



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales**

Trabajo de Fin de Grado

**Grado en Administración y Dirección de
Empresas**

Análisis económico financiero del grupo Nextil (2018-2020)

Presentado por:

Leyre Cabrillo Corcuera

Tutelado por:

Francisco Javier Jimeno de la Maza

Valladolid, 13 de mayo de 2022

RESUMEN

El objetivo principal en el que se basa la elaboración de este trabajo es realizar un análisis económico financiero del Grupo Nueva Expresión Textil, S.A, más conocido por la abreviatura Nextil, centrándonos en la empresa matriz y en el Grupo en conjunto, para el periodo comprendido entre 2018-2020. Se hará una breve reseña histórica del grupo contando cómo ha evolucionado desde su creación como una empresa familiar hasta convertirse en un holding, incidiendo en las situaciones de crisis que ha atravesado a lo largo del tiempo. Interpretaremos y analizaremos porcentajes verticales y horizontales del balance de situación y los ratios más importantes, estudiaremos el recorrido del grupo a lo largo de los años y el entorno externo con los factores que le influyen, centrándonos en los efectos sobre su actividad causados por la pandemia del Covid-19. Una vez obtenidos los datos, analizados e interpretados podemos concluir que el grupo Nextil se encuentra en una situación en la que todavía tiene que enfrentarse a un importante desequilibrio financiero.

Palabras clave: Análisis económico financiero, ratios, sector textil, holding.

Clasificación JEL: M41: Contabilidad.

ABSTRACT

The main objective of this work is to carry out an economic and financial analysis of the Group 'Nueva Expresión Textil, S.A'. , better known by the abbreviation Nextil, focusing on the parent company and the group as a whole, for the period from 2018-2020. We will give a brief historical overview of the Group, explaining how it has evolved from its creation as a family company to become a holding company, highlighting the crisis situations it has gone through over time. We will interpret and analyse vertical and horizontal percentages of the balance sheet and the most important ratios, we will study the group's performance over the years and the external environment with the factors that influence it, focusing on the effects on its activity caused of the Covid-19 pandemic. Once the data have

been obtained, analysed and interpreted, we can conclude that the Nextil group is in a situation in which it still has to face a significant financial imbalance.

Keywords: Economic and financial analysis, ratios, textile sector, holding.

JEL Classification: M41: Accounting.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1. Justificación del tema.....	7
1.2. Objetivos.....	8
2. PRESENTACIÓN DEL GRUPO TEXTIL ANALIZADO.....	9
2.1. La compañía y su evolución: de Dogi a Nextil.....	9
2.2. El grupo en la actualidad. Sociedades dependientes, unidades de negocio, marcas y principales características.....	12
2.3. El impacto de la pandemia del COVID-19 en la industria textil. Repercusiones para el grupo Nextil.....	22
3. METODOLOGÍA.....	26
4. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE NEXTIL (2018-2020).....	27
4.1 Análisis preliminares por porcentajes verticales y horizontales.....	27
4.1.1 Porcentajes verticales.....	27
4.1.2 Porcentajes horizontales o números índice.....	30
4.2 Análisis financiero.....	31
4.2.1 Ratios de liquidez.....	32
4.2.1.1 Ratio circulante o corriente.....	32
4.2.1.2 Ratio de prueba ácida.....	37
4.2.2 Ratios de solvencia.....	39
4.2.2.1 Ratio de garantía.....	40
4.2.2.2 Ratio de firmeza o consistencia.....	41
4.2.3 Ratio de endeudamiento.....	43
4.2.3.1 Ratio de endeudamiento total.....	43
4.2.3.2 Ratio de endeudamiento a corto plazo y a largo plazo.....	45
4.3 Análisis económico.....	48
4.3.1 Ratio de rentabilidad.....	49

4.3.1.1 Rentabilidad económica (ROA).....	49
4.3.1.2 Rentabilidad financiera (ROE).....	50
5. CONCLUSIONES.....	51
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1 Porcentajes verticales del grupo.....	28
Tabla 4.2 Porcentajes verticales de la empresa matriz.....	28
Tabla 4.3 Porcentajes horizontales del grupo.....	30
Tabla 4.4 Porcentajes horizontales de la empresa matriz.....	30
Tabla 4.5 Fondo de maniobra del grupo.....	34
Tabla 4.6 Fondo de maniobra de la empresa matriz.....	34
Tabla 4.7 Ratio circulante del grupo.....	36
Tabla 4.8 Ratio circulante de la empresa matriz.....	36
Tabla 4.9 Ratio de prueba ácida del grupo.....	38
Tabla 4.10 Ratio de prueba ácida de la empresa matriz.....	38
Tabla 4.11 Ratio de garantía del grupo.....	40
Tabla 4.12 Ratio de garantía de la empresa matriz.....	40
Tabla 4.13 Ratio de firmeza del grupo.....	42
Tabla 4.14 Ratio de firmeza de la empresa matriz.....	42
Tabla 4.15 Ratio de endeudamiento total del grupo.....	44
Tabla 4.16 Ratio de endeudamiento total de la empresa matriz.....	44
Tabla 4.17 Ratio de endeudamiento a corto plazo del grupo.....	46
Tabla 4.18 Ratio de endeudamiento a corto plazo de la empresa matriz.....	46
Tabla 4.19 Ratio de endeudamiento a largo plazo del grupo.....	47

Tabla 4.20 Ratio de endeudamiento a largo plazo de la empresa matriz.....	47
Tabla 4.21 ROA del grupo.....	49
Tabla 4.22 ROA de la empresa matriz.....	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1 Mapa de grupos de interés de Nextil.....	20
Gráfico 2.2 Evolución de las ventas del sector textil en España en 2020.....	23
Gráfico 2.3 Evolución de la facturación del comercio textil en España	24
Gráfico 4.1 Ratio de fondo de maniobra.....	35
Gráfico 4.2 Ratio circulante.....	37
Gráfico 4.3 Prueba ácida.....	39
Gráfico 4.4 Ratio de garantía.....	41
Gráfico 4.5 Ratio de firmeza.....	43
Gráfico 4.6 Ratio de endeudamiento total.....	45
Gráfico 4.7 Ratio de endeudamiento C/P y L/P.....	48

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2.1 Sociedades y marcas integrantes del grupo Nextil.....	14
Ilustración 2.2 Marcas integrantes del grupo Nextil a cierre de 2020.....	17
Ilustración 4.1 Fondo de maniobra.....	33

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del tema

El grupo Nextil pertenece a uno de los sectores económicos más importantes como es el sector textil. El grupo cuenta con diferentes líneas de negocio, abarcando desde el mercado de lujo hasta el llamado *athleisure* (tendencia consistente en el uso de ropa deportiva para la vida diaria), pasando por ropa de baño, íntima y deportiva. Fabrican y venden tejidos de punto de fibras naturales, artificiales y sintéticas.

Nextil comenzó siendo una empresa familiar con base en la provincia de Barcelona y hoy en día es una multinacional con filiales en varios continentes. Trabajan para marcas de ropa muy consolidadas en el sector de la moda.

Esta compañía se ha tenido que ir adaptando a los cambios que viene sufriendo este sector con el paso del tiempo debido a los cambios de hábitos y de gustos de los consumidores en lo que se refiere a la forma de vestir y de acceder a la moda. En los últimos años los consumidores se decantan por el “fast fashion” (moda de consumo masivo y uso breve) y por las compras online, con lo cual las empresas de moda se han tenido que adaptar a estos desafíos.

A la vez, ha habido cambios sociales en cuanto a una mayor preocupación por el medio ambiente y a la sostenibilidad del sector textil.

En el 2008 el sector textil sufrió la crisis financiera global que afecto a muchas empresas de moda. Aunque el sector se estaba recuperando de esta crisis, en el año 2018 sufrió una recaída por los cambios de hábitos de los consumidores y sociales, a la que se añadió en 2019 la pandemia mundial del Covid-19.

Podemos decir que el impacto de la pandemia del Covid- 19 ha marcado un antes y un después para ciertos sectores de actividad como el textil. Debido a esta situación, y a las medidas restrictivas adoptadas, muchas empresas textiles se situaron al borde de la quiebra y se cerraron muchos negocios relacionados con la producción y venta. Los que sobrevivieron lo tuvieron que hacer asumiendo nuevos cambios para adaptarse a las nuevas necesidades que esta pandemia ha ocasionado. Todos hemos cambiado la forma de vestirnos y de

consumir prendas textiles, debido por ejemplo a la generalización del teletrabajo y a pasar más horas en el hogar y menos en actividades de socialización. Así, uno de los cambios que se han producido es que gran parte de la población ha pasado a usar ropa más funcional y cómoda, adaptando el estilo deportivo al uso diario.

Ya no necesitamos tener un armario tan amplio, interesándonos cada vez más por la sostenibilidad de las prendas que usamos. Teniéndose que adaptar todas las empresas a estos nuevos retos como le ha ocurrido a Nextil.

Este trabajo está organizado en varios apartados. En primer lugar, se realiza una introducción del sector textil al que pertenece el grupo Nextil y de las sucesivas crisis que viene sufriendo este sector, seguido de la descripción de los objetivos que se pretenden alcanzar con este trabajo. El segundo apartado se centra en la presentación de la empresa, con una breve historia de la misma, sus características y su evolución desde sus inicios en el año 1971, y con una mención especial al impacto que ha supuesto la pandemia en el grupo Nextil.

Le sigue el apartado sobre metodología utilizada para llevar a cabo el análisis económico-financiero de Nextil, basándonos en los porcentajes verticales y horizontales del balance de situación de la empresa y los ratios financieros más comunes para saber la liquidez, solvencia y rentabilidad. Con este análisis se pretende dar un diagnóstico de la empresa basándonos en el período 2018-2020 e intuir lo que le deparará el futuro más próximo. Por último, en el apartado de la conclusión se realizará una síntesis del análisis realizado intentando aportar alguna solución para reconducir el futuro de la empresa.

1.2 Objetivos

El objetivo del presente trabajo es realizar un análisis económico-financiero en profundidad del grupo Nextil y su evolución en el mercado, centrándonos en la empresa matriz y en el Grupo en conjunto, para el periodo comprendido entre 2018-2020. Así podremos conocer su posición actual del grupo en el mercado.

Nueva Expresión Textil, S.A., es un grupo empresarial con una proyección internacional ya que tiene presencia en varios continentes y cotiza desde hace años en bolsa española.

Este trabajo se realiza desde el punto de vista de un analista externo a la empresa que está efectuando un diagnóstico. Dicho diagnóstico se basa fundamentalmente en el uso de los ratios financieros que analizan la liquidez, la rentabilidad, la solvencia y el endeudamiento del grupo Nextil, para ver cómo ha evolucionado en los últimos años en el mercado y como ha afectado el Covid-19 en las cuentas del grupo empresarial con la finalidad de analizar las situaciones que va atravesando el grupo Nextil y la situación que está viviendo debido al Covid-19. El grupo ha llevado a cabo diferentes políticas estratégicas como reorganización de la empresa, subcontrataciones, así como la compraventa de nuevas empresas para consolidar al grupo a lo largo de los años y afrontar diferentes situaciones. Aunque cuenta con nuevas proyecciones de futuro, por el momento no parecen suficientes para lograr que la entidad remonte las crisis que ha atravesado.

Después de dicho análisis, analizando cada ratio, se interpretará las diferentes situaciones y se darán posibles soluciones para que la empresa pueda tener expectativas de continuar compitiendo en el mercado.

2. PRESENTACIÓN DEL GRUPO TEXTIL ANALIZADO

2.1. La evolución del proyecto empresarial: de Dogi a Nextil

El grupo textil llamado hoy en día Nueva Expresión Textil, S.A., en abreviatura Nextil, se conforma a partir de una empresa matriz con forma jurídica de sociedad anónima de nacionalidad española cuya constitución formal se produjo mediante escritura pública el 31 de diciembre de 1971. Esta sociedad fue creada por entonces como “Dogi S.A.”, pasando años más tarde a rebautizarse como “Dogi International Fabrics, S.A.”, nombre que mantuvo hasta el 26 de junio de 2018. En esa fecha, la Junta General de Accionistas aprobó otro cambio de denominación por la actual de Nextil, tras la toma de control por parte de una

nueva sociedad que acudió al rescate del grupo, a causa de las serias dificultades financieras por las que atravesaba y que habían desembocado en una situación de quiebra técnica.

El origen de este grupo empresarial textil hay que situarlo en 1954, con la apertura en la localidad de El Masnou, Barcelona, de una fábrica de tejidos de carácter familiar, fundada por Josep Doménech y su esposa Concepción Giménez, que tomaron la primera sílaba de cada apellido para darle el nombre de “Dogi”. Con su presencia centrada en el mercado nacional, llegó a ser una de las principales firmas de la industria española de las ramas de confección y textil¹, destacando sobre todo por su especialización en la por aquel momento novedosa manufactura de prendas de fibras elásticas. Con posterioridad, y durante un período de expansión y de crecimiento sostenido de ventas, en 1993 dio comienzo a un proceso de internacionalización de la producción (Llonch, 2011), con compras de fábricas en México, Europa (Francia y Alemania) o en Asia (China, Tailandia y Filipinas)². Asimismo, también adquirió cierta proyección pública al empezar a cotizar en Bolsa española a partir del año 1998.

