocio (Ventas)}}{\text{Total de Activos}}$
Rotación de las existencias	Este ratio nos muestra cuantas veces se transforma el inventario en dinero en un tiempo determinado.	$\text{Rot. Existencias} = \frac{\text{Ingresos de Explotación}}{\text{Existencias}}$
Periodo de cobro	Son los días que tarda de media una empresa en cobrarle a sus clientes.	$PMC = \left(\frac{\text{Deudores}}{\text{Ingresos de explotación}} \right) * 360$
Periodo de pago	Nos muestra los días que transcurren desde que la empresa adquiere la materia prima hasta que le paga a sus proveedores.	$PMP = \left(\frac{\text{Acreedores comerciales}}{\text{Ingresos de explotación}} \right) * 360$

Tabla 5.2. Indicadores de las Operaciones de la Entidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Economipedia).

Cuanto más elevado sea el valor de la rotación de activos mayor será la productividad de los activos de la empresa para generar ventas y por lo tanto rentabilidad al negocio.

Respecto a la rotación de las existencias podemos decir lo mismo, mientras más alta sea la rotación, menos tiempo permanece el inventario en el almacén. Esto es una señal de una buena administración y gestión del inventario.

El periodo medio de cobro de clientes en España se sitúa en 85 días para el sector privado y de 111 días para el sector público. El periodo máximo de cobro establecido por parte de las administraciones públicas es de 30 días y el del sector privado de 60 días. Por lo cual, para saber cuál es la cantidad optima de dicho ratio tenemos que ver a que sector pertenece nuestra empresa.

En cuanto al periodo de pago, cuanto más elevado sea el valor de este ratio, más se demora el pago a los proveedores, lo que revela que la compañía se está financiando gracias a éstos. No podemos definir un valor óptimo para este ratio ya que depende del periodo medio de cobro.

5.1.4. Indicadores económico-financieros

La Tabla 5.3, muestra una serie de ratios relacionados con la estructura económico-financiera de la entidad.

Nombre del ratio	Concepto	Formula
Ratio de solvencia	Nos muestra la capacidad que tiene una persona física o jurídica para hacer frente a sus obligaciones financieras a largo plazo, es decir, para devolver actualmente o en el futuro las deudas que ha contraído.	$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$
Ratio de liquidez	Nos muestra la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus obligaciones financieras a corto plazo.	$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$
Ratio de autonomía financiera a medio y largo plazo	Nos muestra la dependencia que tiene una empresa de sus acreedores, es decir, de la deuda. En consecuencia, nos muestra la capacidad de endeudarse de la empresa.	$\text{R. Autonomía} = \frac{\text{Patrimonio Neto}}{\text{Pasivo fijo}}$
Apalancamiento financiero (%)	Nos muestra la relación entre la deuda y los fondos propios y el efecto de los gastos financieros en los resultados ordinarios	$\text{AF} = \left[\frac{\text{Pasivo Fijo} + \text{Deudas Financieras}}{\text{Fondos Propios}} \right] * 100$

Tabla 5.3. Indicadores económico-financieros.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Amat,2008).

Es complicado calcular el valor óptimo para el ratio de solvencia, ya que un valor puede ser adecuado para unos casos e inadecuados para otros dependiendo de las características de la empresa, de cómo funciona y del sector al que pertenezca. No obstante, se establece un valor óptimo en torno al 1'5, por lo que si el resultado es inferior a ese importe indica que la empresa tiene dificultades para hacer frente a sus deudas a largo plazo. (Amat, 2008)

Respecto al ratio de liquidez, su valor óptimo ha de ser próximo a 2 o entre 1'5 y 2, ya que en el caso de que dicho ratio sea inferior a 1'5 indicaría que la empresa puede tener dificultad para hacer frente a sus pagos a corto plazo. (Amat, 2008)

Cuanto mayor sea el ratio de autonomía financiera mayor será la capacidad de la empresa para sobrevivir en el futuro, ya que esto significaría que puede hacer frente a todos sus pagos y tiene capacidad para endeudarse en un futuro si lo necesitara. (Amat, 2008)

El valor óptimo para el apalancamiento financiero es que sea mayor que 1, aunque depende del sector al que pertenezca, los intereses que tenga la deuda y la rentabilidad que le va a proporcionar la actividad o el producto al que va a destinar ese préstamo. (Amat, 2008)

5.1.5. Indicadores relacionados con los empleados

A continuación, la Tabla 5.4 muestra los principales ratios relacionados con los trabajadores de la entidad.

Nombre del ratio	Concepto	Formula
Beneficio por empleado	Nos muestra la productividad de nuestros empleados, ya que relaciona la producción obtenida con los recursos humanos empleados.	$BE = \frac{\text{Resultado Ordinario antes de Impuestos}}{\text{Número de empleados}}$
Ingresos de explotación por empleado	Nos indica cuantas unidades monetarias deja cada empleado a la empresa	$IE = \frac{\text{Ingresos de explotación}}{\text{Número de empleados}}$
Costes trabajadores/ ingresos de explotación	Mide qué proporción de los ingresos totales de la entidad, van destinados a cubrir los gastos de personal de la entidad.	$CT = \frac{\text{Gastos de personal}}{\text{Ingresos de explotación}}$
Coste medio de los empleados	Determina el coste medio por empleado, expresado en unidades monetarias.	$CME = \frac{\text{Gasto de personal}}{\text{Número de empleados}}$
Recursos propios por empleado	Establece la proporción per cápita de Patrimonio Neto correspondiente a cada uno de los empleados que componen la entidad.	$RPE = \frac{\text{Patrimonio Neto}}{\text{Número de empleados}}$

Tabla 5.4. Indicadores de empleados.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Sistema de Balances Ibéricos, SABI).

CAPITULO 6

Análisis a Mercadona

6.1. Análisis del balance de situación

6.1.1. Estructura económica

Vamos a analizar cómo ha evolucionado el Activo Corriente y No Corriente de nuestro primer supermercado. Como podemos ver en la tabla 6.1. el Activo No Corriente ha sufrido un gran aumento, pasando de ser 4.518.292€ a 6.758.558€, es decir, un 49,58%. Esta variación se debe en gran medida al aumento del inmovilizado material (64%) lo cual puede ser causado por adquisición de maquinaria.

Mientras tanto, con el Activo Corriente ocurre lo contrario, tiene una caída de 25,54%, lo que supone 1.000.000€ menos. Este cambio se debe principalmente a una disminución de la tesorería (31,42%) y de otros activos líquidos (29,18%). Esto puede deberse a que la empresa ha realizado más pagos en metálico y a que los activos se convierten en líquido más rápidamente que en años anteriores.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Activo No Corriente	6.758.558	5.494.407	4.518.292
Inmovilizado inmaterial	192.743	139.828	101.724
Inmovilizado material	5.953.493	4.676.918	3.810.645
Otros activos fijos	612.322	677.661	605.923
Activo Corriente	2.927.803	3.642.168	3.932.262
Existencias	648.702	704.439	747.835
Deudores	119.259	119.939	134.608
Otros activos líquidos	2.159.842	2.817.790	3.049.819
Tesorería	1.954.129	2.699.190	2.849.239
Total Activo	9.686.361	9.136.575	8.450.554

Tabla 6.1. Evolución de la estructura económica de Mercadona (miles de euros).

Fuente: Elaboración propia a través de (SABI).

6.1.2. Estructura financiera

La estructura financiera está compuesta (Tabla 6.2) por capital propio (Patrimonio Neto) y capital ajeno (Pasivo No Corriente, el cual es exigible a más de 1 año, y Pasivo Corriente, el cual es a menos de 1 año). Como podemos observar como las partidas que aumentan son los fondos propios (18,84%) y el pasivo corriente (9,40%), mientras que el pasivo no corriente disminuye considerablemente (40%).

El aumento del Patrimonio Neto se debe al incremento de la partida “Otros Fondos propios” ya que la otra partida permanece intacta. Dicha variación se debe a los beneficios que la empresa ha venido obteniendo en los últimos años.

