



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Curso académico 2023/2024

TRABAJO FIN DE GRADO

Mención en Contabilidad

**ANÁLISIS ECONOMICO-FINANCIERO DE MERCADONA, DIA Y
LUPA EN LOS AÑOS 2021 Y 2022**

**ECONOMIC-FINANCIAL ANALYSIS OF MERCADONA, DIA Y
LUPA IN THE YEARS 2021 AND 2022**

AUTOR: Marina Bolado Campelo

DIRECTOR: Jaime Llano Serdio

Junio 2024

INDICE

RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	6
ANALISIS ECONÓMICO-FINANCIERO	9-21
1. Análisis financiero a corto plazo	9-13
- Periodo medio de maduración.....	9-10
- Fondo de maniobra.....	11
- Liquidez y solvencia.....	11-13
2. Análisis financiero a largo plazo	13-19
- Autonomía financiera y endeudamiento.....	13-15
- Garantía, Firmeza y Cobertura de Gastos financieros.....	16-18
- Autofinanciación.....	18-19
3. Análisis de Rentabilidades	19-21
- Rentabilidad Económica.....	19-20
- Rentabilidad Financiera.....	20-21
- Apalancamiento Financiero.....	21
CONCLUSIONES	22
BIBLIOGRAFÍA	23-24

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1: PMME.....9

Gráfica 2: Fondo de maniobra.....11

Gráfico 3: Liquidez11

Gráfico 4: Solvencia12

Gráfico 5: Prueba Acida.....12

Gráfico 6: Autonomía financiera..... 13

Gráfico 7: Endeudamiento global.....14

Gráfico 8: Endeudamiento a largo plazo.....15

Gráfico 9: Endeudamiento a corto plazo.....15

Gráfico 10: Garantía.....16

Gráfico 1: Firmeza.....17

Gráfico 12: Cobertura de Gastos Financieros..... 18

Gráfico 13: Rentabilidad económica.....19

Gráfico 14: Rentabilidad financiera.....20

Gráfico 15: Apalancamiento financiero..... 21

RESUMEN

El trabajo fin de grado consistirá en confeccionar un análisis económico- financiero referido al sector retail alimenticio, más concretamente de los supermercados cuyo código corresponde al CNAE 4711 de Comercio al por mayor y al por menor. En este estudio vamos a analizar los ejercicios entre 2021 y 2022 con el fin de estudiar el impacto posterior a la pandemia del COVID 19 ocasionada en 2020 y su posterior crisis relacionada con la inflación.

El estudio económico-financiero se ejecuta de acuerdo con los supermercados Mercadona, Día y Lupa españoles presentes en numeras partes de la Península Ibérica. Gracias a los datos proporcionados por sus respectivas páginas web, la base de datos Sistema de Análisis de Balances Ibéricos y portales económicos especializados, podemos observar que la economía española ha sufrido numerosos cambios a lo largo de su historia, es decir desde la imposición de la autarquía como consecuencia de la guerra hasta la recuperación económica acontecida en 2019 tras la crisis mundial de 2008. En el caso que nos incumbe, la opulencia generada en el último año comentado, cambio drásticamente por el estallido de la pandemia del COVID-19 en 2020 y los sucesivos años, aunque en el año 2022 algunas comunidades autónomas han crecido de forma notable: Andalucía (12,5%), Canarias (9,7%)y Comunidad de Madrid (7,2%), encabezando la lista la Comunidad de Madrid, País Vasco, Navarra y Cataluña, mientras que las regiones con un menos crecimiento son Extremadura (2,1%), Castilla La Mancha (2,2%) y Castilla y León (3,1%).

Además, el trabajo va a estar compuesto de un estudio inicial de datos como su cuota de mercado, facturación, número de empleados y demás datos de cada una de estas sociedades para poder entender como influyen en su funcionamiento. Posteriormente, se realiza el análisis económico financiero de dichas compañías a través de la utilización de ratios y su correspondiente interpretación.

Para ello, para la recolección y estudio de datos, se procede a consultar la base de datos SABI, como he mencionado anteriormente, con el fin de recabar los datos de las empresas que vamos a analizar y sus respectivas cuentas anuales obtenidas de cada una de ellas.

ABSTRACT

The final degree project will consist of preparing an economic-financial analysis referring to the food retail sector, more specifically of supermarkets whose code corresponds to CNAE 4711 of Wholesale and Retail Trade. In this study, we are going to analyze the years between 2021 and 2022 in order to study the impact of the COVID-19 pandemic caused in 2020 and its subsequent inflation-related crisis.

The economic-financial study is carried out in agreement with the Spanish supermarkets Mercadona, Dia and Lupa present in numerous parts of the Iberian Peninsula. Thanks to the data provided by their respective websites, the Iberian Balance Sheet Analysis System database and specialized economic portals, we can see that the Spanish economy has undergone numerous changes throughout its history, that is, from the imposition of autarky as a result of the war to the economic recovery that occurred in 2019 after the global crisis of 2008. In the case that concerns us, the opulence generated in the last year mentioned changed drastically due to the outbreak of the COVID-19 pandemic in 2020 and the following years, although in 2022 some autonomous communities have grown significantly: Andalusia (12.5%), the Canary Islands (9.7%) and the Community of Madrid (7.2%), with the Community of Madrid topping the list. Basque Country, Navarre and Catalonia, while the regions with the lowest growth are Extremadura (2.1%), Castilla La Mancha (2.2%) and Castilla y León (3.1%).

In addition, the work will consist of an initial study of data such as their market share, turnover, number of employees and other data of each of these companies in order to understand how they influence their operation. Subsequently, the economic and financial analysis of these companies is carried out through the use of ratios and their corresponding interpretation.

To do this, for the collection and study of data, we proceed to consult the SABI database, as I mentioned before, in order to collect the data of the companies that we are going to analyze and their respective annual accounts obtained from each of them.

INTRODUCCIÓN

El trabajo que voy a realizar consiste en el análisis del sector alimenticio retail de tres supermercados españoles: Mercadona, Dia y Lupa en los ejercicios 2021 y 2022. En cuanto a la ejecución del estudio, se va a analizar los aspectos económicos-financieros de estas tres compañías.

Anteriormente, se procede a realizar varias investigaciones acerca del impacto posterior a la pandemia global concurrida en el año 2020, así como los hechos concurridos posteriormente como la guerra de Ucrania, la Inflación y el conflicto de los ganaderos y agricultores. Asimismo, en este trabajo vamos a estudiar el crecimiento del sector en los años que preceden a la crisis sanitaria del COVID-19, es decir aquellos años que abarca desde el 2021 hasta el 2022 debido a que el sector al que pertenecen los supermercados ha presentado un auge en las últimas décadas como consecuencia de la incursión de las nuevas tecnologías y al acceso a diferentes tipos de productos que antes no se podían adquirir con facilidad-

Actualmente, España está experimentando una gran transformación en cuanto a supermercados se refiere, pues ha presentado buenos datos este tipo de industria en el año 2022, pues ha generado unas cuantiosas cifras alrededor de los 144.955 millones de euros, por lo tanto, proporciona un 3,5% en el PIB en dicho ejercicio. Gracias a esta situación, muchas empresas españolas apuestan por expandirse en diferentes lugares del territorio ibérico, como puede ser el caso de Mercadona en los últimos años.