No obstante, el rumbo de la compañía dio un giro importante cuando la industria textil en su conjunto sufrió una importante transformación a finales del siglo XX y comienzos del XXI (Mirandona et al, 2007). Ello fue debido principalmente a un impulso en muchos países de medidas de liberalización que provocaron una fuerte competencia de operadores del extremo oriente asiático, que empezaron a conquistar a los mercados mundiales con la ventaja de unas producciones de bajo coste (López y Rodríguez, 2016).

La “guerra de precios” de los productores de países emergentes asiáticos afectó especialmente a las actividades de la confección, que suelen ser intensivas en mano de obra y presentan escasas barreras de entrada, sobre todo en aquellos segmentos fáciles de mecanizar, como el textil-hogar, el textil de uso técnico o

¹ <https://www.modaes.es/empresa/dogi-el-tejedor-catalan-que-quiso-ser-un-gigante.html> [consulta: enero de 2022]

² https://elpais.com/diario/2000/01/18/economia/948150027_850215.html [consulta: enero de 2022]

el llamado “*fast fashion*”³, esto es, moda⁴ producida en masa para un público masivo y de consumo efímero o rápido (Barrero, 2015). A su vez, hubo una importante transformación en la demanda, a consecuencia de la popularización de esta “*fast fashion*”. La “moda rápida” promovía una cultura consumista de “usar y tirar”, e incorporaba un factor psicológico individual que predispone a la idea de que los productos de tendencia que se compran tienen una vida útil muy reducida y un valor simbólico bastante superior al económico, siendo sencillo dejar de usarlos por el hecho de que “son baratos” (Folgueira, 2018).

El efecto de la globalización en el ámbito de las ramas de la confección y textil hizo mucho daño en los márgenes de empresas pequeñas o medianas como la que hoy es Nextil, debido a las limitaciones que el tamaño impone en la capacidad de competir en un ámbito supranacional (Sangrós, 2017). El caso es que Dogi International Fabrics había realizado importantes esfuerzos de adaptación al nuevo entorno, desarrollando una política de marcas diferenciadas e intentando aumentar su eficiencia con una mayor internacionalización de sus producciones (Llonch, 2011).

No obstante, Dogi International Fabrics no pudo evitar que las turbulencias del nuevo escenario competitivo internacional acabasen conduciendo al declive de su negocio, de modo que entró en constantes y cuantiosas pérdidas ejercicio tras ejercicio, con una importante disminución de ventas y afrontando serias dificultades de financiación⁵. Como consecuencia, el grupo tuvo que acometer un plan de ajuste que llevó a la supresión, entre 2008 y 2009, de cerca de 800 puestos de trabajo a través de expedientes de regulación de empleo, así como al cierre de fábricas en Filipinas y a reestructurar las que tenía en Estados Unidos

³ Para delimitar qué se entiende por producción de moda “fast-fashion”, podemos aludir a las características definitorias propuestas por Caro y Martínez-de-Albéniz (2015), describiéndola como un modelo de negocio específico que combina tres elementos, que serían respuestas rápidas, cambios frecuentes de surtido y diseños de tendencia ofertados a precios asequibles.

⁴ El empleo del término “moda” no remite en este caso a la tendencia que predomina en la ropa o vestuario, sino que se refiere al conjunto de prendas (Folgueira, 2018).

⁵ <https://fashionunited.es/v1/leads/dogi-en-crisis-reestructuracin-msiva/2009060616236>
[consulta: enero de 2022]

y Alemania. Finalmente, se acogió a un concurso voluntario de acreedores en ese año de 2009, ante la imposibilidad de hacer frente a sus deudas.

A un paso de la liquidación del grupo, a pesar de haber recibido una inyección de dinero público en 2010 de la administración autonómica catalana, se buscó a un socio que le aportase el capital y los recursos propios que necesitaba para dar la liquidez suficiente para permitir la viabilidad. La disolución se evitó en el año 2014 con la entrada como accionista mayoritario de una filial del fondo de capital-riesgo Sherpa Capital llamada Businessgate, que se hizo con el control del grupo y restableció su equilibrio patrimonial, imponiendo un nuevo enfoque estratégico para el holding que incluía un cambio de nombre al de Nueva Expresión Textil. Según se publicó en prensa en marzo de 2019, en el diario “El Español”, y de acuerdo a los gestores de Sherpa Capital, que se había hecho con el control del grupo, con el cambio de nombre se pretendía *“arrumbar al olvido las pasadas vicisitudes, insuflar a la corporación aires refrescantes y afianzar el crecimiento de sus actividades”*.

2.2. La estructura del grupo Nextil en la actualidad. Sociedades dependientes, marcas comerciales y plan de negocio

El cambio en la propiedad del grupo Nextil, a raíz de la toma de control por parte de Sherpa Capital, trajo consigo la implantación de un distinto enfoque estratégico que buscaba dejar atrás definitivamente la etapa de pérdidas continuas de su pasado anterior con un mejor posicionamiento en sus mercados, apostando por un crecimiento a través de adquisiciones, en conjunción con un redimensionamiento y reorganización de las actividades industriales y comerciales con la que se pudieran obtener sinergias y economías de escala en producciones de moda y de calidad que fueran accesibles para el gran público⁶.

En su configuración actual, el grupo Nextil se concibe según un modelo de negocio cuyos pilares fundamentales son la innovación y la sostenibilidad en la fabricación de tejidos de punto y elásticos. De acuerdo con lo que la propia compañía Nueva Expresión Textil, S.A. declara en su Estado de Información no

⁶ <http://josemanueldurba.com/informes/category/nextil-estudio-base/>

Financiera del ejercicio 2020⁷, las actividades de las distintas sociedades que conforman el grupo se complementan con las de la sociedad que es cabecera del mismo, efectuándose además transacciones entre ellas. En esencia, dichas actividades, en lo que se refiere a las de tipo industrial consisten en *“la fabricación y venta de toda clase de tejidos de punto de fibras naturales, artificiales o sintéticas, así como la confección de prendas destinadas al mercado de lujo, baño, athleisure y moda íntima”*.

Un aspecto a destacar de la redefinición organizativa que se ha pretendido llevar a cabo es el de la integración de la gestión del conjunto de empresas del grupo. Se ha abandonado el modelo en el que cada fábrica constituía su propia unidad de negocio, optando por un esquema de organización en el que se agrupan en la compañía principal que se sitúa como cabecera del grupo todas las decisiones relacionadas con funciones de diseño, técnica, patronaje, producción, logística, comercial e I+D.

Se gestiona así desde un mismo ámbito cada eslabón de la cadena de suministro, desde la fase del proceso creativo, que es el factor clave en este sector para la creación de valor y para la obtención de márgenes competitivos (Segovia et al, 2019), hasta las restantes etapas de la fabricación que completan los procesos de tejido, tintura, acabado y confección. Como se pone de manifiesto en los informes que el propio grupo ha divulgado públicamente a través de su web, esta integración vertical de la producción se apoya en una unificación de sus sistemas de información para la gestión.

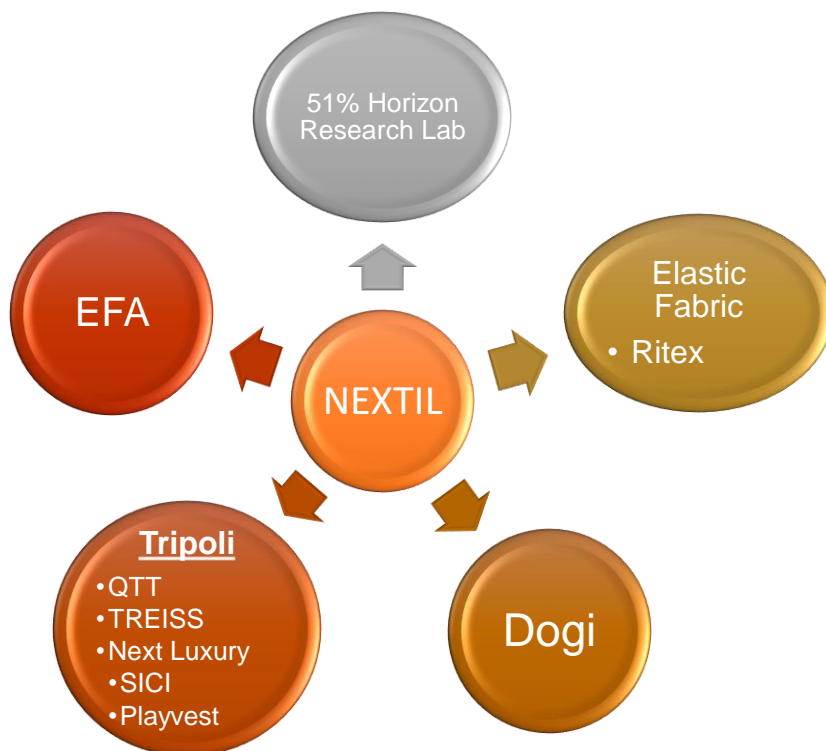
Al finalizar ese año 2020, Nextil contaba con tres fábricas propias situadas en Europa y EE. UU., así como otras más en Marruecos, Turquía, Túnez, Portugal y Camboya, con las que opera en régimen de asociación con agentes económicos locales. El grupo indica que tiene presencia comercial en los cinco continentes, alrededor de 500 trabajadores, de los cuales el 95% con un contrato indefinido, más de un centenar de proveedores multinacionales y más de medio millar de clientes de grandes marcas de moda y confección. Entre las marcas

⁷ http://www.nextil.com/wp-content/uploads/2021/05/Estado_de_Informacio%CC%81n_No_Financiera_2020_Nextil_Group.pdf

punteras que adquieren los tejidos tintados con pigmentación natural que fabrica el grupo Nextil se encuentran Mango, Zara, Oysho, Desigual, Converse, Adidas o Timberland⁸. En ese año 2020, su cifra de negocios se elevaba a 58.511.308 euros, con un volumen de compras de 33.145.950 euros, habiendo realizado una inversión en I+D en los dos ejercicios previos de 2,2 millones de euros.⁹

Acudiendo a la distinta información que se facilitada a los inversores a través de las instituciones reguladoras del mercado bursátil, incluyendo a las Cuentas Anuales y al contenido del Estado de Información no Financiera, se puede establecer la representación esquemática de las relaciones entre las sociedades del grupo y algunas de sus marcas comerciales al cierre del año 2020, según se recoge en la ilustración 2.1.

Ilustración 2.1 Sociedades y marcas integrantes del grupo Nextil



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la web de Nextil

⁸ <https://www.modaes.es/empresa/nextil-gana-150000-euros-en-el-primer-trimestre-tras-disparar-un-52-sus-ventas.html>

⁹ <https://www.nextil.com/>

Nueva Expresión Textil, S.A. es la sociedad principal y dominante del grupo empresarial. Esa sociedad controla directa o indirectamente a otras sociedades filiales dependientes, siendo la actividad principal de todas ellas la fabricación y comercialización de tejidos de todo tipo para el sector de la moda, aunque cada una se especialice para realizar actividades productivas complementarias o que corresponden a distintos segmentos o nichos de mercados, aunque también se llevan a cabo transacciones entre ellas.

Después de varios cambios, fusiones y liquidaciones de varias de las sociedades dependientes del grupo Nextil durante el proceso de reestructuración que se produjo a raíz de la entrada en la propiedad de los nuevos inversores de control, a 31 de diciembre 2020 las sociedades filiales con las que opera, una vez excluidas las de inminente liquidación en aquel momento, eran las siguientes:

- ELASTIC FABRICS OF AMERICA INC. Fabrica y comercializa tejido elástico. Su centro se localiza en Greensboro (Carolina del Norte, USA)
- DOGI SPAIN, S.L.U. Fabrica y comercializa tejido elástico. Su centro se localizaba en El Masnou (Barcelona)
- TRÍPOLI INVESTMENTS, S.L.U. Es una sociedad holding de la que dependen las divisiones de diseño, confección y comercialización de prendas de punto, de baño y de deporte.
- GÉNEROS DE PUNTO, TREISS S.L.U. Diseño, confección y comercialización de prendas de punto, de baño y de deporte para clientes Premium.
- GRUPO QTT. Es la sociedad en la que se concentra la fabricación de tejidos de punto, potenciando las líneas de artículos sostenibles con el medio ambiente, sobre la base de algodones orgánicos y materiales reciclados y tintados naturales.
- ELASTIC FABRICS, S.L.U. Fabrica y comercializa tejido elástico.
- RITEX 2002, S.L.U. Comercializa y fabrica tejidos elásticos para industria

de trajes de baño y prêt-a-porter.

