



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales**

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Finanzas Banca y Seguros

**Análisis Económico- Financiero
Supermercado Día**

Presentado por:

M^a Beatriz Martín Andrés

Valladolid, 7 de Julio de 2021

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| 1.- RESUMEN | 5 |
| 2.- INTRODUCCIÓN | 5 |
| 3.- ANÁLISIS DEL SECTOR DEL GRUPO DIA..... | 6 |
| 3.1. Historia del Grupo DIA..... | 6 |
| 3.2. Análisis del entorno general | 8 |
| 3.2.1. Análisis PEST | 8 |
| 3.3. Análisis del entorno específico | 11 |
| 3.3.1. Fuerzas de Porter | 11 |
| 3.4. Análisis Interno | 14 |
| 3.4.1. Análisis DAFO..... | 15 |
| 4.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL GRUPO DIA (2016-2019)..... | 15 |
| 4.1. Análisis de la estructura del Balance..... | 16 |
| 4.1.1. Evolución del Activo | 16 |
| 4.1.2. Evolución del Patrimonio Neto y Pasivo | 18 |
| 4.1.3. Análisis del Fondo de Maniobra..... | 20 |
| 4.1.4. Situación de liquidez a corto plazo | 21 |
| 4.1.5. Situación de solvencia a largo plazo..... | 22 |
| 4.1.6. Situación de endeudamiento | 23 |
| 4.2. Análisis de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias | 24 |
| 4.2.1. Evolución de la Cuenta Pérdidas y Ganancias..... | 24 |
| 4.2.2. Periodo Medio de Maduración..... | 26 |
| 4.2.3. Análisis de rentabilidad | 30 |
| 5.- CONCLUSIONES | 33 |
| 6.- BIBLIOGRAFÍA | 35 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|-------------------------------------|---|
| Figura 1: Mapa de negocio DIA | 7 |
|-------------------------------------|---|

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1: Ventas 2019 | 8 |
| Gráfico 2: Análisis PEST | 9 |
| Gráfico 3: Evolución del PIB | 10 |
| Gráfico 4: Fuerzas de Porter | 12 |
| Gráfico 5: Análisis Interno..... | 14 |
| Gráfico 6: Análisis DAFO | 15 |
| Gráfico 7: Evolución porcentual de las masas del Activo | 17 |
| Gráfico 8: Evolución de los Fondos Propio, expresado miles de euros | 19 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Cuota de mercado diciembre 2019..... | 10 |
| Tabla 2: Evolución Activo y porcentajes verticales | 16 |
| Tabla 3: Evolución Patrimonio Neto y Pasivo y porcentajes verticales | 18 |
| Tabla 4: Fondo de Maniobra, cifras en miles de euros..... | 21 |
| Tabla 5: Ratio de Liquidez, cifras en miles de euros | 21 |
| Tabla 6: Ratio de Tesorería, cifras en miles de euros | 22 |
| Tabla 7: Ratio de Garantía, cifras en miles de euros | 22 |
| Tabla 8: Ratio de Endeudamiento, cifras en miles de euros | 23 |
| Tabla 9: Ratio Calidad de la Deuda, cifras en miles de euros..... | 24 |
| Tabla 10: Evolución Pérdidas y Ganancias y porcentajes verticales..... | 24 |
| Tabla 11: Margen sobre ventas | 25 |
| Tabla 12: Período Medio de Almacenamiento cifras en miles de euros | 27 |
| Tabla 13: Período Medio de Cobro de Clientes, cifras en miles de euros | 28 |
| Tabla 14: Período Medio de Maduración Económico..... | 29 |
| Tabla 15: Período Medio de Pago a Proveedores cifras en miles de euros | 29 |
| Tabla 16: Período Medio de Pago a Proveedores | 29 |
| Tabla 17: Período Medio de Maduración Financiero..... | 30 |
| Tabla 18: Rentabilidad Económica | 31 |

| | |
|---|----|
| Tabla 19: Rentabilidad Económica | 32 |
| Tabla 20: Efecto Apalancamiento..... | 32 |
| Tabla 21: Rentabilidad Financiera | 33 |

1.- RESUMEN

Se conoce que la empresa Distribuidora Internacional de Alimentación, más conocida por las siglas DIA. Una de las cadenas de referencia en el sector de la alimentación tanto de presencia nacional como internacional, está sufriendo una quiebra técnica.

Por este mismo motivo, el siguiente trabajo de Final de Grado tiene como objetivo analizar y evaluar la situación económico-financiera del Grupo DIA durante los últimos cuatro años, en concreto del periodo 2016-2019, profundizando en las causas de esta evolución económica y como afecta a la situación patrimonial. No obstante, es relevante realizar un análisis del recorrido empresarial del grupo, así como, un estudio del entorno exterior para evaluar tanto la posición de la competencia como las variables macroeconómicas que afectan de manera global. También, se ha llevado a cabo el análisis interno del grupo para conocer la dirección futura reflejada en su misión, visión y valores.

Palabra clave: económico, equilibrio, rentabilidad y financiero.

ABSTRACT

It is well known that the company Distribuidora Internacional de Alimentación, better known by the acronym DIA, a reference chain in the food sector both nationally and internationally has been suffering a technical failure situation.

For that reason, the aim of this final grade project is to analyse and evaluate the economic and financial situation of the DIA Group during the last years concretely from the period 2016-2019. Going in depth in the causes of that economic evolution and how is it affecting to the patrimonial situation. Nevertheless, it is important to conduct a business career path analysis of the group, and a study of the environment of the company to evaluate the competence position and also the macroeconomical variables that affect in a global way. Moreover, it has been carried out an internal analysis of the group to know about the future direction, reflect in its mission, vision and values.

Palabra clave: economic, balance, profitability and financial.

2.-INTRODUCCIÓN

En siguiente Trabajo final de Grado, se analizará la situación económica y financiera de la empresa Distribuidora Internacional de Alimentación (DIA) y su evolución en el mercado.

El Grupo DIA se encuentra en el sector de la distribución alimentaria, uno de los más importantes en la economía Española, en el cual a lo largo de los años se han reflejado grandes variaciones. Dentro del mercado se encuentran un número reducido de competidores donde lidera actualmente Mercadona desplazando a los establecimientos más tradicionales.

El grupo ha llevado a cabo diferentes políticas estratégicas a lo largo de su trayectoria para irse adaptando a los cambios externos. El pasado 2019 se conoció que la empresa se encontraba en una

situación de quiebra técnica tras obtener durante los dos últimos años unos resultados negativos, por eso nos planteamos como una empresa con tanta reputación ha podido llegar a dicha situación.

El análisis económico-financiero que realizaremos engloba los últimos cuatro años, en concreto desde el año 2016 hasta el 2019.

En cuanto a las motivaciones para realizar este trabajo, han sido el gran interés y la complejidad de poder analizar financieramente y económicamente a una de las mayores empresas Españolas de distribución como es el Grupo DIA y poder englobar un poco de cada aprendizaje de estos cuatro años, teniendo la oportunidad de analizar y evaluar cómo ha evolucionado la empresa y de ese modo poder proyectar soluciones futuras y diferentes estrategias.

3.- ANÁLISIS DEL SECTOR DEL GRUPO DIA

3.1 Historia del Grupo DIA

Distribuidora Internacional de Alimentación S.A, más conocida por las siglas DIA, es un grupo del sector de la distribución y comercialización de productos tanto de alimentación, hogar, salud y belleza de presencia nacional e internacional llegando a más de 20 millones de personas. El Grupo DIA fue constituida en Madrid en el 1979 donde actualmente se encuentra su sede central y donde se abrió el primer establecimiento que empezó a ofrecer un nuevo concepto de formato descuento.

Desde el 1984, El Grupo DIA se caracteriza por tener su propio packaging con la marca, donde aparecía el logo rojo, actualmente siguen con su propia marca blanca.

Dispone de 6.157 locales entre los cuales también podemos encontrar franquicias ya que en 1989 implantó dicho nuevo modelo de negocio y locales propios tanto en España, Portugal, Brasil y Argentina, donde ofrece diferentes formatos de establecimientos:

- DIA Market: Es el establecimiento que se encuentra más cerca del cliente y en el núcleo urbano.
- DIA Maxi: Son los locales más grandes del grupo, donde alrededor ofrecen aparcamiento ya que se sitúan a las afueras.
- Clarel: Es uno de los nuevos locales próximos al cliente para productos de belleza, salud y hogar, que nace de la compra de la marca Schlecker.
- Minipreço: Es la marca de DIA que trabaja en Portugal y tiene desde establecimientos en el núcleo de la ciudad como a las afueras.

Cuenta con una plantilla total de 67.181 empleados donde 43.682 trabajan en empresas propias y 23.499 en franquicias.

Desde 1993 empezó a expandirse en territorio internacional, abriendo su primer establecimiento en

Portugal con el nombre de Minipreço, años más tarde comienza en el mercado de Argentina donde crece rápidamente. Con el éxito internacional obtenido el Grupo DIA va creciendo en diferentes países.

El objetivo que siempre ha perseguido es conseguir la máxima fidelización de sus clientes, por eso desde el 1998 hasta el día de hoy ofrece la tarjeta Club DIA, donde se obtienen descuentos y precios más bajos. Con el nuevo modelo implantado, sus ventas se vieron incrementadas.

Como hemos comentado cuentan con establecimientos en España, Portugal, Argentina y Brasil obteniendo una facturación media superior a los 9 millones de euros.

Figura 1: Mapa de negocio DIA



Fuente: Memoria Anual 2017, DIA Corporate

En el sector de la alimentación siempre existe la necesidad de ir innovando, por eso el Grupo DIA decidió en 2008 cambiar su imagen corporativa, con una imagen mucho más actualizada adaptándose a las nuevas situaciones del mercado.

