



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales**

Trabajo Fin de Grado

**Grado en Administración y Dirección de
Empresas**

**Análisis económico-financiero del sector de
alimentación para mascotas:
Caso de Ultima**

Presentado por:
Patricia Herrero Fernández

Tutelado por:
José Manuel Martínez Bernardo

Valladolid, 19 de junio de 2025

RESUMEN

El trabajo de fin de grado tiene como objetivo analizar el sector de la alimentación para animales de compañía, tomando como referencia la destacada marca Ultima, que analizaremos de forma económica y financiera por medio de su empresa Affinity Petcare. Se realizará analizando sus Cuentas Anuales a lo largo de los ejercicios económicos del 2019 al 2023.

Primero daremos a conocer el contexto de la empresa en función de su evolución, relevancia y posicionamiento en el sector. Después, procederemos a analizar su balance de situación con sus partidas más relevantes para conocer su estructura financiera, centrándonos en los gastos e ingresos de la empresa y cómo los gestiona respecto a sus competidores. Finalmente, se valorará la situación económica-financiera de la empresa con el análisis de su liquidez, solvencia y rentabilidad a través una serie de ratios, junto con una serie de conclusiones de los diversos análisis. Como cierre, se detallan una serie de previsiones y posibles medidas a aplicar de cara al futuro.

PALABRAS CLAVE: Análisis, Estados Contables, Animal, Pienso, Crecimiento.

ABSTRACT

The thesis aims to analyze the pet food sector, using the renowned brand AFINITY as a reference. The analysis will be based on its annual accounts over the financial years from 2019 to 2023.

First, the company's context will be introduced, considering its development, relevance, and positioning of the sector. Then, the analysis will proceed with the balance sheet, focusing on the most relevant items to understand its financial structure. Attention, will also be given to the company's expenses and income, and how these are managed in comparison to its competitors. Finally, the economic, political, and financial situation of the company will be assessed through the analysis of its liquidity, solvency, and profitability, using a series of financial ratios, followed by conclusions drawn from the various analyses. To conclude the report, a set of forecasts and possible measures to be implemented in the future will be presented.

Keywords: Analysis, Financial Statements, Animal, Dog Feed, Growth.

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1. MOTIVACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO SOBRE ESTE SECTOR.....	6
1.2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	7
2. ANÁLISIS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN ANIMAL	8
2.1. HISTORIA DEL SECTOR DE PIENSOS PARA MASCOTAS	8
2.2. ANÁLISIS DEL DESARROLLO FUTURO DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN ANIMAL: ANÁLISIS DAFO	12
2.3. HISTORIA DE AFFINITY PETCARE	13
2.4. RELEVANCIA DE AFFINITY PETCARE	14
2.5. LA MARCA ÚLTIMA Y SU POSICIONAMIENTO DENTRO DEL SECTOR	17
3. ANÁLISIS FINANCIERO DEL BALANCE	19
3.1. ACTIVO.....	20
3.2. PASIVO Y PATRIMONIO NETO	26
4. ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	32
4.1. GASTOS DE AFFINITY PETCARE.....	35
4.2. INGRESOS DE AFFINITY PETCARE:	39
4.3. COMPARACIÓN DE GASTOS E INGRESOS PRINCIPALES: RESULTADO ECONÓMICO.....	40
5. ANÁLISIS A TRAVÉS DE RATIOS	41
5.1. ANÁLISIS DE LIQUIDEZ.....	42
5.2. ANÁLISIS DE SOLVENCIA Y ENDEUDAMIENTO.....	43
5.3. ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD.....	46
6. CONCLUSIONES	48
6.1. SITUACIÓN ECONÓMICA- FINANCIERA DE AFFINITY PETCARE	48
6.2. PREVISIÓN DE FUTURO Y PERSPECTIVA DE LA MARCA	49
7. BIBLIOGRAFÍA	51
8. ANEXO: BALANCE DE SITUACIÓN Y CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	54

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1.Análisis DAFO del desarrollo futuro de la alimentación animal	12
Tabla 2.Estructura del Activo	21
Tabla 3.Estructura del Activo No Corriente	22
Tabla 4.Estructura del Activo Corriente	23
Tabla 5.Estructura del Pasivo	26
Tabla 6.Estructura del Pasivo No Corriente y Corriente.....	27
Tabla 7.Estructura del Patrimonio Neto	30
Tabla 8.Cuenta de Pérdidas y Ganancias.....	33
Tabla 9.Desglose de gastos.....	35
Tabla 10.Consumo de materiales	37
Tabla 11.Gastos de personal	37
Tabla 12.Dotación amortización del inmovilizado	38
Tabla 13.Otros gastos de explotación	38
Tabla 14.Ingresos.....	39
Tabla 15.Valor agregado.....	41
Tabla 16.Ratios de Liquidez	42
Tabla 17.Ratios de Solvencia	44
Tabla 18.Ratios de Rentabilidad	46
Tabla 19.Margen de beneficio.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura 1. Proceso general de fabricación de la alimentación animal.....	10
Figura 2. Datos sobre facturación y volumen de ventas del sector petfood en España .	11
Figura 3. Evolución de ventas totales en período 2021-2023	15
Figura 4. Distribución Facturación Total Nacional y Exportaciones	16
Figura 5. Evolución de empleados totales.....	17
Figura 6. Preferencias de los consumidores en España	18
Figura 7. Gráfico de la estructura del Activo	22
Figura 8. Composición del Activo No Corriente	23
Figura 9. Composición del Activo Corriente	24
Figura 10. Gráfico de la estructura del Pasivo.....	27
Figura 11. Evolución de los gastos principales de Affinity	36

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Motivación para la realización del trabajo sobre este sector

La realización del Trabajo de Fin de Grado (TFG) sobre el análisis económico financiero del sector de alimentación de animales, tiene como objetivo estudiar la industria de los animales de compañía (pet care). Es un sector importante en la economía de España y Europa, dada su creciente presencia en el mercado por el aumento de animales de compañía en la población, la variedad y especialización de productos de alimentación para las mascotas y la ley de protección animal.

En datos podemos analizar cómo, según la Asociación Española de la Industria y el Comercio del Sector del Animal de Compañía (2022), el volumen de negocio que alcanza en España es de 2.984 millones de euros anuales basado en productos y servicios del sector. Mientras que en Europa se facturaron 40.500 de millones de euros en 2020.

Esto produce que el sector genere multitud de empresas, contribuyendo al crecimiento de la economía y mostrando la relevancia de su análisis.

El elevado número de unidades familiares que cuentan con una mascota en Europa muestra su importancia actualmente, conllevando una alta demanda de productos para su alimentación, favoreciendo a las empresas del sector.

Vemos como Orús (2024) en Statista lo refleja en datos:

El número de hogares con mascotas en Europa se ha duplicado en tan solo una década, alcanzado los 166 millones. Este auge ha impulsado, de forma inevitable, la producción de alimentos para mascotas en la región, que en 2023 rozó los 11,5 millones de toneladas métricas, coronándola como la principal zona geográfica dentro de este sector. Esta mayor demanda, a su vez, llevó a la industria a alcanzar el mejor dato de facturación de los pasados diez años: 29.200 millones de euros.

1.2. Objetivos y Metodología

El fin de este trabajo consiste en analizar específicamente el sector de piensos para mascotas, desde la evolución hasta su crecimiento en la actualidad. Nos lleva al estudio de las diferentes marcas de piensos y animales de compañía a los que está especializado. Después, concluiremos en el caso de la marca Ultima a través de Affinity Petcare Sa.

Realizaremos un análisis económico-financiero de Affinity Petcare Sa, a través de los datos de sus cuentas anuales comprendidas por los Balances de Situación, las cuentas de Pérdidas y Ganancias. Las cuentas anuales nos las van a proporcionar la base de datos de SABI, siendo la fuente fiable que está a nuestro alcance.

Las conclusiones se fundamentarán en el análisis de ratios económicos y financieros.

Para contextualizarlo, se iniciará el estudio con un análisis estratégico tanto del sector como de la sociedad anónima Affinity Petcare, S.A., (especializada en la marca Ultima junto con otras marcas de piensos para animales). Asimismo, se analizará su propia marca y su posicionamiento en el mercado dentro del sector.

Para finalizar, se expondrán las conclusiones obtenidas del análisis económico-financiero realizado, junto con una posible previsión de futuro.

2. ANÁLISIS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN ANIMAL

2.1. Historia del sector de piensos para mascotas

En este apartado, se tratará sobre la historia de los piensos para perros, tomando como referencia al artículo de L. (2022) sobre el origen del pienso y su evolución.

En el año 1860 se elaboró el primer alimento específico para perros por James Spratt, tras observar en un viaje en Inglaterra cómo unos marineros lanzaban un tipo de galletas, que habían elaborado ellos, a los perros callejeros del muelle. James Spratt viendo oportunidad de negocio, creó la primera marca de comida (galletas) para las mascotas llamada Spratt's dog & puppy cakes. Se les solía dar lo que sobraba de la comida de una casa, pero con un alimento específico para ellos se podía almacenar a un menor coste, además de ser más favorable para su salud.

En la década de los años 30 dio origen a un negocio a partir de comercializar productos que antes no se aprovechaban como es la harina de carne, introduciendo el alimento seco para perros. Nueve años más tarde, se empezó a considerar la dieta de los animales debido al veterinario Mark Morris, el cual mejoró los problemas de riñón de un perro vía la alimentación. Fue en 1948 cuando creó la empresa Hill's Pet Nutrition, junto con un fabricante de comida enlatada para mascotas llamado Burton Hill. El mercado fue evolucionando con marcas como Pedigree o Whiskas.

A pesar de su positivo comienzo, su evolución fue priorizando la búsqueda del máximo beneficio de las empresas por lo que introdujeron el cereal en la receta y productos con una fecha de caducidad. Se integró una fuente de calorías económica como son los carbohidratos, permitiéndole reducir costes.

En 1960 se sigue con el objetivo de las empresas de maximizar, por lo que en la elaboración de los alimentos utilizaban productos de desecho de cereales y carne de las empresas, aunque no se podían comercializar debido a que no eran aptas para el consumo humano. Con los animales lograron un mercado para los sub-productos.

En los 70 se mejoró con la incorporación de dietas especiales en los alimentos por parte de los veterinarios, los cuales recomendaban los productos que podían comprar los consumidores en los supermercados. Para reflejarle al consumidor las ventajas,

incorporaron etiquetas de Alimento Completo. En los 80 se ofrecían diferentes fórmulas de recetas dedicadas a todas las etapas de la vida de las mascotas, desde cachorro hasta su vida adulta.

En la década de los 90, las empresas promovieron ingredientes específicos como son los cereales orgánicos o alimentos integrales, dado que las personas se empezaron a interesar por lo que comían sus mascotas con la posibilidad del conocimiento de los ingredientes de las recetas vía internet.

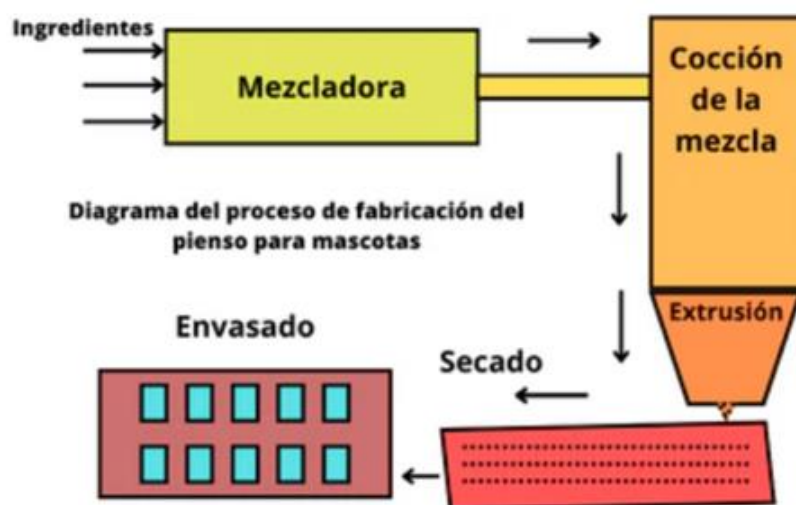
Para poder análisis el sector de los piensos y las propias empresas de fabricación, debemos primero conocer el proceso de fabricación que emplean siguiendo las pautas de seguridad alimentaria de la UE, tomando como referencia a Buggiani (2023) y ANFAAC (s.f.). De forma generalizada, se divide el proceso en varias etapas: selección de ingredientes; molienda y mezcla; cocción y extrusión; secado y enfriamiento; adición de nutrientes y saborizantes; concluyendo con el empaquetado y el almacenamiento.