La disminución del Pasivo No Corriente se debe principalmente a la reducción de “Otros pasivos fijos” y a la cuenta de “Acreedores l/p”. Esto puede ser debido a que la empresa está liquidando sus deudas a largo plazo con los acreedores o las está reclasificando de largo a corto plazo.

Por último, el leve incremento del Pasivo Corriente se debe principalmente al aumento de la partida “Otros pasivos líquidos” (18,67%). Como podemos ver, la entidad no está financiada con entidades de crédito a corto plazo, lo que nos muestra que tiene una gran autonomía financiera respecto a terceros.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Patrimonio Neto	6.076.563	5.583.359	5.113.282
Capital Suscrito	15.921	15.921	15.921
Otros fondos propios	6.060.642	5.567.438	5.097.361
Pasivo No Corriente	49.709	66.479	82.803
Acreedores a l/p	4.007	13.354	20.371
Otros pasivos fijos	45.702	53.125	62.432
Provisiones	6.150	6.142	6.099
Pasivo Corriente	3.560.089	3.486.737	3.254.469
Deudas financieras	0	0	0
Acreedores comerciales	2.480.712	2.421.575	2.344.878
Otros pasivos líquidos	1.079.377	1.065.162	909.591
Total pasivo y fondos propios	9.686.361	9.136.575	8.450.554

Tabla 6.2. Evolución de la estructura financiera de Mercadona (miles de euros).

Fuente: Elaboración Propia a través de (SABI).

6.2. Indicadores de Rentabilidad

Los principales indicadores para determinar la rentabilidad de una empresa son: Rentabilidad sobre Recursos Propios, Rentabilidad sobre Capital Empleado, Rentabilidad sobre Activo Total y Margen de Beneficio (Tabla 6.3).

La rentabilidad de los recursos propios, la cual ha sufrido un gran aumento. Tanto el resultado ordinario antes de impuesto como los fondos propios han aumentado; aunque el resultado ordinario ha aumentado en mayor medida, dando lugar al incremento de este ratio. Dicho incremento esta ocasionado por el aumento de la partida de otros ingresos de explotación.

La rentabilidad sobre capital empleado sigue la misma tendencia que su ratio predecesor, y aumenta alrededor de un 5%. Este incremento se debe también a la partida de "Otros ingresos de explotación", la cual ha aumentado en mayor medida que la suma de los pasivos no corrientes (han disminuido) y los fondos propios.

Respecto a la rentabilidad sobre el total de activos, vemos como se duplica desde el 2017 al 2018, aunque sufre una leve disminución desde el 2018 al 2019. Podemos ver como en el 2018 los activos han aumentado en mayor proporción que los ingresos de explotación, mientras que en el 2019 ocurre lo contrario.

Terminaremos con el Margen de beneficio, el cual sigue la misma tendencia que el último ratio comentado. Este incremento en 2018 está ocasionado por el aumento del resultado ordinario antes de impuestos en mayor medida que los ingresos de explotación; actuando de manera inversa en 2019.

En conclusión, se puede afirmar que la entidad tiene una buena dinámica de crecimiento, lo cual está reflejado en el aumento de los beneficios.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Rentabilidad sobre recursos propios	12,54	13,60	7,86
Rentabilidad sobre capital empleado	12,44	13,44	7,74
Rentabilidad sobre el activo total	7,87	8,31	4,76
Margen de beneficio	3,25	3,40	1,91

Tabla 6.3. Evolución de los indicadores de Rentabilidad de Mercadona (en %).

Fuente: Elaboración Propia a través de (SABI).

6.3. Indicadores de las operaciones de la empresa

Los ratios relacionados con las operaciones habituales de la empresa (Tabla 6.4) son los siguientes:

El primer indicador para analizar es el Fondo de Maniobra, el cuál pasa de ser muy positivo a ser muy negativo, por lo que en 2017 tiene muy buen equilibrio financiero, en 2018 comienza a deteriorarse y en 2019 presenta un resultado aparentemente negativo. Dicho ratio no tiene un resultado óptimo, ya que depende del sector al que pertenezca, por lo que podemos afirmar que el resultado del año 2018 es bueno ya que cobra a sus clientes en el momento y paga a sus proveedores a los 48 días.

El ratio de Rotación de activos, presenta una ligera evolución a la baja, esto se debe al incremento experimentado por el total de activos; más concretamente, las partidas del Inmovilizado Material, en una cantidad cercana a los 2 millones de u.m. (miles de €).

La Rotación de existencias actúa de manera inversa, consiguiendo un aumento constante en el tiempo, hasta colocarse con un montante superior en un 28%, respecto al 2017. Esta evolución se debe al incremento experimentado por el importe neto de la cifra de negocio, por un total de 2.332.245 u.m. (expresado en miles de €); mientras que las existencias, han sufrido una disminución de cerca de 100.000 u.m. (miles de €).

Respecto a los períodos de cobros y pagos, se aprecia una gran diferencia entre ambos, ya que el primero de ellos presenta siempre un resultado de 2 días; mientras que el segundo varía ligeramente en el tiempo, aunque siempre con una cifra cercana a 40 días. Esto hace que dispongan de efectivo en cualquier momento para acometer cualquier inversión sin riesgo de incurrir en suspensión de pagos, ya que cobra una media de 20 veces a sus clientes hasta que le corresponde hacer el pago a sus proveedores.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Fondo de Maniobra	-632.286.000	155.431.000	677.793.000
Rotación de activos	2,41	2,44	2,49
Rotación de existencias	36,14	31,69	28,18
Periodo de cobro	2	2	2
Periodo de pago	38	39	40

Tabla 6.4. Evolución de los indicadores de las operaciones de Mercadona.

Fuente: Elaboración propia a través de (SABI).

6.4. Indicadores económico-financieros

Para realizar un estudio de la situación económico-financiera de una entidad, se pueden utilizar innumerables ratios, los principales ratios que extraemos del SABI, son (Tabla 6.5):

El Ratio de solvencia presenta una evolución favorable en el tiempo, colocándose con un montante superior en un 5,93%, respecto a 2017. Este aumento se debe al incremento mayoritario de los Activos no Corrientes, respecto al de los Pasivos no Corrientes; ya que los Activos y Pasivos Circulantes, han disminuido ambos sus cifras. Los resultados de solvencia son bastante favorables.

El Ratio de liquidez presenta una dinámica inversa al ratio de solvencia, ya que disminuye su montante en el tiempo en un 32%, respecto a 2017. Este deterioro se debe a la disminución de los Activos Corrientes, por valor de 1 millón (miles de €); además del incremento de los Pasivos Corrientes de la entidad, por valor de 2 millones (miles de €), aproximadamente. Aun así, presenta muy buenos resultados de liquidez.

El Ratio de autonomía financiera a medio y largo plazo experimenta un gran aumento, llegando a colocarse con un montante superior al doble, de su cifra en 2017. Esto se debe al incremento del Patrimonio Neto, causado principalmente por los beneficios crecientes que ha obtenido la empresa, y a la disminución de los Pasivos No Corrientes. Este incremento es buena señal ya que nos muestra que la empresa tiene independencia frente a terceros.

Por último, el ratio de Apalancamiento Financiero disminuye, cifrando su importe en la mitad de la cifra del 2017. Esto se debe a que las deudas que tiene la entidad con terceros están disminuyendo, mientras que los Fondos Propios están aumentando con el paso del tiempo. La disminución de este ratio es muy positivo ya que eso significa que la empresa está priorizando la financiación propia a la ajena, lo cual le supone una reducción de gastos financieros.

Nombre del ratio	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Ratio de solvencia	2,68	2,57	2,53
Ratio de liquidez	82,24	104,46	120,83
Ratio de autonomía financiera a medio y largo plazo	122,24	83,99	61,75
Apalancamiento financiero (%)	0,82	1,19	1,62

Tabla 6.5. Evolución de los indicadores económico-financieros de Mercadona.

Fuente: Elaboración propia a partir de (SABI).

