



Universidad de Jaén

Facultad de Ciencias Sociales
y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

PLANIFICACIÓN FINANCIERA. APLICACIÓN A UN CASO REAL: PRIMARK

Alumno: Laura Corpas Garrote

Junio, 2018

Alumno: Laura Corpas Garrote

RESUMEN:

En el siguiente trabajo se van a desarrollar y argumentar las distintas fases necesarias para poder elaborar una planificación financiera. La planificación financiera es una pieza muy importante a la hora de establecer la estrategia a seguir por la empresa para poder lograr sus objetivos.

En la elaboración de esta planificación se ha partido de datos reales de la empresa, siendo el objeto de estudio los últimos cinco años disponibles. Se ha recopilado información útil para el cálculo de los principales ratios y su interpretación, obteniendo así el conocimiento necesario para la elaboración de una previsión sobre los estados financieros que se esperan obtener durante los próximos cuatro años.

SUMMARY:

In the following work, the different phases necessary to prepare financial planning will be developed. Financial planning is a very important piece when establishing the strategy to be followed by the company in order to achieve its objectives.

In the elaboration of this planning, real data of the company for the last five years available has been split, being the object of study the last five years available. The extraction of the useful information for the calculation of the main ratios and their interpretation has been carried out, obtaining the necessary knowledge to forecast the expected financial statements for the next four years.

INDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	6
2.	DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	7
2.1.	HISTORIA.....	7
2.2.	MODELO DE NEGOCIO.....	8
2.3.	PRODUCTOS QUE OFEERTA.....	9
2.4.	COMPETENCIA.....	10
2.5.	SECTOR EN EL QUE OPERA.....	10
2.6.	PODER DE MERCADO.....	12
2.7.	INTERNACIONALIZACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN.....	12
	INTERNACIONALIZACIÓN.....	12
	DIVERSIFICACIÓN:.....	13
2.8.	ANÁLISIS DAFO.....	14
3.	DESCRIPCIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE LA EMPRESA.....	15
3.1.	SITUACIÓN ECONÓMICO FINANCIERA DE PRIMARK.....	15
A.	RATIO DE DISPONIBILIDAD.....	15
B.	RATIO DE TESORERIA.....	16
C.	RATIO DE SOLVENCIA.....	17
D.	RATIO DE GARANTÍA.....	18
E.	RATIO DE FIRMEZA.....	18
F.	RATIO DE ESTABILIDAD.....	19
G.	RATIO ENDEUDAMIENTO.....	20
H.	RATIO DE AUTONOMÍA FINANCIERA.....	21
I.	RENTABILIDAD ECONÓMICA.....	22
J.	RENTABILIDAD FINANCIERA.....	22
K.	FONDO DE MANIOBRA.....	23
3.2.	COMPARATIVA CON INDITEX.....	24
4.	PREVISIONES.....	26
4.1.	EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS Y LOS COSTES.....	26
4.2.	PREDICCIÓN DE LAS VENTAS.....	33
4.3.	PREDICCIÓN DE LOS GASTOS.....	35
4.4.	PREDICCIÓN SOBRE EL ACTIVO Y SU AMORTIZAICÓN.....	37
4.5.	PREDICCIÓN DE RESULTADOS.....	39
5.	PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	42

5.1.	CUENTAS DE RESULTADOS PREVISIONAL.....	42
5.2.	NECESIDADES NETAS DEL FONDO DE ROTACIÓN PREVISIONAL.	44
5.3.	PRESUPUESTO DE CAPITAL PREVISIONAL.	47
5.4.	BALANCE DE SITUACIÓN PREVISIONAL.....	48
6.	CONCLUSIONES.....	52
7.	ANEXO.	54
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	55

ÍNDICE GRÁFICOS:

