



---

**Universidad de Valladolid**

**Facultad de Ciencias Económicas y  
Empresariales**

**Trabajo de Fin de Grado**

**Grado en Finanzas Banca y Seguros**

**Análisis Económico- Financiero  
Facundo**

Presentado por:

***Coral Triana Barreda***

*Valladolid, 17 de Septiembre de 2020*

# Índice

1.- INTRODUCCIÓN.....	1
1.1.- Objetivo.....	1
2.- HISTORIA DE LA EMPRESA FACUNDO .....	3
2.1.- Productos de Facundo .....	4
2.1.1.- Productos de la empresa Facundo.....	5
3.- EVOLUCIÓN DEL SECTOR.....	8
4.- ANÁLISIS .....	11
4.1-Análisis DAFO .....	11
4.1.1.- Análisis externo o modelo de las cinco fuerzas de Porter .....	11
4.1.2.- Análisis interno.....	16
4.1.3.- Confección matriz DAFO .....	17
5.- ANÁLISIS ECONÓMICO- FINANCIERO.....	20
5.1.- Marco conceptual .....	20
5.1.1.- Cuentas anuales. Imagen fiel .....	20
5.1.2.- Principios contables. ....	21
5.1.3.- Estados financieros. ....	22
5.2.- Marco Práctico .....	26
5.2.1.- Balance de Situación Facundo 2018-2015. ....	26
5.2.2.- Pérdidas y Ganancias Facundo 2014-2017 .....	32
Tabla 6: Cuentas de Pérdidas y Ganancias Facundo 2014-2017 .....	32
5.2.3.- Ratios.....	35
5.2.4.- Conclusiones .....	46
6.- CONCLUSIONES .....	48
7.- BIBLIOGRAFÍA.....	49

## Índice de tablas

Tabla 1: Matriz DAFO .....	17
Tabla 2: Estructura del Balance .....	23
Tabla 3: Estructura cuenta de Pérdidas y Ganancias .....	25
Tabla 4: Balance de Situación Facundo 2018-2015 .....	26
Tabla 5: Evolución porcentual del Balance 2015-2018 .....	28
Tabla 6: Cuentas de Pérdidas y Ganancias Facundo 2014-2017 .....	32
Tabla 7: Evolución porcentual Pérdidas y Ganancias 2014-2017 .....	33
Tabla 8: Resultado ROE antes y después de impuestos.....	36
Tabla 9: Resultado ROCE antes y después de impuestos.....	37
Tabla 10: RESULTADO EBIT.....	38
Tabla 11: RESULTADO EBITDIA .....	39
Tabla 12: RESULTADO RATIO ROA ANTES Y DESPUÉS DE IMPUESTOS .....	39
Tabla 13: RESULTADO RATIO MARGEN DE BENEFICIO .....	40
Tabla 14: RESULTADO RATIO ROTACIÓN DE ACTIVOS .....	41
Tabla 15: RESULTADO RCI.....	41
Tabla 16: RESULTADO RATIO ROTACIÓN DE INVENTARIO .....	42
Tabla 17: RESULTADO RATIO PMC .....	43
Tabla 18: RESULTADO RATIO DE SOLVENCIA.....	44
Tabla 19: RESULTADO RATIO DE LIQUIDEZ .....	45
Tabla 20: RESULTADO RATIO BENEFICO POR EMPLEADO .....	46
Tabla 21: RESULTADO RATIO COSTE MEDIO DE LOS EMPLEADOS.....	46

## Índice de gráficos

Gráfico 1: PRINCIPALES COMPETIDORES.....	18
Gráfico 2: Evolución del Balance 2014-2017 .....	30
Gráfico 3: Evolución Pérdidas y Ganancias 2015-2018.....	34



## 1.- INTRODUCCIÓN

Este trabajo, recoge un análisis Económico y Financiero de la empresa Facundo, empresa española dedicada a la producción y distribución de frutos secos, aperitivos y patatas fritas. Su sede está situada en Villada, en la provincia de Palencia. Este es uno de los principales motivos por los que he decidido elegir esta compañía ya que está ubicada en mi tierra, he crecido con Facundo su variedad de snacks y su popular eslogan “Y dijo el toro al morir siento dejar este mundo sin probar pipas Facundo”

El sector en el que desarrolla su actividad es el sector de la alimentación, concretamente en los denominados snacks.

Los alimentos tipo snack siempre han tenido una parte importante en la vida y dieta de todas las personas. Un sin número de alimentos pueden ser utilizados como snacks, siendo los más populares las patatas fritas.

Las técnicas para la elaboración de este tipo de alimentos son muy diversos y cambiante.

La industria de los snacks es muy variable, debido en parte a los cambios en los estilos de vida de los consumidores. Es por ello que constantemente se tiene que estar innovando en la producción de nuevos snacks, jugando un papel muy importante los ingredientes utilizados para su elaboración, proporcionando características nutricionales y sensoriales adecuadas para el mercado actual.

### 1.1.- Objetivo

El objetivo principal de este trabajo fin de grado, consiste en realizar un análisis económico y financiero de la empresa Facundo. El período elegido para realizar dicho estudio consta de cuatro ejercicios económicos, 2014-2018 inclusive.

Para la obtención de la información económica y financiera necesaria he utilizado la base de datos AMADEUS, de donde he obtenido el Balance de Situación, la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y algunos de los Ratios.



El trabajo se estructura fundamentalmente en tres partes:

- En primer lugar, la historia de la empresa elegida: Facundo, una empresa familiar y muy querida en su entorno.

Explicando todo lo necesario para conocer a la empresa de una forma más individualizada, así como el sector en la que opera.

- La segunda parte consiste en un análisis DAFO cuyo objetivo es determinar las ventajas competitivas de Facundo y la estrategia genérica a emplear por la misma que más le convenga en función de sus características propias y de las del mercado en que se mueve.

- La tercera parte consiste en primer lugar:

- un marco teórico donde se definen todos los conceptos que se van a utilizar en el análisis económico y financiero a través de diferentes manuales, citados en la bibliografía y apuntes personales elaborados en las distintas asignaturas de la carrera (Contabilidad analítica y control de gestión, Economía de la empresa, Finanzas de empresas e inversiones) que me han servido de gran ayuda en la realización de este trabajo fin de grado.

- En segundo lugar un análisis práctico de la empresa Facundo, de sus principales cuentas, de sus ratios y de su sector.

Mediante el análisis de la situación financiera se puede detectar los recursos de los que dispone la empresa, cómo se financia, la situación actual de la misma y si se encuentra en equilibrio financiero o no.

Se trata de interpretar los resultados obtenidos de una serie de ratios que integran valores de las masas patrimoniales tanto de activo como de pasivo. Estos ratios se van a dividir en función de la temporalidad: a corto y largo plazo.

Palabras clave: Rentabilidad, liquidez, mercado, sector.



## 2.- HISTORIA DE LA EMPRESA FACUNDO

El 26 de noviembre de 1944 nace simultáneamente con el matrimonio de Lola y Facundo una familia y una empresa familiar dedicada a la fabricación y venta de frutos secos.

En los años de posguerra había pocas posibilidades para la alimentación que fueran de Libre-Comercio (la mayoría de los productos estaban intervenidos). Los frutos secos estaban libres y especialmente las pipas de girasol.

Facundo y Lola vieron ese llamado ahora “nicho de mercado” y lo acometieron con valentía sin capital propio partiendo de un crédito inicial de 90.000 ptas. Del Antiguo Banco Hispano Americano y a base de tesón y de visión iniciaron un bonito proyecto de empresa que además satisfacía necesidades de alimentación sana a un precio realmente atractivo, cubría tiempos de ocio y diversión y fomentaban los consumos de grupo.

Fueron tiempos difíciles, sus únicas cartas eran su trabajo y su honradez. Siempre transmitieron con su ejemplo que “el mayor negocio es: Ser honrado”, porque al serlo tus proveedores, tu banco, tus clientes y tus consumidores se darán cuenta de ello y no te olvidarán nunca.

Gradualmente formaron un equipo de personas trabajadoras, leales y solidarias; gente sencilla, hombres y mujeres del pueblo y su comarca de los que sienten la empresa como propia porque de ella comían tanto los jefes como se les llamaba familiarmente en la fábrica, como sus trabajadores.

Uno de los principios filosóficos de los fundadores de Facundo era hacer cosas nuevas, distintas de las que hacían los demás. Al contrario, la incorporación gradual de novedades fue seguida por empresas de la competencia. Facundo ha sido pionera en tostar Pipas de Girasol por el sistema de aguasal, en vez de salarlas con sal y secar sin tostar poniéndolas al sol, como hasta entonces se hacía.



Pioneros en utilizar el polietileno para envasar el producto terminado en vez de los famosos sacos de yute.

Compradores de la primera máquina envasadora automática partiendo de una bobina y dosificando la cantidad con unos vasos volumétricos.

Iniciadores de las técnicas de Marketing sin ni siquiera conocer el significado de esa palabra y que hoy tanto significado tiene.

Publicidad exterior en los vehículos de reparto.

Su primer logotipo todavía vigente se constituye aprovechando la alegoría de dar en el Blanco, dar en la Diana (como sinónimo de acertar) relacionándolo con la coincidencia del nombre y apellidos del fundador: Facundo Blanco.

El atrevimiento de crear un toro filosófico que nos comunica el mensaje en el momento supremo de la muerte de una clara y contundente reflexión "... Siento dejar este mundo sin probar Pipas Facundo".

Era tal el éxito de sus Pipas, de sus logotipos, de sus colores identificativos que la competencia trataba de imitarle.

Los tiempos cambian y Facundo también, las ilusiones y los nuevos proyectos se sumaban, empeñados en la I+D+I para el diseño de nuevos productos con valor añadido y para la mejora de los Procesos Productivos teniendo como filosofía la búsqueda permanente de la Calidad y de la Excelencia.

Hoy Facundo sigue siendo una empresa familiar lamentablemente con el gran vacío de que sus fundadores ya no están entre nosotros pero siguen estando en su empresa los grandes valores que crearon.

## **2.1.- Productos de Facundo**

Éstos son principalmente aperitivos y frutos secos, entre los primeros podemos destacar una amplia gama de productos tales como chaskis, palomitas, rulitos, quititos, bolitas, agujitas, papapajas, ranchos, bastos, cortezas, guyitos, fritos.



Entre los frutos secos, podemos mencionar algunos como pueden ser: pipas, carnudos, pistachos, almendras, nueces, cacahuetes, avellanas, mezcla.

### 2.1.1.- Productos de la empresa Facundo

En Facundo trabajan para que sus productos sean aptos para todo el mundo, el trabajo del departamento de I+D+I no cesa para tratar de eliminar trazas de alérgenos comunes, para que sean más los que puedan disfrutar de sus sabores y productos.