Se comienza seleccionando una serie de ingredientes, siendo principalmente proteínas, grasas, carbohidratos y nutrientes adicionales. Los ingredientes se muelen y mezclan con maquinaria especializada, para garantizar la textura que se busca. Después para facilitar la digestión del alimento por los animales se transforma en una masa consistente, a través de un proceso de cocción y extrusión.

Para finalizar la receta, se les añade aditivos como forma de proporcionarle nutrientes adicionales.

Terminada la producción, pasa por la última etapa de empaquetado y almacenamiento para poder comercializarlo en el mercado y tener stock de los productos dentro de la empresa el tiempo recomendable. El stock se almacena en condiciones adecuadas para conservar sus propiedades (calidad). En ese proceso, el producto se empaqueta en el envasado correspondiente, en el cual se refleja la marca del pienso. Intervienen en ese proceso, otras áreas de la empresa como es el área de Marketing que estudia cómo debía de ser el logo, la forma, los colores o donde envasarlo, para buscar la atención del consumidor y lograr mayores ventas.

Figura 1. Proceso general de fabricación de la alimentación animal



Nota. Adaptado de *Paraíso By Mascota Cachoperros*, por Vittorio Buggiani, 2023, https://paraisomascota.es/blogs/perros/como-se-fabrica-el-pienso-de-perros?srsItd=AfmBOorGSDm0S6rh7T_VqzaZAfStqEkBcQRpu8m3rd8YAZNvPgGMk-up

Por último, concluimos con los dos principales tipos de piensos que pueden fabricar las empresas, siguiendo a Buggiani (2023) y a ANFAAC (s.f.), que son el pienso seco y el pienso húmedo.

El pienso seco es el más comercializado para los perros, formado por croquetas secas y crujientes. Específicamente, su producción se basa en la tecnología cocina-extrusión que, a través de presión y temperatura de la mezcla de los ingredientes, el alimento seco sea digestible sin dificultad.

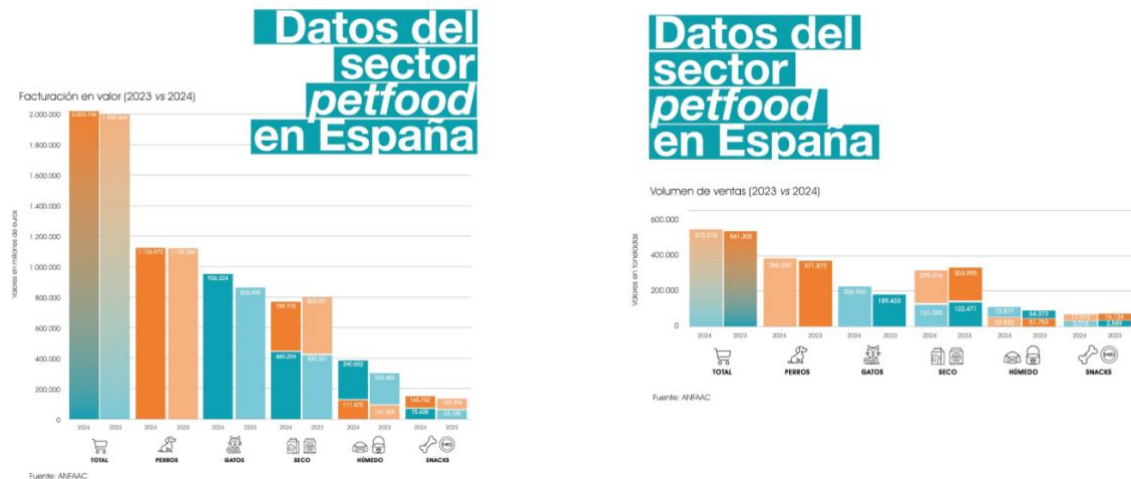
Por otro lado, el pienso húmedo se vende en latas o sobres, siendo por el contrario una textura blanda y húmeda. Al contrario del pienso seco, su producción no emplea una tecnología específica, sino que se realiza por medio del procesamiento término vía esterilización.

Con ello, observamos todo el proceso de fabricación que siguen las empresas para obtener los productos y el tiempo a dedicar para su correcta conservación. Incurren en gastos para mejorar la fórmula de los piensos y garantizar sus nutrientes y calidad.

Tras analizar la historia del sector de la industria de alimentación animal como su proceso de producción e ingredientes que emplean, podemos definir la situación del

sector en la actualidad. En los dos gráficos siguientes, se observa como el sector tiene presencia en el mercado con un crecimiento continuo. También se detalla cómo es mayor consumo de alimentos para perros respecto al de gatos, con preferencias al pienso de tipo seco

Figura 2. Datos sobre facturación y volumen de ventas del sector petfood en España



Nota. Adaptado de ANFAAC, s.f. <https://www.anfaac.org/petfood/noticias/las-ventas-de-la-industria-espanola-de-alimentacion-de-animales-de-compania-crecieron-un-5-en-2024-3603-14-1594-0-1-in.html>

Para finalizar el estudio del sector, nombramos que empresas e fabricantes constituyen el mercado de pienso para mascotas:

En los últimos años ha sido controlado por grandes empresas, buscando adquirir a otras para hacerse con el mercado. Podemos concretar las principales empresas y sus variadas marcas, haciendo especial referencia en España a Affinity Petcare, perteneciente al grupo Agrolimen y con cuatro marcas denominadas Brekkies, Ultima, Advance y Libra.

Según Statista (2024) en función de su máxima facturación en el mercado en 2022, son líderes del sector a nivel mundial:

Mars Petcare dueña de marcas como Pedigree, y Wishkas y Nestlé Purina Petcare con marcas como Purina ONE o Friskies

Por su relevancia en el mercado de Estados Unidos reflejado por Wall (2023), también tienen una elevada presencia: J.M. Smucker, Hill's y Blue Buffalo

De todas las empresas que conforman el mercado del sector, destacamos Affinity Petcare sa con su marca principal Ultima, a pesar de fabricar también las marcas de Advance, Brekkies y Libra, la cual vamos a analizar económica y financieramente a lo largo del trabajo de forma detallada.

2.2. Análisis del desarrollo futuro del sector de alimentación animal: Análisis DAFO

Tabla 1. Análisis DAFO del desarrollo futuro de la alimentación animal

Fortalezas	Debilidades
Relación con la alimentación humana (soluciones de salud). España favorece en la introducción del I+D+i España proporciona diversidad de producciones alimentarias. Función social con la actividad ganadera. Fuerza empresarial en el sector, facilitando mejoras.	No estar conectado con las fuentes de innovación (para mejoras técnicas y tecnológicas de la actividad) Desconocimiento del sector por parte de los consumidores (podría conllevar una mala imagen). Escasez de materias primas (como los cereales) ---problemas de abastecimiento y transporte Incremento de costes energéticos Deterioro de las materias primas del exterior, alejadas de las normas de sostenibilidad de la UE. No hay inversión en I+D+i para nuevas materias primas, en sustitución de las deterioradas.
Oportunidades	Amenazas
Nuevos programas y estrategias de la UE. Informar sobre la función social sobre la ganadería. Explorar nuevos modelos de producción. Mercados de exportación (evitar perderlos). Los piensos son la base para la alimentación animal.	No actualizadas a los cambios (contribuir a las normas sostenibilidad, tecnología o buena imagen) No seguir una dieta alimenticia en los productos. Rechazo social a materias primas importadas por su deterioro. Conocimiento de la falsa carne vegetal

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Qcom (2022).

2.3. Historia de Affinity Petcare

Affinity (2024) en su página oficial nos narra cómo esta marca inició en 1979 su actividad en el sector de alimentación de perros y gatos y sigue hasta la actualidad, estando tanto en España como en Portugal, Reino Unido, Italia y Francia.

Su proyecto laboral tuvo su inicio en 1963 dentro del sector de la alimentación de animales de granja, estando en el mercado Gallina Blanca Purina, formada por Agrolimen y Ralston Purina. Aunque fue en 1979 cuando se introdujeron en la fabricación de alimentos para perros y gatos.

En 1987 nació su Fundación en beneficio de los animales y un año más tarde, lanzaron la campaña “Él nunca lo haría” para intentar evitar el abandono animal. En 2002, Agrolimen adquiere la mitad que poseía Ralston Purina de Gallina Blanca Purina, obteniendo el 100%. Dado que Affinity es una empresa que forma parte del grupo de Agrolimen, experimentó con ello varios cambios como adquirir más marcas y varios negocios, ubicados en Francia, Alemania e Italia que le llevó a denominarse Affinity Petcare.

En 2003 Advance lanza Advance Veterinary Diets, productos basados en dietas alimentarias recomendadas por los veterinarios. En 2005 expanden su mercado a Portugal. En 2011 crean la Cátedra Animales y Salud UAB para realizar estudios de los beneficios que puede generar el vínculo. En 2015 negocios en Reino Unido.

En 2016, la marca Ultima lanza Ultima Nature en España, Francia y Italia, siendo la primera serie natural en el sector de alimentación animal. Un año más tarde, dada la gran presencia de la tecnología, crean la plataforma Vets&Clinics para poder informar y formar a los veterinarios de España, Francia, Italia y Portugal. En 2018 Advance lanza Active Defense, nueva formulada mejorada para la alimentación de los animales.

Por último, reflejar de su evolución, que en 2022 formó una alianza con SPA Y ENPA, entidades que protegen a los animales e impulsan la adopción de los animales, para evitar abandonos o malos tratos.

Según la página oficial de Affinity Petcare S.A. está constituida por 4 marcas de confianza: Ultima, Advance, Brekkies y Libra, con presencia en 36 países y su equipo está formado por 1.200 miembros.

Trabajan acorde a su compromiso ético con los animales, llevándoles a tener un departamento que les guíe para cumplirlo ("Governance Risk & Compliance") y un canal que les permita a los empleados, clientes o proveedores realizar el cumplimiento de las normas de conducta para no desviarse del objetivo fundamental (Do The Right Thing).

2.4. Relevancia de Affinity Petcare

Siguiendo a El Economista (s.f.) y a Baratech (2024) se va a analizar la relevancia de la empresa Affinity Petcare en el sector.

Affinity Petcare encabeza el mercado español en la elaboración de alimentación para perros y gatos. Debido a su impulso internacional, extendiendo su negocio fuera de España, consiguió incrementar sus ventas un 13% en 2023 y los beneficios un 14%. Favorece también a sus accionistas, debido a que en los últimos diez años ha conseguido generar altos niveles de dividendos para su matriz.

Para contribuir a mantenerlo, invirtió 15 millones en mejoras productivas y 63 millones en publicidad, para seguir estando presente en el futuro con las nuevas tecnologías a su favor y estar presente para los consumidores actuales y futuros.

Desde sus inicios ha ido posicionándose en el sector, dado que ha ido obteniendo un crecimiento continuado en el tiempo en España desde el año 2013.