• GRÁFICO 1: Evolución de la cuota de Inditex, H&M y PRIMARK sobre el total del comercio de moda en España	11
• GRÁFICO 2: Gasto medio en rebajas por cliente y grupo textil.	11
• GRÁFICO 3: Penetración de las principales marcas en los hogares	12
• GRÁFICO 4: Evolución de las Ventas.....	27
• GRÁFICO 5: Evolución% de las Ventas.....	27
• GRÁFICO 6: Evolución del PIB.....	28
• GRÁFICO 7: Evolución del PIB %.....	29
• GRÁFICO 8: Evolución de las Ventas y los Costes.....	30
• GRÁFICO 9: Incremento % de las Ventas y los Costes.....	31
• GRÁFICO 10: Evolución de la Tasa de Paro en España.....	32
• GRÁFICO 11: Evolución del Comercio de Moda (2007 a 2017)	33
• GRÁFICO 12: Previsión de Ventas.....	34
• GRÁFICO 13: Previsión de Costes.....	36
• GRÁFICO 14: Evolución de la Inversión.....	38
• GRÁFICO 15: Previsión de la Inversión.....	39
• GRÁFICO 16: Evolución % de los Ingresos y Gastos Financieros.....	40

ÍNDICE TABLAS:

• TABLA 1: Ratios de Disponibilidad %.....	15
• TABLA 2: Ratios de Tesorería %.....	16
• TABLA 3: Ratios de Solvencia %.....	17
• TABLA 4: Ratios de Garantía %.....	18
• TABLA 5: Ratios de Firmeza %.....	19
• TABLA 6: Ratios de Estabilidad %.....	20
• TABLA 7: Ratios de Endeudamiento	20
• TABLA 8: Ratios de Autonomía financiera.....	21
• TABLA 9: Rentabilidad económica %	22
• TABLA 10: Rentabilidad financiera %	23
• TABLA 11: Fondo de Maniobra	23
• TABLA 12: Comparativa.....	24
• TABLA 13: Datos de Ventas.....	26
• TABLA 14: Resultado de explotación.....	31
• TABLA 15: Previsión de Ventas.....	35
• TABLA 16: Previsión de Gastos.....	36
• TABLA 17: Evolución de Activos y su Amortización.....	37
• TABLA 18: Previsión de Activos y su Amortización.....	38
• TABLA 19: Previsión Resultado de Explotación.....	39
• TABLA 20: Previsión Resultado Financiero.....	41
• TABLA 21: Previsión Resultado del ejercicio.....	41
• TABLA 22: Cuenta de Resultados Previsionales.....	43
• TABLA 23: Previsión NNFR.....	46
• TABLA 24: Previsión del Presupuesto de Capital	47
• TABLA 25: Previsión del Balance.....	49

1. INTRODUCCIÓN.

El Trabajo de Fin de Grado que se va a desarrollar en el presente documento se denomina “Planificación Financiera. Aplicación A Un Caso Real: PRIMARK”.

En primer lugar, se realiza una descripción general de la empresa, que engloba desde su historia, hasta un análisis más profundo de su sector de operación, competidores, poder de mercado, internacionalización, diversificación y análisis DAFO.

A continuación, se elabora el estudio económico-financiero de la empresa, que será desarrollado utilizando los datos de balance de PRIMARK que podemos encontrar en la base de datos SABI, siendo el objetivo de este los últimos cinco años disponibles (2012, 2013, 2014, 2015 y 2016). En el estudio se calculan los ratios más relevantes, que permiten conocer la situación en la que se encuentra la empresa, así como la evolución que ha experimentado durante los últimos años.

Tras analizar la situación de la empresa, se puede proceder a la creación de una previsión sobre su evolución en los próximos ejercicios, teniendo en cuenta la evolución de sus ventas, su crecimiento y la financiación que le será necesaria para lograrlo.

Posteriormente en lo que correspondería a el epígrafe número 5, se elaboran los estados financieros previsionales de los años 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021.

El trabajo finalizará con la exposición de la conclusión, a la que he podido llegar gracias a los puntos desarrollados a lo largo de la totalidad del trabajo de fin de grado.

