



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Análisis económico-financiero de Mercadona S.A.

Presentado por Cristina Domingo Álvarez

Tutelado por M^a Cristina de Miguel Bilbao

Segovia, 04 de Abril del 2022

RESUMEN

En este Trabajo Fin de Grado, analizaremos el estudio del análisis económico-financiero de la empresa Mercadona S.A. una de las empresas más importantes del sector de la alimentación.

Comenzaremos con un breve resumen de la historia de Mercadona S.A, seguido de una análisis del sector, incidiendo en el análisis externo e interno, a continuación, se estudia el análisis de posicionamiento de la empresa.

Posteriormente y como parte principal del trabajo, se desarrolla el análisis económico-financiero de Mercadona S.A, haciendo hincapié en el análisis patrimonial, análisis del Estado de Flujos de Efectivo, análisis de Situación financiera (liquidez y solvencia) y seguido del análisis de rentabilidad tanto económica como financiera.

Finalizamos, con las conclusiones obtenidas en el presente estudio.

PALABRAS CLAVE

Mercadona S.A, Balance de Situación, Estado de flujos de efectivo, análisis económico-financiero, liquidez, solvencia y rentabilidad.

ABSTRACT

In this Final Degree Project, we will analyze the study of the economic-financial analysis of the company Mercadona S.A., one of the most important companies in the food sector.

We will begin with a brief summary of the history of Mercadona S.A., followed by an analysis of the sector, focusing on the external and internal investigation. Then we will study the company's positioning analysis.

Subsequently, and as the main part of the work, the economic-financial analysis of Mercadona S.A. is developed, emphasizing the equity analysis, analysis of the Cash Flow Statement, analysis of the financial situation (liquidity and solvency), and followed by the analysis of both economic and financial profitability.

We end with the conclusions obtained in this study.

KEYWORD

Mercadona S.A., Balance Sheet, Cash Flow Statement, economic-financial analysis, liquidity, solvency and profitability.

INDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	3
INTRODUCCIÓN	9
OBJETIVOS	9
METODOLOGÍA.....	9

CAPITULO 1

Análisis del entorno y rasgos característicos del sector de la alimentación

1.1 Introducción	13
1.2 Historia de MERCADONA S.A	13
1.3 Análisis del sector	16
1.3.1 Análisis externo	16
A- Análisis del entorno general.....	16
B- Análisis del entorno específico.....	19
1.3.2 Análisis interno	22
1.4 Analisis de posicionamiento	23

CAPITULO 2

Análisis del entorno y rasgos característicos del sector de la alimentación

2.1 Introducción	27
2.2 Análisis patrimonial	27
2.2.1 Evolución y composición del activo.....	28
2.2.2 Evolución y composición del patrimonio neto y pasivo.....	32
2.3 Análisis del estado de flujos de efectivo.	34
2.4 Análisis de la situación financiera.	38
2.4.1 Análisis financiero a corto plazo o de la liquidez.....	38
A- Fondo de Maniobra o Capital Circulante	38
B- Necesidades del Fondo de Rotación.....	40
C- Ratios de liquidez	41
2.4.2 Análisis financiero a largo plazo o de solvencia.....	46
2.5 Análisis de la rentabilidad.	50
2.5.1 Rentabilidad económica (ROA).....	50
2.5.2 Rentabilidad financiera (ROE).	52
CONCLUSIONES	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXO	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1 Evolución del Activo Total de Mercadona S.A.....	28
Gráfico 2.2 Evolución del Activo No Corriente de Mercadona S.A	29
Gráfico 2.3 Composición del Activo de Mercadona, S.A	31
Gráfico 2.4 Evolución del Patrimonio Neto y Pasivo de Mercadona S.A.....	32
Gráfico 2.5 Composición del Patrimonio Neto y Pasivo de Mercadona, S.A.....	34
Gráfico 2.6 Flujos de Efectivo de las Actividades de Explotación, de Inversión y de Financiación de Mercadona, S.A.....	36
Gráfico 2.7 Capital Circulante de Mercadona, S.A	40
Gráfico 2.8 Evolución de las Necesidades del Fondo de Rotación de la Explotación de Mercadona, S.A.....	41
Gráfico 2.9 Ratio Circulante de Mercadona, S.A.....	42
Gráfico 2.10 Evolución del Ratio de Prueba Ácida de Mercadona, S.A.....	43
Gráfico 2.11 Evolución del Ratio de Tesorería de Mercadona, S.A	44
Gráfico 2.12 Evolución del Ratio de Generación de Flujos de Caja de Mercadona, S.A	45
Gráfico 2.13 Evolución del Ratio de Solvencia de Mercadona, S.A.....	47
Gráfico 2.14 Evolución del Ratio de Endeudamiento de Mercadona, S.A	48
Gráfico 2.15 Evolución del Ratio de Endeudamiento a Corto Plazo y Largo Plazo de Mercadona, S.A	49
Gráfico 2.16 Evolución de la Rentabilidad Económica de Mercadona, S.A.....	52
Gráfico 2.17 Evolución de la Rentabilidad Económica y Rentabilidad Financiera de Mercadona, S.A	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Datos Paro España.....	18
Tabla 1.2 Factores que alteran la competencia.....	21
Tabla 1.3. Ingresos de Explotación, Resultado del Ejercicio y Total de Activo de las 10 principales empresas del sector (Miles de €).....	24
Tabla 2.1 Estado de Flujos de Efectivo de Mercadona, S.A (Millones de €).....	35
Tabla 2.2 Flujo Libre de Caja de Mercadona, S.A (Millones de €)	37
Tabla 2.3 Rentabilidad Económica de Mercadona S.A (Millones de €)	51
Tabla 2.4 Rentabilidad Financiera de Mercadona S.A (Millones de €)	54

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1.1 Componentes del modelo de calidad total.	14
Figura 1.2 Modelo de las 5 fuerzas de Porter.	20
Figura 2.1 Esquema del concepto del Fondo de Maniobra o Capital Circulante.	39

INTRODUCCIÓN

La intención del presente Trabajo de Fin de Grado, es la realización del estudio económico-financiero de la empresa Mercadona S.A. El periodo estudiado es el comprendido entre los años 2016-2020 ambos inclusive.

Según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), la empresa estudiada, pertenece al código 4711, *Comercio al por menor en establecimiento no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco*.

Mercadona S.A es una empresa que, a partir del cambio de dirección generacional, comienza a producirse un crecimiento positivo progresivo, debido a su gradual expansión por el país, situándose en prácticamente todas las ciudades del territorio nacional, por eso es la empresa líder en el país, debido a ello se ve dispuesta a seguir con su expansión lanzándose al mercado internacional.

OBJETIVOS

Los principales motivos por los que he elegido esta empresa para realizar su análisis, es debido a su gran expansión en pocos años y su innovación para satisfacer en todo lo posible la demanda de sus clientes.

Los objetivos recogidos en el presente trabajo serían:

- ❖ Conocer la empresa Mercadona S.A tanto a nivel externo como interno, para así poder llegar a entender su enorme relevancia a nivel nacional.
- ❖ Realizar un análisis económico-financiero de Mercadona S.A a través de sus cuentas anuales en un periodo de tiempo comprendido entre 2016-2020 ambos inclusive, para poder llegar a unas conclusiones de su comportamiento financiero, sus tendencias y su evolución.

METODOLOGÍA

Según Azofra (1995), *“el análisis económico-financiero es un proceso metodológico que trata e interpreta la información económica, contable financiera y jurídica, relativa a una empresa o a un colectivo de empresas, con el propósito de emitir un juicio o diagnóstico sobre la evolución pasada, situación actual y posibilidades futuras de la empresa”*.

Para la realización del presente trabajo, ha sido necesario la utilización de las cuentas anuales del periodo estudiado (Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Estado de Flujos de Efectivo), obtenidas de la base de datos SABI. Toda esta información se ha organizado en un EXCEL para un mejor análisis. La cual se encuentra en los anexos del trabajo.

El análisis realizado está integrado por dos capítulos:

En el capítulo 1, se lleva a cabo una descripción de la historia de la empresa Mercadona S.A. así como el estudio del análisis externo o del entorno, mientras que, a nivel interno,

se examinan las debilidades, fortalezas, amenaza y oportunidades que esta puede encontrar.

En el capítulo 2, se realiza un análisis económico y financiero de Mercadona S.A. en primer lugar estudiaremos el análisis patrimonial, observando la evolución y composición del Activo, Pasivo y Patrimonio Neto. Acto seguido, realizamos el análisis del Estado de Flujos de Efectivo, seguidamente se desarrolla el análisis de la situación financiera tanto a corto como a largo plazo. Por último, examinaremos el análisis de rentabilidad económica y financiera de la empresa.

Para finalizar este Trabajo Fin de Grado, se exponen las conclusiones obtenidas de dicho estudio.

CAPÍTULO 1

**Análisis del entorno y rasgos
característicos del sector de la
alimentación.**

1.1 INTRODUCCIÓN

En este primer capítulo, se relata la historia de la empresa Mercadona S.A., desde sus orígenes en el año 1977, hasta el año 2020. Se realiza el análisis del entorno interno y externo de la empresa Mercadona S.A., se comentan los rasgos más característicos del sector de la alimentación.

1.2 HISTORIA DE MERCADONA S.A

La empresa Mercadona S.A., se constituye en España en 1977. Su nombre viene del valenciano *mercat de dona* “*mercado de la mujer*”. Se encuentra dentro del grupo empresarial Cárnicas Roig, que pertenece al matrimonio de Francisco Roig Ballester y Trinidad Alfonso Mocholi, que aumentaron el negocio familiar con la comercialización de carnes y, posteriormente, se expandieron con el negocio de ultramarinos. Su actividad principal es el *Comercio al por menor en establecimiento no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco*, código 4711 según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE).

En el año 1981 Juan Roig, junto a su esposa y sus hermanos, Trinidad, Amparo y Fernando, compran la empresa familiar a los padres. En el momento de la compra, solamente tiene ocho tiendas de ultramarinos en Valencia. En 1982, dan un gran salto cualitativo y tecnológico, ya que es la primera empresa en España que utiliza el escáner de lectura del código de barras en sus puntos de venta, lo que le confiere cierta ventaja competitiva frente al resto de empresas del sector.

En 1988, la empresa inaugura el bloque logístico de Riba-Roja de Turia (Valencia), el primero en España que está totalmente automatizado. También comienza con su estrategia de expansión, a través de la compra de veintidós supermercados de la empresa Superette en Valencia. El siguiente paso que da para expandirse es en 1989, adquiriendo Cesta distribución y Desarrollo de Centros Comerciales, lo que hace que la empresa empiece a tener presencia en Madrid. Con posterioridad en 1990, Juan Roig y Hortensia María Herrero, se hacen con la mayoría del capital de la empresa, ya que hasta entonces Mercadona S.A se encontraba en una situación económico-financiera difícil, y ninguna de todas las buenas ofertas de compra que reciben por la empresa, hace que la vendan, si no que buscan nuevas formas de gestión para poder lograr su crecimiento. En 1991, adquieren los supermercados Dinos y Super Aguilar, y empiezan también con el intercambio electrónico de datos (EDI) con los proveedores, lo que hace que en 1992 llegue a tener 150 tiendas y 10.000 trabajadores.

En 1993 ponen en marcha una nueva estrategia comercial en el grupo empresarial denominada, Siempre Precios Bajos (SPB), y que llevará también al modelo de calidad total. Antes de empezar con esta nueva estrategia para el grupo, Mercadona ya había realizado una política de reducción de precios con los proveedores, y también, comienza a invertir fuertemente en publicidad y en la realización de ofertas gancho, donde se publicitarán productos con un precio muy atractivo. Pero este tipo de estrategia de ventas no genera los resultados esperados, por lo que se plantean una nueva estrategia basada en el modelo SPB y el modelo de calidad total, para satisfacer por igual y con la misma intensidad, las necesidades que demanden los cinco componentes que forman el modelo de calidad total, según la Figura 1.1.

Figura 1.1 Componentes del modelo de calidad total.



Fuente: Mercadona S.A.

En 1996, se produce un importante hecho en la historia de Mercadona, ya que nacen las marcas Hacendado, Bosque Verde, Deliplus y Compy. En este año, también abren el supermercado número 200, lo que va haciendo que su expansión no pare, y en 1998, obtienen las cadenas catalanas de Almacens Paquer, Superama y Supermercats Vilaró. También en 1997, llegan a acuerdos de alianzas con Almacenes Gómez Serrano para entrar también en Andalucía.

En 1999, dan un gran paso con respecto a las relaciones laborales, ya que acaban con el proceso que empezaron en el 1995 para hacer fijos a todos los miembros de la plantilla, que para en este año alcanzan los 16.825 trabajadores. En este mismo año empieza con un gran proyecto de modelo de perfumerías y de nuevo diseño para todo el territorio nacional. También inauguran un nuevo bloque logístico de Antequera, (Málaga).

Con el cambio de siglo, Mercadona sigue realizando varias inversiones, como la construcción del otro nuevo bloque logístico de Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona). También inaugura la primera tienda por ambientes localizada en Massanassa (Valencia). Y en cuanto a relaciones laborales, realiza la firma del convenio colectivo de empresa (2001-2005).

En el 2001, quiere mantener la lealtad de sus trabajadores y comienza por la creación e inauguración del primer centro educativo infantil que sería gratuito para los empleados en el bloque logístico de Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona). En este momento Mercadona llega a alcanzar las 500 tiendas al abrir la última en Linares (Jaén).

Y como no, Mercadona sigue innovando, sigue creando, y sobre todo, sigue creciendo. Por ello, en 2003 llega a ser la primera empresa española en realizar una auditoria ética. También inaugura otro nuevo bloque logístico en San Isidro (Alicante), y con ello, inaugura el segundo centro educativo infantil que tiene la empresa. Realiza el primer lanzamiento de la línea de perfumes Hortensia H. En este año 2003, también llega a las islas Baleares, abriendo su primer supermercado en Palma de Mallorca. Y en esta dinámica expansionista, en 2004 deciden seguir e inauguran el tercer centro educativo de la empresa junto con el bloque logístico de Huévar (Sevilla), y la dirección toma una gran decisión hasta el momento, donde se dejará de abrir los supermercados los

domingos.

En 2006, y debido a su expansión, llegan a abrir su tienda número 1.000. Como la expansión es progresiva, y sus estrategias están dando los resultados esperados debido a las buenas decisiones que se han tomado, en 2007, es la cuarta empresa del mundo mejor valorada en reputación corporativa, según el estudio del Reputation Institute de Nueva York.

En 2008, Mercadona realiza el carro menú para enseñárselo a “El Jefe” (refiriéndose al cliente), es decir, el carro de la Compra Total con mayor calidad y el más barato del mercado. Y en 2009, vuelve a lo sencillo para tener una variedad eficaz haciendo que añada valor al "El Jefe". En 2010 busca dar un paso más allá, y realiza un modelo de gestión de recursos humanos que se basa en el liderazgo y la cultura del esfuerzo, son las claves para ser una empresa con alta productividad y buenos rendimientos.

La empresa cumple treinta años de modelo sostenible, lo que hace crecer a los cinco componentes de la sociedad en 2011, y comienza a tomar medidas de sostenibilidad en el ámbito de reciclaje, por lo que comienza a cobrar las bolsas adaptándose así, al Plan Nacional Integrado de Residuos. En 2013, se encargan de comenzar el desarrollo de la Cadena Agroalimentaria Sostenible.

En 2014, se abre el supermercado número 1.500, lo que muestra que su crecimiento sigue siendo constante, alcanzando en este año los 20.161 millones de € en facturación, y obteniendo un beneficio neto de 543 millones de €. Con una cuota de mercado en distribución alimentaria del 14,4 %, ubicada en 47 provincias y en las 17 Comunidades Autónomas de España (únicamente no se encuentra en Melilla). Con un número de 74.000 empleados, siendo estos un 33% de hombres y un 67% de mujeres, usa una práctica de contratación indefinida entre sus empleados. Siendo en 2015 reconocida mundialmente, por el modelo de innovación radical.

Una característica importante que tiene Mercadona, es la gran variedad de productos sin gluten que tienen en sus tiendas, ya que en 2015 contaban con más de 1.000 productos de sin gluten, lo que ha vuelto a conferir otra ventaja competitiva sobre sus competidores, ya que estos, no cuentan con tanta variedad de productos con esta característica de sin gluten. En 5 años ha añadido más de 300 productos de estas características, teniendo en 2020 más de 1.300 productos así.

Otro punto de inflexión en la gestión de Mercadona se produce en el año 2016, ya que da el salto a la internacionalización con su entrada en Portugal, e inaugura las dos nuevas tiendas con el nuevo modelo de tienda eficiente. Como siguen innovando, en 2018 lanzan en Valencia el nuevo servicio de tienda online, y ponen la nueva sección de “listo para comer” siendo este otro gran paso.

Finalmente en el año 2020, continua con la estrategia de reducción del plástico y la gestión de residuos, encaminada a la gestión sostenible medioambiental. Actualmente cuenta ya con 1.633 supermercados.

<https://flipgrid.com/c80968c4>

1.3 ANÁLISIS DEL SECTOR

Según Grant (2006), *el entorno en la empresa abarca todas las influencias externas que repercuten en las decisiones y resultados de la empresa, incluyendo los factores económicos, sociales, políticos y tecnológicos.*

Hoy en día, cualquier sector de la economía española, europea o mundial, tiende a una menor dependencia de materias medio-ambientalmente no sostenibles, buscando la eficiencia energética y la sostenibilidad ambiental en todos sus aspectos. El sector agroalimentario no es distinto al resto, destacando actualmente los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de la agenda 2030, donde actualmente España, tiene hasta un ministerio propio para este fomento de la actividad sostenible.

1.3.1 ANÁLISIS EXTERNO

Como recogen Guerras, Navas y García (2015), *“el entorno general se refiere al medio externo que rodea a la empresa desde una perspectiva genérica.”*

En un análisis externo, se suele identificar factores que desde una perspectiva general del sistema socio-económico, puedan afectar a la actuación de cualquier empresa. Este marco general del entorno actual, puede afectar a la rentabilidad de la empresa.

A- Análisis del entorno general.

Vamos a realizar este análisis de entorno general mediante el **ANÁLISIS PESTEL**.

El análisis PESTEL, es una herramienta que permite establecer ordenadamente las posibles variables a ser estudiadas, mejorando la labor directiva y evaluando los posibles riesgos externos. Se denomina así, por sus seis dimensiones a considerar que son: **Político**, **Económica**, **Socio-cultural**, **Tecnológica**, **Ecológica** y **Legal**.

Político: Se relaciona con el grado de la estabilidad gubernamental de un país y las políticas generales que se llevan a cabo por la administración pública. Se puede entender también, como el control de la inflación, el grado de proteccionismo, la estabilidad política, el nivel democrático de la sociedad o la amenaza de terrorismo.

Económica: Se encuentran entre las variables más tradicionales macroeconómicas disponibles en distintos organismos, tanto privados como públicos. Analiza cómo pueden ser los recursos y el acceso a ellos, la tasa de desempleo, el desarrollo económico y su evolución, o el PIB. Se tienen en cuenta dos variables económicas: La estructural y la coyuntural.

La estructural evalúa las variaciones que cambian lentamente a lo largo de tiempo, como pueden ser, el sistema financiero y bancario o las infraestructuras. Al mismo tiempo, la coyuntural evalúa las variaciones más importantes que varían rápidamente en un periodo corto de tiempo, como son, el desempleo, la inflación y el PIB.

Socio-cultural: Esta variable abarca los factores relacionados con las preferencias, creencias, valores, gustos, características básicas y rutinas de consumo de la sociedad. Estas variables pueden ser: La población total, la pirámide de edad, o la distribución por

Análisis del entorno y rasgos característicos del sector de la alimentación..

sexos y clases sociales. Por otra parte, se observa también el nivel educativo, los valores que tiene la sociedad como pueden ser, la igualdad, la tolerancia, la justicia...

Tecnológica: Esta variable se relaciona directamente con la innovación, y trae consigo grandes niveles de intensidad competitiva, como el incremento de la utilización de las TIC por las empresas, o la nueva era digital. Suelen ser las empresas que utilizan la tecnología innovadora, las que perciben antes las nuevas necesidades de los clientes y las nuevas tendencias. La tecnológica una de las dimensiones más importantes, ya que baja los costes de producción y se valora más el I+D+i.

Ecológica: En la actualidad, sigue creciendo la conciencia social sobre la importancia de las prácticas de conservación del medio ambiente. Cada vez tiene mayor relevancia, debido a la política de preservación del Medio Ambiente que se promueve desde las Administraciones Públicas, como por ejemplo, la Agenda 2030 en España y la Unión Europea.

Esta dimensión analiza la evolución del cambio climático ante el futuro, estudiando los efectos de la contaminación, las sanciones o leyes que protegen el medioambiente, las nuevas energías renovables, o el aumento de reciclaje tanto de las empresas como de las personas a nivel individual.

Legal: Esta variable analiza las implicaciones que le suponen a la empresa la existencia de una normativa general, y donde obtenemos la legislación común para cualquier empresa, como pueden ser: El estatuto de los trabajadores, la legislación laboral o las cotizaciones de la seguridad social.

A continuación, estudiaremos mediante el análisis PESTEL el sector de la alimentación en que queda englobado Mercadona S.A.