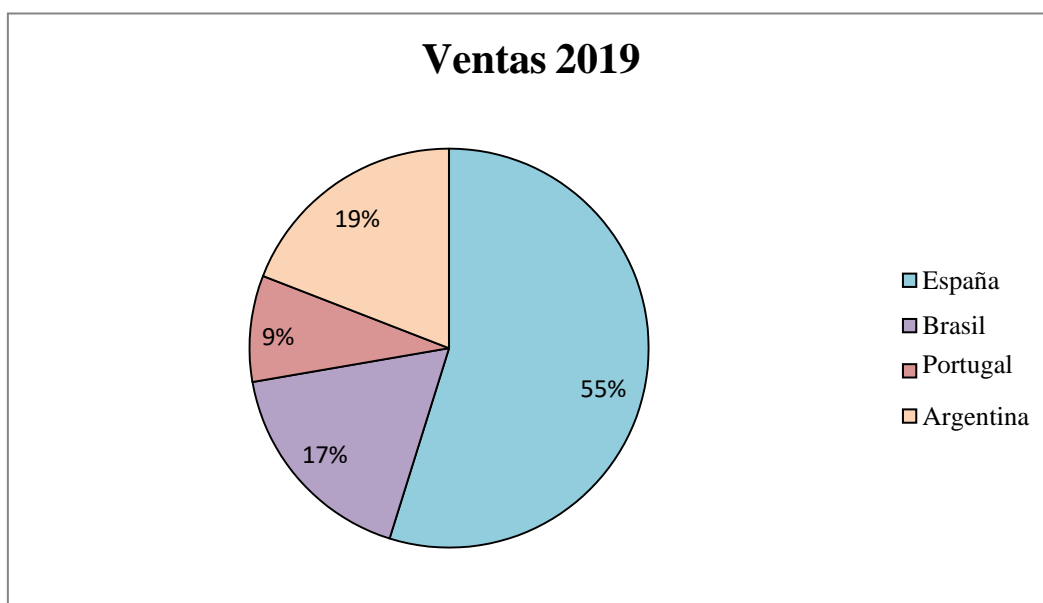
Hasta 2011 no decidió entrar en bolsa, con un precio de 3,5 euros por acción, en 2018 sufre el valor más bajo del Ibex35 retrocediendo su capitalización bursátil hasta los 2.098 millones de euros.

En Febrero de 2019 se conoció la noticia de que el inversor ruso Fridman, ya propietario del 29% de la empresa anuncia una OPA sobre el 71% restante que no posee, ofreciendo un 0,67 euros por acción lo que supone un 81% menos de los que pago en la última adquisición.

También como se ha comentado anteriormente podemos destacar la presencia internacional desde que comenzó a expandirse a diferentes países desde 1993, permitiendo consolidar la marca en el mercado y potenciar la imagen. En el ejercicio 2019, la facturación obtenida de las exportaciones fue más de 40 millones de euros.

En el siguiente gráfico podemos ver detalladamente de dónde proceden los mayores beneficios de ventas a nivel mundial:

Gráfico 1: Ventas 2019.



Fuente: Elaboración propia, con los datos obtenidos de Memoria anual 2019, DIA Corporate

Como podemos ver en el anterior gráfico más de la mitad de las ventas de la compañía proceden de España, por eso el plan de negocio debería centrarse más en este sector. En Brasil y Argentina las ventas son bastantes similares mientras que en Portugal aún no tiene una gran importancia ya que solo asciende a un 9% del total.

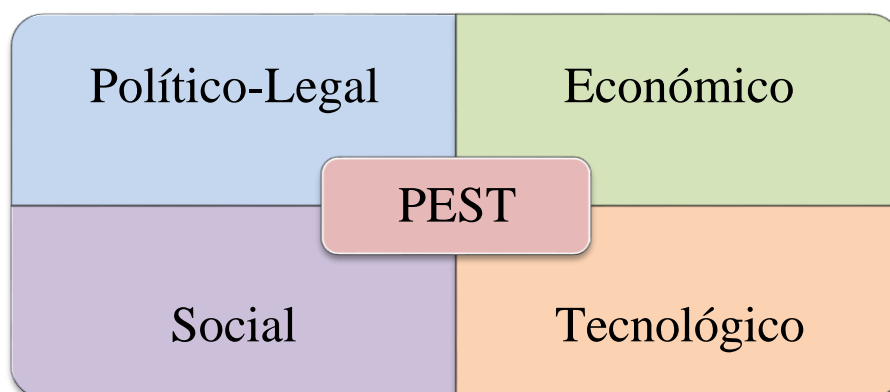
3.2 Análisis del entorno general

Primero de todo, se va a analizar el entorno general donde desarrolla la actividad el Grupo DIA para conocer los factores que influyen en la toma de decisiones a través del análisis PEST.

3.2.1. Análisis PEST

Utilizaremos el análisis PEST donde se estudia el crecimiento del mercado basándose en los factores Políticos-Legal, Económicos, Sociales y Tecnológicos del sector.

Gráfico 2: Análisis PEST.



Fuente: Elaboración Propia

➤ Factor Político-Legal

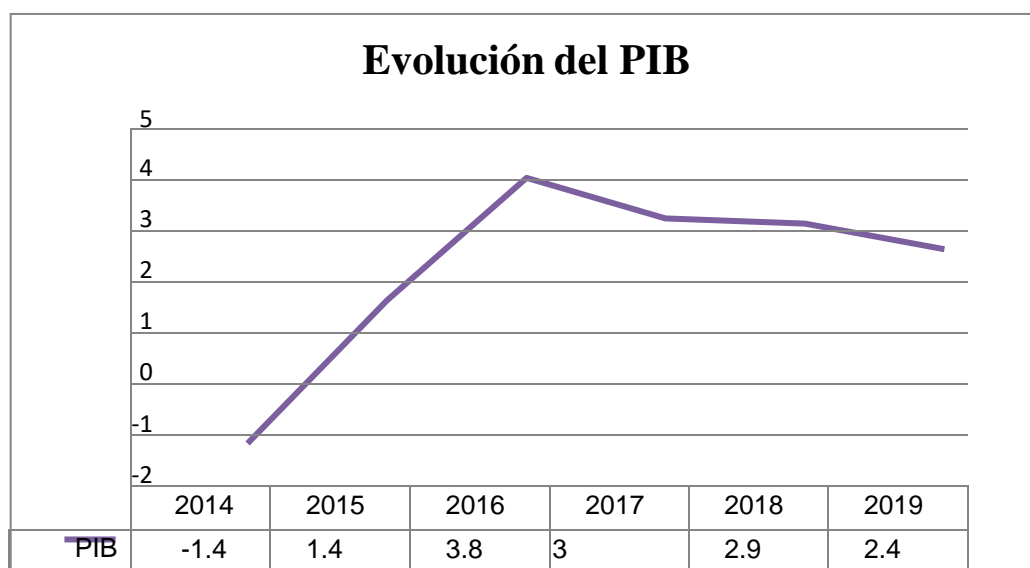
En la actualidad podemos afirmar que tenemos una inestabilidad en el ámbito político ya que estamos en constantes cambios. Dicha inestabilidad afecta a los distintos sectores empresariales y entre una de las afectadas se encuentra el Grupo DIA donde se ha visto inmersa en el cierre de múltiples establecimientos.

➤ Económico

España desde hace años está sumergida en la recuperación de la crisis económico financiera del año 2008 provocando cambios importantes.

Los factores más relevantes macroeconómicos afectados son la gran tasa de paro y una drástica disminución del PIB que no empezó a recuperarse hasta 2012.

Gráfico 3: Evolución del PIB a precios corrientes. Miles de Euros



Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos del INE

Como refleja el gráfico anterior, actualmente en 2019 tenemos una tasa anual del 2,4% una disminución del 0,5% respecto al 2018. La primera estimación para el 2020 es una disminución del 0,4%.

El otro factor importante que se ve afectado es la tasa de empleo a nivel nacional, debido al alto volumen de contratos eventuales. El cuatro trimestre del 2019 cerró con un 13,78 de tasa.

Por otra parte, el factor microeconómico más relevante es el gasto del consumo final. En el año 2018 en el sector de la distribución incrementó la facturación en un 1,5% alcanzando los 91.070 millones de euros. Simultáneamente se refleja un crecimiento del 2,2% en la cesta del consumo

El sector alimentario actualmente está muy fragmentado, en la siguiente tabla podemos observar las mayores empresas de distribución.

Tabla 1: Cuota de mercado diciembre 2019.

| | Cuota mercado valor | Diferencia (puntos porcentuales) | Compradores (% penetración) | Diferencia (puntos porcentuales) |
|--------------------|---------------------|----------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| Mercadona | 24,9% | 0,8 | 91,2% | 0,6 |
| Carrefour | 8,4% | -0,3 | 65,8% | -0,6 |
| Grupo Dia | 7,5% | -0,7 | 64,9% | -1,7 |
| Grupo Eroski | 5,3% | -0,2 | 34,3% | -1,0 |
| Lidl | 4,8% | 0,5 | 66,5% | 2,5 |
| Grupo Auchan | 3,5% | -0,1 | 36,7% | 0,9 |
| Súpers regionales* | 11,8% | 0,5 | 71,8% | 1,1 |

Fuente: Consultoría Kantar

En cabeza del ranking encontramos a Mercadona con un 24,9% de cuota de mercado, por otra parte, el Grupo DIA mantiene el tercer puesto como distribuidor de alimentos español con un 7,5% de cuota de mercado, alcanzando un 65% de los hogares españoles. Su gran descenso proviene de su modelo clásico en los establecimientos, debido al alto grado de competencia en el sector.

➤ Social

España finalizo diciembre del 2019 con un total de 46.937.060 habitantes, mientras que en 2018 la cifra ascendió a 46.658.447, lo que refleja un incremento de 278.613 habitantes a lo largo del 2019.

Con estas cifras, se espera que aumente el consumo de varios sectores, incluido el de la distribución de alimentos.

➤ Tecnológico

En el sector de la distribución también ha llegado la tecnología, aunque actualmente aunno representa un porcentaje elevado de las ventas, pero las empresas están ofreciendo a los consumidores la oportunidad de realizar el pedido vía internet.

El canal online sigue creciendo de forma lenta pero constante en el sector de la alimentación en el territorio Español, alcanza un 1,6% de las ventas. Uno de los inconvenientes en España para la venta a través de la tecnología es la multitud de tiendas físicas existentes y el inconveniente de vender productos frescos.

El Grupo DIA se mantiene en el tercer puesto de las cadenas que más distribuyen por internet, destacando su acuerdo con Amazon como un vendedor más para lograr las entregas en un tiempo máximo de 2 horas.

Las cuentas anuales del 2019, obtiene unos ingresos por venta online de casi 70 millones de euros mientras que en 2018 no superaba los 50 millones de euros.