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.

2.1. HISTORIA.

PRIMARK es una empresa dedicada a la industria textil que distribuye productos para recién nacidos, niños, mujeres y hombres, su línea abarca desde la ropa hasta el calzado y los complementos, también incluye una gama de moda de hogar, artículos de repostería y productos de belleza.

PRIMARK forma parte del grupo ABF (Associated British Foods). El grupo es propiedad de la familia Weston, una de las más ricas de Reino Unido, y está formado por grandes marcas alimenticias como Selfridges, Twinings y Azucarera, donde la única excepción dedica a un sector distinto y a la venta al por menor es Primark.

La historia sobre la expansión empresarial de ABF comenzó gracias a la emprendedora visión de Garfield Weston que convenció a su padre para que introdujera las galletas inglesas en Canadá. Esa introducción se dio en el momento oportuno ya que el negocio estaba pasando por su peor momento debido a las pérdidas económicas que se dieron a consecuencia de la I Guerra Mundial. Tras este suceso y la muerte de su padre, Garfield se encargó del negocio y fue entonces cuando comenzó a comprar otras compañías relacionadas y se empezó a formar el gran imperio que ahora existe como indica Ricardo Larreche en uno de sus artículos (El Economista 2015).

En cuanto a PRIMARK el origen se dio en 1969 en Dublín, donde se abrió la primera tienda que fue llamada Penneys, nombre que no se pudo mantener tras expandirse hacia Reino Unido ya que este pertenecía a otra marca, fue entonces cuando surgió el nombre que ahora se mantiene. Este primer proyecto se desarrolló gracias a Arthur Ryan, un sastre irlandés contratado por Garfield Weston con la idea de lanzar la cadena de tiendas de ropa económica, que se ha mantenido al frente de la cadena desde el comienzo hasta el año 2009, cuando pasó a tomar el mando Paul Marchant. Información que especifica Joana Aguirre en la página web (Wsimag 2017)

2.2. MODELO DE NEGOCIO.

El modelo de negocio que ejecuta PRIMARK, se basa principalmente en los siguientes aspectos según varios artículos como por ejemplo el de Inma Zamora (ABC, 2015):

- **Su cadena de suministros:**
 - En la fabricación no se centra principalmente en elaborar moda como otras marcas, sino en buscar diseños que resulten sencillos y que se puedan realizar utilizando materiales económicos.
 - En relación al stock no incurren en gastos de transporte devolviendo lo que queda sin vender, directamente lo dejan en tienda para intentar venderlo a cualquier precio.
- **Costes operativos relativamente bajos:**
 - La mayoría de las tiendas se encuentran en las afueras, lo que permite que los costes sean inferiores. PRIMARK, en algunos casos, resulta el punto fuerte de los centros comerciales, algo que también les proporciona la posibilidad de negociar unas mejores condiciones de rentas.
 - El personal se encuentra mayormente en las cajas de las tiendas por lo que la venta asistida es la mínima, así el coste en cuanto al número de personal se ve reducido.
- **Utilización de tiendas muy grandes:**
 - Las tiendas están estructuradas como si se tratase de supermercados y las compras que se realizan no suelen ser de pequeñas cantidades, esto les permite un volumen de ventas importante que hace que se compense el reducido margen que tienen en cuanto a los precios que ofertan.

Cabe destacar un aspecto importante en cuanto a publicidad, ya que no realiza grandes inversiones en esta materia, lo que le permite un importante ahorro en este tipo de gasto. PRIMARK utiliza técnicas alternativas como el uso de redes sociales, bolsas con formatos distintos al resto de tiendas (generalmente más grandes), en las que la gente pueda guardar el resto de las bolsas cuando están realizando sus compras. En definitiva, su publicidad la realizan en gran medida las mismas personas que efectúan compras en sus tiendas.