Por esta razón comentada en el párrafo anterior, es importante conocer la envergadura de la industria alimentaria española que se está transformando de manera constante debido a diversas razones. A continuación, se va a emprender un estudio económico y financiero de las compañías que pertenecen a la industria alimentaria citadas en previos párrafos, es decir Mercadona, Dia y Lupa en los ejercicios que abarcan los años de 2021 y 2022, ya que estos años son cruciales para comprender la evolución que han tenido los respectivos supermercados durante todos los acontecimientos que se han producido en dichos años.

En cuanto a la organización del trabajo se va a componer por las siguientes partes:

En primer lugar, se va a disponer de una parte que trata de conocer el funcionamiento general de las 3 empresas, es decir, analizar la importancia que tiene en el sector, su aportación al PIB, su número de empleados y otros aspectos.

En segundo lugar, tras haber realizado el estudio de todas las características anteriormente citadas, vamos a ejecutar las ratios correspondientes del análisis económico- financiero de Mercadona, Dia y Lupa. Además, van a estar acompañados por sus gráficos para facilitar su comprensión y fomentar la mejora de la visualización de los datos.

Por último, tras haber recabado todos los datos de las tres empresas respectivamente, se sacan conclusiones de la situación que atraviesan cada supermercado y comparar las distintas situaciones que atraviesan.

HISTORIA DE MERCADONA, DIA Y LUPA

1. MERCADONA

Mercadona es una empresa creada por el matrimonio formado por Francisco Roig y Trinidad Alonso en 1977 como una tienda de ultramarinos, para luego, convertirse en una de las compañías más importantes de España gracias a sus pioneras innovaciones y compromiso hacia el cliente. (Ortega, 2023) (1).

Esta sociedad tiene una gran importancia en su propio sector, pues es considerada como la líder de su mercado, obteniendo una cuota de un 23,1% en 2021, y en el año siguiente un 24,6% de cuota de mercado (10). Además, es de los supermercados más buscados y mencionados, pues acumula el 49% de las búsquedas. Este fenómeno se debe al creciente auge por parte de los consumidores de disponer de comercios cercanos y de proximidad, donde vendan productos de calidad y frescos a precios asequibles. (Pradas, 2023) (4). En cuanto, a su facturación generó un total de 30.304 millones de euros a lo largo del año de 2022, superando en un 10,6% más que en 2021.

En cuanto a su aportación a la economía española equivale al 2,1% del PIB nacional, y tributa por unos 2433 millones de euros aproximadamente procedentes de sus beneficios. Asimismo, es una empresa cuyo objetivo no es solo asegurar el bienestar de sus clientes, sino también, enriquecer a la sociedad a través de crear nuevos puestos de trabajo a tiempo completo durante el año 2022 y 2023. ("La actividad de Mercadona genera el 2,2% de la recaudación fiscal total de las Administraciones públicas españolas" (2024)) (5).

Por último, destaca por la excelente relación que mantiene con todos sus proveedores, pues la gerencia ha realizado contratos de exclusividad con sus suministradores que desemboca a una gran reducción de sus costes, y originan un entramado logístico muy eficiente y óptimo, que lo percibe el cliente final en su experiencia de compra.

2. DIA

Dia es una empresa dedicada al sector retail de alimentación cuyo origen se remonta a finales de la década de los 70 en Madrid. Su principal atractivo son sus bajos precios en los productos que venden, ya que se convirtió en el primer supermercado "low-cost" ya desde sus inicios. ("La increíble historia de DIA, la cadena de supermercados de bajo coste que nació en España y tiene club de fans", 2022) (2)

Este supermercado está de actualidad debido a que ha iniciado un proceso de reducción de pérdidas a lo largo de 2022 y 2023, pues ha alcanzado un 76% de minoración de dichos gastos, aunque todavía tienen que mejorar algunos aspectos que vamos a comentar posteriormente. Además, dispone de un gran número de empleados, pues ronda los 40000 trabajadores en diversas áreas (administración, gestión de almacén, cajeros, programadores etc.). (Miralles, F, 2022) (6).

Desde la perspectiva de su cuota de mercado, obtiene un 4,8% en 2021, y un 4,5% en 2022 ('Cuotas de mercado de la distribución en España', 2021) (10). Asimismo, su facturación mejoró notablemente en 2022, como consecuencia de la subida de los precios, pues han alcanzado un 5,4%, que equivale a 4436,2 millones de euros. (García Roper, J. 2023) (11) Además, la empresa ha obtenido resultados desfavorables en 2022 por el auge de las pérdidas de 42 millones de euros, aunque en 2023 consiguió sanar esta situación, pues supuso una reducción de 30 millones de euros en pérdidas. (Alonso, Cristina, 2024) (12)

Por último, la sociedad se ha visto muy mermada por el crecimiento de Mercadona y otros supermercados, por lo tanto, debe potenciar su posicionamiento de marca, pues siempre ha sido conocida por ofrecer precios "low cost" siendo atractivo para clientes sensibles al precio. ("Supermercados DIA: la importancia del posicionamiento de marca",2018) (7)

3. LUPA

Semark es la denominación jurídica del supermercado conocido como Lupa cuyo origen se remonta a principios de la década de los 80 en la capital santanderina dedicada a la distribución alimentaria. (Lupa Supermercados, 2024) (3)

La cadena cántabra ha incrementado sus ingresos en un 50% de varias fuentes como en la venta de productos alimenticios y no alimenticios (productos de limpieza, higiene personal, etc.), la marca propia del supermercado (Alteza), servicios complementarios (servicios a domicilio), ventas online a través de su página web etc. Esta situación repercute de forma positiva en su plantilla, pues la ha ampliado en un 55% en los últimos años que equivalen a más de 4603 empleados. Por consiguiente, Lupa está experimentando un gran auge en su mercado, que cada vez tiene más poder en este mismo. (García Roperó, J., 2022).

Por otra parte, la facturación de Lupa ha generado 879 millones de euros en 2022, mientras que en el año anterior obtuvo unos 740 millones de euros. Esta situación, se debe al crecimiento experimentado por la empresa en estos últimos años, pues se refleja en la apertura de nuevos locales en Cantabria, Burgos o La Rioja ("Semark AC Group Lupa crece un 18,1%",2024) (13). A continuación, su cuota de mercado se desconoce, pero muchos expertos afirman que los supermercados cuya presencia mayoritaria es regional, pueden hacer frente a las empresas más grandes como Mercadona. (Tobar, S. ,2023) (14)

Por otro lado, la empresa crece un 18,1% en 2023, consiguiendo una paulatina expansión por todo el territorio de la comunidad autónoma, y en otras zonas de la Península Ibérica como León y La Rioja. Para ello, ha realizado cuantiosas inversiones por valor de 26,2 millones de euros, con 356 puestos de trabajos generados. ('Semark AC Group (Lupa) crece un 18,1%', 2024) (9)

ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

El análisis económico- financiero es una herramienta que emplean las grandes empresas para conocer la situación en la que se encuentran. Por consiguiente, su principal cometido es estudiar la salud financiera de las compañías con el fin de proporcionar información valiosa para facilitar la toma de decisiones entre los responsables de la sociedad en concreto.

De la misma manera, este tipo de análisis se enfoca en la evaluación de los rendimientos desde el punto de vista de las operaciones tanto comerciales como las operaciones financieras con el principal propósito de identificar los aspectos que hay que mejorar, así como, fortalecer la posición que ocupa la empresa en el mercado para adelantarse a sus competidores.