- NEXT LUXURY S.L.U. Diseño, confección y comercialización de prendas de punto, de baño y de deporte para clientes Premium. Su fábrica está en Braga, Portugal.
- SICI 93 BRAGA, S.A. Confecciona prendas para mercados de lujo. Su fábrica está también en Portugal.
- PLAYVEST, S.A. Desarrolla y comercializa prendas en tecnología “*seamless*” (sin costuras), Jacquard de alta complejidad o tradicional para mercados de deporte, athleisure, ropa interior y maternidad. Es otra de las sociedades con sede en Portugal.
- HORIZON RESEACH LAB, S.L. En esta sociedad se incluye el laboratorio de innovación textil especializado en procesos de tintado sostenible.

La estrategia de adquisiciones se une a una diversificación comercial de las producciones por marcas, las cuales, a cierre de 2020, y de acuerdo a la información facilitada por el propio grupo empresarial, serían: DOGI, EFA, QTT, RITEX, TREISS, SICI93, PLAYVEST, y GREENDYES/GDYES (ilustración 2.2).

- DOGI: fabrica tejidos elásticos a precios asequibles y de alta calidad, con diseños de moda íntima, de baño y deportiva.
- EFA: marca que ofrece telas elásticas fabricadas en Estados Unidos, usando alta tecnología. Está enfocada a ropa textil del sector sanitario y al sector de moda íntima.
- QTT: marca centrada en la producción de tejidos de punto sostenibles y respetuosos con el medio ambiente, a partir de fibras como el algodón, poliéster, lanas viscosas, etc. Cuenta con una planta de I+D+i propia que permite estar en vanguardia de las novedades o necesidades del mercado.
- RITEX: marca especializada en tejidos elásticos de alta calidad de poliamida y poliéster para ropa de baño, deporte y pret-a-porter. Se sitúe

entre los líderes de los proveedores del mercado mundial de trajes de baño. Trabaja en equipo con otras marcas como EFA Y DOGI, que proporcionan tejidos elásticos.

- TREISS: esta marca se dedica al diseño, patronaje y confección de prendas de punto, baño y deporte. Está especializada en la ejecución y entrega de diseños en un corto periodo de tiempo. Destaca en la fabricación de ropa Fast-Fashion, de baño y de deporte para las grandes marcas mundiales. Cuenta con las tecnologías más avanzadas para el diseño y confección de prendas.
- SIC193: esta marca fabrica prendas de moda de alta calidad, dirigida al mercado de lujo, trabajando para las casas de moda más prestigiosas del mundo. Cuenta con unidades de fabricación, embalaje, corte, inspección de calidad y desarrollo de muestras.
- PLAYVEST: esta marca fabrica tejido y se ocupa de la posterior confección de prendas usando una tecnología tradicional para el sector del deporte, ropa interior y maternidad. Esta marca tiene ropa de alta complejidad, prendas seamless Jacquard, muy cómodas para el deporte y moda íntima porque no tienen costuras.
- GDYES: esta marca cuenta con una patente exclusiva que se aplica a la tintura de tejidos orgánicos y sintéticos, usando productos naturales no contaminantes siguiendo un proceso de baja temperatura y un consumo de agua mucho más reducido que el de la tintura química tradicional. Por lo tanto, uno de los valores principales de esta marca es el compromiso con el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad.

Ilustración 2.2 Marcas integrantes del Grupo Nextil a cierre de 2020



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la web de Nextil

El pilar de la sostenibilidad en el plan de negocio de Nextil

El grupo Nextil emprendió en 2019 una ambiciosa estrategia de sostenibilidad como pilar clave de la consolidación del modelo de negocio al que aspira. Desde la puesta en marcha de esa iniciativa, Nextil ha procurado situarse como un referente en el sector textil en cuanto a responsabilidad social, principios éticos y valores que consideran que son fundamentales para el éxito y la mejora de su actividad empresarial.

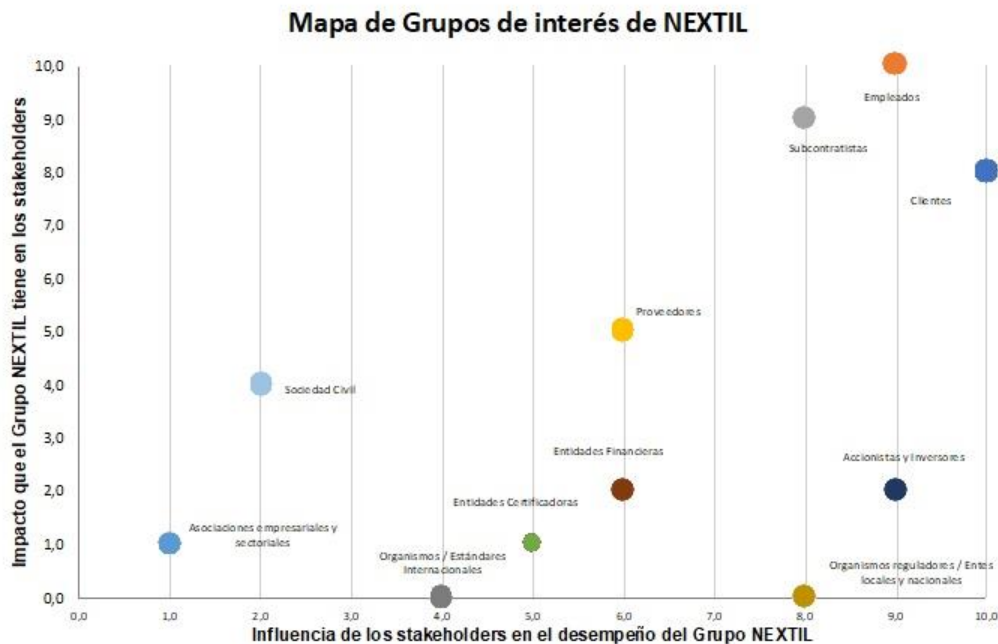
Como se indica en los sucesivos Estados de información no financiera publicados por el grupo Nextil hasta el año 2020, entre esos principios fundamentales que distinguen a la estrategia de negocio adoptada destacan los de legalidad, integridad, profesionalidad y sostenibilidad, los cuales forman parte de un código ético que sirve de guía tanto a empleados como a directivos. La observancia de estos principios se extiende a los proveedores con los que el

grupo se relaciona, de manera que se han de comprometer a respetarlos en el marco de las transacciones comerciales que se mantengan.

De cara a alcanzar la máxima excelencia en su desempeño, el grupo Nextil proclama su compromiso estratégico con las necesidades de sus distintos grupos de interés que se implican en su actividad. Entre ellos se encuentran clientes, empleados, accionistas e inversores, proveedores y subcontratistas, organismos de estándares internacionales de la industria, entidades certificadoras, organismos reguladores, entes locales y nacionales, entidades financieras, sociedad civil y asociaciones empresariales y sectoriales.

De acuerdo con el estándar de amplia aceptación por el que Nextil se guía para la elaboración de su estado de información no financiera, basándose en las directrices de sostenibilidad establecidas por GRI (Global Reporting Initiative), en su versión G4, se ha realizado lo que se denomina como “análisis de materialidad”. Dicho análisis tiene como finalidad la de definir los principales aspectos materiales y terceros implicados, o stakeholders, que se ven afectados por la actividad del grupo. Aplicando una metodología basada en una consulta interna y externa a la que se dio inicio en 2019, se ha confeccionado un mapa de posicionamiento de los grupos de interés en el que se representa de forma combinada su grado de influencia y el nivel de impacto de la actividad del grupo que les afecta. En el gráfico 2.1 podemos observar en el gráfico los grupos que más influencia ejercen en el funcionamiento del grupo Nextil y a la vez que más afectan en el mismo son empleados, subcontratistas y clientes, seguido de los proveedores y accionistas.

Gráfico 2.1 Mapa de Grupos de interés de Nextil



Fuente: www.nextil.com

Asimismo, el grupo Nextil manifiesta su absoluto compromiso con el respeto y la protección de los derechos humanos y laborales, con los principios recogidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas, las Líneas Directrices de la OCDE y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo. Asimismo, declara que no tolera las condiciones degradantes de trabajo ni el empleo de mano de obra infantil. Los procesos y productos del grupo Nextil se acreditan y certifican conforme a estándares exigentes de sostenibilidad y se comprometen con el cuidado del medio ambiente.

La relación con los recursos humanos está orientada a crear un buen ambiente de trabajo, saludable y que tenga siempre en cuenta la formación de estos trabajadores, en un marco de promoción según el mérito e igualdad de oportunidades. Igualmente, tanto los proveedores como los subcontratistas son una parte más involucrada en la empresa y su elección atiende a criterios objetivos y de responsabilidad para asegurar la máxima calidad. Asimismo, se promueve el mantenimiento de un diálogo permanente con la sociedad civil que se materializa en colaboraciones con ONG, sindicatos, organizaciones

comunitarias y otros actores de relevancia que participan activamente en la defensa de los intereses del sector textil.

En los distintos Estados de Información no Financiera que en estos últimos años ha difundido Nextil se pone de manifiesto que el compromiso con el medio ambiente es una de las características esenciales de la estrategia que envuelve su actual plan de negocio. Todas las actividades del grupo van dirigidas a la sostenibilidad, tanto social como medio ambiental. Para valorar este aspecto en su contexto, hay que tener en cuenta la fuerte exposición pública que el sector textil ha soportado en el pasado, sobre todo en lo relativo a controversias medioambientales (García et al, 2017). Fundamentalmente, ello se debe a las considerables necesidades de recursos naturales que sus actividades suelen requerir y a su huella en la biodiversidad. El patrón de la industria textil se caracteriza por un elevado consumo hídrico y energético, y por el uso de tintes con sustancias químicas tóxicas y generación de importantes cantidades de vertidos, gases de efecto invernadero o desechos contaminantes (Folgueira, 2018).

En este sentido, el grupo Nextil ha expresado su especial preocupación por el cuidado del medio ambiente, habiéndose comprometido a reducir los niveles de contaminación en los procesos de fabricación y tintado de tejidos. Para ello, ha adoptado unas políticas de gestión medio ambiental que se proponen conseguir una reducción progresiva de la contaminación derivada de sus actividades, mediante la reducción al mínimo del consumo de agua, energía, productos químicos y residuos contaminantes. También ha implementado políticas de reciclaje y de economía circular que hacen posible que los recursos empleados sigan generando valor a través del tiempo.

En pleno auge de la tendencia por la sostenibilidad como valor central en las grandes firmas de moda, un hito a destacar por su importancia en términos de reputación es el desarrollo por parte de Nextil Group de una patente mundial denominada "Greendyes". Creado en un parque científico universitario, se trata de un sistema de tintura de tejidos mediante un proceso no contaminante, sin prácticamente agua y con un drástico descenso del consumo de energía, unas

75 veces menor que las técnicas tradicionales de teñido de los tejidos, al realizarse sobre estos unos tratamientos fotoquímicos con rayos uva e infrarrojos a temperatura ambiente. Durante este proceso únicamente se emplean materias primas orgánicas, de origen natural y sin componentes tóxicos, y se puede aplicar tanto en fibras naturales como en fibras sintéticas. También supone un impulso a la economía circular, dado que una prenda de materia orgánica o de cualquier otro tejido biodegradable teñida con “Greendyes”, al terminar su vida útil, puede convertirse en un futuro fertilizante para el terreno.

2.3. El impacto de la pandemia del COVID-19 en la industria textil. Repercusiones para el grupo Nextil

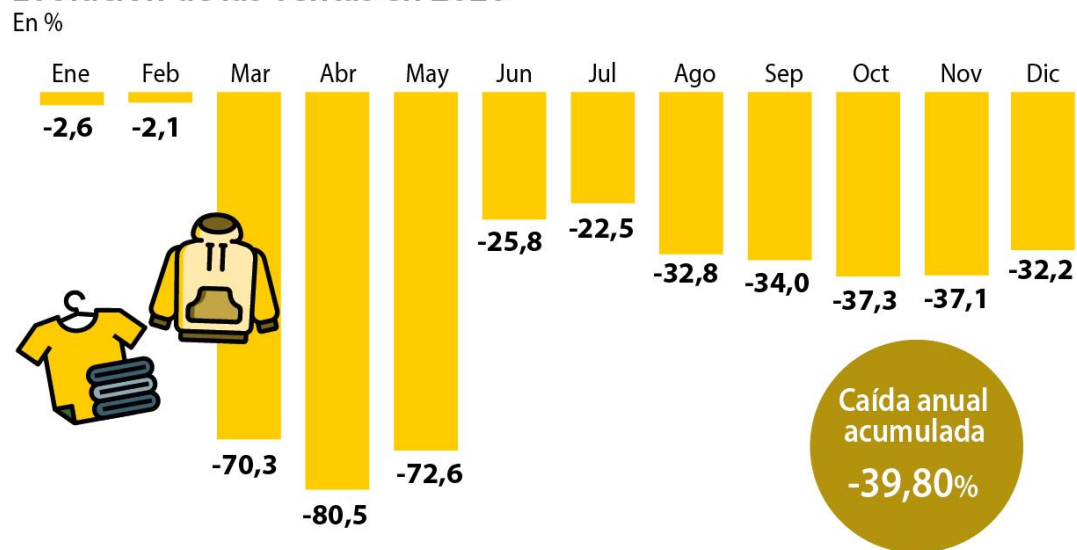
La declaración de situación de pandemia mundial debido a la Covid-19 en marzo de 2020 marcó un nuevo rumbo a la sociedad y a la economía mundial, desencadenando una crisis que ha afectado a todas las empresas y sectores de actividad productiva.

