



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

PLANIFICACIÓN FINANCIERA. APLICACIÓN A UN CASO REAL: LUIS PIÑA, S. A

Alumno: María Ávila Gallardo

Junio, 2015

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL GRUPO LUIS PIÑA S.A.	3
2.1 ANALISIS DEL GRUPO LUIS PIÑA, S.A.	5
2.2 COMPETENCIA.	9
2.3 SECTOR EN EL QUE OPERA.	10
2.4 PODER DE MERCADO.	11
2.5. ANÁLISIS DAFO.	11
2.6 FINANZAS OPERATIVAS.....	13
2.7 GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN / DIVERSIFICACIÓN.	14
3. DESCRIPCIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DEL GRUPO LUIS PIÑA, S.A.	15
3.1 RATIO DE DISPONIBILIDAD.	15
3.2 RATIO DE TESORERÍA O LIQUIDEZ.	17
3.3 RATIO DE SOLVENCIA.	18
3.4 RATIO DE GARANTÍA.	19
3.5 RATIO DE FIRMEZA.	20
3.6 RATIO DE ESTABILIDAD.	21
3.7 RATIO DE ENDEUDAMIENTO.....	22
3.8 RATIO DE AUTONOMÍA O INDEPENDENCIA FINANCIERA.	24
3.10 RENTABILIDAD FINANCIERA.	26
3.11. FONDO DE MANIOBRA.	27
5. PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	38
6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN DIFERENTES ESCENARIOS.....	50
7. CONCLUSIONES.....	52
BIBLIOGRAFÍA.....	54
WEBGRAFÍA.....	54

1. INTRODUCCIÓN.

Este trabajo fin de grado trata sobre planificación financiera, aplicada a un caso real, en mi caso para realizarlo he elegido al grupo Luis piña, S.A.

Primero se expondrá una descripción de la empresa, de sus productos, servicios, clientes y proveedores. Además, se analizarán algunos competidores, el sector al que pertenece, su grado de internacionalización y de diversificación.

A continuación, se realizará una descripción económico-financiera de la empresa, para ello, se elaborarán ratios con su correspondiente interpretación, análisis y comparación con los de algunos competidores.

Posteriormente, se elaborarán hipótesis sobre la posible evolución de la empresa, para el horizonte temporal 2014-2017.

Después, se realizará una planificación financiera. En la cual, se elaborarán los estados contables previsionales para el horizonte temporal 2015-2017, junto con su correspondiente memoria explicativa.

En el siguiente apartado, se analizará la sensibilidad de la empresa ante diferentes escenarios.

Por último, se incluirán conclusiones personales.

1.1 ABSTRACT

This end of degree project treats on financial planning, applied to a real case, in my case to realize it I have chosen the group Luis Piña, S.A.

First, I will expose a description of the company, products, services, clients, and suppliers. In addition, I will analyse some competitors, the sector, its degree of internationalization and diversification.

Later, I will realize an economic-financial description of the company, for it, I will elaborate ratios with its corresponding interpretation, analysis and comparison with some competitors.

Then, I will elaborate hypotheses on the possible evolution of the company, for 2014-2017.

After this, I will realize a financial planning. For it, I will elaborate the accounting statements for 2015-2017, together its corresponding explanatory memory.

In the following paragraph, I will do an analysed the sensibility of the company.

Finally, I will include some personal conclusions.

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL GRUPO LUIS PIÑA S.A.

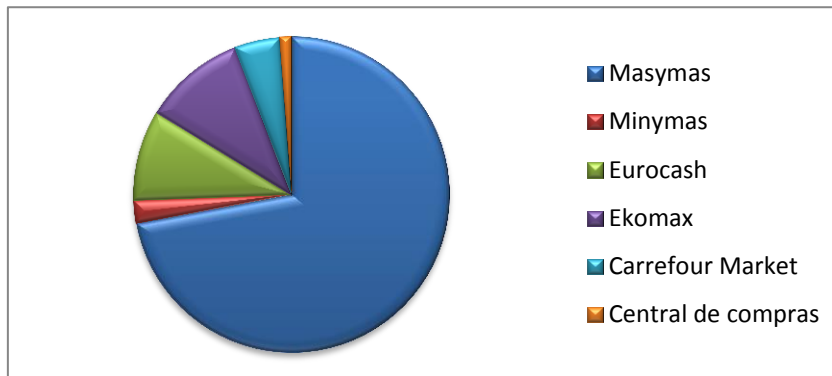
Según la página web oficial de Luis Piña, S.A, esta empresa se dedica a la distribución al por mayor o menor de productos de consumo, y está ubicada en Andújar (Jaén). Es una sociedad anónima de capital privado cerrado: anónima porque su capital está dividido en acciones, que se corresponden al capital aportado por los socios, estos socios solo responden a las deudas de la empresa con el capital aportado; de capital privado porque no está formado por aportaciones de capital de entidades públicas, y cerrado porque no puede ofrecer sus títulos de valores al público libremente. Además de a la distribución, también se dedica a la limpieza general de edificios, según un ranking que aparece en la página web El economista.es disponible online, y actualizada por última vez el 19 de junio de 2015.

Sus inicios se remontan al año 1969, cuando su fundador Luis Piña Nuñez instala su primer almacén distribuidor. Más adelante, en 1974, abre su primer Cash and Carry bajo la marca EuroCash. No fue hasta el año 1986 cuando abrió su primer Masymas.

Gracias a sus esfuerzos, esta empresa fue galardonada en 2005 con el premio C de consumo, este premio se le puede otorgar tanto a personas físicas como jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que se hayan distinguido por su labor a favor de los consumidores de Andalucía, así como por su contribución a la mejora de la calidad de los bienes y servicios, y la transparencia en las relaciones de mercado.

En la actualidad, esta empresa está formada por 1.028 trabajadores, y cuenta con una red formada por **62** supermercados **masymas**, **2** **minymas**, **8** cash and carry **Eurocash**, **9** supermercados **Ekomax** (están en régimen de franquicias), **4** supermercados franquiciados bajo la marca de **Carrefour Market** y **1** **central de distribución**. La composición de esta red se muestra en la figura 1.

Figura 1. Gama de establecimientos del grupo Luis Piña, S.A.



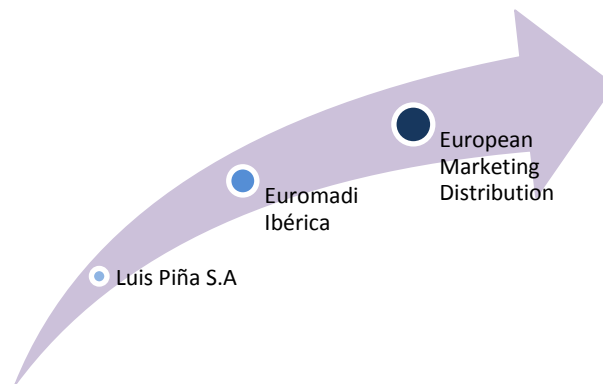
Fuente: Elaboración propia. Página web oficial de Luis Piña.

La empresa Luis Piña, S.A ha ido creciendo y evolucionando con las tendencias del mercado de la distribución, pero siempre bajo una filosofía de máximo respeto a los clientes y a los proveedores. Actualmente, esta empresa tiene presencia en Andalucía y Castilla la Mancha. Figura entre las 5 empresas más importantes de Jaén por facturación, según la lista publicada por Empresas Andalucía. Además, le ha sido concedido el premio Ideal a la contribución social, según el periódico ideal-Andújar del día 26 de febrero del 2015.

Según un artículo, publicado el día 2 de julio del 2007 en el periódico El economista, el grupo Luis piña, S.A está integrado en la central de compras Euromadi Ibérica. Euromadi Ibérica, según la página oficial, es una central de compras y servicios multisectorial líder en el ámbito europeo, sus objetivos son: proporcionar el máximo beneficio a los asociados y aportarles las mejores ventajas y prestaciones para su negocio, por tanto la misión de esta empresa es prestar el mejor servicio a sus asociados para que adquieran más capacidad competitiva, facilitando el acceso del producto desde el fabricante al consumidor, en las mejores condiciones para su venta y comercialización. Tiene sus marcas propias: Alteza, Selex, Yo tandy, Centra line, Spar, Vivó, Vivó chef, Crowe, Juliette Crowe, Crowe for men, Crowe for kids, Perfect beauty by Juliette Crowe, estas son las marcas que utiliza el grupo en sus establecimientos como marcas blancas, junto con su marca propia de distribuidor “Piña”. De acuerdo con un artículo, publicado el día 29 de diciembre de 2010 en Ideoblogía, Euromadi Ibérica en 2010 contaba con 211 socios, una facturación superior a los 13.000 millones de euros y tenía una cuota del mercado que superaba el 20% en alimentación, droguería y perfumería. Euromadi Ibérica, a su vez es miembro de European Marketing Distribution, es la mayor central de productos de gran consumo de Europa. La relación

descrita entre estas empresas (unas empresas pertenecen a otras mayores como socias), se muestra en la figura 2.

Figura 2. Relación entre las empresas.



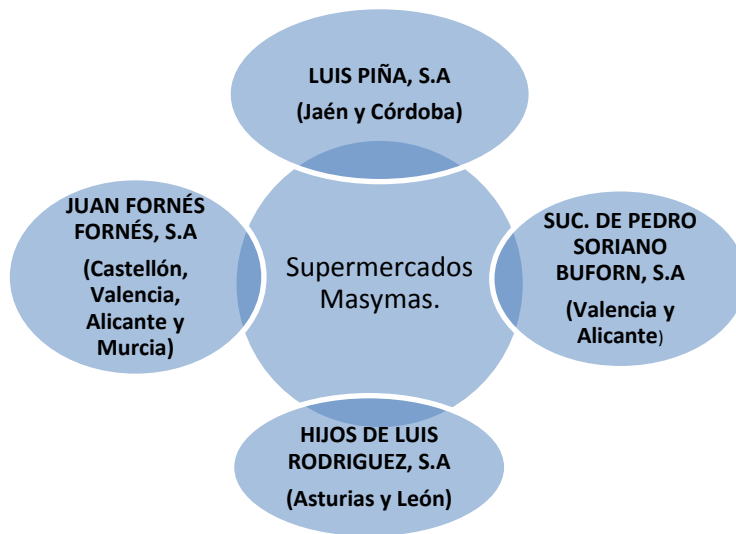
Fuente: Elaboración propia. Página web oficial de Euromadi

2.1 ANALISIS DEL GRUPO LUIS PIÑA, S.A.

Productos/ Servicios:

- Los supermercados Masymas: Según la página web oficial, están ubicados solamente en Andalucía por ahora (en las provincias de Jaén y Córdoba). Están formados por capital 100% andaluz. Estos supermercados tienen una superficie media de unos 700m², en los que se pueden encontrar una gran variedad de no frescos y frescos, como son: las carnes, los pescados que provienen directamente de las principales lonjas de Coruña, Málaga, Cádiz,.. las frutas y hortalizas seleccionadas y calibradas en origen, con un riguroso proceso de selección y control de calidad, los productos relacionados con la panadería, los cuales son elaborados diariamente, y productos relacionados con la charcutería. Cuenta con una amplia variedad de marcas líderes y sus marcas propias, como son: alteza, piña, selex y centra line, entre otras. Además de los productos de consumo, se ofrecen servicios: servicios de entrega a domicilio gratuito y tarjeta Masymas, con la que se puede obtener descuentos y regalos directos; además de todo lo anterior, a través de la página web de Luis Piña se puede acceder a distintas recetas, bajo un icono llamado las recetas de los chef de Masymas, en las que los trabajadores de algunos supermercados Masymas comparten sus recetas. Es importante diferenciar entre los supermercados Maymas del grupo Luis Piña, S.A del resto de supermercados Masymas dispersados por otras zonas de España, que pertenecen a otras tres empresas (como se refleja en la figura 3).

Figura 3. Empresas dueñas de supermercados Masymas.



Fuente: Elaboración propia. Página web oficial Masymas.

- Las tiendas Minymas: Es el nuevo concepto de tiendas de la empresa Luis Piña, S.A, con una superficie media de 400m². Cuenta con alrededor de 4.000 referencias de productos (productos frescos y no frescos), no ofrece servicio de entrega a domicilio, ni existe ninguna tarjeta que proporcione descuentos o regalos.
- Los cash and carry Eurocash: Están dirigidos para los profesionales de la alimentación y hostelería. Poseen una superficie media de más de 1.000 m², y ofrecen una amplia variedad de productos específicos para los profesionales. Ahora, tienen una gama más amplia de productos, al haber incluido productos perecederos.
- Supermercados Ekomax: A partir de Luis Piña, S.A, se ofrece la oportunidad de franquiciar establecimientos de alimentación bajo el anagrama de Ekomax, poniendo así a disposición de los franquiciados la experiencia, el saber hacer, el respaldo y las beneficiosas condiciones que esta empresa pueda ofrecer. Son establecimientos de mediana superficie.
- Supermercado Carrefour Market: Según un artículo del periódico El economista del 2 de julio de 2007 (utilizado anteriormente), Carrefour otorga a Luis Piña, S.A, franquicias de Carrefour, bajo la marca Carrefour Market. El establecimiento al que se refiere este artículo en concreto es al situado en Martos. Según el número 34 de la revista del Instituto Internacional San Telmo, publicada en septiembre de 2009, controla 4 franquicias de Carrefour. Ofrece

alrededor de 6.500 productos, muchos de ellos andaluces. Los establecimientos tienen alrededor de 1.300m². Ofrece los servicios y las ventajas propias de Carrefour (tarjeta con descuentos,...).

En todos los establecimientos ofrece: productos de sus marcas blancas, y una variedad de productos de primeras marcas, salvo en los supermercados Carrefour Market, en los que la marca blanca que ofrecen es la de Carrefour. A continuación, se describen un poco las marcas blancas que son utilizadas por el grupo Luis Piña, S.A, según algunas páginas web; la página oficial de Euromadi, y la página oficial de cada marca:

- Piña: Con esta marca se ofrecen productos como frutos secos, botes o latas de tomate frito, legumbres, zanahoria en bote,...
- Alteza: Es una marca para productos de alimentación en general. En la página web de alteza, se pueden encontrar muchas recetas y recomendaciones (para todo tipo de edades y dietas).
- Selex: Esta marca ofrece productos para la limpieza. En su página web, también se pueden encontrar consejos para decorar y limpiar.
- Yo tandy: Bajo esta marca se ofrecen productos para la alimentación y cuidado de las mascotas (perros, gatos, pájaros,...).
- Centra line: Es una marca con la que se ofrece productos de higiene para toda la familia.
- Spar: La marca Spar tiene incluso sus propios supermercados con el nombre de esta marca, y su página web. Con esta marca se ofrecen todo tipo de productos: alimentos, productos de limpieza, para mascotas,...
- Vivó: Esta marca está dirigida a clientes mayoristas. Ofrece una gran variedad de productos, como pueden ser: productos para la alimentación de animales, para el hogar, alimentos,...
- Vivó chef: Esta marca ofrece productos muy similares a la marca vivó, pero es solo para los cash and carry.
- Crowe: Esta marca es de productos de cosmética y para la higiene y cuidado personal de toda la familia. Podemos encontrarnos varias gamas específicas: Juliette Crowe para mujeres, Crowe for Men para hombres, Crowe for Kids para niños y perfect beauty by Juliette Crowe para cosmética.

Por último, están los servicios de limpieza general de edificios que ofrece el grupo Luis Piña, S.A, estos servicios se realizan en: edificios, casas, fabricas, apartamentos,...

Clientes:

Guerras Martín y Navas López (2007), afirma que la definición de clientes es “*a quien se dirigen los productos o servicios*”, por tanto desde el punto de vista del grupo Luis Piña, S.A se pueden distinguir tres grupos de clientes: profesionales de la alimentación y hostelería, consumidores finales y empresas a las que ofrece sus servicios de limpieza.

Por un lado, tenemos los supermercados Masymas, Minymas, Carrefour market y el supermercado Ekomax, que ofrecen sus productos a los consumidores finales directamente, sin más intermediarios para que sean consumidos.

Por otro lado, el grupo Luis Piña, S.A también se dirige a los profesionales de la alimentación y hostelería, a través de sus establecimientos cash and carry Eurocash. Éstos no solo están situados en Andalucía, sino también en Ciudad Real. Estos establecimientos están dirigidos, según la página web oficial de Luis Piña, a los profesionales de la alimentación y de la hostelería por lo que ofrecerán, entre otros productos, los de las marcas vivó y vivó chef.

Toda esta gama de establecimientos, ofrecen una variedad de productos suficiente como para satisfacer todas las necesidades de sus respectivos clientes.

Por último, nos encontramos las empresas o particulares a los que el Grupo Luis Piña, S.A, ofrece servicios de limpieza y mantenimiento. Según un ranking, disponible online, ofrecido por el periódico El economista, el grupo Luis Piña, S.A ocupa la posición número 3 del ranking sectorial de limpieza de edificios de 2013 por facturación.

Proveedores.