La empresa tiene un gran compromiso con los alérgicos, porque son conscientes de la injusticia que supone pagar más por productos sin trazas.

Por ello, se realizan grandes esfuerzos para conseguir un precio igual al de otros productos sin trazas. Por ello, se realizan de la misma gama con estos ingredientes.

- **SIN GLUTEN:** Desde hace 5 años realizan un gran esfuerzo para que todos sus productos estén libres de gluten. Esto no ha impedido que los productos conserven el sabor original para que puedan ser disfrutados también por intolerantes y alérgicos. Además, trabajan con el fin de igualar el precio de los productos sin gluten con aquellos que lo contienen, conscientes de la desigualdad y la injusticia que supone pagar más por los productos para celíacos. Para ello han aumentado su productividad y han asumido la pérdida de margen de beneficio, en consonancia con su compromiso con el colectivo de alérgicos e intolerantes al gluten.

Están sensibilizados con esta problemática y quieren informar y ayudar a cambiar la desfavorable situación que tienen en su día a día.

Para ello han creado el hashtag #FacundoSinGluten que utilizan en todas sus plataformas para comunicar su apoyo a todos los celíacos.

Para eliminar el gluten de todos sus productos se han realizado diversas acciones:



- Eliminan todas las materias primas que contenían gluten.
- Han sustituido todas las esencias que tenían gluten por otras que no lo tienen.
- Limpieza en profundidad de todas las líneas de producción para eliminar cualquier tipo de traza.
- **SIN HUEVO:** El huevo es la causa más frecuente de alergia alimentaria en niños, y tiene una gran incidencia también en adultos. Por esta razón, han puesto especial atención en la fabricación de sus productos hasta lograr que no contengan trazas de huevo.
- **COMPROMISO CON LOS HIPERTENSOS:** En Facundo siguen comprometidos con su objetivo: Facundo para todo el mundo. Por eso siguen trabajando para que cada vez más personas puedan disfrutar de sus productos.
- Así surge su gama SIN SAL, para que, personas hipertensas (con la tensión arterial alta) controlen la ingesta de sal y puedan consumir sus frutos secos favoritos (se recomienda un consumo máximo de 5 gr de sal al día).

Se trata de una gran apuesta social en la que cuentan con el respaldo de la Fundación Española del Corazón (FEC). Tras realizar las pruebas pertinentes y los estudios adecuados la FEC ha dado un resultado favorable y la Gama Sin sal llevará estampado su sello, entrando a formar parte de PASFEC (Programa de Alimentación y Salud de la FEC).

## 2.2.- Los girasoles: Distribuidora oficial de frutos secos y aperitivos Facundo

En los Girasoles trabajan desde 1976 para poner a disposición de los consumidores el mejor y más completo surtido de frutos secos y aperitivos.

Llevando sus pedidos a cualquier lugar. Buscan ser una distribuidora de referencia en el sector y cercana a sus clientes. Se diferencian a través de la innovación y el mejor servicio ambos valores muy arraigados en la empresa.



Miran al futuro con gran ilusión, prueba de ello es la incorporación de nuevas generaciones a la empresa, teniendo claro, en todo momento que cada cliente es su razón de ser.

Claves del éxito:

- Amplias y modernas instalaciones
- Recursos técnicos y humanos profesionales
- Miles de referencias de primeras marcas
- Eficacia y rapidez en la gestión de pedidos con entregas entre 24 y 48 horas
- 1000 m2 de almacén
- Flota de vehículos y furgonetas
- Red de ventas y promotores comerciales.

RESPALDO DEL GRUPO UNICOM: Una gran organización a su servicio.

Pertenecen desde hace más de 20 años a la cadena Unicom, compuesta por múltiples socios distribuidores, y cuya misión es:

- Coordinar acciones promocionales unificadas
- Investigar constantemente el mercado
- Dotar los miembros de ventajas competitivas que puedan ser ofrecidas a posteriori a nuestros clientes finales.



### 3.- EVOLUCIÓN DEL SECTOR.

Según el Observatorio Sectorial DBK de INFORMA, el valor de las ventas de frutos secos y snacks en España alcanzó los 2.400 millones de euros en 2018. La actividad del sector se ha visto marcada por el positivo comportamiento del consumo, el refuerzo de las inversiones dirigidas al desarrollo de nuevos productos adaptados a las tendencias de la demanda y la ampliación y mejora de las instalaciones productivas.

Por una parte, el mercado de frutos secos registró una tasa de variación del 5%, hasta alcanzar los 950 millones de euros, lo que supone un 40% del mercado total. Las causas de este crecimiento y aumento de sus ventas se deben a la percepción de este tipo de productos como un alimento saludable y la tendencia a consumirlos entre horas y fuera del hogar.

Por otro lado, el segmento de snacks contabilizó un aumento muy parecido al del conjunto del mercado, alcanzando los 800 millones de euros. Las ventas de patatas fritas en España experimentaron una variación de algo más del 3%. En ambos segmentos, el estímulo a la demanda ha sido el lanzamiento de nuevas variedades de productos con sabores gourmet y distintos formatos destinados al consumo individual.

El sector está formado por un total de 115 empresas con una significativa actividad tanto de producción como de comercialización de frutos secos y snacks, ya que alcanzaron una facturación anual superior a un millón de euros.

Por tanto, aunque la estructura empresarial se caracteriza por la presencia de un elevado número de sociedades de pequeño tamaño, se puede observar una tendencia de creciente concentración de la oferta: los diez primeros grupos ocupan el 60% del total nacional.



El crecimiento de los snacks saludables:

El mercado español de patatas, frutos secos y snacks saludables alcanzó, según cifras de la consultora IRI, casi 180 millones de kilos, suponiendo un montante de 1.339 millones de euros, y un 3,8% de crecimiento en volumen y 6,8% en valor respecto al año anterior.

La categoría de mayor crecimiento dentro de este mercado es la de los frutos secos, con un crecimiento de 8% aproximadamente. Esta categoría supone más del 50% del total del mercado.

En general, el mercado de los snacks se ha convertido en uno de los más dinámicos y de mayor crecimiento en los últimos años. Más de un 80% de los consumidores afirma comprar snacks más de una vez por semana. Hasta un 60% de ellos señala que los consume más de 2 veces por semana. Un 23% de los consumidores los consume a diario, y tan sólo el 12% señala consumir snacks tan sólo una vez a la semana.

Las perspectivas de futuro de los snacks saludables son buenas.

La base sobre la que se sostiene esta perspectiva es la forma de encajar este tipo de productos en los nuevos estilos de vida de los consumidores. Se trata de usuarios activos y de carácter urbano, preocupados por el medioambiente, y sobre todo, por su salud y su estética. Estos usuarios cada vez más, demandan productos nutritivos, naturales y saludables, pero sin dejar de lado el placer de degustar un producto delicioso. Los millennials se consideran parte vital del público objetivo de estos snacks saludables.

Estas condiciones nos permiten prever un futuro positivo para el mercado de los snacks y frutos secos.

Otro de los factores sobre los que se deben trabajar en el sector es detectar nuevos momentos de consumo, ya que es ahí donde entra en participación este tipo de productos.



Muchas consultoras han llegado a la misma conclusión: *hemos pasado de unas 3 o 4 comidas al día a realizar unas cuantas más y más ligeras. Es por ello que los snacks encajan perfectamente en estos nuevos estilos de vida.*

Frutos secos en una alimentación saludable:

En cuanto al mercado de los frutos secos, también está sufriendo un crecimiento interesante. Cada vez es mayor la vinculación de los frutos secos a una dieta saludable y equilibrada, lo cual se refleja en el crecimiento porcentual de las ventas de estos productos de un año para otro.

Las pipas son el producto más vendido dentro del sector, suponiendo un 23% del total de frutos secos vendidos en el mercado de gran consumo. Las almendras toman el segundo lugar, con un 7% del total de frutos secos.



## 4.- ANÁLISIS

### 4.1-Análisis DAFO

El análisis DAFO, es una metodología que estudia la situación de una empresa o proyecto, analizando sus características internas y su situación externa. Es la herramienta por excelencia para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planificar una estrategia de futuro.

El análisis consta de cuatro pasos:

- Análisis externo o Modelo de las cinco fuerzas de Porter.
- Análisis interno
- Confección de la matriz DAFO
- Determinación de la estrategia a emplear.

#### 4.1.1.- Análisis externo o modelo de las cinco fuerzas de Porter

##### 4.1.1.1.- Posibilidad de entrada de nuevos competidores

- Variables de atractivo: para ello debemos analizar si es un sector con un nivel de rentabilidad alto y con esperanza de crecimiento. Es un sector que está en auge y cada vez es más demandado, por lo tanto la esperanza de crecimiento es muy elevada.
- Barreras a la entrada: Algunas de las barreras de entrada a nuevos competidores serían:
  - Economías de escala: Se trata del efecto positivo que surge cuando se incrementa la cantidad producida anualmente, ya que supone un reparto de los costes fijos entre un mayor número de unidades. Una empresa obtiene economías de escala cuando, a partir de un determinado volumen de producción los costes unitarios se van reduciendo.

Un mal de las mismas puede llevar a problemas para hacer frente a cambios inesperados en la demanda.



Lo que en principio puede ser algo beneficioso puede convertirse en una trampa a pesar de que garantiza un crecimiento en la empresa debe ser vigilado y modificado si fuera necesario.

- Diferenciación del producto: La diferenciación de productos es un proceso de marketing que tiene el objetivo de hacer que los clientes perciban el producto de una empresa específica como único o superior a cualquier otro producto que pertenezca al mismo grupo, y así crear una sensación de valor. Este término fue introducido en economía por Edward H. Chamberlin.

En el caso del sector de aperitivos y frutos secos la diferenciación del producto es casi inexistente ya que todas las empresas ofrecen en mayor o menor medida el mismo tipo de producto, por lo que las empresas deben centrarse en otros aspectos como el embalaje y presentación del producto, las campañas publicitarias... para buscar una diferenciación de sus competidores.

Saber adaptarse a los nuevos estilos de vida de los consumidores ofreciendo productos naturales, saludables, rebajando la cantidad de componentes químicos en los productos que ofrecen.

Facundo con su lema y su logotipo, con su marca consigue diferenciarse del resto de competidores, centrándose en los últimos tiempos en convertirse en un referente de producto saludable para el consumo de todo tipo de personas sin importar alergias o enfermedades, consumir un producto saludable en cualquier lugar y a cualquier hora es la esencia de Facundo.

- Acceso a canales de distribución: Los canales de distribución son el medio a través del cual una empresa fabricante hace llegar sus productos al consumidor final, procurando que sea lo más rentable y eficiente posible.