6.5. Indicadores relacionados con los empleados

Para acabar el análisis de la primera entidad hablaremos de algunos ratios que están relacionados con el personal de la empresa, los cuales son (Tabla 6.6):

El Beneficio por empleado incrementa en 3 u.m. del año 2017 al 2018, manteniéndose esta en el 2019. Esto se debe a que la empresa ha duplicado su resultado ordinario antes de impuestos, que eclipsa el aumento de la plantilla de trabajadores; por lo que se consigue aumentar el resultado de este ratio. En resumen, dichos empleados generan un beneficio que dejan dentro de la organización.

Los ingresos de explotación por empleado disminuyen levemente en el tiempo (3 u.m.), ya que aunque el resultado ordinario antes de impuestos se incrementa, lo que determina la bajada del resultado de este ratio, es el aumento de la cifra de la plantilla de trabajadores. Esto deriva en una disminución de la eficiencia de los trabajadores en lo que se refiere a la actividad propia de la entidad.

El ratio Costes de trabajadores / Ingresos de explotación sufre un pequeño aumento (0,11%) y esto se debe al aumento de la plantilla de personal, que aunque ha supuesto unos mayores beneficios también ha supuesto unos mayores costes para la empresa, lo que repercute en el incremento de este ratio. Nos muestra el porcentaje de los ingresos de explotación que se destinan a cubrir los costes de personal.

El coste medio de los empleados no sufre variaciones durante los años analizados, ya que tanto los gastos de personal como sus costes aumentan en la misma proporción.

Para terminar, el ratio recursos propios por empleado tiene un pequeño aumento (3 u.m.) y esto se debe a que tanto el número de empleados como el Patrimonio Neto de la empresa han aumentado, aunque el aumento del personal de la empresa es el que ha determinado la modificación de dicho ratio.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Beneficio por empleado	8	8	5
Ingresos de explotación por empleados	246	249	249

Costes trabajadores/ ingresos de explotación (%)	13,07	12,82	12,96
Coste medio de los empleados	32	32	32
Recursos propios por empleado	64	62	61

Tabla 6.6. Evolución de los ratios relacionados con los empleados de Mercadona.

Fuente: Elaboración Propia a través de (SABI).

6.6. Conclusión

La estructura económica de la entidad viene experimentando un aumento en el tiempo, debido principalmente por el Activo no Corriente; más concretamente, la partida de Inmovilizado material, que eclipsa la disminución del Activo Corriente. En cuanto a la estructura financiera, actúa de la misma manera que la económica, ya que la subida del PN (debido a los otros fondos propios) y el Pasivo no Corriente, eclipsan la leve bajada del Pasivo Corriente.

Respecto a las rentabilidades de la entidad, todos los indicadores relacionados experimentan incrementos, todo esto es debido a que ha aumentado durante el horizonte temporal analizado, el resultado ordinario antes de impuestos. Por lo que podemos decir que la entidad presenta buenos ratios de rentabilidad, así como una buena dinámica de crecimiento.

La Rotación de activos sufre un leve deterioro, debido a que el total de activos aumenta en mayor proporción que el importe neto de la cifra de negocio. El ratio de rotación de existencias, actúa de forma inversa, debido a que los ingresos por venta aumentan, mientras que las existencias disminuyen. Aun así, ambos indicadores presentan resultados optimistas.

El periodo medio de cobro a los clientes se cifra en 2 días, es decir, su cobro es casi inmediato; mientras que el periodo medio de pagos es de alrededor de 40 días; por lo que dispone de efectivo en cualquier momento para liquidar el exigible.

El Fondo de Maniobra sufre fuertes fluctuaciones, presentando un saldo positivo muy elevado en 2017, pasando a un saldo positivo muy inferior en 2018; para pasar a un saldo negativo muy abultado. En estos primeros años, presentan equilibrio a largo, mientras que el último año parece tener desequilibrio. Este ratio no es un dogmatismo, por lo que tendremos que analizar el sector al que pertenece la entidad, además de sus resultados. En resumen, todos sus años está en equilibrio a largo, ya que según su política de cobros y pagos, Mercadona puede disponer de efectivo para acometer los pagos, en 2 días.

La solvencia de la entidad experimenta un incremento, debido al aumento de los activos respecto a los pasivos totales, generando unos buenos resultados de este ratio, siendo una entidad solvente.

La liquidez, actúa de manera inversa, aunque aun así presenta buenos resultados, es una entidad muy líquida.

En cuanto al endeudamiento, la entidad presenta una gran autonomía ante terceros y en crecimiento, debido a que su nivel de deuda es muy bajo.

Los ratios relacionados con los empleados son bastante optimistas, ya que los beneficios y recursos propios por empleado han aumentado, mientras los costes per cápita se han mantenido constantes. Los costes de personal son muy bajos respecto a los ingresos por actividad, por lo que podemos decir que la entidad presenta buenos resultados en este aspecto.

CAPITULO 7

Análisis a Alcampo

7.1. Análisis del balance de situación

7.1.1. Estructura económica

En primer lugar veremos cómo ha variado el Activo No Corriente y Corriente de nuestra segunda entidad. (Tabla 7.1)

Podemos notar que el total de Activos se ha reducido en un 11,55%, y aunque ambos tipos de activos se han visto reducidos el que más ha disminuido respecto al 2017 es el Activo Corriente (20,16%). Esta reducción viene provocada principalmente por una reducción de la partida de “Otros Activos Líquidos” la cual pasa a reducirse en un 43,35%. Este incremento se debe a que la empresa ha reducido sus inversiones en empresas del grupo, pasando de tener 41.098 miles de € en 2017 a 12.614 miles de € en 2019. El resto de las partidas también disminuyen, en concreto la de “Deudores” disminuye un 26,32%, la de “Existencias” disminuye un 8,90% y la de “Tesorería” un 8,44%.

Respecto al Activo No Corriente, también disminuye aunque en menor medida (7,05%). La principal partida que ha provoca esta reducción es el “Inmovilizado Material” el cual disminuye en un 7,12% debido a las amortizaciones. La otra partida que también disminuye es la de “Otros Activos Fijos” (5,40%) debido a la disminución de sus inversiones financieras a largo plazo.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Activo No Corriente	628.360	668.641	676.058
Inmovilizado inmaterial	0	0	0
Inmovilizado material	604.996	644.247	651.359
Otros activos fijos	23.364	24.394	24.699
Activo Corriente	281.733	309.105	352.893
Existencias	177.076	185.714	194.374
Deudores	64.268	78.056	87.226
Otros activos líquidos	40.389	45.335	71.293
Tesorería	27.126	31.276	29.628
Total de Activo	910.093	977.746	1.028.951

Tabla 7.1. Evolución de la estructura económica de Alcampo.

Fuente: Elaboración Propia a través de (SABI).

7.1.2. Estructura financiera

Como podemos ver en la Tabla 7.2. tanto la financiación ajena como la financiación propia disminuyen, pero este cambio se debe principalmente a la financiación ajena.

Dentro de la financiación ajena, las partidas que más varían corresponden al Pasivo No Corriente. Vemos que la disminución se debe principalmente a la partida “Acreedores l/p” la cual disminuye en un 57,65%. Esta disminución se debe a que la empresa ha reducido sus deudas con empresas del grupo en más del 50%. La partida “Otros Pasivos Fijos” también disminuye en un 12,66%, y la partida “Provisiones” sigue la misma tendencia, reduciéndose en un 10,63%.

Las partidas que componen el Pasivo Corriente sufren un leve aumento en el año 2018 pero en 2019 sigue la tendencia que el Pasivo No Corriente, reduciéndose. La partida más significativa es “Otros Pasivos Líquidos”, la cual disminuye en un 10,99%, lo mismo ocurre con “Acreedores Comerciales”, que aunque ha tenido un leve aumento en 2018 de 0,43% en 2019 continua la tendencia de la estructura financiera, reduciéndose en un 6,34%. Mientras que estas dos partidas disminuyen, la correspondiente a “Deudas Financieras” aumenta en un 6,13%, pero dicho incremento es en menor proporción que el resto de las partidas, por eso la masa patrimonial Pasivo Corriente disminuye aunque no todas sus partidas lo hagan.