El sector textil ha sido uno de los más afectados, tanto en lo que se refiere al lado de la oferta como al de la demanda. Debido a las restricciones a la movilidad y a los confinamientos como consecuencia de la pandemia, sus ventas descendieron de manera muy brusca. Además, en la vertiente de la fabricación, se vieron golpeadas todas las etapas de la cadena de valor (diseño, confección, distribución, canales de venta, etc.). Por otro lado, el sector de la moda tiene un impacto muy relevante en el caso español, pues antes de la llegada del Covid-19 ya suponía una cifra de negocio de cerca de 15.000 millones de euros que alcanzaba a un 2,8% del PIB y empleaba a unas 150.000 personas, según un informe elaborado por la consultora Ernst & Young junto a Boston Consulting Group.

Si se extiende al comercio minorista, el sector implica al trabajo de 200.000 personas en casi 62.000 establecimientos.

Gráfico 2.2 Evolución de las ventas del sector textil en España en 2020

Evolución de las ventas en 2020



ABC

Fuente: abc.es/economía

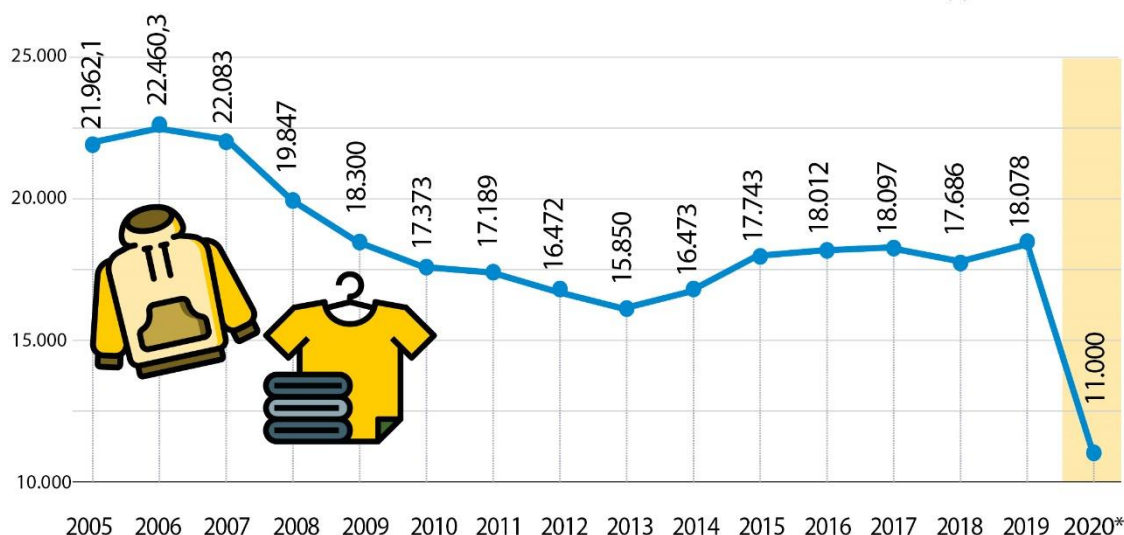
Según indica la empresa Acotex, desde que dio comienzo la crisis hasta enero de 2021, el empleo en las ramas textiles ha disminuido un 25% y la facturación se ha reducido en prácticamente un 40%. Como se puede observar en el gráfico la facturación desde el 2019 debido a la pandemia ha caído en picado. En cifras, se ha dejado de ingresar en torno a 7.200 millones de euros, 50.000 personas han perdido su puesto de trabajo y 15.000 comercios se han visto obligados a cesar con la actividad, estimándose que el 90% no volverá a abrir sus puertas, aunque muchas empresas sin capacidad financiera efectiva siguieran activas, al tener a sus empleados en ERTE. Otros negocios sobreviven a la situación con escasas expectativas de continuidad, al no acceder a ayudas ni alcanzar una facturación mínima que permita alcanzar umbrales de rentabilidad.

Gráfico 2.3 Evolución de la facturación del comercio textil en España

Evolución de la facturación del comercio textil en España

En millones de euros

(*) Previsión



Fuente: abc.es/economía

Un estudio basado en encuestas sobre el impacto global de la pandemia en el negocio textil y de la confección realizado por ITMF (Federación Internacional de Fabricantes Textiles) pone de relieve que el volumen de negocios real en todo el mundo en 2020 fue un 9% menor comparándolo con 2019. El incremento del comercio on-line, o de determinados segmentos como el de la ropa de uso laboral de protección, no ha podido compensar las fuertes caídas en la demanda en su conjunto durante un período prolongado, incluso cuando las medidas restrictivas ya se comenzaban a relajar. Por otro lado, la recuperación de los niveles de actividad de la producción se enfrenta a la incertidumbre de los cambios estructurales que ocasiona el cambio de los usos y costumbres del consumidor, con un importante desarrollo del comercio digital que se ha terminado de asentar definitivamente en la época de restricciones.

Efectos del Covid-19 en el Grupo NEXTIL.

Por lo que respecta al grupo Nextil, en 2019 había logrado volver al camino de los beneficios de explotación, impulsados por un creciente volumen de

facturación que podemos decir que empezaba a reflejar la estrategia de centralización de la gestión, racionalización de costes y reorientación comercial que la empresa había venido implementando. Sin embargo, sus perspectivas futuras prometedoras, en lo referente a expansión del negocio con nuevas adquisiciones, se truncaron bruscamente a partir del 2020 debido al COVID-19.

La pandemia afectó a todas las empresas del grupo Nextil, que redujeron sustancialmente, o incluso paralizaron, su actividad productiva y comercial. Los pedidos se interrumpieron por el cierre de las tiendas físicas, y por la falta de consumo doméstico, a consecuencia de las restricciones a la movilidad y confinamientos que las autoridades públicas decretaron. Previo acuerdo con los trabajadores, en todas las sociedades españolas se aplicaron los ERTE, acabando en 2020 por firmar un ERE que afectó a fábricas en España y extranjeras, para que la plantilla se ajustase a un distinto ritmo y nivel de producción. En la filial estadounidense contó con ayudas económicas a fondo perdido para mantener al máximo número de empleados posibles. Asimismo, se decidió cesar en la actividad de la fábrica de El Masnou, debido a sus limitaciones estructurales, derivándola a otras o subcontratándola.

Con todo, Nextil cerró 2020 con pérdidas totales de más de 24 millones de euros, respecto a los 9 millones del año anterior, y con una facturación un 37,6% inferior. Además de por la interrupción general de los procesos de fabricación, el descenso en la facturación se explica también por la decisión de abandonar el mercado de fast fashion en su unidad de prenda, que era el de mayor volumen de facturación para el grupo, aunque con escaso margen de beneficio. También se aprovechó para volver a reordenar la organización comercial en cinco nichos de mercado: lujo, deporte, íntima, deporte y sanitario.

Desde la declaración de pandemia, Nextil, en su condición de sociedad cotizada en el mercado continuo bursátil español, lleva publicando información trimestral que revela unas pérdidas continuadas y unos desequilibrios devastadores que han conducido a que tenga que reinventar su modelo de negocio una vez más, para poder enfrentarse a la nueva crisis con esperanzas de superarla. Su principal accionista, Sherpa Capital, inyectó 8,18 millones de euros en Nextil a

través de un préstamo participativo, intentando afianzar el equilibrio financiero de la empresa en un momento de especial dificultad, al tener que sostener una estructura de costes fijos sin apenas ingresos.

Para remontar la situación, la dirección del grupo Nextil decidió acentuar su estrategia ya implantada de competir en la industria de la moda con unos productos que cuenten con elevados estándares de sostenibilidad, adaptándose a los cambios sociales. Respecto a etapas pasadas en la que podía primar la mentalidad consumista, hoy en día cada vez hay una tendencia más acusada de clientes finales del textil que se encuentran concienciados hacia compras más responsables, sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

Asimismo, además del compromiso con la línea estratégica de la moda sostenible, el plan de negocio de Nextil para futuros ejercicios posteriores a la pandemia continuará con los procesos de reestructuración e integración. Se prevé incorporar nuevas empresas, a través de adquisiciones, para alcanzar una facturación de entre 100 y 200 millones con la incorporación de nuevas empresas que sean complementarias.

3. METODOLOGÍA

En este epígrafe, se va a plantear como se ha obtenido la información utilizada para la realización de esta investigación.

En el caso de los datos cuantitativos la información se ha obtenido de la página Comisión Nacional Del Mercado De Valores (CNMV) en la que se publican los informes financieros anuales de Nextil. Posteriormente, se ha procedido a calcular una serie de ratios de uso convencional en el ámbito del análisis económico-financiero, aunque a la hora de calcular algunos, como en el caso del ROE para el conjunto del grupo, se ha tenido en cuenta previamente si tenía sentido su interpretación, a la luz de que arrojaba resultados negativos o también un patrimonio neto negativo. La información anterior se ha complementado con otra extraída de la página web del grupo Nextil y de los Estados de Información no financiera que ha difundido.

4. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

La utilización de técnicas de análisis económico financiero aplicadas a los estados contables que en 2018, 2019 y 2020 ha presentado el grupo Nextil y las sociedades que lo componen permite la realización de un diagnóstico de la situación y de su evolución reciente en lo que se refiere a aspectos clave como liquidez, solvencia, endeudamiento o rentabilidad, que convencionalmente definen la marcha de un negocio, condicionan el cumplimiento de sus objetivos y sirven a los responsables de la empresa para la toma de las decisiones correctas.

Para efectuar este análisis económico financiero del grupo Nextil, se comenzará con un análisis preliminar que se basa en el cálculo de porcentajes horizontales y verticales, y posteriormente se determinará el valor de algunos de los ratios financieros de uso habitual en los ejercicios económicos 2018, 2019 y 2020. Este análisis nos servirá para conocer la capacidad con la que cuenta la empresa para mejorar su gestión económica.

4.1 Análisis preliminares por porcentajes verticales y horizontales

Con el análisis preliminar se ha pretendido efectuar un primer acercamiento cuantitativo al peso sobre el total del activo de las distintas masas patrimoniales del balance, mediante el cálculo de porcentajes verticales, con la finalidad de observar si se aprecia una composición equilibrada de los recursos económicos y financieros. Asimismo, calculando los porcentajes horizontales de las masas patrimoniales del balance, tomando como año base el primero de la serie, que corresponde a 2018, se ha establecido la proporción en la que esas magnitudes varían en el tiempo y su aumento o disminución.

4.1.1 Porcentajes verticales

El análisis vertical expresa mediante porcentaje la participación de cada una de las cuentas del balance. Indicando como está el activo, pasivo y patrimonio neto de la sociedad.

Nos sirve para saber si la distribución de los activos y pasivos de la empresa es la correcta para cubrir sus necesidades. Este porcentaje se puede aplicar a varias empresas del sector para compararlas o se puede aplicar a la misma empresa comparándola en distintos ejercicios y ver su evolución financiera.

Tabla 4.1 Porcentajes verticales del grupo

	2018	2019	2020
ACTIVO NO CORRIENTE	48,1%	49,5%	49%
ACTIVO CORRIENTE	51,9%	50,5%	51%
TOTAL ACTIVO	100%	100%	100%
PATRIMONIO NETO	-4,7%	-1,1%	-50,3%
PASIVO NO CORRIENTE	37,8%	32,9%	77,1%
PASIVO CORRIENTE	66,9%	68,2%	73,1%
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.2 Porcentajes verticales de la empresa matriz

	2018	2019	2020
ACTIVO NO CORRIENTE	93,4%	87,5%	84,1%
ACTIVO CORRIENTE	6,6%	12,5%	15,9%
TOTAL ACTIVO	100%	100%	100%
PATRIMONIO NETO	8,7%	33,4%	-18,8%
PASIVO NO CORRIENTE	39,6%	25,5%	101,4%
PASIVO CORRIENTE	51,7%	41,1%	17,4%
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

En la tabla 4.1 del análisis vertical del grupo podemos observar que los activos fijos se mantienen más o menos estables a lo largo de los tres años como también pasa con los activos circulantes. Por el contrario, las deudas a largo plazo aumentan considerablemente el último año 2020. Pero el pasivo circulante venía ya muy elevado de ejercicios anteriores, con lo cual las deudas se siguen acumulando, haciendo así que su patrimonio neto acuse ese descenso de forma drástica, llegando a cifras negativas, lo que quiere decir que la valoración del grupo es negativa teniendo un valor inferior a cero, pero en principio no está obligada jurídicamente a disolverse debido a esta circunstancia porque no es una sociedad independiente¹⁰.