Los canales de distribución lo conforman principalmente empresas prestadoras de servicios, que investigan el mercado, promocionan los productos y negocian con los clientes potenciales.

La nueva empresa que quiera entrar a formar parte del sector tiene dos alternativas: la primera, integrarse verticalmente, creando su propio canal de distribución, lo que supone una inversión importante y la segunda es negociar con distribuidores existentes.

En este sentido Facundo cuenta con una distribuidora propia, los Girasoles.

- Reacción de las empresas existentes: Al tratarse de un sector con grandes expectativas de crecimiento, las diferentes reacciones de las empresas competidoras, son de gran importancia, saber anticiparse a la competencia y proporcionar al cliente final lo que quiere es esencial, crear una necesidad de producto y fidelizar al consumidor son los principales objetivos de Facundo.
- Barreras legales: No existe normativa por parte del Estado que prohíba la creación de una nueva empresa en España en relación al sector de aperitivos y frutos secos.

Como podemos observar, las barreras a la entrada en el sector de aperitivos y frutos secos en España son nulas o prácticamente inexistentes.

#### *4.1.1.2.- Productos sustitutivos*

Se trata de la propensión del comprador hacia la adquisición de otros productos de características similares que pueden satisfacer sus necesidades de igual modo.

Los factores influyentes son el coste o facilidad de cambio del comprador, nivel percibido de diferenciación de producto, disponibilidad de sustitutos cercanos... En el caso de Facundo, que opera en el sector de los snacks y los frutos secos



los productos sustitutos son innumerables. Cualquier alimento que puedas comprar para consumir en el momento es un sustituto para este sector.

Los productos sustitutos de Facundo en estos tiempos son aquellos snacks elaborados a base de legumbres y cereales, frutas y verduras peladas y envasadas listas para su consumo en cuanto a productos saludables se refiere.

#### *4.1.1.3.- Grado de rivalidad*

Los factores que van a determinar el grado de rivalidad de la competencia fundamentalmente son dos, el número de empresas que operan el sector a mayor número de empresas mayor nivel de competencia, y el grado de concentración, a mayor nivel de concentración en un sector mayor competencia.

Como se ha indicado anteriormente el sector del snack y de los frutos secos está muy concentrado ya que son pocas las empresas que acaparan la cuota del mercado.

#### *4.1.1.4.- Poder de negociación de clientes o compradores*

Existen diversos factores que influirán en la decisión del cliente y que le permitirán de algún modo poder negociar con el oferente antes de tomar una decisión.

Dependerá en parte de la concentración de compradores respecto a la concentración de compañías, del grado de dependencia de los canales de distribución. La posibilidad de negociación, existe, especialmente en industrias con muchos costes fijos. Afectará el volumen del comprador, si este es muy pequeño, el oferente apenas hará caso de las reclamaciones o negociaciones que el comprador proponga.

También son importantes los costes o facilidades del cliente a la hora de cambiar de empresa. En el caso de Facundo, apenas existe la posibilidad de que el consumidor final negocie con la empresa. El volumen de un comprador particular es muy pequeño como para poder influir, sin embargo, otras grandes superficies



como almacenes, supermercados o cualquier punto de venta sí que pueden permitirse una negociación con la empresa.

#### *4.1.1.5.- Poder de negociación de proveedores o vendedores*

El poder de negociación se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder que éstos disponen, ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los productos que proveen, por el impacto de éstos en el costo de la industria...

En el caso de Facundo el poder de negociación sobre proveedores o vendedores es muy alto, ya que existen muchos dispuestos a ofrecer el mismo producto por lo que una gran empresa como Facundo puede decidir el precio de una determinada materia prima.

#### *4.1.1.6.-Oportunidades*

Las oportunidades son aquellos factores, positivos, que se generan en el entorno y que, una vez identificados, pueden ser aprovechados.

El mercado tiene perfecta información, los cambios que se están produciendo en este sector son nuevos productos bajos en sal, sin gluten... Los cambios en la normativa tienden hacia un menor consumo en grasas saturadas. En definitiva el nuevo estilo de vida saludable es una gran oportunidad para el sector de los frutos secos y para Facundo, quién ha sabido ver la oportunidad y adaptarse creando una gama de productos healthy.

#### *4.1.1.7.-Amenazas*

Las amenazas son situaciones adversas o negativas, procedentes del exterior hay ciertas situaciones ajenas a las empresas que no se pueden controlar, es necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas.



Estas amenazas, pueden ser un aumento de venta de productos sustitutivos, entrada de nuevos competidores, modificaciones en los gustos y necesidades de los clientes, crecimiento lento del mercado, modificaciones demográficas adversas, crisis económicas...

#### 4.1.2.- Análisis interno

Los elementos internos que se deben analizar durante el análisis DAFO corresponden a las fortalezas y debilidades que se tienen respecto a la disponibilidad de recursos de capital, personal, activos, calidad de producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores, entre otros.

El análisis interno permite fijar las fortalezas y debilidades de la organización, realizando un estudio que permite conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta el ente.

Para realizar el análisis interno de una corporación deben aplicarse diferentes técnicas que permitan identificar dentro de la organización qué atributos le permiten generar una ventaja competitiva sobre el resto de sus competidores.

##### 4.1.2.1.-Fortalezas

Se definen como aquellos elementos que le permiten a una empresa destacar en el mercado, son los aspectos que hacen mejor a una marca.

Todas las empresas tienen ventajas competitivas, cuentan con algo que las hace únicas, el problema es saber identificarlas.

Algunas ventajas competitivas más comunes son: La imagen corporativa, la calidad de los productos y la valoración de estos por parte de los consumidores finales, habilidades tecnológicas, de gestión de organización...

En el caso de Facundo, sus fortalezas son la calidad de sus productos, la adaptabilidad a los nuevos gustos y necesidades del consumidor final y la imagen de su marca.



#### 4.1.2.2.-Debilidades

Las Debilidades, por el contrario, se refieren a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización.

Las Debilidades son problemas internos, que, una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

Facundo es una empresa familiar, una empresa pequeña, la viabilidad de estrategias corporativas y la inversión necesaria para la implantación y uso de nuevas tecnologías suponen debilidades para la entidad frente a sus grandes competidores.

#### 4.1.3.- Confección matriz DAFO

Tabla 1: Matriz DAFO

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Análisis Interno</b>	Capacidades distintas Ventajas naturales Recursos superiores	Recursos y capacidades escasas Resistencia al cambio Problemas de motivación del personal
	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Análisis Externo</b>	Nuevas tecnologías Debilitamiento de competidores Posicionamiento estratégico	Altos riesgos - Cambios en el entorno

*Fuente: Elaboración Propia*

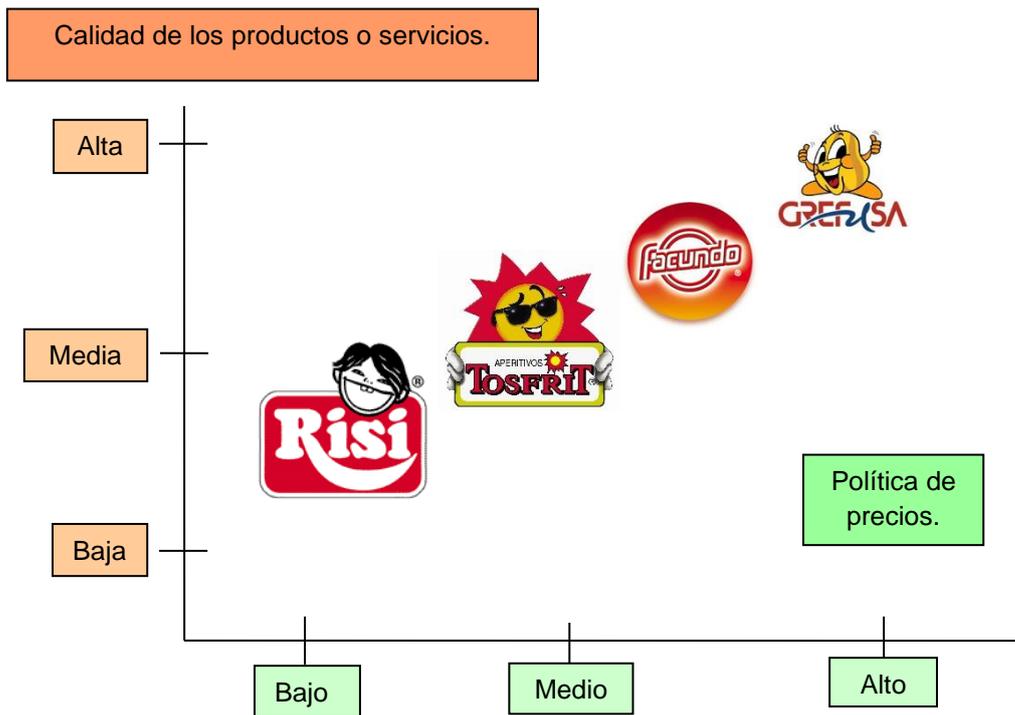
De la combinación de fortalezas con oportunidades surgen las potencialidades, las cuales señalan las líneas de acción más prometedoras para la organización.

Las limitaciones, determinadas por una combinación de debilidades y amenazas, colocan una seria advertencia.



Mientras que los riesgos (combinación de fortalezas y amenazas) y los desafíos (combinación de debilidades y oportunidades), determinados por su correspondiente combinación de factores, exigirán una cuidadosa consideración a la hora de marcar el rumbo que la organización deberá asumir hacia el futuro.

Gráfico 1: PRINCIPALES COMPETIDORES



Fuente: Elaboración Propia

A la vista del gráfico 1, los competidores más directos son: Grefusa y Tosfrut. Empresas mucho más grandes que operan a nivel nacional y que tienen mayor poder de negociación en el mercado que Facundo que sólo trabaja en la zona norte del país, es una empresa familiar en continuo crecimiento que apuesta por la calidad de sus productos y la satisfacción de sus clientes.

Que va creciendo y expandiéndose año tras año, la evolución de sus orígenes a la actualidad así lo refleja, ha conseguido hacerse un hueco en el mercado y tiene capacidad para convertirse en líder en el sector.



Las estrategias más comunes entre las empresas son defensiva, ofensiva de supervivencia o de reorientación. En función de la situación de la empresa y de los fines que se desean conseguir, así como de los recursos de los que se dispone, la organización deberá fijar un tipo u otro de estrategia.

En el caso de Facundo, es una mezcla entre una estrategia de supervivencia, como ya he comentado se trata de una empresa pequeña y tradicional que precisa organizar bien sus fuerzas internas y crecer.

Y una estrategia ofensiva, Facundo está en condiciones de crecer y de mejorar su posición en el mercado, es el momento de potenciar las fortalezas y el liderazgo en el sector.