El Patrimonio Neto también disminuye en un 7,18% y esto se debe a la partida “Otros Fondos Propios” ya que el Capital Suscrito no varía. Esta reducción la ha provocado el resultado del ejercicio, que aunque ha sido positivo todos los años, ha disminuido con el paso del tiempo y las reservas de la empresa.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Patrimonio Neto	123.649	126.449	133.218
Capital Suscrito	53.389	53.389	53.389
Otros Fondos Propios	70.260	73.060	79.829
Pasivo No Corriente	56.435	57.601	105.540
Acreedores l/p	33.641	34.402	79.442
Otros Pasivos Fijos	22.794	23.199	26.098
Provisiones	11.665	11.706	13.053
Pasivo Corriente	730.009	793.696	790.193
Deudas Financieras	10.096	10.863	9.513
Acreedores comerciales	504.315	540.771	538.472
Otros Pasivos Líquidos	215.598	242.062	242.208
Total Pasivo y Patrimonio Neto	910.093	977.746	1.028.951

Tabla 7.2. Evolución de la estructura financiera de AICampo.

Fuente: Elaboración Propia a través de (SABI).

7.2. Indicadores de Rentabilidad

Como vemos en la tabla 7.3. el ratio de “Rentabilidad sobre recursos propios” sufre una disminución en el 2018 de 16,72% pero en 2019 aumenta en un 21,38%. Esto se debe a que los Fondos Propios han disminuido en mayor medida que el resultado ordinario antes de impuestos, provocando el aumento de dicho ratio. La principal partida que provoca estos cambios en el ratio es el resultado del ejercicio, el cual hace que disminuyan los fondos propios y en consecuencia aumente su rentabilidad.

La Rentabilidad sobre el Capital Empleado aumenta un 15,24% posicionándose en 71,68%. Esto se debe a la gran disminución que ha sufrido el Pasivo No Corriente, que como ya hemos comentado anteriormente, ha sido del 50%. Esto ha provocado que el denominador (Fondos propios + Pasivo No Corriente) se reduzca en mayor proporción que el numerador (Resultado Ordinario Antes de Impuestos + Gastos Financieros), ocasionando el aumento de este ratio.

La Rentabilidad sobre el Activo Total sigue la misma tendencia que el primer ratio analizado, tiene una leve disminución en 2018 y termina con un aumento del 3,44% en 2019. Esto se debe a que el total de Activos se ha reducido en mayor proporción (11,55%) que el Resultado Ordinario Antes de Impuestos (2,80%). La principal partida que ha provocado este aumento son las inversiones en empresas del grupo, ya que al verse reducida esta partida, el total de activos ha disminuido y en consecuencia dicho ratio ha aumentado.

Con el Margen de Beneficio ocurre lo mismo, disminuye en 2018 pero vuelve a aumentar en 2019, aunque su valor sigue siendo inferior al valor de 2017. Los ingresos de explotación han aumentado todos los años pero en 2018 el Resultado Ordinario antes de Impuestos disminuyó, provocando la disminución de este ratio. En 2019 este ratio vuelve a aumentar debido a que el incremento de los ingresos de explotación fue mayor que la del Resultado Ordinario Antes de Impuestos, provocando la recuperación de dicho ratio.

En conclusión, podemos decir que la empresa tiene una buena tendencia en cuanto a estos ratios se refiere, a pesar de sufrir un breve receso en 2018, debido a que sus fondos propios o activos, entre otros, han disminuido en mayor medida que el resultado antes de impuestos.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Rentabilidad sobre recursos propios (%)	103,27	81,89	98,61
Rentabilidad sobre capital empleado (%)	71,68	56,46	56,44
Rentabilidad sobre el activo total (%)	14,03	10,59	12,77
Margen de beneficio (%)	3,74	3,04	3,97

Tabla 7.3. Evolución de los indicadores de rentabilidad de Alcampo.

Fuente: Elaboración Propia a través de (SABI).

7.3. Indicadores de las operaciones de la empresa

Los principales indicadores relacionados con las operaciones habituales de la empresa vienen definidos en la siguiente tabla: (Tabla 7.4.)

El Fondo de Maniobra sufre un pequeño aumento en 2018 pero en 2019 vuelve a disminuir, quedándose en una cifra cercana a la inicial. Estas variaciones se deben principalmente a la gran disminución del Pasivo No Corriente, que lo hace con más fuerza que el resto de las partidas. Que este ratio sea negativo nos muestra que la empresa no tiene muy buen equilibrio financiero, no obstante tenemos que comparar este resultado con el resto de las empresas de su sector para determinar si es un buen resultado o no.

La Rotación de Activos aumenta durante los años analizados en un 5,09 días y sigue una tendencia de incremento. Esto se debe a la disminución del total de Activos (11,55%) y al aumento de las ventas (3,05%). Esta tendencia es una buena señal para la empresa, ya que nos muestra que los activos nos dejan más beneficios con el paso del tiempo.

La Rotación de Existencias sigue la misma tendencia que su ratio predecesor con un aumento de 2,35 días. Este incremento esta ocasionado por un aumento de los ingresos de explotación de 3,05% y una disminución en mayor proporción de las Existencias (8,90%). El aumento de este ratio es señal de buena administración en la empresa.

El periodo de cobro baja 1 día por año. Esta reducción es buena para la empresa, ya que significa que les cobra antes a sus clientes, por lo que dispone de más dinero para afrontar cualquier pago o realizar cualquier inversión.

Por último, el periodo de pago también disminuye con el paso del tiempo debido a que las deudas con los acreedores se han reducido con el paso del tiempo mientras que los ingresos de explotación han aumentado. La tendencia de este ratio a la baja es buena señal, ya que nos indica que la empresa no se está financiando gracias a sus acreedores.

En resumen, podemos decir que la empresa tiene aparentemente poco equilibrio financiero al tener un fondo de maniobra negativo, mientras que el resto de los indicadores nos muestran resultados positivos. No obstante, tenemos que comparar estos resultados con la media del sector para determinar si son resultados positivos o no.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Fondo de Maniobra	-262.971	-277.001	-256.872
Rotación de Activos	18,96	18,51	13,87
Rotación de Existencias	19,28	18,35	16,93
Periodo de cobro	7	8	9
Periodo de pago	53	57	59

Tabla 7.4. Evolución de los indicadores de las operaciones habituales de Alcampo.

Fuente: Elaboración Propia a través de (SABI).

7.4. Indicadores económicos-financieros

Los indicadores económicos-financieros de nuestra entidad se definen en la siguiente tabla: (Tabla 7.5.)

El ratio de Solvencia disminuye en 2018 un 13,33%, manteniéndose intacto en 2019. Este incremento se debe a que el total de Activo ha disminuido en mayor proporción (120.000€) que el total del Pasivo (109.000€). Esta disminución es un mal indicador ya que nos muestra que la empresa tiene cada vez más dificultades para hacer frente a sus deudas a largo plazo.

El ratio de Liquidez disminuye un 30%. Esto se debe a que el total de Activo Corriente se reduce (20,16%) en mayor medida que los Pasivos Corrientes (7,62%). Estos números tan pequeños son malos resultados para la empresa ya que nos muestra que tiene dificultades para afrontar sus pagos en el corto plazo.

Con el ratio de autonomía financiera a medio largo plazo ocurre lo contrario. Tiene un aumento de un 73,81% ocasionado por una disminución del Pasivo No Corriente (46,53%) en mayor proporción que la disminución del Patrimonio Neto (7,18%). Estos son buenos resultados para la entidad, ya que nos muestra que su deuda con terceros está siendo liquidada, por lo que tendrá mayor capacidad para endeudarse en el futuro si lo necesitara.

El Apalancamiento Financiero sigue la tendencia inversa al ratio anterior, disminuyendo un 32,55%. Esto se debe a que las deudas que tiene la entidad con terceros están disminuyendo, en mayor medida que lo hacen los Fondos Propios. Estas cifras son positivas para la empresa ya que nos indican que dan prioridad a la financiación propia.