Para evaluar su importancia, es destacable compararlo con el resto de las empresas de su actividad económica. Por lo que según el Ranking del economista:

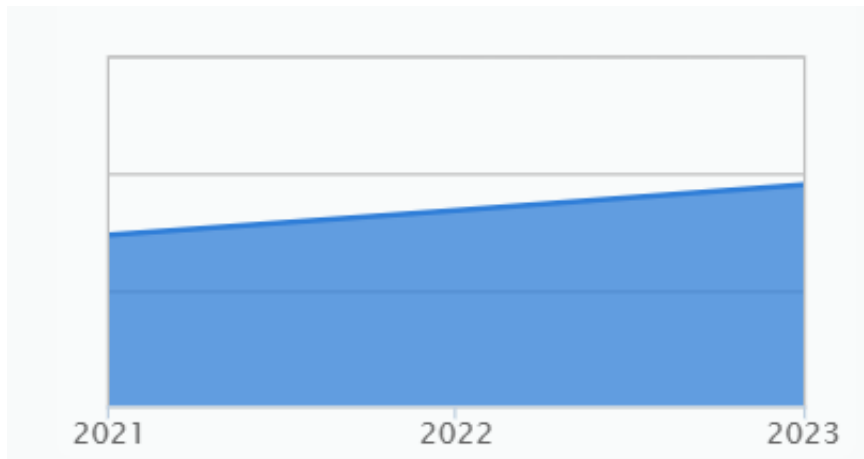
Affinity Petcare en 2022 consiguió en el Ranking Nacional de Empresas la posición 489, debido a sus ventas de 506.145.000 euros. Lamentablemente, en 44 posiciones por debajo respecto al año anterior.

Evaluando también desde sus ventas, en el Ranking de Barcelona consiguió la posición 58, estando también por debajo respecto al año anterior, pero en este caso dos posiciones.

Aun así, destacamos el Ranking de Empresas del Sector, el cuál Affinity petcare consiguió obtener la posición primera (posición 1) en el año 2022.

Por último, sus niveles de fabricación no han variado desde 2021, siendo indicios de que su demanda permanece estable actualmente.

Figura 3. Evolución de ventas totales en período 2021-2023



Nota. Adaptado de *Evolución de ventas*, por El Economista, s.f. <https://ranking-empresas.eleconomista.es/AFFINITY-PETCARE.html#:~:text=Affinity%20Petcare%20Sa%20ha%20tenido,posiciones%20respecto%20al%20a%C3%B1o%202021>

Como hemos nombrado antes, es favorecido por su impulso internacional dado que el 38% de sus ventas se derivan de las exportaciones, ventas fuera del territorio nacional.

Figura 4. Distribución Facturación Total Nacional y Exportaciones



Nota. Adaptado de *Distribución Facturación Total Nacional y Exportaciones*, por Cesce, s.f. <https://exportadores.cesce.es/exportaciones-affinity-petcare>

Por último, toda empresa puede reflejar el nivel de productividad en base a los trabajadores y sus condiciones, observándose un número cada vez mayor de capital humano en la empresa y con carácter permanente. Personal continuo en la producción, conllevando experiencia, aporta calidad a los productos y a la empresa.

Figura 5.Evolución de empleados totales



Nota. Adaptado de *Evolución de empleados totales*, por Cesce, s.f.
<https://exportadores.cesce.es/exportaciones-affinity-petcare>

2.5. La marca Ultima y su posicionamiento dentro del sector

Affinity Petcare con su posicionamiento en el mercado fabrica diversas marcas de alimentación para perros y gatos, de las que destacaremos y analizaremos la marca Ultima.

Tomando como referencia a Affinity (2024) en el apartado de su marca principal Ultima, observamos como esta marca dispone de 75 productos diversos, los cuales se pueden diferenciar en función de si se trata de un perro o gato, cuál es su raza, su edad, preferencia de comida (seca, humada o leche), o necesidades específicas del perro (esterilizados, bolas de pelo, Nature...).

En su comercialización aplica el slogan de “Por una vida mejor” para expresar como busca dar una alimentación de calidad a los animales.

Fabrican sus productos en base a ingredientes como son el pollo, el pavo, la trucha, el salmón y el buey. Siguiendo el proceso de fabricación concreto de: Cocción al vapor, elaboración de las croquetas, secado al horno y finalmente el empaquetado.

Affinity lidera en el mercado de alimentación para perros y gatos, específicamente en el pienso seco, de la que destaca la marca Ultima junto con la marca Brekkies. Su marca Ultima está muy presente en las preferencias de los consumidores, de los que para perros cae en búsqueda un 35% y para gatos un 31%.

Figura 6. Preferencias de los consumidores en España



Nota. Adaptado de InfoRETAIL, 2023, <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/analisis-de-precios-y-marcas-de-alimentos-para-mascotas-en-gran-consumo/5a77114cc1858d90ff6bcb94ba20e88b>

Según Interempresas (2025) Ultima se consolida a través de estrategias de marketing de innovación y publicidad con las nuevas tecnologías. Lanzaron la campaña #MásHumanos que buscaba impulsar formatos más innovados, reforzando su liderazgo en el mercado de forma estratégica. Para sus campañas publicitarias digitales invirtió en DV360 (Display & Video 360) de Google, pudiendo realizar su función de publicidad en una sola plataforma, llegar mejor a su público objetivo y su interacción con los consumidores, que creó un mayor impacto de la marca en el mercado.

Esto los combinó con el formato de L-Shape de Atresmedia, en que combina lo anterior con los tradicionales anuncios de la televisión. La diferencia es que se muestra al inicio

del programa, cuando los consumidores muestran una mayor atención. Con ello consiguió aumentar sus usuarios en 94.690 y más de 497.000 vistas de la publicidad, para los cuales pueden llegar a transformarse en consumidores.

En la actualidad la marca ultima sigue estando presente sin quedarse atrás, debido a las continuas investigaciones para ofrecer mejoras a los animales domésticos acompañado de la inversión en darle publicidad e impulso.

Ultima (2024) muestra que Ultima ha lanzado una nueva gama llamada Ultima PRO+, alta en proteínas de alta calidad resultado de una investigación de su equipo especializado. También para los gatos esterilizados y perros pequeños.

3. ANÁLISIS FINANCIERO DEL BALANCE

Nos vamos a centrar en Affinity Petcare, sociedad anónima que fabrica y comercializa la marca Ultima estudiada.

Vamos a comenzar con un análisis financiero a través de los datos que nos proporciona la base de datos de SABI (2023), utilizando un período de cinco años desde 2019 hasta el año 2023 para ver su evolución. Estudiaremos su estructura económico-financiera a través de la descomposición de sus Balances de Situación (cuenta anual): Activo, Pasivo y Patrimonio Neto. Con esos datos, podremos realizar un análisis de ratios para obtener información de la liquidez, solvencia y rentabilidad de la empresa.

Este análisis orientado en el libro *“Análisis de estados financieros: Teoría, aplicación e interpretación”* de Bernstein (1995) nos permite obtener información valiosa de los datos, como cuáles son sus áreas de crecimiento, donde asignan sus recursos, como gestionan el riesgo y cuáles son las tendencias de la empresa en el futuro.

Para analizar el Balance es necesario conocer su estructura, compuesta por el activo, el pasivo y el patrimonio neto.

El Activo se presenta ordenado de menor a mayor liquidez, evolucionando del Activo No corriente al Corriente. Al contrario, el Pasivo, ubicado a la derecha del balance, se organiza de menor a mayor exigibilidad respecto a sus deudas, pasando del Pasivo No corriente (l/p) al Corriente (c/p). Ambos se componen de diversas partidas con un

diferente peso relativo, lo que permite analizar la situación patrimonial de la empresa en cada ejercicio económico (anual) y evaluar el grado de solidez y viabilidad de su estructura económica.

Sobre el pasivo, en la parte superior del lado derecho del Balance, se sitúa el Patrimonio Neto, que representa la diferencia entre el Activo y el Pasivo. Esa diferencia refleja el valor residual de los recursos de la empresa descontadas las deudas, y corresponde a la inversión propia de los socios o accionistas y las ganancias retenidas.

El análisis consistirá en examinar la estructura del balance desglosando sus principales partidas y su evolución a lo largo un periodo de cinco años.

3.1. Activo

El Activo refleja los bienes, derechos y recursos de la propia empresa en un momento determinado, es decir, aquello que la empresa puede transformar en liquidez o utilizar para generar beneficios. Como se mencionó anteriormente, se divide en Activo Corriente y No corriente.

Dentro del Activo No Corriente observamos las siguientes partidas contables (con vida útil superior a un año y con uso en la actividad económica):

Inmovilizado intangible representa los bienes que no son físicos ni tangibles de la empresa, como son sus diferentes marcas de pienso (Ej.: Ultima) o su licencia para poder desarrollar su actividad económica en el ámbito de la alimentación animal. Contribuyen a obtener una ventaja competitiva en el sector y pueden amortizarse, especialmente si no se considera su evolución en la tecnología o su pérdida de valor comercial.

Por otro lado, el inmovilizado material se refiere a los bienes físicos y tangibles, como las fábricas o maquinarias empleadas para poder producir los productos y prestar servicios, teniendo en cuenta su depreciación por el uso y el paso del tiempo.

Por último, aparece la cuenta de otros activos fijos que son otros bienes duraderos que no están incluidos en las dos clasificaciones anteriores ni en una específica, pero también generan valor. Se consideran elementos secundarios, como el mobiliario, equipos de laboratorio o mejoras de las instalaciones.

En cambio, el Activo Corriente está compuesto por bienes y derechos que se espera que se conviertan en liquidez, se vendan o se consuman en un plazo inferior a un año):

Existencias refleja los bienes que transforman para su venta, como serían las materias primas que permiten elaborar el pienso de los animales (cereales, pollo...), productos en curso que están pasando por los diferentes procesos productivos (cocción, secado...) y productos terminados (pienso listo para la venta).

Después, se encuentra la cuenta de Deudores representando los derechos de cobro que tiene la empresa frente a terceros, respecto a operaciones ya realizadas y cuyo pago se espera recibir en un plazo inferior a un año (derechos de cobro). Pueden ser deudores comerciales (sus clientes por compra a crédito, como empresas o supermercados que comercializan sus productos) o no comerciales.

Por otro lado, están otros Activos líquidos reflejando los bienes que se pueden convertir con facilidad en efectivo en un corto plazo, como cheques, pagarés o inversiones financieras de alta liquidez.

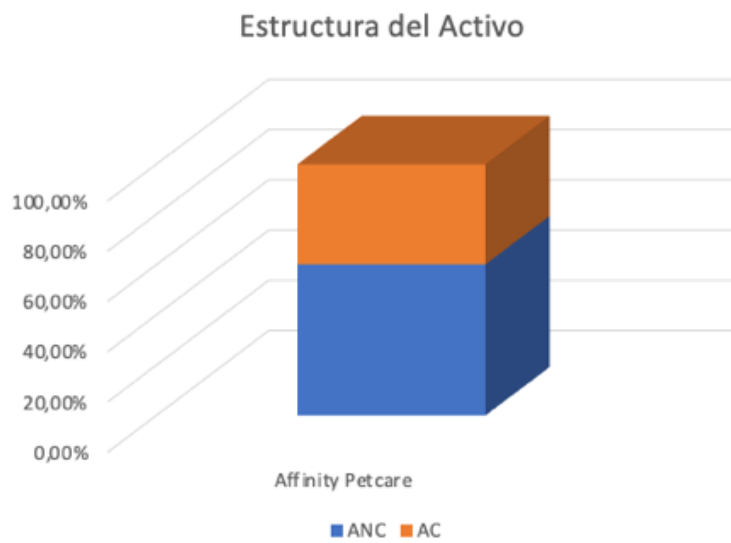
Por último, encontramos con la cuenta de Tesorería la cual representa el dinero que la empresa puede disponer de forma inmediata para operar o cubrir sus deudas a corto plazo (pasivo corriente).

Tabla 2. Estructura del Activo

Estructura del Activo	2019	2020	2021	2022	2023
Activo No corriente	234.516	231.903	209.804	215.035	220.607
	(68,31%)	(65,35%)	(55,67%)	(56,32%)	(55,05%)
Activo corriente	108.757	122.931	167.060	166.759	180.095
	(31,68%)	(34,64%)	(44,32%)	(43,67%)	(44,94%)
Activo Total (miles)	343.273	354.834	376.864	381.794	400.702

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

Figura 7. Gráfico de la estructura del Activo



Nota. Elaboración propia

A continuación, veremos el desglose del Activo No Corriente y Corriente de forma más detallada.