Factor Político y Legal.-

Desde el punto de vista político y legal, España y gran parte de la humanidad, están viviendo un momento de incertidumbre general, ya que la pandemia provocada por la aparición del COVID-19, ha generado cambios que han perjudicado el sector alimentario. Entre estos cambios, podemos subrayar la disminución de suministros y materias primas, que están afectando aún más a la crisis propia en la que se encuentra actualmente nuestro país. No sólo se ve afectado el sector de la alimentación, también están muy afectados otros sectores como la hostelería o el turismo, ya que han sido unos de los sectores más golpeados por las leyes establecidas tanto a nivel nacional como a nivel de comunidad autónoma, en medidas sanitarias provocadas por la pandemia.

En el ámbito político, ha habido un cambio con respecto a la gobernanza del país, pues el PSOE al no conseguir mayoría absoluta en las pasadas elecciones generales, depende de alianzas y acuerdos puntuales con partidos minoritarios, que no garantizan una estabilidad institucional. Esta inestabilidad política, a su vez genera inseguridad jurídica, lo que afecta a inversores nacionales e internacionales, y todo esto, al final, afectada a toda la economía del país.

Factor económico.-

Dentro de los mayores cambios económicos que pueden afectar al sector de la alimentación, uno sería la nueva reforma laboral objeto de estudio, la subida del salario mínimo interprofesional pretendida, o la subida de la cuota de autónomos que se espera en el 2021, siendo el tipo de cotización de un 30,60%.

Con respecto al desempleo, este es uno de los factores más dañados en este año debido a la crisis sanitaria. Como se refleja en la Tabla 1.1, en el año 2020, la tasa de desempleo se incrementó casi tres puntos, llegando a un 16,3%, siendo del 13,6% el año anterior. Un dato que cabe destacar, es el aumento tan grande de desempleo en menores de 25 años, tanto en hombres con un 39,8%, como en mujeres con un 42,4%. Estos datos, corroboran el gran desempleo que se existe entre la población joven, siendo este grupo de edad, uno de los más afectados por la crisis sanitaria con respecto al empleo.

Tabla 1.1 Datos Paro España.

España: Paro		
	2020	2019
Tasa de desempleo	16,3%	13,8%
Desempleo hombres	14,3%	12,3%
Desempleo mujeres	18,5%	15,6%
Desempleo menores de 25	41,0%	30,5%
Diferencia desempleo hombres/mujeres	4,2%	3,3%
Desempleo hombres menores de 25 años	39,8%	29,6%
Desempleo mujeres menores de 25	42,4%	31,7%
Paro mayores de 24 años	14,6%	12,7%
Paro hombres mayores de 24 años	12,5%	11,0%
Paro mujeres mayores de 24 años	16,9%	14,5%

Fuente: Datosmacro.

Factor Socio-cultural.-

El consumo es uno de los factores que ha cambiado en la sociedad en estos últimos años, sobre todo en los productos de primera necesidad, de higiene y limpieza. El consumo de estos productos ha aumentado de manera significativa, ya que la sociedad en estos años, ha salido menos, generalmente provocado por las restricciones de movilidad que hemos sufrido por la pandemia, pasando más tiempo en casa por el miedo al COVID-19. A estas restricciones de movilidad, podemos unir los cambios generados en los modelos de trabajo, ya que gran parte de la sociedad empezó a teletrabajar desde sus domicilios, lo que conlleva también a un aumento de productos que antes no eran necesarios.

La OMS (Organización Mundial de la Salud) tiene un apartado de preguntas para las empresas alimentarias correspondientes al COVID-19, como pueden ser: ¿Cómo deben exponerse los productos de panadería, confitería y los alimentos frescos?, ¿Cómo se deben desinfectar y limpiar las instalaciones?... donde las empresas del sector de la alimentación deben reflexionar a la hora de realizar determinadas tareas que el COVID-19 y sus protocolos sanitarios han modificado.

Factor Tecnológico.-

Este factor ha cobrado especial importancia tras la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, ya que los canales de distribución habituales sufrieron un cambio, modificando la compra presencial por un aumento considerable de compras on-line, lo

que ha provocado que la inversión e investigación en medios multimedia y Big-Data, haya aumentado también de manera importante.

Mercadona obtiene muchas menos visitas en su web que cualquier empresa competidora, pero es el primero en la proporción de visitas con ventas on-line, ya que la mayoría de la gente que entra en su web, realiza alguna compra, caso contrario ocurre en las webs de sus competidores. El número de ventas on-line ha aumentado en los dos últimos años, y una de estas causas, es el no disponer de tiempo para ir al supermercado, siendo más cómodo y flexible hacer el pedido on-line, por ello, muchas personas que empezaron a hacerlo durante la crisis sanitaria, han seguido con esta rutina.

Por todo esto, se decide invertir más dinero en mejorar la parte digital de la gestión comercial, ya que cada vez está más consolidado este modelo de ventas, y tener una buena red digital supone un mayor beneficio.

Factor Ecológico.-

Los consumidores tienen cada vez más entusiasmo por ser lo más ecológicos posibles, tienen mayor concienciación sobre la sostenibilidad del medio ambiente. La labor de divulgación sobre un entorno sostenible y los efectos del Cambio Climático, realizada por los organismos públicos y privados, ha servido para concienciar a la ciudadanía para poder adoptar todo tipo de medidas que surtan efectos positivos en la conservación del medio ambiente. Según un estudio de Europa Press, el 71% de los consumidores están dispuestos a tomar medidas más sostenibles a la hora de comprar. Muchos de ellos, estaban dispuestos a pagar hasta un 10% más si el producto era sostenible. Este cambio de mentalidad es muy importante, y pone de manifiesto que el esfuerzo de las políticas divulgativas ya están dando sus frutos.

Mercadona no ha dejado de invertir y fomentar el bien ecológico mediante energías renovables, y sigue invirtiendo a través de una estrategia sostenible. Algunas de estas estrategias sostenibles han sido: La instalación de placas solares, la utilización de plásticos reciclables, o la disminución de sus emisiones de CO₂.

En 2015, la ONU aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás.

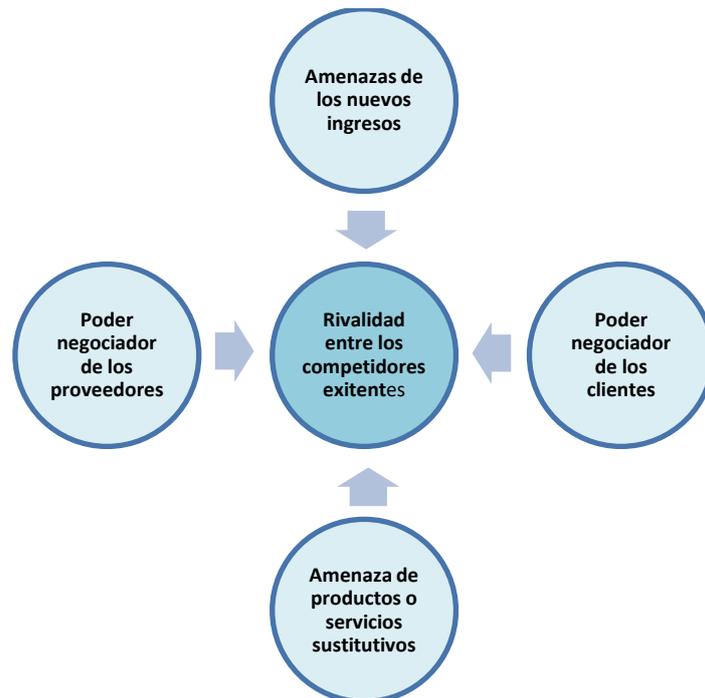
La economía circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes, todas las veces que sea posible para crear un valor añadido. De esta forma, el ciclo de vida de los productos se extiende. En la práctica, implica reducir los residuos al mínimo. Cuando un producto llega al final de su vida, sus materiales se mantienen dentro de la economía siempre que sea posible. Estos pueden ser productivamente utilizados una y otra vez, creando así un valor adicional.

B- Análisis del entorno específico.

Una vez desarrollado el análisis del entorno general en el apartado anterior, se inicia en este apartado el análisis del entorno específico. Este análisis, hace referencia a los factores externos que incluye la empresa en su estrategia.

Para realizar este análisis, utilizaremos el **modelo de las 5 fuerzas de Porter (1982)**, según la siguiente figura 1.2.

Figura 1.2 Modelo de las 5 fuerzas de Porter.



Fuente: Elaboración propia a partir de Porter (1982).

Según Porter (1982), el atractivo que puede tener una industria, estará determinado por la acción de las cinco fuerzas competitivas básicas que, en su conjunto, definen la posibilidad de obtener rentas superiores, siempre que se combatan las amenazas y se aprovechen las oportunidades.

Las cinco fuerzas competitivas son:

1. Intensidad y la competencia actual.

La competencia actual, son los competidores que se encuentran en el mercado actualmente. Se puede afirmar con carácter general, que a medida que aumenta la competencia, la posibilidad de obtener rentabilidad disminuye, y como consecuencia de esto, el atractivo también disminuye.

En la Tabla 1.2, señala cada uno de los factores que alteran la competencia, indicando si esta aumenta o disminuye.

Mercadona se enfrenta a numerosos competidores dentro del país, pero está comenzando a tenerlos también fuera de España, ya que como se han extendido también en Portugal, tiene competencia en estos dos países. Los factores en los que puede diferenciarse no son muchos, pero dentro de ellos, los más relevantes serían: El marketing, los precios o la calidad. La empresa tiene un alto nivel de adaptación frente a las necesidades que van obteniendo los clientes, ya que sacan al mercado muchos productos nuevos al año.

Tabla 1.2 Factores que alteran la competencia.

FACTORES	COMPETENCIA
Aumento del N° de competidores y Equilibrio	Aumenta
Aumento del ritmo de crecimiento de Industria	Disminuye
Existencia de barreras de movilidad	Disminuye
Existencia de barreras de salida	Aumenta
Aumento de la estructura de costes	Aumenta
Existencia de diferenciación de productos	Disminuye
Existencias de costes de cambio de proveedor	Disminuye
Aumento de capacidad productiva	Aumenta
Aumento de diversidad de competidores	Aumenta
Aumento de intereses estratégicos	Aumenta

Fuente: Elaboración propia a partir de Porter (1982).

Aunque en cuota de mercado Mercadona es la líder frente a sus grandes competidores, como DIA, EROSKI y CARREFOUR, algunos de sus competidores aventajan a Mercadona en otros aspectos como puede ser la venta on-line, donde todavía conservan cierta ventaja sobre Mercadona.

2. Amenaza ante nuevos competidores.

Los competidores potenciales emergen en el momento que existe una industria alimentaria que generalmente es rentable y atractiva para inversores. Esta situación coyuntural genera expectativas empresariales positivas, que conllevan a que las empresas del sector quieran entrar en este sector para competir por una cuota de mercado. En el caso del sector de la alimentación, las barreras de entrada son bajas con respecto a supermercados de barrio o tiendas de ultramarinos, generando poca preocupación a los grandes supermercados, ya que el pequeño comercio no puede competir con los precios de las grandes superficies.

3. Poder de negociación de proveedores y clientes.

El poder negociador de clientes y proveedores, significa que ambos son capaces de imponer las condiciones en las que se va a llevar a cabo la transición, como son: La cantidad de producto, la calidad del suministro, los descuentos impuestos, etc...

En el caso de los clientes, tendrán mayor poder de negociación cuando actúen en conjunto y se pongan de acuerdo a la hora de establecer precios a pagar.

Con respecto a los proveedores, cuanto mayor sea el poder de estos, menos atractivo será el sector implicado.

En esta industria alimenticia, hay numerosos proveedores nacionales o internacionales, aunque Mercadona intenta que mayoritariamente sean proveedores nacionales.

Los proveedores no tienen un nivel alto de negociación en este sector, y el de los clientes también es bajo, ya que no pueden negociar individualmente y rara vez se juntan para hacerlo.

4. Amenaza de productos sustitutivos.

Los productos sustitutivos son aquellos que realizan la misma utilidad que el producto original, para satisfacer la necesidad que los clientes quieren saciar. Cuanto mayor sea el número de productos sustitutivos, menos atractiva se volverá la industria en cuestión.

Para el sector alimentario, hay gran número de productos y un gran número de marcas que compiten por mejorar su calidad-precio, y ganar un segmento mayor de ventas. Por todo ello, las amenazas que generan cotidianamente los productos sustitutivos son altas, con respecto a las que podrían tener otros sectores industriales.

1.3.2 ANÁLISIS INTERNO

Análisis DAFO

El objetivo principal para realizar un análisis interno, es saber las fortalezas y debilidades que puede tener una determinada empresa. El método usado para la realización del análisis interno, será a través de la matriz DAFO (**D**ebilidades-**A**menazas-**F**ortalezas-**O**portunidades). Todo ello, con el porcentaje de incertidumbre propio de este tipo de análisis.

Esta herramienta permite valorar y conocer en qué situación se encuentra cualquier empresa. Este análisis se encuentra dividido en bloques, siendo el primero el referido a los factores internos (debilidades y fortalezas), y el segundo, el referido a los factores externos de la empresa (amenazas y oportunidades). Dicho esto, hay que destacar que no todas las empresas realizan este análisis de la misma forma, ya que lo que para unas es una fortaleza, para otras puede que no lo sea, y en ese caso sea una debilidad.

Empezaremos analizando cada uno de los acrónimos DAFO, y a continuación lo realizaremos de forma concreta para Mercadona S.A.

Debilidades: Son las características que tiene la empresa de peor nivel que sus competidores, y que limitan así, el crecimiento de la empresa.

Amenazas: Son factores externos negativos para la empresa, y que perjudican en la consecución de sus objetivos. Estas pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa en el mercado.

Fortalezas: Hace referencia a las capacidades internas de la empresa, para mejorar su rendimiento y así convertirse en una ventaja competitiva para la empresa.

Oportunidades: Son factores encontrados en el entorno, que suponen una ventaja competitiva para la empresa, es decir, aspectos positivos para la empresa.

A continuación, se realiza la matriz para Mercadona S.A.:

Debilidades:

- ❖ Su mercado son solo los hogares, no da servicio a grandes clientes.
- ❖ Servicios adicionales como carburantes.
- ❖ No ofrecen mucha variedad de marcas.
- ❖ No ofrecen una app o tarjeta de fidelización de clientes como muchos de sus competidores.

Análisis del entorno y rasgos característicos del sector de la alimentación..

Amenazas:

- ❖ Entrada de nuevos competidores.
- ❖ La disminución de las rentas familiares y la subida del IPC, provoca que consuman menos.
- ❖ No dispone de mayor número de productos como, ya que la competencia vende más productos aparte de alimentos, droguería y perfumería, como por ejemplo productos tecnológicos.
- ❖ La estrategia de precios bajos, pueden abordarla los competidores, por lo que puede no ser ventaja competitiva por mucho tiempo.

Fortalezas:

- ❖ El gran número de supermercados del que dispone.
- ❖ El aumento de la venta online de sus productos por la página web.
- ❖ Crecimiento continuo de la empresa.
- ❖ La marca blanca, ya que es una de las más aceptadas por los consumidores y que más compran.
- ❖ La elevada cuota de mercado que posee, y el crecimiento de esta.
- ❖ La buena relación de calidad-precio de los productos.

Oportunidades:

- ❖ Seguir con la expansión internacional, por Portugal o incluso nuevos países.
- ❖ Aprovechar los cambios nuevos tecnológicos.
- ❖ El sector alimenticio está muy fragmentado.

1.4 ANALISIS DE POSICIONAMIENTO

En este apartado, se va a realizar un análisis del sector en el que opera el Mercadona S.A., así como el posicionamiento que ocupa respecto a la competencia.

Mercadona S.A. se incluye en el código 4711 del CNAE (*Comercio al por menor en establecimiento no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco*). Según la base de datos SABI, en España y Portugal existen algo más de 7.400 empresas activas dadas de alta en esta actividad. En la siguiente tabla se muestran las 10 empresas con mayores Ingresos de Explotación.

Tabla 1.3. Ingresos de Explotación, Resultado del Ejercicio y Total de Activo de las 10 principales empresas del sector (Miles de €)

	Ingresos de explotación	Activo Total	Empleados
MERCADONA SA	24.649.629	10.483.187	98.161
CENTROS COMERCIALES CARREFOUR SA	8.491.008	2.759.039	35.275
LIDL SUPERMERCADOS SAU	4.443.165	2.921.430	11.689
DIA RETAIL ESPAÑA SA.	3.871.844	1.719.837	15.791
ALCAMPO SAU	3.349.271	1.135.841	14.658
CONSUM S COOP V	3.090.362	1.167.608	17.494
DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACION SA	2.259.045	1.011.015	39.379
EROSKI S.C.	2.226.376	2.414.946	11.549
AHORRAMAS, SA	1.805.559	1.159.631	10.426
BON PREU SA	1.788.199	614.057	7.861

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos de SABI.

Como se aprecia en la Tabla anterior, en el ejercicio 2020, en relación con los Ingresos de Explotación la empresa líder en el sector es Mercadona S.A. con unos Ingresos de Explotación de 24.650 millones de €, seguida de Centros Comerciales Carrefour, S.A. con unos Ingresos de 8.491 millones de €.

Si se analiza la cifra de Activo Total, Mercadona S.A. se sitúa de nuevo en primera lugar con una Estructura Económica a 31.12.2020 de 10.483 millones de €, seguida de nuevo de su principal competidor, Centros Comerciales Carrefour, S.A., con un Total Activo de 2.759 millones de €.

Por último al estudiar el número de empleados, Mercadona alcanza de nuevo el primer puesto con 98.161 trabajadores.

Por otra parte según el informe realizado por la consultora de mercados Kantar a fecha 30.01.2022, la cuota de mercado de Mercadona S.A. es de un 25,1%, es decir, uno de cada cuatro carros de compra que se consumen se adquieren en sus superficies. Mercadona mantiene una cuota de mercado de 17,4 puntos porcentuales superior a la de su principal competidor que es Centros Comerciales Carrefour, S.A.

CAPÍTULO 2

Análisis económico-financiero de Mercadona S.A

2.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se realiza el análisis económico-financiero de Mercadona, S.A., en el periodo que abarca desde el ejercicio 2016 hasta el ejercicio 2020, ambos incluidos.

El ejercicio económico de Mercadona S.A, comienza el 1 de enero de cada año y finaliza el 31 de diciembre de este.

Para la realización de este análisis, se han utilizado las Cuentas Anuales individuales de Mercadona S.A. (Balance de Situación, Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Estado de Flujos de Efectivo), las cuales se han extraído obtenidas de la base de datos Sistema Análisis de Balances Ibéricos (SABI).

Las Cuentas Anuales Individuales de Mercadona, S.A. han sido auditadas, siendo el informe favorable en todos los ejercicios objeto de estudio, según se recoge en SABI, por lo que la información analizada se considera fiable.

Con anterioridad al análisis, los datos han sido tratados y homogeneizados en Excel. Todos los datos y porcentajes utilizados en el siguiente análisis figuran en las tablas del Anexo.

Antes de comenzar el análisis, los datos han sido tratados en Excel, para la realización de los gráficos y tablas, encontrados posteriormente.

Todos los datos utilizados en el correspondiente análisis se encontrarán en las tablas del Anexo.

2.2 ANALÍISIS PATRIMONIAL

Antes de adentrarse en un estudio más detallado, conviene realizar un análisis que permita conocer la evolución y composición del patrimonio de Mercadona, S.A. Dicho análisis se realiza a través del balance de situación.

Como recogen Archel, Lizagarra, Sánchez y Cano (2018), *“el balance de situación es un estado contable de naturaleza estática que presenta la relación de los elementos que componen la estructura financiera y económica de la empresa en un momento concreto”*.

Por tanto, se identifican dos partes:

➤ **La estructura económica (compuesta por el Activo):** es el reflejo de las inversiones efectuadas y de los derechos adquiridos con los recursos captados.

➤ **La estructura financiera (compuesta por el Patrimonio Neto y el Pasivo):** es el reflejo de las diferentes formas a las que ha recurrido la empresa para captar recursos con los que financiar el activo.

El análisis patrimonial tiene por finalidad estudiar la composición, evolución, tendencia y equilibrio entre las distintas masas patrimoniales del balance (Archel et al. 2018) y suele plasmarse a efectos prácticos a través de dos procedimientos: un análisis estático o vertical y un análisis dinámico u horizontal (Garrido e Íñiguez, 2021).

El **análisis vertical o estático** permite comprobar el peso relativo o la importancia relativa que una partida, epígrafe o masa patrimonial tiene respecto de otra de nivel

superior al que pertenece dentro de un determinado estado contable, en un momento de tiempo concreto.