Según la gran enciclopedia de economía (economía48, disponible online) se define a los proveedores como “*persona o empresa que suministra los bienes y servicios necesarios para el proceso productivo de otra empresa, o las mercancías que ésta necesita para realizar su actividad comercial*”, teniendo en cuenta esta definición hay muchos proveedores del grupo Luis Piña, S.A, estos proveedores se pueden dividir en 4 grupos:

- El proveedor Euromadi, es quien le suministra algunos productos de marcas blancas: Alteza, Selex, Crowe, Yo Tandy,... Es una central de compras y de servicios de la que el grupo Luis Piña, S.A es socio, por lo que le ofrece servicios y productos en las mejores condiciones posibles, de todo tipo de fabricantes, por ejemplo, el gel y el champú crowe lo fabrica Iberfrasa, S.L.U, Toledo (España).
- Los proveedores de productos de primeras marcas, como pueden ser: coca cola, Nestle, Ariel, El Pozo, Puleva, Gallo, Cola Cao, Pescanova, Mimosín, Cruzcampo,...
- Los proveedores que suministran productos de la marca Piña, como es por ejemplo, la empresa Legumbres Luengo S.A, León (España), que suministra lentejas, alubias,...
- Por último, aquellos proveedores que le suministran productos frescos o de charcutería: Los pescados son suministrados por las lonjas de Coruña, Málaga, Cádiz,... Las hortalizas y futas, provienen de empresas localizadas cerca del lugar donde se cultivan, por ejemplo, las patatas son suministradas por la empresa Fernández López S.A, Mercabarna (Lonja mayorista de Barcelona). Las carnes provienen, al igual que el pescado, de las principales lonjas de Coruña, Málaga,... Los productos de charcutería, provienen de distintos proveedores especializados, como por ejemplo, la empresa Embutidos Rodríguez, S.L, Soto de Vega (León), suministra jamón, o la empresa Embutidos Carchelejo, S.L.U, Carchelejo (Jaén), suministra salchichón extra, entre otros productos.

2.2 COMPETENCIA.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, una vez más, hay que diferenciar entre tres grupos distintos de competidores. Por un lado, las empresas que ofrecen productos a los profesionales de la alimentación y hostelería, competirán con los cash and carry Eurocash, por otro lado, están las empresas cuyos productos se ofrecen a los consumidores finales, quienes competirán con Masymas, Minymas, Ekomax y Carrefour market, y por último, están las empresas que se dedican al sector de la limpieza.

En el caso de los establecimientos Eurocash, en un estudio de sectores del DBK, realizado en diciembre de 2013 (disponible online), se analizan los 17 principales cash and carry del sector. Eurocash es uno de ellos, por lo que, los otros 16 son sus

principales competidores: Cash Lepe, Comercial Jesuman, Covalco, El Árbol, Eroski, Froiz, Gadisa, H. de Luis Rodríguez, Hiper Usera, Makro, Miquel Alimentació, Musgrave, Supermercados Lupa, Supersol, Unide y Uvesco. Además de estos, también son sus competidores los mayoristas, como por ejemplo el grupo Galaco o grupo Gálvez.

Por otro lado, están los competidores de los establecimientos Masymas, Minymas, Ekomax y Carrefour market, puesto que, ofrecen todos los productos necesarios para la satisfacción de las necesidades de alimentación, higiene, limpieza del hogar y cuidado de mascotas, tienen muchos competidores de distinto tamaño, desde grandes cadenas a pequeñas tiendas especializadas (cuya mayor ventaja es la calidad de los productos), o tiendas de barrio 24 horas. Puesto que, solo se localizan en Córdoba y Jaén, hay que analizar la competencia situada en estas zonas geográficas, algunos de los más importantes son: el grupo Carrefour, Dia, Mercadona, Coviran, Dinosol supermercados, el Corte Inglés, grupo Eroski, pescaderías especializadas, carnicerías..., entre otros. Los principales competidores se han obtenido de un estudio de la Junta de Andalucía, Consejería de economía, innovación y ciencia (2008).

Por último, nos encontramos las empresas que se dedican al sector de la limpieza en general, las más importantes están a nivel de Jaén, ya que es la zona geográfica en la que más concentración tiene Luis Piña, S.A. Según el ranking mencionado anteriormente, ofrecido por el periódico El economista, el Grupo Luis Piña, S.A ocupa la posición número 3, y los competidores más importantes son: Clece, S.A, Acciona Facility Services, S.A, proyectos integrales de limpieza, S.A, Garbinaldi, S.A, Union internacional de limpieza, S.A y limpiezas Pisuerga grupo norte limpisa, S.A.

2.3 SECTOR EN EL QUE OPERA.

Debido a que el grupo Luis Piña, S.A se dedica a: la distribución de productos tanto al por mayor, a través de los cash and carry Eurocash, como al por menor, con el resto de sus establecimientos; y a la limpieza en general de edificios. Según el CNAE 2009, su código primario es el 8121, limpieza general de edificios, y sus códigos secundarios son 3: comercio al por mayor, no especializado, de productos alimenticios, bebidas y tabaco (Eurocash), corresponde al número 4639 según la clasificación nacional de actividades económicas del 2009; el número 4711 como comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco

(Masymas, Minymas, Ekomax, Carrefour market); y por último, el número 8129 como otras actividades de limpieza (estos datos provienen de la base de datos SABI).

2.4 PODER DE MERCADO.

Esta empresa solo está presente en Jaén, Córdoba y Ciudad Real. Es socia de la central de compras Euromadi Ibérica, por lo que su poder de mercado es prácticamente nulo, ya que la central de compras Euromadi Ibérica, se encarga de conseguir las mejores opciones para ella, por lo que, no tiene que negociar con los fabricantes, de esta forma las condiciones ya le son dadas al grupo Luis Piña, S.A. Al disponer de pocas tiendas en las provincias anteriormente nombradas, su nivel de ventas es muy inferior al de sus competidores, en este sector hay muchos competidores y clientes, clientes cada vez más exigentes. Por todo lo anterior, se puede afirmar que esta empresa no tiene ningún poder para alterar los precios con respecto a sus proveedores, ni para reducir su competencia,...

A pesar de lo anterior, podemos decir que si tenemos en cuenta el mercado a nivel solo de Jaén (provincial), su poder de mercado aumenta, ya que según el periódico Ideal del día 9 de marzo de 2013, el grupo Luis Piña, S.A tubo representación en una negociación, por ser la empresa con más trabajadores a los que afecta el convenio de la provincia, ya que, empresas con mayor volumen como Mercadona o Día no se rigen por el convenio de la provincia, sino por el estatal.

Por tanto, podemos concluir que esta empresa no tiene poder sobre el mercado a nivel nacional, pero si tiene algo de poder sobre el mercado geográfico de Jaén (nivel provincial), porque toma parte en las decisiones sobre el convenio del comercio y alimentación en Jaén.

Según un artículo del Marketing News.es, publicado el día 11 de marzo 2014, Mercadona tiene una cuota de mercado del 22,3% en 2013, con unos ingresos de 18.062.450 mil euros, por tanto podemos calcular que el grupo Luis Piña, S.A con unos ingresos de 159.172.868 euros tiene una cuota de mercado aproximada del 0,20%, esto refleja que el grupo Luis Piña, S.A no tiene poder en el mercado (los datos sobre los ingresos de explotación provienen de la base de datos SABI).

2.5. ANÁLISIS DAFO.

Debilidades:

- Escasez de establecimientos. Cuenta con solo 86 establecimientos en toda España.
- Poca dispersión geográfica. Esos 86 establecimientos se concentran en solo 3 ciudades (de los cuales 79 están en Córdoba y Jaén), por lo que, el grupo está dejando mucho mercado español sin abarcar, cosa que aprovechan sus competidores.
- No en todos sus establecimientos ofrece servicios a domicilio, ni tarjetas que ofrezcan descuentos a sus clientes, salvo en los establecimientos Masymas y Carrefour Market, por lo que, para el resto de establecimientos esto es una debilidad.
- No cotiza en bolsa.
- No ofrece servicio online para realizar las compras desde casa.

Fortalezas:

- Satisface las necesidades de todos los grupos de clientes: profesionales (alimentación y hostelería), y consumidores finales.
- Ofrece productos frescos de pescadería, carnicería y charcutería, estos pueden ser cortados, limpiados..., según el cliente desee. Esto no ocurre en todos los supermercados.
- Ofrece servicio a domicilio y tarjeta de descuentos con algunos regalos directos, en algunos de sus establecimientos.
- Pertenece a la central de compras Euromadi Ibérica, lo que le permite obtener productos y servicios en las mejores condiciones, así como usar las marcas propias de dicha central.
- La concentración geográfica provoca que algunos organismos le tengan en cuenta y pidan que esté presente alguien del grupo para tomar ciertas decisiones, como ocurrió en el convenio de comercio y alimentación en la provincia de Jaén.

Amenazas:

- Rotura en las mejoras de las condiciones de acceso a la financiación minorista y mayorista, según el diario El Confidencial, del día 7 de octubre de 2014.
- Muchos competidores en el mercado de la distribución.
- Inexistencia de barreras de entrada ante la llegada de nuevos competidores.

Oportunidades:

- Según un estudio realizado y publicado por la Junta de Andalucía, consejería de cultura y comercio, se está produciendo un cambio en la tendencia de la cifra de negocios del sector comercio. Frente a años anteriores, 2014 registra un incremento interanual en el tercer trimestre de un 3,3% en Andalucía, en España ha sido el sexto trimestre consecutivo (4º de 2014) de incremento con un 4,3%, por lo tanto, se está volviendo a estimular la demanda, puede ser el momento perfecto para abrir establecimientos en nuevas zonas geográficas.
- Aumentar su variedad de productos, teniendo en cuenta la introducción que está teniendo en España la comida de otros países, sushi, kebab, nachos,...
- Utilizar las subvenciones del Estado anunciadas para 2015 en un artículo publicado en 5 días, el día 16 de febrero del 2015. Algunas de estas subvenciones son: Programa Emprendetur Internacionalización, con esta subvención, se ofrece ayuda a las empresas españolas que deseen salir al exterior, por lo que, es una oportunidad para internacionalizarse, otra subvención es Líneas ICO Comercio Interior, con esta subvención se les conceden préstamos a pymes del sector del comercio, lo que podría utilizar para aumentar el número de sus establecimientos por España.

2.6 FINANZAS OPERATIVAS

Política de cobro a clientes.

Su política de cobros en la mayoría de los establecimientos consiste en que los clientes paguen al realizar y retirar la compra, ya que, aunque dispone en algunos establecimientos de una tarjeta, esta solo sirve para obtener descuentos directos, no para pagar con ella al final de mes, excepto en los supermercados Carrefour Market, en los que existe la tarjeta PASS con la que se puede aplazar el pago de la compra.

Según los datos sobre finanzas operativas aportados por la página SABI, en 2013 su plazo medio de cobro a clientes es de 17 días. Su saldo de clientes es inexistente, en cambio, el saldo de deudores si existe, aunque es bajo con respecto a su saldo de ventas, (deudores=7.703.742; ventas= 159.172.868), de lo que se puede deducir que: el plazo medio de 17 días, se puede deber al pago aplazado en los supermercados Carrefour Market; el saldo de clientes es inexistente, porque es el banco el que se encarga de cobrar más tarde, a cambio de intereses, no Luis Piña, S.A; el saldo de deudores, puede deberse a los servicios que realiza, como son los de limpieza.

Política de inventarios.

Dispone de varios almacenes para distribuir todos sus productos a sus diferentes establecimientos. En cuanto a su política de inventarios, su ratio de rotación de almacén es de 11,96 en 2013, este ratio significa que la cantidad media de inventario disponible durante 1 año se ha renovado 11,96 veces, por lo que una existencia de este almacén ha generado más costes que una existencia que proceda de un almacén con un ratio de rotación superior. Por lo tanto, su política de inventarios es mejorable. Las mejoras pueden consistir en: que los productos no permanezcan en el almacén demasiado tiempo o en mucha cantidad, teniendo siempre en cuenta que no se produzcan roturas de stock. Este ratio no es de los mejores, el de Mercadona, por ejemplo, es de 32,41, por lo tanto se confirma que esto es un error a tener en cuenta del Grupo Luis Piña, S.A, si fueran capaces de subsanarlo ahorrarían en costes.

Pago a proveedores

Lo ideal, y lo que intenta el Grupo Luis Piña, S.A, es poder pagar a los proveedores tarde y cobrar pronto, para así poder financiarse de forma gratuita. Como ya dijimos anteriormente, tiene varios tipos de proveedores, su plazo medio de pago a proveedores es de 47 días. Si restamos este plazo al plazo de cobro a clientes, tenemos un saldo positivo de 30, lo que quiere decir que, el grupo Luis piña, S.A cobra a sus clientes antes de pagar a sus proveedores y por lo tanto, se financia de sus proveedores durante 47 días de forma gratuita.

2.7 GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN / DIVERSIFICACIÓN.

Esta empresa, como ya dijimos anteriormente, solo se encuentra ubicada en Jaén, Córdoba y Ciudad Real, con 85 establecimientos en total, por lo que su grado de internacionalización se puede decir que es nulo, incluso, se puede decir que su grado de nacionalización es bastante bajo, puesto que solo está presente en 2 Comunidades Autónomas y, dentro de ellas, en solo 3 ciudades. El grupo Luis Piña, S.A ha tenido un desarrollo muy lento, y el grupo es consciente de ello, como se refleja en el artículo número 89, publicado en octubre del 2009 por la revista digital de la cátedra Prasa. Según este artículo, incluso ralentizaron sus planes de expansión debido a la crisis, a cambio de intentar que sus establecimientos siguieran siendo referentes en el sector.

En cambio, tiene un alto grado de diversificación, ya que se dedica a realizar 3 actividades distintas: comercio al por menor, comercio al por mayor y limpieza general de edificios. Además, en la actividad de comercio al por menor, tiene distintos tipos de establecimientos: Masymas, Minymas, franquicias bajo la marca Ekomax y varias franquicias que explota el grupo Luis Piña, S.A del grupo Carrefour, ofreciendo así, una amplia gama de productos, que abarcan productos de alimentación, limpieza, para el cuidado de mascotas,.. De primeras marcas, marcas del distribuidor Carrefour, marcas del distribuidor de la central de compras Euromadi o su propia marca Piña.

3. DESCRIPCIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DEL GRUPO LUIS PIÑA, S.A.

En este apartado, se pretende analizar la situación económico-financiera del grupo Luis Piña, S.A, a partir de los balances y cuentas de resultados que hay disponibles en la base de datos SABI.

Para realizar este estudio, se elaborarán una serie de ratios a partir de los datos anteriormente nombrados, desde el año 2009 al 2013, para poder reflejar la evolución de la empresa, pero centrándonos sobre todo en los datos del último año. La información necesaria (fórmulas, interpretación,..), se ha obtenido de un libro (Sánchez Jiménez y Cárdenas García, 2008), excepto para los ratios de rentabilidad, que se ha utilizado otro libro (Archel Domench, Lizarraga Dallo, Sánchez Alegría y Cano Rodríguez, 2010).

Además, se procederá a comparar los respectivos ratios con los ratios de algunos competidores, éstos serán la empresa Coviran Ruiz S.L y Dia.

3.1 RATIO DE DISPONIBILIDAD.

Este ratio mide la capacidad que tienen las empresas para hacer frente al exigible a corto plazo, con el efectivo y otros activos líquidos. Por tanto, este ratio relaciona la masa más líquida del activo corriente, con la masa más exigible del pasivo. La fórmula utilizada para ello es:

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \frac{\text{Efectivo} + \text{otros medios líquidos}}{\text{Pasivo Corto Plazo}}$$

Los resultados de este ratio del grupo Luis Piña, S.A se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Ratios de Disponibilidad.

Empresas\ Años	Ratio de Disponibilidad.				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	0,08	0,10	0,09	0,09	0,08
Dia	0,17	0,06	0,13	0,40	-
Coviran Ruiz S.L	0,16	0,28	0,26	0,21	0,51

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

Lo ideal o aconsejable, es que el valor obtenido de este ratio oscile entre los valores 0,2-0,3. Un valor muy alto implica tener exceso de efectivo, desaprovechando de esta forma los recursos escasos de la empresa, con los que se podrían obtener beneficios si fueran utilizados de una forma más productiva; por otro lado, un valor bajo es peligroso, porque indica que puede haber problemas de pagos.

Como vemos en la tabla 1, en este ratio el grupo Luis Piña, S.A oscila en valores más bajos de lo aconsejable, siendo su mínimo 0,08 en 2009, y su máximo 0,10 en 2012, bajando en 2013 hasta 0,08 nuevamente. Esto quiere decir que la empresa tiene menos recursos líquidos de lo ideal para hacer frente a las deudas más exigibles, que son las de corto plazo. Son valores lo suficientemente bajos como para ser preocupantes, y para tenerlos en cuenta, porque la empresa puede llegar a tener problemas para solventar sus deudas a corto plazo. Pero, al tratarse de una empresa comercial que se financia de sus proveedores gratuitamente, esta situación no es un problema para ella. El resultado de 2013 es de 0,08, y éste se puede interpretar como: para cada unidad de pasivo corriente que se debe, la empresa tiene 0,08 unidades de activo más líquido para solventar esa deuda.