Tabla 3. Estructura del Activo No Corriente

Activo no corriente	2019	2020	2021	2022	2023
-Inmovilizado intangible	11,95%	9,97%	8,93%	0,0006%	0,0004%
-Inmovilizado material	17,03%	18,10%	21,15%	20,91%	21,44%
-Otros Activos Fijos	71%	71,91%	69,9%	72,52%	73,65%

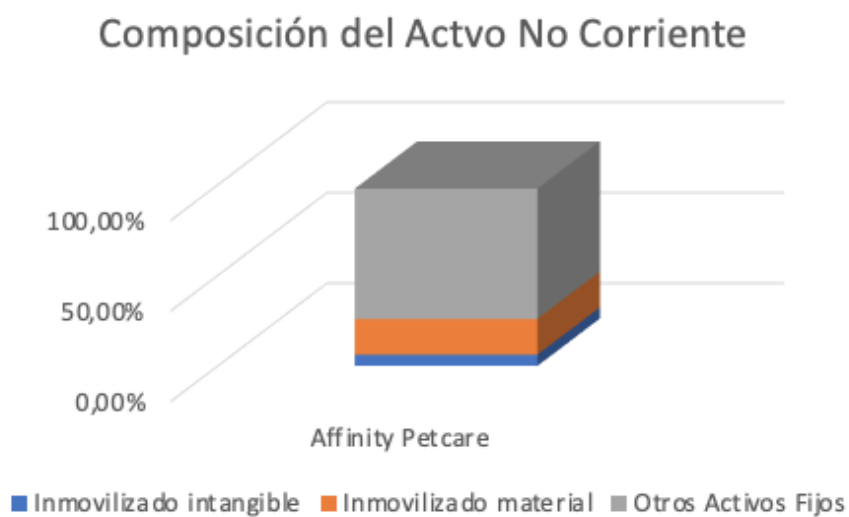
Fuente. Elaboración propia a partir de SABI (2023)

Tabla 4. Estructura del Activo Corriente

Activo corriente	2019	2020	2021	2022	2023
-Existencias	27,15%	27,72%	21,55%	28,98%	27,54%
-Deudores	57,60%	58,11%	55,85%	55,49%	46,56%
-Otros activos líquidos	15,23%	14,15%	22,58%	15,52%	25,88%
-Tesorería	3,46%	1,57%	11,87%	6,26%	13,78%

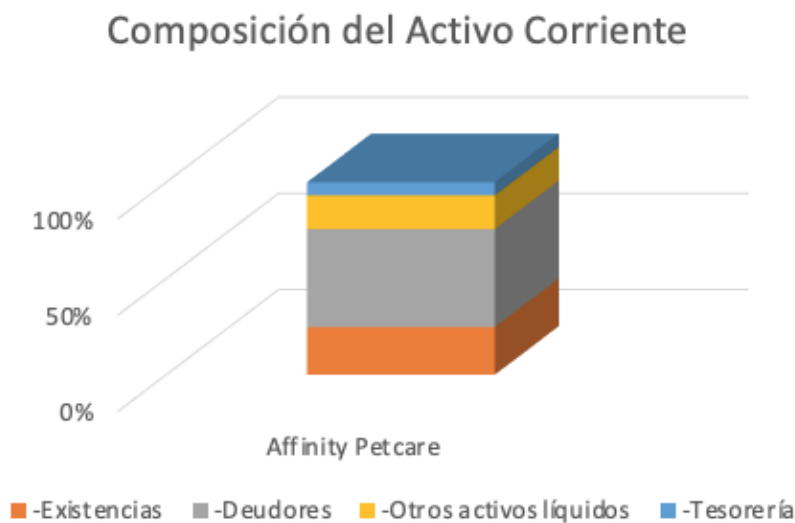
Fuente. Elaboración propia a partir de SABI (2023)

Figura 8. Composición del Activo No Corriente



Nota. Elaboración propia

Figura 9. Composición del Activo Corriente



Nota. Elaboración propia

Observamos en los diferentes datos (%) y gráficos, como el Activo se compone mayoritariamente por el Activo No corriente (AT= ANC (55,05%) > AC (44,94%)), aunque esta diferencia con el corriente es actualmente menor de la que había en 2019 (ANC (68,31%) > AC (31,68%)). Esto refleja un ligero cambio en la estrategia de la empresa, trasladando un mayor peso relativo al activo corriente (corto plazo).

Dentro del Activo No Corriente, la cuenta contable que lo representa mayoritariamente es la de Otros Activos Fijos, por lo que se puede interpretar que la empresa no presta una atención significativa a los inmovilizados. Dentro de este grupo pueden incluirse los equipos de investigación que requieren fundamentalmente para conseguir productos de buena calidad y específicos para el bienestar en la alimentación del animal.

Dado que, en el caso del inmovilizado, el valor del intangible (inmovilizado inmaterial) ha caído drásticamente en el balance a favor del inmovilizado material, esto podría deberse a la creciente internacionalización de sus fábricas y empresas, así como por la inversión en maquinaria especializada necesaria para garantizar la calidad de sus productos.

En el caso del Activo Corriente, con un porcentaje menor del activo total, destaca mayoritariamente la partida de Deudores, que refleja como posee derechos de cobro,

un recurso que va a generar beneficios económicos en el futuro (plazo menor a doce meses).

Esta cuenta, fundamentalmente, estaría formada por clientes que dejan a pagos pendientes a crédito derivado de las ventas, o no, como sería el caso de préstamos, anticipos o indemnizaciones.

Observamos que, de forma general, esta partida es mayoritaria respecto a la de tesorería, mostrando una menor liquidez inmediata. Esta situación no siempre es positiva, dado que existe dependencia de cobros futuros, los cuales conllevan el riesgo de no obtenerse, registrando morosidad o declarándose finalmente como incobrables. Aun así, si esta partida está controlada y cuenta con garantías de cobro eficientes, podrían transformarse rápidamente en efectivo, lo cuál sería favorable para hacer frente a las deudas a corto plazo (Pasivo Corriente). Con esto, se muestra cómo del 2019 al 2023 han aumentado la partida de Tesorería respecto a la de Deudores, lo que refleja una mayor disponibilidad de liquidez.

Respecto a las dos cuentas anteriores, con un porcentaje intermedio en 2023, destacamos la partida de otros activos líquidos. Esto es muy positivo para el balance, dado que, al igual que la tesorería, podría convertirse fácilmente en efectivo (alta liquidez) en corto plazo y sin apenas riesgo de morosidad, beneficiándose de rentabilizar el exceso de liquidez, ya que aporta un rendimiento adicional. Dentro de esta cuenta podríamos hablar de depósitos a plazo, fondos de inversión o cheques por cobrar. Debido a estas ventajas, en el período de cinco años se reduce el peso de los Deudores para darle mayor valor a Otros activos líquidos y a la Tesorería.

Por último, mencionamos la partida de existencias (inventario), que ocupa el segundo puesto en la composición de Activo Corriente, reflejando cómo la empresa cuenta con stock de sus productos para poder hacer frente a su demanda o a imprevistos, como reducir los tiempos de espera de los clientes, lo cual contribuye a su satisfacción. De forma que, como vimos al inicio, el inventario se mantiene en condiciones adecuadas para que no pierda sus proteínas ni la calidad. Aun así, debe tener en cuenta los costes de almacenamiento y los riesgos de obsolescencia.

En conclusión, la composición del Activo nos muestra que Affinity Petcare S.A. da mayor relevancia a tener activos de larga duración y tangibles, como son sus empresas, fábricas o equipos técnicos, para estar presentes en el mercado e internacionalizarse.

Para sostenerlo, la empresa cuenta con derechos de cobro equilibrados, que garantizan ingresos futuros, complementado con la rentabilización del exceso de liquidez en Otros activos líquidos, que puedan convertirse en efectivo a corto plazo, junto con la partida de Tesorería.

3.2. Pasivo y Patrimonio Neto

A continuación, vamos a analizar la parte de los Pasivos.

Al contrario del activo, el Pasivo muestra las obligaciones financieras o deudas que la empresa ha contraído con terceros y que deberá pagar en el futuro por medio de dinero, bienes o servicios. Nos muestra su nivel de endeudamiento y representa una vía de financiación sin emplear recursos propios. Pero, al igual que ocurre en el Activo, existen deudas a largo plazo, cuyo pago es superior a un año (Pasivo No Corriente) y, deudas a corto plazo, con plazo inferior a un año (Pasivo Corriente).

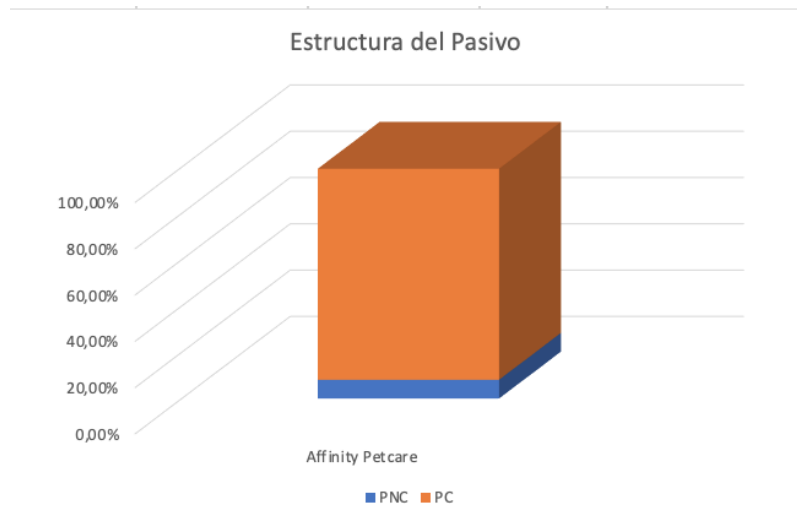
Analizaremos el Pasivo para observar qué medios y plazos de financiación sostienen la estructura financiera de la sociedad, y como ha evolucionado en el período de cinco años (2019 a 2023), basándonos en la experiencia y evolución en el mercado de Affinity Petcare S.A., teniendo en cuenta la estructura de su Activo ($A=P+PN$)

Tabla 5. Estructura del Pasivo

Estructura del Pasivo	2019	2020	2021	2022	2023
Pasivo no corriente	14,51%	11,01%	7,48%	3,24%	4,27%
Pasivo corriente	85,48%	89,89%	92,51%	96,75%	95,72%
Pasivo total (miles)	200.766	220.055	232.902	246.743	263.025

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

Figura 10. Gráfico de la estructura del Pasivo



Nota. Elaboración propia

A continuación, veremos el desglose del Pasivo No Corriente y Corriente de forma más detallada.

Tabla 6. Estructura del Pasivo No Corriente y Corriente

Estructura del Pasivo (miles)	2019	2020	2021	2022	2023
Pasivo no corriente	29.149	24.246	17.427	8.015	11.250
Acreedores a L.P.	24.000	18.000	12.000	6.000	n.d
Otros pasivos fijos	5.149	6.246	5.427	2.015	11.250
Provisiones	1.549	3.224	2.909	n.d.	9.738
Pasivo Corriente	171.617	197.809	215.475	238.728	251.775
Deudas financieras	17.449	6.971	6.043	6.095	6.046
Acreedores comerciales	21.011	24.444	31.476	39.289	29.715
Otros pasivos líquidos	133.157	166.394	177.956	193.344	216.014

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

Con los datos de Affinity Petcare observamos cómo destaca en 2023 de manera casi absoluta el Pasivo Corriente, es decir, sus deudas con terceros son básicamente a pagar en un plazo inferior a doce meses (a corto plazo).

Su evolución nos muestra cómo anteriormente se reservaba un porcentaje de deudas a largo plazo, que le permitía poder contar con la liquidez de la partida de Deudores (derecho de cobro) para poder afrontar las deudas con vencimiento superior.

Comparándolo con la cuenta de Activos, el elevado porcentaje del Pasivo Corriente puede justificar la evolución hacia dar más importancia a las partidas de Otros activos líquidos y Tesorería, con la que poder hacerle frente, así como una disminución de la partida de Deudores.