2.3. PRODUCTOS QUE OFEERTA.

Los productos que ofrece PRIMARK son los siguientes (Primark, 2018):

- **Mujer:**
 - Ropa: Vestidos, denim, tops, camisetas, faldas, pantalones, abrigos, chaquetas y prendas de punto.
 - Lencería: Sujetadores, accesorio sujetador, conjuntos, sets, calcetines, medias y moda baño.
 - Ropa para dormir
 - Ropa de deporte
 - Zapatos: Bailarinas, chancas, botas, deportivas, sandalias, zapatos, pantuflas.
 - Accesorios: Bolsos, cabello, cinturones, guantes, gorros, sombreros, bisutería, gafas graduadas, gafas de sol, fulares, bufandas y paraguas.
- **Hombre:**
 - Ropa: Camisetas, vaqueros, camisas informales, camisas formales, abrigos, chaquetas, sudaderas con capucha, sudaderas sin capucha, punto, bermudas, pantalones y trajes.
 - Ropa interior: calzoncillos, bóxers, calcetines, sets y moda baño.
 - Ropa para dormir.
 - Ropa de deporte.
 - Zapatos.
 - Accesorios: Bolsos, carteras, cinturones, guantes, gorros, sombreros, bisutería hombre, gafas de sol y corbatas.
- **Niños:**
 - Ropa: Básicos bebé, bebé niña, bebé niño, accesorios bebé, ropa niña 2-7, ropa niño 2-7, ropa niña +7, ropa niño +7, accesorios niña y accesorios niño.
 - Zapatos: niña y niño.
- **Hogar:**
 - Baño, dormitorio, cocina, papelería.
 - Accesorios: Cojines, almacenamiento, mantas, cubrecamas y juguetes.
- **Belleza:**
 - Cosmética, tocador, perfume, cosmética piel, aseo mujer y aseo hombre.

2.4. COMPETENCIA.

La información utilizada para tratar la competencia la he obtenido a través de distintos artículos sobre el tema realizados en (EDeconomíaDigital, 2017) y (El español, 2017).

PRIMARK es una marca que está en continuo crecimiento tanto en ventas como en el número de tiendas, pero se encuentra en un sector que ya está muy explotado y en el que no paran de aparecer nuevas formas de distribución, tanto físicas como online.

La situación del sector es el indicativo del elevado número de competidores y del entorno altamente competitivo, además cabe resaltar que en realidad no existe una diferenciación muy destacada en cuanto a los productos que ofrecen las distintas empresas, lo que lleva a una mayor rivalidad entre competidores.

En la actualidad las preferencias de los consumidores han cambiado, cada vez están más orientadas a los bajos precios en lugar de a una fidelidad con las marcas. Toda esta evolución ha permitido el crecimiento de PRIMARK que ha ido subiendo de puestos en cuanto a sus competidores en años anteriores.

Los principales competidores son:

- El grupo INDITEX
- H & Y
- MANGO

En cuanto al tipo de cliente hacia el que se enfoca de forma más directa podemos decir que los competidores en España son:

- Lefties (pertenece al grupo Inditex)
- H&M
- Kiabi. En los últimos años ha cambiado su modelo de negocio y ya no solo se limita a centros comerciales, sino que su crecimiento también se está dando en zonas céntricas importantes.