En resumen, la empresa tiene dificultades para afrontar sus deudas a largo y corto plazo, ya que los indicadores son muy bajos, mientras que presenta una buena autonomía financiera y apalancamiento debido a la reducción de la financiación ajena.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Ratio de Solvencia	0,39	0,39	0,45
Ratio de Liquidez	0,14	0,16	0,20
Ratio de autonomía financiera a medio y largo plazo	2,19	2,20	1,26
Apalancamiento Financiero (%)	53,81	54,14	86,36

Tabla 7.5. Evolución de los indicadores económico-financieros de Alcampo.

Fuente: Elaboración propia a partir de (SABI).

7.5. Indicadores relacionados con los empleados

Los principales indicadores relacionados con los empleados utilizados en el análisis (Tabla 7.6):

Los empleados de la entidad proporcionan un beneficio per cápita para la entidad durante todo el horizonte temporal analizado, aunque este beneficio se venido deteriorando a razón de un 23%, en el 2018; y en un 10%, en el 2019, quedando un

montante (2019) inferior en un 31%, desde 2017. Aun así, presentan buen resultado, ya que los empleados están generando mayor valor para la entidad, que su coste para la misma.

Respecto a los ingresos de explotación por empleado, sigue la misma dinámica que el indicador anterior, ya que disminuye su cifra en un 1,5% y 25%, en 2018 y 2019, respectivamente; quedando un montante final inferior en un 26%, respecto a 2017. En resumen, presenta unos resultados favorables, aunque con tendencia a la baja.

Los costes de personal con respecto a los ingresos de explotación han experimentado una leve subida del 1,7%, desde 2016 a 2019. Aunque tiene tendencia alcista, este resultado es muy insignificante; debido a que dichos costes representan alrededor del 9% de los ingresos totales por explotación.

Los costes medios por empleado han disminuido en el tiempo, al igual que los ingresos y beneficios por empleado, aunque en menor medida que estos. Presenta un resultado constante en 2018, aunque disminuye su montante en el 2019, en un 24%. Estos resultados son beneficiosos, ya que están disminuyendo los gastos de la entidad.

Por último, el ratio de recursos propios por empleado, experimenta una disminución en el 2018, de un 7,7%; mientras que en 2019, disminuye en un 25%, quedando un montante final, inferior al 31%. Esta disminución se debe a la gran caída que ha sufrido el Patrimonio Neto de la entidad, así como el aumento experimentado por la cifra de empleados en el horizonte temporal analizado. Estos resultados no son los más adecuados en términos relativos, ya que cada empleado recibe una cantidad insignificante de recursos propios.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Beneficio por empleado	9	10	13
Ingresos de explotación por empleados	246	328	333
Costes trabajadores/ ingresos de explotación (%)	8,99	8,93	8,84
Coste medio de los empleados	22	29	29
Recursos propios por empleado	9	12	13

Tabla 7.6. Evolución de los ratios relacionados con los empleados de Alcampo.

Fuente: Elaboración Propia a través de (SABI).

7.6. Conclusión

La estructura económica de la entidad ha experimentado una disminución continuada en el tiempo, tanto el Activo no Corriente como el Activo Corriente; esto se debe principalmente por el deterioro de las partidas del Inmovilizado Material (AnC) y las partidas de existencias, otros activos líquidos y los deudores (AC). De igual forma actúa la estructura financiera, disminuyendo sus cifras tanto el Patrimonio Neto, el Pasivo no Corriente y Corriente; debido mayoritariamente a la disminución de las partidas de Otros Fondos Propios (PN), acreedores a largo plazo (PnC) y las partidas de acreedores comerciales y otros pasivos líquidos (PC). No es buena señal la disminución constante de la estructura económico-financiera de la entidad, aunque dentro de esta no tan buena

señal, cabe destacar que la disminución es al unísono, es decir, da lugar a un equilibrio muy similar al del año 2016.

Respecto a las rentabilidades, esta entidad presenta buenos resultados, debido a la disminución experimentada por las partidas de la estructura económico-financiera, eclipsando así la leve disminución originada en el resultado antes de impuestos. El único indicador que disminuye su montante es el Margen de Beneficio, debido al aumento de ingresos de explotación, junto al deterioro del resultado antes de impuestos. Esta cifra es relativamente baja, ya que obtiene un beneficio unitario muy reducido.

El Fondo de Maniobra presenta resultados negativos en todos sus años y con tendencia a empeorar, aparentemente. Como hemos expresado en capítulos anteriores, este indicador no es un dogmatismo, por lo que no tiene por qué presentar un resultado positivo para ser bueno, si no que esta entidad, en el sector que se encuentra, puede tener un resultado negativo y seguir teniendo equilibrio a largo plazo. Tanto el ratio de rotación de activos, como el de existencia, presentan tendencias alcistas, incrementando así la eficiencia, la renovación de partidas en balance, así como la generación de efectivo; por lo que es buena señal. Los periodos de cobros y pagos han disminuido, siendo el de cobro muy inferior al periodo de pago, es decir, disponemos de liquidez en cualquier momento para poder acometer dichos pagos.

La solvencia y la liquidez muestran resultados poco alentadores, ya que se encuentran ambos en cifras muy por debajo a 1, es decir, podrían presentar problemas de liquidez y/o solvencia. Esto se debe a que la disminución de los Activos, tanto corrientes como no corrientes, han disminuido en mayor medida que los Pasivos Corrientes y no Corrientes, respectivamente. El ratio de autonomía presenta buenos resultados, debido a que el capital propio de la entidad es superior al capital ajeno, dejando a esta entidad con una buena autonomía financiera. Respecto al apalancamiento financiero, han disminuido en gran medida, ya que los pasivos han disminuido en mayor proporción a los Fondos Propios. Esto da lugar a un incremento en la autonomía de la entidad, como hemos expresado con anterioridad, es decir, es buena señal.

Para finalizar, los ratios relacionados con los empleados presentan buenos resultados en su mayoría, aunque presentan una tendencia a la baja. Los empleados están dejando un beneficio per cápita en la entidad, por lo que es buena señal, ya que generan más valor a la entidad, de lo que estos le cuestan a la misma. La misma dinámica sufren los ingresos de explotación por empleado, teniendo este indicador buenos resultados, aunque deteriorándose. Los costes de personal son insignificantes en comparación a los ingresos de explotación, en torno a un 9%, es decir, es un buen resultado. Los costes medios también han disminuido, por lo que los costes de personal disminuyen. Por último, el ratio de recursos propios por empleado ha visto mermado sus resultados, ya que los Fondos Propios han disminuido, dando lugar al deterioro del indicador, cuya variación no es positiva.

CAPITULO 8

Análisis de Día

8.1. Análisis del balance de situación

8.1.1. Estructura económica

Terminaremos analizando a nuestra última entidad “Día” y comenzaremos analizando cómo evoluciona su estructura económica (Tabla 8.1.).

El Activo total disminuye en 2018 un 9,77% y en 2019 sufre un leve aumento de un 1,46% pero aun así no consigue igualar la cifra del 2017. Estas variaciones en la estructura económica se deben principalmente a la gran disminución del Activo Corriente, el cual pasa de ser unos 1.263.000€ a unos 871.000 (31,03%). Esta reducción es ocasionada por la disminución de todas las partidas que componen esta masa patrimonial pero las que más han disminuido han sido “Otros Activos Líquidos” (55,73%) y “Tesorería” (51,92%).

El Activo No Corriente disminuye en 2018 un 12,29% y en 2019 aumenta en un 18,13% posicionándose en un importe superior al del 2017. Este cambio ha sido ocasionado por la partida “Otros Activos Fijos” la cual ha disminuido un 59,58% debido a la reducción de las inversiones financieras a largo plazo, de los activos por impuesto diferido y de las deudas comerciales no corrientes. Al contrario de la partida anterior el “Inmovilizado Material” aumenta un 28,71% debido a la adquisición de nuevos terrenos e instalaciones técnicas.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Activo No Corriente	2.448.162	2.072.440	2.362.855
Inmovilizado inmaterial	529.644	540.062	595.838
Inmovilizado material	1.755.617	1.268.600	1.363.963
Otros activos fijos	162.901	263.778	403.054
Activo Corriente	871.271	1.199.373	1.263.319
Existencias	496.517	531.664	569.644
Deudores	194.671	240.451	286.932
Otros activos líquidos	180.083	427.258	406.743
Tesorería	163.550	239.843	340.193
Total de Activo	3.319.433	3.271.813	3.626.174

Tabla 8.1. Evolución de la estructura económica de Día.