Affinity Petcare podría preferir esta situación debido a que le permite tener unos costes financieros más bajos, dado que la deuda a corto plazo le permite pagar unos intereses más bajos, sin comprometerle a una carga financiera prolongada, sino en función de sus necesidades de financiación. Podría obtener de forma rápida una financiación necesaria para poder completar su producción, comprar materias primas o realizar pagos. Es sostenible si mantiene un flujo de caja sólido y bien gestionado (Activo Corriente).

Esta preferencia se refleja en la evolución, pasando de tener su Pasivo No corriente fundamentado en Acreedores a largo plazo, a o no contar actualmente con esta cuenta. En su lugar, se forma por Otros pasivos fijos y Provisiones. Es relevante destacar que en 2023 se observa un incremento significativo de la partida de Otros activos fijos, pudiendo reflejar un cambio en la estrategia de financiación a medio plazo.

El Pasivo No Corriente cuenta con la partida de Otros Pasivos Fijos, dado que no son obligaciones financieras tradicionales a largo plazo (ni préstamos bancarios ni bonos), pero representan gastos inevitables que no son presentes y que deben preverse. Esto podría deberse a obligaciones laborales como indemnizaciones futuras o jubilaciones, provisiones a largo plazo que garanticen la calidad de sus productos, préstamos con socios u otras empresas, o posibles sanciones o multas a pagar en cuotas. Además, para su transparencia contable, cuenta con la partida de Provisiones, que le permite realizar una estimación actual de los pagos que se generarán en el futuro, pudiéndole afrontar cuando ocurran. Son estimaciones ligadas a las deudas mencionadas anteriormente o a

obligaciones medioambientales en la producción y comercialización, que puedan ser impuestas para limitar las emisiones de CO₂.

Centrándonos en la composición del Pasivo Corriente, podemos justificar su elevado porcentaje dado que está fundamentado en la partida de Otros Pasivos Fijos, basados en impuestos, sueldos y salarios a pagar, anticipos de clientes o dividendos pendientes de pago. Estas son deudas a corto plazo que a veces son inevitables, pero que no suponen el pago de intereses, por lo tanto, no generan una carga financiera adicional.

No resulta preocupante que se dedique un porcentaje mínimo a la partida de Acreedores Comerciales, dado que la compra de materias primas a sus proveedores a veces requiere ser a crédito, debido al volumen, pero sin aumentar la carga financiera por intereses, sino simplemente aplazando el pago en el tiempo. La partida de Acreedores Comerciales a corto plazo está presente en el balance, pero, aunque haya aumentado en su evolución, la empresa lo ha reducido en 2023. Esta situación podría reflejar una mejora en la gestión de pagos, pero no garantiza que se deba a una estrategia de reducción del crédito comercial por parte de la empresa.

En definitiva, se observa como Affinity Petcare no presenta un nivel de endeudamiento externo excesivo, dado que ha eliminado la partida de Acreedores a largo plazo y su peso en el corto plazo es mínimo, lo que indica que puede afrontar sus deudas de corto plazo con recursos internos. Sus deudas son fundamentalmente a corto plazo, sin una carga duradera, lo que le permite tener flexibilidad en su actividad. Están basadas, por un lado, en gastos y estimaciones inevitables y, por otro, en relaciones comerciales con proveedores (compras), pero sin intereses asociados.

Con la diferencia entre el Activo y el Pasivo de la empresa, como vimos anteriormente, se obtienen las cifras del Patrimonio Neto, que representa los recursos propios con los que la empresa se financia y que no constituyen deudas frente a terceros. Esto permite no depender exclusivamente de financiación externa en situaciones económicas difíciles, y ayuda a medir la solidez financiera de la empresa. Aporta confianza y estabilidad tanto a inversores como a acreedores, actuales y futuros.

El Patrimonio Neto se divide en Fondos propios, Subvenciones, Donaciones y Legados. Sin embargo, en el caso de Affinity Petcare, solo destaca dentro del Balance la partida de Fondos propios, formado por el Capital suscrito y por Otros Fondos Propios.

Tabla 7. Estructura del Patrimonio Neto

Estructura de PN (miles)	2019	2020	2021	2022	2023
A-1) Fondos Propios:	142.507	132.779	143.962	135.051	137.677
Capital suscrito	90.363	90.363	90.363	90.363	90.363
Otros fondos propios	52.144	42.416	53.599	44.688	47.314

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

El capital suscrito es la parte del Capital que los socios acordaron (obligación legal) aportar al suscribir acciones o participaciones, aunque todavía no hayan pagado el importe total, para garantizar la disposición de unos recursos futuros. Observamos que se ha mantenido constante en el tiempo, debido a que no se han producido ampliaciones de capital durante los últimos años, por lo que los cambios podrían deberse a ajustes contables puntuales o reestructuraciones internas menores.

Por otro lado, solo aparece la cuenta de Otros fondos propios, con elementos distintos al capital social y a las reservas tradiciones, que agrupa cuentas específicas que representan la riqueza acumulada (que no se deriva de operaciones comerciales que conllevan ingresos o gastos), aportando ajustes contables o detalles para tener en cuenta. Permite completar la visión real de la estructura de Patrimonio Neto. En el Balance, ha variado en el tiempo, pero sin desviaciones drástica que altere de forma significativa los fondos propios.

Observamos cómo, con las dos cuentas anteriores, obtenemos un Fondo propio elevado y sostenido en el tiempo, mostrando cómo la sociedad dispone de recursos propios para poder hacer frente a las deudas sin recurrir exclusivamente a la financiación externa, consiguiendo tener una solidez financiera.

Analizando la evolución, se aprecia que las variaciones (ha disminuido) del patrimonio neto se debe fundamentalmente a la variación de la cuenta de Otros fondos propios (ha disminuido), dado que el Capital suscrito no ha variado al no producirse ampliaciones de capital. Con esto, la sociedad está utilizando un Capital suscrito sólido para obtener una buena imagen financiera y emplea Otros fondos propios para hacer adaptar las operaciones de la empresa en función de sus resultados o necesidades internas.

De forma definitiva, con la evolución del análisis, podemos valorar de forma global el balance. Se puede concluir que dispone de escasa financiación externa y solo a corto plazo, además de las deudas sean mayoritariamente a un vencimiento inferior a un año, pudiendo afrontarlas con los fondos propios. Esto le permite no tener que depender mayoritariamente de activos corrientes (derechos de cobro a corto plazo o liquidez inmediata), lo que le posibilita invertir en activos de larga duración (fabricas, edificios, maquinaria, equipo técnico) que le permitan realizar su actividad principal e internacionalizarse. Además, se adelanta ante inconvenientes con su nivel de stock en los almacenes, de manera que los productos conserven la calidad.

4. ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Después de analizar la estructura del balance de situación para poder conocer la situación financiera de Affinity Petcare, procedemos a conocer su situación económica por medio de un análisis de la cuenta de pérdidas y ganancias, tomando como referencia, de nuevo, el libro de Bernstein (1995).

La cuenta de pérdidas y ganancias nos muestra la información económica y contable de la empresa durante un ejercicio económico (anual), es decir, nos da el resultado económico de cada año a través de la diferencia entre los ingresos y costes ocasionados por las operaciones que realiza en su actividad económica. El signo de la diferencia nos indica que, si es positivo, la empresa tendría beneficios, dado que los ingresos serían superiores a los costes, mientras que, si es negativo, generaría pérdidas al ser los costes superiores a los ingresos.

Las operaciones que contabiliza son principalmente las basadas en actividades de explotación (como las ventas de los piensos o sueldos y salarios de sus trabajadores), junto con las de actividad financiera (como intereses de la cuenta de deudores a corto plazo) y las que pueda realizar solo en determinadas circunstancias pero que afectan al resultado (como sanciones o indemnizaciones). Debido a la contabilización de esos tres tipos de operaciones, la cuenta está compuesta, de manera general, por los ingresos y gastos de explotación y financieros, obteniendo su importe a partir de las diversas partidas específicas que los engloban, junto con la consideración de los impuestos sobre los beneficios (si hubiese).

Por ello, vamos a analizar los diferentes ingresos y gastos de Affinity Petcare durante cinco ejercicios económicos concretos (del año 2019 al año 2023), para poder obtener los resultados económicos (ganancia o pérdida) que nos muestre su situación económica actual y cómo ha evolucionado en el tiempo (si ha mejorado o empeorado).

Para explicar el resultado, se determina la importancia de cada cuenta en el presupuesto y su procedencia, lo que permite tomar decisiones de mejora en caso de signo negativo.

Comenzaremos analizando la cuenta de pérdidas y ganancias de forma general, en función de comentado respecto a su estructura y resultado económico.

Tabla 8. Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Cuenta de PYG (miles)	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos de explotación	380.296	407.020	445.150	509.115	575.818
Importe neto cifra de ventas	377.577	404.643	442.450	506.145	572.394
Consumo de mercaderías y materias	210.675	227.327	259.362	315.341	333.539
Resultado bruto	169.621	179.693	185.788	193.774	242.279
Otros gastos de explotación	126.645	139.771	144.913	149.150	188.093
Resultado de explotación (BAII o EBIT)	42.976	39.922	40.875	44.624	54.186
Ingresos financieros	5.001	4.207	16.540	8.603	7.229
Gastos financieros	759	810	987	1.096	3.980
Resultado financiero	4.242	3.397	15.553	7.507	3.249
Resultado ordinario antes de impuestos	47.218	43.319	56.428	52.131	57.435
Impuestos sobre sociedades (IS)	10.049	9.225	11.429	10.338	9.311
Resultado de actividades ordinarias	37.169	34.094	44.999	41.793	48.124
Ingresos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Gastos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado de actividades extraordinarias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado del ejercicio (BN)	37.169	34.094	44.999	41.793	48.124

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

En el año más actual del que disponemos datos (2023), se observa un ejercicio económico positivo de 48.124 miles de euros, mostrando que la empresa generó beneficios tras superar los ingresos a los gastos. Su evolución (37.169 a 48.124) muestra cómo en todos los ejercicios económicos considerados permanece el signo positivo, por lo que no ha generado pérdidas que pudiesen arrastrarse a otros ejercicios, además de conseguir aumentar ese beneficio vía aumento de ingresos por encima del aumento de los costes.

Se observa que aumentaron los ingresos derivados de las actividades corrientes de explotación, pudiendo explicarse fundamentalmente por un incremento en sus ventas netas (sin considerar los costes de venta). Los productos son cada vez más elegidos por los consumidores, lo que podría explicarse por el cuidado y especialización que dedica Affinty Petcare a sus productos alimenticios para perros y gatos, que deriva en marcas consolidadas en el mercado. Aunque para ello sea inevitable ocasionar un aumento de los costes de venta (como el consumo de mercaderías y otros gastos de explotación), estos permanecen por debajo de los ingresos. Esto se refleja en que los ingresos de explotación son mayores a la suma del consumo de materias y otros gastos de explotación, lo que permite mantener un resultado de explotación positivo.

Los resultados favorables de las operaciones principales se sostienen al contar también con beneficios financieros, por ser superiores los ingresos a los gastos financieros. Aun así, su cifra ha disminuido con el tiempo, debido a que la variación (aumento) de los gastos financieros ha sido superior a la de los ingresos, pudiendo aproximarse sus importes y ocasionar gastos financieros (gastos de la financiación externa) que perjudiquen la rentabilidad de la empresa. Para evitar que se revierta la situación actual, se debería buscar tipos de interés más bajos para la financiación, ampliar el plazo de la deuda (trasladar pasivo corriente al no corriente) o mejorar la gestión de los cobros y los pagos (activo vs pasivo), lo que permitiría no tener necesidad de financiación externa, pudiendo contar con una previsión de tesorería (futuros cobros) para afrontar futuras deudas.

Teniendo en cuenta el balance anteriormente analizado, podría explicarse que Affinity Petcare sigue manteniendo beneficios financieros mediante la disminución considerable de las deudas financieras a corto plazo (pasivo corriente) y el aumento de la cuenta de Otros activos líquidos y Tesorería (activo corriente), lo que refuerza su capacidad de pago sin incurrir en elevados costes financieros.