Con respecto a sus competidores, la empresa cuyos ratios encajan más dentro del intervalo aconsejable es, sin duda, la empresa Coviran Ruiz S.L, ya que solo está por debajo del intervalo por unas décimas durante un año. El primer año tenía un índice demasiado alto, por lo que tenía exceso de efectivo, pero rectificaron, consiguiendo tener unos índices más equilibrados. Por lo tanto, es la empresa que mejor optimizados tiene sus recursos, en este aspecto al menos. La Distribuidora de Alimentación Dia S.A (DIA), en cambio, toma valores altos y bajos: alcanza el valor 0,39 en 2009, por lo que en este año, acumuló muchos activos líquidos, teniendo así recursos ociosos; alcanza el valor 0,06 en 2012, este valor es tan bajo que puede llegar a causar problemas de pagos. Ambas situaciones son perjudiciales para la empresa.

Por tanto, podemos concluir que en lo que respecta a este ratio, para el grupo Luis Piña, S.A no es un gran problema, porque consigue financiarse de sus proveedores de forma gratuita.

3.2 RATIO DE TESORERÍA O LIQUIDEZ.

Este ratio, mide la relación que existe entre el activo financiero (formado por el disponible y el realizable cierto) y el exigible a corto plazo. Este ratio se considera el más representativo de la situación financiera de la empresa, dado que en él, no se computan las mercaderías, pudiendo apreciar así, si la solvencia de la empresa depende de las ventas. La fórmula sería la siguiente:

$$\text{Ratio de Tesorería o Liquidez} = \frac{\text{Activo Financiero (Disponible + Realizable)}}{\text{Pasivo Corto Plazo}}$$

Los resultados obtenidos para este ratio se reflejan en la tabla 2.

Tabla 2. Ratio de Tesorería o Liquidez.

Empresas\ Años	Ratio de Tesorería o Liquidez				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	0,35	0,34	0,31	0,31	0,33
Dia	0,25	0,27	0,25	0,22	-
Coviran Ruiz S.L	0,17	0,34	0,26	0,26	0,54

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

El valor de este ratio debería situarse próximo a la unidad para tener una situación favorable. Si está por debajo de la unidad, y la empresa no dispone de nuevas posibilidades crediticias o de nuevas fuentes de financiación, este ratio nos indica el peligro de tensiones de tesorería, si se produce un problema en el ciclo de realización normal de las existencias.

Como se refleja en la tabla 2, el grupo Luis Piña, S.A alcanza valores muy inferiores a la unidad, incluso inferiores a 0,5, como ya se señaló anteriormente, esto puede ser un problema para la empresa si el ciclo de realización normal de existencias falla. Como aspecto positivo, cabe destacar que el ratio de esta empresa está teniendo una evolución ascendente, lo que implica que está mejorando en este aspecto. En el año 2013, obtiene un resultado de 0,35, su interpretación es que para cada unidad de pasivo a corto plazo que tiene la empresa, tiene 0,35 de activo disponible y realizable para solventar la deuda.

Si nos fijamos en los valores de los ratios de sus competidores, podemos observar que en ambos casos, tampoco rondan la unidad, además, excepto en dos años, los valores son incluso inferiores a los del grupo Luis Piña, S.A, por lo que corren más riesgos de tener problemas de tesorería que el grupo Luis Piña, S.A. En el último año, el grupo Luis Piña, S.A es el único que aumenta su ratio, los demás lo disminuyen.

Como conclusión, cabe la posibilidad de que esta situación sea normal y típica de este sector, al producirse en todas las empresas analizadas, y no un problema del grupo Luis Piña, S.A, por lo tanto, la empresa debería seguir su curso intentando mejorar, pero sin preocuparse demasiado por este aspecto.

3.3 RATIO DE SOLVENCIA.

Mediante este ratio, se mide la relación existente entre el activo corriente y el pasivo a corto plazo. Este ratio es considerado el más representativo de la liquidez de la empresa. La fórmula utilizada para calcularlo es:

$$\text{Ratio de Solvencia} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo a Corto Plazo}}$$

Los resultados obtenidos para este ratio se reflejan en la tabla 3.

Tabla 3. Ratio de Solvencia.

Empresas\ Años	Ratio de Solvencia				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	0,81	0,74	0,73	0,73	0,71
Dia	0,48	0,48	0,47	0,43	-
Coviran Ruiz S.L	0,49	0,5	0,61	0,59	0,89

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

El valor que es aconsejable que tome este ratio es alrededor de 1 o superior. El valor que este ratio toma, depende de la velocidad con la que se realicen las cuentas a cobrar y sean exigibles los saldos a pagar.

En empresas comerciales, como es el grupo Luis Piña, S.A, en las que el periodo medio de cobro de las ventas suele ser muy pequeño, y el periodo medio de pago de las compras a proveedores es bastante amplio, la empresa puede presentar un ratio inferior a uno sin que la empresa presente problemas de solvencia.

Como se puede apreciar en la tabla 3, los valores del grupo Luis Piña, S.A oscilan entre 0,81 y 0,71, produciéndose una evolución creciente desde el año 2009. Aunque estos valores están por debajo de uno, no son preocupantes, por lo que dije anteriormente sobre las empresas comerciales. En el año 2013 obtiene un resultado de 0,81, lo que quiere decir que, para cada unidad de pasivo a corto plazo que debe, tiene 0,81 de activo corriente para eliminar esa deuda, por lo que con su activo corriente solo no tiene suficiente, necesita del activo no corriente.

En cuanto a sus competidores, ambos tienen valores inferiores a los que muestra el grupo Luis Piña, S.A, excepto en el año 2009, en el que la empresa Coviran Ruiz S.L llegó a alcanzar el valor 0,89, un valor muy aceptable pero, desde entonces, los valores de sus ratios no han dejado de disminuir.

Por último, podemos concluir que todas las empresas toman valores por debajo de 1, esto es una situación normal y típica de este sector, situación que se produce sin que se generen problemas por ello.

3.4 RATIO DE GARANTÍA.

Mediante este ratio, se obtiene la garantía que la empresa ofrece frente a sus acreedores, y se obtiene relacionando el activo total y las deudas exigibles totales.

Este ratio, también es conocido como el ratio que nos mide la distancia a la quiebra. La fórmula utilizada en este ratio es la siguiente:

$$\text{Ratio de Garantía} = \frac{\text{Activo Total (Activo Corriente + Activo no Corriente)}}{\text{Pasivo exigible (Pasivo Corto Plazo + Pasivo Largo Plazo)}}$$

Los resultados obtenidos para este ratio se muestran en la tabla 4.

Tabla 4. Ratio de Garantía.

Empresas\ Años	Ratio de Garantía				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	1,22	1,20	1,16	1,15	1,14
Dia	1,05	1,05	1,03	1,15	-
Coviran Ruiz S.L	1,27	1,2	1,39	1,36	1,51

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

El valor que se obtiene con este ratio ha de ser superior a la unidad, preferiblemente en torno a dos. Si el valor del ratio está por encima de la unidad, significa que la sociedad

está demasiado vinculada a sus acreedores, con el peligro de acercarse a una situación de quiebra a medida que se aproxime a la unidad. Si el valor es menor que uno, la empresa está en quiebra contable. Si el valor es muy elevado, significa que posiblemente la empresa no acude al crédito, o bien posee un patrimonio neto demasiado grande en relación con la inversión realizada.

Como reflejan los resultados de la tabla 4, el grupo Luis Piña, S.A obtiene valores más próximos a uno que a dos, variando estos entre 1,14 y 1,22, pero una vez más se ve una evolución creciente lenta de este ratio, por lo que está mejorando su situación estando así, menos vinculado a los acreedores y pudiendo garantizar el pago a sus acreedores a través de la venta de todo su activo. En el año 2013, se obtiene un resultado de 1,22 lo que significa que, por cada unidad de pasivo que posee la empresa, tiene 1,22 de activo.

Su competidor Dia, en cambio tiene valores muy próximos a 1 (1,03 en 2011, y 1,05 en 2012 y 2013), siendo estos valores indicadores de que la empresa puede tener problemas para garantizar el pago a sus acreedores, y está en peligro de acercarse a una situación de quiebra. Por otro lado, está el competidor Coviran Ruiz S.L, quien obtiene los mejores resultados para este ratio, estando los valores comprendidos entre 1,2 y 1,51, esto puede deberse a que no se dispone de los datos de su pasivo a largo plazo, solo están disponibles los datos del corto plazo.

Como conclusión, se entiende que la empresa está mejorando en este aspecto, pero que tiene que seguir haciéndolo para estar menos vinculada a sus acreedores. Por otro lado, una vez más, tenemos una situación semejante para todas las empresas analizadas, por lo que puede ser una situación normal y típica de este sector.

3.5 RATIO DE FIRMEZA.

Mediante este ratio, se obtiene el grado de seguridad que la sociedad ofrece frente a sus acreedores a largo plazo. Para ello, se relacionan el activo no corriente y el pasivo a largo plazo. La fórmula es la siguiente:

$$\text{Ratio de Firmeza} = \frac{\text{Activo no corriente}}{\text{Pasivo A Largo Plazo}}$$

Los valores obtenidos para este ratio, se reflejan en la tabla 5.

Tabla 5. Ratio de Firmeza.

Empresas\ Años	Ratio de Firmeza				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	4,64	8,16	10,86	8,45	7,03
Dia	2,66	2,86	2,58	9,61	-
Coviran Ruiz S.L	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

Un valor aceptable para este ratio suele ser próximo a dos.

Como refleja la tabla 5, el grupo Luis Piña, S.A obtiene valores muy superiores a dos, llegando incluso a alcanzar el valor 10,86, lo que quiere decir que, este grupo ofrece mucha seguridad de pago a sus acreedores a largo plazo. Por cada unidad que se le debe a los acreedores a largo plazo, se dispone de 4,64 (2013), 8,16 (2012), 10,86 (2011),..., de activo no corriente para hacer frente a ese pago.

Para este ratio, no disponemos de información para compararlo con la empresa Coviran Ruiz S.L, pero si podemos compararlo con la empresa Dia, esta última empresa tiene valores más cercanos al valor ideal excepto en el año 2010, cuyo valor era muy alto.

En conclusión, podemos afirmar que al ser empresas comerciales (que se aprovechan de la financiación gratuita de sus proveedores), es normal que tengan esta situación. Para este tipo de empresas, los proveedores a corto plazo casi actúan como financiación a largo plazo, por lo que no necesitamos mucha financiación a largo plazo, lo que provoca que el pasivo a largo sea mucho menor que los activos no corrientes, todo esto explica por qué obtenemos valores para este ratio muy altos.

3.6 RATIO DE ESTABILIDAD.

Mediante este ratio, se compara la proporción existente entre el activo no corriente y los recursos permanentes o fondos a largo plazo. La fórmula empleada para este ratio es:

$$\text{Ratio de Estabilidad} = \frac{\text{Activo no corriente}}{\text{Recursos permanentes (Pasivo A Largo Plazo + Patrimonio neto)}}$$

Los valores obtenidos para este ratio se muestran en la tabla 6.

Tabla 6. Ratio de Estabilidad.

Empresas\ Años	Ratio de Estabilidad				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	1,50	1,94	2,29	2,25	2,30
Dia	2,18	2,4	2,3	3,32	-
Coviran Ruiz S.L	2,83	3,45	2,01	2,15	1,23

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

Para que los valores de este ratio sean correctos deben ser inferiores a uno. Si ocurre esto, una parte de los recursos permanentes están financiando una parte del activo circulante, normalmente el fondo de maniobra, en caso contrario si son valores superiores a uno, una parte del activo fijo está siendo financiada con créditos a corto plazo.

Según refleja la tabla 6, el grupo Luis Piña, S.A comienza teniendo unos valores altos, que van disminuyendo hasta alcanzar el valor 1,5 en el año 2013, esto quiere decir que parte de su activo no corriente está siendo financiado con pasivo a corto plazo, lo bueno es que poco a poco están corrigiendo esto, financiando cada vez menos activo no corriente con pasivo a corto plazo. En el año 2013, se obtiene un resultado de 1,5, lo que quiere decir que, por cada unidad de recursos permanentes que tiene la empresa, tiene 1,5 de activo no corriente.

Su competidor Dia refleja valores superiores, por lo que financia una cantidad mayor de activo no corriente con pasivo a corto plazo, una situación similar nos encontramos en la empresa Coviran Ruiz S.L.

Al ocurrir la misma situación, una vez más, podemos afirmar que estos valores son normales y típicos para empresas comerciales de distribución. Por último, es importante señalar que esta situación, en la que el pasivo a corto plazo financia activo no corriente, indica que el fondo de maniobra será negativo.

3.7 RATIO DE ENDEUDAMIENTO.

Mediante este ratio se haya el endeudamiento de la empresa, relacionando el pasivo exigible y el patrimonio neto. Siendo la fórmula la siguiente:

$$\text{Ratio de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo exigible (P. corto plazo + P. largo plazo)}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

Los resultados obtenidos para este ratio se muestran en la tabla 7.

Tabla 7. Ratio de Endeudamiento.

Empresas\ Años	Ratio de Endeudamiento				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	4,45	5,03	6,43	6,59	7,25
Dia	17,35	22,06	30,64	6,7	-
Coviran Ruiz S.L	3,57	4,91	2,56	2,81	1,98

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

Lo normal es que los valores que toma este ratio sean inferiores a la unidad, ya que sino esto significa que la empresa está en manos de los acreedores.

En el año 2013, el grupo Luis Piña, S.A obtiene un resultado de 4,45, esto significa que por cada unidad de patrimonio o financiación propia que posee la empresa, esta tiene 4,45 de pasivo exigible o financiación ajena.

Los resultados de las empresas analizadas son todos altos, esto se debe a que, nuevamente, es una situación normal para las empresas de este sector.

Para ver más claro a qué son debidos estos valores tan altos, vamos a analizar más exhaustivamente el endeudamiento del grupo Luis Piña, S.A, ya que ésta es la empresa objeto de nuestro análisis, calculándole el **endeudamiento a corto plazo** y el **endeudamiento a largo plazo**, las fórmulas utilizadas son:

$$Ratio\ de\ Endeudamiento\ a\ corto\ plazo = \frac{Pasivo\ Corto\ Plazo}{Patrimonio\ Neto}$$

$$Ratio\ de\ Endeudamiento\ a\ largo\ plazo = \frac{Pasivo\ Largo\ Plazo}{Patrimonio\ Neto}$$

Los valores que toman estos ratios se reflejan en la tabla 8.

Tabla 8. Endeudamiento a L/P y a C/P.

Ratios\ Años	Grupo Luis Piña S.A				
	2013	2012	2011	2010	2009
Endeudamiento	4,45	5,03	6,43	6,59	7,25
Endeudamiento a c/p	3,97	4,72	6,16	6,23	6,76
Endeudamiento a l/p	0,48	0,31	0,27	0,36	0,49

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

Una vez hemos desglosado los ratios, podemos apreciar que el alto valor que obtenemos del ratio de endeudamiento se debe sobre todo al endeudamiento a corto plazo, el cual tiene los valores más altos, mientras que los valores del ratio a largo plazo son bastante bajos, siendo el más alto de 0,48 en 2013.

Por tanto, la empresa está en manos de los acreedores, y más concretamente, en las manos de los acreedores a corto plazo. La interpretación para el año 2013 es que por cada unidad que la empresa posee de financiación propia, posee 3,97 unidades de financiación a corto plazo y 0,48 de financiación a largo plazo.

3.8 RATIO DE AUTONOMÍA O INDEPENDENCIA FINANCIERA.

Este ratio, es el contrario del ratio de endeudamiento, y como su nombre indica, mide el nivel de autonomía que tiene la empresa con su patrimonio neto en relación con el pasivo total. Dando lugar a la siguiente fórmula:

$$\text{Ratio de Autonomía o Independencia Financiera} = \frac{\text{Patrimonio Neto}}{\text{Pasivo Exigible}}$$

A través de esta fórmula se han obtenido los resultados de la tabla 9.

Tabla 9. Ratio de Autonomía o Independencia Financiera.

Empresas\ Años	Ratio de Autonomía o Independencia Financiera				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	0,22	0,20	0,16	0,15	0,14
Dia	0,06	0,05	0,03	0,15	-
Coviran Ruiz S.L	0,28	0,20	0,39	0,36	0,51

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

Al contrario que el ratio anterior, éste debe tomar valores superiores a uno para indicar que la empresa tiene autonomía financiera y por lo tanto, que la empresa no pertenece a los acreedores.

Por lo tanto, y reafirmando lo dicho en el ratio anterior, estas empresas están todas en manos de los acreedores, no teniendo ninguna autonomía financiera. La empresa que menos autonomía tiene es Dia, ya que sus valores son mínimos, siendo el mayor 0,15. El grupo Luis Piña, S.A se mueve en valores bajos, pero al menos está evolucionando hacia valores más altos. La empresa Coviran Ruiz S.L es la que tiene unos valores más altos, sin llegar a ser estos los ideales. Dentro de lo que cabe, esto es una situación normal para empresas de este sector, en las que los proveedores son importantes porque son una fuente de financiación gratuita.