El sector de aperitivos y frutos secos en España es un sector emergente todavía, ya que no ha llegado a alcanzar su madurez, por lo Facundo debe saber aprovechar las nuevas oportunidades que van surgiendo en el mercado para destacar de sus competidores y crecer.



## 5.- ANÁLISIS ECONÓMICO- FINANCIERO

### 5.1.- Marco conceptual

El marco conceptual de Contabilidad es el conjunto de fundamentos, principios y conceptos básicos cuyo cumplimiento conduce en un proceso lógico deductivo al reconocimiento y valoración de los elementos de las cuentas anuales.

Su incorporación al Plan General de Contabilidad y, en consecuencia, la atribución al mismo de la categoría de norma jurídica, tiene como objetivo garantizar el rigor y la coherencia del posterior proceso de elaboración de las normas de registro y valoración, así como de la posterior interpretación e integración del Derecho Contable. (PGC )

#### 5.1.1.- Cuentas anuales. Imagen fiel

Las cuentas anuales de una empresa comprenden el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria. Estos documentos forman una unidad. No obstante, el estado de flujos de efectivo no será obligatorio para las empresas que puedan formular balance.

La información incluida en las cuentas debe ser relevante y fiable.

La información es relevante cuando es útil para la toma de decisiones económicas, es decir, cuando ayuda a evaluar sucesos pasados, presentes o futuros, o bien a confirmar o corregir evaluaciones realizadas anteriormente. En particular para cumplir con este requisito, las cuentas anuales deben mostrar adecuadamente los riesgos a los que se enfrenta la empresa.

La información es fiable cuando está libre de errores materiales y es neutral, es decir, está libre de sesgos, y los usuarios pueden confiar en que es la imagen fiel de lo que pretende representar.

Adicionalmente, la información financiera debe cumplir con las cualidades de comparabilidad y claridad.



La comparabilidad, que debe extenderse tanto a las cuentas anuales de una empresa en tiempo como a las diferentes empresas en el mismo momento y para el mismo período de tiempo, debe permitir contrastar la situación y rentabilidad de las empresas, e implica un tratamiento similar para las transacciones y demás sucesos económicos que se producen en circunstancias parecidas.

La claridad implica que, sobre la base de un razonable conocimiento de las actividades económicas, la contabilidad y las finanzas empresariales, los usuarios de las cuentas anuales, mediante un examen diligente de la información suministrada, puedan formarse juicios que les faciliten la toma de decisiones.

[PGC]

#### 5.1.2.- Principios contables.

- **EMPRESA EN FUNCIONAMIENTO:** Se considera salvo prueba en contrario, que la gestión de la empresa continuará en un futuro previsible, por lo que la aplicación de los principios y criterios contables no tiene el propósito de determinar el valor del patrimonio neto a efectos de su transmisión global o parcial, ni del importe resultante en caso de liquidación.

En aquellos casos en que no resulte de aplicación este principio, la empresa aplicara las normas de valoración que resulten más adecuadas para reflejar la imagen fiel de las operaciones tendentes a realizar el activo, cancelar las deudas y en su caso repartir el patrimonio neto resultante, debiendo suministrar en la memoria de las cuentas anuales toda la información significativa sobre los criterios aplicados.

- **DEVENGO:** Los efectos de las transacciones o hechos económicos se registrarán cuando ocurran, imputándose al ejercicio al que las cuentas anuales se refieran, los gastos y los ingresos que afecten al mismo, con independencia de la fecha de su pago o de su cobro.



- **UNIFORMIDAD**: Adoptado un criterio dentro de las alternativas que, en su caso, se permitan, deberá mantenerse en el tiempo y aplicarse de manera uniforme para todas las transacciones.
- **PRUDENCIA**: Se deberá ser prudente en las estimaciones y valoraciones a realizar en condiciones de incertidumbre. La prudencia no justifica que la valoración de los elementos patrimoniales no responda a la imagen fiel que deban reflejar las cuentas anuales, únicamente se contabilizarán los beneficios obtenidos hasta la fecha de cierre del ejercicio.
- **NO COMPENSACIÓN**: Salvo que una norma disponga de forma expresa lo contrario, no podrán compensarse las partidas del activo y del pasivo o las de gastos e ingresos, y se valorarán separadamente los elementos integrantes de las cuentas anuales.
- **IMPORTANCIA RELATIVA**: Se admitirá la no aplicación estricta de algunos de los principios y criterios contables cuando la importancia relativa en términos cuantitativos o cualitativos de la variación que tal hecho produzca sea escasamente significativa y, en consecuencia, no altere la expresión de la imagen fiel. [PGC]

### 5.1.3.- Estados financieros.

Los estados financieros han de reflejar una imagen fiel de la compañía.

Son los documentos de mayor importancia que recopilan información sobre la salud económica de la empresa, cuyo objetivo es dar una visión general de la misma.

Se incluyen dentro de los estados financieros: el balance de situación, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de flujos de efectivo o la memoria.

Todos los documentos recogidos tienen que caracterizarse por ser fiables y útiles, teniendo que reflejar realmente lo que está sucediendo en la empresa.

Las sociedades comerciales deben presentar estos documentos durante un periodo limitado posterior a su año contable, el cual suele ir desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre.



Por su parte, las compañías que realicen cierres inferiores al año (por ejemplo, semestrales) deberán presentar cada estado financiero de forma totalmente independiente.

En este trabajo voy a estudiar y analizar el balance de situación y la cuenta de pérdidas y ganancias de la empresa.

### 5.1.3.1- Balance de situación

El balance de situación (o balance general) en el mundo de contabilidad es el resumen de todas las posesiones (activos) y todas las deudas y el capital de una organización en un periodo de contable determinado. En sí, el balance es como una fotografía del patrimonio.

Tabla 2: Estructura del Balance



Fuente: [tributos.net](http://tributos.net)

Cómo recoge la tabla 2, la estructura del balance está dividida en activos y pasivos. El activo recoge todos los bienes y derechos que posee la compañía. Más específicamente, los activos se dividen en inmovilizados (inversiones a largo plazo), existencias, realizables y disponibles.

En el pasivo se encuentran los fondos propios, exigibles a largo plazo y exigibles a corto plazo.



Cada una de las partidas mencionadas incluye un número de sub-partidas. Éstas varían con el tamaño de la compañía, el tipo de sociedad y el régimen de contabilidad.

#### *5.1.3.2- Cuenta de Pérdidas y Ganancias*

Se trata de una parte fundamental de las cuentas anuales que resumen los ingresos y gastos de un ejercicio contable.

La cuenta de pérdidas y ganancias (PyG o cuenta de resultados) es el resumen de todos los ingresos y todos los gastos que genera una organización durante un ejercicio contable.

Se encuentra recogido en el Plan General Contable. Con la sustracción de los gastos a los ingresos se puede calcular el resultado del ejercicio, es decir, los beneficios (o pérdidas) de ese ejercicio.

El resultado del ejercicio representa el importe que realmente ha ganado la empresa en ese periodo. Además, las distintas partes del resultado como el resultado de explotación y el resultado financiero permiten un análisis aproximado de las causas del resultado financiero.



Tabla 3: Estructura cuenta de Pérdidas y Ganancias

<b>1. Importe de la cifra de negocios</b>
<b>2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación.</b>
<b>3. Trabajos realizados por la empresa para su activo.</b>
<b>4. Aprovisionamientos.</b>
<b>5. Otros ingresos de explotación.</b>
<b>6. Gastos de personal.</b>
<b>7. Otros gastos de explotación.</b>
<b>8. Amortización del inmovilizado.</b>
<b>9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras.</b>
<b>10. Exceso de provisiones.</b>
<b>11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado.</b>
<b>A) RESULTDO DE EXPLOTACIÓN (1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 +7 +8 + 9 + 10 + 11)</b>
<b>12. Ingresos financieros.</b>
<b>13. Gastos financieros.</b>
<b>14. Variación de valor razonable de instrumentos financieros.</b>
<b>15. Diferencias de cambio.</b>
<b>16. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros.</b>
<b>B) RESULTADO FINANCIERO (12 + 13 + 14 + 15 + 16)</b>
<b>C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (EBT) = (A + B)</b>
<b>17. Impuesto sobre beneficios.</b>
<b>D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C + 17)</b>

*Fuente: Elaboración propia*

La tabla 3 recoge de forma muy visual y práctica las diferentes partidas que componen la cuenta de Pérdidas y Ganancias, así como los diferentes resultados que se obtienen antes de llegar al resultado del ejercicio.



## 5.2.- Marco Práctico

### 5.2.1.- Balance de Situación Facundo 2018-2015.

Tabla 4: Balance de Situación Facundo 2018-2015

Activo	2018	2017	2016	2015
<b>Activo no corriente</b>	<b>3.257.490,59</b>	<b>2.758.647,10</b>	<b>2.516.881,69</b>	<b>2.740.120,47</b>
Inmovilizado intangible	644,52	965,58	967,14	-
Inmovilizado material	3.156.164,22	2.624.773,14	2.374.105,01	2.530.366,46
1. Terrenos y construcciones	403.484,94	420.551,07	397.904,27	439.375,52
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	2.236.206,54	2.051.528,17	1.580.438,83	1.995.721,25
3. Inmovilizado en curso y anticipos	516.472,73	152.693,90	395.761,90	95.269,69
Activos por impuesto diferido	100.681,85	132.908,38	141.809,54	209.754,00
<b>B) Activo corriente</b>	<b>4.905.857,36</b>	<b>11.294.602,98</b>	<b>7.783.299,58</b>	<b>11.041.400,86</b>
Existencias	2.234.100,41	3.324.373,21	3.732.285,30	3.022.826,60
Materias primas y otros aprovisionamientos a corto plazo	1.898.449,68	2.720.471,01	3.271.182,46	2.652.483,00
Productos terminados ciclo corto de producción	335.650,72	603.902,20	461.102,83	370.343,60
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	792.673,35	773.476,42	744.816,99	692.717,43
Clientes por ventas y prestaciones de servicios a corto plazo	464.939,92	334.180,51	308.351,54	404.680,86
Clientes empresas del grupo y asociadas	222.205,82	220.374,26	287.218,30	254.767,16
. Activos por impuesto corriente	99.465,16	158.615,51	114.980,68	-
Otros créditos con las Administraciones Públicas	6.062,46	60.306,14	34.266,47	33.269,41
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	-	-	-	137.196,08
Inversiones financieras a corto plazo	13.131,76	13.130,46	11.540,75	515.947,42
Otros activos financieros	13.131,76	13.130,46	11.540,75	515.947,42
Instrumentos de patrimonio	-	-	-	198.639,01
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	1.865.951,84	7.183.622,89	3.294.656,55	6.474.074,31
Tesorería	1.865.951,84	7.183.622,89	3.294.656,55	6.474.074,31
<b>Total activo (A + B)</b>	<b>8.163.347,94</b>	<b>14.053.250,07</b>	<b>10.300.181,27</b>	<b>13.781.521,32</b>