Por último, lo único que también le afecta al beneficio neto (resultado) es el impuesto sobre sociedades, dado que no realiza actividades extraordinarias. El impuesto es cada vez menor, provocando una menor reducción de los ingresos financieros y de explotación. Esta situación es favorable debido a que la disminución de la base imponible a pagar no es consecuencia de unos menores ingresos (que aumentaron), sino

que podría deberse a deducciones fiscales por inversión en I+D+i para la mejora de sus productos, sostenibilidad medioambiental o por creación de empleo ocasionada por la internacionalización de la empresa.

4.1. Gastos de Affinity Petcare

Ahora vamos a continuar analizando de forma específica, centrándonos en los diversos ingresos y gastos que tiene la empresa por separado.

En este apartado nos centraremos en las partidas de gastos de la cuenta de pérdidas y ganancias, los cuales afectan al beneficio neto al provocar una salida de recursos económicos de la empresa para completar su actividad económica, en función del funcionamiento de la empresa, el proceso productivo, las ventas y la forma de operar. Por ello, los gastos de Affinity Petcare son: gastos basados en los dos tipos de operaciones que realiza (gastos de explotación: de forma directa e indirecta y gastos financieros), el gasto contable del ejercicio (impuesto sobre sociedades), y el gasto contable pero no monetario correspondiente a las amortizaciones del inmovilizado.

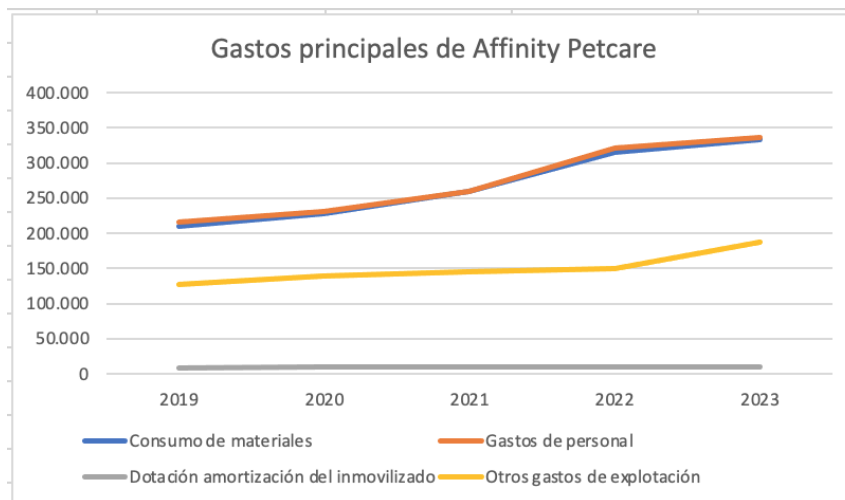
Tabla 9.Desglose de gastos

Gastos (miles)	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo de mercaderías y materias	210.675	227.327	259.362	315.341	333.539
Otros gastos de explotación	126.645	139.771	144.913	149.150	188.093
Gastos financieros	759	810	987	1.096	3.980
Impuesto de sociedades (gasto contable)	10.049	9.225	11.429	10.338	9.311
Resultado del ejercicio (BN)	37.169	34.094	44.999	41.793	48.124

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

Aunque para realizar un análisis significativo de los gastos, nos vamos a centrar en los principales (relevantes gastos de la actividad principal): Consumo de mercaderías y materias primas (o aprovisionamientos), Gastos de personal, Amortización del inmovilizado y Otros gastos de explotación.

Figura 11. Evolución de los gastos principales de Affinity



Fuente: elaboración propia

En cuanto al consumo de mercaderías y materias primas (materiales):

Es un gasto de explotación de la cuenta de pérdidas y ganancias que refleja el valor económico de las materias primas que ha empleado Affinity Petcare durante cada ejercicio económico para elaborar alimentos para mascotas domésticas. Emplea materias primas de origen animal (proteínas y grasa animal) y vegetal (cereales y legumbres), junto con complementos aditivos (vitaminas, minerales), para garantizar la nutrición y calidad de sus productos.

La empresa transforma estas materias en productos finales dentro de sus propias fábricas, como es la ubicada en Barcelona.

Se calcula: Consumo del ejercicio= Existencias iniciales + Compras del ejercicio – Existencias finales

Tabla 10. Consumo de materiales

Gastos de explotación (miles)	2019	2020	2021	2022	2023
Consumo de materiales	210.675	227.327	259.362	315.341	333.539

Elaboración propia a partir de SABI (2023)

Los datos desde su evolución en los distintos ejercicios económicos reflejan cómo ha ido necesitando emplear más materias primas en sus productos. Este aumento del consumo puede deberse a mayores compras de materias primas (MP), a un incremento en la producción o aun aumento de las ventas de sus productos, los cual requiere más materiales.

Respecto a los gastos de personal:

Por debajo ubicamos a los gastos de personal, gastos derivados del personal de la empresa. Estos se componen de las retribuciones básicas y complementarias, y representan el coste de capital humano que implica para la empresa tener empleados contratados, ya sea de forma fija o eventual.

Tabla 11. Gastos de personal

Gasto de explotación (miles)	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos de personal	216.275	231.517	259.802	321.768	336.064

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

La evolución de sus costes refleja un aumento en la contratación de personal para llevar a cabo la actividad económica. Esto podría ocasionar efectos negativos sobre el beneficio neto, al reducir el beneficio de explotación y afectar el margen de beneficios.

Considerando la dotación amortización del inmovilizado:

A continuación, se ubica la siguiente cuenta, la cual corresponde a un gasto no monetario pero que reduce el resultado de explotación: la amortización del inmovilizado material e inmaterial.

El inmovilizado es un activo fijo que permanece en el balance de la empresa durante más de un ejercicio económico, por lo que su gasto se contabiliza de forma periódica a lo largo de su vida útil. Por ello, cada ejercicio económico refleja el gasto correspondiente a la dotación por amortización del inmovilizado, hasta que, al finalizar su vida útil, este se haya amortizado completamente, disminuyendo así su valor contable.

Tabla 12. Dotación amortización del inmovilizado

Gasto contable (miles)	2019	2020	2021	2022	2023
Dotación amortización del inmovilizado	9.359	9.729	9.691	10.583	10.418

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

A partir de los datos, observamos que la dotación por amortización ha ido aumentando en los distintos ejercicios económicos, lo que conlleva una mayor pérdida de valor de los activos fijos y, en consecuencia, una mayor reducción del beneficio neto.

Por último, analizaremos otros gastos de explotación:

Esta cuenta recoge todos aquellos gastos de explotación que no derivan de las tres categorías anteriores. Aun así, son gastos vinculados a las operaciones corrientes de la actividad económica, y se registran principalmente en la cuenta de servicios exteriores.

Tabla 13. Otros gastos de explotación

Gasto de explotación (miles)	2019	2020	2021	2022	2023
Otros gastos de explotación	126.645	139.771	144.913	149.150	188.093

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

Finalmente, se observa un aumento en los gastos de explotación (tanto principales como otros). Este incremento podría derivarse del mayor gasto en servicios exteriores

implicado en el proceso de internacionalización. Sin embargo, dicho aumento se ve compensado por el crecimiento que este proceso genera.

4.2. Ingresos de Affinity Petcare:

Para finalizar el análisis de la cuenta de pérdidas y ganancias, vamos a centrarnos en los ingresos, teniendo en cuenta el análisis anterior de los gastos.

Como mencionamos al principio del trabajo, el liderazgo de Affinity Petcare en el sector de alimentación animal en España, junto con su impulso internacional (Francia, Italia y Portugal), le permite alcanzar un alto crecimiento que favorece un aumento constante de los ingresos por encima de sus gastos. Para mantener este liderazgo, la empresa ha invertido en mejoras productivas adaptadas a las necesidades de los animales, en publicidad para mantenerse presente en la mente del consumidor, y en el fortalecimiento de sus principales marcas, como Ultima, que es la que más impulsa su crecimiento. Además, su situación se ve beneficiada por el aumento del número de animales domésticos en la actualidad, siendo elegida frente a la competencia por la calidad y el valor nutritivo de sus productos.

La empresa no ha publicado de manera oficial su cuenta de pérdidas y ganancias, por lo que no dispone de un desglose detallado de sus ingresos. Sin embargo, podemos analizar los ingresos generales extraídos de la base de datos de SABI, en comparación con los gastos.

Tabla 14. Ingresos

Ingresos (miles)	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos de explotación:	380.296	407.020	445.150	509.115	575.818
Ventas netas:	377.577	404.643	442.450	506.145	572.394
Ingresos financieros	5.001	4.207	16.540	8.603	7.229

Fuente. Elaboración propia a partir de SABI (2023)

Los datos sobre la evolución en los distintos ejercicios económicos muestran un aumento tanto de los ingresos de explotación como en los ingresos financieros. El incremento considerable de los ingresos de explotación se debe al crecimiento de la actividad económica, ya que Affinity petcare logró aumentar sus ventas gracias a la internacionalización de su mercado. Aunque este proceso implicó un aumento de los gastos en materiales y personal, generó beneficios para la empresa.

Este crecimiento se complementa con un aumento en los ingresos financieros, que aportan rendimientos que poyan la realización de la actividad principal. Este incremento puede deberse a una mayor rentabilidad obtenida de sus inversiones o a la generación de ingresos a partir de la liquidez sobrante mediante la invertir en nuevos activos financieros.

Como resultado del aumento de ambos tipos de ingresos, Affinity Petcare demuestra disponer de un negocio sólido.

4.3. Comparación de gastos e ingresos principales: Resultado económico

Finalmente, con la comparativa de los datos de ingresos y gastos, podemos extraer una serie de conclusiones en función del resultado económico (beneficio o pérdidas) reflejado en la cuenta de pérdidas y ganancias.

El aumento del consumo de materiales (gastos explotación) se debe al incremento de las ventas netas, lo cual representa una situación positiva, ya que implica una mayor demanda de sus productos, generando así mayores ingresos.

El aumento de los gastos personales también está relacionado con el incremento de las ventas netas. La necesidad de incorporar más trabajadores responde al incremento en el consumo de materias primas, lo que a su vez persigue una mayor producción que generará unos mayores beneficios.

El aumento de la dotación de amortización se debe al crecimiento del inmovilizado material en el balance de la empresa, como resultado de la inversión en nuevas fábricas y empresas en el exterior, dentro de su estrategia de internacionalización.

El aumento de otros gastos de explotación se ve compensado por el valor agregado que la empresa obtiene por al vender los productos finales a un precio superior al de compra

de las materias primas, lo que le permite afrontar los mayores costes derivados del aumento de personal y otros factores operativos.

En conjunto, y tomando en cuenta también los comentarios del análisis del balance general, podemos concluir que el aumento coordinado de los gastos en personal, materiales, amortizaciones y otros, junto con el crecimiento de los ingresos, responde a efectos positivos derivados del incremento de la actividad económica. Este aumento en las ventas netas implica una mayor producción, que impulsa el crecimiento de la empresa hacia el exterior mediante la inversión en nuevos activos fijos, contratación de personal y expansión operativa.

Valor agregado= producción total (PT) – consumos intermedios (CI)

Tabla 15. Valor agregado

	2019	2020	2021	2022	2023
Valor agregado (miles)	91.046	90.869	105.663	101.278	128.491

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

En conclusión, Affinity Petcare obtiene un beneficio neto positivo gracias al aumento de los ingresos por encima de los gastos a lo largo de varios ejercicios económicos, lo que le permite mantener su posición de liderazgo tanto en el mercado español como en el internacional.

5. ANÁLISIS A TRAVÉS DE RATIOS

Para obtener conclusiones sobre la situación financiera, el rendimiento y la eficiencia operativa de Affinity Petcare, realizaremos un análisis de ratios mediante la relación entre distintas partidas del Balance de situación y de la cuenta de pérdidas y ganancias (ya analizadas previamente). A través de este análisis, podremos evaluar la liquidez, la solvencia y la rentabilidad de la empresa. Estos coeficientes nos permitirán comparar los resultados con ejercicios anteriores para valorar su evolución, identificar qué áreas de la empresa ofrecen una mayor rentabilidad, y, además, realizar comparaciones con otras empresas del sector.