La interpretación del ratio del grupo Luis Piña, S.A para el año 2013 es: por cada unidad de pasivo que la empresa posee, tiene 0,22 unidades de patrimonio neto.

3.9 RENTABILIDAD ECONÓMICA.

Mediante este ratio, se obtiene la rentabilidad de las inversiones de la empresa, dichas inversiones se corresponden con el total de activos, sin contemplar la incidencia que pueda tener la estructura financiera en el resultado, lo que permite una comparación entre empresas más apropiada. La fórmula empleada para calcular este ratio es:

$$\text{Rentabilidad Económica} = \frac{\text{BAIT}}{\text{Activo Total}} * 100$$

Los resultados obtenidos para este ratio, se muestran en la tabla 10.

Tabla 10. Ratio de Rentabilidad Económica.

Empresas\ Años	Rentabilidad Económica				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	1,68%	1,44%	0,90%	0,55%	0,83%
Dia	8,5%	7,51%	5,37%	3,83%	-
Coviran Ruiz S.L	1,21%	1,55%	2,62%	2,05%	3,24%

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

En este ratio, cuanto más alto es el resultado mejor, ya que eso significará que la empresa obtiene una mayor rentabilidad de sus activos. Los valores bajos obtenidos a través de este índice pueden indicar exceso de inversiones en relación con la cifra de negocio, ineficacia en el desarrollo de las funciones de aprovisionamiento, producción, distribución,..., inadecuado estilo de dirección, etc.

En el caso del grupo Luis Piña, S.A en 2013 se obtiene un valor de 1,68%, este es su valor más alto. Este valor quiere decir que de cada 100 unidades de activo, se obtiene 1,68 unidades de beneficio antes de intereses y de impuestos, este no es un porcentaje muy alto, por lo que la empresa tiene que seguir intentando mejorar los resultados año tras año, como estaba haciendo hasta ahora.

Si lo comparamos con los ratios de sus competidores, podemos apreciar que éstos obtienen unos beneficios mayores (en el caso de la empresa Dia mucho mayores), esto quiere decir que estas empresas poseen una mejor optimización de sus inversiones.

3.10 RENTABILIDAD FINANCIERA.

Este ratio mide la rentabilidad de las inversiones realizadas por los propietarios, en calidad de aportantes de financiación al patrimonio empresarial. Se trata de la rentabilidad final de la empresa como alternativa de inversión-negocio-riesgo. Este ratio incluye, lógicamente, los efectos de las fuentes financieras. La fórmula de este ratio es:

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{BAT}}{\text{Capitales Propios}} * 100$$

Los resultados obtenidos para este ratio se muestran en la tabla 11.

Tabla 11. Ratio de Rentabilidad Financiera.

Empresas\ Años	Rentabilidad Financiera				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	9,17%	8,68%	6,70%	4,20%	6,83%
Dia	155,97%	173,15%	169,98%	29,53%	-
Coviran Ruiz S.L	5,54%	9,18%	9,33%	7,82%	9,66%

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

En este ratio, cuanto más alto es el resultado obtenido mejor es para la empresa.

A través de la tabla 11, se puede decir que el grupo Luis Piña, S.A tiene una rentabilidad financiera baja, pero al menos es positiva. El valor más alto que consigue es en 2013, siendo este 9,17%, su interpretación es que de cada 100 unidades de capitales propios que se invierten, se obtienen 9,17 unidades de beneficio.

En comparación con sus competidores, el grupo Luis Piña, S.A es la única empresa que ha sido capaz de aumentar la rentabilidad financiera en 2013, pero obtiene valores más bajos que las demás. Sin duda, la empresa que obtiene mayores rentabilidades

financieras es la empresa Dia, ya que, es capaz de alcanzar valores tan altos como 173,15% en 2012.

El ratio de rentabilidad financiera es mayor que el ratio de rentabilidad económica, esto quiere decir que, los fondos ajenos contribuyen a que la rentabilidad de los fondos propios sea superior de lo que sería si la empresa no estuviera endeudada.

3.11. FONDO DE MANIOBRA.

El fondo de maniobra es la parte del activo corriente que es financiada con capitales permanentes; o bien, el importe de los capitales permanentes que financian activo corriente. Se puede obtener a través de las dos siguientes fórmulas:

$$1. \text{Fondo de Maniobra} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$2. \text{Fondo de Maniobra} = \text{Capitales Permanentes} - \text{Activo No Corriente}$$

Los resultados obtenidos se muestran en la tabla 12.

Tabla 12. Fondo de Maniobra.

Empresas\ Años	Fondo de Maniobra				
	2013	2012	2011	2010	2009
Grupo Luis Piña S.A	-5392168,57	-8435648,41	-10639625,79	-10719133,01	-11821242,70
Dia	-1216646	-1285203	-1247449	-1496229	-
Coviran Ruiz S.L	-47050	-60361	-23162	-28764	-3225

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

El resultado óptimo que debe tomar este ratio debe ser positivo, para que así una parte del activo corriente sea financiada con capitales permanentes, con lo que se consigue que una parte del activo corriente este financiado con deudas no exigibles a corto plazo, esto es lo ideal para que se mantenga el equilibrio deseado.

Como refleja la tabla 12, el grupo Luis Piña, S.A obtiene unos resultados negativos. En el año 2013 se obtiene un resultado de -5.392.168,57, esto se aleja mucho de la situación idónea, pero al menos podemos ver que la empresa está reduciendo cada año esas cantidades, de hecho, entre ella y sus competidoras, es la empresa que más está reduciendo en proporción su fondo de maniobra negativo, por lo que está mejorando en este aspecto.

Las demás empresas competidoras también obtienen resultados negativos, pero inferiores a los del grupo Luis Piña S.A, por lo que tienen situaciones más óptimas y

cercanas al equilibrio deseado, la más cercana a este equilibrio es la empresa Coviran Ruiz S.L.

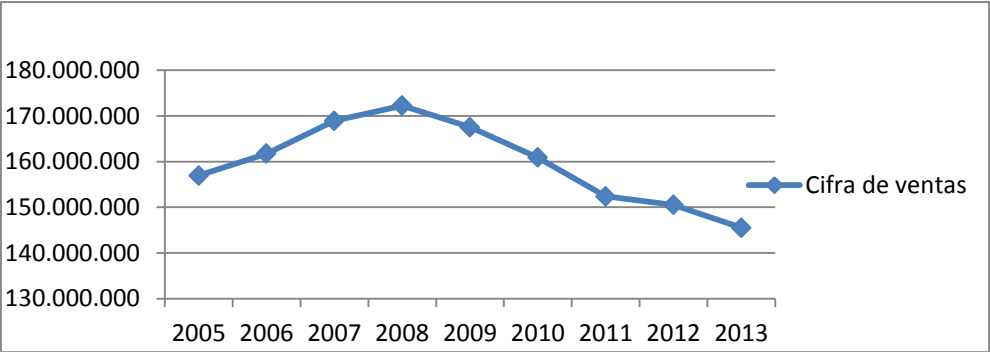
Como ya se reflejó en anteriores ratios, esta situación de fondo de maniobra negativo es normal y esperada para este sector, y se explica como vimos anteriormente, porque los proveedores prácticamente actúan como financiación a largo plazo. Por todo lo anterior, se explica que esta situación no sea preocupante para estas empresas, aunque los resultados de sus ratios sean contrarios a los establecidos como óptimos.

4. PREDICCIONES DE LA EMPRESA.

En este apartado, se va a realizar una previsión sobre la evolución previsible del grupo Luis Piña, S.A para un espacio temporal que va desde 2014 a 2017. Para ello, se va a realizar un análisis sobre la evolución del entorno de esta empresa, sobre cómo se espera que evolucione el sector, la economía, la tasa de desempleo,... (Basándonos en los datos disponibles en SABI desde 2005, y otros enlaces que se nombrarán posteriormente).

Si tenemos en cuenta la evolución de las ventas netas del grupo Luis Piña, S.A desde 2005 hasta 2013, según los datos disponibles en SABI, podemos obtener el gráfico 1.

Gráfico 1. Evolución de las ventas netas del grupo Luis Piña, S.A.



Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

Si reflejamos en una tabla la variación interanual de las ventas del grupo Luis Piña, S.A, obtenemos la tabla 13.

Tabla 13. Variación de la cifra neta de ventas interanual del grupo Luis Piña, S.A.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Grupo Luis Piña, S.A	4,1%	3,1%	4,5%	2,0%	-2,8%	-4,0%	-5,3%	-1,2%	-3,3%

Fuente: Elaboración propia. Base de datos SABI.

Esta evolución es debida a la situación de la demanda, desempleo, PIB,..., entre otras cosas.

Por un lado, vamos a analizar la evolución de los distintos factores que influyen en las ventas hasta el año 2013. Por otro lado, se analizarán igualmente los distintos factores que influyen en las ventas en los años 2014, y por último se realizarán previsiones para 2015-2017.

Horizonte temporal comprendido entre 2005-2013.

Para realizar este apartado, nos apoyamos en el boletín oficial de la junta de Andalucía, número 250, publicado el 23 de diciembre de 2014, según éste la situación de la demanda es la siguiente: el gasto en consumo final y formación bruta de capital ha registrado 5 años de caída consecutivos, 2008-2012.

El consumo final lo forma las administraciones públicas, las instituciones sin fines lucrativos al servicio de los hogares y los hogares, este último grupo aporta el 70% del total del consumo final. En la tabla 14, se muestra la evolución del gasto en consumo final de los hogares.

Tabla 14. Evolución del consumo final de los hogares. (Índices encadenados con base en 2008=100)

	2008	2009	2010	2011	2012
ESPAÑA	100	96,2	96,3	95,2	92,5
ANDALUCÍA	100	95,9	96,1	94,5	91,7

Fuente: Elaboración propia. Boletín oficial Junta de Andalucía, nº 250.

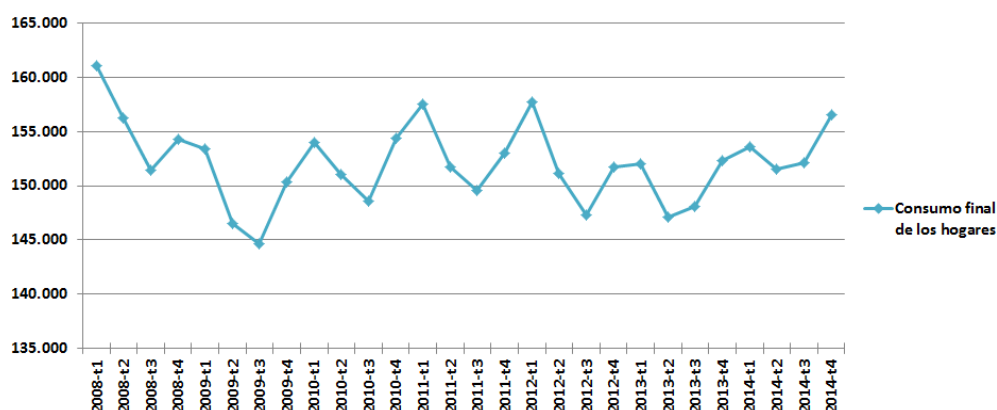
Entre 2008 y 2009 se manifestaron con mayor dureza los impactos de la crisis. La evolución del gasto en consumo de los hogares, tanto en España como en Andalucía, se debe a algunos problemas (que hacen que los ingresos de los hogares se reduzcan y, por tanto, su capacidad de consumo), estos problemas son: la pérdida de la confianza de los consumidores, el aumento del desempleo, las reformas laborales, la pérdida y empeoramiento en salarios y en prestaciones (como pensiones y becas), la disminución del gasto público, la caída de la renta disponible, la sequía en el crédito a empresas y familias y el elevado endeudamiento.

En 2011 sigue habiendo una situación grave, debido al empeoramiento de la situación económica de 2010 y a las políticas de ajustes, lo que influyó en los niveles de consumo de los hogares.

En 2013 se produce un punto de inflexión, comenzando el gasto en consumo de los hogares a disminuir su grado de deterioro, hasta llegar incluso a experimentar un aumento al final del 2013. Este cambio de tendencia que se está produciendo en 2013 en el consumo de los hogares, se debe a la cierta estabilidad en los mercados financieros internacionales desde mediados de 2013, unida a unas perspectivas económicas algo más estables y con tendencia a la estabilización.

Todo lo descrito anteriormente, sobre la evolución del gasto en consumo final de los hogares se ve reflejado en el gráfico 2, ha sido elaborado a partir de los datos de la página web del instituto nacional de estadística.

Gráfico 2. Evolución del consumo final de los hogares en España.



Fuente: Elaboración propia. INE.

La formación bruta de capital mide la adquisición, compra y mejora de activos fijos y bienes en las empresas (es la inversión). La caída de la inversión es muy intensa y preocupante en España y Andalucía, como refleja la tabla 15.

Tabla 15. Evolución del gasto en Formación Bruta de Capital. (Índices encadenados con base en 2008=100)

	2008	2009	2010	2011	2012
ESPAÑA	100	81,7	78,3	73,9	68,9
ANDALUCÍA	100	82,8	77,3	71,8	66,3

Fuente: Elaboración propia. Boletín oficial Junta de Andalucía, n°250.

La evolución del gasto en consumo final de los hogares y en formación bruta de capital muestra debilidad de la demanda interna, esta debilidad se refleja en la evolución del Producto Interior Bruto, como demuestra la tabla 16.

Tabla 16. Evolución del PIB. (Índices encadenados con base en 2008=100)

	2008	2009	2010	2011	2012
ESPAÑA	100	96,2	96	96	94,4
ANDALUCÍA	100	96,3	95,2	94,7	92,8

Fuente: Elaboración propia. Boletín oficial Junta de Andalucía, n° 250.

Como consecuencia de la situación económica, los consumidores se han visto obligados a realizar ajustes en sus gastos, que no sólo han afectado a sus cuantías, sino también a sus patrones de consumo.

Según el boletín oficial de la junta de Andalucía, a nivel de Andalucía el grupo de la alimentación ha ganado protagonismo, teniendo así una mayor participación del gasto total andaluz (alimentación y bebidas no alcohólicas). En la tabla 17, se muestra la estructura del gasto medio por hogar en Andalucía, reflejando dicho aumento en el gasto total de la alimentación.

Tabla 17. Participación de cada grupo de gasto, en el gasto medio por hogar en Andalucía, años 2006 y 2013 (Precios constantes 2011).

Grupo de gasto	Participación 2006	Participación 2013
4. Vivienda, agua, electricidad y combustibles	21,6	31,7
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas.	15,4	16,5
7. Transporte.	16,2	12
11. Hoteles, cafés y restaurantes.	10,1	8,4
12. Otros bienes y servicios.	7,8	7,2
9. Ocio, espectáculos y cultura.	6,4	5,3
3. Vestido y calzado.	7,4	5,1
5. Mobiliario, equipamiento y otros.	6,4	4,5
8. Comunicaciones.	2,9	3,2
6. Salud.	3	2,8
2. Bebidas alcohólicas y tabaco.	2,2	2,3
10. Enseñanza	0,6	0,9

Fuente: Elaboración propia. Boletín oficial Junta de Andalucía, n° 250.

La crisis tiene una mayor incidencia en la economía andaluza que en la española, en términos tanto de producción, como de empleo. Esta situación, se ha traducido en una mayor contracción del consumo de los hogares andaluces, y ha tenido, como consecuencia una caída más profunda de las ventas de las empresas comerciales minoristas que operan en Andalucía. Ahora bien, en el año 2013 se han registrado

signos de moderación de la contracción de la actividad comercial, experimentando el índice general de ventas del comercio minorista en Andalucía un descenso mucho más moderado que en los años anteriores, esta situación se refleja en la tabla 18.

Tabla 18. Evolución de la cifra de ventas del sector comercio, en Andalucía. (Base 2010=100)

Año	Índices de comercio	Variación anual
2006	120,1	6,1
2007	126	4,9
2008	118,8	-5,7
2009	102,4	-13,8
2010	100	-2,3
2011	95,7	-4,3
2012	91,5	-4,4
2013	88,7	-3

Fuente: Elaboración propia. Boletín oficial Junta de Andalucía, nº 250

Esta mayor contracción del gasto de los hogares andaluces, se ha traducido en una mayor contracción de las ventas de las empresas comerciales que operan en la Comunidad, que ha sido aún más intensa en el comercio de mayor dimensión. Esto demuestra una mayor capacidad competitiva del comercio de mediana y pequeña dimensión en Andalucía y, además revela claramente las mayores preferencias de los consumidores andaluces hacia este tipo de comercio, no sólo en tiempos de crecimiento económico, sino mucho más en tiempo de crisis. Estas preferencias se relacionan con sus hábitos de consumo.

Según el boletín oficial de la Junta de Andalucía, los indicadores de confianza del comercio andaluz han mejorado de forma constante durante 2013. Los empresarios han llegado a pensar en la reactivación del gasto, y por tanto del consumo, pero posteriormente, esto no ha llegado a materializarse.