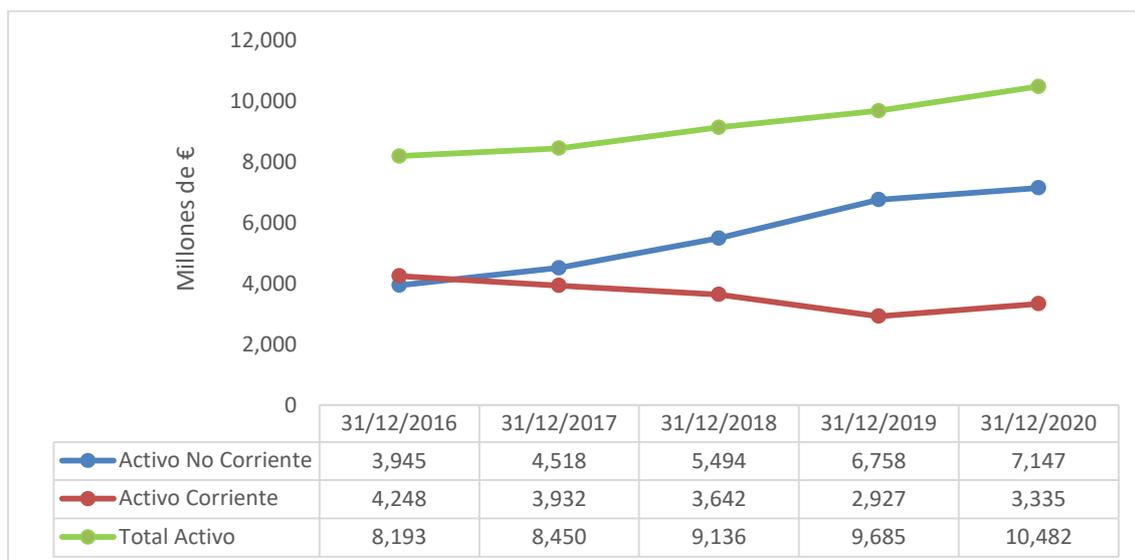
El **análisis horizontal o dinámico** comprueba cómo evolucionan a lo largo del tiempo cada uno de los diversos elementos que forman el patrimonio de la empresa, tomando para ello un año base o de referencia. Obteniéndose la variación (porcentaje de incremento o disminución) de cada elemento patrimonial.

2.2.1 EVOLUCIÓN Y COMPOSICIÓN DEL ACTIVO.

El Marco Conceptual de la Contabilidad, primera parte del Plan General de Contabilidad de 2007, define los Activos como “*bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados, de los que se espera que la empresa obtenga beneficios o rendimientos económicos en el futuro*”.

El Gráfico 2.1 representa la evolución del **Activo Total** de Mercadona, S.A. y sus masas patrimoniales en el periodo comprendido entre el 31 de diciembre de 2016 y 31 de diciembre de 2020.

Gráfico 2.1 Evolución del Activo Total de Mercadona S.A



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SABI.

Como podemos observar en el Gráfico, la inversión muestra una tendencia creciente. El **Activo** que mantenía Mercadona el 31.12.2016 ascendía a 8.193 millones de €, pasando el 31.12.2020 a tener un valor de 10.482 millones de €, lo que supone un incremento de un 27,93% en el período objeto de estudio. La tasa de crecimiento anual compuesta en el período analizado asciende a un 6,4%.

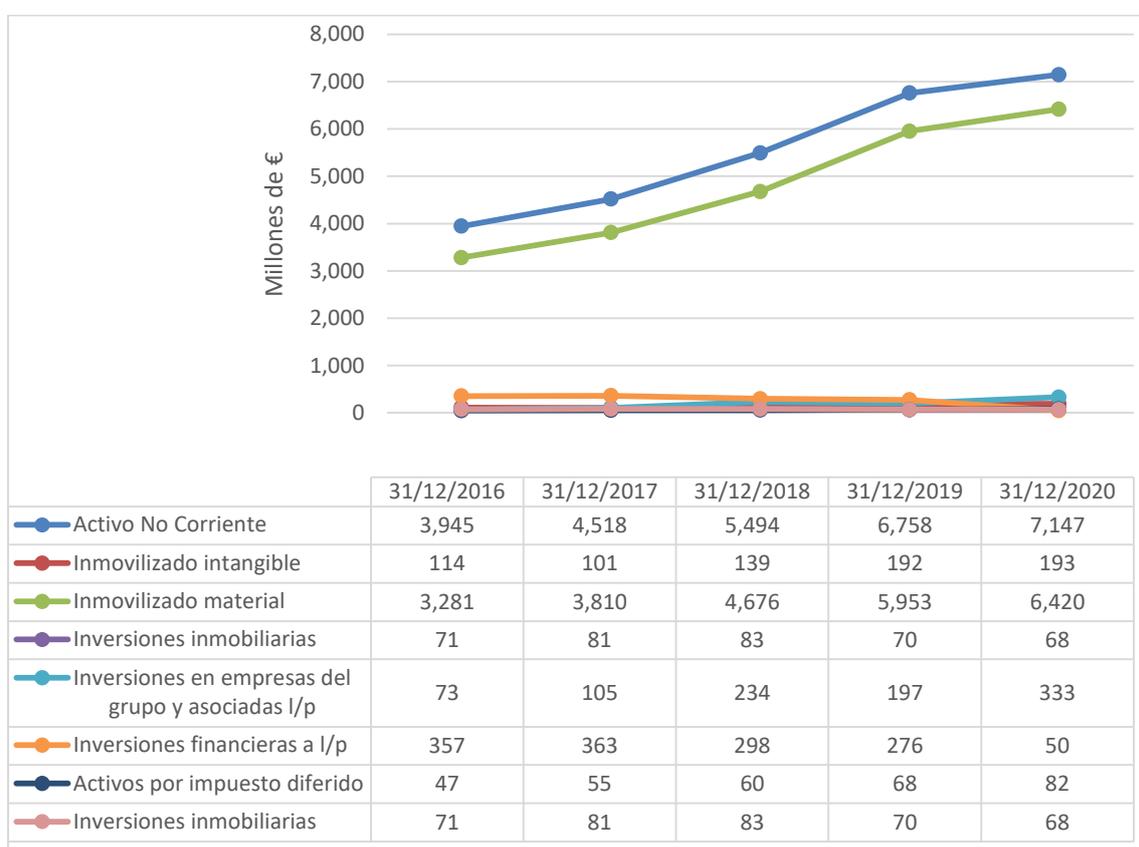
Fijándonos en cada una de las masas patrimoniales, observamos que el **Activo No Corriente** explica el incremento del Activo Total. El Activo No Corriente pasa de 3.945 millones de € el 31.12.2016 a 7.145 millones de € el 31.12.2020, lo que representa un aumento de un 81,15% en el período analizado. La tasa de crecimiento anual acumulativa en el período alcanza un 16,0%.

En relación con el **Activo Corriente**, el 31.12.2016 ascendía a 4.248 millones de € y el 31.12.2020 a 3.335 millones de €, lo que supone una disminución de un 21,50% en el período analizado. Mercadona en el período estudiado invierte más en bienes y derechos a largo plazo en detrimento de bienes y derechos a corto plazo. En el Activo Corriente se pueden distinguir dos tramos bien diferenciados:

- El primer tramo abarca del 31.12.2016 al 31.12.2019, en el que se aprecia una tendencia decreciente del Activo Corriente, el 31.12.2019 el Activo Corriente ascendía a 2.927 millones de €, lo que supone un descenso de un 31,1% en el período estudiado.
- El segundo tramo del 31.12.2019 al 31.12.2020, el Activo Corriente se incrementa un 13,9%.

El Gráfico 2.2 recoge la evolución del **Activo No Corriente** de Mercadona, S.A. y sus masas patrimoniales en el periodo comprendido entre el 31.12.2016 y 31.12.2020.

Gráfico 2.2 Evolución del Activo No Corriente de Mercadona S.A



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

Como se observa en el Gráfico, el **Activo No Corriente** ha pasado de 3.945 millones de € el 31.12.2016 a 7.147 millones de € el 31.12.2020, es decir, ha aumentado un 81,15%. La tasa de crecimiento anual compuesta es de un 16,01%. Cabe destacar, que el mayor incremento se ha producido en el año 2019, aumentando en dicho ejercicio un 23,0%. Por su parte en el último ejercicio el incremento es tan solo de un 5,8%.

El aumento del Activo No Corriente es debido principalmente al incremento del epígrafe “*Inmovilizado Material*”, ya que tiene un peso muy importante en el total de la

estructura de inversión (en torno a un 51,8% de media). El *Inmovilizado Material* ha pasado de un valor contable de 3.281 millones de € el 31.12.2016 a 6.420 millones de € el 31.12.2020, lo que supone un aumento de un 95,65%. El aumento de valor no se produce de manera uniforme a lo largo de la serie. En el período que abarca del 31.12.2016 al 31.12.2018, se produce un aumento de un 42,5% (un 16,12% en el ejercicio 2017 y un 22,7% en el ejercicio 2018). El mayor aumento ha tenido lugar en el ejercicio 2019 en que se incrementa un 27,3%, pasando de 4.676 millones de € el 31.12.2018 a 5.953 millones de € el 31.12.2019. Siendo en el último ejercicio 2020 cuando se produce el menor incremento de tan solo un 7,85%. El aumento del Inmovilizado Material es debido fundamentalmente al incremento experimentado en la partida de *Instalaciones técnicas y otro Inmovilizado Material* (pasa de un valor de 772 millones de € el 31.12.2016 a 2.459 millones de € el 31.12.2020).

El “*Inmovilizado Intangible*” ha aumentado un 68,3% en el período analizado, ha pasado de un valor contable de 114 millones de € el 31.12.2016 a 193 millones de € el 31.12.2020. El aumento no se produce de manera uniforme a lo largo del período de análisis. El primer año, el Inmovilizado Intangible se reduce un 11,3%. En los dos siguientes ejercicios se produce el mayor incremento. En el ejercicio 2018 pasa de alcanzar 101 millones de € el 31.12.2017 a 140 millones de € el 31.12.2018, lo que supone un aumento de un 37,5%. En 2019, se incrementa un 37,8% alcanzando el 31.12.2019 los 192 millones de €. En 2020, el incremento es tan solo de un 0,16%.

En los ejercicios 2018 y en 2019, el Inmovilizado Intangible crece a un ritmo mayor que el Inmovilizado Material. Esta situación se debe a la inversión que está realizando Mercadona, S.A. en tecnologías para mejorar sus procesos y su plataforma *on line*.

El epígrafe de “*Inversiones inmobiliarias*” ha pasado de 71 millones de € el 31.12.2016 a 68 millones de € el 31.12.2020, lo que supone un descenso de un 4%

Por su parte, el epígrafe de “*Inversiones financieras en empresas del grupo y asociadas a largo plazo*” experimenta un incremento, pasando de un valor de 73 millones de € el 31.12.2016 a 197 millones de € el 31.12.2019, lo que supone un aumento de un 169%. Posteriormente, en el ejercicio 2020 es cuando se produce el mayor incremento, un 68,71%, alcanzando el 31.12.2020 un valor de 333 millones de €. Esto equivale a que durante el período estudiado aumenta un 353,9%.

Otro epígrafe a destacar dentro del Activo Fijo, es “*Inversiones financieras a largo plazo*”, que ha disminuido un 85,9% a lo largo del período estudiado, pasando de 357 millones de € el 31.12.2016 a 50 millones de € el 31.12.2020. La disminución del valor de este epígrafe no se produce de manera uniforme a lo largo del período objeto de estudio. En el ejercicio 2017 aumenta un 1,72%, situándose el 31.12.2017 en 364 millones de €. En los dos siguientes ejercicios las Inversiones financieras se reducen, situándose el 31.12.2019 en 276 millones de €. El 31.12.2020 las Inversiones financieras se reducen un 81,75%.

Por último, los “*Activos por Impuesto Diferido*”, apenas tienen peso en el total de la estructura económica de Mercadona en torno a un 0,7% de media, han pasado de 47 millones de € el 31.12.2016 a 82 millones de € el 31.12.2020, lo que supone un aumento de un 74,1%.

Por otra parte, el **Activo Corriente** ha disminuido un 21,50%, el 31.12.2016 ascendía a 4.248 millones de € y el 31.12.2020 a 3.335 millones de €.

El descenso del Activo Corriente es debido fundamentalmente a la disminución del epígrafe de “*Efectivo y otros activos líquidos equivalentes*”, que ha pasado de 3.302

millones de € el 31.12.2016 a 2.462 millones de € el 31.12.2020, lo que supone un descenso de un 25,44% a lo largo del período. Entre el 31.12.2016 y el 31.12.2019, el descenso es de un 40,8%. En el último ejercicio, se produce un aumento, pasa de suponer 1.954 millones de € el 31.12.2019 a 2.462 el 31.12.2020, por lo que en el ejercicio 2020 se ha incrementado un 25,98%.

Por otra parte, las “Existencias” se han visto reducidas en un 5,21%, pasando de 716 millones de € el 31.12.2016 a 679 millones de € el 31.12.2020.

Los “Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar”, también han disminuido en un 9,48%, pasando de 117 millones de € el 31.12.2016 a 105 millones de € el 31.12.2020.

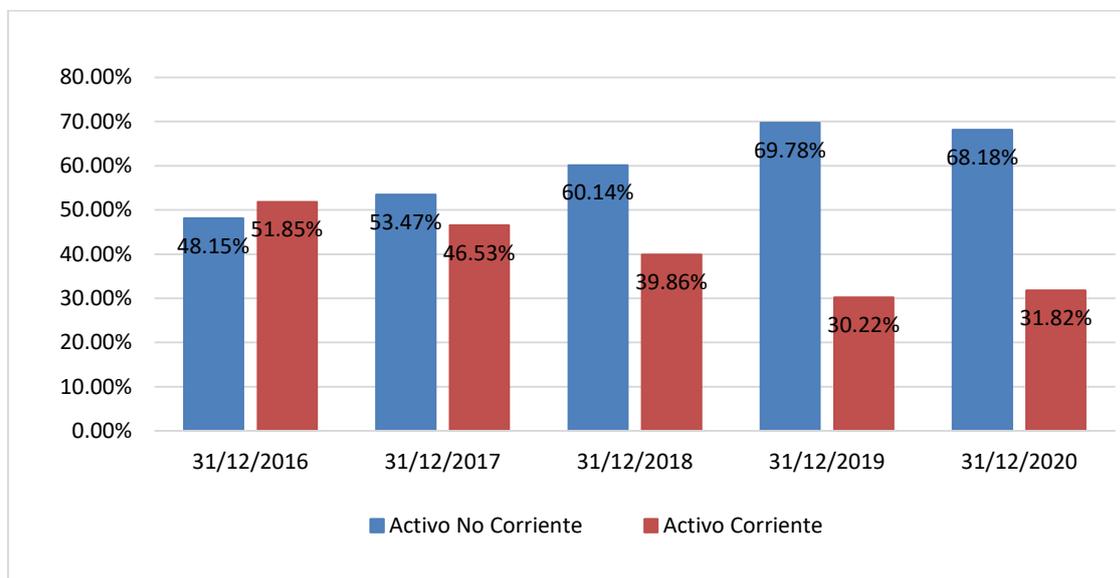
Las “Inversiones financieras a corto plazo en empresas del grupo y asociadas” también se ven disminuidas, pasando de un valor de 7 millones de € el primer año de la serie a un valor nulo.

Por último, las “Inversiones financieras a corto plazo”, pasan de 95 millones de € el 31.12.2016 a un valor de 200 millones de € el 31.12.2019, y posteriormente se reducen alcanzando el 31.12.2020 un valor de 84 millones de €. En el período analizado, las Inversiones financieras a corto plazo se reducen un 12,2%.

El descenso en los diferentes epígrafes que conforman el Activo Corriente es debido a la tendencia de Mercadona, S.A. de disminuir el Activo Corriente concentrando los recursos en inmovilizado material e intangible.

En el Gráfico 2.3 muestra la composición del Activo de Mercadona, S.A en el periodo comprendido periodo comprendido entre el 31.12.2016 y 31.12.2020.

Gráfico 2.3 Composición del Activo de Mercadona, S.A



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

Como se observa en el Gráfico anterior, el 31.12.2016 el **Activo Corriente** es superior al **Activo No Corriente**, si bien, a partir de 2017 el Activo No Corriente supera al Activo Corriente, siendo la diferencia entre ambas masas patrimoniales cada vez mayor.

El **Activo No Corriente** ha pasado de suponer el 48,1% de la estructura económica el 31.12.2016, al 53,4% el 31.12.2017 y a un 68,18% el 31.12.2020. Como consecuencia de ello, el **Activo Corriente** ha disminuido su participación en el Total Activo pasando del 51,8% el 31.12.2016 al 31,8% el 31.12.2020.

En aumento del peso relativo del **Activo No Corriente** en el Activo Total es debido fundamentalmente al incremento de la importancia del “*Inmovilizado Material*”, que ha pasado de significar el 40,05% del Total Activo el 31.12.2016 al 61,25% el 31.12.2020.

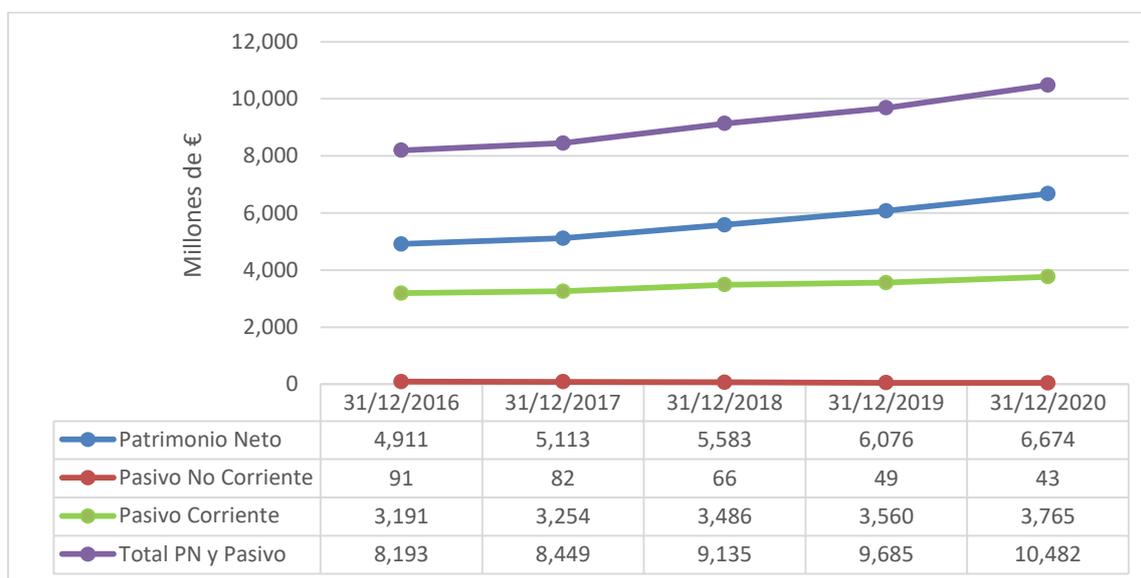
El descenso de la importancia relativa del **Activo Corriente** es debido a la disminución del peso del “*Efectivo y otros activos líquidos equivalentes*” que pasa de representar un 40,29% el 31.12.2016, a un 20,17% el 31.12.2019, aunque en el último ejercicio se incrementa suponiendo un 23,48% del total de la estructura económica.

2.2.2 EVOLUCIÓN Y COMPOSICIÓN DEL PATRIMONIO NETO Y PASIVO.

El Marco Conceptual de la Contabilidad, primera parte del PGC de 2007, define los Pasivos como “*obligaciones actuales surgidas como consecuencia de sucesos pasados, para cuya extinción la empresa espera desprenderse de recursos que puedan producir beneficios o rendimientos económicos en el futuro. A estos efectos, se entienden incluidas las provisiones*”. En segundo lugar, define el Patrimonio Neto como “*la parte residual de los activos de la empresa, una vez deducidos todos sus pasivos. Incluye las aportaciones realizadas, ya sea en el momento de su constitución o en otros posteriores, por sus socios o propietarios, que no tengan la consideración de pasivos, así como los resultados acumulados u otras variaciones que le afecten*”.

El Gráfico 2.4 representa la evolución del **Patrimonio Neto y Pasivo** de Mercadona, S.A. y sus masas patrimoniales en el periodo comprendido entre el 31.12.2016 y 31.12.2020.

Gráfico 2.4 Evolución del Patrimonio Neto y Pasivo de Mercadona S.A



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

Como podemos observar en el Gráfico, la financiación muestra una tendencia creciente. La **estructura financiera** que mantenía Mercadona, S.A. el 31.12.2016 ascendía a 8.193 millones de €, pasando el 31.12.2020 a tener un valor de 10.482 millones de €, lo que supone un aumento de un 27,93% en el período objeto de estudio. La tasa de crecimiento anual compuesto en el período analizado asciende a un 6,4%.