2.5. SECTOR EN EL QUE OPERA.

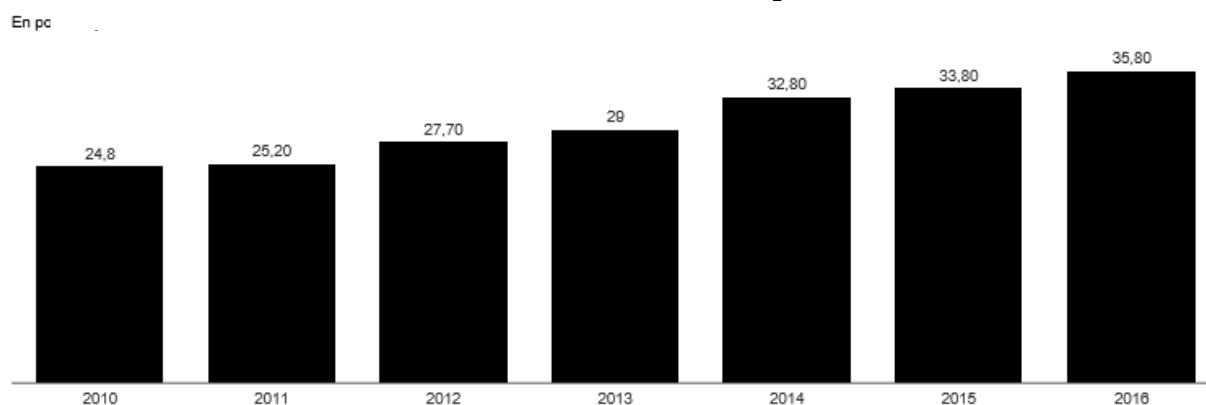
Según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, la actividad desarrollada por PRIMARK es Comercio al por menor de textiles en establecimientos especializados cuyo código es el 4751.

PRIMARK es una Sociedad de Responsabilidad Limitada Unipersonal, cuyo Capital Social asciende a 3.006,00€. Se constituyó el 20/01/2014 en cuanto a su propiedad es de Garfield Weston Foundation, datos obtenidos de (SABI).

En la actualidad Primark cuenta con 320 tiendas que se encuentran distribuidas a lo largo de once países entre Europa y los Estados Unidos, los países en los que se da un mayor número de tiendas son: Reino Unido 174 tiendas, España 42 y Holanda 15.

En España la mayor parte de las ventas las realizan Zara, H&M y PRIMARK, que no paran de crecer incluso a un ritmo mayor que el comercio de moda, como muestra el siguiente gráfico según datos de la Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos (Acotex).

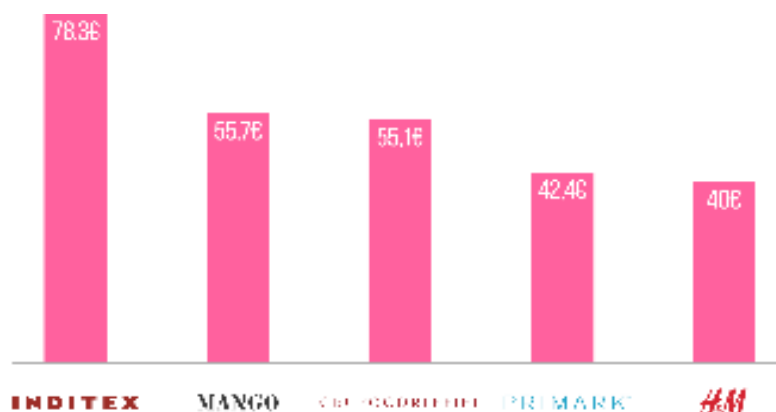
Gráfico 1. Evolución de la cuota de Inditex, H&M y PRIMARK sobre el total del comercio de moda en España.



Fuente : <https://www.modaes.es>

En el caso de las rebajas del año 2017, estas tres marcas son las que en su conjunto han representado el 48% del total de las ventas, según el estudio de (Fintonic, 2018) sobre el consumo de moda en España, que se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 2. Gasto medio en rebajas por cliente y grupo textil.



Fuente: <https://fintonic.com>

2.6. PODER DE MERCADO.

PRIMARK cada vez está ganando más mercado, en España este fenómeno tiene relación con las circunstancias en las que se encuentra el comercio textil, al que antes de la crisis las familias destinaban un mayor presupuesto que el destinado en la actualidad, como cuenta Juan Ferrari en una publicación (20Minutos, 2017).