Para llevar a cabo el análisis económico-financiero de las ampliamente conocidas empresas Mercadona, Dia y Semark (nombre jurídico de Lupa) dedicadas al sector retail en España, vamos a utilizar las ratios correspondientes al estudio financiero tanto a corto plazo como a largo plazo divididos en dos bloques como vertebra principal de este trabajo.

1. ANÁLISIS FINANCIERO A CORTO PLAZO

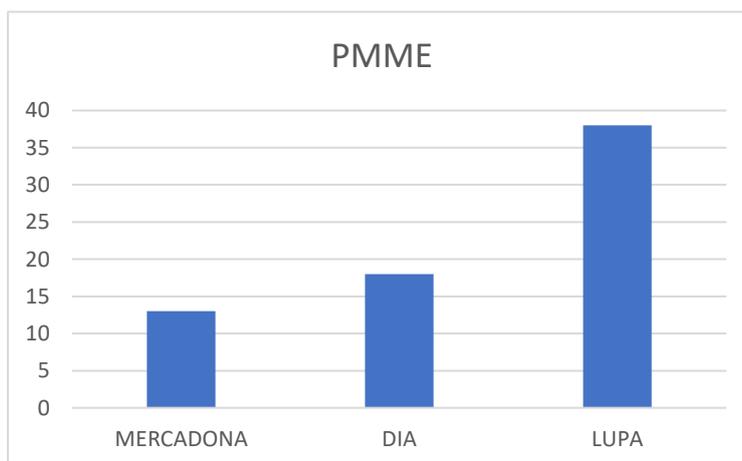
El análisis financiero a corto plazo se encarga de determinar la salud financiera que experimenta las empresas a través del estudio del periodo medio de maduración y el uso de diversas ratios como las ratios relacionadas con la liquidez y solvencia, y el fondo de maniobra. Todos estos cálculos demuestran la capacidad que tienen las compañías para cumplir con sus obligaciones en una perspectiva cercana del tiempo.

- Periodo medio de maduración:

Calculo PMME: $PMA+PMC$

Calculo PMMF: $PMME-PMP$

Grafica 1: PMME 2021 y 2022



Este tipo de cálculo se enfoca en medir el periodo medio de maduración según el ciclo de explotación de la empresa a analizar, así como, se encarga de determinar el pago de los dividendos que ejecuta la compañía.

Como podemos observar, Mercadona cuenta con un ciclo de explotación breve (13 días), cuyo peso recae en el periodo medio de almacenamiento (PMA) de 14 días y en el periodo medio de pago (PMP) de 42 días, ya que carece de periodo medio de cobro (PMC) debido a que vende al contado por su condición de ser un supermercado. Estos datos, demuestran que la sociedad tiene un periodo medio de maduración financiero negativo, es decir, significa que se financia mayoritariamente a través de sus proveedores e indica que Mercadona está en una situación buena.

Por otro lado, Dia cuenta con un ciclo de explotación breve (18 días), cuyo peso recae en el periodo medio de almacenamiento (PMA) de 18 días y en el periodo medio de pago (PMP) de 62 días, ya que carece de periodo medio de cobro (PMC) debido a que vende al contado por su condición de ser un supermercado. Esta situación, refleja que la empresa no es capaz de financiarse con sus propios fondos, sino que necesita a los proveedores para poder continuar con su actividad comercial como consecuencia de obtener periodo medio de maduración financiero negativo.

En el caso de Lupa cuenta con un ciclo de explotación corto, aunque de mayor duración que Mercadona y Dia (38 días), cuyo peso recae en el periodo medio de almacenamiento (PMA) de 38 días y en el periodo medio de pago (PMP) de 60 días, ya que carece de periodo medio de cobro (PMC) debido a que vende al contado por su condición de ser un supermercado. Estos cálculos, demuestran que la sociedad es dependiente respecto a sus medios de financiación externos, es decir, sus proveedores, pue sin ellos no posee capacidad suficiente para poder continuar con sus actividades económicas, ya que tiene un periodo medio de maduración financiero negativo, es decir, refleja que Lupa está en una situación buena.

- **Fondo de maniobra**

Cálculo: AC-PC

Esta ratio es una medida financiera que determina la liquidez en un espacio breve del tiempo, por lo tanto, tiene una gran importancia en la gestión del efectivo y solvencia. Su cálculo consiste en la diferencia entre el activo y el pasivo corrientes.

Grafica 2: Fondo de Maniobra, 2021 y 2022



Podemos apreciar que Mercadona, Dia y Lupa tienen un fondo de maniobra negativo debido a que sus deudas a corto plazo superan la cantidad de activos corrientes que disponen las compañías tanto en 2021 como en 2022. Por lo tanto, esta situación es una clara señal de que estos tres supermercados no presentan aparentes problemas de liquidez, por lo tanto, los tres supermercados pueden hacer frente a sus deudas.

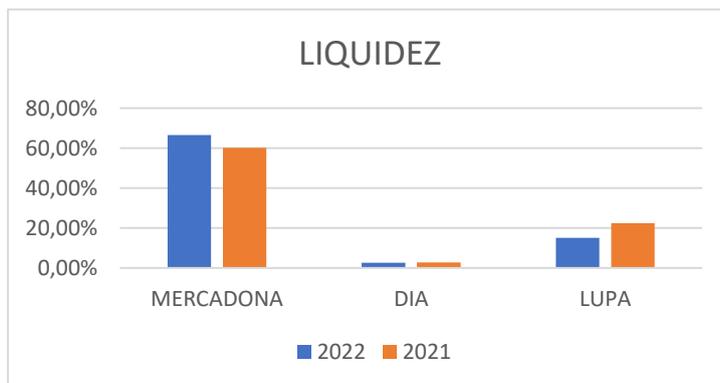
- **Liquidez y solvencia**

Calculo Liquidez: Efectivo/PC

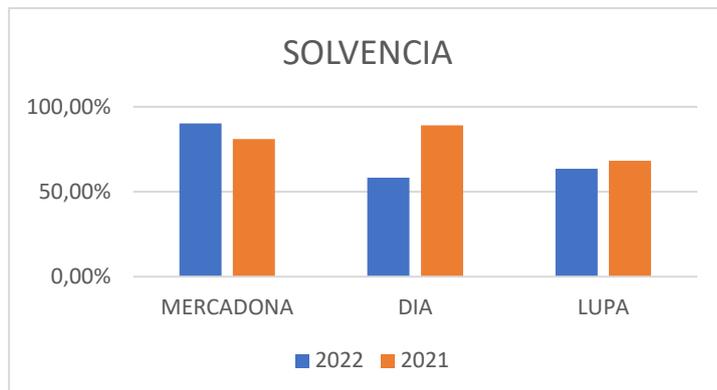
Calculo Solvencia: AC/PC

La liquidez y solvencia muestran la capacidad que tiene la sociedad para cubrir sus deudas a corto plazo, como indicio fundamental de que las empresas puedan continuar con sus operaciones con suficiente holgura.