En la tabla 4.2 del análisis vertical de la empresa Nextil, podemos observar que hay mucha diferencia entre el activo fijo y el circulante, la mayor parte de los activos son fijos por lo que no tendrá liquidez para afrontar las deudas a corto plazo. Aunque hay un aumento progresivo año tras año, continúan siendo mucho mayores los activos fijos que los circulantes. Referente a las deudas a largo plazo han aumentado considerablemente en el último año 2020. En cuanto al patrimonio neto ha habido mucho cambio de un año a otro, pero en el último año ha descendido de manera llamativa puesto que está en negativo, el patrimonio neto negativo en el 2020 significa que tendrá muchas pérdidas derivadas de la crisis del Covid-19. A pesar de la inyección de 8,18 millones de euros de Sherpa como accionista principal, la empresa no puede hacer frente a sus deudas y su patrimonio está en negativo sin embargo, a pesar de ello la empresa Nextil no se encuentra en situación de disolución y mantiene un plan de negocio cuyo objetivo es conseguir más facturación mediante la compra de nuevas empresas, como es el caso en 2019 con la compra de la empresa Horizon Research Lab entrando así en la fabricación de tejido con tinturas sostenibles con la que pretende obtener beneficios para los próximos ejercicios.

¹⁰ No obstante, en marzo de 2022 Nextil ha emprendido una ampliación de capital, mediante aportación dinerarias en parte y también mediante conversión deuda, cuya suscripción está asegurada por sus principales accionistas, al objeto de reforzar su estructura financiera
[<http://cnmv.es/portal/verDoc.axd?t=%7Bbc26a789-fed1-4f72-b520-13537e4eb8ea%7D>]

4.1.2 Porcentajes horizontales

Tabla 4.3 Porcentajes horizontales del grupo

	2018	2019	2020
ACTIVO NO CORRIENTE	100%	100,6%	68,7%
ACTIVO CORRIENTE	100%	95,2%	66,1%
TOTAL ACTIVO	100%	97,8%	67,3%
PATRIMONIO NETO	100%	22,9%	716,8%
PASIVO NO CORRIENTE	100%	85,1%	137,2%
PASIVO CORRIENTE	100%	99,8%	73,6%
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	100%	97,8%	67,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.4 Porcentajes horizontales de la empresa matriz

	2018	2019	2020
ACTIVO NO CORRIENTE	100%	114,3%	116,6%
ACTIVO CORRIENTE	100%	229,2%	311,2%
TOTAL ACTIVO	100%	121,9%	129,5%
PATRIMONIO NETO	100%	467,6%	-279,3%
PASIVO NO CORRIENTE	100%	78,7%	332%
PASIVO CORRIENTE	100%	96,7%	43,5%
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	100%	121,9%	129,5%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

En la tabla 4.3 del análisis de los porcentajes horizontal del grupo, el activo no corriente se ha mantenido durante 2018 y 2019 y en el año 2020 ha disminuido de manera considerable con respecto al año base, esto es debido a la liquidación de dos filiales de QTT, que son: Qtt Portugal y Qualita Tecnica Tessile Italia. El

grupo está haciendo una reestructuración recurriendo a la financiación y a los planes de ayudas públicos.

En cuanto al activo corriente también ha disminuido en el 2020 motivado al deterioro de las existencias por la cancelación de pedidos debido al Covid-19. A su vez el patrimonio neto ha aumentado en 2020 por la inyección de 8,2 millones de euros del accionista mayoritario Sherpa. Aunque está intentando encontrar el equilibrio entre ingresos y gastos, como podemos observar el pasivo no disminuye si no que se mantiene.

Con relación a la tabla 4.4 del análisis de los porcentajes horizontales de la empresa matriz podemos observar que el activo no corriente sufre un ligero ascenso en 2019 y 2020 en relación con el 2018. En cambio, el activo corriente ha aumentado sobre todo en 2020.

En cuanto al patrimonio neto con relación al 2018 en los dos años siguientes ha fluctuado de manera drástica, aumentando del 2018 al 2019 y pasando a estar en cifras negativas en el 2020. Las deudas a largo plazo, aunque parecen ir mejor en 2019, en 2020 hay más del tripe que en 2018 y el pasivo corriente, al contrario, disminuye sobre todo en 2020.

4.2 Análisis financiero

Con el fin de alcanzar el objetivo del trabajo que es realizar un análisis económico financiero un análisis financiero del grupo Nextil y de su empresa matriz y determinar las necesidades que presentan.

Pasamos a usar la aplicación tradicional de los ratios más comunes que se utilizan en este campo del análisis contable. Para obtener los datos necesarios he consultado el balance de situación del grupo y la empresa matriz y la cuenta de pérdidas y ganancias.

A partir de ahí hemos utilizado los ratios financieros más habituales según Edmundo R. Lizarzaburu, Gerardo Gómez & Robert Beltrán López. (2016)

Los ratios financieros utilizados son: ratios de liquidez, ratios de endeudamiento, ratios de solvencia y ratios de rentabilidad.

Según Gómez-Bezares & Sánchez Fernández (2002) definen los ratios, “como un instrumento de análisis que por su simplicidad y eficacia constituye un excelente soporte para la elaboración e interpretación de la información contable financiera”.

A continuación, se analizarán los resultados obtenidos con la aplicación de dichos ratios.

4.2.1 Ratios de liquidez

Los ratios son herramientas que miden la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus obligaciones o pagos a corto plazo. Conociendo este dato sabremos si la empresa tiene liquidez.

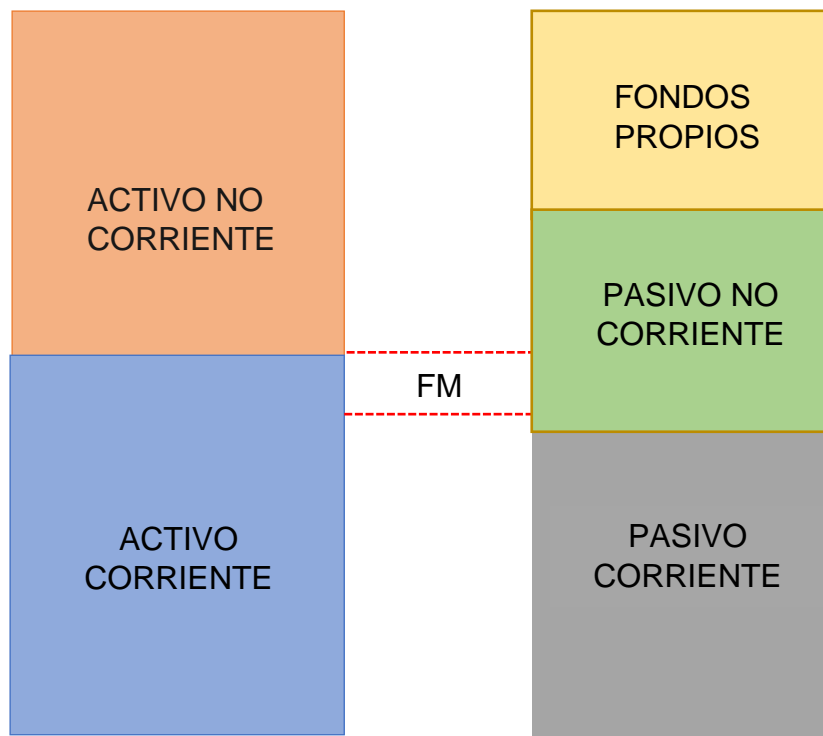
Se basan en comparar partidas del activo circulante con las del pasivo circulante, las cuales dan información sobre la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a las deudas contraídas, si tiene dificultades o necesidad de financiación dependiendo de la liquidez que tenga.

Dentro de estos ratios de liquidez los más importantes son: ratio circulante o corriente y test de la prueba ácida.

4.2.1.1 Capital circulante o corriente

Para calcular el ratio de capital circulante debemos hacer un paso previo que es el cálculo del fondo de maniobra, el cual es el dinero o remanente con el que cuenta la empresa después de pagar sus deudas más inmediatas, es decir, el dinero para hacer frente al día a día.

Ilustración 4.1 Fondo de maniobra



Fuente: Elaboración propia

El fondo de maniobra permite a la empresa cancelar sus obligaciones o deudas en plazo, asegurar el crédito de la misma, hacer frente a emergencias que surjan y aplicar políticas crediticias más beneficiosas con sus clientes. Su fórmula es:

$$\text{Fondo de maniobra} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

Tabla 4.5 Fondo de maniobra del grupo

	2018	2019	2020
ACTIVO			
CORRIENTE	38.067.455	36.251.811	25.156.465
PASIVO			
CORRIENTE	49.078.085	48.971.121	36.132.019
FONDO DE MANIOBRA	-11.010.630	-12.719.310	-10.975.554

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.6 Fondo de maniobra de la empresa matriz

	2018	2019	2020
ACTIVO CORRIENTE	1.280.780	2.936.184	3.986.033
PASIVO CORRIENTE	9.993.356	9.668.376	4.347.859
FONDO DE MANIOBRA	-8.712.576	-6.732.192	-361.826

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

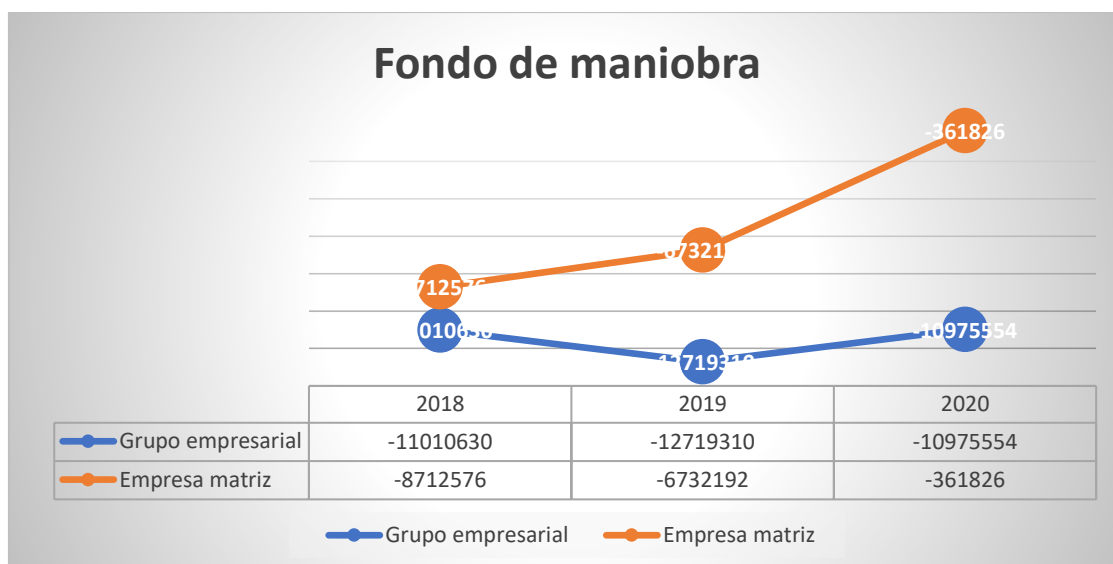
Como podemos observar en las tablas 4.5 y 4.6 tanto en el grupo empresarial como en la empresa matriz tienen un fondo de maniobra negativo, el activo corriente es menor que el pasivo corriente lo que genera un desequilibrio financiero. Tanto la empresa como el grupo podrían tener problemas para hacer frente a sus deudas día a día puesto que no tienen liquidez.

En el grupo año tras año el activo corriente va disminuyendo por lo que es negativo. Pero por otro lado como también disminuyen su pasivo esto es positivo, lo que hace que el fondo de maniobra se mantenga estable sin grandes fluctuaciones durante estos tres años de comparativa, aunque sigue estando en números negativos. Se puede decir que en estos tres años del 2018 al 2020 debido a este fondo de maniobra con cifras

negativas muy elevadas el grupo va a tener grandes problemas de liquidez.

Por el contrario, en Nextil como empresa matriz las cifras, aunque siendo negativas en su fondo de maniobra, se puede apreciar un descenso claro desde el 2018 al 2020. Del 2018 al 2019 el activo corriente aumenta considerablemente, así como del 2019 al 2020 que sigue en ascenso. A su vez el pasivo corriente va disminuyendo del 2018 al 2019 de forma menos acentuada, y del 2019 al 2020 es donde podemos observar una gran bajada que beneficia a la empresa. El fondo de maniobra, aunque sigue en números negativos desciende considerablemente y se puede suponer que en los siguientes años va a seguir esa tendencia alcanzando números positivos. Ya que, si en plena pandemia ha ido disminuyendo el pasivo corriente y aumentando el activo corriente, en 2021 que la pandemia está más controlada seguirá mejorando la situación económica de la empresa en cuanto al fondo de maniobra.

Gráfico 4.1 Evolución del fondo de maniobra



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el análisis

Una vez que ya contamos con el dato del fondo de maniobra, pasamos a aplicar el ratio de capital circulante o corriente.