Como puede apreciarse, el aumento de la financiación se origina tanto en el Patrimonio Neto como en el Pasivo Corriente que experimentan una evolución al alza

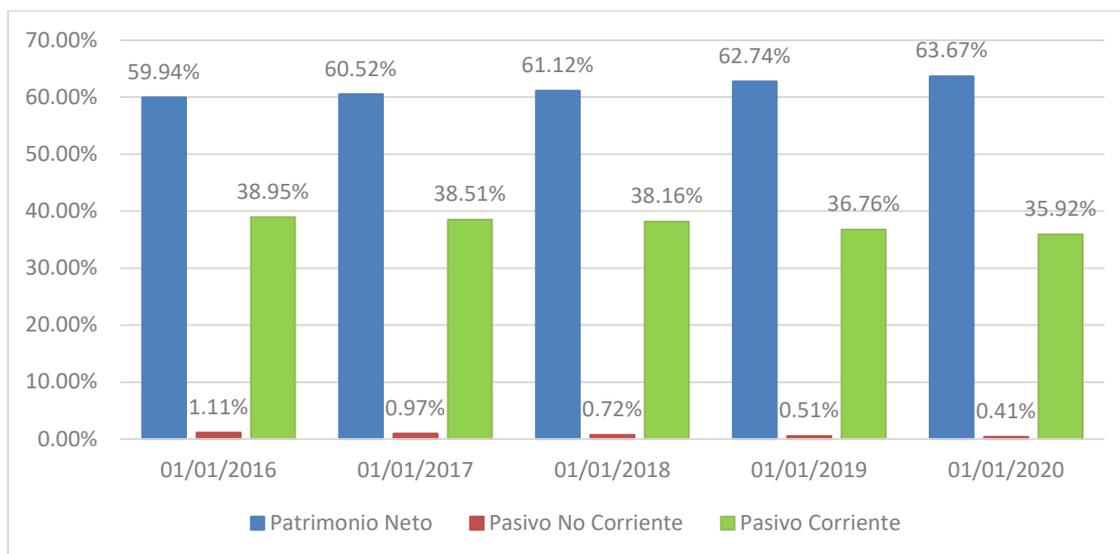
La financiación propia, representada por el **Patrimonio Neto**, muestra una tendencia positiva a lo largo del período objeto de estudio. Dicha masa patrimonial ha pasado de suponer 4.911 millones de € el 31.12.2016 a 6.674 millones de € el 31.12.2020, lo que supone un incremento de un 35,88%. Se puede apreciar una tasa de crecimiento anual acumulativa de un 8%. Dentro del **Patrimonio Neto**, destaca el epígrafe de “Reservas” como causante principal del aumento de valor de dicha masa patrimonial, pasando de presentar un valor de 4.335 millones de € el 31.12.2016 a 6.007 millones de € el 31.12.2020, lo que supone un aumento del 38,6%. También el epígrafe “Resultado del ejercicio” ha experimentado un ligero aumento del 14,30%, pues presenta un valor de 636 millones de € el 31.12.2016 que aumentan hasta los 727 millones de € el 31.12.2020. Sin embargo, el epígrafe “Subvenciones, donaciones y legados” ha sufrido un descenso del 66,2% a lo largo del período analizado, pasando de un valor de 1.091 millones de € el 31.12.2016 a 0,369 millones de € el 31.12.2020. El resto de epígrafes, “Capital”, “Prima de emisión” y “Acciones y participaciones propias” no han experimentado modificación alguna.

Atendiendo a la financiación ajena, el **Pasivo Corriente** ha ido aumentando uniformemente a lo largo de todo el periodo, ya que muestra un valor de 3.191 millones de € el 31.12.2016 y de 3.765 millones de € el 31.12.2020, lo que supone un aumento de un 18,01%. La tasa de crecimiento anual acumulativa es de un 4,2%. Este aumento es debido al incremento del epígrafe “Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar”. El resto de epígrafes presentan un valor de cero.

En relación con el **Pasivo No Corriente**, este ha experimentado un descenso de un 52,8%, ya que ha pasado de 91 millones de € el 31.12.2016 a 43 millones de € el 31.12.2020. El descenso del Pasivo No Corriente se debe fundamentalmente al descenso de “Deudas a largo plazo” que han pasado de 18 millones de € a 4 millones de €, por lo que han disminuido casi un 78,08%; y del “Pasivo por impuesto diferido” que ha pasado de 66 millones de € a 33 millones de €, lo que supone una disminución de un 50,34%. Por último, el epígrafe de “Provisiones a largo plazo” se reduce un 8,4%

En el Gráfico 2.5 muestra la composición del Patrimonio Neto y Pasivo de Mercadona S.A en el periodo comprendido entre el 31.12.2016 y el 31.12.2020.

Gráfico 2.5 Composición del Patrimonio Neto y Pasivo de Mercadona, S.A



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

Como se aprecia en el Gráfico anterior, el **Patrimonio Neto** es la masa con mayor participación en la estructura financiera, ha pasado de representar un 59,9% del Total de la Estructura Financiera el 31.12.2016 a un 63,67% el 31.12.2020. El incremento de la participación relativa es debido fundamentalmente al incremento del epígrafe de “Reservas”, que pasan de suponer un 52,9% el 31.12.2016 a un 57,3% el 31.12.2020.

En relación con la financiación ajena, el **Pasivo Corriente** ha disminuido su participación relativa, ha pasado de suponer un 38,9% a un 35,9% del total de la Estructura Financiera. El **Pasivo No Corriente**, también ha visto reducido su peso en la estructura financiera, pasando de representar el 1,1% el 31.12.2016 a un 0,4% el 31.12.2020.

Mercadona, S.A. aumenta la financiación propia en detrimento de la financiación ajena.

2.3 ANÁLISIS DEL ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO.

El Plan General de Contabilidad de 2007 incluye por primera vez con carácter obligatorio, dentro de las Cuentas Anuales, el Estado de Flujos de Efectivo (EFE). El EFE del Plan General de Contabilidad está inspirado en el Estado de Flujo de Tesorería desarrollado por la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 7.

La Norma de Elaboración de las Cuentas Anuales (NECA) 9.^a del Plan General de Contabilidad trata, en concreto, sobre la elaboración del EFE, y señala que dicho estado: *“informa sobre el origen y la utilización de los activos monetarios representativos de efectivo y otros activos líquidos equivalentes, clasificando los movimientos por actividades e indicando la variación neta de dicha magnitud en el ejercicio”*.

La variable en la que se basa el EFE es el Efectivo y Otros Activos Líquidos Equivalentes. La NECA 9.^a del PGC define el Efectivo y Otros Activos Líquidos Equivalentes como *“la tesorería depositada en la caja de la empresa, los depósitos bancarios a la vista y los instrumentos financieros que sean convertibles en efectivo y que en el momento de su adquisición, su vencimiento no fuera superior a tres meses,*

siempre que no exista riesgo significativo de cambios de valor y formen parte de la política de gestión normal de la tesorería de la empresa”.

De la misma manera que lo hace la NIC 7, el Plan General de Contabilidad clasifica los flujos de efectivo en tres categorías:

- **Flujos de Efectivo de las Actividades de Explotación (FEAE):** son fundamentalmente los ocasionados por las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos de la empresa, así como por otras actividades que no puedan ser calificadas como de inversión o financiación.
- **Flujos de Efectivo de las Actividades de Inversión (FEAI):** son los pagos que tienen su origen en la adquisición de activos no corrientes y otros activos no incluidos en el efectivo y otros activos líquidos equivalentes, tales como inmovilizados intangibles, materiales, inversiones inmobiliarias o inversiones financieras, así como los cobros procedentes de su enajenación o de su amortización al vencimiento.
- Los **Flujos de Efectivo de las Actividades de Financiación (FEAF):** son los cobros procedentes de la adquisición por terceros de títulos valores emitidos por la empresa o de recursos concedidos por entidades financieras o terceros, en forma de préstamos u otros instrumentos de financiación, así como los pagos realizados por amortización o devolución de las cantidades aportadas por ellos. Figurarán también como flujos de efectivo por actividades de financiación los pagos a favor de los accionistas en concepto de dividendos.

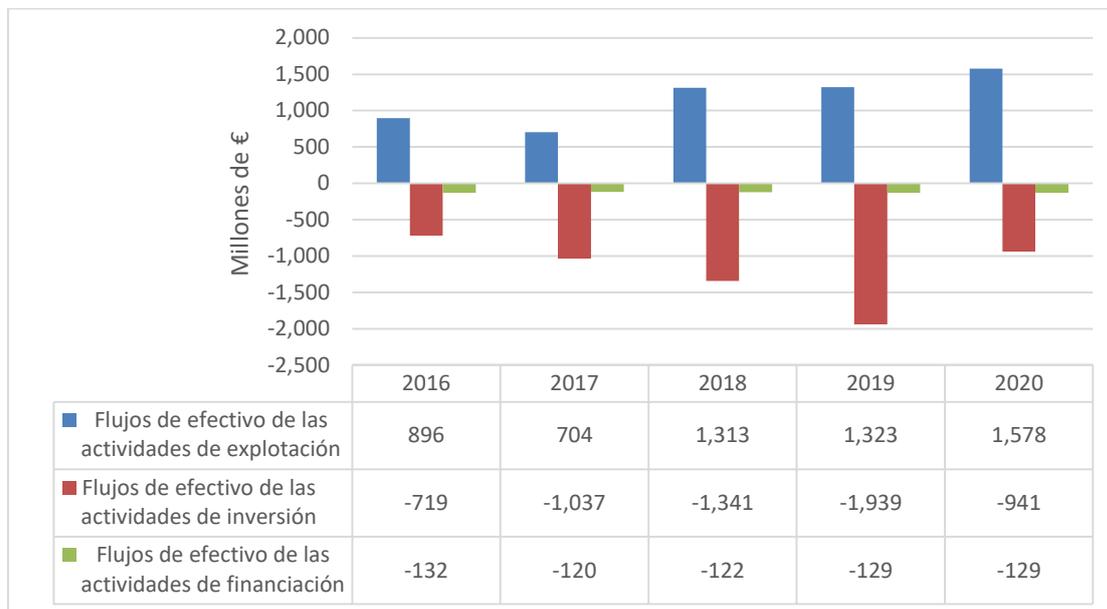
La Tabla 2.1 muestra el Estado de Flujos de Efectivo de Mercadona, S.A. simplificado (completo en el Anexo) en el período que abarca desde el ejercicio 2016 al ejercicio 2020. El Gráfico 2.6 muestra la evolución de los flujos a lo largo del periodo analizado.

Tabla 2.1 Estado de Flujos de Efectivo de Mercadona, S.A (Millones de €)

	2016	2017	2018	2019	2020
Flujos de efectivo de las actividades de explotación	896	704	1.313	1.323	1.578
Flujos de efectivo de las actividades de inversión	-719	-1.037	-1.341	-1.939	-941
Flujos de efectivo de las actividades de financiación	-132	-120	-122	-129	-129
Aumento/disminución neta del efectivo o equivalentes	44	-452	-150	-745	507
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	3.256	3.301	2.849	2.699	1.954
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	3.301	2.849	2.699	1.954	2.461

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

Gráfico 2.6 Flujos de Efectivo de las Actividades de Explotación, de Inversión y de Financiación de Mercadona, S.A



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

El **Flujo de Efectivo de las Actividades de Explotación** es positivo durante todos los ejercicios analizados. Esto quiere decir que la actividad a la que se dedica MERCADONA, *Comercio al por menor en establecimientos no especializados*, genera efectivo por sí misma, o lo que es lo mismo, la actividad ordinaria de Mercadona S.A generó la suficiente tesorería o efectivo para poder hacer frente a las necesidades surgidas durante el desarrollo del ciclo de la actividad. Estas cifras son una buena señal para la empresa debido a que los cobros derivados de su actividad habitual son mayores que los pagos relacionados con ella. Se pueden diferenciar dos tramos:

- ✓ En el período 2016 al 2017, los FEAE se han reducidos en un 21,35%, pasando de 896 millones de € en el ejercicio 2016 a 704 millones de € en 2017.
- ✓ El siguiente período del 2017 al 2020, los FEAE han aumentado un 123,89%, alcanzando los 1.578 millones de € en el ejercicio 2020.

El **Flujo de Efectivo de las Actividades de Inversión** es negativo durante todos los ejercicios analizados, es decir, los pagos por inversiones en activos no corrientes fueron superiores a los cobros por desinversiones generados con la venta de dichos activos. Mercadona, S.A. cuenta con una gran actividad inversora, está llevando a cabo nuevas inversiones en activos que darán la posibilidad de obtener nuevos flujos de efectivo en el futuro. Se pueden diferenciar dos tramos:

- ✓ El período 2016 al 2019, los FEAI se han reducidos en un 169,68%, pasando de -719 millones de € en el ejercicio 2016 a -1.939 millones de € en el ejercicio 2019.
- ✓ El siguiente período, el ejercicio 2020, los FEAI han aumentado un 51,47%, alcanzando los -941 millones de € en el ejercicio 2020.

A continuación, se analiza la variable **Flujo Libre de Caja** (*Free Cash Flow*), que es una magnitud que se obtiene mediante la agregación de los Flujos de las Actividades de Explotación y los Flujos de las Actividades de Inversión

$$\text{FLC} = \text{FEAE} + \text{FEAI}$$

Como recoge Llorente Olier (2017), “*esta variable muestra cuáles serán las necesidades financieras de la empresa en el caso de que los Flujos por Actividades de Explotación no sean suficientes para atender los requerimientos de inversión. Altos flujos libres de caja evitarán altos requerimientos de deuda y permitirán su devolución*”.

La Tabla 2.2 recoge el Flujo Libre de Caja de Mercadona, S.A, en el periodo comprendido entre el ejercicio 2016 y el ejercicio 2020.

Tabla 2.2 Flujo Libre de Caja de Mercadona, S.A (Millones de €)

	2016	2017	2018	2019	2020
Flujos de efectivo de las actividades de explotación	896	704	1.313	1.323	1.578
Flujos de efectivo de las actividades de inversión	-719	-1.037	-1.341	-1.939	-941
Flujos Libre de Caja (FLC)	177	-333	-28	-616	637

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

En el ejercicio 2016, el *Flujo Libre de Caja* es positivo, el Flujo de las Actividades de Explotación obtenido es suficiente para atender los requerimientos de la inversión.

En el período que abarca el ejercicio 2017 al ejercicio 2019, el *Flujo Libre de Caja* es negativo, el Flujo de las Actividades de Explotación no es suficiente para atender los requerimientos de inversión. Mercadona, S.A. está ampliando su capacidad y el Flujo de Explotación no puede financiar toda la inversión requerida. Destaca el elevado valor que presenta el Flujo Libre de Caja en el ejercicio 2019, con -616 millones de €.

Sin embargo en el último ejercicio analizado 2020, el *Flujo Libre de Caja* es positivo, el Flujo por las Actividades de Inversión se ha reducido en números absolutos pero sigue siendo negativo, el Flujo de las Actividades de Explotación ha aumentado y es suficiente para atender los requerimientos de inversión. Mercadona, S.A. sigue ampliando su capacidad y los Flujos de Explotación pueden financiar toda la inversión requerida.

Por último, el **Flujo de Efectivo de las Actividades de Financiación** de Mercadona, S.A. presenta valores negativos en todo el período analizado, los pagos superaron a los cobros, dado que destinan una cantidad importante de recursos al pago de dividendos. Mercadona, S.A. no toma financiación de los socios y apenas se endeuda. Las cifras se mantuvieron más o menos constantes durante los ejercicios analizados, en torno a 125 millones €.

El resultado final es que en el primer ejercicio analizado se produce un incremento del epígrafe de *Efectivo y Otros Activos Líquidos Equivalentes*, pasando de 3.256 millones de € a comienzos de ejercicio 2016 a 3.302 millones de € el 31.12.2016. En los tres ejercicios siguientes analizados, 2017 al 2019, se produce una disminución del Efectivo, alcanzando los 1.954 millones de € el 31 de diciembre de 2019. Por último en el ejercicio 2020, se incrementa para situarse el Efectivo y Otros Activos Líquidos Equivalentes en 2.462 millones el 31.12.2020.

Al realizar este análisis, podemos observar varias conclusiones:

- En los ejercicios 2016 y 2020, el Flujo de Efectivo de las Actividades de

Explotación es positivo, el Flujo de Efectivo de las Actividades de Inversión es negativo y el Flujo Libre de Caja es positivo. El Flujo de Efectivo de Explotación es superior en valor absoluto a la suma en valor absoluto de los Flujos de Efectivo de Inversión y Financiación. En los ejercicios 2016 y 2020, se produce un incremento del Efectivo y Otros Activos Líquidos Equivalentes, de 44 millones de € y de 507 millones de €, respectivamente.

- En el período que abarca los ejercicios 2017 al 2019, el Flujo de Efectivo de las Actividades de Explotación es positivo y los Flujos de Inversión y de Financiación son negativos, pero el Flujo Libre de Caja es positivo. El Flujo de Efectivo de Explotación es inferior en valor absoluto a la suma en valor absoluto de los Flujos de Efectivo de Inversión y Financiación. En los ejercicios 2017, 2018 y 2019 se produce una disminución neta del Efectivo y Otros Activos Líquidos Equivalentes, en 2017 de 452 millones de €, en 2018 de 150 millones de € y en 2019 una disminución de 745 millones de €.

2.4 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA.

En este apartado se va a proceder a realizar el análisis de la situación financiera de Mercadona, S.A., en el período que abarca desde el 31.12.2016 al 31.12.2020.

Según Rivero Torre (2009), *“el análisis financiero consiste en realizar una investigación de los recursos financieros y su grado de adecuación a las inversiones. Por lo tanto, permite comprobar si la financiación es correcta para mantener un desarrollo estable y en condiciones de rentabilidad adecuada por razón de su coste”*.

Atendiendo al horizonte temporal, se pueden desarrollar dos tipos de análisis: el análisis de la situación financiera a corto plazo, denominado también análisis de la liquidez, y el análisis de la situación financiera a largo plazo o análisis de la solvencia.

2.4.1 ANÁLISIS FINANCIERO A CORTO PLAZO O DE LA LIQUIDEZ.

En este apartado se realiza el análisis financiero a corto plazo o análisis de la liquidez de Mercadona, S.A.

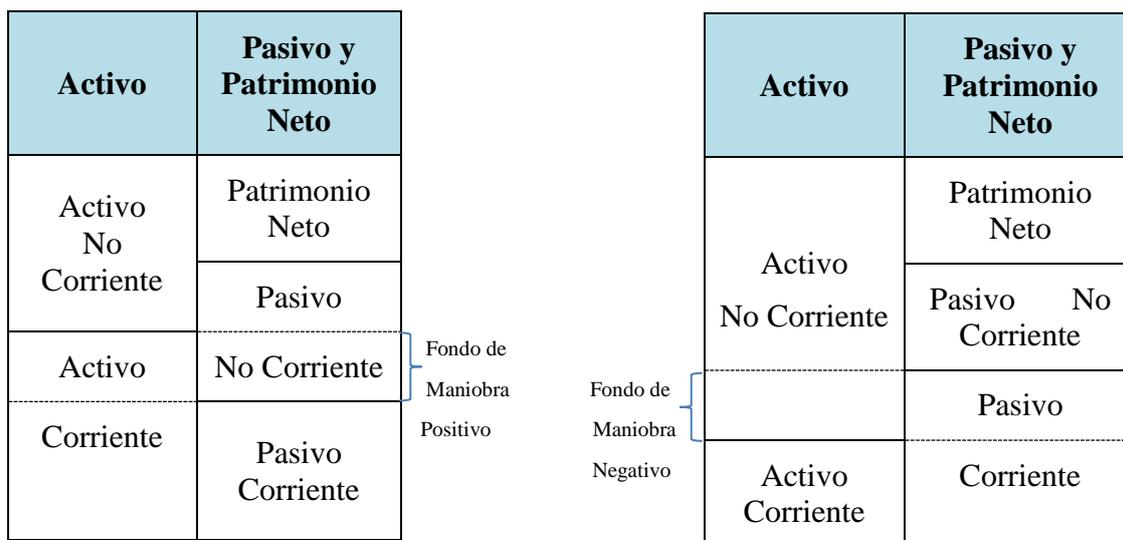
Para Garrido e Íñiguez (2021) *“el objetivo del análisis de la liquidez es evaluar la capacidad de la empresa para atender sus compromisos de pago a corto plazo, para lo cual debe disponer de efectivo suficiente en el momento oportuno”*.

Dentro del análisis de la liquidez se realiza el estudio del Capital Circulante o Fondo de Maniobra; las Necesidades del Fondo de Rotación y los Ratios de Liquidez.

A- Fondo de Maniobra o Capital Circulante

Para Archel et al. (2018) el *“Capital Circulante es la diferencia entre el Activo Corriente y el Pasivo Corriente, es decir, representa la parte que queda libre del Activo Corriente una vez atendidos los compromisos de pago a corto plazo. Desde el punto de vista de la financiación, el Capital Circulante representa la parte del Activo Corriente que no consigue ser financiada con deuda a corto plazo, teniendo que serlo con recursos a largo plazo, sea recurriendo al endeudamiento o a la financiación propia”*.

Figura 2.1 Esquema del concepto del Fondo de Maniobra o Capital Circulante.



Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la Figura 2.1, si el Activo Corriente es mayor que el Pasivo Corriente, el Capital Circulante es positivo. Pero si el Pasivo Corriente es mayor que el Activo Corriente, el Capital Circulante es negativo, y el Pasivo Corriente financia la totalidad del Activo Corriente e incluso parte del Activo No Corriente.