Grafica 3: Liquidez, 2021 y 2022



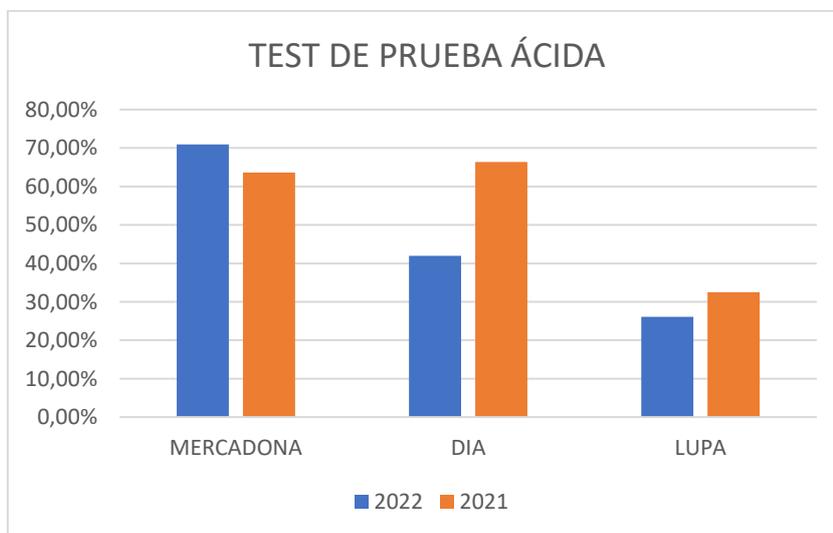
Grafica 4: Solvencia, 2021 y 2022



Mercadona ha conseguido disponer una mayor liquidez y solvencia en un 66,49% y 90,27% respectivamente a lo largo del ejercicio 2022 en comparación con el ejercicio de 2021 debido al incremento tanto de la tesorería como de las inversiones que realiza la empresa, y a la subida del pasivo corriente. En cambio, Dia proporciona información desfavorable en relación con estas dos ratios, pues obtiene de forma considerable en el año 2022 un 2,68% y 58,21% respectivamente como principal causa del creciente aumento del pasivo circulante frente a la reducción que ha experimentado la tesorería de la empresa en 2022. Esta misma situación se reitera en el supermercado cántabro, pues estas ratios dan como resultado en el año actual un 15,16% y 63,48% en comparación que en 2021 respectivamente por las mismas razones que Dia.

Por otro lado, podemos destacar la relevancia que se le otorga a las ratios de prueba acida y tesorería dentro de este mismo apartado. En el caso del “Quick ratio” mide la capacidad de la empresa para poder hacer frente a sus pasivos a corto plazo sin la dependencia de sus inventarios, mientras que la tesorería se responsabiliza de gestionar los recursos monetarios de la sociedad.

Grafica 5: Test de Prueba Ácida, 2021 y 2022



Desde el punto de vista del supermercado valenciano, su prueba acida y tesorería expresan un 70,94% y 134,87% en contraste con 2021 como consecuencia del mayor peso que recae en su activo circulante y sus existencias. Gracias a estos buenos datos, los acreedores ven aseguradas sus expectativas relacionadas con la devolución de las deudas contraídas con la empresa.

Por el contrario, Dia demuestra que dichos calculo sufren una caída, pues sus resultados son de un 10,54% y un 41,98% respecto al año anterior, al igual que Lupa en un 26,06% y un 27,06% ya que, en ambas empresas, los directivos han ejecutado menos inversiones financieras a corto plazo, aunque la cantidad de dinero resguardada en sus respectivas cuentas bancarias son de mayor cantidad que el año anterior, y disponen de un menor número de existencias que van a vender o emplear en un horizonte cercano. Además, en ambas ratios de las dos sociedades, el pasivo corriente se ha visto incrementado a través de las deudas contraídas con sus proveedores, por lo que es un factor clave para entender que los supermercados hayan obtenido desfavorables resultados en 2022.

2. ANÁLISIS FINANCIERO A LARGO PLAZO

El análisis financiero a largo plazo consiste en la evaluación de los rendimientos que dispone la empresa para poder hacer frente a sus obligaciones a largo plazo. Para ello, vamos a utilizar las ratios que corresponden a la autonomía financiera, endeudamiento global, endeudamiento a corto plazo y endeudamiento a largo plazo. Además, procederemos a ejecutar los cálculos relacionados con la autofinanciación, y las ratios de garantía, firmeza y la cobertura de los gastos financieros.

- Autonomía financiera y endeudamiento

Calculo AF: Patrimonio Neto/ Pasivos

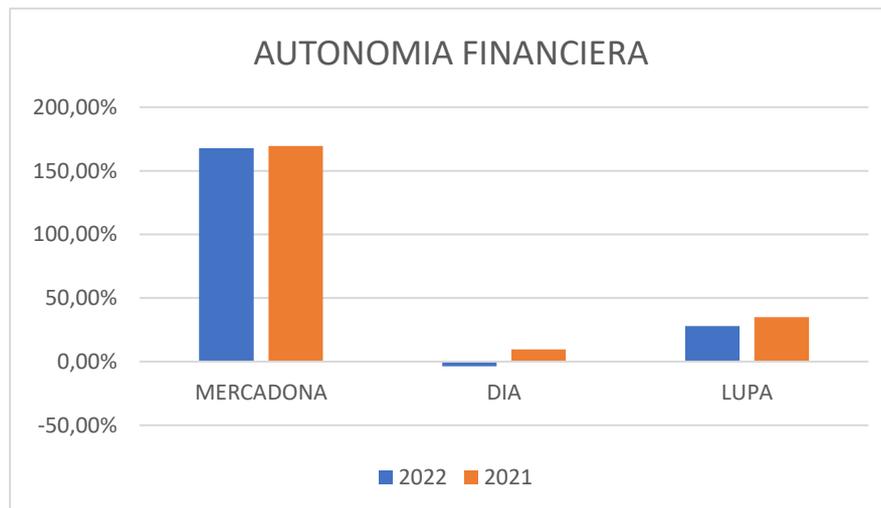


Gráfico 6: Autonomía Financiera, 2021 y 2022

Calculo REG: Pasivos/ PN

Calculo RE-C/p: PC/PN

Calculo RE-L/p: PNC/PN

ANÁLISIS ECONOMICO-FINANCIERO DE MERCADONA, DIA Y LUPA

En primer lugar, la autonomía financiera permite que una empresa sea capaz de ser independiente en relación con sus deudas contraídas.

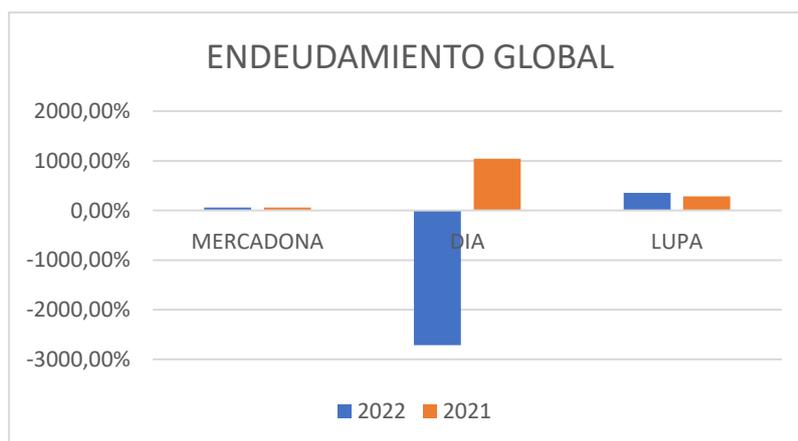
Desde la perspectiva de Mercadona es menos independiente respecto al exterior en 2022 reflejado en su resultado de un 167,85% comparado con 2021, pues su principal motivo es la minoración del pasivo no corriente a pesar de la subida del pasivo circulante y del patrimonio neto. Por esta razón, los accionistas asumen un mayor riesgo, pero al no haber una variación muy destacable en ambos años, se puede concluir con que es rentable en 2021 y 2022.