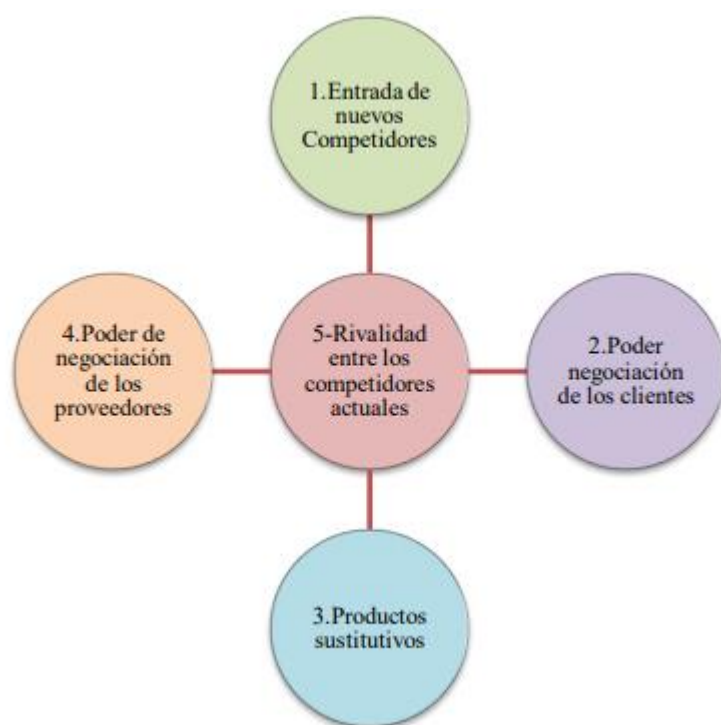
3.3. Análisis del entorno específico

Para analizar el entorno específico, se va a realizar el modelo estratégico de las 5 fuerzas de Porter.

3.3.1. Fuerzas de Porter

Con el análisis del modelo de Porter, tenemos como objetivo conocer la posición actual del grupo y la de sus competidores en el sector de la distribución, para poder maximizar los recursos y superar a la competencia.

Gráfico 4: Fuerzas de Porte.



Fuente: Elaboración propia

1. Entrada de nuevos competidores

Antes de analizar los posibles competidores tenemos que diferenciar por una parte las empresas que pueden llegar a ser potenciales competidores que ya forman actualmente parte del sector de la distribución en grandes plataformas, como Mercadona, Carrefour, Eroski o Lidl. Y por otra parte, los que crean un pequeño negocio de alimentación.

Cuando analizamos la primera situación, el riesgo de que entren nuevos competidores es bastante difícil, ya que para iniciarse en el sector se necesita una gran inversión y las marcas actuales se encuentran con una posición en el mercado y una imagen proyectada a lo largo de los años.

Hay que tener en cuenta que existen los siguientes factores de barreras de entrada:

- Dificultad para obtener una economía de escala adecuada.
- Acuerdos de condiciones con los proveedores.
- Canales de distribución.
- Desventaja en costes.

Haciendo referencia a la segunda competencia, es bastante más accesible y fácil crear un negocio pequeño de distribución. Estos tipos de establecimientos aunque no se consideren una amenaza hay

que tener en cuenta que pueden afectar a los negocios más pequeños y próximos al cliente como es el caso de DIA Market situado en el núcleo urbano.

2. Poder de negociación de los clientes

La pieza fundamental para las empresas de alimentación, es el cliente y actualmente embarca un gran volumen de empresas en el sector de la distribución lo que provoca un poder de negociación casi nulo.

Se han visto en la situación de tener que reducir precios ya que actualmente el cliente se mueve por sus propios intereses comparando los precios, y esto ha provocado que las empresas tengan que ofrecer promociones y descuentos mayores, en el caso del Grupo DIA dispone de una recompensa con su tarjeta de fidelización la cual con cada compra se obtienen cupones descuento.

3. Productos sustitutivos

Los productos que se pueden considerar una amenaza o productos sustitutivos en el sector de la alimentación son los denominados productos de marca blanca, los que ofrece cada empresa con calidades similares a un precio más atractivo.

Al aumentar la comercialización de este tipo de productos, las empresas se han esforzado para mejorar la propia marca blanca con la mejor calidad y al mejor precio, esaquí donde se potencia la amenaza.

4. Poder de negociación de los proveedores

Encontramos un gran volumen de suministradores de productos de alimentación, de hogar o de higiene pero también cabe destacar el gran volumen de empresas existentes en el sector, lo que hace incrementar que el poder de los proveedores sea escaso.

El Grupo DIA y las diferentes empresas disponen de un gran número de proveedores para adquirir el mismo producto, lo que hace aumentar las posibilidades de mejorar las condiciones, ya que es fácil cambiar de proveedor soportando un bajo coste.

En el año 2017 el Grupo DIA y Eroski formaron una nueva empresa con el objetivo de mejorar las condiciones de negociación con los proveedores para la compra de sus productos de marca blanca y así ganar eficiencia y poder ofrecer una mejor calidad y precios.

5. Competidores actuales

Dentro del sector de grandes y medianas empresas del comercio al por menor en establecimiento no especializados se encuentran un total de 114 empresas.

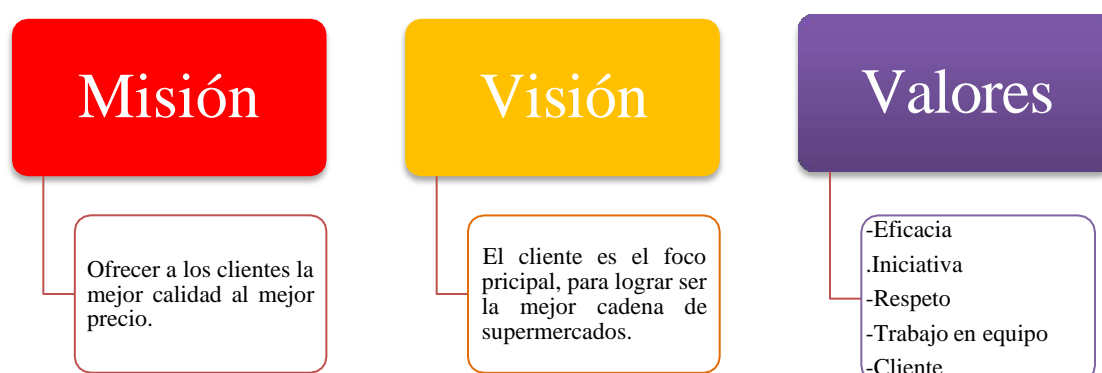
Podemos analizar 5 grandes competidores, Mercadona, Carrefour, Lidl, Eroski y Auchan. Como hemos comentado anteriormente se observa un líder con diferencia, donde se posiciona Mercadona

la cadena de supermercado más visitada. Los productos ofrecidos por cada empresa son muy similares, por eso se centran en reducir costes para ofrecer al consumidor final el menor precio.

3.4. Análisis Interno

En este apartado vamos a conocer la dirección futura establecida para realizar los objetivos marcados a través de la misión y visión que establece el Grupo DIA, también los valores que tienen implantados.

Gráfico 5: Análisis Interno.



Fuente: Elaboración propia, con los datos obtenidos de DIA Corporate

3.4.1 Misión y visión

El Grupo DIA en los últimos años se ha visto involucrado en constantes cambios y alianzas importantes donde ha tenido que actuar adaptándose al mercado con nuevas estrategias y ofreciendo diferentes formatos de establecimiento para seguir manteniendo y satisfaciendo la fidelización de sus clientes. En el 2017 el Grupo DIA decidió renovar tanto la misión como la visión para reflejar mejor su esencia y sus objetivos.

3.4.2. Valores

Es el pilar más importante debido que ayuda a la toma de decisiones desde la ética profesional. Con el objetivo de cumplir su misión y satisfacer a sus clientes para que adquieran los productos a un precio más bajo y de mejor calidad. También se preocupan por su equipo profesional. Los valores que define el grupo son; Eficacia, iniciativa, respeto, equipo y cliente.

Con la eficacia pretenden trabajar con el mayor rigor, por eso ofrecen una formación a toda la plantilla para lograr una mejor toma de decisiones, buscando obtener una mayor rentabilidad en el sector. También uno de sus factores destacados es el comentado anteriormente, ofrecer a sus clientes productos de alta calidad y a un precio reducido.

Debido a que el sector de la alimentación está en constantes cambios, con la iniciativa del grupo

procuran anticiparse con las mejores soluciones innovadoras y creativas.

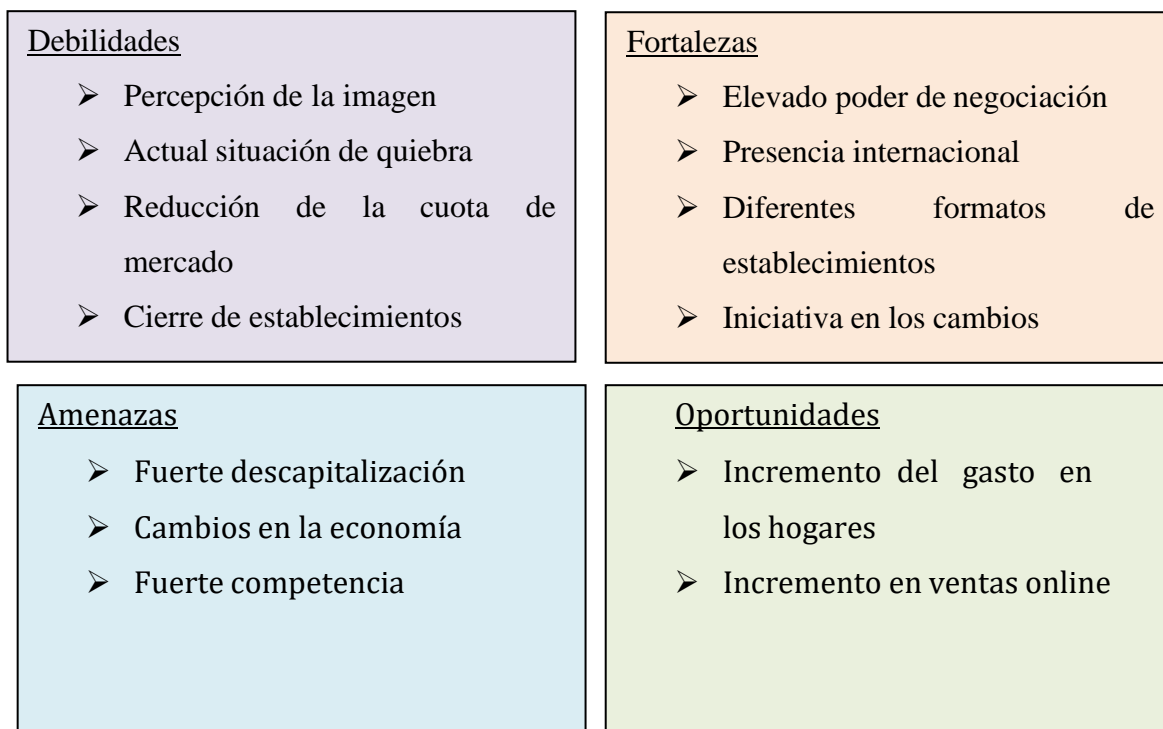
Con el respeto, procuran reforzar los compromisos y crear un espacio de confianza, aceptando diferentes opiniones y diversidad para obtener entre los trabajadores un ambiente de mayor seguridad, credibilidad y respeto, consiguiendo los mejores resultados con el trabajo en equipo.