La percepción que los consumidores andaluces tienen de la economía, y que reflejan opinando sobre la situación actual y expectativa, se mantiene durante 2013 en niveles desfavorables para la actividad económica, suponiendo una prolongación de la reducción del consumo familiar. Pese a que la confianza no evidencie datos que hagan indicar una percepción favorable por parte del consumidor, es notable el ascenso y mejora sostenida de la situación actual y la expectativa durante 2013, incluso llegando a superar los mejores datos desde 2012.

De acuerdo con el boletín oficial de la junta de Andalucía, nos encontramos con que la participación del empleo en el comercio, sobre el conjunto de la economía andaluza, era menor con anterioridad a la crisis económica, alrededor de 17% hasta 2007, a partir de la crisis el porcentaje de ocupados en el comercio sobre el total de ocupados en Andalucía, ha superado los anteriores registros, suponiendo un 19% en 2013. La rama que da empleo a un mayor número de efectivos es el comercio al por menor, en la que trabajan el 66,2% de todos los ocupados en el sector del comercio de Andalucía de 2013. Esta rama, es la que menos ocupados ha perdido desde 2008, siendo la tasa de variación de -9,9% para el comercio minorista, de -19,1% para el comercio mayorista y de 19,9% para venta y reparación de vehículos a motor.

El salario medio de un trabajador del sector comercial durante 2012 se estima en 13,2 mil euros, para Andalucía, inferior en 3 mil euros a la media de España. Tanto para la comunidad andaluza como para el total del país, se observa una caída en el último año del - 1,4% y del -0,9%, respectivamente. Mientras que el Índice de Precios al Consumo crece más de un 2,5% para España y Andalucía, lo que produce pérdida de poder adquisitivo de los trabajadores de este sector.

Año 2014.

Una vez analizado el anterior horizonte temporal, vamos a analizar cómo ha sido la evolución de los distintos factores y situación económica para 2014. Como no disponemos de estos datos en la base de datos SABI, nos vamos a basar en la página web del INE, y en un informe publicado por la junta de Andalucía, consejería de turismo y comercio, sobre la coyuntura del sector comercial andaluz. Esto se realiza, porque se necesita saber al menos una estimación de 2014 para realizar una correcta predicción posteriormente para los años 2015-2017.

Principales resultados de 2014. La Eurozona registra un crecimiento trimestral del 0,3% en el 4º trimestre. La economía española ha registrado un crecimiento mayor que el producido en Europa, siendo este crecimiento del 0,7% para el 4º trimestre, y de 0,5% para el 3^{er} trimestre. El crecimiento que se produce en España es del 2%, y del 1,6% con respecto al 3^{er} y 4º trimestre de 2013, respectivamente. El PIB a precios corrientes ha variado en términos nominales en 0,9%, y en volumen un 1,4% respecto al año 2013. La demanda nacional ha aumentado como se detalla posteriormente. El empleo aumenta en el 4º trimestre a un ritmo de 2,4% en términos anuales, esto junto con la variación

experimentada por la jornada media asociada, dan como resultado un incremento de la tasa anual de horas trabajadas de un punto (del 1% al 2%). El coste laboral unitario varía en el 4º trimestre en un -0,1%.

Los dos principales componentes de la demanda nacional tanto el gasto en consumo final, como la inversión en capital fijo, presentan una variación anual mayor que la registrada en el tercer trimestre de 2014. El gasto en consumo final de los hogares experimenta un crecimiento anual del 3,4%, como consecuencia de una mejora generalizada en el comportamiento de la mayoría de sus componentes, tanto de bienes, como de servicios. La formación bruta de capital fijo presenta una tasa de crecimiento del 5,1% para el 4º trimestre, un punto y dos décimas superior a la del trimestre anterior. Atendiendo a los distintos tipos de activos, los materiales presentan una tasa del 5,5%. Por su parte, la inversión en productos de la propiedad intelectual crece un 3,1%. La inversión en activos de Construcción mejora pasando del 0,1% al 2,4%, como consecuencia del mejor comportamiento tanto de la inversión en vivienda, como en ingeniería civil y otras construcciones. La demanda de activos de bienes de equipo presenta un crecimiento del 10,4% en el 4º trimestre, en sintonía con la evolución conjunta de los indicadores de producción industrial. El ritmo de aumento de la inversión en activos de equipo de transporte (21,3%), es más intenso que el registrado por la inversión en maquinaria (6,3%). Todo esto, se refleja en la tabla 19.

Tabla 19. Demanda de España. Tasa de variación interanual. Volumen encadenado referencia 2010.

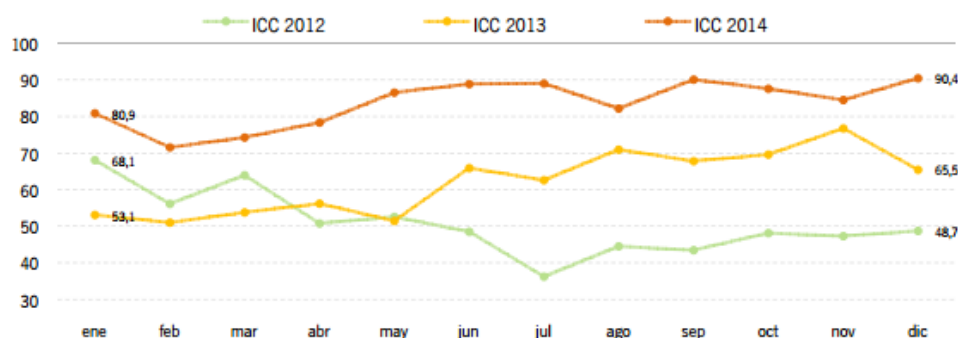
	2013				2014			
	Tr.1	Tr.2	Tr.3	Tr.4	Tr. 1	Tr.2	Tr. 3	Tr. 4
Producto Interior Bruto a precios de mercado.	-2,2	-1,7	-1	0	0,6	1,2	1,6	2
Gasto en consumo final de los hogares.	-3,8	-3,1	-2,2	-0,1	1,3	2,3	2,8	3,4
Gasto en consumo final de las ISFLSH.	-0,7	-0,4	0	0,6	0,7	0,7	0,8	1,8
Gasto en consumo final de las AAPP.	-4,5	-3,6	-2,4	-1,1	0,3	0,3	0,3	-0,5
Formación bruta de capital fijo.	-6,3	-5,5	-2,6	-0,5	0,8	3,9	3,9	5,1
-Activos fijos materiales.	-7	-6,4	-2,6	-0,5	0,7	4,3	3,9	5,5
-Construcción.	-7,4	-11,4	-9,7	-8,3	-7,4	-0,7	0,1	2,4
-Bienes de equipo y activos cultivados.	-6,2	3,4	11,4	14,7	15,8	12,9	10,2	10,3
-Productos de la propiedad intelectual.	-2,3	0	-2,7	-0,3	1,8	1,7	3,4	3,1
Variación de existencias y adquisiciones menos cesiones de objetos valiosos.	0,3	0,3	-0,1	-0,1	0,3	0,2	0,3	-0,1
Demanda nacional.	-4,3	-3,5	-2,4	-0,5	1,2	2,3	2,6	2,7
Exportación de bienes y servicios.	0	7,3	4,9	5,1	6,4	1	4,5	4,7
Importación de bienes y servicios.	-7,3	1,3	0,5	3,8	9,4	4,9	8,6	7,7

Fuente: Elaboración propia. INE, nota de prensa.

Los datos desagregados del índice de confianza del consumidor a nivel mensual de Andalucía, muestran una importante y sostenida mejora interanual de este índice, que durante los últimos tres meses del año reflejan un aumento interanual promedio de más

de 16 puntos, destacando diciembre que supone la mejor cifra registrada (90,4) y 6 puntos más respecto al mes anterior. La evolución del índice de confianza del consumidor se refleja en el gráfico 3.

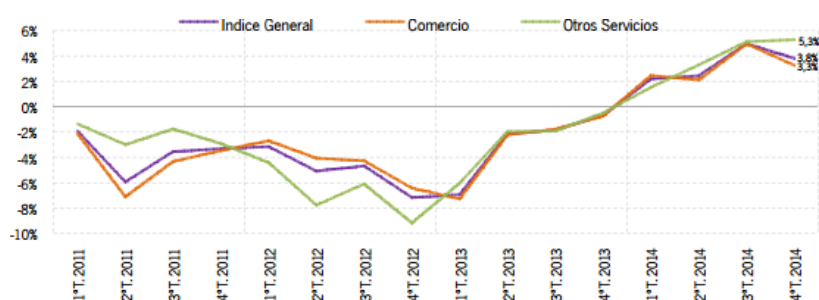
Gráfico 3. Evolución del Índice de confianza del consumidor en Andalucía. (Enero 2012-Diciembre 2014)



Fuente: SAETA. Consejería de turismo y comercio a partir de datos CIS.

En Andalucía se ha producido un cambio de tendencia en la cifra de negocios del sector comercio, frente al descenso de años anteriores 2014 registra crecimiento interanual, de hecho, durante el cuarto trimestre de 2014, la variación interanual asciende a +3,3%. Aumento que también se produce a nivel nacional, donde se registra por sexto trimestre consecutivo (4º de 2014), una tasa positiva (+4,3%). Esta mejora del índice de actividad en Andalucía, es también extensible al resto de servicios y al índice general, dándose un crecimiento interanual de +5,3% y +3,8%, respectivamente. La variación del índice de actividad del sector servicios en Andalucía, se muestra a través del gráfico 4.

Gráfico 4. Variación interanual del índice de actividad del sector servicios por actividades en Andalucía. (Base 2010)

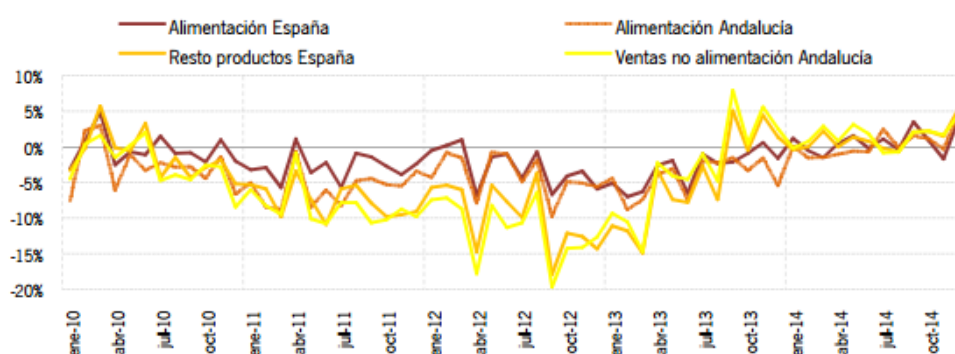


Fuente: SAETA. Consejería de turismo y comercio a partir de datos INE.

Si tenemos en cuenta las ventas en el comercio al por menor por tipos de productos del 4º trimestre de 2014, Andalucía vuelve a registrar por segundo trimestre consecutivo un aumento en las ventas de los productos de alimentación (+2%). En el resto de productos

se produce un aumento de las ventas de +3,8. Por su parte, el indicador nacional continúa en positivo, tanto en las ventas de alimentación (+1,2%), como en el resto de productos comercializados (+3,2%). Suponiendo esto para la alimentación, el tercer trimestre de crecimiento interanual consecutivo, mientras que para el resto de productos el crecimiento sostenido se extiende ya durante cinco trimestres consecutivos, situación que no se reproducía desde el año 2007. La evolución del índice de comercio al por menor, se refleja en el gráfico 5.

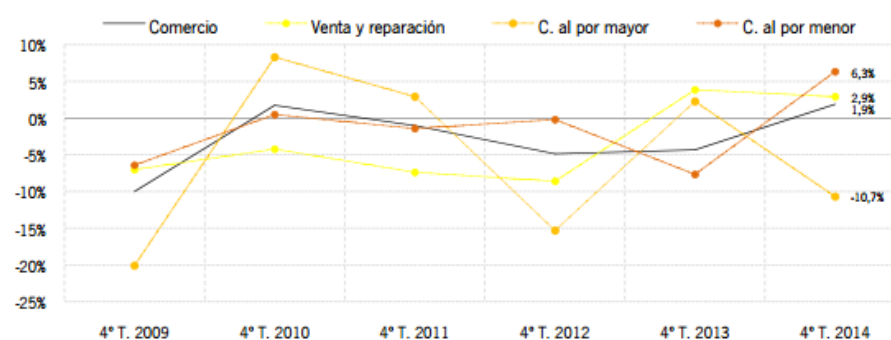
Gráfico 5. Evolución de la variación interanual del índice de comercio al por menor por tipo de producto. (Base 2010, precios constantes).



Fuente: SAETA. Consejería de turismo y comercio a partir de datos INE/ IECA

En lo referente al empleo (grafico 6), en el 4º trimestre de 2014 el sector comercial registra un aumento de ocupados del +1,9%. Por subsectores (comercio al por mayor, al por menor y venta y reparación de vehículos), únicamente el comercio al por menor gana ocupados (+6,3%), encadenando tres trimestres de aumento en el número de ocupados. El comercio al por mayor no tiene tan buen comportamiento, cuyos ocupados disminuyen un -10,7%. Venta y reparación de vehículos vuelve a registrar un aumento interanual del número de ocupados (+2,9%).

Gráfico 6. Evolución de la variación de población ocupada en el sector comercio en Andalucía (Base 1º trimestre 2008).



Fuente: SAETA. Consejería de turismo y comercio a partir de datos EPA, INE.

Todas las provincias andaluzas, registran durante el cuarto trimestre una disminución interanual en términos relativos del número de parados en el comercio, siendo Jaén la provincia con un mayor descenso (-9,8%).

Previsión. Horizonte temporal 2015-2017.

En un artículo publicado por Expansión y escrito por Miguel Roig el 2 de febrero de 2015, se habla sobre las previsiones futuras para España, en las que se espera un gran crecimiento, incluso advierten que estos crecimientos podrían llegar a ser mayores gracias a la caída de los precios del petróleo y al programa de compra masiva de bono del BCE. A medida que mejoran las previsiones del mercado laboral se suavizan las condiciones de financiación, se refuerza la confianza y se aleja la incertidumbre. La comisión europea asegura que los crecimientos del PIB serán del 2,3% para 2015 y 2,5% para 2016. Estos crecimientos se deberán, principalmente, al incremento de la demanda doméstica, además se producirá un robusto incremento en el empleo y en la renta disponible, así como en la inversión en bienes de equipo. En empleo se espera que sigan las tendencias positivas, con una moderación salarial continuada y modestos incrementos en los costes laborales unitarios.

En 2013 sus ventas se redujeron en un 2,7%, pero ha habido, en 2014, un aumento de la cifra de negocio del comercio del 3,3% en Andalucía, además de la mejora de la situación, entorno, etc. Por todo ello, suponemos que para 2014 la empresa ha conseguido que su cifra de ventas deje de disminuir e incluso comience a aumentar lentamente a un ritmo de 0,5%. Este 0,5% surge debido a la diferencia de los anteriores porcentajes (-2,7 y 3,3), menos una décima, correspondiente al margen que puedan provocar otros factores impredecibles. Para 2015 y 2016, suponemos que según lo anterior van a aumentar las ventas del grupo Luis Piña, S.A al igual que el PIB, pero en un porcentaje menor, puesto que los porcentajes de crecimiento suelen ser menores para Andalucía que para España, por lo tanto suponemos que unos porcentajes razonables pueden ser de 1% y 1,2% para 2015 y 2016, respectivamente.

Finalmente, nos apoyamos en una publicación del blog Salmón, economía y finanzas en su color natural publicada el 30 de abril de 2014, para hablar sobre las previsiones hasta 2017 del PIB y otros indicadores. Estas previsiones se reflejan en la tabla 20.

Las previsiones del blog Salmón y el periódico Expansión para 2015 y 2016 son similares aunque no iguales, ya que predecir estos índices es complicado, pero aún es más difícil que coincidan todas las previsiones. Para los años 2015 y 2016 nos apoyamos en los datos aportados por Expansión, y para 2017 y todas las variables excepto el PIB en el blog Salmón. Según este blog, el PIB en 2017 crecerá un 3%, como dijimos anteriormente el grupo Luis Piña, S.A crecerá menos, estimamos que será un crecimiento del 1,7%. En cuanto al aumento de la inversión en formación bruta de capital, para nuestra empresa, será de 1/10 parte de la inversión estimada para esos años, puesto que el grupo Luis Piña S.A sigue un sendero de crecimiento lento, correspondiendo, por ejemplo, a los bienes de equipo y otros productos un 0,55% para 2014, 0,45% para 2015, 0,62% para 2016 y 0,73% para 2017.

Los costes de explotación, aumentarán en la misma proporción que las ventas, ya que en la misma cantidad que aumente sus ventas, aumentará su necesidad de materias primas,...

El tiempo de gravamen según un informe realizado por la empresa AEDAF en enero de 2015, va a cambiar siendo del 30% para 2014, 28% para 2015 y 25% para 2016 y los años posteriores.

Tabla 20. Previsión del escenario macroeconómico.