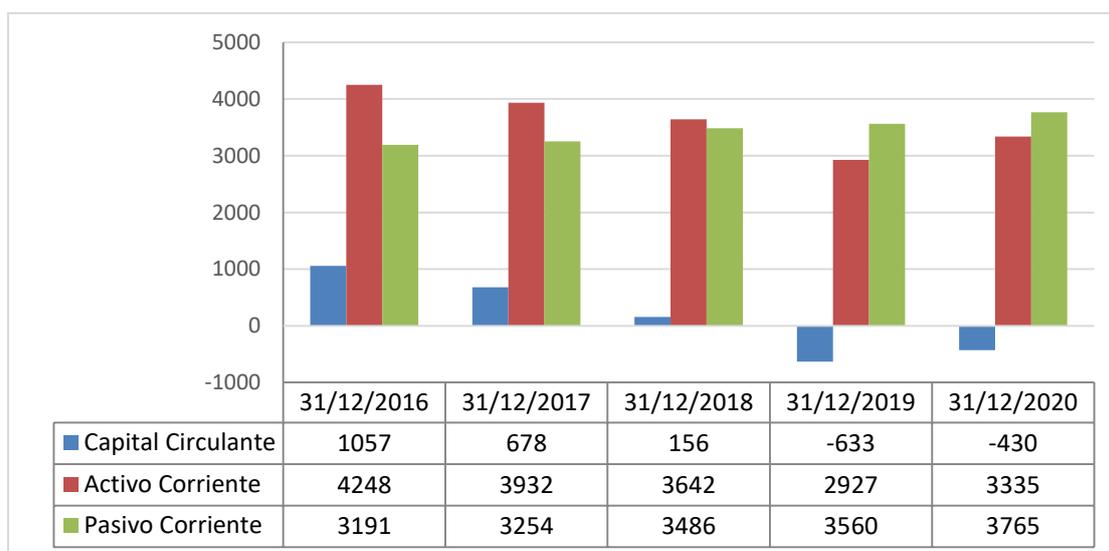
Si el Capital Circulante es negativo, puede tener el riesgo de que, llegado el vencimiento de los Pasivos Corrientes, éstos no pudieran ser satisfechos ya que parte de ellos financian Activos No Corrientes, que, como no están ligados al ciclo de explotación, no se harán líquidos en el corto plazo.

El Capital Circulante o Fondo de Maniobra está muy condicionado por el sector al que pertenezca la empresa. Palomares y Peset (2015) recogen que *“puede haber empresas comercializadoras o distribuidoras cuya situación natural sea la de contar con un Fondo de Maniobra negativo sin que ello implique en ningún caso el riesgo de no poder hacer frente a sus compromisos financieros en el corto plazo. Un tipo de negocio en el que se suele dar esta situación es un supermercado”*.

El Gráfico 2.7 representa la evolución del **Capital Circulante** de Mercadona, S.A. en el periodo comprendido entre el 31.12.2016 y el 31.12.2020.

En los tres primeros ejercicios, el Capital Circulante es positivo (Activo Corriente es superior al Pasivo Corriente), Mercadona, S.A. no tiene problema en hacer frente a los pagos. Desde el punto de vista de la financiación, el Activo Corriente es financiado con Recursos Permanentes.

Gráfico 2.7 Capital Circulante de Mercadona, S.A



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

A fecha 31.12.2019 y 31.12.2020, el Capital Circulante es negativo (Activo Corriente es inferior al Pasivo Corriente), y cada vez es más negativo. Al ser Mercadona un supermercado es normal que tenga un Capital Circulante negativo, debido a que obtienen de sus proveedores plazos dilatados de pago y, sin embargo, cobran al contado la mayor parte de sus ventas. El plazo de pago en Mercadona, S.A. en 2020 se sitúa en 42,43 días. Mercadona genera liquidez de forma inmediata y tiene un fuerte poder de negociación con sus suministradores para conseguir aplazamiento de pago en muy buenas condiciones. En este caso, lejos de interpretarse negativamente representan una posición financiera ventajosa, pues la gestión de los excedentes de tesorería puede incidir de manera positiva en la cuenta de resultados. Desde el punto de vista de la financiación, el Activo Corriente es financiado con Pasivo Corriente.

No hay que limitar el análisis a esta simple cifra, sino que es necesario completarlo con otras técnicas del análisis contable, que se presentan a continuación.

B- Necesidades del Fondo de Rotación.

Las **Necesidades de Fondo de Rotación** representan, una técnica muy útil en el estudio por descomposición del Capital Circulante o Fondo de Rotación. Esta técnica analiza los diferentes componentes del capital corriente a partir de las necesidades de financiación provocadas por el ciclo de explotación.

Como dicen Archel et al. (2018), el análisis por descomposición del fondo de rotación permite conocer, *“la medida en que las necesidades de financiación que provocan las inversiones en activos corrientes se corresponden con la actividad de explotación o si, por el contrario, se tratan de inversiones a corto plazo no relacionadas directamente con la misma.”*

Las Necesidades del Fondo de Rotación a la Explotación (NFRE) es el primer nivel directamente relacionado con el ciclo de explotación. Para mantener el nivel de existencias decidido por la empresa, así como los saldos de clientes y otras cuentas a cobrar relacionadas con el ciclo de explotación, se cuenta inicialmente con una financiación específica representada por las cuentas a pagar a proveedores. La fusión de

las tres partidas con sus respectivos signos determinan las Necesidades del Fondo de Rotación a la Explotación.

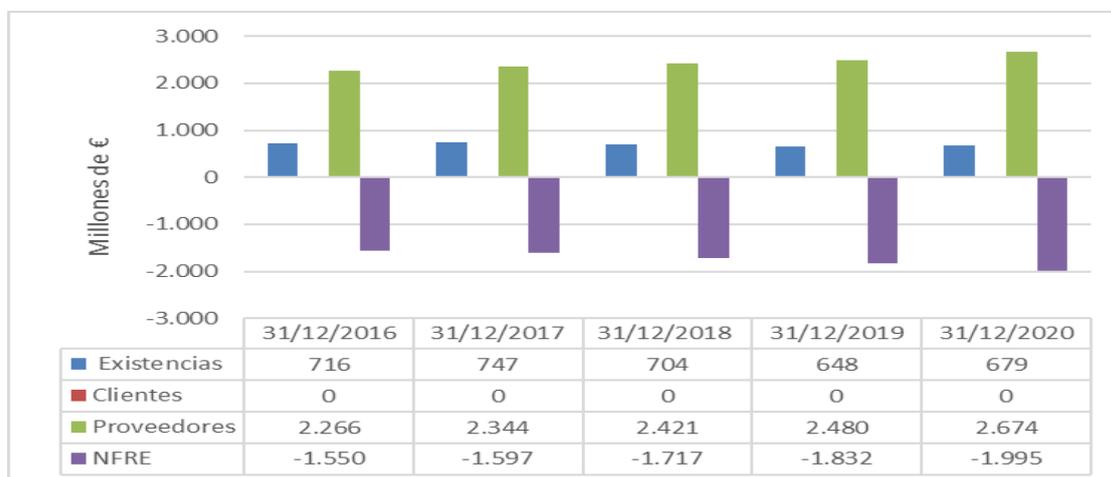
Las NFRE se calculan del siguiente modo:

$$\text{NFRE} = \text{Existencias} + \text{Clientes} - \text{Proveedores}$$

Si las NFRE son positivas, significa que el ciclo de explotación no es financieramente autosuficiente. Su valor representa la financiación adicional que la empresa debe conseguir fuera de dicho ciclo. Si las NFRE son negativas, significa que la financiación otorgada por los proveedores y demás pasivos de la explotación supera a las inversiones exigidas por el ciclo, generando un remanente de financiación que la sociedad estará usando para financiar inversiones ajenas al ciclo.

El Gráfico 2.8 representa la evolución de las **Necesidades del Fondo de Rotación de la Explotación** de Mercadona, S.A. en el periodo comprendido entre el 31.12.2016 y 31.12.2020.

Gráfico 2.8 Evolución de las Necesidades del Fondo de Rotación de la Explotación de Mercadona, S.A



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

Las NFRE que mantenía Mercadona el 31.12.2016 ascendían a -1.550 millones de €, pasando el 31.12.2020 a tener un valor de -1.995 millones de €, lo que supone una disminución del 28,71% en el período objeto de estudio. Las NFRE de Mercadona, S.A. son cada vez más negativas. Esto muestra que el ciclo de explotación no sólo es autosuficiente para financiarse, sino que, además, los proveedores están permitiendo la financiación de otros activos ajenos al ciclo tanto corrientes (inversiones financieras a corto plazo, efectivo,) como no corrientes (al ser el Fondo de Rotación negativo). Ello puede tener consecuencias muy positivas sobre sus niveles de rentabilidad.

C- Ratios de liquidez

A continuación, se van a analizar cuatro ratios para estudiar la solvencia a corto plazo:

- Ratio de Circulante o de Solvencia a corto plazo.
- Ratio de Prueba Ácida.
- Ratio de Tesorería.
- Ratio de Generación de Flujos de Caja.

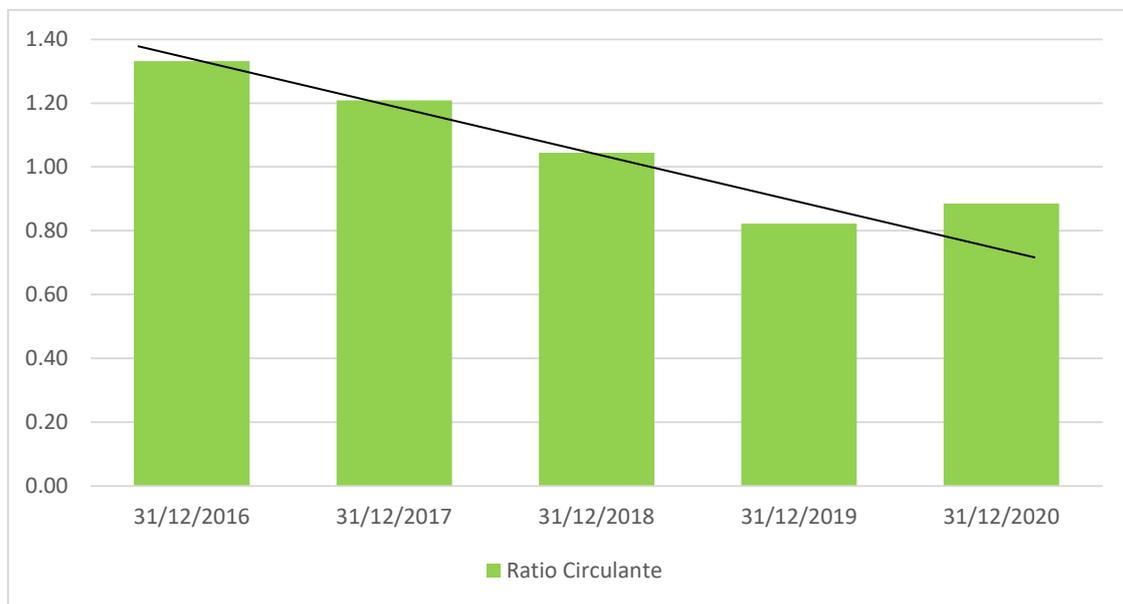
Ratio Circulante o de Solvencia a corto plazo.

El **Ratio Circulante o de Solvencia** a corto plazo, relaciona el Activo Corriente de una compañía con el Pasivo Corriente de la misma. Mide la capacidad de la firma, para con sus activos corrientes, hacer frente a las deudas y demás compromisos de pago a corto plazo reconocidos en el balance de situación. Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Ratio Circulante} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

El Gráfico 2.9, muestra la evolución del Ratio Circulante de Mercadona, S.A. en el periodo comprendido entre el periodo comprendido entre el 31.12.2016 y el 31.12.2020.

Gráfico 2.9 Ratio Circulante de Mercadona, S.A.



	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Ratio Circulante	1,33	1,21	1,04	0,82	0,89
Activo Corriente	4.248	3.932	3.642	2.927	3.335
Pasivo Corriente	3.191	3.254	3.486	3.560	3.765

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

En relación con la solvencia a corto plazo, en los tres primeros ejercicios el ratio de solvencia a corto plazo es superior a uno, esto es, el Activo Corriente es superior al Pasivo Corriente, Mercadona, S.A. no tendrá problema en hacer frente a los pagos.

En los dos siguientes ejercicios (2019 y 2020), el ratio de solvencia a corto es inferior a uno, el Activo Corriente es inferior al Pasivo Corriente. Como ya se ha señalado anteriormente, al ser Mercadona un supermercado es normal que tenga un ratio de solvencia a corto plazo inferior a uno, debido a que obtienen de sus proveedores plazos dilatados de pago y, sin embargo, cobran al contado sus ventas. Mercadona genera liquidez de forma inmediata y tiene un fuerte poder de negociación con sus proveedores para conseguir aplazamiento de pago en muy buenas condiciones.

Mercadona, S.A. ha disminuido su liquidez en el periodo objeto de estudio, a 31.12.2016

posee 1,33 € de Activo Corriente por cada € de Pasivo Corriente y a 31.12.2020 posee 0,89 € de Activo Corriente por cada € de Pasivo Corriente.

Ratio de Prueba Ácida

El **Ratio de Prueba Ácida**, también conocido como, Ratio de Liquidez Inmediata, relaciona el Activo Corriente, excepto las Existencias y los Activos No Corrientes Mantenidos para la Venta, con el Pasivo Corriente.

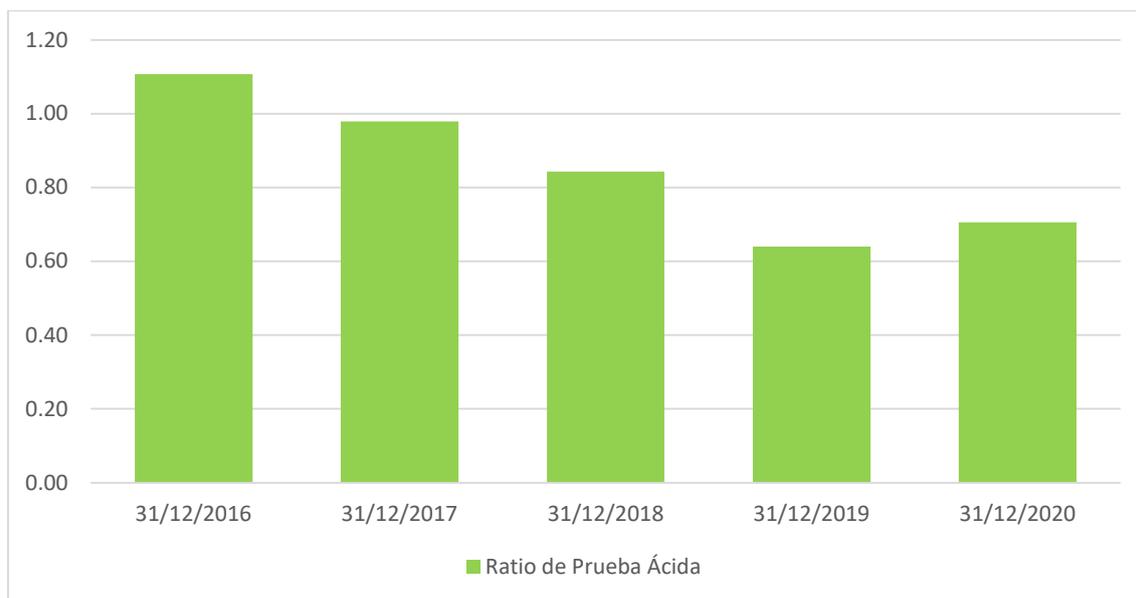
Como recoge Archel et al. (2018), el Ratio de Prueba ácida trata de medir “*la capacidad de la firma para cancelar el pasivo corriente utilizando únicamente elementos que no precisan su transformación o venta para su conversión en efectivo.*”

Se calcula de la siguiente forma:

$$\text{Ratio de Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Existencias} - \text{ANCMV}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

El Gráfico 2.10, muestra la evolución del Ratio de Prueba Ácida o de Liquidez Inmediata de Mercadona, S.A. en el periodo comprendido entre el 31 de diciembre de 2016 y 31 de diciembre de 2020.

Gráfico 2.10 Evolución del Ratio de Prueba Ácida de Mercadona, S.A



	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Ratio de Prueba Ácida	1,11	0,98	0,84	0,64	0,71
AC-Existencias	3.532	3.185	2.938	2.279	2.656
Pasivo Corriente	3.191	3.254	3.486	3.560	3.765

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

Este ratio está relacionado con la importancia que tiene el epígrafe “*Existencias*” dentro del Activo Corriente. Se observa como la ratio de liquidez inmediata se reduce respecto de la ratio de solvencia a corto plazo. Las Existencias suponen en torno a un 20% del total del Activo Corriente.

En el Gráfico 2.10, se observan dos periodos:

- ✓ El primero que abarca desde el 31.12.2016 al 31.12.2019, en el que se aprecia una reducción del ratio de Prueba Ácida. El 31.12.2016 el ratio de Prueba Ácida es de 1,11 y el 31.12.2019 de 0,64. El descenso de ratio es debido fundamentalmente a la reducción del epígrafe de “*Tesorería y Otros Activos Líquidos Equivalentes*”.
- ✓ El segundo período hasta el 31.12.2020, en que el ratio se incrementa levemente alcanzando un 0,71.

Ratio de Tesorería

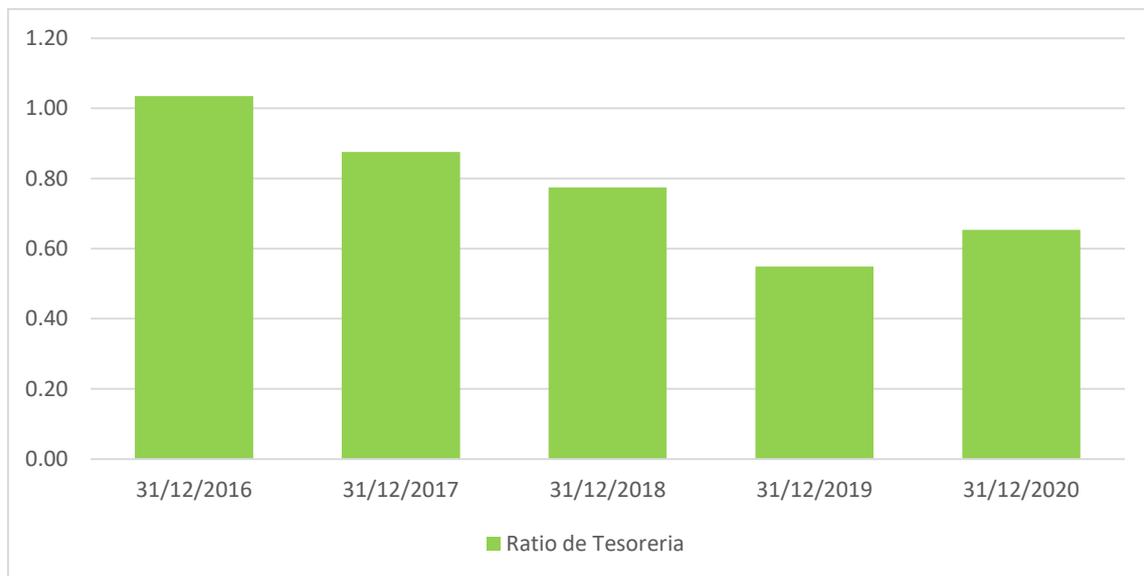
El **Ratio de Tesorería** relaciona los medios líquidos disponibles con el Pasivo Corriente. Indica la capacidad de respuesta inmediata de la empresa para atender los compromisos de pago de las deudas derivadas del ciclo productivo. Este ratio muestra la relación de la Tesorería de la empresa con respecto al Pasivo Corriente; eso sí, con independencia de los distintos vencimientos a que estuvieran sujetas las deudas.

La fórmula sería:

$$\text{Ratio de Tesorería} = \frac{\text{Efectivo} + \text{Equivalentes de efectivo}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

El Gráfico 2.11 muestra la evolución del Ratio de Tesorería de Mercadona, S.A. en el periodo comprendido entre periodo comprendido entre el 31.12.2016 y el 31.12.2020.

Gráfico 2.11 Evolución del Ratio de Tesorería de Mercadona, S.A



	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Ratio de Tesorería	1,03	0,88	0,77	0,55	0,65
Efectivo + OALE	3.301	2.849	2.699	1.954	2.461
Pasivo Corriente	3.191	3.254	3.486	3.560	3.765

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

Al igual que se señalaba en el Ratio de Prueba Ácida, en el ratio de Tesorería se observan dos períodos:

- ✓ El primero que abarca desde el **31.12.2016** al **31.12.2019**, en el que se aprecia una reducción del ratio de Tesorería. El 31.12.2016 el ratio de Tesorería alcanza un valor

de 1,03 y el 31.12.2019 de un 0,55. El mayor descenso del ratio se produce en el ejercicio 2019 debido a las elevadas inversiones realizadas, tal y como se ha comentado anteriormente, con fondos propios que han disminuido su liquidez más inmediata.

- ✓ El segundo período hasta el **31.12.2020**, en que el ratio se incrementa levemente alcanzando un 0,65.

Ratio de Generación de Flujos de Caja.

Este ratio mide las veces que podríamos complacer nuestros compromisos de pago exigibles a lo largo del próximo año con los flujos de caja que ha generado nuestra actividad de explotación.