Por último, el valor más relevante que persiguen es el cliente, ya que es su principal objetivo para lograr los resultados.

3.4.3 Análisis DAFO

La matriz DAFO, esta compuestas por debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. Con esta herramienta podemos valorar y conocer en qué situación se encuentra la empresa, separando dos bloques, donde el primero hace referencia al análisis interno de la empresa y está situado a la parte superior del gráfico y en el segundo bloque tenemos los factores externos situado en la parte inferior. Cuando tenemos definido el DAFO del grupo, podemos definir el plan estratégico que potencie las fortalezas y oportunidades.

Gráfico 6: Análisis DAFO.



Fuente: Elaboración propia

4.- ANALISIS DE LA SITUACIÓN NECONOMICA Y FINANCIERA DEL GRUPO DIA (2016-2019)

El análisis financiero de las cuentas anuales es un estudio de gran importancia ya que con ello, la

propia empresa obtiene una visión de cómo se encuentran actualmente y puede tomar medidas para mejorar, pero también permite a los inversores o acreedores tener información de la sociedad.

Con la información necesaria extraída de las cuentas anuales del Grupo DIA, se han elaborado los cálculos de los principales indicadores que nos permiten evaluar la situación a corto y a largo plazo.

4.1. Análisis de la estructura del Balance

El balance de situación se puede definir como la cuenta financiera en la cual se muestra la situación actual o a una fecha determinada de la empresa, dividido en dos bloques, el pasivo y patrimonio neto que engloba los recursos que necesita la empresa y el activo donde está la inversión y lo que posee la empresa.

4.1.1. Evolución del Activo

En la tabla que tenemos a continuación, distinguimos las diferentes partidas que forman el activo del Grupo DIA y el porcentaje de peso que tiene cada cuenta dentro el total del activo.

Tabla 2: Evolución Activo y porcentajes verticales.

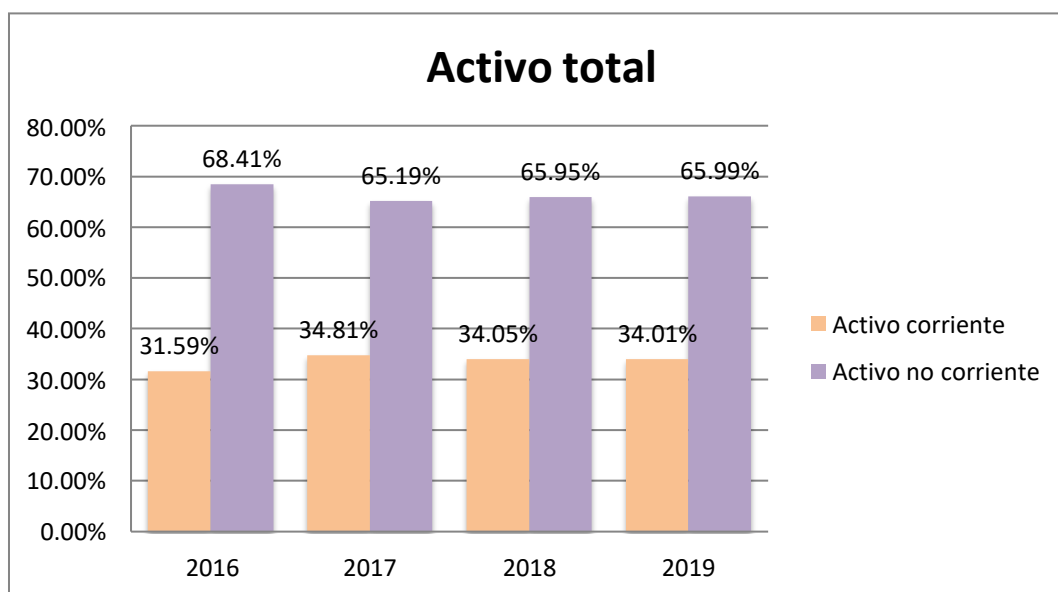
| | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|--|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|
| | Miles € | % | Miles € | % | Miles € | % | Miles € | % |
| A) ACTIVO NO CORRIENTE | 2.355.102 | 68,41% | 2.463.153 | 65,19% | 2.466.717 | 65,95% | 2.159.101 | 65,99% |
| Fondo de comercio | 558.063 | 16,21% | 557.818 | 14,76% | 553.129 | 14,79% | 503.583 | 15,39% |
| Otros activos intangibles | 34.763 | 1,01% | 37.505 | 0,99% | 43.492 | 1,16% | 48.927 | 1,50% |
| Inmovilizado material | 1.372.010 | 39,85% | 1.469.078 | 38,88% | 1.410.739 | 37,72% | 1.328.007 | 40,59% |
| Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación | 92 | 0,00% | 185 | 0,00% | 380 | 0,01% | 9.182 | 0,28% |
| Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar | 51.291 | 1,49% | 69.345 | 1,84% | 73.084 | 1,95% | 73.121 | 2,23% |
| Otros activos financieros no corrientes | 66.945 | 1,94% | 58.657 | 1,55% | 80.296 | 2,15% | 77.721 | 2,38% |
| Activos por impuestos no corrientes | 458 | 0,01% | 401 | 0,01% | 33.248 | 0,89% | 43.888 | 1,34% |
| Activos por impuesto diferido | 271.480 | 7,89% | 270.164 | 7,15% | 272.349 | 7,28% | 74.672 | 2,28% |
| B) ACTIVO CORRIENTE | 1.087.527 | 31,59% | 1.315.484 | 34,81% | 1.273.640 | 34,05% | 1.112.712 | 34,01% |
| Existencias | 562.489 | 16,34% | 669.592 | 17,72% | 609.004 | 16,28% | 597.355 | 18,26% |
| Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar | 221.193 | 6,43% | 167.279 | 4,43% | 198.791 | 5,31% | 193.469 | 5,91% |
| Créditos al consumo de actividades financieras | 6.548 | 0,19% | 6.220 | 0,16% | 1.070 | 0,03% | 20 | 0,00% |
| Activos por impuestos corrientes | 69.474 | 2,02% | 71.087 | 1,88% | 57.847 | 1,55% | 38.029 | 1,16% |
| Activos por impuestos sobre ganancias corrientes | 49.663 | 1,44% | 8.832 | 0,23% | 3.525 | 0,09% | 10.143 | 0,31% |
| Otros activos financieros corrientes | 15.718 | 0,46% | 19.734 | 0,52% | 9.896 | 0,26% | 11.361 | 0,35% |
| Periodificaciones a corto plazo | 7.815 | 0,23% | 8.140 | 0,22% | 7.387 | 0,20% | 7.392 | 0,23% |
| Efectivo y otros activos líquidos equivalentes | 154.627 | 4,49% | 364.600 | 9,65% | 346.516 | 9,26% | 239.843 | 7,33% |
| Activos no corrientes mantenidos para la venta | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 39.604 | 1,06% | 15.100 | 0,46% |
| TOTAL ACTIVO (A + B) | 3.442.629 | 100,00% | 3.778.637 | 100,00% | 3.740.357 | 100,00% | 3.271.813 | 100,00% |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

Dependiendo del sector al que se dedique la empresa cambiara la estructura de la cuenta de balance, en nuestro estudio el Grupo DIA como se explica en apartados anteriores trabaja en el ámbito comercial, por eso podemos observar que las cuentas de gran volumen corresponden a existencias

situado en el activo no corriente, pero también hay que darle importancia a la cuenta de deudores que es la principal fuente de obtención de beneficios. Como vemos en el gráfico siguiente, existe una gran diferencia entre las masas del activo.

Gráfico 7: Evolución porcentual de las masas del Activo



Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo Día

Analizando el gráfico anterior, a primera vista se puede observar la gran diferencia entre las masas patrimoniales comentado anteriormente, ya que el activo corriente representa un 34,01% frente al activo no corriente con un 65,99% el último año, aunque se mantiene constante a lo largo de los 4 años. La partida con mayor peso en el activo no corriente, es la partida de inmovilizado material debido que su actividad se desarrolla en diferentes establecimientos y también cuentan con plantas logísticas. En 2019 la cifra asciende 1.328.007 miles de euros, alrededor de unos 100 millones menos que en 2018, estas variaciones son debidas a que el último periodo la empresa se ha encontrado en la situación de tener que cerrar diversos establecimientos.

También dentro del activo no corriente otra cuenta importante es la del inmovilizado intangible, en 2016 representaba un 16,21% y aunque haya disminuido en el paso de los años en 2019 se sitúa en el 15,39%, este porcentaje está ligado al fondo de comercio que representa un valor bastante elevado de 503.583 miles de euros.

Por otra parte, el activo corriente vemos que es constante aunque el valor más bajo se sitúa en el año 2016 con un valor 1.087.527 miles de euros, en el último año analizado la cifra asciende a 1.112.272 miles de euros.

Dentro del activo corriente, la partida más significativa como hemos comentado anteriormente es la cuenta de existencia que representa un 18,26% alcanzando una cifra de 597.355 miles euros, aunque

desde 2017 ha disminuido más de 70 millones, y la otra partida relevante es la de deudores comerciales y otras cuentas a cobrar donde el año 2016 alcanza el valor más alto de deudas a cobrar de sus clientes con una cifra de 221.193 miles de euros, que ha ido disminuyendo hasta los 193.469 miles de euros en 2019.