Pasivo	2018	2017	2016	2015
<b>A) Patrimonio neto</b>	<b>6.508.849,40</b>	<b>12.371.502,34</b>	<b>8.562.927,38</b>	<b>11.840.400,72</b>
Fondos propios	6.461.081,94	12.298.182,60	8.476.595,13	11.709.325,28
Capital	831.967,72	871.421,86	765.918,23	791.059,17
Capital escriturado	831.967,72	871.421,86	765.918,23	791.059,17
Reservas	2.878.470,75	8.756.118,38	5.379.572,40	7.868.519,87
Legal y estatutarias	254.749,68	266.830,59	234.525,23	242.223,42
Otras reservas	2.623.721,08	8.489.287,79	5.145.047,17	7.722.833,81
Ajustes por cambios de valor	-	-	-	-96.537,37
Resultado del ejercicio	2.750.643,46	2.670.642,36	2.331.104,50	3.049.746,24
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	47.767,45	73.319,73	86.332,25	131.075,44
<b>B) Pasivo no corriente</b>	<b>15.922,49</b>	<b>24.439,93</b>	<b>28.777,43</b>	<b>43.691,84</b>
Pasivos por impuesto diferido	15.922,49	24.439,93	28.777,43	43.691,84
<b>C) Pasivo corriente</b>	<b>1.638.576,06</b>	<b>1.657.307,81</b>	<b>1.708.476,46</b>	<b>1.897.428,27</b>
Deudas a corto plazo	56.421,24	20.766,02	15.967,11	6.204,71
Otros pasivos financieros	56.421,24	20.766,02	15.967,11	6.204,71
Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.582.154,81	1.636.541,80	1.692.509,35	1.891.223,56
1. Proveedores	950.124,46	876.985,85	736.049,99	823.972,35
2. Acreeedores varios	311.790,08	425.611,33	631.690,07	632.159,33
3. Pasivos por impuesto corriente	-	-	-	83.533,51
4. Otras deudas con las Administraciones Públicas	102.869,95	112.291,64	97.915,93	107.237,72
5. Anticipos de clientes	217.370,32	221.652,98	226.853,36	244.320,65
<b>Total patrimonio neto y pasivo (A + B + C)</b>	<b>8.163.347,94</b>	<b>14.053.250,07</b>	<b>10.300.181,27</b>	<b>13.781.520,82</b>

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 5: Evolución porcentual del Balance 2015-2018

Activo	2015	2016	%crecim (2016- 2015)	2017	% crecim (2017- 2016)	2018	%crecim (2018- 2017)
Activo no corriente	19,88%	24,44%	<b>-8,15%</b>	19,63%	<b>10%</b>	39,90%	<b>18,08%</b>
Inmovilizado intangible	-	0,01%	-	0,01%	<b>-0,16%</b>	0,01%	<b>-33,25%</b>
Inmovilizado material	18,36%	23,05%	<b>-6,18%</b>	18,68%	<b>10,56%</b>	38,66%	<b>20,25%</b>
1. Terrenos y construcciones	3,19%	3,86%	<b>-9,44%</b>	2,99%	<b>6%</b>	4,94%	<b>-4,06%</b>
2. Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	14,48%	15,34%	<b>-20,81%</b>	14,60%	<b>30%</b>	27,39%	<b>9,00%</b>
3. Inmovilizado en curso y anticipos	0,69%	3,84%	<b>315,41%</b>	1,09%	<b>-61%</b>	6,33%	<b>238,24%</b>
Activos por impuesto diferido	1,52%	1,38%	<b>-32,39%</b>	0,95%	<b>-6,28%</b>	1,23%	<b>-24,25%</b>
B) Activo corriente	80,12%	75,56%	<b>-29,51%</b>	80,37%	<b>45,11%</b>	60,10%	<b>-56,56%</b>
Existencias	21,93%	36,24%	<b>23,47%</b>	23,66%	<b>-10,93%</b>	27,37%	<b>-32,80%</b>
Materias primas	19,25%	31,76%	<b>23,33%</b>	19,36%	<b>-16,84%</b>	23,26%	<b>-30,22%</b>
Productos terminados c/p	2,69%	4,48%	<b>24,51%</b>	4,30%	<b>30,97%</b>	4,11%	<b>-44,42%</b>
Deudores comerciales	5,03%	7,23%	<b>7,52%</b>	5,50%	<b>3,85%</b>	9,71%	<b>2,48%</b>
Cientes c/p	2,94%	2,99%	<b>-23,80%</b>	2,38%	<b>8,38%</b>	5,70%	<b>39,13%</b>
Cientes empresas del grupo	1,85%	2,79%	<b>12,74%</b>	1,57%	<b>-23,27%</b>	2,72%	<b>0,83%</b>
. Activos por impuesto corriente	-	1,12%	-	1,13%	<b>37,95%</b>	1,22%	<b>-37,29%</b>
Créditos Adm. Públicas	0,24%	0,33%	<b>3,00%</b>	0,43%	<b>75,99%</b>	0,07%	<b>-89,95%</b>
Inversiones c/p	1,00%	-	-	-	-	-	-
Inversiones financieras c/p	3,74%	0,11%	<b>-97,76%</b>	0,09%	<b>13,77%</b>	0,16%	<b>0,01%</b>
Otros activos financieros	3,74%	0,11%	<b>5,01%</b>	0,09%	<b>13,77%</b>	0,16%	<b>0,00%</b>
Instrumentos de patrimonio	1,44%	-	-	-	-	-	-
Efectivo	46,98%	31,99%	<b>-49,11%</b>	51,12%	<b>118,04%</b>	22,86%	<b>-74,02%</b>
Tesorería	46,98%	31,99%	<b>-49,11%</b>	51,12%	<b>118,04%</b>	22,86%	<b>-74,02%</b>
Total activo (A + B)	100,00%	100,00%	<b>-25,26%</b>	100,00%	<b>36,44%</b>	100,00%	<b>-41,91%</b>



Pasivo	2015	2016	%crecim (2016- 2015)	2017	% crecim(20 17-2016)	2018	%crecim (2018- 2017)
A) Patrimonio neto	86,53%	83,13%	<b>-28,27%</b>	88,03%	<b>44%</b>	79,73%	<b>-47,39%</b>
Fondos propios	85,58%	82,30%	<b>-28,20%</b>	87,51%	<b>45,08%</b>	79,15%	<b>-47,46%</b>
Capital	5,73%	7,44%	<b>-3,18%</b>	6,20%	<b>13,77%</b>	10,19%	<b>-4,53%</b>
Capital escriturado	5,73%	7,44%	<b>-3,18%</b>	6,20%	<b>14%</b>	10,19%	<b>-4,53%</b>
Reservas	57,74%	52,23%	<b>-32,46%</b>	62,31%	<b>62,77%</b>	35,26%	<b>-67,13%</b>
Legal y estatutarias	1,76%	2,28%	<b>-3,18%</b>	1,90%	<b>14%</b>	3,12%	<b>-4,53%</b>
Otras reservas	55,98%	49,95%	<b>-33,38%</b>	60,41%	<b>65%</b>	32,14%	<b>-69,09%</b>
Resultado del ejercicio	22,11%	22,63%	<b>-23,56%</b>	19,00%	<b>14,57%</b>	33,70%	<b>3,00%</b>
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	0,95%	0,84%	<b>-34,14%</b>	0,52%	<b>-15,07%</b>	0,59%	<b>-34,85%</b>
B) Pasivo no corriente	0,32%	0,28%	<b>-34,14%</b>	0,17%	<b>-15%</b>	0,20%	<b>-34,85%</b>
Pasivos por impuesto diferido	0,32%	0,28%	<b>-34,14%</b>	0,17%	<b>-15%</b>	0,20%	<b>-34,85%</b>
C) Pasivo corriente	13,15%	16,59%	<b>-5,81%</b>	11,79%	<b>-3%</b>	20,07%	<b>-1,13%</b>
Deudas a corto plazo	0,04%	0,16%	<b>157,34%</b>	0,15%	<b>30,05%</b>	0,69%	<b>171,70%</b>
Otros pasivos financieros	0,04%	0,16%	<b>157,34%</b>	0,15%	<b>30%</b>	0,69%	<b>171,70%</b>
Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar	13,10%	16,43%	<b>-6,37%</b>	11,65%	<b>-3,31%</b>	19,38%	<b>-3,32%</b>
1. Proveedores	5,97%	7,15%	<b>-10,67%</b>	6,24%	<b>19%</b>	11,64%	<b>8,34%</b>
2. Acreeedores varios	4,58%	6,13%	<b>-0,07%</b>	3,03%	<b>-33%</b>	3,82%	<b>-26,74%</b>
3. Deudas Adm Pública	0,78%	0,95%	<b>-8,69%</b>	0,80%	<b>15%</b>	1,26%	<b>-8,39%</b>
4. Anticipos de clientes	1,77%	2,20%	<b>-7,15%</b>	1,58%	<b>-2%</b>	2,66%	<b>-1,93%</b>
Total patrimonio neto y pasivo (A + B + C)	100,00%	100,00%	<b>-25,33%</b>	100,00%	<b>36,44%</b>	100,00%	<b>-41,91%</b>

Fuente: Elaboración Propia



Con la tabla 5, podemos comprobar cómo ha evolucionado el balance con el paso de los años

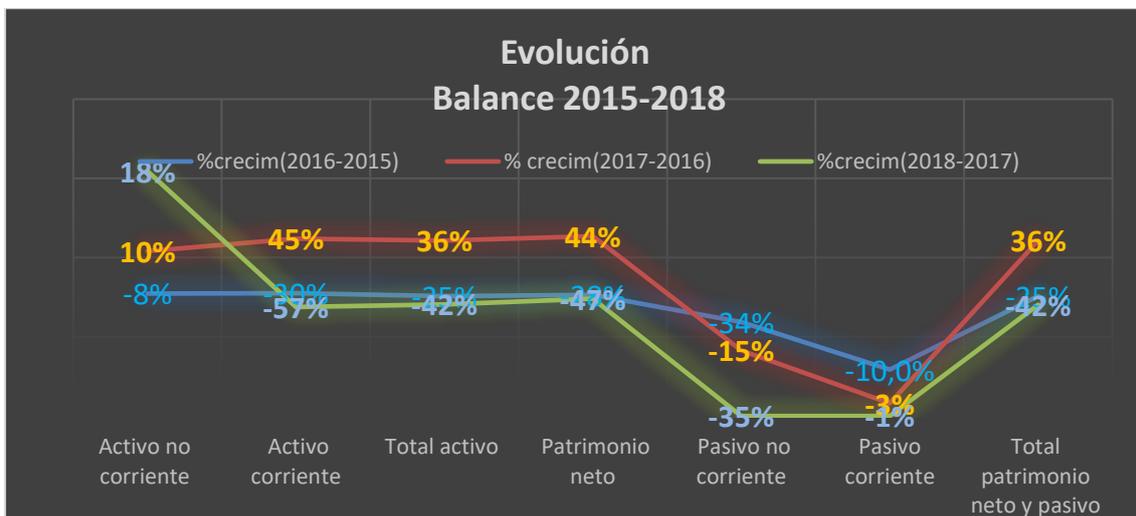
Para sacar los porcentajes he ido dividiendo cada cuenta entre su total, para comprobar cuanta carga tienen cada una de las cuentas en el balance, de esta forma

$$\left( \frac{\text{Inmovilizado}}{\text{Activo Total}}, \frac{\text{Capital}}{\text{Pasivo Total}}, \dots \right)$$