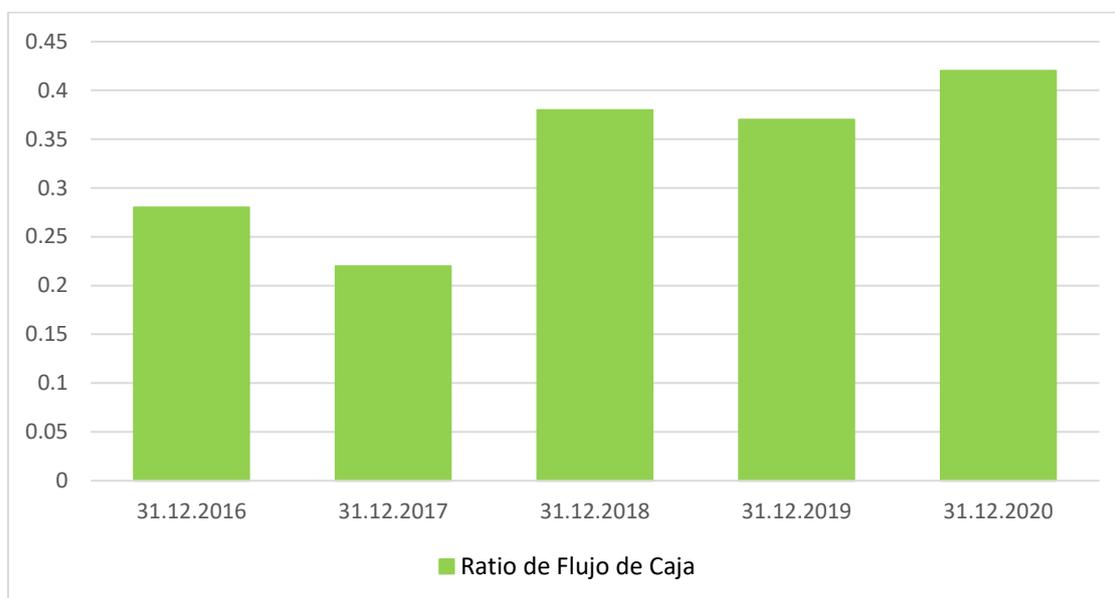
Como bien señala Palomares y Peset (2015) los anteriores ratios o análisis de liquidez eran con datos estáticos extraídos del balance de situación, mientras que este ratio es necesario para completar el análisis con magnitudes que nos informen de la capacidad que tiene la empresa de generar flujos de caja en el corto plazo, ya que de estos dependerá en mayor medida la capacidad de la empresa para satisfacer sus deudas financieras en el corto plazo.

Este ratio se calcula:

$$\text{Ratio de Generación de Flujos de Caja} = \frac{\text{Flujo de Caja de Explotación}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

El Gráfico 2.12 recoge la evolución del Ratio de Generación de Flujos de Caja de Mercadona S.A, en el periodo comprendido entre el 31.12.2016 y el 31.12.2020.

Gráfico 2.12 Evolución del Ratio de Generación de Flujos de Caja, Mercadona S.A



	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020
Ratio de Flujo de Caja	0,28	0,22	0,38	0,37	0,42
Flujo de Caja de Explotación	896	704	1.313	1.323	1.578
Pasivo Corriente	3.191	3.254	3.486	3.560	3.765

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

El análisis de este ratio indica que con los flujos de caja que ha generado la actividad de explotación Mercadona no podría satisfacer la totalidad de las obligaciones de pago exigibles a lo largo del próximo año. No obstante, la evolución del ratio muestra una tendencia positiva en la liquidez de Mercadona al pasar de 0,28 a 31.12.2016 a 0,42 a 31.12.2020.

2.4.2 ANÁLISIS FINANCIERO A LARGO PLAZO O DE SOLVENCIA.

En el apartado anterior se ha realizado el análisis financiero a corto plazo o de la liquidez y en este se va a proceder a realizar el análisis financiero a largo plazo o de solvencia.

El análisis financiero a largo plazo o de solvencia, según Archel et al. (2018), “*se relaciona con la solvencia empresarial en su sentido más amplio, es decir, con la estabilidad de la empresas y con la capacidad de la misma para hacer frente a todos sus compromisos de pago. Conviene tener en cuenta que, a diferencia del estudio del análisis financiero a corto plazo, la heterogeneidad de las partidas que componen el ciclo largo de la empresa y la mayor incertidumbre que rodea las mismas dificultan la elaboración de una opinión acerca de la capacidad financiera de la misma en el largo plazo.*”

A continuación, se van a analizar dos ratios para estudiar la solvencia a largo plazo:

- Ratio de Solvencia
- Ratio de Endeudamiento

Según Lev (1978): “*el objetivo principal que persiguen estos ratios es el de señalar el potencial que la empresa tiene para atender sus obligaciones a largo plazo y el pago de los intereses correspondientes. En oposición a los ratios de liquidez a corto plazo, estas medidas centran su atención en la estructura financiera y operativa de la empresa bajo la óptica del largo plazo*”.

Ratio de solvencia.

El **Ratio de Solvencia** también denominado de garantía o de cobertura, mide la capacidad de la sociedad para que con todos sus Activos afronte las deudas, es decir, es un ratio que muestra la garantía que la empresa puede ofrecer a los proveedores y acreedores en caso de liquidación. Su cálculo es el siguiente:

$$\text{Ratio de Solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

La diferencia entre el numerador y el denominador viene dada por el Patrimonio neto. Si el Patrimonio Neto es positivo, los Activos serán superiores a los Pasivos, el **Ratio de Solvencia superior a 1**, y por tanto se espera la devolución de la deuda. Pero esta situación no asegura que la empresa sea solvente, ya que para considerarla como tal el valor de este ratio tiene que ser como mínimo 1,5; y a mayor valor, más fácil será hacer frente a los compromisos de pago. Sin embargo, no hay que olvidar que un ratio demasiado elevado puede traer consigo problemas de rentabilidad al tener un exceso de Patrimonio Neto.

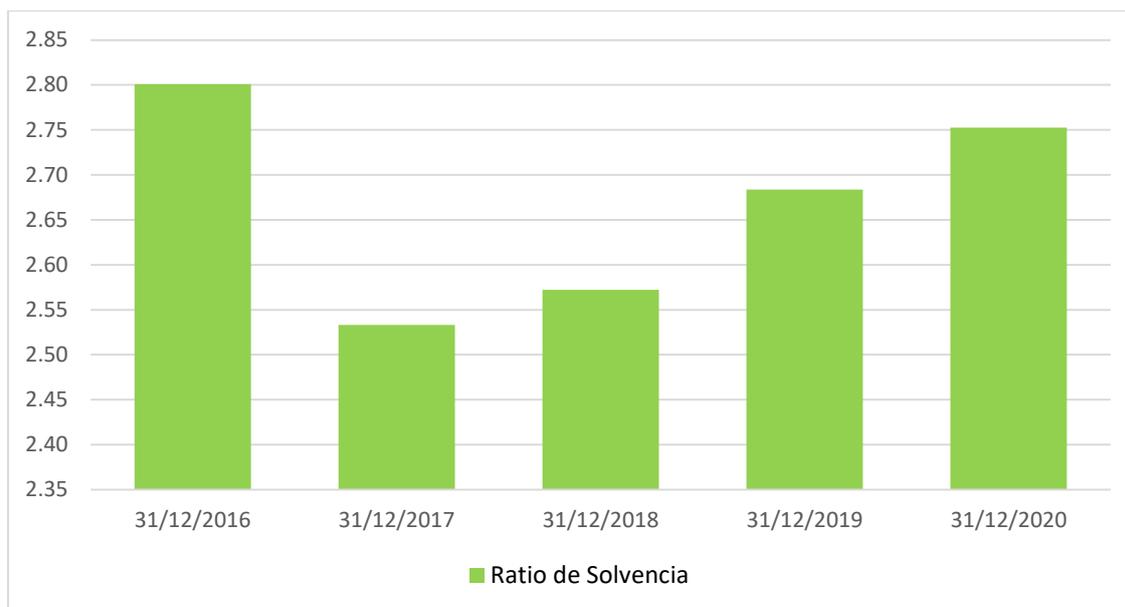
Un **Ratio de Solvencia inferior a 1**, es indicativo de insolvencia o quiebra, como consecuencia de que la empresa ha consumido sus capitales propios y le es imposible

hacer frente a sus compromisos de pago, aun liquidando todos sus activos.

Por último, si la ratio es **igual a 1**, el Activo Total es igual al Pasivo Total y con ello el Patrimonio Neto igual a cero. Eso implica que la empresa cubre de forma exacta el volumen de deuda y estaríamos en una situación límite, previa al desequilibrio financiero.

El Gráfico 2.13 representa la evolución del Ratio de Solvencia de Mercadona, S.A. en el período comprendido entre el 31 de diciembre de 2016 y el 31 de diciembre de 2020.

Gráfico 2.13 Evolución del Ratio de Solvencia de Mercadona, S.A.



	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Ratio de Solvencia	2,80	2,53	2,57	2,68	2,75
Activo Total	9.193	8.450	9.136	9.685	10.482
Pasivo Total	3.282	3.336	3.552	3.609	3.808

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

En el Gráfico se observa que el período que abarca desde el 31.12.2016 al 31.12.2017 el ratio se reduce ligeramente, pasando de 2,80 a 2,53. Posteriormente se incrementa, alcanzando el 31.12.2020 un 2,75.

Como se puede apreciar, Mercadona, S.A. presenta un ratio de Solvencia por encima de la unidad en toda la serie objeto de estudio, por tanto, tiene buena capacidad para responder a todas las deudas tanto a corto como a largo plazo.

Ratio de endeudamiento.

El **ratio de endeudamiento** sirve para medir la intensidad de la deuda comparada con la financiación propia de la empresa. Específicamente, el ratio de endeudamiento indica por cada unidad monetaria de Patrimonio Neto que tiene la sociedad, cuanto se usa de Recursos Ajenos. Se calcula como:

$$\text{Ratio de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

La situación ideal se da cuando este ratio sea **igual a 1**, ya que la empresa se encuentra

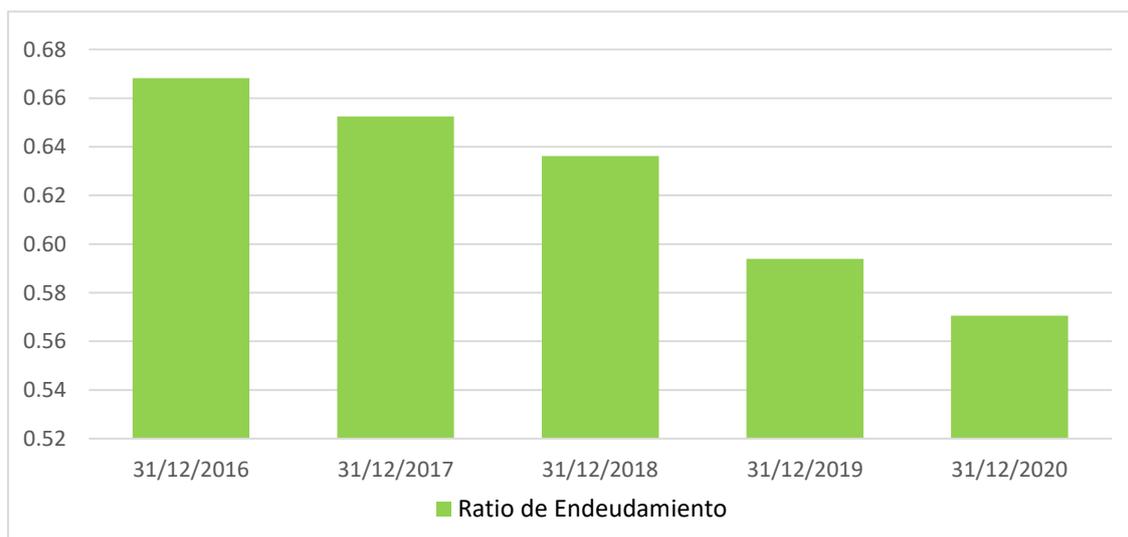
en equilibrio financiero entre los recursos propios y ajenos. Pero no hay que olvidar que el nivel de endeudamiento óptimo dependerá de las circunstancias de cada empresa.

Cuanto mayor sea este ratio, mayor será el endeudamiento de la empresa y con ello mayor será el riesgo de cobro y menor la protección para los acreedores. Además una **ratio de endeudamiento elevada** supondrá una mayor probabilidad de insolvencia porque aumenta la necesidad de generar flujos financieros para cubrir la amortización principal y los intereses de la deuda.

Por el contrario, un **ratio de endeudamiento bajo** indica un exceso de capitales propios, y a pesar de que la solvencia sería favorable, podría perjudicar a la rentabilidad de los accionistas.

El Gráfico 2.14 recoge la evolución del Ratio de Endeudamiento de Mercadona S.A, en el periodo comprendido entre el 31.12.2016 y el 31.12.2020.

Gráfico 2.14 Evolución del Ratio de Endeudamiento de Mercadona, S.A



	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Ratio de Endeudamiento	0,67	0,65	0,64	0,59	0,57
Pasivo Total	3.282	3.336	3.552	3.609	3.808
Patrimonio Neto	4.911	5.113	5.583	6.076	6.674

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

Como se puede ver en el Gráfico, el endeudamiento de Mercadona, S.A. ha disminuido durante todo el período objeto de estudio, el 31.12.2016 posee 0,67 € de Pasivo por cada € de Patrimonio Neto, mientras que a 31.12.2020 esta cifra disminuye hasta 0,57 € por unidad.

Es conveniente analizar tanto el endeudamiento a corto plazo como a largo plazo ya que la gravedad de la situación depende de si la mayor parte de la deuda es a largo plazo o a corto plazo. Según recoge Garrido e Iñiguez (2021) un alto endeudamiento será indicativo de una situación menos grave en el caso de que la mayor parte de la deuda sea a largo plazo que si lo es a corto plazo.

El **Ratio de Endeudamiento a corto plazo** se calcula dividiendo el Pasivo Corriente entre el Patrimonio Neto.

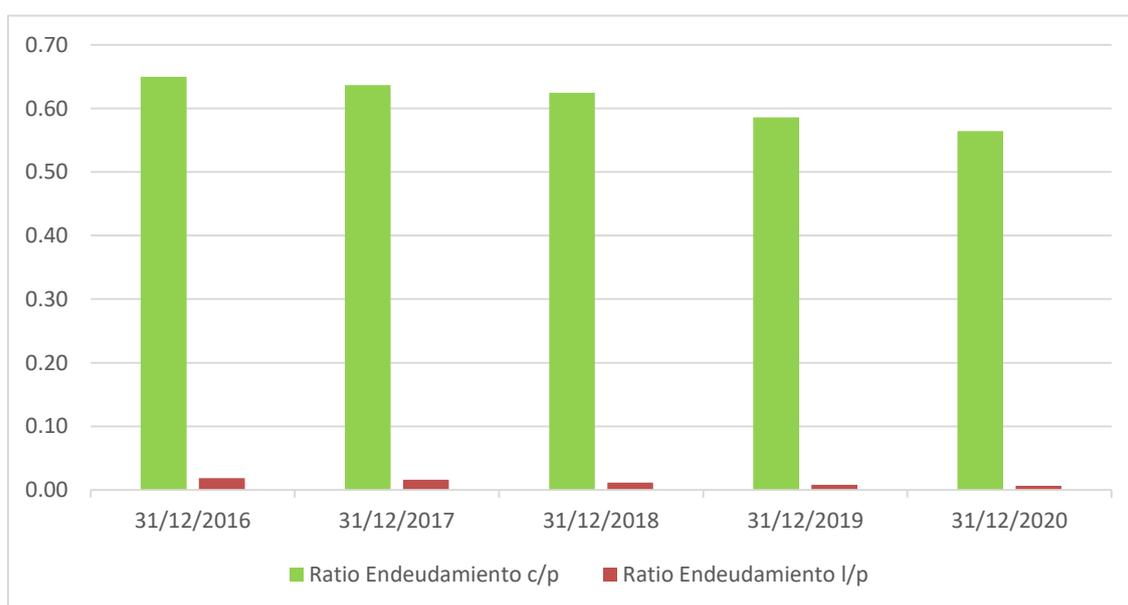
$$\text{Ratio de Endeudamiento c/p} = \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

El **Ratio de Endeudamiento a largo plazo** se obtiene dividiendo el Pasivo No Corriente entre el Patrimonio Neto.

$$\text{Ratio de Endeudamiento l/p} = \frac{\text{Pasivo No Corriente}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

El Gráfico 2.15 recoge la evolución del Ratio de Endeudamiento a Corto Plazo y Largo Plazo de Mercadona S.A, en el periodo que abarca desde el 31.12.2016 al 31.12.2020.

Gráfico 2.15 Evolución del Ratio de Endeudamiento a Corto Plazo y Largo Plazo de Mercadona, S.A



	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Ratio Endeudamiento c/p	0,65	0,64	0,62	0,59	0,56
Pasivo Corriente	3.191	3.254	3.486	3.560	3.765
Patrimonio Neto	4.911	5.113	5.583	6.076	6.674
Ratio Endeudamiento l/p	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01
Pasivo No Corriente	91	82	66	49	43

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

En todo el periodo analizado, se observa que el ratio de endeudamiento a corto plazo es muy superior al ratio de endeudamiento a largo plazo.

En relación con el **endeudamiento a largo plazo** se observa que durante el período estudiado ha disminuido, el 31.12.2016 posee 0,02 € de Pasivo No Corriente por cada € de Patrimonio Neto, mientras que el 31.12.2019 esta cifra disminuye a 0,01 €. Como ya se ha comentado anteriormente, el Pasivo No Corriente apenas tiene peso en la estructura financiera.

El **endeudamiento a corto plazo** también se ha reducido, el 31.12.2016 el ratio de endeudamiento a corto plazo se situaba en un 0,65 y el 31.12.2020 en un 0,56.

La calidad del endeudamiento a priori no es buena, a 31.12.2016 el 96,73% de los Pasivos se concentran en el Pasivo Corriente, cifra que aumenta hasta el 98,86% el 31.12.2020. Relacionando el estudio del endeudamiento con el análisis del balance, realizado anteriormente, Mercadona, S.A. está reduciendo al máximo sus deudas a largo plazo (debido a la política de autofinanciación que realiza) y concentrando sus deudas en el corto plazo relacionadas con el ciclo de actividad de la empresa (Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar). Parece que el objetivo de Mercadona, S.A. es llegar a niveles en los que el Activo esté financiado por Patrimonio Neto y Acreedores comerciales.

2.5 ANALÍISIS DE LA RENTABILIDAD.

En apartados anteriores se ha realizado el análisis completo de la situación que tiene Mercadona S.A., y en este apartado se realiza un análisis de la rentabilidad de la misma, debido a la importancia de este tipo de análisis para obtener una visión general de la viabilidad económica de cualquier empresas. Por lo tanto, se evalúa la capacidad de la empresa para generar beneficios.

El análisis de la rentabilidad de una empresa, es un estudio en términos relativos de los resultados obtenidos por esta empresa, y se encarga de relacionar los beneficios con las inversiones realizadas, y con los recursos propios que utiliza la empresa. La rentabilidad según Archel et al. (2018), es “*el cociente entre un resultado y un nivel de inversión*”.

Para llevar a cabo este análisis, es necesario disponer de los balances de situación y las cuentas de Pérdidas y Ganancias que figuran en el Anexo.

Por lo tanto, el estudio de la rentabilidad se divide entre: Rentabilidad Económica y Rentabilidad Financiera.

2.5.1 RENTABILIDAD ECONOMICA (ROA).

La Rentabilidad Económica, también denominada Rentabilidad de los Activos o de las Inversiones, según recogen Archel et al. (2018), “*refleja una tasa de rendimiento independiente de la forma en la que la empresa financia sus activos, es decir, independiente de la estructura financiera de la misma y de su coste. Al tomar la cifra total de activos como base de la inversión, el flujo asociado a dicho valor debe ser independiente de la forma en que se financia la empresa, excluyendo cualquier efecto que sobre la cuenta de resultados pudiera provocar la elección de las fuentes de financiación.*” A este respecto, el Resultado Antes de Intereses e Impuestos es un resultado que depende únicamente de las actividades llevadas a cabo por la empresa con sus activos. Su valor no está afectado por la estructura financiera de la empresa.

$$\text{Rentabilidad Económica (ROA)} = \frac{\text{Beneficio Antes de Intereses e Impuestos}}{\text{Activo Total Medio}}$$

Por lo tanto, al tomar al Activo Total como base de la inversión que contribuye a generar beneficios, dicho valor deja al margen cualquier efecto que pudiesen provocar tanto la forma de financiación elegida como su coste. Es decir, no influye en este ratio si

la empresa ha escogido financiarse con capitales ajenos, pagando los correspondientes intereses de la deuda, o ha escogido financiarse con capitales propios.

A la hora de analizar el ratio, es necesario indicar que cuanto mayor sea la rentabilidad económica, mayor será la rentabilidad de los activos de la empresa, y la empresa se encontrará en mejor situación. El valor tiene que ser elevado, debido a que con esa ganancia se debe retribuir a los accionistas, a las deudas, y al Estado (a través del Impuesto sobre sociedades).

Si obtenemos una rentabilidad negativa o cerca de cero, significa que la empresa no ha conseguido sacar rendimientos a su activo mediante la realización de sus actividades normales. Si el ratio fuese negativo, los activos ocasionarán pérdidas y la empresa deberá reducir gastos, reestructurarse, o sustituir la actividad actual por otra que sea más rentable.

La **Rentabilidad Económica** se puede expresar como una combinación del Margen sobre Ventas y la Rotación de Activos.