Para terminar con la cuenta de Balance, tenemos que fijarnos en la partida de efectivo y otros activos líquidos equivalentes ya que al ser una empresa del sector de la distribución donde gran parte de sus clientes pagan al contado, tampoco es beneficioso que esta cuenta sea muy elevada ya que nos indicaría que no está consiguiendo la máxima rentabilidad, en 2019 solo representa un 7,33% del total del activo corriente, observándose una gran disminución debido a la situación actual.

4.1.2. Evolución del Patrimonio Neto y Pasivo

Después de conocer los bienes que posee el grupo, nos podemos preguntar de donde vienen los recursos financieros para poder lograr su objetivo.

En la tabla que figura a continuación se reflejan las partidas del patrimonio neto y pasivo del Grupo DIA y el porcentaje que representan.

Tabla 3: Evolución Patrimonio Neto y Pasivo y porcentajes verticales.

| | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|---|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|
| | Miles € | % | Miles € | % | Miles € | % | Miles € | % |
| A) PATRIMONIO NETO | 313.225 | 9,10% | 392.098 | 10,38% | 257.192 | 6,88% | -166.062 | -5,08% |
| Capital | 62.246 | 1,81% | 62.246 | 1,65% | 62.246 | 1,66% | 62.246 | 1,90% |
| Reservas | 87.323 | 2,54% | 261.108 | 6,91% | 244.256 | 6,53% | 246.701 | 7,54% |
| Acciones propias | -53.561 | -1,56% | -66.571 | -1,76% | -60.359 | -1,61% | -55.861 | -1,71% |
| Otros instrumentos de patrimonio propio | 11.647 | 0,34% | 21.013 | 0,56% | 10.773 | 0,29% | 6.820 | 0,21% |
| Resultado neto del periodo | 299.221 | 8,69% | 174.043 | 4,61% | 101.208 | 2,71% | -352.587 | -10,78% |
| Diferencias de conversión | -93.683 | -2,72% | -59.773 | -1,58% | -100.777 | -2,69% | -73.394 | -2,24% |
| Ajustes de valor por operaciones de cobertura | 50 | 0,00% | 92 | 0,00% | -55 | 0,00% | 13 | 0,00% |
| Participaciones no dominantes | -18 | 0,00% | -60 | 0,00% | -100 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| B) PASIVO NO CORRIENTE | 993.553 | 28,86% | 1.110.899 | 29,40% | 1.010.699 | 27,02% | 970.249 | 29,65% |
| Deuda financiera no corriente | 920.951 | 26,75% | 1.062.273 | 28,11% | 961.945 | 25,72% | 920.354 | 28,13% |
| Provisiones | 51.503 | 1,50% | 45.841 | 1,21% | 44.057 | 1,18% | 47.604 | 1,45% |
| Otros pasivos financieros no corrientes | 17.906 | 0,52% | 2.785 | 0,07% | 2.491 | 0,07% | 2.291 | 0,07% |
| Pasivos por impuesto diferido | 3.193 | 0,09% | 0 | 0,00% | 2.206 | 0,06% | 0 | 0,00% |
| C) PASIVO CORRIENTE | 2.135.851 | 62,04% | 2.275.640 | 60,22% | 2.472.466 | 66,10% | 2.467.626 | 75,42% |
| Duda financiera corriente | 374.279 | 10,87% | 180.734 | 4,78% | 330.013 | 8,82% | 775.592 | 23,71% |
| Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar | 1.518.843 | 44,12% | 1.859.265 | 49,20% | 1.785.186 | 47,73% | 1.448.928 | 44,29% |
| Pasivos por impuestos corrientes | 92.939 | 2,70% | 85.494 | 2,26% | 89.927 | 2,40% | 76.046 | 2,32% |
| Pasivos por impuestos sobre ganancias corrientes | 4.111 | 0,12% | 15.505 | 0,41% | 7.571 | 0,20% | 664 | 0,02% |
| Otros pasivos financieros no corrientes | 145.679 | 4,23% | 134.642 | 3,56% | 207.657 | 5,55% | 166.396 | 5,09% |
| Pasivos directamente asociados con activos no corrientes mantenidos para la venta | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 52.112 | 1,39% | 0 | 0,00% |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO (A+B+C) | 3.442.629 | 100,00% | 3.778.637 | 100,00% | 3.740.357 | 100,00% | 3.271.813 | 100,00% |

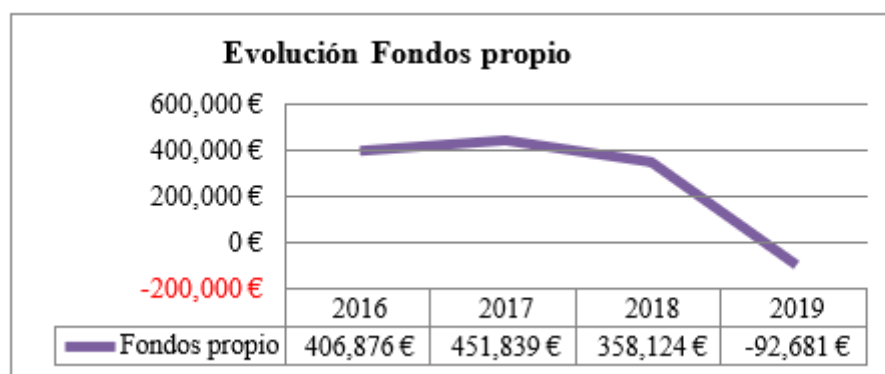
Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

Los ajustes identificados más relevantes en las cifras comparativas del ejercicio 2018 es el impacto en la cuenta de patrimonio neto que disminuye en más de 68,3 millones de euros, entre unos de los

errores detectados es una sobreestimación de los descuentos comerciales a percibir de los proveedores en España y Brasil. De esta manera aumenta la partida de consumo de mercaderías en la cuenta de resultados, un incremento en el epígrafe de acreedores comerciales, una disminución de deudores comerciales, así como una disminución en reservas.

En el patrimonio neto encontramos el valor de los accionistas y propietarios, hemos observado un gran decrecimiento hasta posicionarse en un valor negativo de 166.062 miles de euros, esta bajada se debe principalmente a la partida de resultado del ejercicio que pasa de tener en 2018 un beneficio de 101.208 miles de euros a unas pérdidas acumuladas de 352.587 miles de euros en el año 2019. No obstante se refleja una bajada en la partida de acciones propias, en el grafico siguiente se observa cómo ha influido el conjunto de estas cuentas en la evolución de los fondos propios.

Gráfico 8: Evolución de los Fondos Propio, expresado miles de euros.



Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

La gran parte de la financiación del Grupo DIA la encontramos en el pasivo corriente alcanzando el 75,42% sobre el total del patrimonio neto y pasivo, un total de 2.467.626 miles de euros. Esta cifra se alcanza por el aumento significativo de las deudas a corto plazo con entidades de crédito que aumentan alrededor de 450 millones de euros, debido a una nueva financiación.

Otra partida con gran importancia es acreedores comerciales y otras cuentas a pagar aunque a lo largo de los años se mantiene bastante constante, en 2018 es del 46,38%.

Por otra parte, el pasivo no corriente no ha tenido gran variación en los últimos años ya que se mantiene entre el 29%, se puede destacar que las deudas a L/P han disminuido a 920.354 millones de euros considerándose el importe más bajo de los últimos años.

Dentro de la deuda financiera del grupo se encuentran las siguientes partidas más relevantes: obligaciones y bonos, préstamos hipotecarios, préstamos bancarios, lo cual refleja que este último año el grupo se encuentra en una situación financiera de riesgo.

En conclusión, en la cuenta de patrimonio neto y pasivo del último periodo analizado se refleja la situación actual de quiebra técnica del grupo, debido principalmente al resultado del ejercicio negativo

provocando un gran volumen de deuda a terceros y dejando al grupo en una situación de descapitalización.

➤ Política de Dividendos

Dentro de la cuenta de Patrimonio Neto y Pasivo de la sociedad, vamos a analizar la política de dividendos que utiliza el Grupo DIA. Es una empresa que uno de sus valores es ayudar y dar soporte a sus accionistas.

Como anunciaron el 15 de octubre de 2018, el Consejo de Administración de DIA no se realizará el reparto de dividendos en el ejercicio 2019.

Desde su salida a Bolsa en el 2011, la compañía ha pagado a sus accionistas una cantidad de 1.045 millones de euros, dividido entre dividendos (733 millones) y lo restante para programas de recompra de acciones que fueron amortizadas.

El importe repartido por dividendo de los años anteriores es el siguiente:

- 0,18 euros por acción repartidos en 2016
- 0,20 euros por acción repartidos en 2017
- 0,21 euros por acción repartidos en 2018

Esto a significado un pay-out calculado sobre el resultado neto ajustado del 49,8% en 2018, 49% en 2017 y un 43,9% en 2016.

4.1.3. Análisis fondo de maniobra

Con el análisis del fondo de maniobra podemos analizar el riesgo que tiene la empresa para hacer frente sus deudas a corto plazo.

Es la diferencia entre el activo corriente y pasivo corriente, es conveniente que este ratio se gestione de la mejor manera, ya que dependerá para tener un equilibrio entre las inversiones y la financiación.

Por lo tanto, aplicamos la siguiente fórmula:

$$\text{Fondo de Maniobra} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Los resultados obtenidos en miles de euros de los últimos cuatro años del Grupo DIA son los siguientes:

Tabla 4: Fondo de Maniobra, cifras en miles de euros.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------|-------------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| Activo Corriente | 1.079.712 | 1.307.344 | 1.266.253 | 1.105.320 |
| Pasivo Corriente | 2.135.851 | 2.275.640 | 2.472.466 | 2.467.626 |
| Fondo de Maniobra | -1.048.324 | -960.156 | -1.198.826 | -1.354.914 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA.

El resultado puede variar según el sector, en el caso del Grupo DIA que está dentro del mercado de la distribución alimentaria, es bastante común obtener un resultado negativo, debido que tienen un ciclo de cobro más corto y tardan más en pagar a sus proveedores. El resultado negativo nos indica que la financiación supera las inversiones y podrían tener exceso de liquidez.

4.1.4 Situación de liquidez a corto plazo

Para conocer la situación de liquidez del grupo, analizaremos los ratios de solvencia a corto plazo, diferenciando el ratio de liquidez y de tesorería, con el principal objetivo de conocer si el grupo puede hacer frente a sus obligaciones más inmediatas.