Para las columnas de crecimiento, he ido comparando los años para ver su evolución 2016-2015, 2017-2016, 2018-2017.

$$\left( \frac{\text{Inmovilizado 2015} - \text{Inmovilizado 2014}}{\text{Inmovilizado 2015}} \right)$$

Gráfico 2: Evolución del Balance 2014-2017



Fuente: Elaboración Propia

En referencia al gráfico 2, podemos de forma más visual ver cómo ha ido evolucionando el Balance en los ejercicios estudiados (2015-2018), el mercado del snack en España es un mercado emergente, está en pleno crecimiento y con altas expectativas.



El período 2017-2016 es en el que Facundo más creció prácticamente en todas las cuentas.

En el último período 2018-2017, llama la atención el aumento del activo no corriente y la disminución del pasivo no corriente, siendo los puntos más altos y bajos de todas las cuentas de todos los años estudiados.

El total del balance en el 2018 es casi la mitad de lo que fue en 2017, siendo el 2018 el peor dato hasta la fecha.

Los recursos propios han de representar al menos un 40% o 50% del total del pasivo para garantizar una suficiente capitalización y evitar un endeudamiento excesivo, este porcentaje se supera con creces todos los años, un dato muy positivo para la empresa, aunque comparando los años exceptuando el 2017 el porcentaje ha disminuido.

El activo corriente es mayor que el pasivo corriente, esto indica que Facundo no tendrá problemas de liquidez a corto plazo.



## 5.2.2.- Pérdidas y Ganancias Facundo 2014-2017

Tabla 6: Cuentas de Pérdidas y Ganancias Facundo 2014-2017

PYG	2018	2017	2016	2015
1. Importe neto de la cifra de negocios	18.857.998,28	19.996.666,62	17.953.644,93	18.750.922,66
a) Ventas	18.857.686	19.996.646,94	17.953.098,86	18.750.912,59
b) Prestaciones de servicios	312,76	19,68	546,08	10,07
2. Variación de existencias	-240.909,45	79.283,42	102.529,26	80.058,71
3. Aprovisionamientos	-6.192.817,80	-7.006.131,00	-6.699.074,36	-7.343.801,10
a) Consumo de materias primas	-6.192.588,55	-7.006.131,00	-6.699.074,36	-7.343.801,10
b) Trabajos realizados por otras empresas	-229,25	-	-	-
4. ingresos de explotación	41,47	-	5.117,65	7.010,52
a) Subvenciones explotación	41,47	-	5.117,65	7.010,52
5. Gastos de personal	-3.216.584,10	-3.229.444,25	-2.903.920,37	-3.132.557,22
a) Sueldos, salarios y asimilados	-2.473.212,26	-2.522.834,17	-2.264.618,76	-2.412.182,14
b) Cargas sociales	-743.371,84	-706.610,08	-639.301,61	-720.375,08
6. Otros gastos de explotación	-5.481.654,50	-5.684.114,02	-4.383.442,89	-4.292.547,53
a) Servicios exteriores	-5.433.141,29	-5.633.173,70	-4.337.428,93	-4.248.670,49
b) Tributos	-48.513,22	-50.940,32	-46.013,97	-43.877,04
7. Amor. del inmovilizado	-479.399,05	-479.734,84	-404.568,42	-395.645,85
8. Imputación subvenciones de inm. no financiero	29.643,58	33.206,15	54.103,25	233.637,18
9. Deterioro y enajenaciones del inmovilizado	1.364,84	-77.108,74	9.445,93	8.565,07
a) Resultados enajenaciones	1.364,84	-77.108,74	9.445,93	8.565,07
10. Otros resultados	311.664,20	1.683,64	15.972,18	1.227,57
<b>A1) Resultado de explotación (1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 10)</b>	<b>3.589.347,47</b>	<b>3.634.306,97</b>	<b>3.749.807,17</b>	<b>3.916.870,03</b>
11. Ingresos financieros	2.670,11	6.193,21	10.826,78	22.022,17
a) De valores negociables y otros instrumentos financieros	2.670,11	6.193,21	10.826,78	22.022,17
12. Gastos financieros	-4.876,08	-11.134,26	-9.762,82	-8.572,60
a) Por deudas con terceros	-4.876,08	-11.134,26	-9.762,82	-8.572,60
13. Diferencias de cambio	76.382,63	-73.565,58	43.997,00	181.342,41
14. Deterioro, enajenaciones de instrumentos financieros	-	-	-277.384,60	-
<b>A2) Resultado financiero (11+12+13)</b>	<b>74.176,66</b>	<b>-78.506,63</b>	<b>-232.323,64</b>	<b>194.791,98</b>
<b>A3) Resultado antes de impuestos (A1 + A2)</b>	<b>3.663.524,13</b>	<b>3.555.800,34</b>	<b>3.517.483,53</b>	<b>4.111.662,01</b>
14. Impuestos sobre beneficios	-912.880,67	-885.157,98	-1.186.379,03	-1.061.915,77
<b>A4) Resultado del ejercicio(A3 + 14)</b>	<b>2.750.643,46</b>	<b>2.670.642,36</b>	<b>2.331.104,50</b>	<b>3.049.746,24</b>

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 7: Evolución porcentual Pérdidas y Ganancias 2014-2017

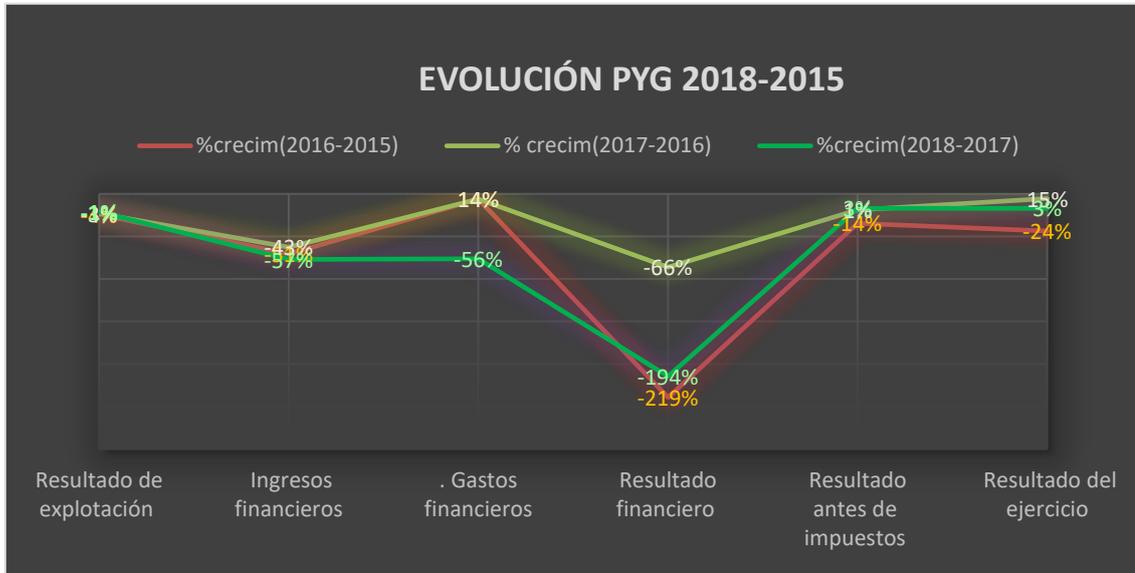
PYG	%crecim(2016-2015)	% crecim(2017-2016)	%crecim(2018-2017)
1. Importe neto de la cifra de negocios	-4,25%	11,38%	-5,69%
a) Ventas	-4,25%	11,38%	-5,70%
b) Prestaciones de servicios	5322,54%	-96,40%	1489,17%
2. Variación de existencias	28,07%	-22,67%	-403,86%
3. Aprovisionamientos	-8,78%	4,58%	-11,61%
a) Consumo de materias primas y otras materias consumibles	-8,78%	4,58%	-11,61%
4. Otros ingresos de explotación	-27,00%	-	-
a) Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	-27,00%	-	-
5. Gastos de personal	-7,30%	11,21%	-0,40%
a) Sueldos, salarios y asimilados	-6,12%	11,40%	-1,97%
b) Cargas sociales	-11,25%	10,53%	5,20%
6. Otros gastos de explotación	2,12%	29,67%	-3,56%
a) Servicios exteriores	2,09%	29,87%	-3,55%
b) Tributos	4,87%	10,71%	-4,76%
7. Amortización del inmovilizado	2,26%	18,58%	-0,07%
8. subvenciones de inmovilizado no financiero	-76,84%	-38,62%	-10,73%
9. Deterioroenajenaciones del inmovilizado	10,28%	-916,32%	-101,77%
a) Resultados por enajenaciones y otras	10,28%	-916,32%	-101,77%
10. Otros resultados	1201,12%	-89,46%	18411,37%
<b>A1) Resultado de explotación (1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 10)</b>	<b>-4,27%</b>	<b>-3,08%</b>	<b>-1,24%</b>
11. Ingresos financieros	-50,84%	-42,80%	-56,89%
a) De valores negociables y otros instrumentos financieros	-50,84%	-42,80%	-56,89%
12. Gastos financieros	13,88%	14,05%	-56,21%
a) Por deudas con terceros	13,88%	14,05%	-56,21%
13. Diferencias de cambio	-75,74%	-267,21%	-203,83%
14. Deterioro y enajenaciones de instrumentos financieros	-	-	-
<b>A2) Resultado financiero (11+12+13)</b>	<b>-219,27%</b>	<b>-66,21%</b>	<b>-194,48%</b>
<b>A3) Resultado antes de impuestos (A1 + A2)</b>	<b>-14,45%</b>	<b>1,09%</b>	<b>3,03%</b>
14. Impuestos sobre beneficios	11,72%	-25,39%	3,13%
<b>A4) Resultado del ejercicio(A3 + 14)</b>	<b>-23,56%</b>	<b>14,57%</b>	<b>3,00%</b>

Fuente: Elaboración Propia



La forma de realizar la tabla 7 es la misma que he explicado anteriormente, la tabla 5, Evolución porcentual del Balance.