	2013	2014	2015	2016	2017
PIB real.	-1,2	1,2	1,8	2,3	3
Consumo privado.	-2,1	1,4	1,8	2,3	2,8
Consumo AA.PP.	-2,3	-1,3	-1,9	-1,8	-1,5
FBCF.	-5,1	0,5	3	4,6	6,7
-Bienes de equipo y otros productos.	1,7	5,5	4,5	6,2	7,3
-Construcción.	-9,6	-3,3	1,8	3,1	6,1
Demanda Nacional. (Contribución crecimiento).	-2,7	0,7	1,2	1,9	2,6
Expor. Bienes y servicios.	4,9	5	6,1	6,3	6,5
Import. Bienes y servicios.	0,4	3,6	5	5,8	6,3
Saldo exterior. (Contribución crecimiento)	1,5	0,6	0,5	0,4	0,3

Fuente: Elaboración propia. Blog Salmón, economía y finanzas en su color natural.

5. PLANIFICACIÓN FINANCIERA.

En este apartado se ofrece una planificación financiera del grupo Luis Piña, S.A para el horizonte temporal de 2015-2017. Para ello, se han elaborado una pequeña memoria explicativa, junto con un balance previsional (tabla 27), una cuenta de resultados previsionales (tabla 21), un presupuesto de capital (tabla 23) y un cuadro de necesidades

netas de fondo de rotación (tabla 22). Todo esto, se ha elaborado basándonos en los datos del SABI de años anteriores, en el apartado datosmacro.com del periódico expansión, en el apartado 4 anterior sobre predicciones, en un documento sobre la reforma fiscal del impuesto de sociedades elaborado por la empresa AEDAF y en el libro de Partal Ureña, Moreno Bonilla, Cano Rodríguez, y Gómez Fernández-Aguado, (2012).

Tabla 21. Cuenta de Resultados Previsionales.

Cuenta de Resultados Previsionales (datos en miles de €)				
	2014	2015	2016	2017
(+) Ventas	159.252.454,08	160.844.978,62	162.775.118,37	165.542.295,38
(-) Gastos Explotación	158.892.478,94	160.481.403,72	162.407.180,57	165.168.102,64
(-) Materiales	126.571.780,55	127.837.498,36	129.371.548,34	131.570.864,66
(-) Personal	19.298.511,01	19.298.530,31	19.298.549,61	19.298.568,91
(-) Otros	10.850.087,93	11.173.275,61	11.560.118,85	12.121.705,30
(-) Amortiz. del inmovilizado	2.172.099,44	2.172.099,44	2.176.963,77	2.176.963,77
Resultado de explotación	359.975,15	363.574,90	367.937,80	374.192,74
(+) Ingresos financieros	425.774,57	425.774,57	425.774,57	425.774,57
(-) Gastos financieros	- 321.790,34	- 321.282,39	- 320.806,18	- 323.067,80
Resultado financiero	103.984,23	104.492,18	104.968,38	102.706,76
Resultados antes de impuestos	463.959,38	468.067,08	472.906,18	476.899,51
(-) Impuestos	- 139.187,81	- 131.058,78	- 118.226,55	- 119.224,88
Resultado neto	324.771,56	337.008,30	354.679,64	357.674,63
Reservas	324.771,56	337.008,30	354.679,64	357.674,63
Dividendos	-	-	-	-
Autofinanciación	2.496.871,00	2.509.107,74	2.531.643,40	2.534.638,39

Fuente: Elaboración propia. Datos SABI y apartado 4 de este trabajo sobre previsiones.

De la cuenta de resultados previsionales (tabla 21), se puede obtener mucha información:

En primer lugar, la evolución que se ha estimado para *las ventas*: según el apartado anterior (previsión. Horizonte temporal 2015-2017), nos encontramos ante una situación económica favorable en la que aumenta el PIB, disminuye el desempleo, aumenta el gasto en consumo final, disminuye la incertidumbre,... Por todo ello, se predice que las ventas para los años 2014-2017 aumentarán pero no en la misma proporción, sino un 0,05% para 2014, un 1% para el año 2015, un 1,2% para el 2016 y un 1,7% para el 2017, con respecto a las ventas del año anterior. Los porcentajes en los que aumentan las ventas tienen estos valores debido a, como ya dijimos anteriormente, que este grupo está presente en zonas geográficas en las que la crisis tubo mayores efectos negativos y en las que la recuperación es más lenta, todo esto unido además a un crecimiento bastante lento por parte del grupo Luis Piña, S.A.

Los gastos de explotación están formados por: *costes de materiales, de personal, “otros” y amortización del inmovilizado*, por tanto los gastos de explotación son la suma de todas estas cuentas, los gastos de explotación en 2013 eran del 99,7739% de las ventas, esta proporción se mantendrá durante todos los años, por lo que los gastos varían en la misma proporción que las ventas. Los *costes de materiales* se calculan con respecto a los gastos de explotación, en 2013 estos costes eran del 79,6588% de los gastos de explotación, para los años 2014-2017 se mantendrá la misma proporción. Los *costes de personal* suponen el 12,1456% de los gastos de explotación, este porcentaje de costes de personal se mantiene para 2014, a partir de este año para obtener el porcentaje que le corresponde a costes de personal para los años 2015-2017, hay que sumarle un 0,0001% con respecto al porcentaje del año anterior, esta variación se debe a la inflación u otros factores. Para hallar *la amortización del inmovilizado* se ha mantenido la amortización del inmovilizado de 2013 durante los años 2014-2015, ya que en estos años no se han producido nuevas inversiones, para 2016-2017 se le suma a la amortización de los años anteriores la amortización de las nuevas inversiones que se amortizan en 15 años (en 2013-2015 es un 1,3639 con respecto a los gastos de explotación, en los años 2016-2017 es un 1,3670 con respecto a los gastos de explotación), por lo que este coste varía según el inmovilizado. El coste “*otros*” ha sido calculado como la diferencia entre el porcentaje de gastos de explotación y la suma de costes de materiales, personal y amortización, dando como resultado un porcentaje de 6,8131% para 2014, este coste dependerá del resto de los costes al ser el resultado de la diferencia anteriormente detallada. El *resultado de explotación* es la diferencia entre las ventas y los gastos de explotación, anteriormente ya conocíamos el porcentaje de gastos de explotación por lo que por diferencia se conoce el porcentaje del resultado de explotación, siendo este porcentaje un 0,2260%, como mantenemos el porcentaje de gastos de explotación con respecto a las ventas, también mantenemos el porcentaje de resultado de explotación.

El *resultado financiero* se obtiene como resultado de la diferencia entre los *ingresos financieros y los gastos financieros*. Los *ingresos financieros* se han calculado dependiendo de otros activos líquidos, porque esta cuenta es la única por la que podemos cobrar intereses. Los ingresos financieros se obtienen de multiplicar un índice de interés, por la cuenta otros activos líquidos del año anterior al que se cobran los intereses. El índice de interés con el que se obtienen los ingresos financieros es

34,1495%, este índice se ha obtenido al realizar una media de los últimos 6 años, en los que se relacionan los ingresos financieros cobrados (2013, por ejemplo) con la cuenta otros activos líquidos del año anterior (2012, para este ejemplo). Este índice es muy alto, esto puede deberse a que suponemos que hay otros ingresos durante el año de actividad que no se reflejan en el balance. Con los *gastos financieros* ocurre algo similar, para saber qué intereses se pagan por las deudas se hace una media de los últimos 6 años, en la que se relacionan los gastos financieros pagados (2013, por ejemplo) con la suma del valor de las cuentas por las que se pagan intereses del año anterior al que se pagan estos intereses (2012), estas cuentas por las que se pagan intereses son: otros pasivos fijos, deudas financieras y otros pasivos líquidos, como resultado se obtiene un porcentaje de 3,7115% de interés.

El resultado antes de impuestos se halla sumando el resultado de explotación y el resultado financiero. Si a este resultado le restamos los impuestos correspondientes, obtenemos *el resultado neto* (siempre y cuando el resultado antes de impuestos sea positivo). Para el grupo Luis Piña, S.A se aplica el porcentaje general del 30% para 2014, 28% para 2015 y 25% para 2016-2017. La evolución del resultado neto es de un aumento del 3,7678% para 2015 con respecto a 2014, del 5,2436% para 2016 con respecto a 2015 y del 0,8444% para 2017 con respecto a 2016.

Una vez hemos obtenido el resultado neto, lo dividimos en *reservas o dividendos*, según la política de repartos de dividendos del grupo. Como no disponemos de la información necesaria (política de dividendos), todos los beneficios son para reservas.

Por último, de este cuadro también podemos obtener información con respecto a la autofinanciación del grupo, la autofinanciación se obtiene con la suma de las reservas y la amortización del inmovilizado, los resultados se muestran en la tabla 21.

El cuadro de nuevas necesidades de capital circulante (tabla 22), nos muestra la variación del activo corriente y del pasivo corriente en el horizonte temporal que nos interesa.

Tabla 22. Cuadro de Necesidades Netas de Capital Circulante.

Cuadro de Necesidades Netas de Capital Circulante. (datos en miles de €)					
Conceptos	2013	2014	2015	2016	2017
Existencias	13.306.726,00	14.203.543,29	14.345.578,72	14.517.725,67	14.764.527,00
Variación existencias	375.234,00	896.817,29	142.035,43	172.146,94	246.801,34
Deudores	7.703.742,48	8.542.733,96	8.628.161,30	8.731.699,23	8.880.138,12
Variación deudores	31.457,27	838.991,48	85.427,34	103.537,94	148.438,89
Otros activos líquidos	1.246.794,99	1.246.794,99	1.246.794,99	1.246.794,99	1.246.794,99
Variación otros activos líquidos	- 726.467,49	-	-	-	-
Tesorería (objetivo)	1.116.772,48	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00
Variación tesorería	- 279.290,67	- 916.772,48	-	-	-
Total Variación Activo Corriente	- 599.066,89	819.036,29	227.462,77	275.684,88	395.240,22
Acreedores c/p	20.677.463,99	20.687.802,72	20.894.680,75	21.145.416,92	21.504.889,01
Variación acreedores c/p	3.213.748,76	10.338,73	206.878,03	250.736,17	359.472,09
Deudas financieras	3.712.532,19	3.712.532,19	3.712.532,19	3.712.532,19	3.712.532,19
Variación deudas financieras	- 5.416.627,26	-	-	-	-
Otros pasivos líquidos	4.376.208,34	4.376.208,34	4.376.208,34	4.376.208,34	4.376.208,34
Variación otros pasivos líquidos	- 1.439.668,23	-	-	-	-
Impuestos	-	139.187,81	131.058,78	118.226,55	119.224,88
Variación impuestos	-	139.187,81	- 8.129,03	- 12.832,24	998,33
Total Variación Pasivo Corriente	- 3.642.546,73	149.526,55	198.749,00	237.903,93	360.470,42
NNFR	3.043.479,84	669.509,74	28.713,78	37.780,95	34.769,80

Fuente: Elaboración propia. Datos SABI y apartado 4 de este trabajo sobre previsiones.

Por un lado tenemos la variación del activo corriente:

Las existencias se han calculado con respecto a las ventas. Para calcular el valor de las existencias, se ha estudiado el porcentaje de existencias que se mantienen según las ventas del año, realizando este cálculo para los últimos 6 años obtenemos que se mantiene de media un 8,9189% de existencias con respecto a las ventas, por tanto las existencias evolucionan durante los siguientes años según las ventas.

Los deudores también se han calculado con respecto a las ventas, realizando el mismo proceso que para las existencias, por lo que obtenemos como resultado que se mantiene un porcentaje de deudores del 5,3643% con respecto a las ventas.

Otros activos líquidos están formados por la tesorería (se analiza aparte) y otros activos cuyos nombres no se detallan, en 2013 como la tesorería se pone aparte, sabemos que otros activos líquidos tienen un valor de 1.246.794,99€, como no tenemos información sobre estos otros activos ni de su composición, mantenemos este valor constante para todos los años posteriores. Por lo tanto, al mantener el valor de esta cuenta fijo, siendo otros activos líquidos la suma de otros activos y la tesorería, la variación que sufra en el balance esta partida será provocada por la evolución de la tesorería.

Para la *tesorería objetivo* mantenemos un valor de 200.000€ para todos los años, porque creo que es un valor aceptable para mantener.

Al restar el valor de una partida de un año (2014, por ejemplo) el valor de esa misma partida en el año anterior (2013), obtenemos las variaciones de las partidas. Al sumar todas las variaciones de las anteriores partidas, obtenemos como resultado la *variación de activo corriente* de cada año.

Por otro lado, nos encontramos la variación del pasivo corriente:

Los acreedores a c/p para calcular el valor de esta cuenta se ha relacionado el valor de los acreedores en el año 2013 con los gastos de materiales de este año, obteniendo como resultado que un 16,3447% de los gastos de materiales se han mantenido en forma de acreedores a c/p, este porcentaje se mantendrá para los años posteriores, por lo que, la evolución de la cuenta acreedores a c/p depende del gasto en materiales.

Los valores de las cuentas de *deudas financieras y otros pasivos líquidos* se mantendrán constantes para los años posteriores con el mismo valor de 2013, debido a que no se dispone de información sobre la política de la empresa en este aspecto.

El valor de la cuenta *impuestos* se obtiene gracias a la cuenta de resultados previsionales, en la que ya se comentaron debidamente como se obtuvieron.

Para estas partidas de pasivo corriente, se obtiene la variación de cada partida de la misma forma que se explicó anteriormente para el activo corriente. Al sumar las variaciones de las partidas de pasivo corriente de cada año, nombradas anteriormente, obtenemos como resultado *la variación del pasivo corriente*.

Una vez hemos obtenido la variación de activo y pasivo corriente, podemos obtener *las necesidades netas de capital circulante* (NNCC) como la diferencia entre dichas variaciones. Como se aprecia en el correspondiente cuadro de nuevas necesidades de fondo de rotación, estas necesidades son positivas para el horizonte temporal que nos interesa.

El presupuesto de capital (tabla 23), está formado por el presupuesto de inversiones y el presupuesto de financiación.

Tabla 23. Presupuesto de Capital.

Presupuesto de Capital (datos en miles de €)				
Conceptos	2014	2015	2016	2017
Inversión	0	0	72.965	0
NNFR	669.509,74	28.713,78	37.780,95	34.769,80
Amortización financiera	194.541,05	182.382,23	170.983,34	163.039,48
Total aplicaciones	864.051	211.096	281.729	197.809
Capital	0	0	0	0
Autofinanciación	2.496.871,00	2.509.107,74	2.531.643,40	2.534.638,39
Otros pasivos fijos	0	0	72.965	0
Acreedores l/p	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0
Total recursos	2.496.871,00	2.509.107,74	2.604.608,29	2.534.638,39
Superávit/déficit	1.632.820	2.298.012	2.322.879	2.336.829
Superávit/déficit Acumulado	1.632.820	3.930.832	6.253.711	8.590.540

Fuente: Elaboración propia. Datos SABÍ y apartado 4 de este trabajo sobre previsiones.

En primer lugar, se describe el presupuesto de inversiones compuesto por:

El apartado inversión está compuesto por las nuevas inversiones que se realicen en inmovilizado material, inmaterial u otros activos fijos. Como se dijo en el apartado de previsiones, se prevé que las empresas aumentarán su inversión en inmovilizado, pero el grupo Luis Piña, S.A, solo realizará inversiones en 2016 debido a su lento crecimiento, siendo las inversiones para 2016 de 72.965€ (0,62% con respecto al inmovilizado del que disponía en balance el año anterior).

Las necesidades netas de capital circulante provienen de la anterior tabla (tabla 22) llamada cuadro de necesidades netas de capital circulante, por lo que ya se explicó anteriormente cómo se obtienen.

La amortización financiera es la suma de las amortizaciones de cada uno de las partidas de pasivo no corriente que se amortizan (acreedores a l/p y otros pasivos fijos), estas partidas se amortizan a 15 años, por lo que se amortizan un 6,25% cada año. Se amortizan a 15 años para que no haya problemas de liquidez.

Si sumamos todos los valores de las anteriores cuentas descritas que forman el presupuesto de inversiones, obtenemos el *total de aplicaciones*.

Por último, describimos el presupuesto de financiación formado por:

Las nuevas aportaciones de *capital*, estas aportaciones son nulas, porque no ha habido ampliaciones de capital durante los años anteriores y no hay indicios como para pensar que se vayan a producir en los años siguientes.

La *autofinanciación* ha sido obtenida en el cuadro de resultados previsionales (suma de la amortización contable y de las reservas), ya fue explicada su obtención en su correspondiente apartado.

Otros *pasivos fijos* suponemos que aumentan en la misma cantidad que las nuevas inversiones en inmovilizado, porque estas nuevas inversiones suponemos que son financiadas con esta cuenta financiera a largo plazo. Otros pasivos fijos están formados por provisiones y otros activos fijos cuya composición no se detalla.

La cuenta acreedores a l/p disminuye debido a su amortización, por lo que en este cuadro de presupuesto de capital le corresponde el valor 0, no disponemos de información suficiente como para saber cómo gestiona la empresa esta cuenta. Su amortización, como se dijo anteriormente, es de un 6,25% anual, su evolución se detalla en la tabla auxiliar 1.

Tabla auxiliar 1. Evolución acreedores a l/p.