Fuente: Elaboración propia a través de (SABI).

8.1.2. Estructura financiera

A través de la Tabla 8.2. vemos cómo ha evolucionado la financiación ajena y propia de nuestra entidad Día. La estructura financiera total disminuye en 2018 un 9,77% mientras que en 2019 vuelve a aumentar un 8,46%. Esto esta ocasionado una disminución del Patrimonio Neto y del Pasivo Corriente y un aumento del Pasivo No Corriente.

La masa patrimonial que más destaca es el Patrimonio Neto, el cual pasa de ser positivo a ser negativo y con un importe superior al del 2017 (-107,52%). Esto se debe a la disminución de la partida “Otros Fondos Propios”, ocasionada por la disminución de las reservas y del resultado del ejercicio, el cual ha sido negativo.

La masa patrimonial que más destaca después del Patrimonio Neto son los Pasivos Corrientes, los cuales disminuyen un 24,59%. Esto se debe principalmente a la variación de las partidas “Acreedores Comerciales” los cuales disminuyen a lo largo de los 3 años en un 33,98%, lo cual es buena señal ya que nos muestra que está liquidando deudas con sus acreedores, y a la partida “Deudas Financieras” la cual a pesar de tener un aumento del 287,79% en 2018 disminuye en 2019 en un 58,75% posicionándose muy cerca de la cifra inicial.

Por último, el Pasivo No Corriente actúa de forma inversa al resto de masas analizadas, aumentando un 92,46%. Aunque todas las partidas aumentan, la que lo hace de forma más significativa, y por lo tanto tiene más influencia, son los Acreedores l/p, los cuales aumentan un 93,85% por un aumento de las deudas a largo plazo contraídas por la empresa.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Patrimonio Neto	-350.502	-166.062	325.983
Capital Suscrito	66.780	62.246	62.246
Otros Fondos Propios	-417.282	-228.308	263.737
Pasivo No Corriente	1.942.268	967.269	1.009.198
Acreedores l/p	1.869.522	921.361	964.436
Otros Pasivos Fijos	72.746	45.908	44.762
Provisiones	61.306	45.908	42.556
Pasivo Corriente	1.727.667	2.470.606	2.290.993
Deudas financieras	315.736	765.488	265.987
Acreedores comerciales	1.039.460	1.286.551	1.574.460
Otros Pasivos Líquidos	376.451	729.938	456.567
Total Pasivo y Patrimonio Neto	3.319.433	3.271.813	3.626.174

Tabla 8.2. Evolución de la estructura financiera de Día.

Fuente: Elaboración propia a través de (SABI).

8.2 Indicadores de Rentabilidad

Como podemos ver en la Tabla 8.3. la rentabilidad de los recursos propios es el indicador que más variación sufre con un aumento de un 135,95%. Aunque aparentemente este ratio ha sufrido una evolución favorable no es así, ya que tanto el numerador como el denominador han disminuido, pero el Resultado Ordinario Antes de Impuestos (nominador) ha disminuido en mayor medida que los Fondos Propios (denominador), ocasionando un “falso positivo”.

La rentabilidad por capital empleado también disminuye en un 49,98%. Esto se debe a que el resultado ordinario antes de impuestos y los gastos financieros (numerador) disminuyen en mayor medida (298,03%) que los fondos propios y el pasivo fijo (15,06%) ocasionando la pérdida de rentabilidad del dinero invertido.

La rentabilidad del activo total sigue la misma tendencia que sus ratios predecesores, disminuyendo un 25,53%. Esto se debe, al igual que los ratios anteriores, a una disminución del resultado antes de impuestos (363,32%) en mayor medida que el total de activos (8,31%). Estos resultados nos muestran que la empresa no está utilizando de forma eficiente sus activos, ya que con ellos está obteniendo pérdidas cada vez mayores.

Por último, el margen de beneficios disminuye un 11,86% ocasionado por una disminución del resultado antes de impuestos (363,32%) en mayor medida que los ingresos de explotación (23,30%). Esto es un resultado negativo para la empresa, ya que nos está indicando que por cada producto que vende está perdiendo un 9,74% de su precio, por lo que debe cambiar este ratio lo antes posible.

En conclusión, podemos decir que la rentabilidad de esta entidad es muy negativa, ya que ni sus activos ni el dinero invertido nos dan rentabilidad y no tenemos beneficios con nuestras ventas, si no pérdidas. La empresa debe cambiar esta tendencia cuanto antes, de lo contrario entrará en concurso de acreedores.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Rentabilidad de recursos propios (%)	193,14	67,41	57,16
Rentabilidad de capital empleado (%)	-31,31	-4,03	18,67
Rentabilidad del activo total (%)	-20,39	-3,42	5,14
Margen de beneficio (%)	-9,74	-1,51	2,12

Tabla 8.3. Evolución de los indicadores de rentabilidad de Día.

Fuente: Elaboración propia a través de (SABI).

8.3. Indicadores de las operaciones de la empresa

El primer indicador relacionado con las operaciones habituales de la empresa (Tabla 8.4.) a analizar es el Fondo de Maniobra. Este ratio es negativo durante todos los años analizados pero tiene una tendencia de mejora ya que con el paso del tiempo disminuye un 51,49%. Esta reducción se debe a que los recursos permanentes (Patrimonio Neto + Pasivo No Corriente) disminuyen mientras que las inversiones a largo plazo aumentan

(Activo No Corriente). Como hemos enunciado con anterioridad, no hay porqué alarmarse si una entidad de este sector tiene un FM muy negativo, aunque si miramos el PN negativo de la entidad, así como los malos índices de solvencia o liquidez, podemos apreciar que esta organización, sufre muchos problemas, tanto a largo plazo, como a corto.

La rotación de activos sufre un aumento en 2018 de 2,71 días y en 2019 disminuye en 4,92 días posicionándose en una cifra inferior a la inicial. Esto se debe a que las ventas han disminuido en mayor medida (20,3%) que el total de activos (8,31%), produciendo una disminución de dicho indicador. La tendencia de este ratio a la baja no es bueno para la empresa, ya que nos indicaría que sus activos nos generan cada vez menos beneficios.

La rotación de existencias disminuye en 1,42 días debido a que los ingresos de explotación se reducen en mayor medida que las existencias. Que este ratio disminuya no es buena señal, ya que nos indica que el inventario permanece más tiempo en el almacén y por lo tanto tarda más tiempo en convertirse en dinero.

El periodo medio de cobro se mantiene en 2018 con 12 días y en 2019 disminuye en 2 días. Esto ocurre porque los deudores o clientes se reducen en mayor proporción (32,15%) que los ingresos de explotación (20,84%). Esta reducción es positiva, ya que nos indica que la empresa les cobra antes a sus clientes y por lo tanto dispone de más dinero para hacer frente a pagos.

Con el periodo de pago ocurre lo mismo, se ve reducido en 11 días ya que los acreedores comerciales disminuyen (39,98%) más que los ingresos de explotación (20,84%) produciendo una disminución de dicho ratio. La tendencia de reducción de este ratio es buena señal, ya que nos indica que la empresa tiene cada vez más dependencia de sus acreedores.

En resumen, el FM expone la mala situación que tiene esta entidad, que, aunque su resultado este mejorando, su PN está deteriorándose cada vez más, una muy mala señal; la tendencia que tienen los periodos medios de cobro y pago es positiva, ya que dispone de efectivo con más frecuencia y salda sus deudas con acreedores en menos tiempo, mientras que las rotaciones de activos y existencias y el fondo de maniobra tienen una tendencia negativa ya que sus activos generan cada vez menos beneficios y sus existencias tardan más en convertirse en dinero.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Fondo de Maniobra	-856.396	-1.271.233	-1.027.674
Rotación de activos	4,36	9,28	6,57
Rotación de existencias	13,99	13,98	15,41
Periodo de cobro	10	12	12
Periodo de pago	54	62	65

Tabla 8.4. Evolución de los indicadores de las operaciones de Día.