Gráfico 3: Evolución Pérdidas y Ganancias 2015-2018



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico 3, de la misma forma que el balance la cuenta de pérdidas y ganancias ha ido perdiendo valor, aunque el período 2018 ha mejorado respecto los dos años anteriores, lo que es buena señal ya que Facundo ha crecido en el último período, en un mercado emergente como es el mercado de frutos secos y snacks.

El período 2017-2016 es el que más creció de todos los períodos estudiados a excepción del resultado financiero que en contra posición tiene el peor dato de todos los años.

A continuación, con los ratios vamos analizar estos resultados, para comprobar cómo se encuentra la empresa y como han evolucionado estas cuentas, sacando conclusiones sobre su situación financiera.



### 5.2.3.- Ratios

Mediante el análisis de la situación financiera se puede detectar los recursos de los que dispone la empresa, cómo se financia, la situación actual de la misma y si se encuentra en equilibrio financiero o no. Según Cuervo y Rivero (1986), se trata de interpretar los resultados obtenidos de una serie de ratios que integran valores de las masas patrimoniales tanto de activo como de pasivo. Estos ratios se van a dividir en función de la temporalidad: a corto y largo plazo.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de los ratios considerados más oportunos para el análisis con objeto de valorar si esta organización sigue la evolución según lo hace el sector. Los años estudiados son del 2014 – 2017, ya que son de los que se tienen disponibilidad, al igual que en el resto del trabajo.

#### 5.2.3.1- Ratios de rentabilidad

##### 5.2.3.1.1- Ratio de rentabilidad financiera (ROE)

El ratio de rentabilidad financiera, que también se conoce por la expresión en inglés ROE (*Return on Equity*), mide la rentabilidad que obtienen los propietarios de una empresa, para lo cual compara el resultado del ejercicio (beneficio neto) con los fondos propios, es decir, con la suma de aportaciones realizadas por los propietarios que no tengan la consideración de pasivos (capital) más los resultados acumulados por la empresa que no hayan sido repartidos (reservas y resultado del ejercicio). En principio no se debe tomar el patrimonio neto, porque este concepto incluye partidas que no han sido aportadas por los propietarios como las subvenciones o las donaciones recibidas.

En definitiva, el ROE mide la capacidad que tiene un euro de capital para proporcionar un cierto rendimiento dentro de la empresa.

$$ROE: \frac{\text{Resultado del Ejercicio}}{\text{Fondos Propios}} \times 100$$



Tabla 8: Resultado ROE antes y después de impuestos

Ratios de Rentabilidad	2015	2016	2017	2018
ROE - base: result. Antes impuestos (%)	34,73	41,08	28,74	56,29
ROE - base: resultados (%)	25,76	27,22	21,59	42,26

Fuente: Elaboración Propia

Cuánto más elevado sea el ROE, mejor para los propietarios de la empresa. Se podría decir que como mínimo la rentabilidad financiera ha de ser positiva e igual o superior a las expectativas que tengan depositadas los propietarios en su negocio.

El ROE es un indicador muy utilizado para la comparación de la rentabilidad de empresas del mismo sector; sin embargo, la comparación de empresas de diferentes sectores puede llevar a conclusiones erróneas puesto que el rendimiento de los capitales difiere en función de muchos aspectos que son propios de sectores diferentes

#### 5.2.3.1.2- Ratio de rentabilidad del capital empleado (ROCE)

ROCE, Es el acrónimo en inglés de Return On Capital Employed, que en español significa rentabilidad del capital empleado. El ROCE es un ratio utilizado para conocer la rentabilidad de una empresa, ya que permite saber la capacidad de la empresa para generar ingresos en base al capital que se ha empleado.

Este ratio se usa en el sector de las finanzas, especialmente cuando se quiere saber si una empresa es capaz de generar beneficios y en qué medida, pero también para comparar la rentabilidad de distintas empresas en base al capital que utilizan, sobre todo en el sector de la inversión.

$$ROCE = \frac{EBIT^1}{Capital Empleado}$$

<sup>1</sup> EBIT: Resultado neto de explotación



Tabla 9: Resultado ROCE antes y después de impuestos

Ratios de Rentabilidad	2015	2016	2017	2018
ROCE - base: result. Antes impuestos (%)	34,67	41,05	28,78	56,22
ROCE - base: resultados (%)	25,74	27,25	21,63	42,23

Fuente: Elaboración Propia

Lo que expresa la tabla 9 es la rentabilidad que ha obtenido Facundo, 34.67%, 41.05%, 28.78%, 56.22% sucesivamente sobre su capital empleado.

Un rendimiento del capital invertido elevado indicará un uso eficiente de los recursos de la empresa, por lo que además el ROCE debe ser más elevado que el coste del capital para la compañía. Por el contrario, un rendimiento del capital invertido bajo pone de manifiesto un uso poco eficiente de los recursos de la empresa.

#### 5.2.3.1.3- Beneficio antes de intereses e impuestos EBIT

*EBIT, es el acrónimo inglés, Earnings Before Interest and Taxes.*

Es un indicador para medir la capacidad de obtención de beneficios de una empresa eliminando el efecto negativo de los intereses de la de deuda y de los impuestos, permite realizar comparaciones entre empresas, independientemente del país en el que desarrollen su actividad principal y el modo en el que se hayan financiado.

Se calcula restando al importe neto de ventas los costes de explotación y amortización.

$$EBIT = \text{INGRESO NETO} + \text{GASTOS POR INTERESES} + \text{IMPUESTO}$$



Tabla 10: RESULTADO EBIT

Ratios de Rentabilidad	2015	2016	2017	2018
EBIT margen (%)	20,88	20,88	18,18	19,03

Fuente: Elaboración Propia

Cabría pensar que ésta no es una magnitud relevante para las empresas puesto que, al fin y al cabo, lo que realmente interesa a los inversores es conocer cuál es el beneficio que queda después de haber asumido todas las obligaciones tributarias y financieras y que constituye el reparto final de beneficios entre los accionistas o socios de la empresa.

Sin embargo, y puesto que la carga fiscal varía entre países y la forma en que esté financiado el activo es diferente en función de la estrategia financiera de las empresas, el EBIT adquiere una importancia relevante, sobre todo a la hora de comparar el beneficio de empresas diferentes. El EBIT será diferente en función de la cantidad de recursos propios y ajenos utilizados para su financiación.

#### 5.2.3.1.4- Beneficio antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDIA)

EBITDIA :( Earnings before interest, taxes, indepreciation and amortización).

Se utiliza para valorar la capacidad de generar beneficios considerando solamente la actividad productiva, ya que indica el resultado obtenido por la explotación directa del negocio. Dado que no incluye todos los gastos de la empresa, muestra más claramente el dinero que le queda para pagar sus deudas.

$$\text{EBITDIA} = \text{EBIT} + \text{PROVISIONES} + \text{AMORTIZACIONES}$$



Tabla 11: RESULTADO EBITDIA

Ratios de Rentabilidad	2015	2016	2017	2018
Margen de EBITDA (%)	22,99	23,13	20,57	21,58

Fuente: Elaboración Propia

Si el EBITDA es positivo indica que el proyecto, sin tener en cuenta los gastos financieros y fiscales, es rentable, pero la rentabilidad final del mismo dependerá de la gestión respecto a las políticas de financiamiento, tributación, amortización y depreciación de la empresa.

#### 5.2.3.1.5- Rentabilidad de los activos (ROA)

Es un ratio financiero que mide la capacidad de generar ganancias. Esto, tomando en cuenta dos factores: Los recursos propiedad de la empresa y el beneficio neto obtenido en el último ejercicio.

$$ROA = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Activos}}$$

Tabla 12: RESULTADO RATIO ROA ANTES Y DESPUÉS DE IMPUESTOS

Ratios de Rentabilidad	2015	2016	2017	2018
ROA - base: result. Antes impuestos (%)	29,84	34,15	25,30	44,88
ROA - base: resultado (%)	22,13	22,63	19,00	33,70

Fuente: Elaboración Propia

A diferencia de la rentabilidad financiera o ROE, el ROA no considera únicamente el patrimonio invertido por los accionistas, sino todos los activos de la compañía.



La utilidad del ROA está en que permite saber si la empresa está usando eficientemente sus activos.

- Si el indicador ha venido subiendo en el tiempo, es una buena señal. Situación en la que se encuentra Facundo.
- Sin embargo, si cae, se deben implementar acciones para mejorar la gestión de los recursos. Una opción es reducir costos, para aumentar la utilidad neta. Igualmente, se puede elevar la rotación de los activos. Es decir, agilizar las transacciones de manera que quede menos stock inmovilizado de mercadería sin vender.

#### 5.2.3.1.6- Margen de beneficio

Es la diferencia positiva que espera conseguir una organización una vez que a los ingresos totales se les reste los costes totales, siempre dentro de un periodo contable. En la mayor parte de las entidades, se tiene como referencia de tiempo un año, aunque en función de sus necesidades también puede ser trimestral o semestral.

Tabla 13: RESULTADO RATIO MARGEN DE BENEFICIO

Ratios de Rentabilidad	2015	2016	2017	2018
Margen de beneficio (%)	21,92	19,59	17,78	19,43

Fuente: Elaboración Propia

Tal como muestra la tabla 13, el margen de beneficio ha ido disminuyendo prácticamente dos puntos porcentuales hasta el año 2018 que los ha recuperado.

#### 5.2.3.2- Ratios de explotación

##### 5.2.3.2.1- Ratio de rotación de activos

Refleja la eficacia de la empresa en la gestión de sus activos para generar ventas.

$$RATIO DE ROTACIÓN DE ACTIVOS = \frac{Importe Neto Cifra de Negocios}{Activos}$$



Tabla 14: RESULTADO RATIO ROTACIÓN DE ACTIVOS

Ratios de Explotación	2015	2016	2017	2018
Rotación de activos netos (%)	1,58	2,09	1,61	2,89

Fuente: Elaboración Propia

Cuanto más elevado sea el valor de este ratio, mayor es la productividad de los activos para generar ventas y por tanto la rentabilidad del negocio.