Acreedores a l/p				
Conceptos	2.014	2.015	2.016	2.017
Saldo inicial	2.893.680,56	2.712.825,53	2.543.273,93	2.384.319,31
Entradas				
Amortización	- 180.855,04	- 169.551,60	- 158.954,62	- 149.019,96
Saldo final	2.712.825,53	2.543.273,93	2.384.319,31	2.235.299,35

Fuente: Elaboración propia. Datos SABI.

De la partida provisiones disponemos de poca información en SABI, en casi todos los años nos dice que la información no está disponible. Por lo que, no tenemos información suficiente, así que mantenemos los valores del año 2012 que es el más cercano y último año del que tenemos información. Al igual que ocurre con la partida acreedores a l/p, al no producirse aumento de esta partida en el presupuesto de capital le corresponde el valor 0 (suponemos que es el valor que tiene provisiones en 2013).

Con la suma de las anteriores cuentas que forman el presupuesto de financiaciones obtenemos *el total de recursos*. Como resultado de la diferencia entre el total de recursos y el total de aplicaciones se obtiene el superávit o déficit, dependiendo de si el resultado es positivo o negativo, en este caso obtenemos superávit para todo el horizonte temporal que nos interesa. Sumando al superávit del primer año y el superávit del segundo, se obtiene el superávit acumulado.

El grupo Luis Piña, S.A obtiene unos superávits muy altos, esto quiere decir que el plan es viable, pero no óptimo, para que sea óptimo tiene que tomar valores próximos a 0.

Este superávit tan alto quiere decir que la empresa tiene un exceso de tesorería que no le reporta ningún beneficio (coste de oportunidad). Para aprovechar estos superávits se podría sugerir que la empresa amortice su deuda otros pasivos fijos en 2014 (la parte que corresponde a otros pasivos fijos, las provisiones no se amortizan), de esta forma nos ahorramos los intereses que se pagan por esta deuda, además al disponer de mucha tesorería no se aumentará la deuda otros pasivos fijos para financiar las nuevas inversiones en inmovilizado. Además de esto, como aún disponemos de mucha tesorería se puede invertir parte de ese exceso de tesorería en bonos del Estado o letras del tesoro (llevando a cabo así un alisado del presupuesto de capital). He elegido los bonos del Estado o letras del tesoro porque no tienen penalización, por lo que la empresa no es penalizada si necesita la tesorería invertida o surgen nuevas oportunidades de inversión mejores. Este alisado del presupuesto de capital consistiría en invertir en el año 2014 en bonos del Estado 1.440.000€ a 5 años con un interés del 1,648% (este es el interés medio del 22/05/2014 para este tipo de bonos), en el año 2015 se invertirán en bonos del Estado 2.350.000€ a 5 años con un interés del 1,282% (este es el interés medio del 18/06/2015 para este tipo de bonos), en el año 2016 se invertirán 2.310.000€ en bonos del Estado a 3 años con un interés del 0,655% (este es el interés medio del 18/05/2015 para este tipo de bonos) y en el año 2017 se invertirán 2.390.000€ en letras del tesoro a 1 año con un interés del 0,248% (este es el interés medio del 16/06/2015 para este tipo de letras). Todos estos porcentajes de intereses de bonos del Estado y letras del tesoro provienen del apartado datosmacro.com del periódico Expansión, para el año 2014 se ha usado uno disponible de los meses de ese año, para 2015 y posteriores años se ha utilizado el último dato disponible. Este proceso de alisado provoca que haya una nueva cuenta de resultados previsionales (tabla 24), un nuevo cuadro de necesidades netas de fondo de rotación (tabla 25), un nuevo presupuesto de capital (tabla 26) y un nuevo balance (tabla 27).

En la tabla 24 las primeras partidas que cambian son los intereses pagados al eliminar la deuda otros pasivos fijos y los intereses cobrados al realizar nuevas inversiones financieras. Una vez se han realizado estos cambios, cambian el resto de partidas que dependen de ingresos y gastos financieros, como son los impuestos, reservas, resultado financiero, resultado antes de impuestos, resultado neto y autofinanciación.

Tabla 24. Cuenta de resultados previsionales después del alisado.

Cuenta de Resultados Previsionales (datos en miles de €)				
	2014	2015	2016	2017
(+)Ventas	159.252.454,08	160.844.978,62	162.775.118,37	165.542.295,38
(-)Gastos Explotación	158.892.478,94	160.481.403,72	162.407.180,57	165.168.102,64
(-)Materiales	126.571.780,55	127.837.498,36	129.371.548,34	131.570.864,66
(-)Personal	19.298.511,01	19.298.530,31	19.298.549,61	19.298.568,91
(-)Otros	10.850.087,93	11.173.275,61	11.560.118,85	12.121.705,30
(-)Amortiz. del inmovilizado	2.172.099,44	2.172.099,44	2.176.963,77	2.176.963,77
Resultado de explotación	359.975,15	363.574,90	367.937,80	374.192,74
(+)Ingresos financieros	449.505,77	479.632,77	494.763,27	500.690,47
(-)Gastos financieros	- 321.790,34	- 313.663,13	- 313.663,13	- 313.663,13
Resultado financiero	127.715,43	165.969,63	181.100,13	187.027,33
Resultados antes de impuestos	487.690,58	529.544,53	549.037,93	561.220,08
(-)Impuestos	- 146.307,17	- 148.272,47	- 137.259,48	- 140.305,02
Resultado neto	341.383,40	381.272,06	411.778,45	420.915,06
Reservas	341.383,40	381.272,06	411.778,45	420.915,06
Dividendos	-	-	-	-
Autofinanciación	2.513.482,84	2.553.371,50	2.588.742,22	2.597.878,82

Fuente: Elaboración propia. Apartado planificación financiera de este trabajo.

En la tabla 25 la diferencia que se produce es que se incluyen las nuevas inversiones a corto plazo en 2017 y cambian los valores de los impuestos, al variar anteriormente la cuenta de resultados previsionales.

Tabla 25. Cuadro de Necesidades Netas de Capital Circulante después del alisado.

Cuadro de Necesidades Netas de Capital Circulante. (datos en miles de €)					
Conceptos	2013	2014	2015	2016	2017
Existencias	13.306.726,00	14.203.543,29	14.345.578,72	14.517.725,67	14.764.527,00
Variación existencias	375.234,00	896.817,29	142.035,43	172.146,94	246.801,34
Deudores	7.703.742,48	8.542.733,96	8.628.161,30	8.731.699,23	8.880.138,12
Variación deudores	31.457,27	838.991,48	85.427,34	103.537,94	148.438,89
Otros activos líquidos	1.246.794,99	1.246.794,99	1.246.794,99	1.246.794,99	1.246.794,99
Variación otros activos líquidos	- 726.467,49	-	-	-	-
Inversiones financieras c/p	-	-	-	-	2.390.000,00
Variación inversiones finan. c/p	-	-	-	-	2.390.000,00
Tesorería (objetivo)	1.116.772,48	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00
Variación tesorería	- 279.290,67	- 916.772,48	-	-	-
Total Variación Activo Corriente	- 599.066,89	819.036,29	227.462,77	275.684,88	2.785.240,22
Acreedores c/p	20.677.463,99	20.687.802,72	20.894.680,75	21.145.416,92	21.504.889,01
Variación acreedores c/p	3.213.748,76	10.338,73	206.878,03	250.736,17	359.472,09
Deudas financieras	3.712.532,19	3.712.532,19	3.712.532,19	3.712.532,19	3.712.532,19
Variación deudas financieras	- 5.416.627,26	-	-	-	-
Otros pasivos líquidos	4.376.208,34	4.376.208,34	4.376.208,34	4.376.208,34	4.376.208,34
Variación otros pasivos líquidos	- 1.439.668,23	-	-	-	-
Impuestos	-	146.307,17	148.272,47	137.259,48	140.305,02
Variación impuestos	-	146.307,17	1.965,30	- 11.012,99	3.045,54
Total Variación Pasivo Corriente	- 3.642.546,73	156.645,91	208.843,32	239.723,18	362.517,62
NNFR	3.043.479,84	662.390,38	18.619,45	35.961,70	2.422.722,60

Fuente: Elaboración propia. Apartado planificación financiera de este trabajo.

En la tabla 26 cambian las NNFR, la amortización financiera (al amortizar la deuda otros pasivos fijos), la autofinanciación (al aumentar las reservas) y se introducen las nuevas inversiones a l/p.

Tabla 26. Presupuesto de Capital alisado.

Presupuesto de Capital (datos en miles de €)				
Conceptos	2014	2015	2016	2017
Inversión	0	0	72.965	0
NNFR	662.390,38	18.619,45	35.961,70	2.422.722,60
Amortización financiera	399.831,23	169.551,60	158.954,62	149.019,96
Inversiones a l/p	1.440.000,00	2.350.000,00	2.310.000,00	-
Total aplicaciones	2.502.222	2.538.171	2.577.881	2.571.743
Capital	0	0	0	0
Autofinanciación	2.513.482,84	2.553.371,50	2.588.742,22	2.597.878,82
Otros pasivos fijos	0	0	0	0
Acreedores l/p	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0
Total recursos	2.513.482,84	2.553.371,50	2.588.742,22	2.597.878,82
Superávit/déficit	11.261	15.200	10.861	26.136
Superávit/déficit Acumulado	11.261	26.462	37.323	63.459

Fuente: Elaboración propia. Apartado planificación financiera de este trabajo.

A partir de todos los cuadros anteriores se obtiene el balance previsional (tabla 27).

Tabla 27. Balance de situación previsional después del alisado.

Balance de Situación Previsionales (datos en miles de €)				
	2014	2015	2016	2017
Inmovilizado	15.380.629	15.558.530	15.764.531	13.587.567
Inmovilizado inmaterial	45.605	43.433	41.526	39.349
Inmovilizado material	13.055.250	10.993.928	8.996.151	6.930.213
Otros activos fijos	839.774	731.169	626.854	518.006
Inversiones a l/p	1.440.000	3.790.000	6.100.000	6.100.000
Activo circulante	24.204.333	24.446.997	24.733.543	27.544.919
Existencias	14.203.543	14.345.579	14.517.726	14.764.527
Deudores	8.542.734	8.628.161	8.731.699	8.880.138
Otros activos líquidos	1.458.056	1.473.257	1.484.118	1.510.254
Tesorería	211.261	226.462	237.323	263.459
Inversiones financieras a c/p				2.390.000
Total activo	39.584.963	40.005.527	40.498.074	41.132.486
Fondos propios	7.586.812	7.968.084	8.379.863	8.800.778
Capital suscrito	691.151	691.151	691.151	691.151
Otros fondos propios	6.895.661	7.276.933	7.688.712	8.109.627
Pasivo fijo	3.075.300	2.905.749	2.746.794	2.597.774
Acreedores a L. P.	2.712.826	2.543.274	2.384.319	2.235.299
Otros pasivos fijos	362.475	362.475	362.475	362.475
Provisiones	362.475	362.475	362.475	362.475
Pasivo líquido	28.922.850	29.131.694	29.371.417	29.733.935
Deudas financieras	3.712.532	3.712.532	3.712.532	3.712.532
Acreedores comerciales	20.687.803	20.894.681	21.145.417	21.504.889
Otros pasivos líquidos	4.376.208	4.376.208	4.376.208	4.376.208
Hacienda pública acreedora	146.307	148.272	137.259	140.305
Total pasivo y capital	39.584.963	40.005.527	40.498.074	41.132.486

Fuente: Elaboración propia. Apartado planificación financiera de este trabajo.

Debido a que el balance se ha obtenido a partir de la información ya analizada, ya se ha descrito en su mayoría las distintas cuentas, excepto:

Los valores que reflejan el inmovilizado inmaterial, material y otros activos fijos, que se han obtenido al sumar al valor del año anterior el valor de las nuevas inversiones y posteriormente se le ha restado la amortización correspondiente (así se obtienen los valores de las 3 partidas para todos los años).

El valor de la cuenta inmovilizado se obtiene como resultado de la suma de los valores de las partidas inmovilizado material, inmaterial, otros activos fijos e inversiones financieras a l/p (bonos a l/p).

El valor de la cuenta activo circulante se obtiene con la suma de las partidas existencias, deudores, otros activos líquidos (Tesorería no se incluye, porque está incluida en otros activos líquidos aunque se refleja su valor aparte) e inversiones financieras a c/p (letras del tesoro).

El valor de la cuenta total activo es la suma del inmovilizado y el activo circulante.

El valor de la partida tesorería se obtiene de la suma de la tesorería objetivo y el superávit/déficit acumulado obtenido en el cuadro presupuesto de capital después del alisado. Como esta partida está comprendida dentro de la cuenta otros activos líquidos, como dijimos anteriormente, el valor de otros activos líquidos no coincide con el valor que refleja esta cuenta en el cuadro de necesidades netas, esto es debido a la variación de la partida tesorería.

Los valores de *fondos propios* son el resultado de la suma de los valores de las partidas capital suscrito y otros fondos propios. El *capital suscrito* no varía puesto que no hay indicios de que se produzcan aumentos en el capital aportado por parte de los socios. *Otros fondos propios* están formados en su mayoría por *las reservas*, por lo que cada año esta partida aumenta en la cantidad dedicada a reservas.

Los valores de la cuenta pasivo fijo se obtienen como resultado de la suma de las partidas acreedores a l/p y otros pasivos fijos (Provisiones no se incluye, porque está incluida en otros pasivos fijos aunque se refleja su valor aparte).

Los valores de la cuenta pasivo líquido se obtienen al sumar los valores de las partidas deudas financieras, acreedores comerciales, otros pasivos líquidos y hacienda pública acreedora. Esta última cuenta hacienda pública acreedora, se adquiere como deuda al no pagar los impuestos generados.

Por último, los valores de la cuenta total pasivo y capital propio se obtienen con la suma de los fondos propios, pasivo fijo y pasivo líquido.

Una vez que hemos obtenido este balance, podemos observar como muestra la tabla 28 que el fondo de maniobra aumenta a lo largo de los años, obteniendo así una situación del grupo cada vez más equilibrada.

Tabla 28. Fondo de Maniobra.

Empresas\ Años	Fondo de Maniobra (datos en miles de l)			
	2014	2015	2016	2017
Grupo Luis Piña S.A	- 4.718.516,95	- 4.684.697,04	- 4.637.874,33	- 2.189.015,47

Fuente: Elaboración propia. Datos balance situación previsional.

6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN DIFERENTES ESCENARIOS.

Al realizar un análisis de sensibilidad se pretende estudiar cómo cambia la situación de la empresa si la variable ventas no toma los valores que se predijeron para ella, porque el crecimiento haya sido menor a lo esperado, el grupo pierde clientes, etc. Por ejemplo, si las ventas siguen disminuyendo como en años anteriores en 2014 disminuyen las ventas en un 2%, en 2015 disminuyen otro 2%, en 2016 aumentan un 0,5%, y en 2017 aumentan un 0,7%. Si se produce esta situación, la cuenta de resultados previsionales varía según muestra la tabla 29, como se puede apreciar en la tabla disminuye la cuenta ventas, y por tanto todas las cuentas de gastos excepto la amortización, porque esta depende del inmovilizado, no de las ventas. Al disminuir estas cuentas disminuyen todas las cuentas que dependen de estas, como son los impuestos, autofinanciación y distintos tipos de resultados, el resultado financiero también disminuye debido a que no se obtienen ingresos por los bonos.

Tabla 29. Variación de la cuenta de resultados previsionales.

Variación Cuadro de resultados previsionales (datos en miles de €)					
	Variación	2014	2015	2016	2017
(+)Ventas	↓	- 3.263.043,79	- 7.975.356,53	- 9.141.148,17	- 10.832.887,39
(-)Gastos Explotación	↓	- 3.255.667,98	- 7.957.328,99	- 9.120.485,46	- 10.808.400,67
(-)Materiales	↓	- 2.593.424,79	- 6.338.709,71	- 7.265.265,75	- 8.609.838,09
(-) Personal	↓	- 395.421,76	- 395.422,16	- 395.422,56	- 395.422,95
(-)Otros	↓	- 266.821,43	- 1.223.197,12	- 1.459.797,16	- 1.803.139,63
(-)Amortiz. del inmovilizado	=	-	-	-	-
Resultado de explotación	↓	- 7.375,80	- 18.027,54	- 20.662,70	- 24.486,72
(+)Ingresos financieros	↓	- 23.731,20	- 53.858,20	- 68.988,70	- 74.915,90
(-)Gastos financieros	↓	-	- 7.619,25	- 7.143,05	- 9.404,67
Resultado financiero	=	- 23.731,20	- 61.477,45	- 76.131,75	- 84.320,57
Resultados antes de impuesto	↓	- 31.107,00	- 79.505,00	- 96.794,45	- 108.807,29
(-)Impuestos	↓	9.332,10	22.261,40	24.198,61	27.201,82
Resultado neto	↓	- 21.774,90	- 57.243,60	- 72.595,84	- 81.605,47
Reservas	↓	- 21.774,90	- 57.243,60	- 72.595,84	- 81.605,47
Dividendos	=	-	-	-	-
Autofinanciación	↓	- 21.774,90	- 57.243,60	- 72.595,84	- 81.605,47

Fuente: Elaboración propia. Datos apartado planificación financiera.