Por otro lado, Dia alcanza una autonomía financiera negativa de un -3,68%, pues su patrimonio neto es negativo en el ejercicio actual que contrasta de manera notable con la envergadura del total de su pasivo tanto no corriente como corriente. Como consecuencia, representa una mala situación para la gran superficie, ya que indica que dispone de un mayor número de pasivos que fondos propios, lo que significa que tiene un alto endeudamiento y provoca una mayor incertidumbre en referencia a los bancos, pues les puede imponer intereses más altos o garantías más exigentes como un aval por el alto riesgo.

La sociedad cántabra cuenta con una independencia externa menor en el ejercicio presente en un 27,99% como principal causa del leve aumento del patrimonio neto, al igual que el crecimiento que experimenta los pasivos circulantes y no circulantes. Por esta razón, la situación en la que se encuentra Lupa obtiene un resultado muy bajo en comparación con lo óptimo, por lo tanto, significa que tiene un alto endeudamiento en base a sus préstamos o créditos con sus proveedores y un menor control sobre sus fuentes de financiación ajenas.

En segundo lugar, el endeudamiento mide el grado de dependencia que tiene la empresa del exterior. Para ello, vamos a analizar el grado de endeudamiento global, a corto plazo y a largo plazo

Gráfico 7: Endeudamiento global, 2021 y 2022



MARINA BOLADO CAMPELO

Gráfico 8: Endeudamiento a largo plazo, 2021 y 2022

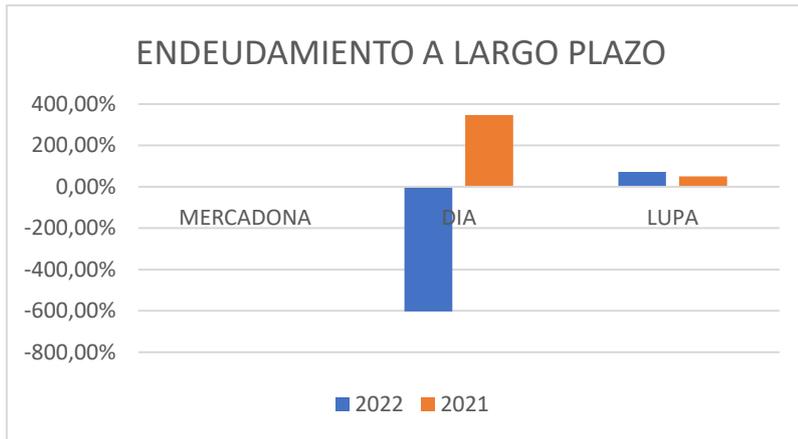
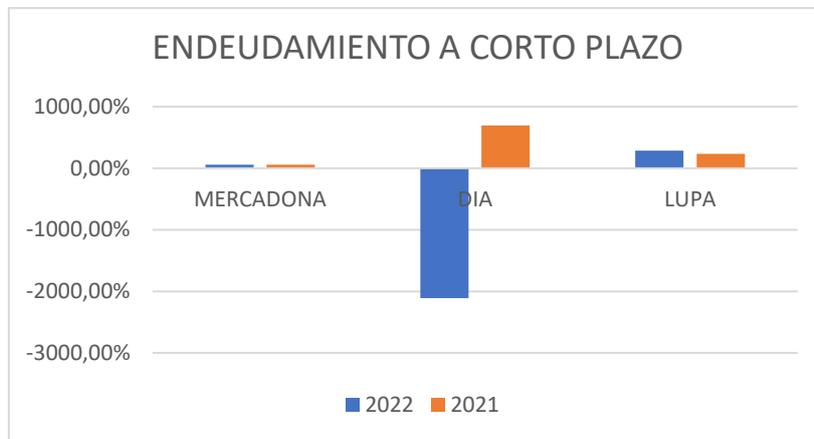


Gráfico 9: Endeudamiento a corto plazo, 2021 y 2022



El endeudamiento de Mercadona desde la perspectiva global como a corto plazo aumenta en función del alza de las deudas a corto plazo de un 59,57% y 59,08% respectivamente, mientras que el endeudamiento a largo plazo disminuye en un 0,492%. Esta situación, hace que Mercadona sea más dependiente a medios financieros ajenos a corto plazo, por ejemplo, los proveedores, acorde con su periodo medio de maduración financiero.

Seguidamente, el endeudamiento global de Dia también presenta resultados desfavorables tanto en 2022 como en 2021, más concretamente, en el ejercicio presente porque obtiene un porcentaje negativo como señal de la falta de eficiencia internamente en la compañía madrileña en un -2712,34%. Este panorama significa que la empresa al poseer unos fondos propios inferiores a la unidad demuestra que no es capaz de generar suficientes recursos propios como para financiar parte de sus necesidades económicas, es decir, depende totalmente de los medios externos y su ratio de endeudamiento en cualquier perspectiva temporal (cercana o lejana) es muy elevada en -2109,98% y -302,35% respectivamente, por lo que no es nada optimo. Esta dirección que toma la empresa en 2022 se reitera en el endeudamiento a corto y largo plazo, donde se acentúa de manera más notable en su futuro más cercano, pues su pasivo corriente es muy superior a su pasivo no corriente.

A continuación, Lupa dispone de un endeudamiento global poco óptimo tanto en 2022 en un 357,18% como en 2021 en un 285,43% debido al creciente incremento de las deudas tanto a corto como a largo plazo, y a la subida de los fondos propios que dispone la empresa. Del mismo modo, el grado de endeudamiento en un futuro cercano obtiene un 285,79% por el notable crecimiento de las deudas contraídas a corto plazo al mismo tiempo que el incremento del endeudamiento a largo plazo en un 71,23% a lo largo de 2022. Esta tesitura, perjudica especialmente al supermercado debido a que el banco será más reacio a proporcionar financiación, y que, por tanto, exija mayores garantías, y los acreedores pueden ver peligrar las expectativas relacionadas con la devolución de sus deudas o préstamos concedidos a Lupa.

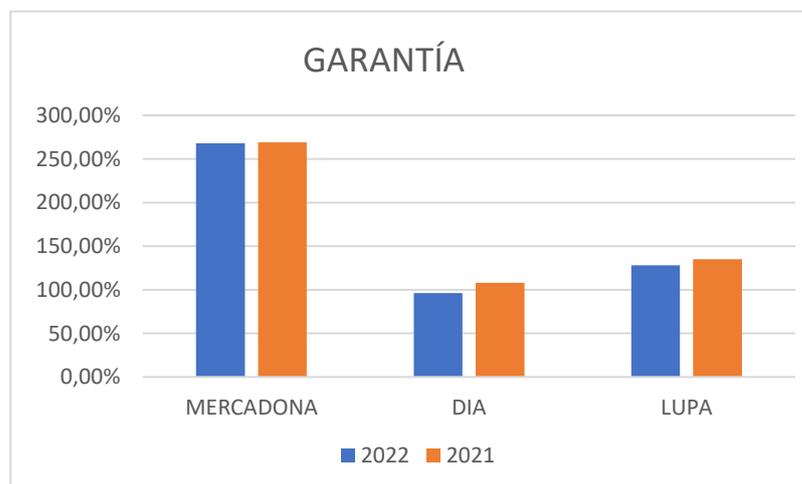
- **Garantía, Firmeza y Cobertura de gastos financieros**

- *Ratio de garantía*

Calculo: Activo/Pasivo

Inicialmente, la ratio de garantía muestra la capacidad que tienen los activos de la empresa para poder afrontar la totalidad de sus deudas con terceros.