Rentabilidad Económica (ROA) = Margen sobre Ventas x Rotación de Activos

El **Margen sobre Ventas** es el margen de beneficios con el que opera la empresa, es decir, el porcentaje del resultado antes de intereses e impuestos sobre la cifra de ventas.

$$\text{Margen sobre Ventas} = \frac{\text{BAII}}{\text{Ventas}}$$

La **Rotación de los Activos**, refleja el número de veces que se ha vendido y repuesto el activo, o el nivel de ventas para una inversión concreta.

$$\text{Rotación de Activos} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total Medio}}$$

Hay dos estrategias comunes entre las empresas: la primera es obtener un *margen elevado* a cambio de una *baja rotación*, estrategia común entre empresas dirigidas a la diferenciación. La segunda es obtener un *pequeño margen* a cambio de una *alta rotación*, estrategia común entre empresas con estrategia dirigida al liderazgo en costes.

En la Tabla 2.3 recoge la Rentabilidad Económica (ROA) de Mercadona S.A. y su descomposición.

Tabla 2.3 Rentabilidad Económica de Mercadona S.A (Millones de €)

	2016	2017	2018	2019	2020
Rentabilidad Económica (ROA)	10,13%	4,83%	8,63%	8,10%	9,14%
Beneficio Antes de Intereses e Impuestos	802	402	759	762	921
Activo Total Medio	7.927	8.322	8.793	9.411	10.084
Margen sobre ventas	4,05%	1,91%	3,41%	3,26%	3,75%
Beneficio Antes de Intereses e Impuestos	802	402	759	762	921
Ventas	19.802	21.011	22.255	23.343	24.555
Rotación de activos	2,5	2,52	2,53	2,48	2,43
Ventas	19.802	21.011	22.255	23.343	24.555
Activo Total Medio	7.927	8.322	8.793	9.411	10.084

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

El **Margen sobre Ventas** ha sido positivo en el periodo estudiado, lo que significa que

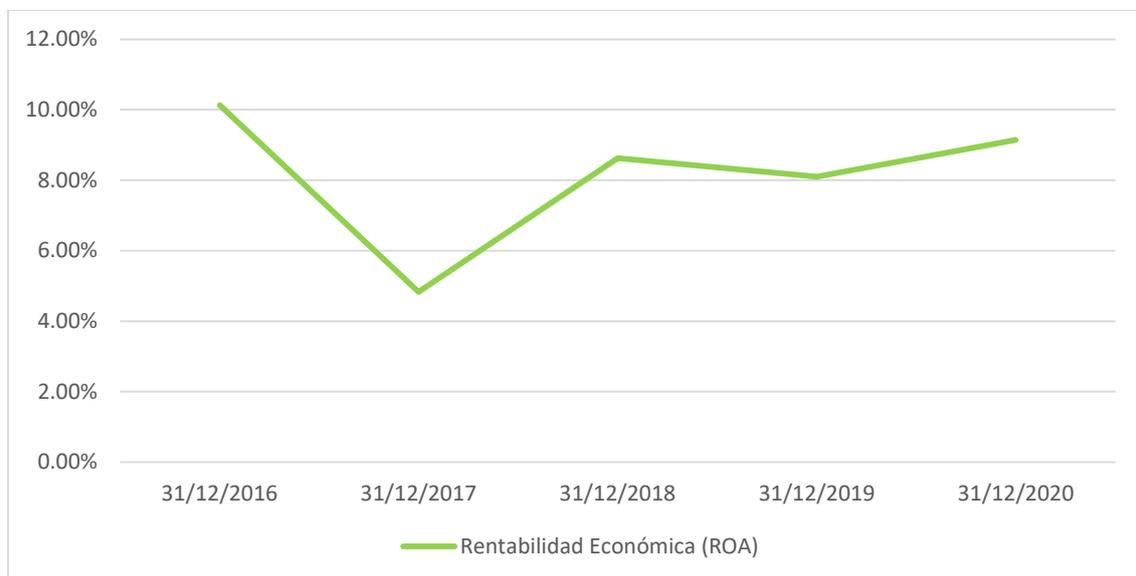
la empresa obtuvo beneficios por cada unidad vendida. En el ejercicio 2016 el Margen sobre Ventas se sitúa en un 4,05%, en 2017 se reduce situándose en un 1,91%, debido al descenso del Beneficio Antes de Intereses e Impuestos. Esto se traduce en una menor Rentabilidad Económica. Posteriormente en 2018 aumenta situándose en un 3,41%, después sigue aumentando con una leve disminución en 2019, en 2020 el Margen alcanza un 3,75%.

En relación con la **Rotación de Activos** se mantiene más o menos estable en el período estudiado, aunque en los dos últimos años se produce una ligera disminución.

Mercadona, S.A. lleva a cabo una estrategia basada en un mínimo margen con precios bajos pero una alta rotación, que es común entre empresas que persiguen la **estrategia de liderazgo en costes**, que es la estrategia llevada a cabo por Mercadona, S.A.

El Gráfico 2.16 recoge la evolución de la Rentabilidad Económica de Mercadona S.A, en el periodo comprendido entre el ejercicio 2016 y el ejercicio 2020.

Gráfico 2.16 Evolución de la Rentabilidad Económica de Mercadona, S.A



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

La **Rentabilidad Económica** ha sufrido cambios en el período analizado. En 2016 la Rentabilidad de sus activos se sitúa en un 10,13%. Sin embargo en 2017, el descenso del Margen sobre Ventas provoca una disminución en la Rentabilidad situándose en un 4,83%. En el ejercicio 2018 la Rentabilidad aumenta alcanzando un 8,63%, en 2019 disminuye ligeramente, para posteriormente aumentar hasta situarse en un 9,14%.

Podemos concluir que la Rentabilidad Económica sigue el mismo ritmo que el Margen, ya que cuando el Margen aumenta también lo hace la Rentabilidad, y viceversa.

2.5.2 RENTABILIDAD FINANCIERA (ROE).

La Rentabilidad Financiera se conoce cómo Rentabilidad de los Fondos Propios o ROE. También se denomina Rentabilidad del capital, ya que muestra el rendimiento obtenido por la empresa con el Patrimonio Neto, donde se incluye el capital aportado por los socios.

Según Garrido e Iñiguez (2021), la Rentabilidad Económica era la que quedaba para remunerar tanto a los prestamistas como a los accionistas, mientras que, la Rentabilidad Financiera hace referencia a la rentabilidad que queda para retribuir exclusivamente a los accionistas.

Por tanto, la Rentabilidad Financiera es la relación entre el Beneficio Antes de Impuestos (BAI) y los capitales propios de la empresa. Calculándose como se muestra a continuación:

$$\text{Rentabilidad Financiera (ROE)} = \frac{\text{Beneficio Antes de Impuestos}}{\text{Patrimonio Neto Medio}}$$

Al poner el BAI en la ecuación, se aspira eliminar en este indicador el efecto del impuesto de sociedades, para poder así poder comparar con empresas de otros países con diferentes legislaciones fiscales.

Según Archel et al. (2018) “La Rentabilidad Financiera se puede descomponer en forma de vectores; por un lado la Rentabilidad Económica representando la gestión económica de los activos y por otro lado las variables de coste de deuda (CF) y endeudamiento (L), que representan la gestión financiera de la deuda.”

$$\text{ROE} = \text{ROA} + (\text{ROA} - \text{CF}) * \text{L}$$

Se explica de tal forma, que la Rentabilidad Financiera, es igual a la Rentabilidad Económica, y un factor adicional preciso a la utilización de la financiación ajena. Este factor es conocido como efecto de apalancamiento financiero.

Los valores de Rentabilidad Económica y Financiera no coincidirán, si los activos de la empresa están financiados con recursos propios y ajenos. Pero sí coincidirán, si la empresa se financia totalmente con su Patrimonio Neto sin recurrir al endeudamiento.

La Relación que hay entre la Rentabilidad Económica y el coste de la deuda, nos muestra tres escenarios posibles:

- ROA > CF, generará un efecto apalancamiento (ROA - CF) positivo, obteniendo que la Rentabilidad Financiera sea superior a la Rentabilidad Económica.
- ROA < CF, generará un efecto apalancamiento (ROA - CF) negativo, obteniendo que la Rentabilidad Financiera sea inferior a la Rentabilidad Económica.
- ROA = CF, generará un efecto apalancamiento (ROA - CF) nulo, obteniendo una Rentabilidad Financiera igual a la Rentabilidad Económica.

La interpretación según Garrido e Iñiguez, (2021), citan que, el escenario es ideal si obtenemos el máximo de rentabilidad financiera. Es decir, una rentabilidad financiera positiva demuestra que los accionistas obtienen rendimientos en la empresa. Por ello, una rentabilidad financiera negativa, nos muestra que los accionistas están perdiendo el capital invertido en la empresa.

En la tabla 2.4 podemos Observar detallada La Rentabilidad Financiera (ROE) de Mercadona S.A.

La **Rentabilidad Financiera** ha sufrido cambios en el período analizado. En 2016 la Rentabilidad de los Fondos Propios se sitúa en un 17,26%. Sin embargo en 2017, el descenso del Beneficio Antes de Impuestos provoca una disminución en el ROE situándose en un 8,02%. En el ejercicio 2018 la Rentabilidad aumenta alcanzando un 14,20%, en 2019 disminuye ligeramente, para posteriormente aumentar hasta situarse en un 14,46%.

Tabla 2.4 Rentabilidad Financiera de Mercadona S.A (Millones de €)

	2016	2017	2018	2019	2020
Rentabilidad Financiera (ROE)	17,26%	8,02%	14,20%	13,07%	14,46%
Beneficio Antes de Impuestos	802	402	759	762	921
Patrimonio Neto Medio	4.652	5.012	5.348	5.829	6.375
Rentabilidad Económica	10,13%	4,83%	8,63%	8,10%	9,14%
Coste Financiero de la Deuda	0	0	0	0	0
Diferencial (ROA – CF)	10,13%	4,83%	8,63%	8,10%	9,14%
Pasivo Total Medio	3.275	3.310	3.445	3.581	3.709
Patrimonio Neto Medio	4.652	5.012	5.348	5.829	6.375
L (Pasivo Total Medio / Patrimonio neto medio)	0,7	0,66	0,64	0,61	0,58
Efecto apalancamiento financiero	7,13%	3,19%	5,56%	4,97%	5,32%

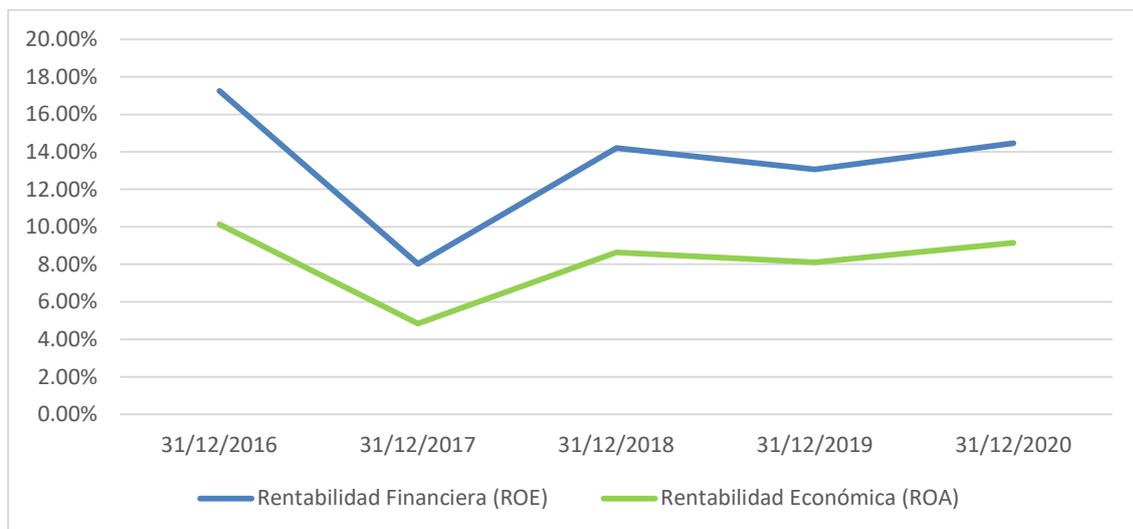
Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

En todo el período analizado el Coste Financiero de la deuda es cero. Por lo que todos los años obtiene un diferencial positivo a favor de los accionistas. Los acreedores están recibiendo una remuneración inferior a la que Mercadona, S.A. recibe por la gestión de sus activos. Entonces, cuanto mayor sea el endeudamiento Mercadona, S.A. se aprovecharía más de la situación, pero Mercadona no está aprovechando de esta ventaja pues como ya se ha señalado anteriormente está disminuyendo su endeudamiento.

El aspecto más significativo de Mercadona, S.A. es la clara tendencia a la disminución del apalancamiento financiero. La empresa está centrada en realizar todas sus inversiones con capital propio. Esta política de autofinanciación disminuye el endeudamiento y por ello el efecto apalancamiento financiero.

El Gráfico 2.17 recoge la evolución de la Rentabilidad Económica y Rentabilidad Financiera de Mercadona S.A, en el periodo que abarca desde el ejercicio 2016 al ejercicio 2020.

Gráfico 2.17 Evolución de la Rentabilidad Económica y Rentabilidad Financiera de Mercadona, S.A



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de SABI.

Como nos muestra el gráfico anterior, la Rentabilidad Económica es inferior a la Rentabilidad Financiera en todo el periodo estudiado, mostrando así que la empresa tiene unos niveles adecuados de rentabilidad, y por lo tanto no tiene problemas de liquidez o solvencia.

Como se puede observar, ambas rentabilidades en todo el periodo estudiado, sufren un decrecimiento, pero destacando en ambas el ejercicio del 2017, cuando se produce la mayor disminución debido al descenso del Beneficio Antes de Intereses e Impuestos.

CONCLUSIONES

La finalidad de este Trabajo Fin de Grado, es la realización de un análisis económico-financiero de la empresa Mercadona S.A, en el periodo 2016-2020, del cual se extraen las siguientes conclusiones:

Con respecto al análisis del sector de la alimentación, donde se encuentra el análisis estratégico de Mercadona S.A, se puede destacar que es la empresa líder tanto en ingresos a la explotación, en Activo Total y en número de empleados. También está en cabeza en cuota de mercado, ya que uno de cada cuatro carros de la compra se adquiere en sus instalaciones. La política de expansión que ha llevado en sus 45 años de antigüedad, ha hecho que en la actualidad tenga más de 1.600 supermercados activos, con algunos periodos comprometidos en el aspecto financiero.

Tras la realización del análisis PESTEL y las “Cinco fuerzas de Porter”, se ha obtenido los rasgos principales de la situación externa de Mercadona S.A. A través del análisis DAFO, se puede concluir que con respecto a los factores internos de la empresa, las fortalezas superan a las debilidades, por lo que la empresa dispone de una imagen de buena consolidación. Con respecto a los factores externos, estos se encuentran en niveles similares.

En relación con el análisis económico-financiero, comenzamos con la composición que tiene la estructura de inversión, observando una tendencia creciente del Activo Total. El Activo No Corriente se incrementa, y Activo Corriente disminuye, por lo que Mercadona S.A interviene más en bienes y derechos a largo plazo, que en bienes y derechos a corto plazo. Dentro del Activo No Corriente, cabe destacar el Inmovilizado Material, siendo el principal causante del aumento Activo No Corriente. Nos encontramos que el descenso del Activo Corriente es debido al epígrafe de Efectivo y otros Activos Líquidos Equivalentes.

En relación con la evolución del Patrimonio Neto y Pasivo Total, tiene una tendencia creciente en el periodo estudiado. Destaca el decrecimiento progresivo del Pasivo No Corriente, debido a la disminución de deudas a largo plazo. El Patrimonio Neto tiene un gran peso, lo que significa que Mercadona S.A, se financia en gran medida con financiación propia.

Atendiendo a la composición del Estado de Flujos de Efectivo, durante las actividades de explotación, es positivo en todo el periodo, y creciente a partir del cambio de tendencia del año 2017. Esto significa que generó la suficiente tesorería para hacer frente a las necesidades financieras durante la actividad. El flujo de efectivo de las actividades de inversión, es negativo, por lo que se concluye que los pagos por inversiones son superiores a los cobros por desinversiones, observando que el flujo libre de caja es positivo. El flujo de efectivo de actividades de financiación es negativo, ya que los pagos superan a los cobros, debido a que se destina una cantidad importante al pago de dividendos.

Continuamos con la estructura financiera a corto plazo, la cual nos muestra que Mercadona S.A es capaz de autofinanciarse. En el periodo 2016-2018, no tendrá problema para hacer frente a los pagos, y en 2019-2020, como es un supermercado y obtiene de sus proveedores plazos dilatados de pagos, aunque genere liquidez de forma inmediata, tiene a su vez un fuerte poder de negociación con sus proveedores para conseguir aplazamientos de pagos en buenas condiciones.

Con respecto a la estructura financiera a largo plazo, como el ratio de solvencia presenta cifras muy superiores a 1 en el periodo estudiado, tiene capacidad para responder a todas las deudas tanto a corto como a largo plazo.

El endeudamiento de Mercadona S.A. tanto a corto plazo como a largo plazo, ha disminuido, siendo el endeudamiento a corto plazo superior al endeudamiento a largo plazo. Mercadona S.A está reduciendo al máximo sus deudas a largo plazo debido a su política de autofinanciación y centrando sus deudas en el corto plazo, relacionándolas con el ciclo de actividad de la empresa.

Para finalizar, la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera disminuyen durante el periodo estudiado, mostrando que la rentabilidad económica es inferior a la rentabilidad financiera en todo el periodo. También destacar que el apalancamiento financiero de Mercadona S.A tiene una clara tendencia decreciente, ya que como se comenta anteriormente, se centra en realizar todas sus inversiones con capital propio.

Mercadona S.A ha conseguido obtener un nivel alto de liquidez con el paso de los años, ya que busca endeudarse lo mínimo posible y autofinanciarse en la mayor medida que la empresa pueda.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCHEL, P., LIZARRAGA, F., SÁNCHEZ, S., y CANO, M. (2018). *Estados contables: elaboración, análisis e interpretación* (6ª ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- AZOFRA, V. (1995). “Sobre el análisis financiero y su nueva orientación”. *Anales de estudios económicos y empresariales*, (10), 9-28.
- BERNSTEIN, L. (1984). *Análisis de los estados financieros*. Bilbao: Deusto.
- CORONA, E, BEJARANO, V. y GONZÁLEZ, J.R. (2014). *Análisis de estados financieros individuales y consolidados*. Madrid: UNED.
- CUERVO, A., y RIVERO, P. (1986). “El análisis económico-financiero de la empresa”. *Revista española de financiación y contabilidad*, 16, (49), 15-33.
- FERNÁNDEZ, A.I. (1986). “El diagnóstico financiero de la empresa. Nuevas tendencias en el análisis”. *Revista española de financiación y contabilidad*, 16, (49), 113-132.
- GARRIDO, P. y IÑIGUEZ, R. (2021). *Análisis de estados contables. Elaboración e interpretación de la información financiera* (5ª ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- GONZÁLEZ PASCUAL, J. (2011). *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera, Aplicaciones prácticas*. (4ª ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- GONZÁLEZ PASCUAL, J. (2016). *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera. Fundamentos teóricos y aplicaciones* (5ª ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- GRANT, R.M. (2006). *Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones* (5ª ed.). Madrid: Thomson-Civitas.
- GUERRAS MARTÍN, L., NAVAS LÓPEZ, J. (coautor), y GARCÍA MUIÑA, F. (col) (2015). *La dirección estratégica de la empresa: teoría y aplicaciones* (5ª ed.). Madrid: Editorial Thomson-Civitas.
- GUTIERREZ VIGUERA, M. y COUSO RUANO, A. (2010). *Interpretación y análisis de balances*. Madrid: RA-MA Editorial.
- LEV, B. (1978). *Análisis de estados financieros: Un nuevo enfoque*. Madrid: Esic-Market.
- LLORENTE OLIER, J.I (2017). *Análisis de estados económico-financieros* (2ª ed.). Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- MUÑOZ MERCHANT, A. (2009). *Análisis de los estados financieros. Teoría y práctica*. Madrid: Ediciones Académicas.
- MUÑOZ MERCHANT, A.; IBÁÑEZ JIMÉNEZ, E.M. y PARTE ESTEBAN, L. (2019). *Análisis de estados financieros* (1ª ed.). Madrid: Editorial Sanz y Torres, S.L.
- PALOMARES, J. y PESET, M. J. (2015). *Estados financieros. Interpretación y análisis* (2ª ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- PORTER, E.M. (1982). *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Compañía Editorial Continental.
- Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de

Contabilidad (y sus posteriores modificaciones).

- RIVERO TORRE, P. (2012). *Análisis de Balances y Estados Complementarios. Ejercicios resueltos y comentados* (1ª ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- RIVERO TORRE, P., SANTOS PEÑALVER, J.F., BANEGAS OCHOVO, R., MANZANEQUE LIZANO, M. y MERINO MADRID, E. (2018). *Fundamentos del Balances y Estados Complementarios. Con operaciones especiales*. (1ª ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- RUIZ PALOMO, D. (2008). ¿Es el análisis contable una disciplina científica autónoma? Málaga: Universidad de Málaga, 2008, p.22.
- SAINZ FUERTES, A. (1993). “El análisis estratégico de la empresa y su entorno”. *Conferencias y Trabajos de Investigación del Instituto de Dirección y Organización de Empresas*, nº 85. Alcalá de Henares.
- SOMOZA LÓPEZ, A. (2020). *Análisis de la empresa a través de la información contable* (1ª ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.