Este ratio es el más usado para calcular la solvencia a corto plazo de la empresa. El activo corriente incluye las cuentas por cobrar y los inventarios. El pasivo corriente incluye las cuentas por pagar a corto plazo, impuestos y otras cuentas de gastos. Su fórmula es:

$$\text{Ratio circulante} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Se considera que una empresa tiene liquidez si el resultado de calcular esta fórmula es 2, pero cuanto mayor sea este valor más liquidez tendrá la empresa. Este ratio es fundamental para conocer la supervivencia a corto plazo de una empresa. Este ratio de liquidez nos dice cuánto dinero tiene la empresa para seguir con el desarrollo de su actividad diaria, es como su colchón de seguridad.

Tabla 4.7 Ratio circulante del Grupo

	2018	2019	2020
ACTIVO CORRIENTE	38.067.455	36.251.811	25.156.465
PASIVO CORRIENTE	49.078.085	48.971.121	36.132.019
RAZÓN CIRCULANTE	0,78	0,74	0,70

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.8 Ratio circulante de la empresa matriz

	2018	2019	2020
ACTIVO CORRIENTE	1.280.780	2.936.184	3.986.033
PASIVO CORRIENTE	9.993.356	9.668.376	4.347.859
RAZÓN CIRCULANTE	0,13	0,30	0,92

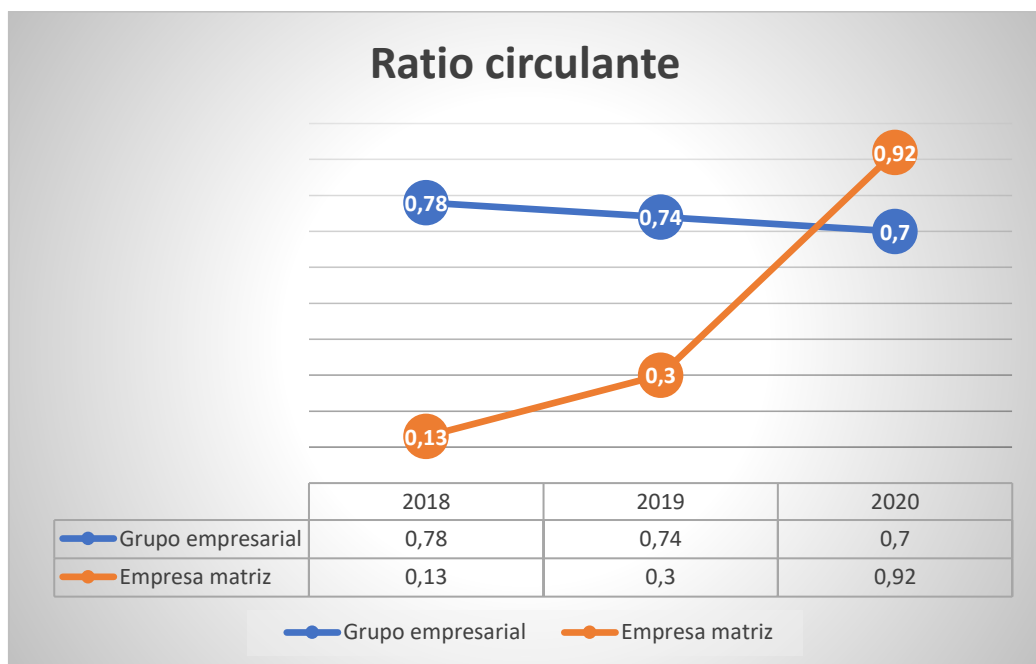
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Al calcular este ratio como podemos observar en las tablas 4.7 y 4.8 tanto el grupo como la empresa individual a fecha de 2020 no tienen liquidez puesto que no se acercan al 2 que sería el valor óptimo de este ratio.

En el caso del grupo en el año 2018 el valor era de 0.78 y sigue una tendencia a la baja durante los años posteriores. De lo que podemos deducir que el grupo empresarial cada vez tiene menos liquidez, aunque las deudas van disminuyendo cada año los ingresos siguen la misma tendencia y a su vez son menores que las deudas.

Por el contrario, en Nextil como empresa individual su liquidez, aunque no llega al valor óptimo de 2, año tras año va aumentando, acabando en 2020 muy próximo ya al 1. Los ingresos son menores que las deudas, pero los ingresos aumentan cada año y las deudas van disminuyendo cada año acercándose así al equilibrio óptimo.

Gráfico 4.2 Ratio circulante



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el análisis

4.2.1.2 Ratio de prueba ácida

Este ratio es similar al anterior pero excluye a los inventarios en el activo corriente. Es un indicador de liquidez más exigente, representa la

capacidad de la empresa para hacer frente sus obligaciones más exigibles. Se restan los activos del inventario porque son los menos líquidos y tendremos más dificultad en convertirlos en líquido en caso de quiebra de la empresa. Su fórmula es:

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Existencias}}{\text{Pasivo corriente}}$$

El resultado recomendado es mayor a 1 y se utiliza como indicador de liquidez si el inventario de la empresa no se puede convertir en efectivo fácilmente, en caso contrario es mejor aplicar el ratio circulante.

Tabla 4.9 Ratio de prueba ácida del grupo

	2018	2019	2020
ACTIVO CORRIENTE	38.067.455	36.251.811	25.156.465
EXISTENCIAS	15.330.638	14.981.285	7.655.754
PASIVO CORRIENTE	49.078.085	48.971.121	36.132.019
PRUEBA ÁCIDA	0,46	0,43	0,48

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.10 Ratio de prueba ácida de la empresa matriz

	2018	2019	2020
ACTIVO CORRIENTE	1.280.780	2.936.184	3.986.033
PASIVO CORRIENTE	9.993.356	9.668.376	4.347.859
PRUEBA ÁCIDA	0,13	0,30	0,92

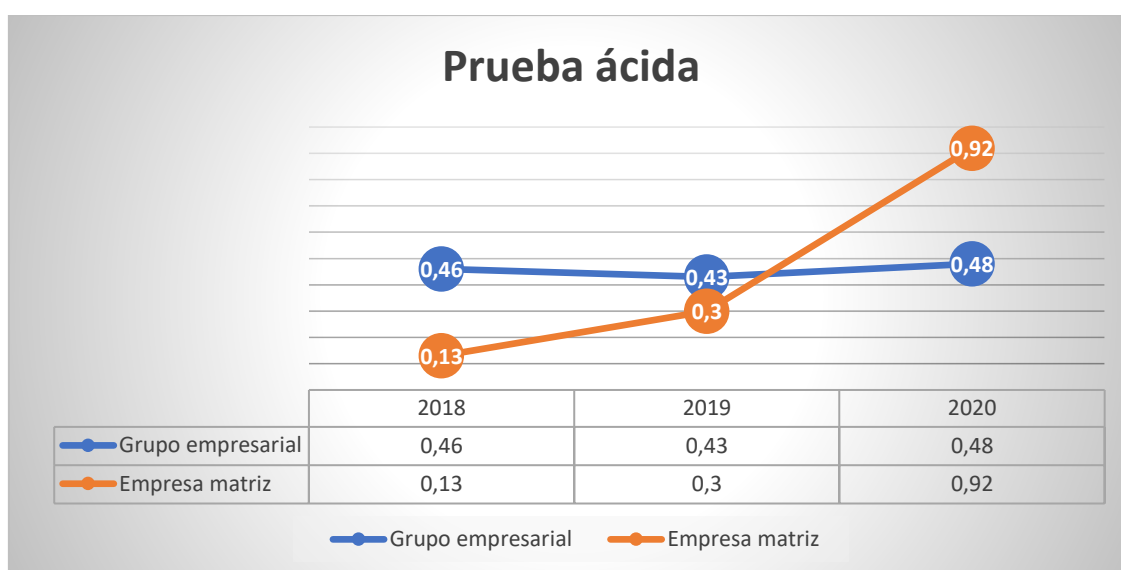
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Una vez calculado el ratio en el grupo vemos en las tablas 4.9 y 4.10 cómo el resultado ni se acerca al valor óptimo de 1. Aunque después de descender en el 2019 en el 2020 crece, pero quedándose muy lejos del 1. Como podemos observar en el 2020 el valor aumenta debido a que las existencias han disminuido y también ha disminuido el pasivo corriente pero no lo suficiente como

para que el grupo pueda hacer frente al pago de sus acreedores y proveedores con lo que corre el riesgo de tener impagos.

En el caso de la empresa matriz como podemos observar en la tabla XX, no tiene existencias por ser una holding, que solo cuenta con las acciones de las demás empresas y no tiene ninguna fábrica. Podemos interpretar que han ido disminuyendo las deudas y por lo tanto en 2020 consigue empezar a tener liquidez ya que se acerca al valor óptimo que es 1. Esto puede ser debido a la inyección de capital que aporta Sherpa mediante un préstamo a finales del 2020.

Gráfico 4.3 Prueba ácida



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el análisis

4.2.2 Ratios de solvencia

Su cálculo y posterior interpretación nos sirve para saber el nivel de deudas que la empresa ha contraído, el riesgo que suponen y su potencial de retorno, estos ratios nos dan a conocer si la empresa está financiada por recursos propios o ajenos, con lo cual es solvente si la mayoría de los recursos proceden de fondos propios.

4.2.2.1 Ratio de garantía

Este ratio nos va a indicar el riesgo de quiebra que tiene la empresa. La fórmula relaciona los activos de la empresa con su deuda y nos indica lo cerca o lo lejos que se encuentra de una posible quiebra. Si la empresa entra en quiebra sabremos si es capaz con la venta de sus activos hacer frente a sus deudas. Su fórmula es:

$$\text{Ratio de garantía} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$$

Para que la situación de la empresa sea buena el ratio debe estar entre 1,5 y 2,5. Si se encuentra en este intervalo podremos decir que la empresa aprovecha al máximo la solvencia y la rentabilidad. Y si el resultado está próximo al 1 diremos que se encuentra en quiebra técnica.

Tabla 4.11 Ratio de garantía del Grupo

	2018	2019	2020
ACTIVO TOTAL	73.390.445	71.803.759	49.408.756
PASIVO TOTAL	76.854.959	72.596.631	74.243.758
RATIO DE GARANTÍA	0,95	0,99	0,67

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.12 Ratio de garantía de la empresa matriz

	2018	2019	2020
ACTIVO TOTAL	19.317.600	23.549.606	25.012.578
PASIVO TOTAL	17.634.534	15.679.302	29.713.223
RATIO DE GARANTÍA	1,10	1,50	0,84

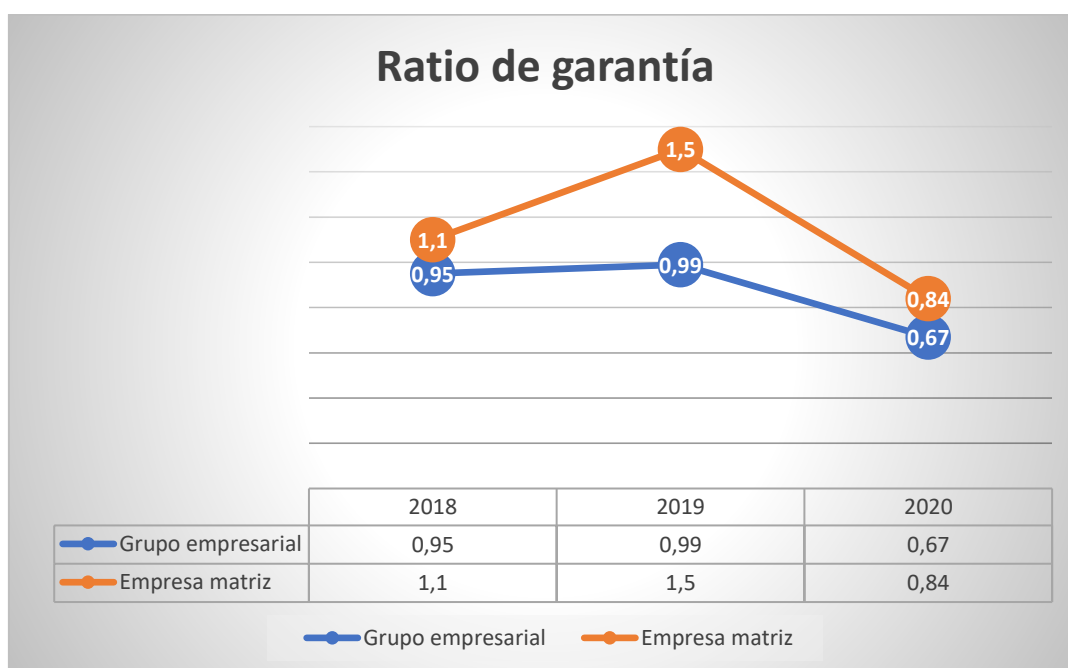
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Como podemos observar en la tabla 4.11, la situación del grupo empresarial en los tres años de estudio aplicando la fórmula del ratio, nos indica al tener un resultado inferior a 1, esto se interpreta que el grupo no tiene solvencia a, teniendo un índice alto de riesgo de impagos y que está en situación de

quiebra técnica. Incluso en el 2020 el ratio desciende por debajo de los años anteriores, teniendo una deuda muy elevada.