Gráfico 10: Garantía, 2021 y 2022



En la gráfica, podemos observar que la ratio de garantía que se le atribuye a Mercadona obtiene en 2022 un 267,85% debido a que su activo es superior al total de deudas contraídas por la empresa. A pesar de esta desventaja, Mercadona está emprendiendo un buen camino, pues asegura a sus acreedores la devolución de todos sus pasivos como consecuencia de poseer un elevado activo y un patrimonio neto positivo.

Igualmente, que la empresa anteriormente comentada, Dia presenta una ratio de garantía que disminuye a lo largo del año actual en un 96,31% a diferencia de su ejercicio predecesor en un 108,01% debido a que su pasivo es superior a su activo, por ende, su patrimonio neto es negativo. Esta situación refleja claramente el panorama tan perjudicial en el que se encuentra la empresa en la actualidad, pues no puede hacer frente a sus deudas con el total de su inmovilizado y derechos de cobro pendientes.

Como podemos apreciar, esta tendencia demostrada en el gráfico expuesto anteriormente, también se repite en Lupa que manifiesta

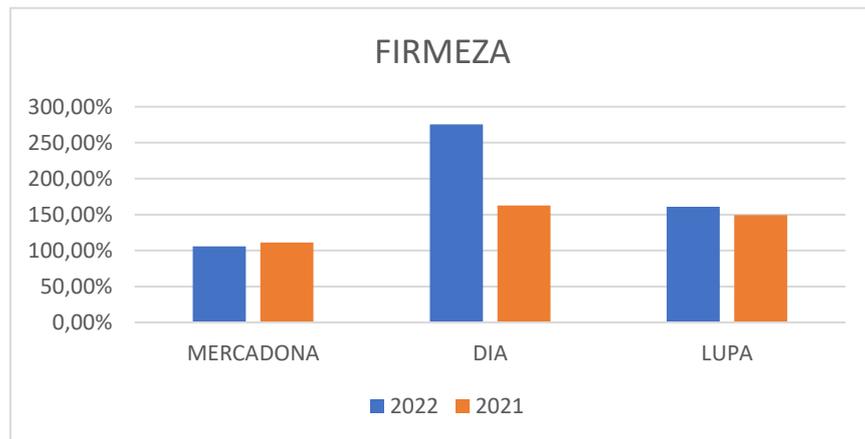
una clara reducción de su garantía en un 127,99% debido a que inmovilizado total es superior a su pasivo, por lo tanto, a pesar de que es capaz de devolver sus deudas, los acreedores pueden estar preocupados por presentar menos garantías en comparación con el año anterior.

- *Ratio de firmeza*

Calculo: Activo no corriente/Capitales permanentes

Este tipo de ratio indica como están financiados los activos fijos, es decir los activos no corrientes.

Gráfico 11: Firmeza, 2021 y 2022



Según la gráfica, Mercadona dispone de una ratio de firmeza en el ejercicio presente de un 105,71% en contraste con un 111,07% correspondiente a 2021 porque su activo no corriente es inferior a sus pasivos permanentes, por lo que hay parte de dicho activo que está financiado a corto plazo, por ende, provoca riesgo de desequilibrio y fondo de maniobra negativo.

Por el contrario, el supermercado madrileño posee una ratio de firmeza en el último ejercicio de un 275,54% en comparación con el dato anterior de 2021 de un 162,87%, aunque al dar como resultado un porcentaje superior se demuestra que parte de su pasivo no circulante está financiado por sus proveedores o deudas a corto plazo, por ende, la empresa se haya en una situación poco desahogada y con fuertes desequilibrios financieros.

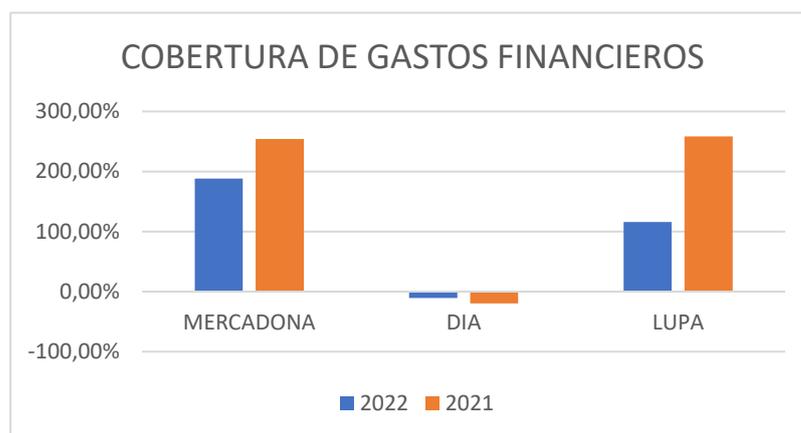
Asimismo, cabe destacar el buen resultado que ha obtenido el supermercado cántabro, pues obtiene una firmeza de un 160,98% debido a que el total de su activo no corriente supere con creces a la suma de su capital permanente. Esto significa que su inmovilizado está financiado con la ayuda de acreedores a corto plazo, lo que puede constituir un riesgo para la empresa en sus propósitos futuros.

- *Ratio de cobertura de gastos financieros*

Calculo: BAI/Gastos financieros

El objetivo principal de esta ratio es conocer si la empresa es capaz de soportar los gastos de la deuda que posee a través de su beneficio.

Gráfico 12: Cobertura de Gastos Financieros, 2021 y 2022



Como podemos observar en el gráfico, La sociedad valenciana tiene una menor capacidad de devolución de sus deudas en 2022 cuyo resultado es un 188,12% en contraste con el ejercicio predecesor de un 253,08%. Sin embargo, al ser un porcentaje elevado está en una situación buena, aunque se pueda mejorar.

Por otra parte, para Dia, el ratio de cobertura de los gastos financieros es negativo en un -10,30% y -19,45% en ambos años, por lo que indica que la sociedad mercantil no puede devolver sus préstamos a sus proveedores debido a que su beneficio antes de interés e impuestos (BAII) es negativo, por lo tanto, este dato sugiere que Día no está generando los ingresos necesarios para poder cubrir la totalidad de sus costes operativos, y que incurre en pérdidas durante la realización de sus operaciones comerciales. Del mismo modo, los gastos financieros disminuyen en este año.

De la misma manera, Lupa, en 2022 ha empeorado con un resultado de 115,77, pues su beneficio no es capaz de cubrir el crecimiento de sus gastos financieros en contraste con 2021 que obtiene un 258,24%. Esta situación supone una ventaja para la empresa debido a que es capaz de satisfacer sus gastos financieros a través de sus ingresos operativos.

- **Autofinanciación**

Este aspecto del análisis financiero a largo es muy importante porque refleja como la empresa distribuye su resultado, y que partes prioriza en su gestión.

En cuanto a la capacidad de autofinanciación de Mercadona se ha visto incrementada en el año actual gracias a su favorecedor resultado materializado en 1438019 miles de euros, por lo que es capaz de generar suficientes recursos gracias al engrosado resultado de 2022. De igual forma, la autofinanciación del supermercado valenciano se ha visto aumentada en 1238019 miles de euros en comparación con el año pasado a causa de un mayor reparto de dividendos, donde ejerce un mayor protagonismo la autofinanciación de mantenimiento y un papel más secundario el enriquecimiento. Estos datos generan contento entre los inversores, pues el supermercado destina menos recursos a las reservas.