5.1. Análisis de Liquidez

Según Aching (2006) la liquidez se refiere a:

La capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas. Expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes. Facilitan examinar la situación financiera de la compañía frente a otras, en este caso las ratios se limitan al análisis del activo y pasivo corriente. (p. 5)

Podemos analizar su liquidez y la evolución en el período de cinco años a través de cuatro ratios:

Fondo de Maniobra: $FM = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$

Ratio de Tesorería = $\frac{\text{Tesorería}}{\text{Pasivo corriente}}$

Acid Test (Prueba ácida) = $\frac{(\text{Activo corriente} - \text{Existencias})}{\text{Pasivo corriente}}$

Ratio de Liquidez corriente o general = $\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$

Tabla 16. Ratios de Liquidez

Ratios de Liquidez	2019	2020	2021	2022	2023
F. Maniobra (miles)	-62.860	-74.878	-48.415	-71.969	-71.680
Ratio Tesorería	0,02	0,01	0,09	0,04	0,10
Acid Test	0,46	0,45	0,61	0,50	0,52
Ratio Liquidez General	0,63	0,62	0,78	0,70	0,72

Fuente: elaboración propia

Se observa una evolución del fondo de maniobra negativa, lo que indica que la sociedad no puede financiar todas sus deudas a corto plazo (aquellas con vencimiento inferior a doce meses) con sus activos corrientes. Es decir, dispone de un bajo porcentaje de

activos que puedan convertirse en liquidez inmediata, siendo la cuenta de Deudores la partida mayoritaria dentro del activo corriente. Esta situación se ve respaldada por las cifras reducidas del ratio de tesorería, que reflejan una falta de liquidez en la cuenta de tesorería, lo que obliga a la empresa a depender en gran medida de los cobros pendientes (deudores) o del inventario disponible.

El ratio de Liquidez general, con valores inferiores a uno de forma continuada, evidencia una situación de riesgo de liquidez a corto plazo. La prueba ácida confirma esta debilidad persistente, ya que excluye los inventarios del cálculo, lo que agrava la falta de capacidad inmediata para hacer frente a obligaciones financieras. Esta situación impide a la empresa responder con solvencia ante imprevistos económicos (como pago de nóminas, proveedores o impuestos) o ante crisis externas, como fue el caso de la emergencia sanitaria vivida recientemente.

Desde un enfoque numérico, por cada euro que Affinity Petcare debe pagar a corto plazo, solo dispone de 0,72 euros en activos corrientes para cubrirlo. Cabe destacar que esta cifra ha mostrado una evolución positiva durante el ejercicio 2023, lo que indica una ligera mejora en la gestión de la liquidez. Aun así, persiste un riesgo de liquidez, aunque el margen para cubrirlo se ha reducido.

Una posible solución sería aplicar medidas para mejorar el efectivo disponible, como: renegociar deudas para aplazar o modificar pagos inmediatos; aumentar las ventas que generen ingresos a corto plazo; ofrecer descuentos por pronto pago a tiendas y distribuidores, incentivando cobros más rápido; aumentar el pasivo no corriente mediante compras a crédito, alargando el plazo de las obligaciones financieras; reducir el stock o las provisiones, adaptando la producción a la demanda real para movilizar recursos; aplicar promociones y campañas dirigidas al consumidor final para estimular el consumo; o reducir gastos innecesarios, mejorando la eficiencia operativa. Estas acciones permitirían a Affinity Petcare fortalecer su posición financiera y reducir el riesgo de liquidez a corto plazo.

5.2. Análisis de Solvencia y endeudamiento

Siguiendo a Aching (2006) la Solvencia de la empresa, según sus diferentes ratios “Expresan el respaldo que posee la empresa frente a sus deudas totales. Dan una idea

de la autonomía financiera de la misma. Combinan las deudas de corto y largo plazo” y “Permiten conocer qué tan estable o consolidada es la empresa en términos de la composición de los pasivos y su peso relativo con el capital y el patrimonio”. (p.12)

“El endeudamiento es un problema de flujo de efectivo y que el riesgo de endeudarse consiste en la habilidad que tenga o no la administración de la empresa para generar los fondos necesarios y suficientes para pagar las deudas a medida que se van venciendo”. (Aching, 2006, p.12)

Vamos a utilizar los siguientes ratios:

$$\text{Ratio de Solvencia a c/p} = \frac{(\text{Activo corriente} - \text{Existencias})}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$\text{Ratio de Solvencia a l/p} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$$

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

$$\text{Endeudamiento (\%)} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

Tabla 17. Ratios de Solvencia

Ratios de Solvencia	2019	2020	2021	2022	2023
Ratio de Solvencia					
a C/p (Acid test)	0,46	0,45	0,61	0,50	0,52
a l/p	1,71	1,60	1,62	1,55	1,52
Endeudamiento (%) (SABI)	58,49	62,58	61,80	64,63	65,54
Ratio de endeudamiento	1,41	1,66	1,62	1,83	1,91

Fuente: elaboración propia

Como hemos visto anteriormente con los diferentes ratios de liquidez y el ratio de solvencia a corto plazo, que se mantiene constantemente bajo (valores por debajo de

uno), la sociedad presenta problemas de liquidez. Aunque el ratio de solvencia a largo plazo, con valores superiores a uno ($AT > PNC$), muestra una situación relativamente sólida en la que dispone de una cierta capacidad para responder a largo plazo (buena solvencia a largo plazo), esta tiende a disminuir en 2023, siendo necesario controlar dicho descenso. Esta bajada puede deberse al aumento de la deuda a corto plazo (pasivo corriente).

Para completar el análisis de la capacidad de respuesta con los activos, es importante analizar en qué porcentaje esta endeudada la sociedad. El porcentaje de endeudamiento ha ido aumentando de manera sostenida en el tiempo, reflejando un crecimiento en la dependencia de financiación externa (terceros) respecto a los recursos propios (fondos propios), alcanzando un elevado 65% en 2023, lo cual reduce su capacidad de respuesta (fondo de maniobra). El riesgo de endeudamiento se ve reforzado por el hecho de que el ratio supera el valor crítico de 1,5. Según cifras del año 2023, por cada euro de capital propio, la empresa tiene 1,91 euros de deuda, lo que limita financieramente a la empresa.

Una solución para anticiparse a una posible pérdida de solvencia sería realizar una ampliación de capital (aumentar los fondos propios), gestionar de forma más eficiente el corto plazo (renegociando ciertas deudas para trasladarlas al largo plazo) y/o reducir la dependencia de financiación externa (por ejemplo, reduciendo el pasivo con terceros como la cuenta de acreedores).

No obstante, también se puede justificar su limitada capacidad de respuesta mediante actuaciones como la comercialización de productos especializados o premium (con materias primas de calidad y válido para cachorros o animales esterilizados) que usa dentro de su marca Ultima, como se mencionó al inicio, lo que podría generarle una mayor rentabilidad.

5.3. Análisis de la Rentabilidad

Tomando como referencia a Aching (2006) la rentabilidad mide

La capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial. Expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir. Relacionan directamente la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo. (p.14)

Vamos a analizar los indicadores de rentabilidad más importantes en un período de cinco años, a través de los datos de la cuenta de pérdidas y ganancias:

Rentabilidad Económica: $ROA = \frac{\text{resultado de explotación (BAIL o EBIT)}}{\text{Activo total}}$

Rentabilidad Financiera: $ROE = \frac{\text{Beneficio neto o resultado del ejercicio}}{\text{Patrimonio neto (Recursos propios)}}$

Tabla 18. Ratios de Rentabilidad

Ratios de Rentabilidad	2019	2020	2021	2022	2023
Rentabilidad económica (ROA)	12,52%	11,25%	10,85%	11,69%	13,52%
Rentabilidad financiera (ROE)	26,08%	25,67%	31,27%	30,94%	34,94%

Fuente: elaboración propia

Podemos observar, a través de la rentabilidad económica, que Affinity Petcare presenta valores elevados, superiores al 10%, lo que indica que la sociedad genera beneficios significativos a partir de los activos recogidos en su balance. En términos concretos, esto significa que, por cada euro invertido en activos, la empresa genera 13,52 céntimos de beneficio. Este dato refleja una gestión y utilización eficiente de los recursos disponibles.

Por otro lado, la rentabilidad financiera (rentabilidad sobre los recursos propios), también muestra valores altos, en este caso superiores al 25%, lo que indica que la empresa obtiene beneficios significativos a partir del capital aportado por los accionistas (fondos propios). En cifras, esto significa que, por cada euro invertido por los accionistas de Affinity Petcare, se generan en 2023 aproximadamente 34,94 céntimos de beneficio. Esto demuestra que la empresa no solo gestiona eficientemente sus recursos, sino que también genera valor para los accionistas actuales y resulta atractivo para potenciales inversores.

En conclusión, los valores elevados y en aumento de ambos ratios nos permiten apreciar que se trata de una sociedad rentable y sólida. Sin embargo, es importante vigilar el indicador de rentabilidad financiera, ya que su elevado valor podría deberse a un alto nivel de endeudamiento, como se analizó anteriormente. Esta situación puede provocar riesgos financieros, ya que el beneficio podría estar siendo impulsado por el apalancamiento financiero (financiación externa), sin que ello se traduzca en un aumento del patrimonio neto.

Para concluir su análisis de rentabilidad, podemos observar su margen de beneficios o utilidad:

$$\text{Margen de bfo} = \frac{\text{BN (RTO EJERCICIO)}}{\text{Ventas netas}} * 100$$

Tabla 19.Margen de beneficio

	2019	2020	2021	2022	2023
Margen de Beneficio (%)	9,84%	8,42%	10,17%	8,26%	8,40%

Fuente: elaboración propia a partir de SABI (2023)

El margen de beneficios nos muestra la ganancia obtenida como resultado de la diferencia entre el precio de venta y el coste de producción. Aunque presenta un porcentaje bajo, este se mantiene positivo y estable, ya que oscila dentro de un rango constante, lo cual refleja una buena gestión por parte de la empresa. Por ello, Affinity Petcare mantiene una rentabilidad estable en relación con sus ventas, sin que se

evidencien problemas derivados de altos costes de producción o de una inadecuada política de precios.

6. CONCLUSIONES

6.1. Situación económica- financiera de Affinity Petcare

Después de realizar un análisis económico-financiero detallado a través de sus cuentas contables (balance de situación y la cuenta de pérdidas y ganancias) y mediante determinados ratios, podemos extraer conclusiones sobre su situación en el mercado.

Affinity Petcare predomina en el sector de alimentación animal tanto en España como en el exterior, gracias a su proceso de internacionalización hacia países como Francia, Italia y Portugal. Tiene su sede en Barcelona, España, y forma parte del grupo Agrolimen (originariamente conocido como Gallina Blanca, que se transformó en Agrolimen para diversificar las actividades que desarrolla.

Desde el punto de vista económico, Affinity ha conseguido consolidar su posición en el mercado mediante el desarrollo y fortalecimiento de sus marcas, especialmente Ultima, su marca principal. Esta se orienta al segmento premium de alimentos para perros y gatos, lo que le permite captar un público específico con necesidades concretas, logrando así una mayor diferenciación frente a la competencia.

La cuenta de pérdidas y ganancias refleja este crecimiento, evidenciado por la obtención de beneficios continuos a lo largo de varios ejercicios. Esto ha sido posible gracias al aumento de gastos en materiales, personal y otros, destinados a sostener un crecimiento aún mayor en los ingresos, impulsado por el incremento de las ventas netas y los ingresos de operaciones financieras. Complementado este análisis con los ratios de rentabilidad, se observa cómo el resultado de explotación se ve beneficiado por un alto margen de beneficio, derivado del valor añadido que supone fabricar marcas no genéricas como Ultima, junto con la diversificación de productos y los canales de distribución empleados. Todo ello permite anticiparse a las posibles variaciones del mercado.