En referencia a la tabla 4.12 de la empresa matriz Nextil, el ratio sí que superó el 1 en 2018 y 2019 sufriendo un descenso en 2020 debido a un aumento considerable de las deudas aunque también han aumentado los activos pero no en la misma proporción, esto se debe en parte a la crisis del Covid-19. Con lo cual la empresa individualmente tiene problemas de solvencia y de impagos puesto que los activos con los que cuenta no son suficientes.

Gráfico 4.4 Ratio de garantía



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el análisis

4.2.2.2 Ratio de firmeza o consistencia

Este ratio indica la capacidad que tiene la empresa de atender sus deudas a largo plazo, se tienen en cuenta todos los activos de la empresa que representan su capacidad de pago, pues todos se pueden convertir en liquidez en un momento dando seguridad a los acreedores a largo plazo. Su fórmula es:

$$\text{Ratio de firmeza} = \frac{\text{Activo no corriente}}{\text{Pasivo no corriente}}$$

Su resultado tiene que ser como mínimo 1 pero como es a largo plazo y se utiliza para comprobar si la empresa ofrece garantía a terceros el valor puede ser superior a 2,5. Cuanto menor sea el resultado que de este ratio, más cerca se encuentra la empresa de una posible quiebra.

Tabla 4.13 Ratio de firmeza del grupo

	2018	2019	2020
ACTIVO NO CORRIENTE	35.322.990	35.551.948	24.252.292
PASIVO NO CORRIENTE	27.776.874	23.625.510	38.111.739
RATIO DE FIRMEZA	1,27	1,50	0,64

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.14 Ratio de firmeza de la empresa matriz

	2018	2019	2020
ACTIVO NO CORRIENTE	18.036.820	20.613.422	21.026.545
PASIVO NO CORRIENTE	7.641.178	6.010.926	25.365.364
RATIO DE FIRMEZA	2,36	3,43	0,83

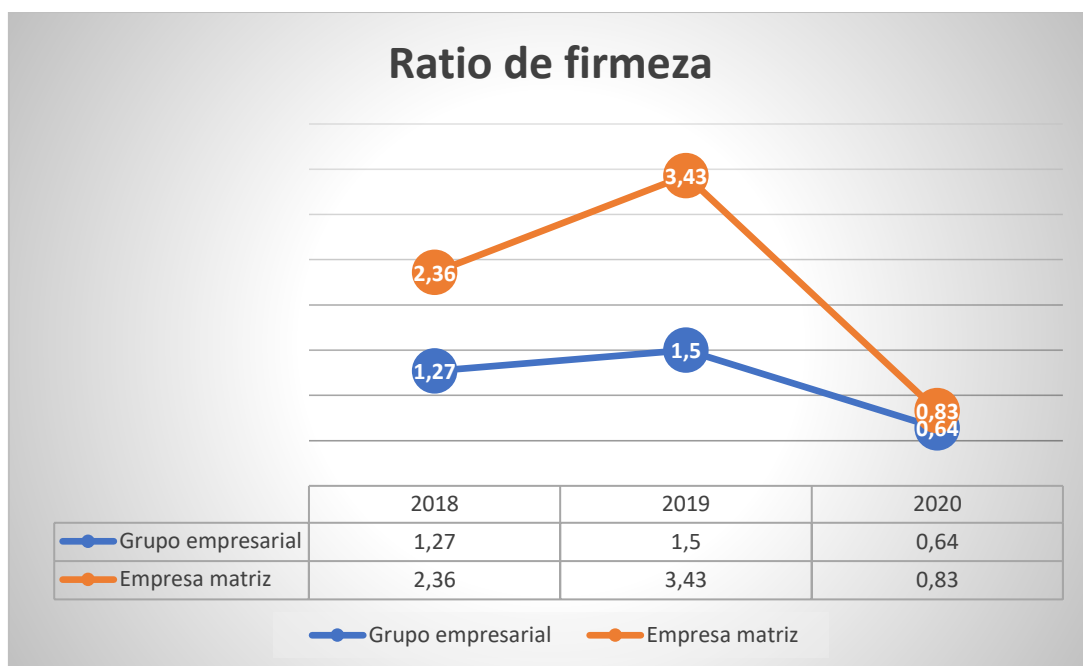
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

En cuanto al grupo empresarial después de aplicar la fórmula podemos observar en la tabla 4.13, que no supera el 1,5 el mejor de los años que es en 2019, volviendo a bajar del 1 en 2020 con lo cual podemos afirmar que el grupo empresarial va a ofrecer muy pocas garantías de pago a los acreedores a largo plazo. Acercándose a una posible quiebra al no contar con recursos suficientes después de la amortización de los elementos del inmovilizado con lo que puede tener dificultades de tesorería.

Como podemos observar en la tabla 4.14 de la empresa individual Nextil, ésta ha ido muy bien durante el 2018 y 2019 llegando en 2019 a estar muy por encima de 2 pero en 2020 cae bruscamente por debajo de 1 debido a un aumento considerado de las deudas a largo plazo, endeudándose mucho la empresa ya que el activo no ha aumentado en la misma proporción. Por lo

que la tendencia del último año del ratio de firmeza es no garantizar el pago a los acreedores a largo plazo.

Gráfico 4.5 Ratio de firmeza



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el análisis

4.2.3 Ratios de endeudamiento

Con este ratio podemos saber cómo está financiada la empresa, así saber la cantidad de deuda que tiene y poder descubrir los desequilibrios financieros que tenga la empresa entre deuda y patrimonio. Mide la relación que existe entre la financiación propia y la ajena de la empresa.

Los ratios que vamos a analizar son: endeudamiento total, a corto plazo y a largo plazo.

4.2.3.1 Ratio de endeudamiento total

Este ratio indica la relación existente entre las deudas que posee la empresa tanto a corto como a largo plazo y su patrimonio o capital neto, más las ganancias que haya obtenido hasta el momento.

$$\text{Endeudamiento total} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio neto}}$$

El valor óptimo después de aplicar la fórmula de endeudamiento total se sitúa en torno a 1, si supera la unidad quiere decir que la financiación ajena de la empresa es mayor a la propia.

Tabla 4.15 Ratio de endeudamiento total del grupo

	2018	2019	2020
PASIVO TOTAL	76.854.959	72.596.631	74.243.758
PATRIMONIO NETO	-3.464.514	-792.872	-24.835.002
ENDEUDAMIENTO	- 22,18	- 91,56	- 2,99

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.16 Ratio de endeudamiento total de la empresa matriz

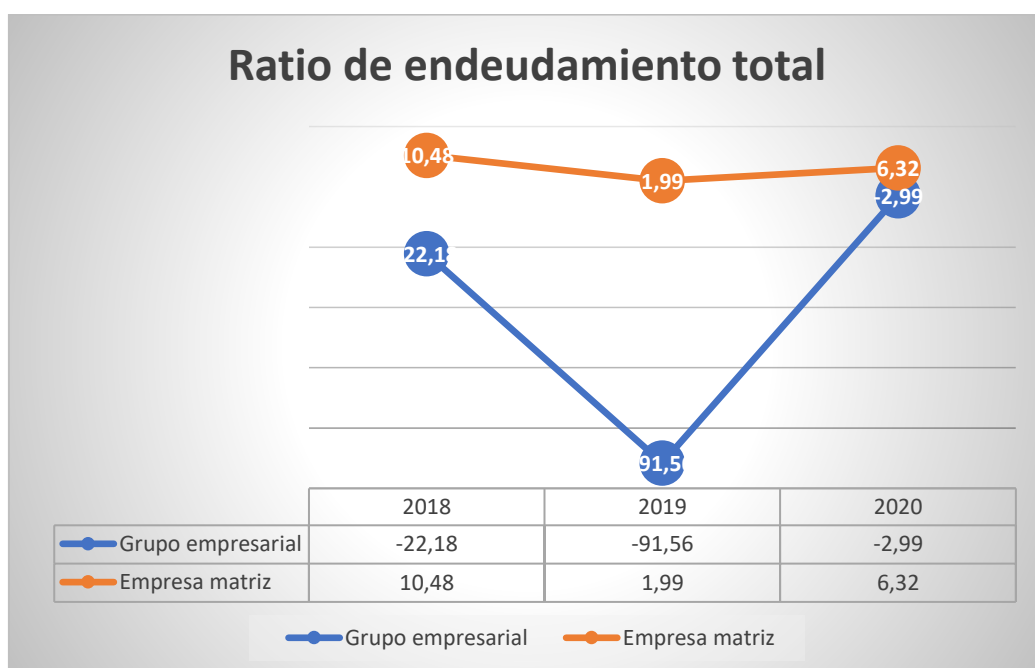
	2018	2019	2020
PASIVO TOTAL	17.634.534	15.679.302	29.713.223
PATRIMONIO NETO	1.683.066	7.870.304	4.700.645
ENDEUDAMIENTO	10,48	1,99	6,32

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Una vez aplicada la fórmula en el caso del grupo observamos en la tabla 4.15 que el endeudamiento es excesivo y que además es un endeudamiento ajeno puesto que el patrimonio neto es negativo, lo que significa que el grupo no cuenta con financiación propia. Hay que tener en cuenta que la empresa viene de años pésimos en cuanto a financiación por eso los valores del patrimonio son negativos estando en una situación crítica porque la financiación con la que cuenta es la que han aportado en años anteriores los socios mayoritarios como es el grupo Sherpa, pero una vez pasada la crisis de la pandemia y tras la reestructuración que se ha llevado a cabo, en años venideros se empezarán a ver posiblemente resultados positivos.

En el caso de la empresa individual Nextil , como se muestra en la tabla 4.16, solo en el 2019 tiene un valor próximo al 1, tanto en 2018 y 2020 superan a este valor lo que significa que se está endeudando por encima de sus posibilidades, ya que la mayoría de su financiación es ajena. Vemos como el pasivo ha ido creciendo a lo largo de los tres años muy por encima de lo que ha crecido el patrimonio neto que incluso en el 2020 ha disminuido con respecto al año anterior.

Gráfico 4.6 Ratio de endeudamiento total



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el análisis

4.2.3.2 Ratio de endeudamiento a corto plazo y a largo plazo

El endeudamiento a corto plazo sirve para conocer el nivel de apalancamiento que tiene la empresa y la capacidad que tiene para hacer frente a las deudas que deriven del mismo.

Cuanto mayor sea el ratio más probabilidad tendrá la empresa de ser insolvente. Al tener pocos fondos propios la empresa dependerá totalmente de sus acreedores y no tendrá autonomía financiera, puesto

que la empresa cuenta con un dinero que es de terceros y lo tiene que devolver, añadiendo además intereses y otros gastos. Su fórmula es:

$$\text{Ratio de endeudamiento a corto plazo} = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Patrimonio neto}}$$

El valor óptimo debe situarse entre 0,4 y 0,6 dentro de estos valores la empresa está en una situación buena y no tendrá ningún problema para hacer frente a sus deudas a corto plazo. Si el ratio supera el 0,6 significa que la empresa está altamente endeudada con lo cual puede haber impagos e insolvencias. Si el ratio es menor de 0,4 la empresa tiene poca deuda y recursos propios poco aprovechados lo que implica una mala gestión.

Tabla 4.17 Ratio de endeudamiento a corto plazo del grupo

	2018	2019	2020
PASIVO CORRIENTE	49.078.085	48.971.121	36.132.019
PATRIMONIO NETO	- 3.464.514	- 792.872	- 24.835.002
ENDEUDAMIENTO C/P	-14,17	-61,76	-1,45

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.18 Ratio de endeudamiento a corto plazo de la empresa matriz

	2018	2019	2020
PASIVO CORRIENTE	9.993.356	9.668.376	4.347.859
PATRIMONIO NETO	1.683.066	7.870.304	- 4.700.645
ENDEUDAMIENTO C/P	5,94	1,23	- 0,92

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

El endeudamiento a largo plazo no indica el grado de financiación ajena y los recursos propios con los que cuenta para hacer frente a las deudas a largo plazo. Si la empresa tiene pocos fondos propios dependerá de sus acreedores y no tendrá autonomía financiera para hacer frente a los

vencimientos a largo plazo de su deuda. Si el resultado del ratio es muy elevado la empresa corre peligro de impagos y de ser insolvente en un futuro.

$$\text{Ratio de endeudamiento a largo plazo} = \frac{\text{Pasivo no corriente}}{\text{Patrimonio neto}}$$

El valor óptimo del ratio debe de estar entre 0,4 y 0,6 como en el caso del endeudamiento a corto plazo.