Sin embargo, desde el punto de vista de Dia, se parecía que el resultado del ejercicio en los dos años que tomamos como referencia, son negativos por la deriva económica ocasionada por el COVID-19 en 2020. Por lo tanto, la sociedad dedicada al sector retail, mantiene un Cash-flow adverso, lo que implica que la empresa no es capaz de autofinanciarse por sus recursos generados. Además, no podemos determinar el reparto de dividendos a sus accionistas, pues al disponer de un resultado negativo, la empresa decide no recompensar a sus inversores para poder invertir recursos en la empresa, y así cubrir sus necesidades, por lo tanto, las acciones pueden emprender un efecto huida por ver peligrar sus expectativas, y exigir explicaciones a los directivos de Dia.

En cuanto a Lupa obtiene un menor resultado del ejercicio respecto al año anterior, por lo tanto, tendrá una leve caída en su capacidad de autofinanciación en 2022 en contraste con 2021, a pesar de disponer de una mayor amortización. Como consecuencia, la organización es más vulnerable ante posibles cambios en las condiciones del mercado, y asume un mayor riesgo financiero al ser más dependiente respecto a sus acreedores. Al igual que la empresa anteriormente comentada, el supermercado no reparte dividendos por sus necesidades de liquidez.

3. ANÁLISIS DE RENTABILIDADES

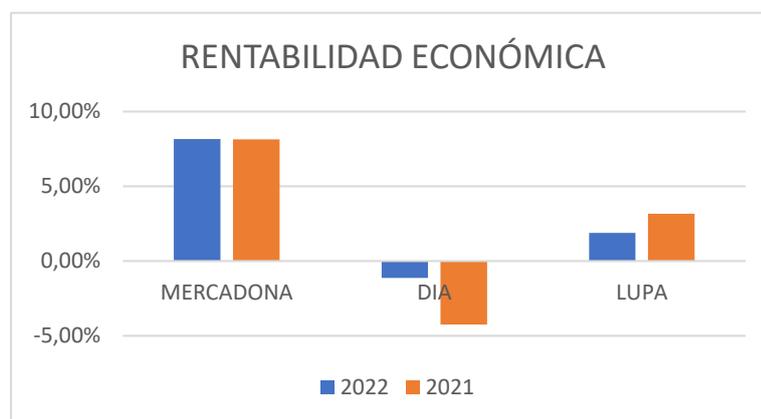
El análisis de las rentabilidades está integrado por la rentabilidad económica, financiera y el apalancamiento financiero. Esta última parte del análisis económico financiero da pista acerca de la dirección que puede tomar la empresa en base a sus resultados en las rentabilidades ya citadas.

- Rentabilidad económica

Cálculo: $BAlI / \text{Activo total}$

La rentabilidad del activo se encarga de medir el beneficio que obtiene una empresa por las inversiones realizadas.

Gráfico 13: Rentabilidad Económica, 2021 y 2022



En Mercadona, se observa un claro aumento del resultado del ejercicio al igual que los impuestos y los gastos financieros, por lo tanto, el beneficio aumenta en el último año respecto al año anterior en 979791 miles de euros. Por añadidura, el margen de las ventas disminuye en 3,52% mientras que la rotación aumenta en 2,32, por lo que la empresa recibe mayores ganancias en forma de beneficios. Por esta razón, la rentabilidad experimenta una leve

ANÁLISIS ECONOMICO-FINANCIERO DE MERCADONA, DIA Y LUPA

subida de un 8,16% respecto al 8,14% resultante del ejercicio predecesor, esto es que la empresa aprovecha las inversiones ejecutadas.

Dia se puede apreciar que su BAII es negativo en -13959 y -56054 miles de euros en ambos años como consecuencia de la obtención de un resultado del ejercicio negativo tanto en 2022 como en 2021. Por esta razón, su margen sobre ventas es desfavorable en un -3,62% debido a su bajo beneficio a pesar del aumento de las ventas en este año. Sin embargo, la rotación obtiene resultados óptimos de 3,10, pues sus ventas aumentan mientras que su activo total disminuye en la actualidad e indica que Dia vende sus existencias de forma rápida como motivo de su elevada demanda por parte del público en sus productos, que mejora en el presente ejercicio. Como resultado, la rentabilidad económica sufre una notable caída de un -1,12%, por lo que señala la falta de aprovechamiento de las inversiones de la empresa.

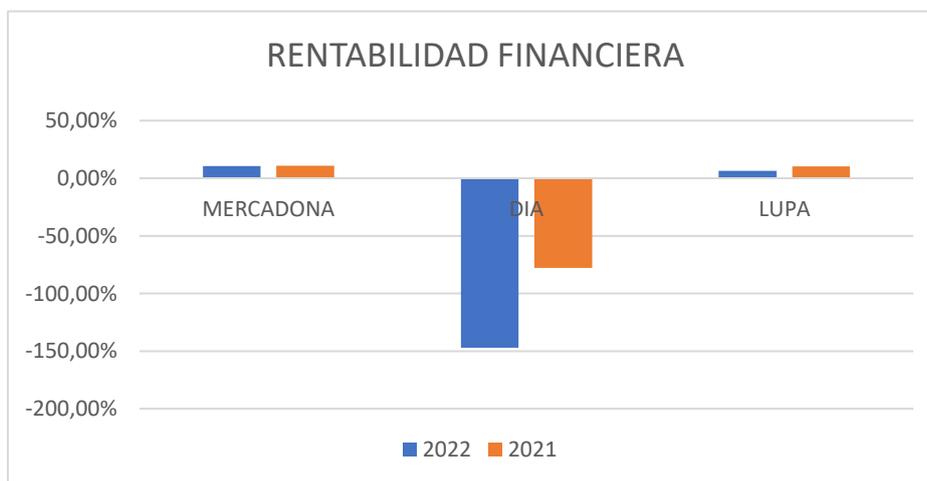
Por otro lado, Lupa obtiene una rentabilidad de un 1,88% en contraste con el año anterior de un 3,16%, ya que su resultado experimenta una caída. Como consecuencia, el beneficio que obtiene por la realización de sus operaciones comerciales también se reduce cuyo resultado es de 5987018 euros. al tener un mayor margen de 6,99% a diferencia de su ejercicio anterior de un 1,14% indica que la empresa es eficiente y permite generar ganancias. Además, la sociedad obtiene la misma rotación en ambos años, aunque cabe destacar que en 2022 manifiesta una mejora tanto en las ventas como en su activo

- Rentabilidad financiera

Cálculo: Resultado del ejercicio/ Fondos propios

Este tipo de rentabilidad se traduce como el contenido de los accionistas de la empresa, pues mide los rendimientos que ellos obtienen.

Gráfico 14: Rentabilidad Financiera



Desde la posición de Mercadona, la rentabilidad de los fondos propios manifiesta una sutil disminución en 2022 por el incremento de los fondos propios en un 10,54% en comparación con el ligero incremento de un 10,81% en 2021. Esta situación puede provocar reclamaciones entre los accionistas, pero no ven peligrar sus inversiones excesivamente.