Fuente: Elaboración propia a través de (SABI).

8.4. Indicadores económicos-financieros

El primer ratio que aparece en la Tabla 8.5. es el de solvencia y tiene una disminución de 0,05%. Esto se debe a que el total del pasivo de nuestra empresa aumenta un 11,20% debido al aumento de los acreedores a l/p, mientras que el total de activos disminuye un 8,31% por la disminución de otros activos líquidos. La disminución, cada vez mayor, de este indicador nos indica que la empresa tiene problemas para hacer frente a sus deudas a largo plazo.

El ratio de liquidez sigue la misma tendencia que su ratio predecesor, disminuyendo un 0,08%. Esto lo ocasiona una reducción del Activo Corriente (31,03%) en mayor medida que el Pasivo Corriente (24,59%). Al igual que el ratio de solvencia, estos resultados son negativos ya que nos muestra que la empresa tiene cada vez más problemas para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo.

El ratio de autonomía financiera a medio y largo plazo se reduce muy significativamente (0,50%), pasado de ser positivo a negativo. Esto se debe a que el Patrimonio Neto disminuye (107,52%) mientras que el Pasivo No Corriente aumenta (92,46%). La tendencia de este indicador no es positiva, ya que nos muestra que la empresa no podría endeudarse en el futuro al no ser capaz de hacer frente a esos pagos.

El apalancamiento financiero disminuye en 2018 un 1434,62% pero en 2019 aumenta un 399,02%, mejorando su cifra respecto al 2018 pero siendo aun negativa. Esto se debe a la gran disminución que ha sufrido el Patrimonio Neto (107,52%) y al aumento de las deudas financieras. Que este resultado sea negativo no es bueno ya que nos muestra que la empresa utiliza mucho la financiación ajena, lo cual supone un mayor coste, sin embargo, este aumento en 2019 es buena señal, ya que nos indica que comienzan a cambiar esa financiación ajena por la propia.

En resumen, todos los indicadores económicos-financieros tienen resultados muy negativos para la empresa, ya que nos indica que tiene problemas para pagar sus deudas a largo y corto plazo, por lo que lo tendría muy difícil para adquirir un préstamo en el caso de que lo necesitara. También nos muestra que la empresa prefiere utilizar financiación ajena a la propia, lo cual nos indica que tiene mayores costes.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Ratio de solvencia	0,50	0,49	0,55
Ratio de liquidez	0,22	0,27	0,30
Ratio de autonomía financiera a medio y largo plazo	-0,18	-0,17	0,32
Apalancamiento financiero (%)	-644,22	-1.043,44	391,18

Tabla 8.5. Evolución de los indicadores económicos-financieros de Día.

Fuente: Elaboración propia a través de (SABI).

8.5. Indicadores relacionados con los empleados

Los principales indicadores utilizados para analizar a los empleados de la entidad vienen expuestos en la Tabla 8.6:

El beneficio por empleado de la entidad cambia de signo a lo largo del tiempo, es decir, esta entidad pasa de tener un beneficio por empleado de 4 u.m, a tener una pérdida en el año 2019, de 17 u.m/empleado. Esto se debe principalmente, a la disminución experimentada por el resultado ordinario antes de impuestos.

Los ingresos de explotación por empleado experimentan la misma tendencia que el indicador anterior, disminuyendo en un 17%, desde 2017 a 2019. Esto se debe a la disminución de ambos componentes de este ratio, aunque los ingresos han disminuido en mayor medida que el número de empleados.

Por otra parte, los costes de los trabajadores entre los ingresos de explotación han sufrido un incremento en su resultado, en un 4,23%, desde 2017 a 2019; esto se debe al incremento de los costes de personal, por la disminución acaecida en los ingresos de explotación.

De igual forma actúan los costes por empleado, que incrementan sus resultados en un 21% en 2019, respecto a 2017. Esto se debe al incremento por parte de los gastos de personal, así como a la disminución de la plantilla de trabajadores.

Por último, los recursos propios por empleado han pasado de tener signo positivo (8 u.m.) a tener signo negativo (9 u.m.). Esto se debe mayoritariamente a la disminución de los Fondos Propios de la entidad, más concretamente, a los resultados del ejercicio.

En resumen, todos los indicadores que contienen ingresos o beneficios se están deteriorando, debido principalmente al deterioro de los ingresos, con el consiguiente deterioro del resultado del ejercicio; mientras que los indicadores que contienen datos de costes de personal incrementan sus resultados, debido principalmente al incremento de dicha cifra, dando lugar a una mala situación en la entidad. Por su parte, el ratio de recursos por empleado, ha disminuido, debido a que los malos resultados del ejercicio deterioran el Patrimonio Neto de la entidad.

	31/12/19	31/12/18	31/12/17
Beneficio por empleado	-17	-3	4
Ingresos de explotación por empleados	175	184	211
Costes trabajadores/ ingresos de explotación (%)	13,45	9,60	9,22
Coste medio de los empleados	23	18	19
Recursos propios por empleado	-9	-4	8

Tabla 8.6. Evolución de los ratios relacionados con los empleados de Día.

Fuente: Elaboración Propia a través de (SABI).

8.6. Conclusión

Respecto a la estructura económico-financiera, se puede intuir que está realizando una reestructuración interna en la entidad, ya que se está incrementando el Activo no Corriente, así como el Pasivo no Corriente; mientras que los Activos y Pasivos a corto plazo, sumados al Patrimonio Neto, están disminuyendo. Aun así, con los datos obtenidos del balance de situación, podemos afirmar que esta entidad está en riesgo de quiebra o suspensión de pagos, debido a que sus Fondos Propios son negativos y cada vez mayores.

Respecto a las rentabilidades, presentan resultados poco alentadores, ya que todos sus indicadores presentan resultados negativos y con una dinámica a la baja, exceptuando el ratio de rentabilidad de los recursos propios, ya que en 2018 y 2019, presentan resultados positivos, aunque son “falsos positivos”, debido a que tanto el resultado ordinario como los Fondos Propios, presentan cifras negativas.

Respecto a los indicadores de operaciones internas, nos encontramos ante una misma situación. Presentan malos resultados y cayendo. El FM está mejorando sus resultados, aunque teniendo un PN negativo y un Pasivo fijo creciendo, no podemos estimar que esté mejorando. Los Ratios de rotación de activos y de existencias se han deteriorado, disminuyendo así la cifra de negocios de la entidad y la entrada de liquidez, dentro de la misma. Los periodos medios de cobros y pagos han disminuido; por lo que se ajustan cada vez más los tiempos de pago, imposibilitando una capacidad de gestión del efectivo generado, más eficiente.

Los ratios de solvencia y liquidez presentan muy malos resultados y con tendencia a empeorar, por lo que esta entidad tendrá problemas en muy corto plazo. En cuanto a la autonomía financiera, presentaba un buen resultado en 2017; mientras que en 2018 y 2019, su resultado es negativo (PN negativo), por lo que la empresa es dependiente en el estricto sentido de la palabra. Lo mismo ocurre con el apalancamiento financiero, cuyo indicador muestra la mayoría que representa el Pasivo, dentro de la estructura financiera, ya que el PN no hace más que contraer dicha cifra.

Los indicadores relacionados con los empleados muestran como la entidad está perdiendo eficacia en su plantilla, ya que la entidad deja de tener beneficios per cápita de los empleados, para tener pérdidas; así como el aumento que han experimentado los gastos de personal, aun habiéndose recortado la plantilla de trabajadores. Todo esto da lugar a mayores gastos de personal y a un menor resultado del ejercicio, ya que a los costes, hay que sumarles la disminución de ingresos de explotación. El ratio de recursos por empleados también sufre un deterioro, debido a que el PN es cada vez más negativo, derivado principalmente por el deterioro del resultado del ejercicio.

En resumen, esta entidad presenta muy malos resultados y es muy difícil de concebir un futuro óptimo.

CAPITULO 9

Conclusión final

9.1 Conclusión final

Tras analizar los tres supermercados, realizaremos una comparación entre ellos para ver sus principales diferencias y cual tiene una mejor situación económico-financiera.