Ratio de endeudamiento a largo plazo del grupo:

Tabla 4.19 Ratio de endeudamiento a largo plazo del grupo

	2018	2019	2020
PASIVO NO CORRIENTE	27.776.874	23.625.510	38.111.739
PATRIMONIO NETO	-464.514	- 792.872	- 24.835.002
ENDEUDAMIENTO L/P	-8,02	-29,80	-1,53

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.20 Ratio de endeudamiento a largo plazo de la empresa matriz

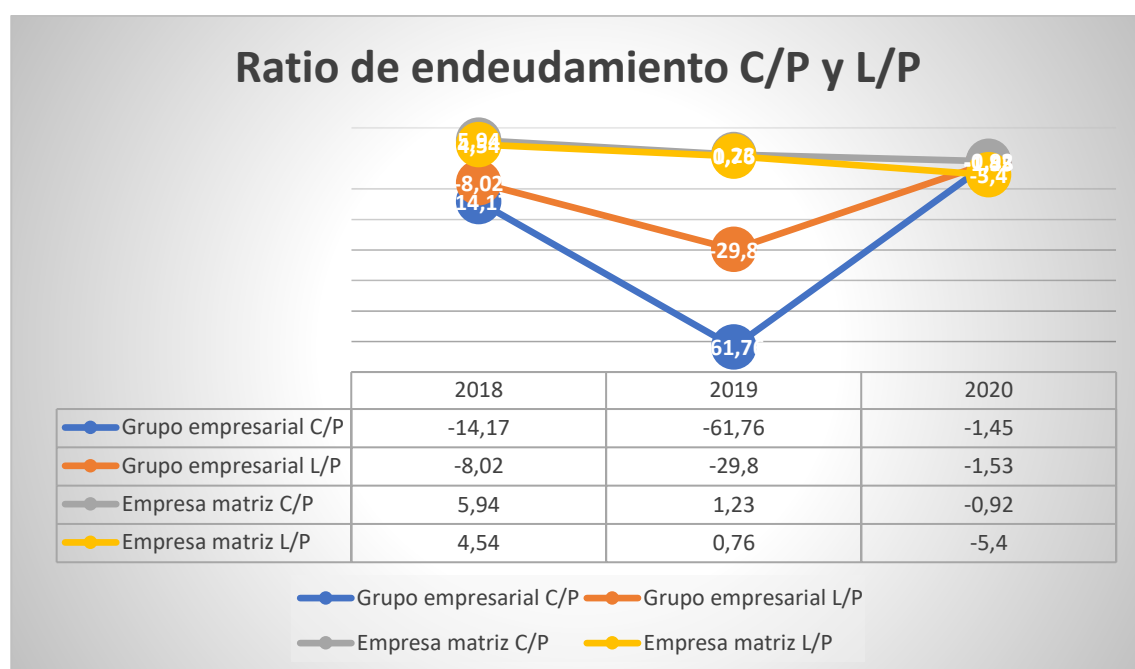
	2018	2019	2020
PASIVO NO CORRIENTE	7.641.178	6.010.926	25.365.364
PATRIMONIO NETO	1.683.066	7.870.304	-4.700.645
ENDEUDAMIENTO L/P	4,54	0,76	-5,40

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Como podemos observar en las tabla 4.17 y 4.19 del endeudamiento a corto plazo y a largo plazo del grupo, éste no tiene financiación ajena es todo financiación propia de lo que los socios han ido aportando por eso tiene el patrimonio neto negativo al igual que el endeudamiento a corto y largo plazo.

En referencia a las tablas 18 y 20 del endeudamiento a corto plazo y largo plazo de la empresa matriz, en los primeros años ha tenido mucha financiación ajena por eso estaba muy endeudada y en el 2020 debido a nuevas medidas para intentar reconducir a la empresa ha optado, como podemos observar, por financiación propia para solventar las deudas tanto a corto como a largo plazo.

Gráfico 4.7 Ratio de endeudamiento C/P y L/P



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

4.3 Análisis económico

El análisis económico consiste en hacer un estudio de la empresa, analizando su rendimiento y capacidad para generar beneficio. Analiza los balances de la empresa para conocer la situación de la misma y tomar las decisiones adecuadas para su correcto funcionamiento, conociendo los riesgos a corto y medio plazo a los que se pueda enfrentar la empresa.

Este análisis nos va a mostrar la capacidad que tiene Nextil como grupo empresarial y de forma individual para generar beneficios, a través del cálculo de tres ratios el de rentabilidad económica, financiera y apalancamiento.

4.3.1 Ratio de rentabilidad

Los ratios de rentabilidad nos muestran la capacidad que tiene la empresa para generar recursos suficientes para pagar costes, obtener beneficios y así repartir dividendos a sus accionistas. Aplicaremos los ratios más comunes ROA, ROE y apalancamiento financiero.

4.3.1.1 Rentabilidad económica (ROA)

Mide la capacidad de la empresa para generar ganancias relacionando los recursos propios de la empresa con el beneficio neto obtenido, teniendo en cuenta todos los activos. Si este indicador va creciendo en el tiempo la empresa va bien. Pero si disminuye no es buena señal y se deben adoptar medidas para cambiar la situación. Su fórmula es:

$$ROA = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activo total}}$$

Tabla 4.21 ROA del grupo

	2018	2019	2020
BENEFICIO NETO	- 9.513.669	- 8.993.382	- 24.362.996
ACTIVO TOTAL	73.390.445	71.803.759	49.408.756
ROA	- 0,130	- 0,125	- 0,493

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Tabla 4.22 ROA de la empresa matriz

	2018	2019	2020
BENEFICIO NETO	- 8.359.449	- 5.784.475	- 13.113.475
ACTIVO TOTAL	19.317.600	23.549.606	25.012.578
ROA	- 0,433	- 0,246	- 0,524

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la página CNMV

Como podemos observar en las tablas X e Y en ROA tanto del grupo como de la empresa matriz es pésimo. La rentabilidad económica es negativa con pérdidas en ambas, es decir, no solo no hay beneficios si no que los activos generan pérdidas cada vez mayores a lo largo de los años del estudio. Como ya hemos comentado la empresa viene de atrás acarreando unos resultados negativos que se acentúan en estos últimos años 2019-2020 por la pandemia del Covid-19 entre otros problemas y aunque ha adoptado medidas de reestructuración no logran salir a flote de momento.

4.3.1.2 Rentabilidad financiera (ROE)

Las siglas de este ratio significan rendimiento sobre retorno de patrimonio, mide la rentabilidad de la empresa sobre los recursos propios, es decir el dinero que ganamos por encima de lo invertido y que se reparte entre los accionistas (activos netos). Su fórmula es:

$$ROE = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio neto}}$$

Cuando mayor sea el valor de este ratio mayor será la ganancia que obtengan los accionistas por su inversión aportada.

El objetivo de cualquier empresa es obtener un índice elevado en este ratio.

En este caso, por las circunstancias que atraviesa Nextil y como hemos visto en el cálculo del ROA, este ratio no nos aportará ningún dato relevante puesto que ya vemos que la rentabilidad tanto del grupo como

de la empresa matriz es nula. Por lo que no tiene sentido calcularlo teniendo una situación de quiebra técnica y encima tener ejercicios con grandes pérdidas.

5. CONCLUSIÓN

Un mundo sin textiles y sin la industria de la confección y la moda sería impensable, la ropa forma parte de la vida cotidiana y es un sector clave en la economía global. En los últimos años este sector viene soportando varias crisis como la crisis mundial del 2008 que hizo resentirse el consumo textil y la del 2019 por la pandemia del Covid-19. Estas crisis se ven acentuadas por la falta de innovación y de adaptación a las nuevas exigencias del mercado que está sufriendo evoluciones vertiginosas continuas.

Estas crisis también se han visto reflejadas en el análisis económico-financiero que hemos realizado del grupo Nextil.

En este marco de crisis global del sector textil, con el análisis financiero realizado podemos concluir que el grupo Nextil viene de una crisis crónica de la que es muy difícil salir puesto que los resultados de los últimos ejercicios y los flujos de explotación habituales son negativos. Aunque en 2018 se aplicó un proceso de redefinición que debería dar beneficios en 2019 y se fijaron objetivos para 2020 los cuales no se han cumplido. En 2018 se siguió con la política de incorporar nuevas empresas al grupo para aumentar la facturación y ampliar su cartera de clientes. Con esto va creciendo en volumen de negocio, pero no alcanza los objetivos previstos de facturación.

Por lo tanto, no se han obtenido suficientes ingresos para el reembolso de las deudas que ya tenía contraídas a las que se han ido añadiendo nuevas cada ejercicio, dando los niveles de liquidez y solvencia negativos.

Esta acumulación de pérdidas ha hecho que el fondo de maniobra de Nextil sea también negativo, aunque la matriz no está en peligro de disolución.

Nextil acabó 2020 con pérdidas de 24,35 millones de euros, frente a los 8,99 millones del año anterior. La facturación se situó en 58,51 millones de euros, un

37,6% menos que los 93,72 millones del año anterior. Cuando el objetivo planteado para 2020 era que alcanzase los 200 millones de euros. Esto se debe en parte a la paralización de las ventas por la pandemia del Covid-19, debido a las medidas restrictivas adoptadas por las autoridades sanitarias frente a esta pandemia que produjeron que la demanda cayese de forma drástica. También se debe a la decisión que adoptó la compañía del abandono del mercado *fast fashion* que era de donde más facturación conseguía. Esta pandemia también ha motivado que en 2020 se haya producido un deterioro de las existencias en 4,5 millones de euros, a lo que hay que añadir la generación de costes extraordinarios por la cancelación de pedidos.

Para intentar salir de la crisis crónica en la que está inmersa, sería enfocar su negocio hacia el diseño y la distribución, que es donde se pueden obtener ventajas competitivas, nunca dirigirlo hacia la fabricación puesto que es muy difícil obtener grandes beneficios en esta fase de la producción, únicamente lo podría conseguir en la producción de textiles ecológicos y sostenibles que es en lo que está enfocando su negocio en estos últimos años.

Finalmente, tras el análisis económico-financiero realizado de este grupo empresarial podemos concluir que ni tiene solvencia, ni liquidez, su patrimonio neto es negativo y esta endeudada por lo que está en quiebra técnica, por mucha reestructuración o nuevos planes estratégicos que se adopten no va a poder salir de la crisis por lo menos en un futuro próximo.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Riaño, P. (2018): “El año en que la moda agotó su modelo. Disponible en <https://www.modaes.es/empresa/2018-el-ano-en-que-la-moda-agoto-su-modelo.html> [consulta: 12/12/2021].

Caja de Ingenieros (2021): “El cambio de la industria textil en tiempo de pandemia”. Disponible en <https://blog.caixa-enginyers.com/el-cambio-de-la-industria-textil-en-tiempo-de-pandemia/?lang=es> [consulta: 12/12/2021].

Roberto Pérez (2021): “El sector textil se deshilacha con el Covid”. Disponible en https://www.abc.es/economia/abci-sector-textil-deshilacha-covid-202101110215_noticia.html [consulta: 15/01/2022].

EAS Invent the future (2021): “El impacto de COVID-19 en la industria textil según la encuesta ITMF”. Disponible en <https://www.escarre.com/es/impacto-covid-19-industria-textil> [consulta: 15/01/2022].

Paula V. Pinuaga (2019): “El Grupo Nextil comienza el año con unos resultados al alza”. Disponible en <https://fashionunited.es/noticias/empresas/el-grupo-nextil-comienza-el-ano-con-unos-resultados-al-alza/2019051030200> [consulta: 15/01/2022].

S. Riera (2018): “Nextil: Shera Capital pone nombre al hóliding textil de los 200 millones en 2020”. Disponible en <https://www.modaes.es/empresa/nextil-sherpa-capital-pone-nombre-al-holding-textil-de-los-200-millones-en-2020.html> [consulta: 15/01/2022].

Gabriel Farias Iribarren (2017): “Industria textil sostenible”. Disponible en <https://gabrielfariasiribarren.com/industria-textil-sostenible/> [consulta: 15/01/2022].

Mirandona, E. A., Etxebarria, X. B., & Tola, E. M. (2007). Regionalización y estrategias de localización en el sector textil y de la confección: el caso de la Unión Europea ampliada. *reviSta de economía mundial*, (16), 143-167.

López Juárez, P., & Rodríguez Suárez, P. M. (2016). El liderazgo de los países asiáticos en el sector del vestido: repercusiones para América Latina. *Tlamehua*, 10(40), 152-175.

Barrero Herce, Jorge (2015). Estudio del entorno económico de Inditex

Llonch, M. (2004). La competitividad de los distritos catalanes del género de punto (1961-2004). *Monografías de la Revista de Historia Industrial. Publicacions de la Universitat de Barcelona*, 1-27.

La competitividad de los distritos catalanes del género de punto, 1961-2004/
Competitiveness of the Catalan knitwear districts (1961-2004) Distritos y Clusters en la Europa del Sur 2011 Book chapter.

Segovia Garavi, Luis Alfonso; Pilamunga Poveda, Efraín Marcelo; Santamaría Aguirre, Jorge Luis y Jordán Yanchatuña, Diego Ismael. Procesos creativos de impresión como estrategia de sustentabilidad a partir de remanentes de la industria textil. *Revista Inclusiones Vol: 6 num Especial (2019): 152-164*

Guías Jurídicas, ratios de solvencia. Disponible en https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNTEzNTtbLUouLM_DxblwMDS0NDQ3OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoA4vWZLjUAAAA=WKE [consulta: 18/02/2022].

Fashion United (2017): “La industria textil española se recupera a golpe de innovación y exportaciones”. Disponible en <https://fashionunited.es/noticias/empresas/la-industria-textil-espanola-se-recupera-a-golpe-de-innovacion-y-exportaciones/2017032223761> [consulta: 18/02/2022].