Páginas WEB consultadas

- Bases de datos suscritas por la UVA (Universidad de Valladolid) (2021). SABI. Londres: Bureau Van Dijk. [h https://sabi-bvdinfo-com.ponton.uva.es/version-202115/home.serv?product=SabiNeo&loginfromcontext=ipaddress](https://sabi-bvdinfo-com.ponton.uva.es/version-202115/home.serv?product=SabiNeo&loginfromcontext=ipaddress) (Consulta: 22 de febrero de 2021).
- Economía Digital. https://www.economiadigital.es/consumo/mercadona-triplica-las-ventas-online-del-supermercado-de-el-corte-ingles-con-la-mitad-de-visitas_20101657_102.html (Consulta: 02 de enero de 2022).
- Expansión. <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana?anio=2020>. (Consulta: 12 de enero de 2022).
- Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. <http://www.icac.meh.es/> (Consulta: 1 de octubre de 2021).
- KANTAR. [Cuotas de mercado de la distribución - Kantar \(kantarworldpanel.com\)](https://www.kantarworldpanel.com/). (Consulta: 15 de marzo de 2022).
- Mercadona: <https://www.mercadona.es>
- Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. [Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030 - Web del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030 \(mdsocialesa2030.gob.es\)](https://www.mdsocialesa2030.gob.es/). (Consulta: 1 de marzo de 2022)

ANEXO

1. BALANCE DE SITUACION DE MERCADONA S.A.

	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020
ACTIVO	Millones de €				
A) Activo no corriente	3.945	4.518	5.494	6.758	7.147
I. Inmovilizado intangible	114	101	139	192	193
2. Concesiones	82	80	76	73	70
5. Aplicaciones informáticas	31	21	62	66	68
9. Otro inmovilizado intangible	0,077	0	0	52	54
II. Inmovilizado material	3.281	3.810	4.676	5.953	6.420
1. Terrenos y construcciones	2.450	2.710	3.137	3.704	3.626
2. Instalaciones técnicas y otro inmov. Material	772	1.058	1.504	2.202	2.458
3. Inmovilizado en curso y anticipos	58	41	34	47	335
III. Inversiones inmobiliarias	71	81	83	70	68
1. Terrenos	16	17	17	14	14
2. Construcciones	54	64	66	55	53
IV. Inv. en empresas del grupo y asociadas a l/p	73	105	234	197	333
1. Instrumentos de patrimonio	73	105	234	197	333
V. Inversiones financieras a largo plazo	357	363	298	276	50
1. Instrumentos de patrimonio	0,042	0,039	0,039	0,039	0,039
2. Créditos a terceros	305	0	0	0	0
3. Valores representativos de deuda	52	13	0,411	0,411	0,411
5. Otros activos financieros	0	350	298	275	49
VI. Activos por impuesto diferido	47	55	60	68	82
B) Activo corriente	4.248	3.932	3.642	2.927	3.335
II. Existencias	716	747	704	648	679
1. Comerciales	716	747	704	648	679
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	117	134	119	119	105
3. Deudores varios	117	134	119	119	105
IV Inv. en empresas del grupo y asociadas a c/p	7	9	0	0	0
2. Créditos a empresas	7	9	0	0	0
V Inversiones financieras a corto plazo	95	183	111	199	83
2. Créditos a empresas	95	143	98	199	83
3. Valores representativos de deuda	0	39	13	0	0
VI Periodificaciones a corto plazo	11	8	7	5	4
VII Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	3.301	2.849	2.699	1.954	2.461
1. Tesorería	2.461	2.084	2.099	1.854	2.211
2. Otros activos líquidos equivalentes	840	765	600	100	250
Total activo (A + B)	8.194	8.450	9.136	9.686	10.483

	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Millones de €				
A) Patrimonio neto	4.911	5.113	5.583	6.076	6.674
A-1) Fondos propios	4.910	5.112	5.582	6.076	6.673
I Capital	15	15	15	15	15
1. Capital escriturado	15	15	15	15	15
II Prima de emisión	1	1	1	1	1
III Reservas	4.335	4.851	5.051	5.514	6.007
1. Legal y estatutarias	3	3	3	3	3
2. Otras reservas	4.267	4.848	5.048	5.511	6.004
3. Reserva de revalorización	20	0	0	0	0
1. Reserva de capitalización	43	0	0	0	0
IV (Acciones y participaciones en patrimonio propias)	-78	-78	-78	-78	-78
VII Resultado del ejercicio	636	322	592	622	727
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	1	0,669	0,428	0,397	0,369
B) Pasivo no corriente	91	82	66	49	43
I Provisiones a largo plazo	6	6	6	6	6
4. Otras provisiones	6	6	6	6	6
II Deudas a largo plazo	18	20	13	4	4
5. Otros pasivos financieros	18	20	13	4	4
IV Pasivos por impuesto diferido	66	56	46	39	33
C) Pasivo corriente	3.191	3.254	3.486	3.560	3.765
V Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	3.191	3.254	3.486	3.560	3.765
1. Proveedores	2.266	2.344	2.421	2.480	2.674
3. Acreedores varios	339	307	438	544	526
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago)	247	259	269	279	296
5. Pasivos por impuesto corriente	12	1	10	8	3
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas	324	341	347	247	265
Total patrimonio neto y pasivo (A + B + C)	8.194	8.450	9.136	9.686	10.483

2. BALANCE DE SITUACION DE MERCADONA S.A- Porcentajes Horizontales (Números índice, año 2016)

	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
ACTIVO					
A) Activo no corriente	100,00%	114,52%	139,26%	171,31%	181,17%
I Inmovilizado intangible	100,00%	88,60%	121,93%	168,42%	169,30%
2. Concesiones	100,00%	97,56%	92,68%	89,02%	85,37%
5. Aplicaciones informáticas	100,00%	67,74%	200,00%	212,90%	219,35%
9. Otro inmovilizado intangible	100,00%	0,00%	0,00%	67532,47%	70129,87%
II Inmovilizado material	100,00%	116,12%	142,52%	181,44%	195,67%
1. Terrenos y construcciones	100,00%	110,61%	128,04%	151,18%	148,00%
2. Instalaciones técnicas y otro inmov. material	100,00%	137,05%	194,82%	285,23%	318,39%
3. Inmovilizado en curso y anticipos	100,00%	70,69%	58,62%	81,03%	577,59%
III Inversiones inmobiliarias	100,00%	114,08%	116,90%	98,59%	95,77%
1. Terrenos	100,00%	106,25%	106,25%	87,50%	87,50%
2. Construcciones	100,00%	118,52%	122,22%	101,85%	98,15%
IV Inv. en empresas del grupo y asociadas a l/p	100,00%	143,84%	320,55%	269,86%	456,16%
1. Instrumentos de patrimonio	100,00%	143,84%	320,55%	269,86%	456,16%
V Inversiones financieras a largo plazo	100,00%	101,68%	83,47%	77,31%	14,01%
1. Instrumentos de patrimonio	100,00%	92,86%	92,86%	92,86%	92,86%
2. Créditos a terceros	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3. Valores representativos de deuda	100,00%	25,00%	0,79%	0,79%	0,79%
5. Otros activos financieros	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
VI Activos por impuesto diferido	100,00%	117,02%	127,66%	144,68%	174,47%
B) Activo corriente	100,00%	92,56%	85,73%	68,90%	78,51%
II Existencias	100,00%	104,33%	98,32%	90,50%	94,83%
1. Comerciales	100,00%	104,33%	98,32%	90,50%	94,83%
III Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	100,00%	114,53%	101,71%	101,71%	89,74%
3. Deudores varios	100,00%	114,53%	101,71%	101,71%	89,74%
IV Inv. en empresas del grupo y asociadas a c/p	100,00%	128,57%	0,00%	0,00%	0,00%
2. Créditos a empresas	100,00%	128,57%	0,00%	0,00%	0,00%
V Inversiones financieras a corto plazo	100,00%	192,63%	116,84%	209,47%	87,37%
2. Créditos a empresas	100,00%	150,53%	103,16%	209,47%	87,37%
3. Valores representativos de deuda	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

VI Periodificaciones a corto plazo	100,00%	72,73%	63,64%	45,45%	36,36%
VII Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	100,00%	86,31%	81,76%	59,19%	74,55%
1. Tesorería	100,00%	84,68%	85,29%	75,34%	89,84%
2. Otros activos líquidos equivalentes	100,00%	91,07%	71,43%	11,90%	29,76%
Total activo (A + B)	100,00%	103,12%	111,50%	118,21%	127,94%

	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
PATRIMONIO NETO Y PASIVO					
A) Patrimonio neto	100,00%	104,11%	113,68%	123,72%	135,90%
A-1) Fondos propios	100,00%	104,11%	113,69%	123,75%	135,91%
I Capital	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
1. Capital escriturado	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
II Prima de emisión	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
III Reservas	100,00%	111,90%	116,52%	127,20%	138,57%
1. Legal y estatutarias	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
2. Otras reservas	100,00%	113,62%	118,30%	129,15%	140,71%
3. Reserva de revalorización	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
1. Reserva de capitalización	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
IV (Acciones y participaciones en patrimonio propias)	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
VII Resultado del ejercicio	100,00%	50,63%	93,08%	97,80%	114,31%
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	100,00%	66,90%	42,80%	39,70%	36,90%
B) Pasivo no corriente	100,00%	90,11%	72,53%	53,85%	47,25%
I Provisiones a largo plazo	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
4. Otras provisiones	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
II Deudas a largo plazo	100,00%	111,11%	72,22%	22,22%	22,22%
5. Otros pasivos financieros	100,00%	111,11%	72,22%	22,22%	22,22%
IV Pasivos por impuesto diferido	100,00%	84,85%	69,70%	59,09%	50,00%
C) Pasivo corriente	100,00%	101,97%	109,24%	111,56%	117,99%
V Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	100,00%	101,97%	109,24%	111,56%	117,99%
1. Proveedores	100,00%	103,44%	106,84%	109,44%	118,01%
3. Acreedores varios	100,00%	90,56%	129,20%	160,47%	155,16%
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago)	100,00%	104,86%	108,91%	112,96%	119,84%
5. Pasivos por impuesto corriente	100,00%	8,33%	83,33%	66,67%	25,00%
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas	100,00%	105,25%	107,10%	76,23%	81,79%
Total patrimonio neto y pasivo (A + B + C)	100,00%	103,12%	111,50%	118,21%	127,94%

3. BALANCE DE SITUACION DE MERCADONA S.A- Porcentajes Verticales.

	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
ACTIVO					
A) Activo no corriente	48,14%	53,47%	60,14%	69,77%	68,18%
I Inmovilizado intangible	1,39%	1,20%	1,52%	1,98%	1,84%
2. Concesiones	1,00%	0,95%	0,83%	0,75%	0,67%
5. Aplicaciones informáticas	0,38%	0,25%	0,68%	0,68%	0,65%
9. Otro inmovilizado intangible	0,00%	0,00%	0,00%	0,54%	0,52%
II Inmovilizado material	40,04%	45,09%	51,18%	61,46%	61,24%
1. Terrenos y construcciones	29,90%	32,07%	34,34%	38,24%	34,59%
2. Instalaciones técnicas y otro inmov. material	9,42%	12,52%	16,46%	22,73%	23,45%
3. Inmovilizado en curso y anticipos	0,71%	0,49%	0,37%	0,49%	3,20%
III Inversiones inmobiliarias	0,87%	0,96%	0,91%	0,72%	0,65%
1. Terrenos	0,20%	0,20%	0,19%	0,14%	0,13%
2. Construcciones	0,66%	0,76%	0,72%	0,57%	0,51%
IV Inv. en empresas del grupo y asociadas a l/p	0,89%	1,24%	2,56%	2,03%	3,18%
1. Instrumentos de patrimonio	0,89%	1,24%	2,56%	2,03%	3,18%
V Inversiones financieras a largo plazo	4,36%	4,30%	3,26%	2,85%	0,48%
1. Instrumentos de patrimonio	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
2. Créditos a terceros	3,72%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3. Valores representativos de deuda	0,63%	0,15%	0,00%	0,00%	0,00%
5. Otros activos financieros	0,00%	4,14%	3,26%	2,84%	0,47%
VI Activos por impuesto diferido	0,57%	0,65%	0,66%	0,70%	0,78%
B) Activo corriente	51,84%	46,53%	39,86%	30,22%	31,81%
II Existencias	8,74%	8,84%	7,71%	6,69%	6,48%
1. Comerciales	8,74%	8,84%	7,71%	6,69%	6,48%
III Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	1,43%	1,59%	1,30%	1,23%	1,00%
3. Deudores varios	1,43%	1,59%	1,30%	1,23%	1,00%
IV Inv. en empresas del grupo y asociadas a c/p	0,09%	0,11%	0,00%	0,00%	0,00%
2. Créditos a empresas	0,09%	0,11%	0,00%	0,00%	0,00%
V Inversiones financieras a corto plazo	1,16%	2,17%	1,21%	2,05%	0,79%
2. Créditos a empresas	1,16%	1,69%	1,07%	2,05%	0,79%
3. Valores representativos de deuda	0,00%	0,46%	0,14%	0,00%	0,00%
VI Periodificaciones a corto plazo	0,13%	0,09%	0,08%	0,05%	0,04%
VII Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	40,29%	33,72%	29,54%	20,17%	23,48%
1. Tesorería	30,03%	24,66%	22,98%	19,14%	21,09%

2. Otros activos líquidos equivalentes	10,25%	9,05%	6,57%	1,03%	2,38%
Total activo (A + B)	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
PATRIMONIO NETO Y PASIVO					
A) Patrimonio neto	59,93%	60,51%	61,11%	62,73%	63,66%
A-1) Fondos propios	59,92%	60,50%	61,10%	62,73%	63,66%
I Capital	0,18%	0,18%	0,16%	0,15%	0,14%
1. Capital escriturado	0,18%	0,18%	0,16%	0,15%	0,14%
II Prima de emisión	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
III Reservas	52,90%	57,41%	55,29%	56,93%	57,30%
1. Legal y estatutarias	0,04%	0,04%	0,03%	0,03%	0,03%
2. Otras reservas	52,07%	57,37%	55,25%	56,90%	57,27%
3. Reserva de revalorización	0,24%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
1. Reserva de capitalización	0,52%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
IV (Acciones y participaciones en patrimonio propias)	-0,95%	-0,92%	-0,85%	-0,81%	-0,74%
VII Resultado del ejercicio	7,76%	3,81%	6,48%	6,42%	6,94%
A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	0,01%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%
B) Pasivo no corriente	1,11%	0,97%	0,72%	0,51%	0,41%
I Provisiones a largo plazo	0,07%	0,07%	0,07%	0,06%	0,06%
4. Otras provisiones	0,07%	0,07%	0,07%	0,06%	0,06%
II Deudas a largo plazo	0,22%	0,24%	0,14%	0,04%	0,04%
5. Otros pasivos financieros	0,22%	0,24%	0,14%	0,04%	0,04%
IV Pasivos por impuesto diferido	0,81%	0,66%	0,50%	0,40%	0,31%
C) Pasivo corriente	38,94%	38,51%	38,16%	36,75%	35,92%
V Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	38,94%	38,51%	38,16%	36,75%	35,92%
1. Proveedores	27,65%	27,74%	26,50%	25,60%	25,51%
3. Acreedores varios	4,14%	3,63%	4,79%	5,62%	5,02%
4. Personal (remuneraciones pendientes de pago)	3,01%	3,07%	2,94%	2,88%	2,82%
5. Pasivos por impuesto corriente	0,15%	0,01%	0,11%	0,08%	0,03%
6. Otras deudas con las Administraciones Públicas	3,95%	4,04%	3,80%	2,55%	2,53%
Total patrimonio neto y pasivo (A + B + C)	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

4. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DE MERCADONA S.A.

	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	Millones de €				
A) Operaciones continuadas					
1. Importe neto de la cifra de negocios	19.802	21.011	22.255	23.343	24.555
a) Ventas	19.802	21.011	22.255	23.343	24.555
4. Aprovisionamientos	-15.028	-16.086	-16.727	-17.340	-18.044
a) Consumo de mercaderías	-15.028	-16.086	-16.727	-17.340	-18.044
5. Otros ingresos de explotación	21	60	67	102	93
a) Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	12	54	65	99	90
b) Subv. de explotación incorporadas al result. del ejer.	8	6	1	3	3
6. Gastos de personal	-2.502	-2.731	-2.861	-3.064	-3.227
a) Sueldos, salarios y asimilados	-1.921	-2.091	-2.189	-2.346	-2.461
b) Cargas sociales	-580	-640	-672	-717	-765
7. Otros gastos de explotación	-1.200	-1.492	-1.540	-1.696	-1.780
a) Servicios exteriores	-1.159	-1.445	-1.494	-1.642	-1.725
b) Tributos	-32	-34	-37	-37	-38
c) Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	-0,018	-0,034	0,052	-0,063	-0,392
d) Otros gastos de gestión corriente	-9	-12	-9	-16	-16
8. Amortización del inmovilizado	-312	-358	-425	-544	-615
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	0,751	0,564	0,322	0,041	0,037
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	-0,135	-8	-0,989	-5	18
b) Resultados por enajenaciones y otras	-0,135	-8	-0,989	-5	18
A1) Resultado de explotación (1 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 11)	779	395	767	795	1.001
14. Ingresos financieros	26	20	14	10	4
b) De terceros	26	20	14	10	4
18. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	-2	-13	-22	-44	-83
a) Deterioros y pérdidas	-2	-13	-22	-44	-83
A2) Resultado financiero (14 + 18)	23	6	-7	-33	-79
A3) Resultado antes de impuestos (A1 + A2)	802	402	759	762	921
20. Impuestos sobre beneficios	-166	-79	-166	-139	-194
A4) Resultado del ejercicio procedente de operaciones continuadas (A3 + 19)	636	322	592	622	727
A5) Resultado del ejercicio (A4 + 20)	636	322	592	622	727

5. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO DE MERCADONA S.A.

	31/12/2016	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
A) Flujos de efectivo de las actividades de explotación					
1. Resultado del ejercicio antes de impuestos	809	402	759	762	921
2. Ajustes del resultado	279	355	433	582	675
a) Amortización del inmovilizado (+)	312	358	425	544	614
c) Variación de provisiones (+/-)	-9	-7	-0,682	-0,645	-0,200
d) Imputación de subvenciones (-)	-0,751	-0,595	-0,322	-0,041	-0,037
e) Resultados por bajas y enajenaciones del inmovilizado (+/-)	2	25	23	49	-18
f) Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-)	-26	0	0	0	83
g) Ingresos financieros (-)	-26	-20	-14	-10	-4
3. Cambios en el capital corriente	-64	37	278	126	194
a) Existencias (+/-)	-61	-31	43	55	-30
b) Deudores y otras cuentas para cobrar (+/-)	-29	-16	14	0,678	13
c) Otros activos corrientes (+/-)	-0,106	2	2	1	1
d) Acreedores y otras cuentas para pagar (+/-)	26	82	219	68	210
4. Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación	-121	-90	-157	-147	-213
b) Cobros de dividendos (+)	16	0	0	0	0
c) Cobros de intereses (+)	27	18	167	11	6
d) Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-)	-164	-108	-174	-158	-219
5. Flujos de efectivo de las actividades de explotación (1 + 2 + 3 + 4)	896	704	1.313	1.323	1.578
B) Flujos de efectivo de las actividades de inversión					
6. Pagos por inversiones (-)	-838	-1.135	-1.559	-2.047	-1.551
a) Empresas del grupo y asociadas	-25	-95	-152	-100	-220
b) Inmovilizado intangible	-35	-18	-59	-100	-42
c) Inmovilizado material	-538	-853	-1.288	-1.815	-1.280
e) Otros activos financieros	-240	-167	-58	-31	-9
7. Cobros por desinversiones (+)	119	98	217	108	610
a) Empresas del grupo y asociadas	15	20	10	5	0,7
c) Inmovilizado material	5	5	14	50	260
e) Otros activos financieros	97	72	192	53	349
8. Flujos de efectivo de las actividades de inversión (6 + 7)	-719	-1.037	-1.341	-1.939	-941
C) Flujos de efectivo de las actividades de financiación					
10. Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero	0,093	0,653	-0,027	-0,096	0,3
a) Emisión	0,093	0,653	0	0	0,3
5. Otras deudas (+)	0,093	0,653	0	0	0,3
b) Devolución y amortización de	0	0	-0,027	-0,096	0
5. Otras deudas (-)	0	0	-0,027	-0,096	0

11. Pagos por dividendos y remuneraciones de otros instrumentos de patrimonio	-132	-120	-122	-129	-129
a) Dividendos (-)	0	-120	-122	-129	-129
12. Flujos de efectivo de las actividades de financiación (9 + 10 + 11)	-132	-120	-122	-129	-129
E) Aumento/disminución neta del efectivo o equivalentes (5 + 8 + 12 + D)	44	-452	-150	-745	507
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	3.256	3.301	2.849	2.699	1.954
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	3.302	2.849	2.699	1.954	2.461