El resultado más beneficioso sería que las deudas sean inferiores al activo corriente, pero tenemos que tener en cuenta que esta condición no es necesaria para todos los sectores, pero en general se establece que el valor óptimo es el superior a la unidad.

Procedemos a aplicar las siguientes fórmulas:

$$\text{Ratio de liquidez} = \text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$$

Tabla 5: Ratio de Liquidez, cifras en miles de euros.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Activo Corriente | 1.087.527 | 1.315.484 | 1.273.640 | 1.112.712 |
| Pasivo Corriente | 2.135.851 | 2.275.640 | 2.472.466 | 2.467.626 |
| Ratio de Liquidez | 0,51 | 0,58 | 0,52 | 0,45 |

Fuente: Elaboración Propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

Siguiendo las indicaciones anteriores, obtenemos unos resultados de los últimos años muy inferiores al valor óptimo, ya que las deudas a corto plazo son superiores a sus bienes y derechos,

lo que indica que el Grupo DIA tiene mayor posibilidad de no poder atender sus pagos más cercanos.

$$\text{Ratio de tesorería} = (\text{Realizable} + \text{Disponible}) / \text{Pasivo Corriente}$$

El ratio de tesorería refleja si la empresa puede pagar sus deudas a corto plazo inmediatamente.

Con los datos extraídos de los últimos 4 años, los resultados obtenidos son:

Tabla 6: Ratio de Tesorería, cifras en miles de euros.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Realizable + Disponible | 525.038 | 645.892 | 664.636 | 515.357 |
| Pasivo Corriente | 2.135.851 | 2.275.640 | 2.472.466 | 2.467.626 |
| Ratio de Tesorería | 0,25 | 0,28 | 0,27 | 0,21 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

Con los resultados anteriores, se reflejan unos valores inferiores a la unidad, siendo una situación negativa debido a que su liquidez inmediata es inferior a sus deudas a corto plazo, lo que indica que durante los periodos analizados soporta una situación de posible suspensión de pagos.

4.1.5. Situación de solvencia a largo plazo

El ratio de solvencia a largo plazo o ratio de garantía nos indica la capacidad del grupo para afrontar sus obligaciones tanto a corto como a largo plazo. El valor óptimo siempre debe ser superior a la unidad, reflejando que el activo es mayor que el pasivo y la empresa puede responder de sus deudas frente a terceros tampoco debe ser excesivamente más elevado por que indicaría que la empresa estaría desaprovechando posible financiación para nuevas oportunidades.

$$\text{Ratio de Garantía} = \text{Total activo} / \text{Total pasivo}$$

Los valores obtenidos para el ratio de garantía a largo de los últimos 4 años del Grupo DIA son los siguientes:

Tabla 7: Ratio de Garantía, cifras en miles de euros

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Total Activo | 3.442.629 | 3.778.637 | 3.740.357 | 3.271.813 |
| Total Pasivo | 3.129.404 | 3.386.539 | 3.483.165 | 3.437.875 |
| Ratio de Garantía | 1,10 | 1,12 | 1,07 | 0,95 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

Con este resultado, obtenemos para el año 2019 un valor 0,95 no superando el valor óptimo, por

lo que supone un patrimonio neto negativo y se encuentra en una situación complicada al no poder afrontar sus deudas. En los 3 periodos anteriores los valores obtenidos sí que superan la unidad pero con unos valores muy cercanos a 1, lo que indica que durante estos años arrastra una situación arriesgada.

4.1.6 Situación de endeudamiento

Todas las empresas necesitan financiación tanto externa como interna para poder llevar a cabo sus inversiones en el activo. La situación óptima es la que tiene un coste mínimo y un riesgo casi nulo.

No es recomendado para ninguna empresa disponer de un endeudamiento abundante, lo ideal es que el capital y fondos propios se encuentren entre el 35% y 50% del total del pasivo dependiendo del sector donde radique la empresa.

Si el capital propio de la empresa es negativo, situación producida por pérdidas en el ejercicio, la empresa se encuentra como hemos comentado anteriormente en situación de quiebra técnica mostrando unas deudas muy superiores a sus activos. El valor óptimo de este ratio se sitúa aproximadamente entre el 0,5 y 0,65.

Analizando el siguiente ratio podemos conocer la deuda total comparada con sus fondos propios de financiación, para evaluar el equilibrio y la necesidad de terceros para funcionar.

Ratio de endeudamiento=Deudas totales/Total Pasivo y Patrimonio Neto

Aplicamos el ratio a los últimos 4 años y obtenemos los siguientes resultados:

Tabla 8: Ratio de Endeudamiento, cifras en miles de euros.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Deudas Totales | 3.129.404 | 3.386.539 | 3.483.165 | 3.437.875 |
| Total Pasivo + Patrimonio | 3.442.629 | 3.778.637 | 3.740.357 | 3.271.813 |
| Ratio de Endeudamiento | 0,91 | 0,90 | 0,93 | 1,05 |

Fuente: Elaboración Propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA.

Con los resultados de la tabla anterior, el Grupo DIA nos muestra un gran volumen de endeudamiento, verificando lo comentado en el apartado de la evolución del patrimonio neto y pasivo. Para el último año, obtiene un resultado de 1,05 a consecuencia de las pérdidas acumuladas del ejercicio, indicando un exceso de deudas muy superior a sus fondos propios, lo que es lo mismo, el grupo solo dispone de financiación ajena provocando una posible situación de insolvencia, una de las soluciones tomadas en el 2019 es la ampliación de capital.

Calidad de la deuda=Deudas a corto plazo/Deudas totales

Tabla 9: Ratio Calidad de la Deuda, cifras en miles de euros.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Deudas corto plazo | 2.135.851 | 2.275.640 | 2.472.466 | 2.467.626 |
| Deudas totales | 3.129.404 | 3.386.539 | 3.483.165 | 3.437.875 |
| Ratio de Endeudamiento | 0,68 | 0,67 | 0,71 | 0,72 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

Es más beneficioso para la empresa obtener el menor resultado posible, ya que refleja un mayor importe de deuda a largo plazo y por tanto mejor calidad de la deuda, ya que se dispone de mayor tiempo para buscar soluciones futuras. El Grupo DIA, tiene unos resultados bastantes altos ya que más de la mitad de la deuda es a corto plazo.

4.2. Análisis Cuenta Pérdidas y Ganancias.

Se considera la cuenta de Pérdidas y Ganancias unas de las cuentas anuales más importantes donde se reflejan todos los ingresos y gastos generados en el ejercicio.

4.2.1. Evolución de la Cuenta Pérdidas y Ganancias

Tabla 10: Evolución Pérdidas y Ganancias y porcentajes verticales.

| | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|---|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | Miles € | % | Miles € | % | Miles € | % | Miles € | % |
| Importe neto de la cifra de negocios | 8.925.454 | 100,00% | 8.669.257 | 100,00% | 8.217.670 | 100,00% | 7.576.087 | 100,00% |
| Otros ingresos | 96.215 | 1,08% | 126.198 | 1,46% | 153.075 | 1,86% | 103.472 | 1,37% |
| Consumo de mercaderías y otros consumibles | -7.018.881 | -78,64% | -6.767.370 | -78,06% | -6.520.434 | -79,35% | -5.606.349 | -74,00% |
| Gastos de personal | -847.233 | -9,49% | -833.643 | -9,62% | -743.470 | -9,05% | -916.192 | -12,09% |
| Gastos de explotación | -644.034 | -7,22% | -633.513 | -7,31% | -614.611 | -7,48% | -920.667 | -12,15% |
| Amortizaciones | -214.026 | -2,40% | -240.580 | -2,78% | -223.719 | -2,72% | -245.767 | -3,24% |
| Deterioro de activos no corriente | -11.013 | -0,12% | 0 | 0,00% | -12.053 | -0,15% | -117.609 | -1,55% |
| Deterioro de deudores comerciales | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | -21.277 | -0,26% | -27.150 | -0,36% |
| Resultados por bajas de activos no corrientes | -12.340 | -0,14% | -10.811 | -0,12% | -17.214 | -0,21% | 11.617 | 0,15% |
| A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN | 274.142 | 3,07% | 309.538 | 3,57% | 217.967 | 2,65% | -142.558 | -1,88% |
| Ingresos financieros | 9.265 | 0,10% | 11.656 | 0,13% | 12.197 | 0,15% | 6.781 | 0,09% |
| Gastos financieros | -65.291 | -0,73% | -62.293 | -0,72% | -65.687 | -0,80% | -90.236 | -1,19% |
| Resultado derivado de la posición monetaria neta | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 67.505 | 0,89% |
| B) RESULTADO FINANCIERO | -56.026 | -0,63% | -50.637 | -0,58% | -53.490 | -0,65% | -15.950 | -0,21% |
| Beneficio/pérdida de sociedades por el método de la participación | 0 | 0,00% | 93 | 0,00% | 194 | 0,00% | -1.183 | -0,02% |
| C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS | 218.116 | 2,44% | 258.994 | 2,99% | 164.671 | 2,00% | -159.691 | -2,11% |
| Impuesto sobre beneficios | 82.610 | 0,93% | -69.119 | -0,80% | -52.013 | -0,63% | -188.360 | -2,49% |
| D) RESULTADO DESPUES DEL EJERCICIO | 300.726 | 3,37% | 189.875 | 2,19% | 112.658 | 1,37% | -348.051 | -4,59% |
| Pérdida de las actividades interrumpidas | -1.477 | -0,02% | -15.874 | -0,18% | -11.490 | -0,14% | -4.536 | -0,06% |
| RESULTADO NETO DEL EJERCICIO | 299.249 | 3,35% | 174.001 | 2,01% | 101.168 | 1,23% | -352.587 | -4,65% |
| Resultado atribuido a la sociedad dominante | 299.221 | | 174.043 | | 101.208 | | -352.587 | |
| Resultados atribuidos a socios externos | 28 | | -43 | | -40 | | | |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

En la tabla anterior observamos en el año 2019 una variación en las cifras comparativas de un 51% en el resultado de explotación, los errores más significativos en las cuentas anuales de 2019 son los siguientes:

- No incluir el negocio Clarel como mantenido para la venta.
- Dejar de considerar Clarel para España y Portugal como actividad interrumpida.
- Presentar los costes de las plataformas logísticas como mayor importe de consumo de mercaderías y otros consumibles.
- Reclasificar los resultados de las ventas de activos a terceros por importe de 28.115 miles de euros.