En el cuadro de necesidades netas de capital circulante (tabla 30) también se producen variaciones en las partidas existencias, deudores, acreedores a c/p o comerciales e impuestos. La variación en las partidas existencias y deudores es debida a que dependen de las ventas. La variación de los acreedores comerciales se debe a que depende del gasto que se produce en materiales, y el gasto en materiales a su vez depende de las ventas. Los impuestos varían por lo que se dijo anteriormente para la variación de la cuenta de resultados previsionales. La inversión financiera c/p varía al no realizarse las inversiones que se realizan al llevar a cabo el alisado.

Tabla 30. Variación de las necesidades netas de capital circulante.

Variación de las Necesidades netas de capital circulante (datos en miles de €)						
Conceptos	Variación	2014	2015	2016	2017	
Existencias	↓	- 291.027,12	- 711.312,88	- 815.288,50	- 966.172,77	
Variación existencias	↓	- 291.027,12	- 420.285,76	- 103.975,62	- 150.884,28	
Deudores	↓	- 175.038,53	- 427.819,78	- 490.356,00	- 581.105,49	
Variación deudores	↓	- 175.038,53	- 252.781,25	- 62.536,23	- 90.749,48	
Otros activos líquidos	=	-	-	-	-	
Variación otros activos líquidos	=	-	-	-	-	
Inversión financiera c/p	↓	-	-	-	- 2.390.000,00	
Variación inver.financiera c/p	↓	-	-	-	- 2.390.000,00	
Tesorería (objetivo)	=	-	-	-	-	
Variación tesorería	=	-	-	-	-	
Total Variación Activo Corriente	↓	- 466.065,65	- 673.067,00	- 166.511,84	- 2.631.633,76	
Acreedores c/p	↓	- 423.888,01	- 1.036.044,33	- 1.187.487,32	- 1.407.253,90	
Variación acreedores c/p	↓	- 423.888,01	- 612.156,32	- 151.442,99	- 219.766,58	
Deudas financieras	=	-	-	-	-	
Variación deudas financieras	=	-	-	-	-	
Otros pasivos líquidos	=	-	-	-	-	
Variación otros pasivos líquidos	=	-	-	-	-	
Impuestos	↓	- 9.332,10	- 22.261,40	- 24.198,61	- 27.201,82	
Variación impuestos	↓	- 9.332,10	- 12.929,30	- 1.937,21	- 3.003,21	
Total Variación Pasivo Corriente	↓	- 433.220,11	- 625.085,62	- 153.380,20	- 222.769,79	
NNFR	↓	- 32.845,54	- 47.981,39	- 13.131,64	- 2.408.863,97	

Fuente: Elaboración propia. Datos apartado planificación financiera.

En el cuadro de presupuesto de capital (tabla 31), varían la partida NNCC al producirse variaciones en la tabla 30, al variar esta partida varía la partida total aplicaciones. La partida inversiones financieras a l/p, también varían al no producirse alisado. También varía la partida autofinanciación, por la variación producida en la tabla 29. Al realizarse estas dos variaciones, se produce variación en el superávit/déficit, estas últimas variaciones son las únicas en la que la variación es positiva, debido a que la disminución en la partida total activo es mayor que la disminución de la partida total recursos.

Tabla 31. Variación del presupuesto de capital.

Presupuesto de capital (datos en miles de €)					
Conceptos	Variación	2014	2015	2016	2017
Inversión	=	-	-	-	-
NNFR	↓	- 32.845,54	- 47.981,39	- 13.131,64	- 2.408.863,97
Amortización financiera	=	- 205.290,18	- 12.830,64	- 12.028,72	- 14.019,52
Inversión financiera a l/p	↓	- 1.440.000,00	- 2.350.000,00	- 2.310.000,00	-
Total aplicaciones	↓	- 1.678.135,72	- 2.385.150,75	- 2.311.102,92	- 2.394.844,45
Capital	=	-	-	-	-
Autofinanciación	↓	- 21.774,90	- 57.243,60	- 72.595,84	- 81.605,47
Otros pasivos fijos	=	-	-	- 72.964,89	-
Acreedores l/p	=	-	-	-	-
Provisiones	=	-	-	-	-
Total recursos	↓	- 21.774,90	- 57.243,60	369,04	- 81.605,47
Superávit/déficit	↑	1.656.360,81	2.327.907,15	2.311.471,96	2.313.238,98
Superávit/déficit Acumulado	↑	1.656.360,81	3.984.267,97	6.295.739,93	8.608.978,91

Fuente: Elaboración propia. Datos apartado planificación financiera.

La variación que se produce en el balance previsional se muestra en la tabla 32. Como se puede apreciar cambia el valor de algunas partidas, dando como resultado unos valores menores en todas las partidas afectadas, excepto para la tesorería que aumenta y para otros activos fijos (porque en el balance alisado se amortizaba). Aunque se produzcan estas disminuciones, la empresa sigue siendo rentable.

Tabla 32. Variación del balance previsional.

Variación del balance					
	Variación	2014	2015	2016	2017
Inmovilizado	↓	- 1.440.000,00	- 3.790.000,00	- 6.100.000,00	- 6.100.000,00
Inmovilizado inmaterial	=	-	-	-	-
Inmovilizado material	=	-	-	-	-
Otros activos fijos	=	-	-	-	-
Inversiones financieras l/p	↓	- 1.440.000,00	- 3.790.000,00	- 6.100.000,00	- 6.100.000,00
Activo circulante	↑	1.190.295,16	2.845.135,31	4.990.095,43	4.671.700,65
Existencias	↓	- 291.027,12	- 711.312,88	- 815.288,50	- 966.172,77
Deudores	↓	- 175.038,53	- 427.819,78	- 490.356,00	- 581.105,49
Otros activos líquidos	↑	1.656.360,81	3.984.267,97	6.295.739,93	8.608.978,91
Tesorería	↑	1.656.360,81	3.984.267,97	6.295.739,93	8.608.978,91
Inversiones financieras c/p	↓	-	-	-	- 2.390.000,00
Total activo	↓	- 249.704,84	- 944.864,69	- 1.109.904,57	- 1.428.299,35
Fondos propios	↓	- 21.774,90	- 79.018,50	- 151.614,34	- 233.219,81
Capital suscrito	=	-	-	-	-
Otros fondos propios	↓	- 21.774,90	- 79.018,50	- 151.614,34	- 233.219,81
Pasivo fijo	=	205.290,18	192.459,54	253.395,71	239.376,18
Acreedores a L. P.	=	-	-	-	-
Otros pasivos fijos	↑	205.290,18	192.459,54	253.395,71	239.376,18
Provisiones	=	-	-	-	-
Pasivo líquido	↓	- 433.220,11	- 1.058.305,73	- 1.211.685,93	- 1.434.455,72
Deudas financieras	=	-	-	-	-
Acreedores comerciales	↓	- 423.888,01	- 1.036.044,33	- 1.187.487,32	- 1.407.253,90
Otros pasivos líquidos	=	-	-	-	-
Hacienda pública	↓	- 9.332,10	- 22.261,40	- 24.198,61	- 27.201,82
Total pasivo y capital propio	↓	- 249.704,84	- 944.864,69	- 1.109.904,57	- 1.428.299,35

Fuente: Elaboración propia. Datos apartado planificación financiera.

7. CONCLUSIONES.

Una vez realizado este trabajo sobre el grupo Luis Piña, S.A con su respectivo análisis, previsiones para el horizonte 2014-2017 y estudio de los diferentes ratios, se puede concluir que el grupo Luis Piña, S.A seguirá creciendo gracias a la mejor situación económica, sus acuerdos con otras cadenas de distribución más grandes, etc. Pero a un

ritmo lento, ya que este ritmo es el que suele llevar esta empresa, aún queda muy lejos el momento en el que este grupo comience a internacionalizarse, pero no está tan lejos el momento en el que comience a abrir nuevos establecimientos en otras zonas geográficas, que no sean Jaén o Córdoba, en las que la situación económica sea más favorable que en Andalucía.

Como vimos anteriormente, el grupo Luis Piña, S.A no es de los principales competidores en distribución a nivel nacional, pero la situación cambia si hablamos a nivel de Andalucía o incluso de Jaén. Su cuota de mercado es pequeña, pero esto es razonable si tenemos en cuenta su lento crecimiento y la escasez de establecimientos que posee, ya que tiene alrededor de 85 establecimientos en toda España.

Su crecimiento aumentará en los próximos años debido a que se prevé que obtenga beneficios, los cuales en su mayoría se dedican a reservas, por lo que la empresa dispondrá de recursos para seguir creciendo, puesto que no necesita depender de otras empresas financieras para que le concedan préstamos.

Los ratios, por su parte, nos indican que la empresa no está en la situación más idónea, tampoco dispone de la mejor situación frente a sus competidores, pero estos ratios muestran que año tras año el grupo está mejorando su situación.

Este trabajo ha sido difícil de realizar, sobre todo por la falta de información:

En la página web SABI no están disponibles todos los datos que se necesitan, como son la cantidad dedicada a provisiones.

No están disponibles los datos del último año (2014), por lo que he tenido que basar las previsiones del horizonte 2015-2017, en una previsión de 2014 que no sé si será demasiado optimista o pesimista.

Falta de comunicación, ya que, me puse en contacto con la empresa enviándole varios correos, para obtener más información, porque la que hay disponible en internet es muy escasa, y a veces hasta contradictoria, pero nunca obtuve respuesta alguna.

BIBLIOGRAFÍA.

- Archel Domench, Pablo, Lizarraga Dallo, Fermín, Sánchez Alegría, Santiago y Cano Rodríguez, Manuel. 2010. Estados Contables. Elaboración, análisis e interpretación. 3ª Edición. Madrid. Pirámide. 2010. Imprimir.
- Guerras Martín, Luís Ángel y Navas López, José Emilio. La dirección estratégica de la empresa teoría y aplicaciones, 4ª Edición. Madrid. Thomson Civitas, p. 171. 2007. Imprimir.
- Partal Ureña, Antonio, Moreno Bonilla, Fernando, Cano Rodríguez, Manuel y Gómez Fernández-Aguado, Pilar. Dirección financiera de la empresa. Madrid. Pirámide. 2012. Imprimir.
- Sánchez Jiménez, Salvador y Cárdenas García, Pablo. Plan general de contabilidad 2007 y análisis de estados contables. Jaén. Caja rural Jaén, servicio de publicaciones. 2008. Imprimir.

WEBGRAFÍA.

- AEDAF. Reforma fiscal impuesto sobre sociedades. Ley 27/2014 de 27 de noviembre. 01-2015. Web. (15-06-2015).
http://www.aedaf.es/plataforma/2015_ria01_d_resumen_is_reforma_fiscal.pdf
- Alteza. Página de inicio. Web. (16-03-2015) <http://alteza.es/>
- Boletín oficial de la junta de Andalucía. Nº 250. 23-12-2014. Web. (20-03-2015)
http://www.juntadeandalucia.es/eboja/2014/250/BOJA14-250-00325-21488-01_00060723.pdf
- Carlos Sánchez. La banca echa de nuevo el freno en la concesión de préstamos a hogares y pymes. El confidencial. 7-10-2014 Web. (20-03-2015)
http://www.elconfidencial.com/economia/2014-10-07/la-banca-echa-de-nuevo-el-freno-en-la-concesion-de-prestamos-a-hogares-y-pymes_229154/
- Carrefour llega a un acuerdo con Luis Piña para franquiciar un supermercado. El economista. 2-07-2007. Web. (16-03-2015)
<http://www.eleconomista.es/empresas->

finanzas/noticias/239214/07/07/Carrefour-llega-a-un-acuerdo-con-Luis-Pina-para-franquiciar-un-supermercado.html#.Kku87ki3358F2bK

Coyuntura trimestral de los datos básicos del sector comercial andaluz, IV Trimestre 2014. Junta de Andalucía. Consejería de turismo y comercio. Web. (20-03-2015) <http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/publicaciones/estadisticas/comercio/01%20-%20Informe%20de%20Coyuntura%20Trimestral%20Comercio%20-%20IV%20Trim.%202014.pdf>

Crowe. Página de inicio. Web. (16-03-2015) <http://juliettecrowe.com/>

Deuda de España. Datosmacro.com. Expansión. Web. (20/06/2015). <http://www.datosmacro.com/deuda/espana/tesoro/letras-12-meses>

Diario Sevilla. Piña considera "un orgullo especial" la entrega de la Medalla de Andalucía a su padre y fundador del grupo. El aldabón. Revista digital de la cátedra prasa. Nº 89, 10-2009. Web. (20-03-2015) http://www.elaldabon.com/editorial.php?apartado=12&revista_activa=89&codigo=2180

El grupo Luís Piña recibe el premio ideal a la contribución social. Ideal.es. Web (26-02-2015.) <http://andujar.ideal.es/actualidad/4847-ideal-andujar.html>

Empresas Andalucía. 1000 mayores empresas en Jaén. Web (25-02-2015) <http://www.empresasandalucia.com/1000mayoresdefacturacion.php?provincia=JAEN>

Estudio sectores DBK. Mayoristas de alimentación para hostelería. Sectores. 6ª edición. 12-2013. Web. (20-03-2015) <http://www.dbk.es/pdf/sectores/sumarios/Mayoristas%20de%20Alimentaci%C3%B3n%20para%20Hosteler%C3%ADa.pdf>

Estudio sobre la aplicación de un test de competencia en la distribución comercial minorista en el sector de la alimentación y droguería en Andalucía. Junta de Andalucía. Consejería de economía, innovación y ciencia. Web. (20-03-2015) <http://www.juntadeandalucia.es/defensacompetencia/sites/all/themes/competencia/files/Estudio-test-licencias-comerciales.pdf>

Euromadi. Página de inicio. Web. (16-03-2015) <http://www.euromadi.es/info/marcas-propias-5.htm>

Gobierno de España, Dirección general de industria y de la pequeña y mediana empresa. (11-02-2015) Web. <http://www.creatuempresa.org/es-ES/PasoApaso/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SA&#d5>

INE. Página de inicio. Web. (20-03-2015) <http://www.ine.es/>

Iván García Iglesias. Diez subvenciones y ayudas para pymes y autónomos en 2015. Cinco días. 16-02-2015. Web. (20-03-2015) http://cincodias.com/cincodias/2015/01/08/autonomos/1420735019_846593.html

Javier Panzano. La fuerza de la unión. Ideoblogía. 29-12-2010. Web. (20-03-2015) <http://www.ideoblogia.es/index.php/la-fuerza-de-la-union/>

Junta de Andalucía. Boletín oficial de la junta de Andalucía, nº 185. 22-09-2006 (25-02-2015) Web. <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2006/185/1>

Luis Piña S.A. El economista. Ranking de empresas. Web. (19-06-2015) <http://ranking-empresas.eleconomista.es/LUIS-PINA.html>

Luis Piña S.A. Página de inicio (11-02-2015) Web. <http://www.super-masymas.com/>

Mamen Gómez. El reconocimiento de ser una empresa familiar de éxito. San Telmo. 09-2009. Web. (5-03-2015) http://www.santelmo.org/revista/n34/va_familia.pdf

Masymas. Página de inicio. Web. (20-03-2015) <http://www.masymas.es/>

Mercadona, Día y Lidl siguen ganando cuota de mercado. Marketing News. 11-03-2014. Web. (19-03-2015) <http://www.marketingnews.es/tendencias/noticia/1081104029005/mercadona-dia-lidl-siguen-ganando-cuota-mercado.1.html>

Miguel Roig. Bruselas mejora previsiones para España: más PIB y subida “robusta” del empleo hasta 2016. Expansión. 5-02-2015. Web. (20-03-2015) <http://www.expansion.com/2015/02/05/economia/1423130415.html>

- Proveedores. Economía48. Web. (20-03-2015)
<http://www.economia48.com/spa/d/proveedor/proveedor.htm>
- Remo. El blog salmón. Aquí están las provisiones del gobierno hasta 2017: optimismo por doquier. 30-04-2014. Web. (20-03-2015)
<http://www.elblogsalmon.com/indicadores-y-estadisticas/aqui-estan-las-previsiones-del-gobierno-hasta-2017-optimismo-por-doquier>
- SABI. Informes anuales de Luis Piña, S.A, Dia y Coviran Ruiz S.L. Web. (20-03-2015)
<https://0-sabi.bvdinfo.com.avalos.ujaen.es/home.serv?product=SabiNeo&loginfromcontext=ipaddress>
- Selex. Página de inicio. Web. (16-03-2015) <http://selexhogar.es/>
- Sindicatos abren la mesa negociadora del convenio de Comercio y Alimentación de la provincia de Jaén. Periódico ideal. 9-03-2013. Web. (19-03-2015)
<http://www.ideal.es/jaen/20130309/local/jaen/sindicatos-abren-mesa-negociadora-201303091201.html>
- Spar. Página principal. Web. (20-03-2015)<http://www.spar.es/index.html>
- Wikipedia. Grupo Luis Piña. Web (25-02-2015)
http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_Luis_Pi%C3%B1a
- Yo Tandy. Página de inicio. Web. (16-03-2015) <http://tandymascotas.es/>