Esta situación puede verse como similar en el caso de Dia y Lupa, pues la rentabilidad financiera de la primera padece una caída de un -147,18% y -

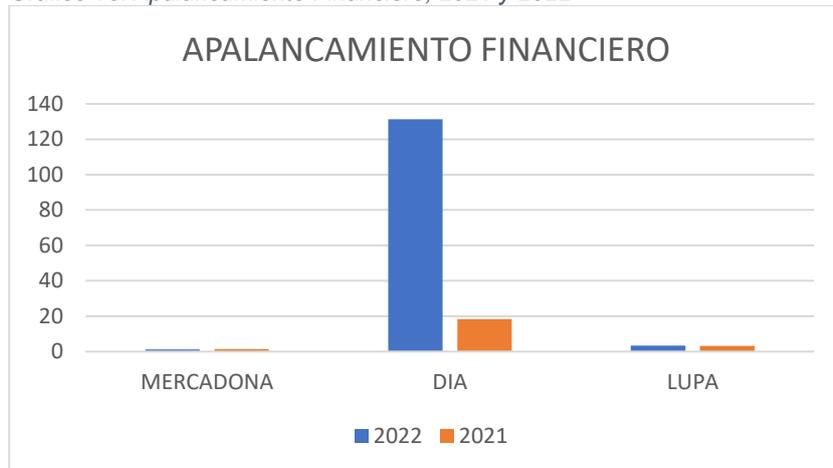
77,73% tanto en el año actual como en el año anterior, en parte es culpable la superioridad de los fondos propios comparado con la baja cifra del resultado de ambos ejercicios, mientras que en Lupa anota un 6,48%, pues sus fondos propios son mayores mientras que su resultado disminuye. En ambas empresas muestra una clara señal del descontento de los accionistas que puede provocar un descenso del prestigio de los dos supermercados.

- **Apalancamiento financiero**

Cálculo: Rentabilidad Financiera/Rentabilidad Económica

El apalancamiento financiero es un aspecto clave de este análisis porque expresa la capacidad que tiene la empresa para poder asumir nuevas deudas.

Gráfico 15: Apalancamiento Financiero, 2021 y 2022



En el caso de Mercadona, esta ratio expresa unos correctos datos a causa de que la empresa puede permitirse endeudarse, pues se observa una leve minoración en este año de un 1,29 a diferencia del 1,33 del año anterior.

Dia posee un apalancamiento financiero muy elevado de un 131,41 en comparación con su ejercicio predecesor de un 18,33, por lo tanto, le puede ocasionar serios problemas acerca del riesgo financiero que puede conllevar financiarse mayormente por deuda externa para impulsar su crecimiento, y provoca aprietos relacionados con la liquidez.

Como se aprecia en la gráfica, el apalancamiento que obtiene Lupa es positivo de un 3,45 y superior al año predecesor de un 3,27, por lo que se puede endeudar.

CONCLUSIONES

Tras analizar los supermercados de Mercadona, Dia y Lupa, vamos a analizar cuál de ellas es recomendable invertir y ofrece una mejor calidad en la experiencia de compra del cliente.

Como hemos comentado anteriormente, Mercadona goza de una mejor situación tanto en el ámbito económico como financiero en comparación con sus adversarias, pues obtiene buenos resultados en materia de liquidez y solvencia, y en la rentabilidad económica. Sin embargo, tiene que mejorar su endeudamiento y autonomía.

Por el contrario, Dia manifiesta a través del cálculo de sus ratios una situación mucho más desfavorable que su competidora valenciana, pues dispone de un patrimonio neto negativo, y una liquidez y solvencia deficientes al igual que su endeudamiento y rentabilidades. Esta situación supone un peligro tanto para los accionistas como los acreedores que ven la destrucción de sus expectativas, lo que puede provocar la marcha de los primeros y la imposición de exigencias más agresivas por parte de los segundos.

En cuanto a Lupa, la empresa cántabra tiene un correcto funcionamiento en rasgos generales, pero tiene que realizar sendas mejoras en sus rentabilidades y endeudamiento, tal como hemos concluido en su análisis.

Además, cabe destacar la influencia que ha tenido el COVID.19 en los años que hemos estudiado, y su posterior inflación. Por esta razón, los supermercados o empresas dedicadas al sector alimentario se han visto enormemente afectadas en sus ratios, especialmente Dia debido a que una de sus máximas como empresa es ofrecer productos con precios bajos que afecta a sus resultados.

Por último, consideramos que Mercadona es la mejor empresa para poder invertir en base a sus ratios y la situación en la que se encuentra en 2022.

BIBLIOGRAFIA

- Ortega Burgos Enrique (2023). "El origen de Mercadona", <https://okdiario.com/economia/como-empezo-mercadona-cual-fue-primer-supermercado-7645724> (1)
- El Cronista (2022). "La increíble historia de DIA, la cadena de supermercados low cost que nació en España y tiene club de fans". <https://www.cronista.com/apertura/empresas/la-increible-historia-de-dia-la-cadena-de-supermercados-low-cost-que-nacio-en-espana-y-tiene-club-de-fans/> (2)
- Lupa Supermercados (2024). <https://www.lupa.com/conocenos/quienes-somos> (3)
- Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (2024). "La actividad de Mercadona genera el 2,2% de la recaudación fiscal total de las Administraciones públicas españolas". *Ivie*. https://www.ivie.es/es_ES/la-actividad-de-mercadona-genera-el-22-de-la-recaudacion-fiscal-total-de-las-administraciones-publicas-espanolas/ (5)
- Pradas, B. (2023). "Sector retail: Una visión de los principales supermercados en España". *Digimind Blog*. <https://blog.digimind.com/es/tendencias/sector-retail-vision-principales-supermercados-espana> (4)
- Miralles, F (2022). "Supermercados DIA necesita cubrir más de 20 puestos de trabajo". Noticias Trabajo .HuffPost. <https://noticiastrabajo.huffingtonpost.es/supermercados-dia-necesita-cubrir-mas-20-puestos-trabajo/> (6)
- Okdiario (2018). "Supermercados DIA: la importancia del posicionamiento de marca". *Okdiario*. <https://okdiario.com/economia/supermercados-dia-importancia-del-posicionamiento-marca-3337154> (7)
- García Roperó, J. (2022). "Los supermercados Lupa ganaron la mitad en 2021 pese a su récord de ventas". Cinco Días https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/09/02/companias/1662076388_500443.html# (8)
- Revista infoRETAIL (2024) 'Semark AC Group (Lupa) crece un 18,1%', infoRETAIL, <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/semark-ac-group-lupa-crece-un-181/4d5dfcb947ae26b227f0f3e595feea2f> (9)
- Kantar Worldpanel (2021) 'Cuotas de mercado de la distribución en España' <https://www.kantarworldpanel.com/es/grocery-market-share/spain/snapshot/03.01.21/> (10)
- García Roperó, J. (2023) 'Dia cerró 2022 con su mayor alza de ingresos en siete años', Cinco Días, 26 de enero https://cincodias.elpais.com/cincodias/2023/01/26/companias/1674716766_628515.html# (11)
- Alonso, Cristina (2024) Dia logra un beneficio de 122 millones de euros en España y estudia ahora soltar lastre en Brasil <https://www.elmundo.es/economia/2024/02/29/65e0473be85eceed598b458c.html> (12)
- InfoRetail (2024) "Semark AC Group Lupa crece un 18,1%". <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/semark-ac-group-lupa-crece-un-181/4d5dfcb947ae26b227f0f3e595feea2f> (13)

Tobar, S. (2023) 'Cash Lepe, Semark, Fragadis. Los desconocidos "súper" regionales que ganan en cuota a las grandes cadenas', *El Español*, 15 de Agosto https://www.elspanol.com/invertia/empresas/distribucion/20230815/cash-lepe-semark-fragadis-desconocidos-super-regionales-ganan-cuota-grandes-cadenas/786671492_0.html (14)