La cuenta de Pérdidas y Ganancias como observamos ha sufrido grandes variaciones desde el año 2016 hasta el 2019.

Analizando el margen sobre ventas que se ha calculado dividiendo el resultado del ejercicio entre las ventas, obtenemos el siguiente resultado.

Tabla 11: Margen sobre ventas.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------------|-------|-------|-------|--------|
| Margen sobre ventas | 3,35% | 2,01% | 1,37% | -4,65% |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo Día

El margen sobre ventas nos proporciona conocer cuánto obtiene de beneficio directo por el producto vendido. Como vemos en la tabla anterior en el 2019 el margen es negativo debido al resultado del ejercicio, lo que nos indica que por cada 100 euros vendidos la empresa obtiene un 4,65% de pérdidas.

Observamos como desde el año 2016 la partida de importe de la cifra de negocios ha ido disminuyendo hasta posicionarse en el valor más bajo de estos últimos cuatro años con un beneficio de 7.288.825 miles de euros. Simultáneamente ha provocado una disminución en el epígrafe de consumo de mercaderías que soporta un peso de 74% sobre la cuenta de pérdidas y ganancias.

También el gasto de personal se ha reducido hasta obtener en 2018 un resultado de 713.370 miles de euros provocado por una reducción de plantilla de casi 2.000 empleados.

La cuenta de deterioro y resultado de enajenaciones de inmovilizado se ha visto aumentado en 2018 obteniendo un gasto de 117.609 miles de euros mientras que en 2017 fue de 12.053 miles de euros.

Con lo comentado anteriormente se obtiene el resultado de explotación, que lo podemos definir como los beneficios que genera la empresa con su actividad comercial restándole todos los gastos, menos impuestos e intereses. En el último año el resultado es negativo, lo que indica que el Grupo DIA tiene más volumen de gastos que de ingresos.

Los ingresos financieros este último año han dado un fuerte incremento respecto a los años anteriores, mientras que la partida de gastos financieros ha incrementado el gasto en más de 20 millones, proveniente de las variaciones en la cuenta de intereses de préstamos bancarios y el importe más relevante es el aumento de las diferencias de cambios negativas que alcanza un valor de 8.873 miles de euros.

El impuesto sobre beneficio pasa de ser en el año 2018 de -55.350 miles de euros mientras que en 2019 alcanza el valor más alto de los últimos 3 años con un resultado negativo de 188.360 miles de euros, a consecuencia de las siguientes variaciones más significativas:

- El impuesto corriente del periodo pasa de 43.834 miles de euros a 11.937 miles euros en 2019
- La reversión de diferencias temporarias deducibles alcanza el último año el valor de 191.195 miles de euros mientras que en 2018 es de 20.961 miles de euros.

El tipo impositivo aplicado en España es del 25%.

Para terminar de analizar la cuenta de pérdidas y ganancias vamos a ver el resultado del ejercicio, que ha sido en valores negativos de 298.868 miles de euros, por primera vez a lo largo de los 3 años anteriores han obtenido pérdidas, esta cifra es una situación muy desfavorable para la empresa y principalmente viene a través de la situación de apalancamiento que tiene la sociedad actualmente y el gran descenso de ventas.

4.2.2. Periodo Medio de Maduración

El Período Medio de Maduración (PMM) de una empresa es el tiempo que transcurre desde la inversión de las materias primas hasta el cobro de las mercaderías vendidas a los clientes, lo que es lo mismo, hasta que se recupera la inversión utilizada para el funcionamiento de la actividad.

Como hemos explicado en apartados anteriores hay que tener en cuenta la peculiaridad del sector, en nuestro estudio es una empresa de distribución, el primer indicador diferente es el no manipular las materias primas adquiridas del proveedor, lo cual, no tiene proceso productivo se venden sin transformarse, nuestro PMM está formado por los siguientes tres plazos: almacenamiento, cobro a clientes y pago a proveedores.

Lo cual, aplicando las características del Grupo DIA se va a proceder a calcular el Periodo Medio de Maduración, segmentando el periodo económico y el periodo financiero.

➤ Periodo de Medio de Maduración Económico (PMME)

PMME=Período Medio de Almacenamiento + Período Medio de Cobro Cliente

Período Medio de Almacenamiento (PMA): Es el tiempo medio de días que la empresa tiene la materia prima en el almacén desde que la recibe hasta el momento de iniciar el proceso productivo, el Grupo DIA al no tener proceso productivo sería hasta que sale para el proceso de venta.

Rotación de stocks (RS) = Consumo anual de mercaderías/Existencias

PMA= 365/Rotación stocks

Aplicando las fórmulas anteriores obtenemos los siguientes resultados para los periodos analizados:

Tabla 12: Período Medio de Almacenamiento cifras en miles de euros.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Consumo anual | 7.018.881 | 6.767.370 | 6.520.434 | 5.606.349 |
| Existencias | 562.489 | 669.592 | 609.004 | 597.355 |
| RS | 12 | 10 | 11 | 9 |
| PMA | 29 | 36 | 34 | 39 |

Elaboración propia apartir de las cuentas anuales del Grupo DIA

El resultado obtenido del Periodo Medio de Almacén, refleja que la sociedad en el año 2019 tenía los productos en el almacén una media de 39 días, lo que es lo mismo tardaban 39 días en venderlos. Se observa en 2016 un plazo más reducido lo que nos indica que la gestión de las existencias era más eficiente.

Período Medio de Cobro de clientes (PMC): Es el tiempo medio anual que transcurre desde la venta hasta el cobro del cliente.

Rotación de Clientes (RC) = Ventas anuales/Clientes

PMC= 365/Ratio PMC

En este ratio, teniendo en cuenta que en el epígrafe de ventas no se incluye el IVA, en clientes se debería deducir el IVA, pero esta deducción no se ha aplicado debido que en el Grupo DIA trabajan con los diferentes tipos impositivos.

Por lo tanto, los resultados obtenidos para los datos de los últimos 4 años son los siguientes:

El resultado más beneficioso para la empresa es tener el menor plazo de cobro. En 2018 el Grupo DIA tarda una media de 13 días en cobrar de sus clientes y observamos una evolución en el

transcurso de los años debido principalmente a las variaciones de las ventas.

Con los plazos calculados anteriormente obtenemos el siguiente periodo medio de maduración económico:

Tabla 13: Período Medio de Maduración Económico.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| PMA | 29 | 36 | 34 | 39 |
| PMC | 11 | 10 | 12 | 13 |
| PMME | 40 | 46 | 46 | 52 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

En el año 2019, la empresa ha tardado 52 días en recuperar la inversión, aunque se observa un crecimiento desde el 2016 por causa del incremento en la rotación de stock, lo que nos indica que los productos tardan más en venderse y hacen una menor rotación en el almacén.

➤ Período Medio de Maduración Financiero (PMMF)

PMMF= PMME- Periodo Medio de Pago a Proveedores

Periodo Medio de Pago a Proveedores (PMP): Es el tiempo medio que tarda la empresa a pagar a los proveedores.

Rotación de Proveedores (RP)= Compras anuales/Proveedores

PMP=365/RP

Por lo tanto, de la misma manera que en la rotación de clientes el epígrafe de compras tampoco tiene IVA, de todas formas, igual que en el apartado anterior no se ha deducido el IVA en proveedores por el mismo motivo de que utilizan más de un tipo impositivo.

Por lo cual, obtenemos los siguientes resultados:

Tabla 14: Período Medio de Pago a Proveedores cifras en miles de euros.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------------|-----------|------------|------------|-----------|
| Compras anuales | 7.018.881 | 6.767.370 | 6.520.434 | 5.606.349 |
| Proveedores | 1.518.843 | 1.859.265 | 1.785.186 | 1.448.928 |
| RP | 5 | 4 | 4 | 4 |
| PMP | 79 | 100 | 100 | 94 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

El Grupo DIA ha necesitado el último año 94 días para pagar a sus proveedores, siendo el tiempo que los proveedores están financiando al grupo, pero se observa que a lo largo de los 4 años analizados no aplica la ley anterior ya que está muy por encima de los 60 días permitidos. En el siguiente cuadro se refleja la información proporcionada en las cuentas anuales.

Tabla 15: Periodo Medio de Pago a Proveedores.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|------|------|------|------|
| Periodo Medio de Pago a Proveedores | 45 | 45 | 46 | 48 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

El número de días indicado en el informe anual no refleja la imagen fiel del Grupo DIA en comparación a los resultados obtenidos en nuestro estudio.

Agrupando el periodo medio de maduración económico y el periodo medio de pago a proveedores, conseguimos el promedio de días que tarda el Grupo DIA desde que invierte en los productos necesarios hasta que recibe los beneficios obtenidos de las ventas, menos el tiempo que tardamos en pagar a los proveedores. Obtenemos la siguiente información:

Tabla 16: Período Medio de Maduración Financiero.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------|------------|------------|------------|------------|
| PMME | 40 | 46 | 46 | 52 |
| PMP | 79 | 100 | 100 | 94 |
| PMMF | -39 | -54 | -54 | -43 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

Hay que tener en cuenta el sector donde trabaja la empresa, en el caso del Grupo DIA, en general es más favorable obtener resultados más bajos, lo que significa una ventaja para la empresa cobrar antes

de los clientes que realizar el pago a los proveedores, el resultado del periodo medio de maduración financiero es negativo debido a que el pago a los proveedores es bastante más elevado que el cobro a los clientes.

4.2.3. Análisis de rentabilidad

Rentabilidad económica: Mide la rentabilidad que obtiene la empresa por sus activos sin compararlo como se han financiado.