#### 5.2.3.2.2- Ratio cobertura de intereses (RCI)

Es un ratio muy frecuente en la revisión de la situación financiera que pretende evaluar el equilibrio de los flujos de caja generados por la empresa para atender sus obligaciones financieras. En otras palabras, es muy útil para conocer el grado de apalancamiento financiero de una compañía y ver si tiene mayor capacidad de endeudamiento.

$$RCI = \frac{EBIT}{\text{Cargo por Intereses}}$$

Tabla 15: RESULTADO RCI

Ratios de Explotación	2015	2016	2017	2018
Intereses de cobertura (%)	4,57	3,84	3,26	7,36

Fuente: Elaboración Propia

Si el resultado estuviera por debajo de 1 la empresa no sería capaz de hacer frente al pago de su deuda. Un ratio de 1,5 o superior, suele considerarse como una referencia adecuada de la capacidad de pago de la empresa tanto para el mercado, como para entidades de crédito, situación en la que se encuentra Facundo, como se puede comprobar en la tabla 15.



#### 5.2.3.2.3- Ratio rotación de inventario

Indica el número de veces que los stocks, el conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización, se convierten en efectivo o en cuentas por cobrar, en función del tipo de negocio.

La rotación del inventario es uno de los indicadores más usados para el control de gestión relativo a la logística o incluso para el departamento comercial de una empresa.

$$RATIO DE ROTACIÓN DE INVENTARIO = \frac{Aprovisionamiento}{Existencias}$$

Tabla 16: RESULTADO RATIO ROTACIÓN DE INVENTARIO

Ratios de Explotación	2015	2016	2017	2018
Rotación de las existencias (%)	6,21	4,81	6,02	8,44

Fuente: Elaboración Propia

Es un valor muy relevante ya que la rotación da cuenta del número de veces que se han renovado las existencias ya sea de un artículo o de una materia prima durante un período de tiempo, normalmente un año.

La interpretación de la fórmula del ratio de rotación de inventario indica que cuanto más elevado sea el valor de este índice, los inventarios más se renuevan, como consecuencia del incremento de las ventas y de una buena gestión de las existencias, resultado que ha ido mejorando con el paso de los años siendo el 2018 el mejor dato.

#### 5.2.3.2.4- Ratio período medio de cobro (PMC)

Es el plazo en días, que tarda de media una empresa en cobrar de sus clientes.



Es muy importante conocerlo y controlarlo desde cualquier departamento financiero de la empresa, pues en él se basa la gestión de tesorería de la misma. No obstante, también es crucial conocerlo a la hora de analizar el estado financiero.

$$PMC = \frac{\text{Clientes Medios}}{(\text{Ventas} \times (1 + IVA))} \times 365$$

Tabla 17: RESULTADO RATIO PMC

Ratios de Explotación	2015	2016	2017	2018
Período de cobro (días)	13	15	14	15

Fuente: Elaboración Propia

El PMC 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.

### 5.2.3.3- Ratios estructurales

#### 5.2.3.3.1- Ratio de solvencia

Una empresa es solvente si el valor de todos sus bienes y derechos es suficiente para cancelar todas sus deudas y obligaciones que ha contraído.

El ratio de solvencia indica cuantos euros tiene la empresa entre derechos y bienes, por cada euro que tiene de deuda, mide la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones de pago.

$$RATIO DE SOLVENCIA = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Recursos Ajenos}}$$



Tabla 18: RESULTADO RATIO DE SOLVENCIA

Ratios de Explotación	2015	2016	2017	2018
Ratio de solvencia de solvencia (%)	7,24	5,93	8,36	4,93

Fuente: Elaboración Propia

Si el resultado es:

- $<1$  La empresa está en quiebra
- $<1.50$  La empresa está es una situación delicada, no posee la suficiente solvencia para hacer frente a sus obligaciones tanto a corto como a largo plazo.
- $=1.50$  La empresa está en una situación de equilibrio, para algunos autores es el resultado ideal, porque pueden hacer frente a sus obligaciones y no tienen demasiados activos corrientes.
- $>1.50$  Existen activos improductivos, para otros autores es el mejor resultado, si se descompone el ratio de solvencia entre largo y corto plazo, el ratio de solvencia a corto plazo es superior al ratio de solvencia a largo plazo, lo que conlleva una mayor capacidad de solvencia en el día a día en la actividad de la empresa.

Esta es la situación en la que se encuentra Facundo en todos los períodos, tal y como lo refleja la tabla 18.

#### 5.2.3.3.2- Ratio de liquidez

Es un indicador cuyo objetivo es diagnosticar si una empresa es capaz de generar tesorería, es decir, si tiene capacidad de convertir sus activos en liquidez en corto plazo.



$$RATIO DE LIQUIDEZ = \frac{Activo Corriente}{Pasivo Corriente}$$

Tabla 19: RESULTADO RATIO DE LIQUIDEZ

Ratios de Explotación	2015	2016	2017	2018
Ratio de liquidez (%)	4,23	2,37	4,81	1,63

Fuente: Elaboración Propia

Si el resultado es:

- >1 Supone que el activo circulante es mayor que el pasivo corriente, lo cual en su justa medida es una señal de salud. Sin embargo, hay que tener en cuenta que si el dato es muy superior a uno puede significar que existe un exceso de recursos activos que no están siendo explotados y por tanto, no se está obteniendo toda la rentabilidad que se podrá conseguir de ellos. Situación en la que se encuentra Facundo, como se puede observar en la tabla 19
- <1 Indica que el negocio tiene problemas de liquidez y posiblemente se enfrente a dificultades con las obligaciones contraídas en el corto plazo.

Diferencia entre solvencia y liquidez: Una empresa puede ser solvente y tener liquidez (efectivo), pues su activo no corriente (inversión) puede ser mayor que su activo corriente (circulante), es decir, tener más dinero invertido en edificios, maquinaria, vehículos.... que en almacén clientes y bancos.

Si una empresa tiene liquidez es solvente, pues tiene capacidad para hacer frente a sus pagos, otra cuestión es si es eficiente, pues un exceso de liquidez no siempre es positivo, han de evitarse los extremos.

#### 5.2.3.4- Ratios por empleado

##### 5.2.3.4.1- Ratio beneficio por empleado

Ratio que mide el ingreso por empleado. Este dato no aporta mucha información.

Para que tenga valor debe compararse con sus homólogos de años anteriores.



$$BENEFICIO POR EMPLEADO = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Número de Empleados}}$$

Tabla 20: RESULTADO RATIO BENEFICO POR EMPLEADO

Ratios por empleado	2015	2016	2017	2018
Ingresos de explotación por empleado	206,13	206,42	201,99	219,28

Fuente: Elaboración Propia

#### 5.2.3.4.2- Coste medio de los empleados

Ratio que trata de medir el coste laboral de la empresa. El personal que debe de figurar es la plantilla media del ejercicio, considerada esta como el número de empleados fijos más los eventuales.

$$COSTE MEDIO DE LOS EMPLEADOS = \frac{\text{Gastos de Personal}}{\text{Empleados}}$$

Tabla 21: RESULTADO RATIO COSTE MEDIO DE LOS EMPLEADOS

Ratios por empleado	2015	2016	2017	2018
Coste medio de los empleados (%)	34,42	33,38	32,62	37,40

Fuente: Elaboración Propia

#### 5.2.4.- Conclusiones

Con los resultados obtenidos de los ratios puedo concluir, que la rentabilidad de Facundo, en su sector ha disminuido su rentabilidad con los años, un rendimiento de capital bajo pone de manifiesto un uso poco eficiente de los recursos de la empresa.



Se deben implementar acciones para mejorar las la gestión de los recursos (reduciendo costos o elevando la rotación de los activos para que quede menos stock inmovilizado de mercadería sin vender).

En cuanto a la situación financiera, Facundo tiene una capacidad adecuada de pago tanto para el mercado como para las entidades de crédito.

En cuanto a la rotación de existencias ha mejorado con los años, lo que significa que los inventarios se renuevan más cada período como consecuencia del incremento de las ventas y una buena gestión de las existencias.

En relación con la liquidez y la solvencia, Facundo tiene exceso de recursos activos que no están siendo explotados y por tanto, no se está obteniendo toda la rentabilidad que se podría conseguir de ellos. Con el resultado del ratio de solvencia se concluye que Facundo tiene capacidad de solvencia pero existen activos improductivos.

Si una empresa tiene liquidez es solvente, pues tiene capacidad para hacer frente a sus pagos, otra cuestión es si es eficiente, pues un exceso de liquidez, que es lo que sucede en Facundo en todos los períodos estudiados, no siempre es positivo, han de evitarse los extremos.



## 6.- CONCLUSIONES

- Facundo se encuentra en una situación de equilibrio financiero, esto se deduce por que el activo corriente es mucho más elevado que el pasivo corriente. Gracias a este equilibrio financiero Facundo puede hacer frente a la totalidad de sus deudas y obligaciones a corto plazo.
- El resultado de los ratios de solvencia y liquidez aunque sean positivos son más grandes de lo que deberían ser, lo que indica que la empresa no es todo lo eficiente que podría ser, el exceso de recursos activos no explotados se debe mejorar para poder sacar la máxima rentabilidad posible.
- Después de conocer la historia de la empresa, como fueron sus orígenes, como una empresa familiar ha trabajado y luchado sin perder sus principios ni su filosofía, comprobar cómo ha evolucionado y como se ha hecho su hueco en el sector es muy gratificante comprobar cómo se encuentra en la actualidad, creciendo y con una buena situación financiera.
- Como he comentado anteriormente, Facundo se mueve en un sector emergente, como es el caso de aperitivos y frutos secos en España, existe dificultad para conseguir tener una estrategia competitiva definida ya que se debe consolidar la innovación e incrementar la capacidad productiva.



## 7.- BIBLIOGRAFÍA

Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera. Fundamentos teóricos y aplicaciones (2008). Editorial Pirámide.

Emprendiendo. Plan de empresa (2002). Editorial EEI

Nuevo Plan General de Contabilidad (2007). Editorial Paraninfo

Palomares, J y Peset M.J. Estados financieros: Interpretación y análisis (2015). Editorial Pirámide.

Palomares, J y Peset M.J. Estados financieros: Interpretación y análisis (2015). Editorial Pirámide.

### Documentos electrónicos

Base de datos AMADEUS-ORBIS. (Base de datos de información financiera) (11.02.2019)

Web de Facundo <http://www.facundo.es/> (19.09.2020)

Web Economipedia <https://economipedia.com/> (7.04.2020)

Web Cerem Business School <https://www.cerme.es> (19.09.2020)

### Apuntes obtenidos durante la carrera

Contabilidad Analítica y Control de Gestión (Ricardo Rodríguez González).

Economía de la Empresa (Juan Hernangomez Barahona) (primer curso)

Dirección estratégica (Juan Hernangomez Barahona) (segundo curso)

Finanzas para empresas (Germán Ortega González) (tercer curso)