Comenzaremos con la evolución de la estructura económica y financiera de nuestras entidades. En Mercadona vemos como el total de Activos y Pasivos aumentan con el paso del tiempo, ocasionado por un incremento en mayor medida de las partidas a largo plazo. En Alcampo ocurre lo contrario, ya que tanto sus activos como sus pasivos disminuyen, aunque cabe destacar que esta reducción se ha hecho de forma simultánea por lo que la empresa continúa en equilibrio económico-financiero. En el caso de Día, vemos como las partidas a más de 1 año (largo plazo) aumentan, mientras que las partidas a menos de 1 año (corto plazo) disminuyen; por lo que podemos decir que la empresa está realizando una reestructuración interna. Cabe destacar que la empresa tiene unos Fondos Propios negativos, por lo que podemos afirmar que la empresa está en riesgo de quiebra.

Respecto a los ratios que nos muestran la rentabilidad de la empresa, en el caso de Mercadona todos los indicadores de esta tipología mejoran con el paso del tiempo, y esto se debe al aumento del resultado ordinario antes de impuestos. Con Alcampo ocurre lo mismo, ya que durante todos los años los resultados de dichos ratios aumentan, aunque cabe destacar que el Margen de Beneficios disminuye con el paso del tiempo, ocasionando unos beneficios cada vez menores para la empresa. Por último, con Día ocurre lo contrario que con las dos entidades anteriores, ya que no partía de unos resultados muy positivos y con el paso del tiempo han ido disminuyendo.

Respecto al Fondo de Maniobra, dicho indicador es muy positivo en el caso de Mercadona, y eso se debe a su política de cobros. En el caso de Alcampo, la cifra inicial es negativa y va empeorando con el paso del tiempo, no obstante, para determinar si es un buen resultado o no tenemos que compararlo con la media de su sector. En el caso de Día también se parte de cifras negativas, pero con el paso del tiempo dicho indicador mejora, aunque continua con cifras negativas.

La rotación de Activos de Mercadona disminuye con los años, mientras que la rotación de existencias aumenta. Aun así ambos indicadores presentan unos resultados muy optimistas. En el caso de Alcampo, tanto la rotación de activos como de existencias aumentan con el paso del tiempo, por lo que esta entidad tiene una buena tendencia a generar cada vez más efectivo. En el caso de Día, ambas rotaciones disminuyen, lo cual no es positivo para la empresa, ya que deterioran la cifra de negocios de la entidad.

En Mercadona, el periodo de cobro se mantiene en 2 días mientras que el periodo de pago disminuye con el paso del tiempo. Esto es muy positivo para la empresa ya que dispone de efectivo para hacer frente a los pagos que surjan en la empresa. En el caso de Alcampo, tanto su periodo de cobro como de pago disminuyen, pero el periodo de cobro es muy inferior al de pago, por lo que siguen siendo buenos resultados ya que dispone de efectivo. Con Día ocurre lo mismo que con Alcampo, es decir, ambos ratios disminuyen, pero lo hacen en mayor proporción que la entidad anterior y acercándose ambos periodos cada vez más, por lo que la empresa tendrá dificultades para disponer de efectivo.

La solvencia y liquidez de Mercadona presenta buenos resultados, lo que nos muestra que la empresa no tiene dificultades para hacer frente a sus obligaciones a largo y corto plazo. En el caso de AlCampo, los ratios son positivos pero son inferiores a 1, lo que nos muestra que la empresa podría tener dificultades en un futuro. Por último, en el caso de Día los ratios son también inferiores a 1 y tienen una tendencia a disminuir, lo cual puede suponer problemas futuros para hacer frente a sus deudas.

El ratio de endeudamiento de Mercadona es positivo y con tendencia alcista, esto quiere decir que esta entidad tiene mucha independencia frente a terceros, debido a que tiene poca deuda al utilizar mucho su financiación propia. En el caso de AlCampo los resultados son también positivos pero en menor cantidad. Aun así, el capital propio sigue siendo superior que el capital ajeno, lo cual es un buen resultado para la entidad. En el caso de Día, la cifra disminuye, pasando de ser un resultado positivo muy pequeño a ser un resultado negativo, por lo que podemos decir que la empresa tiene mucha dependencia de sus terceros y se financia a través de ellos.

Por último, los indicadores relacionados con los empleados en Mercadona presentan unos resultados muy positivos ya que los beneficios que nos dejan nuestros trabajadores aumentan mientras que los costes disminuyen. Con respecto a AlCampo, los resultados son positivos aunque con resultados inferiores a la entidad anterior. Dichos indicadores tienden a la baja. En el caso de Día, los resultados son muy negativos, ya que los trabajadores no nos dejan beneficios, sino pérdidas; mientras que los costes relacionados con los empleados aumentan.

Una vez realizado el análisis, elaboramos un ranking con estas entidades, según su situación económico-financiera. En primer lugar se encontraría Mercadona, ya que sus ratios, además de tener unos resultados positivos, son los mejores en comparación con las otras empresas. En segundo lugar tendríamos a AlCampo, el cual tiene también unos buenos ratios, pero sus resultados son inferiores a Mercadona. En tercer y último lugar estaría Día, la cual además de tener unos ratios con resultados negativos tiene pérdidas continuadas.

Bibliografía

- (INFORME ANUAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA PERIODO 2019-2020 MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMPETITIVIDAD DE LA CADENA ALIMENTARIA, 2020) (Consultado el día 10/04/2021).
- López Alfred (2012). ¿Cuál es el origen de los supermercados en España? Disponible en: <https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/cual-es-el-origen-de-los-supermercados-en-espana/> (Consultado el día 16/04/2021).
- R. Alcón Isabel (2016). Breve historia de los grandes almacenes que cambiaron nuestras vidas. Disponible en: <https://www.revistavanityfair.es/poder/articulos/historia-grandes-almacenes-harrods-lafayette-corte-ingles-saks/22206> (Consultado el día 18/04/2021).
- García Fernando (2018). Tienda de conveniencia. Disponible en: <https://www.consumoteca.com/comercio/tienda-de-conveniencia/> (Consultado el día 18/04/2021)
- Indili Fátima. (2013). ¿Que son las tiendas de conveniencia? Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/que-son-las-tiendas-de-conveniencia/> (Consultado el día 18/04/2021)
- Vargas (2015). Historia del Formato Propuesto “Tiendas Especializadas”. Disponible en: <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Historia-del-Formato-Propuesto-Tiendas-Especializadas/2387999.html> (Consultado el día 18/04/2021).
- Borges Esteban (2018). Tienda Online: La mayor forma de vender tus productos y servicios. Disponible en: <https://blog.infranetworking.com/tiendas-online-que-es-como-crear-una/> (Consultado el día 21/04/2021).
- Thomas Jessica (2019). La historia de las compras en línea. Disponible en: <https://purple.ai/es/blogs/la-historia-de-las-compras-en-linea/> (Consultado el día 21/04/2021).
- (ESTUDIO Y ANÁLISIS DE MERCADONA STUDY AND ANALYSIS OF MERCADONA AUTOR CARLOS GUTIÉRREZ PEDRAJO TUTOR FÉLIX FERNANDEZ-CAVADA BADIA 14 de Septiembre de 2016) (Consultado el día 23/04/2021).
- Reyes Oscar (2018). El nuevo consumidor español. Disponible en: <https://www.larazon.es/economia/el-nuevo-consumidor-espanol-IB17438734/> (Consultado el día 08/05/2021).
- El español (2020). El COVID propicia que los pagos con tarjeta superen por primera vez al efectivo. Disponible en: https://www.lespanol.com/invertia/empresas/banca/20200722/covid-propicia-pagos-tarjeta-superen-primera-efectivo/507199691_0.html (Consultado el día 08/05/2021).
- Nicole Roldan Paula (2021). Marca Blanca. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/marca-blanca.html> (Consultado el día 08/05/2021).
- Ortiz Dani (2020). ¿Qué es un influencer? Factores que lo definen. Disponible en: <https://www.cyberclick.es/que-es/influencer> (Consultado el día 09/05/2021).

Anexos