Desde el punto de vista financiero, el balance de situación muestra una estructura estable en el tiempo, con un alto porcentaje de inmovilizado material, reflejo de la

existencia de fábricas tanto en España como en el extranjero (por ejemplo, en Francia). Esto, producto del proceso de internacionalización, le permite reducir costes de producción y la dependencia de terceros. Sus datos financieros se ven fortalecidos por el aumento de la demanda de piensos, relacionado con la creciente presencia de animales domésticos en los hogares. Además, los ratios financieros indican que Affinity Petcare presenta un bajo nivel de endeudamiento, gracias al apoyo del grupo Agrolimen, lo que le permite mantener una liquidez suficiente para operar y afrontar sus obligaciones financieras.

En conclusión, Affinity Petcare mantiene una situación sólida y estable. Su crecimiento, rentabilidad y posición de liderazgo en el mercado se ven impulsados principalmente por su marca Ultima, que le permite diferenciarse, así como por su estrategia de internacionalización, la apuesta por productos de calidad en la gama premium y su inversión continua en marketing, que le garantiza visibilidad constante ante los consumidores.

6.2. Previsión de futuro y perspectiva de la marca

El análisis realizado a lo largo del trabajo y la consulta de diversas fuentes permiten conocer la previsión a futuro de la empresa.

SDG (2023) afirma lo siguiente:

Affinity Petcare es la empresa líder en alimentos para perros y gatos en España, con más de 50 años de experiencia en el sector de la nutrición animal. Affinity comercializa una amplia gama de productos bajo marcas líderes como Advance, Ultima y Brekkies.

“Pertenece al Grupo Agrolimen, uno de los grupos más importantes de España en gran consumo, con importantes marcas en cada una de las categorías en las que está presente”. (SDG, 2023)

Además, transmite a los consumidores su filosofía de empresa y compromiso social a través de la Fundación Affinity.

Esta entidad lleva 35 años trabajando por los animales y las personas desde 3 ámbitos: la investigación, la acción social y las campañas de concienciación. Tres áreas de actuación con el objetivo de difundir la filosofía de que una sociedad que respeta los animales es una sociedad mejor. (SDG, 2023)

SDG (2023) informa que Affinity Petcare no se queda atrás al adaptarse a las nuevas tecnologías, utilizando una plataforma de datos basada en SAP Data Warehouse cloud. Esta estrategia ad hoc combina el uso de inteligencia artificial en la toma de decisiones con la disponibilidad de datos en la nube, lo que le permite analizar la información disponible y extraer datos en tiempo real. De este modo, la empresa puede tomar decisiones de forma ágil y también disponer de predicciones que facilitan la gestión y la planificación a medio y largo plazo.

Hemos visto un crecimiento desde el punto de vista interno, pero su crecimiento como nos muestra Ultima (2024) en su página oficial también es debido a causas externas, producido a través de su expansión internacional en 36 países, mediante oficinas y fábricas, especialmente produciendo en cuatro países esenciales: España, Francia, Italia y Portugal. Cuenta con un equipo de 1.200 empleados de alto rendimiento de diversas partes del mundo y más de sesenta años de experiencia.

Por último, y no menos importante, es necesario recalcar que la principal fuente de crecimiento actual y futuro de Affinity Petcare es su marca Ultima, reconocida por su calidad y por ofrecer ingredientes nutritivos para las mascotas. Ultima (2024) muestra que disponen de la gama exclusiva de Ultima Pro+, que aporta al mercado una alimentación avanzada gracias a su alto contenido en proteínas de alta calidad, resultado de diversas investigaciones realizadas por el equipo de veterinarios de la empresa. Todo ello orientado a contribuir al desarrollo y mantenimiento de la masa muscular de las mascotas.

7. BIBLIOGRAFÍA

Aching Guzman, C. (2006). *Ratios Financieros*. <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2005/09/ratios-financieros-matematicas-financieras-1.pdf>

Affinity (2024). Affinity Petcare S.A. <https://www.affinity-petcare.com/es>

ANFAAC (s.f.). Datos sectoriales. <https://www.anfaac.org/datos-sectoriales/>

ANFAAC (s.f.). *Las ventas de la industria española de la alimentación de animales de compañía crecieron un 5% en 2024*. https://www.anfaac.org/petfood/noticias/las-ventas-de-la-industria-espanola-de-alimentacion-de-animales-de-compania-crecieron-un-5-en-2024_3603_14_1594_0_1_in.html

ANFAAC (s.f.). *Proceso de fabricación*. https://www.anfaac.org/anfaac/alimentos/proceso-de-fabricacion_12_1_ap.html

Asociación Española de la Industria y el Comercio del Sector del Animal de Compañía (AEDPAC). (2022). *Datos Macroeconómicos del Sector de la Industria y el Comercio del Animal de Compañía en España y Europa*. <https://www.aedpac.com/es/la-asociacion/sector-del-animal-de-compania-cifras-5/index.htm>

Baratech, G. (2024). *Affinity, la empresa más rentable del grupo catalán Gallina Blanca*. Metropoli. https://metropoliabierta.elespanol.com/economia/20240624/la-empresa-de-comida-para-mascotas-affinity-alcanza-un-beneficio-record-millones/865413514_0.html

Berstein Leopoldo, A. (1995). *Análisis de estados financieros teoría, aplicación e interpretación*. México Madrid, etc. Irwin

Buggiani, V. (2023). *Cómo se fabrica el pienso de perros: un vistazo al proceso*. Paraíso by Mascota. Cachoperros. https://paraisomascota.es/blogs/perros/como-se-fabrica-el-pienso-de-perros?srsId=AfmBOorGSDm0S6rh7T_VqzaZAfStqEkBcQRpu8m3rd8YAZNvPgGMk-up

Cesce (s.f.). *Información general de Affinity Petcare Sa. Formación de productos para la alimentación de animales de compañía*. Cesce. Seguros de tu éxito. <https://exportadores.cesce.es/exportaciones-affinity-petcare>

El Economista (s.f.). *Datos comerciales de Affinity Petcare Sa.* elEconomista.es. Ranking de Empresas. [https://ranking-empresas.eleconomista.es/AFFINITY-PETCARE.html#:~:text=Affinity%20Petcare%20Sa%20en%20el,INFORMA%20D%26B%20S.A.U.%20\(S.M.E.\)](https://ranking-empresas.eleconomista.es/AFFINITY-PETCARE.html#:~:text=Affinity%20Petcare%20Sa%20en%20el,INFORMA%20D%26B%20S.A.U.%20(S.M.E.))

InfoRetail (2023). *Análisis de precios y marcas de alimentos para mascotas en gran consumo.* InfoRetail. <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/analisis-de-precios-y-marcas-de-alimentos-para-mascotas-en-gran-consumo/5a77114cc1858d90ff6bcb94ba20e88b>

Interempresas (2025). *Ultima refuerza su posicionamiento como marca de referencia en alimentación para mascotas de la mano de DV360 y Atresmedia.* Interempresas. <https://www.interempresas.net/Mascotas/Articulos/590065-Ultima-refuerza-posicionamiento-marca-referencia-alimentacion-mascotas-mano-DV360.html>

L. V. (2022). *El origen del pienso.* Adiestrando Respeto. Más vale prevenir que morder. <https://www.adiestrandorespeto.com/el-origen-del-pienso/>

Orús, A. (2024). *Cifra de la población de perros como mascota en España 20110-2023.* Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/592945/numero-de-perros-en-espana/>

Pérez González, Á. y Segundo Gallardo, J. (2018). *El análisis económico y financiero que has de realizar en el inicio de un proyector. La aventura de emprender.* <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2005/09/ratios-financieros-matematicas-financieras-1.pdf> (Se cita en el texto como Pérez y Segundo (2018))

Qcom (2022). *Análisis DAFO del futuro del sector de Alimentación Animal.* Qcom.es. https://www.qcom.es/alimentacion/opinion/analisis-dafo-del-futuro-del-sector-de-alimentacion-animal_45521_8_52755_0_1_in.html

SABI (2023). *Affinity Petcare SA.* https://sabi-informa-es.ponton.uva.es/version-20230626-14-0/Report.serv?_CID=65&product=sabiinforma

SDG (2023). *Affinity Petcare alimenta el dato en la nube y apuesta por la analítica avanzada.* SDG Group. <https://www.sdqgroup.com/es-es/insights/news/affinity-petcare-alimenta-el-dato-en-la-nube-y-apuesta-por-la-analitica>

Statista (2024). *Compañías líderes en la industria mundial de alimentos para mascotas 2022*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1449263/empresas-lideres-en-comida-para-mascotas-a-nivel-mundial/>

Ultima (2024). <https://www.ultima-affinity.com/es/es/gama-pro.html>

Wall, T. (2023). *5 pet foods brands lead US market share, Purina tops*. Petfood industry. <https://www.petfoodindustry.com/pet-food-market/article/15469584/5-pet-foods-brands-lead-us-market-share-purina-tops>

8. ANEXO: Balance de situación y cuenta de Pérdidas y Ganancias

<i>Balance de situación</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>(mil EUR)</i>					
<i>Activo no corriente</i>	234.516	231.903	209.804	215.035	220.607
<i>Inmovilizado inmaterial</i>	28.048	23.129	18.747	14.116	10.823
<i>Inmovilizado material</i>	39.944	41.994	44.391	44.975	47.302
<i>Otros activos fijos</i>	166.524	166.780	146.666	155.944	162.482
<i>Activo corriente</i>	108.757	122.931	167.060	166.759	180.095
<i>Existencias</i>	29.536	34.088	36.018	48.329	49.611
<i>Deudores</i>	62.648	71.444	93.309	92.541	83.861
<i>Otros activos líquidos</i>	16.573	17.399	37.733	25.889	46.623
<i>Tesorería</i>	3.768	1.932	19.846	10.440	24.824
<i>TOTAL ACTIVO</i>	343.273	354.834	376.864	381.794	400.702
<i>Patrimonio Neto</i>	142.507	132.779	143.962	135.051	137.677
<i>Fondos Propios</i>	142.507	132.779	143.962	135.051	137.677
<i>Capital suscrito</i>	90.363	90.363	90.363	90.363	90.363
<i>Otros fondos propios</i>	52.144	42.416	53.599	44.688	47.314
<i>Pasivo no corriente</i>	29.149	24.246	17.427	8.015	11.250
<i>Acreedores a largo plazo</i>	24.000	18.000	12.000	6.000	n.d.
<i>Otros pasivos fijos</i>	5.149	6.246	5.427	2.015	11.250
<i>Provisiones</i>	1.549	3.224	2.909	n.d.	9.738
<i>Pasivo corriente</i>	171.617	197.809	215.475	238.728	251.775
<i>Deudas financieras</i>	17.449	6.971	6.043	6.095	6.046
<i>Acreedores comerciales</i>	21.011	24.444	31.476	39.289	29.715
<i>Otros pasivos líquidos</i>	133.157	166.394	177.956	193.344	216.014
<i>TOTAL PN Y PASIVO</i>	343.273	354.834	376.864	381.794	400.702

<i>Cuenta de PYG (mil EUR)</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>Ingresos de explotación</i>	380.296	407.020	445.150	509.115	575.818
<i>Importe neto cifra de ventas</i>	377.577	404.643	442.450	506.145	572.394
<i>Consumo de mercaderías y materias</i>	210.675	227.327	259.362	315.341	333.539
<i>Resultado bruto</i>	169.621	179.693	185.788	193.774	242.279
<i>Otros gastos de explotación</i>	126.645	139.771	144.913	149.150	188.093
<i>Resultado de explotación (BAIL o EBIT)</i>	42.976	39.922	40.875	44.624	54.186
<i>Ingresos financieros</i>	5.001	4.207	16.540	8.603	7.229
<i>Gastos financieros</i>	759	810	987	1.096	3.980
<i>Resultado financiero</i>	4.242	3.397	15.553	7.507	3.249
<i>Resultado ordinario antes de impuestos</i>	47.218	43.319	56.428	52.131	57.435
<i>Impuestos sobre sociedades (IS)</i>	10.049	9.225	11.429	10.338	9.311
<i>Resultado de actividades ordinarias</i>	37.169	34.094	44.999	41.793	48.124
<i>Ingresos extraordinarios</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<i>Gastos extraordinarios</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<i>Resultado de actividades extraordinarias</i>	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<i>Resultado del ejercicio (BN)</i>	37.169	34.094	44.999	41.793	48.124