Se calcula comparando el beneficio antes de impuestos y el activo neto total, la fórmula utilizada es a siguiente:

$$\text{Rentabilidad económica (RE)} = \text{Beneficio antes de intereses e impuestos} / \text{Activo total}$$

La rentabilidad económica también se puede obtener por las siguientes combinaciones:

$$RE = \text{margen} * \text{rotación}$$

El margen sobre ventas expresa el beneficio que se obtiene por una unidad vendida, la situación óptima es tener un margen sobre ventas lo más elevado posible.

$$\text{Margen} = \text{BAIT} / \text{Cifra de Negocios}$$

El último componente de la rentabilidad economía es la rotación de activos, que relaciona las ventas Netas con el activo total, de la misma manera que en el margen es más favorable obtener un resultado elevado ya que nos indica si las inversiones en el activo son rentables para la obtención de beneficios en las ventas.

$$\text{Rotación} = \text{Cifra de Negocios} / \text{Activo Total}$$

Utilizando los datos del Grupo DIA de los años 2016 al 2019 y aplicando las fórmulas anteriores, obtenemos los siguientes resultados:

Tabla 17: Rentabilidad Económica.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Margen | 0,02 | 0,03 | 0,02 | -0,02 |
| Rotación | 2,59 | 2,29 | 2,20 | 2,32 |
| Rentabilidad Económica | 0,06 | 0,07 | 0,04 | -0,05 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del GrupoDIA

Como hemos comentado anteriormente la situación óptima sería tener una rentabilidad económica elevada, observamos que en el año 2019 el resultado es negativo lo que nos indica que el Grupo DIA

no ha sabido utilizar al máximo la eficiencia de sus activos a través de su actividad, esta situación comporta tener pérdidas como refleja el valor del margen sobre ventas. Los años anteriores tampoco obtiene una rentabilidad económica elevada.

En conclusión, el Grupo DIA no se encuentra en una situación óptima, ya que sus activos no están generando la máxima rentabilidad.

Rentabilidad financiera: Es un indicador de la capacidad de la empresa para generar riqueza a favor de sus accionistas.

La rentabilidad financiera es el ratio que más interesa a los inversores, ya que, relaciona el beneficio neto según la inversión de los propietarios. El resultado óptimo para la empresa es el mayor valor posible.

$$\text{Rentabilidad Financiera (RF)} = \text{Beneficio Neto} / \text{Capitales propios}$$

Como la rentabilidad económica calculada anteriormente es la rentabilidad económica bruta debido que la hemos calculado con el resultado antes de impuestos e intereses, en la siguiente tabla se refleja la rentabilidad neta.

Tabla 18: Rentabilidad Económica.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Margen | 0,03 | 0,02 | 0,01 | -0,05 |
| Rotación | 2,59 | 2,29 | 2,20 | 2,32 |
| Rentabilidad Económica | 0,09 | 0,05 | 0,03 | -0,11 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del GrupoDIA

No observamos variaciones significantes entra la variación bruta y neta, excepto en el año 2018 que el margen cae 0,03 unidades más debido al impuesto de sociedades.

El efecto apalancamiento estudia la relación entre la deuda y los capitales propios, aumentando la deuda para conseguir una rentabilidad financiera superior. Consiguiendo un resultado positivo nos indica que la rentabilidad obtenida de los activos es superior al coste de la financiación de los mismos.

$$\text{Efecto apalancamiento} = \text{Activo Total} / \text{Capitales propios}$$

Tabla 19: Efecto Apalancamiento

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------------------|--------------|-------------|--------------|---------------|
| Activo Total | 3.442.629 | 3.778.637 | 3.740.357 | 3.271.813 |
| Capitales Propios | 406.876 | 451.839 | 358.124 | -92.681 |
| Efecto Apalancamiento | 10,99 | 9,64 | 14,54 | -19,70 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del GrupoDIA

El resultado obtenido del año 2016 al 2018 es positivo lo que nos indica que la rentabilidad es superior al coste de la deuda, pero en el año 2019 tiene un valor negativo lo que nos indica que la rentabilidad obtenida es menor al coste de la deuda, de esta forma, el endeudarnos empeora nuestra rentabilidad financiera.

Con el conjunto de ratios calculados anteriormente, se obtiene los siguientes resultados:

Tabla 20: Rentabilidad Financiera.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Rentabilidad Económica | 0,09 | 0,05 | 0,03 | -0,11 |
| Efecto Apalancamiento | 10,99 | 9,64 | 14,54 | -19,70 |
| Rentabilidad financiera | 0,96 | 0,44 | 0,39 | 2,12 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del GrupoDIA

El resultado obtenido de la rentabilidad financiera nos muestra como el grupo financia sus activos, desde el año 2016 hasta el 2018 se refleja un resultado positivo, lo cual, aunque sea bastante bajo, sus accionistas no están perdiendo fondos. Para el año 2019 obtenemos un resultado negativo, pero si entramos en el detalle del ratio se observa que tanto la rentabilidad económica como el efecto apalancamiento son negativos, por lo tanto el Grupo DIA está perdiendo fondos.

También es interesante conocer el efecto fiscal, ya que nos informa del impacto que tiene el impuesto sobre beneficios en la rentabilidad financiera.

Efecto fiscal= Resultado Neto/Beneficio antes de impuesto

Tabla 21: Efecto Fiscal.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Resultado Neto | 299.249 | 174.001 | 101.168 | -352.587 |
| BAI | 218.116 | 258.994 | 164.671 | -348.051 |
| Efecto Fiscal | 1,37 | 0,67 | 0,61 | 1,01 |

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales del Grupo DIA

El valor óptimo para cuando la empresa tiene un resultado beneficioso es el inferior a la unidad, en el año 2016 obtiene un impuesto sobre beneficios positivo por lo cual, el resultado del ratio supera la unidad.

5.- CONCLUSIONES

Una vez obtenidos todos los resultados del análisis económico y financiero para el período 2016-2019 de la empresa Distribuidora Internacional de Alimentación se han extraído las siguientes conclusiones:

En relación a la parte del análisis estratégico, hemos conocido que desde 1993 el Grupo DIA se caracteriza por expandirse en mercados exteriores. Pero en el ámbito nacional el sector de la distribución está compuesto por 5 grandes competidores, aunque con bastantes diferencias entre ellas y a nivel regional se encuentra una mayor variedad de empresas y debido a que el Grupo DIA cuenta con diversos tipos de establecimientos se ve afectado.

Al no centrarse en un negocio en concreto y querer abarcar más territorio para aumentar su cuota de mercado, han creado diversos tipos de establecimiento, provocando no poder centrarse en ningún negocio específico y no obtener la mayor eficiencia.

Así mismo, el grupo a lo largo de los años ha tenido que implantar nuevos modelos de negocios para adaptarse a los cambios externos, pero persiguiendo el objetivo de ofrecer el mejor servicio y la mejor calidad a un bajo precio, también cuenta con la tarjeta club DIA con la intención de fidelizar a los clientes ofreciéndoles mayores descuentos. Con el alto incremento de ventas que está provocando los productos de marca blanca, el Grupo DIA intenta ofrecer una mejor calidad en estos productos a un precio mucho más competitivo. También han implantado el servicio de venta vía internet donde el sector está creciendo poco a poco.

Con respecto a los resultados obtenidos en el análisis económico y financiero de los últimos años del grupo, hemos podido evaluar la situación actual y hemos obtenido las siguientes conclusiones: Hemos comprobado en las últimas cuentas anuales del Grupo DIA una situación bastante

preocupante. Se refleja una disminución importante en los fondos propios provocado por las pérdidas acumuladas en el ejercicio 2019 de 352.587 miles de euros. También observamos un problema de solvencia por el gran aumento en sus deudas ajenas provocando una situación de descapitalización. El Grupo DIA en comparación con sus competidores tiene mayor posibilidad de no poder atender a sus deudas.

Además, como se observa en este último año obtiene un margen negativo del 4,65%, lo que nos indica que los costes superan a los ingresos debido a la bajada del importe de la cifra de negocios que se sitúa en el valor más bajo con 7.576.087 miles de euros, finalizando el periodo con unas pérdidas de 298.868 miles de euros.

En el plazo de pago a proveedores tanto el Grupo DIA como la media del sector no cumplen el plazo máximo de 60 días, obteniendo un periodo de maduración financiero negativo debido al alto plazo de pago a proveedores de 94 días.

Además, el análisis de la rentabilidad presenta unos resultados desfavorables por una parte la rentabilidad económica nos muestra en el último periodo un resultado de -0,05 lo que nos indica que no obtienen la máxima eficiencia de sus activos y la rentabilidad financiera a pesar de mostrar un valor positivo, está compuesto por una rentabilidad económica negativa y un efecto apalancamiento de 2,12 indicando que los accionistas están perdiendo fondos.

Por último, el Grupo DIA está implantando un nuevo plan estratégico para poder mejorar la situación y sobre todo un nuevo lavado de tiendas.

6.- BIBLIOGRAFIA

- FERNÁNDEZ LÓPEZ, S. (2000):** “Análise económico-financeira do sector da pizarra en Galicia”, *Análise empresarial. Revista galega de economía e ciencias sociais*, nº 30, pp.51-57.
- GÓNZALEZ PASCUAL, J. (1995):** *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera*, Madrid, Pirámide.
- PÉREZ CARBALLO y VELA SASTRE (1993):** *Principios de Gestión Financiera de la Empresa*. Alianza Universal.
- WESTON, J.F. y BRIGHAM, E.F. (1993):** *Fundamentos de administración financiera*, McGraw-Hill.

7.- BIBLIOGRAFIA ELECTRONICA

- Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado.** (17 de Enero de 1996). Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-1072>
- Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado.** (6 de Julio de 2010). Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10708>
- Amat, O. (2005).** Claves del análisis de empresas. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 13-51.
- Amat, O., Lloret, P., & Puig, X.** *Ratios Sectoriales 2018*.
- Arimany Serrat, N., Moya Gutiérrez, S., & Viladecans Riera, C. (2015).** Utilidad del Estado de Flujos de Efectivo para el análisis empresarial. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 20, 195-217.
- CESCE. (2019).** *Distribución Alimentaria 2019, Informe Sectorial de la Economía Española*.
- Cuervo, A., & Rivero, P. (1986).** El Analisis Economico-Financiero de la empresa. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 15-33.
- DIA Corporate.** Obtenido de <https://www.diacorporate.com/es/>
- DIA Corporate.** (Febrero de 8 de 2019)Obtenido de <https://www.diacorporate.com/recursos/doc/corporativo/20190123/2019/el-nuevo-dia-calidad-precios-bajos-proximidad-y-compromiso-con-el-cliente.pdf>
- DIA Corporate.** *Memoria Anual 2017.* Obtenido de <https://memoriaanual2017.diacorporate.com/es/>
- DIA Corporate.** *Memoria anual 2018.* Obtenido de <https://memoriaanual2018.diacorporate.com/>
- Empresa, D. G** *Análisis DAFO.* Obtenido de <https://dafo.ipyme.org/Home>
- Guerras Martín, L. Á., & Navas López, J. E.** *Dirección Estratégica de la Empresa.* Obtenido de <https://www.guerrasynavas.com/videos.htm>