La penetración que se ha ido dando en los hogares españoles de las principales marcas, indica que han sido más numerosas las compras realizadas en PRIMAR que las realizadas en las distintas marcas del grupo Inditex como nos muestra el siguiente gráfico, pero no hay que tener en cuenta que la cantidad económica gastada en el grupo si ha superado la empleada en PRIMARK, por lo que Inditex sigue manteniendo el liderazgo de las ventas.

Grafico 3. Penetración de las principales marcas en los hogares.



Fuente: <https://kantarTNS.com>

2.7. INTERNACIONALIZACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN.

INTERNACIONALIZACIÓN

La internacionalización como se define en la página web (Iberglobal, 2018) consiste en una estrategia de expansión, que tiene como objetivo abrirse paso en otros países distintos del de origen. La internacionalización es muy importante para las empresas ya que les permite poder experimentar un gran crecimiento si el resulta es satisfactorio.

PRIMARK tuvo su origen como ya he comentado en Irlanda donde se abrió la primera tienda en 1969, la primera frontera que decidió cruzar la marca, fue la de Reino Unido cuatro años después abriendo su primera tienda en ese país en el año 1973.

El siguiente paso de internacionalización de PRIMARK fue muy tardío y cauto en comparación con el ritmo que en la actualidad está experimentando, se dio en 2006 orientándose hacia Europa, el lugar elegido en primer lugar fue España.

Tras 2006 la expansión a otros países se ha ido produciendo con uno o dos años como máximo de diferencia, siendo los siguientes destinos los elegidos:

- Países bajos en 2008
- Portugal 2009
- Alemania 2009
- Bélgica 2009
- Austria 2012
- Francia 2013
- EEUU, Boston en 2015
- Italia en 2016

Uno de los principales motivos por los que PRIMARK ha llevado acabo toda esta expansión, ha sido el no tener que someterse a un único mercado ni a las posibles fluctuaciones que se puedan dar en este.

Otro factor importante ha sido la presión a la que se ha encontrado sometida la marca en cuanto a los competidores, que en su mayoría han experimentado un resultado estupendo en su internacionalización.

DIVERSIFICACIÓN:

PRIMARK no sigue una estrategia de diversificación entrando en nuevos mercado o negocios; aunque oferta distintos tipos de productos todo va enfocado al mismo segmento de clientes, como hemos podido comprobar en los art.

La diversificación es muy importante para así poder reducir el riesgo, pero cuando en realidad se hace necesaria es cuando el producto o la marca se encuentra en su fase de madurez o declive en la que ya no puede mantener una tasa crecimiento mínima.

Los resultados que PRIMARK obtiene en cuanto crecimiento es el mejor indicativo de su situación actual y de que su marca en conjunto no se encuentra en la madurez y mucho menos en declive, por lo que no es necesario que tenga que centrarse en la diversificación.

2.8. ANÁLISIS DAFO.

El Análisis DAFO sobre PRIMARK muestra un estudio tanto interno como externo sobre las variables claves de la marca, y es el siguiente:

DEBILIDADES	AMENAZAS
• La calidad esperada es baja. • Los clientes no son atendidos de forma personalizada, se da muy poca venta asistida. • Todas las tiendas tienen el mismo formato. • El uso de la publicidad es muy limitado, solo se utiliza el que resulta más económico. • No realiza una planificación para poder sufragar posibles riesgos futuros.	• Competidores con mucho poder en el mercado. • Crecimiento demográfico y económico estancado. • Impuestos elevados. • Elevada tasa de paro. • Caída del poder adquisitivo de los clientes.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• La inversión que realiza en publicidad es muy pequeña y mínima. • Sus costes operativos son relativamente bajos. • Utiliza una cadena de suministros eficiente. • Costes de producción reducidos • Precios muy bajos. • Tiendas con superficies grandes que permiten ofertar muchos productos.	• La crisis económica que atraviesa Europa, que hace que el poder adquisitivo se asemeje más a sus precios. • Precios muy competitivos en cuanto a sus rivales. • Sociedad consumista. • Importante número de tiendas. • Stock constantemente en estado de cambios.

3. DESCRIPCIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE LA EMPRESA.

En la descripción económico-financiera de la empresa voy a tratar los distintos ratios resultantes de la información obtenida en la Base de Datos SABI sobre PRIMARK, el análisis comprende los últimos cinco años de los que se dispone de datos (desde 2012 hasta 2016). Para la elaboración de los siguientes ratios he seguido el “*Plan General de Contabilidad 2007 (PGC, 2007)* y *Análisis de Estado Contables*” (Sánchez, 2008).

3.1. SITUACIÓN ECONÓMICO FINANCIERA DE PRIMARK.

A. RATIO DE DISPONIBILIDAD.

El ratio de disponibilidad relaciona el activo más líquido con el pasivo exigible a corto plazo. Se obtiene a través del cociente entre el activo inmediatamente líquido (efectivo + otros medios líquidos) y el pasivo corriente.

Este ratio nos permite medir la capacidad que puede tener la empresa para hacer frente a sus deudas más exigibles. El valor óptimo que debe arrojar es alrededor de 0.20 y 0.30, si es inferior, significaría que la empresa puede tener dificultades a la hora de hacer frente al pago de sus obligaciones a corto plazo y si es superior, que estaría desaprovechando una posible rentabilidad.

$$\text{Ratio Disponibilidad: } \frac{\text{Activo Inmediatamente líquido}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Tabla 1: Ratios de Disponibilidad %.

RATIO	2012	2013	2014	2015	2016
DISPONIBILIDAD	2.22	6.12	5.12	2.87	3.90

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Como vemos en la tabla, los valores obtenidos se consideran dentro del rango de los óptimos, por lo que podemos asegurar que la empresa tiene capacidad suficiente para hacer frente a sus deudas más exigibles a través de su tesorería sin tener problemas de liquidez a la hora de atender sus deudas.

También se puede observar que durante los años 2014 y 2015 se ven aumentados los ratios, siendo más elevados de lo necesario lo que lleva a una pérdida de rentabilidad al mantener ciertos recursos de forma ociosa.

B. RATIO DE TESORERIA.

El ratio de tesorería relaciona el activo financiero (disponible + realizable) con el pasivo exigible a corto plazo.

Este ratio es el que mejor representa la situación financiera de la empresa y nos permite conocer la solvencia o liquidez que puede tener la empresa. El valor del ratio debe ser próximo a la unidad, si es inferior, significaría que la empresa no tiene nuevas posibilidades crediticias o nuevas fuentes de financiación.

$$\text{Ratio Tesorería: } \frac{\text{Activo Financiero (Realizable + Disponible)}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Tabla 2: Ratios de Tesorería %.

RATIO	2012	2013	2014	2015	2016
TESORERIA	15.78	33.27	68.03	52.66	6.56

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Como se puede apreciar en la tabla los valores obtenidos son muy elevados lo que nos permite apreciar que la empresa no tiene problemas de tesorería, aunque se produzca algún tipo de variación en el ciclo normal, se puede considerar que no se vería fuertemente afectada.

Vemos que en 2016 se produce el ratio más pequeño de todos los ejercicios estudiados y que ha ido bajando, pero de todos modos sigue teniendo un buen resultado que supera a el valor mínimo que debería tener el ratio para que no llegue a indicar una posible tensión financiera.

C. RATIO DE SOLVENCIA.

El ratio de solvencia muestra la relación existente entre el activo corriente y el pasivo corriente.

El ratio indica la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas y depende de la velocidad que tiene para cobrar y la que tiene para poder pagar las distintas cuentas de compras y ventas. El valor esperado del ratio es la unidad o un valor superior, si resultara inferior se podría decir que tiene problemas de solvencia a la hora de realizar sus pagos.

$$\text{Ratio Solvencia: } \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Tabla 3: Ratios de Solvencia %.

RATIO	2012	2013	2014	2015	2016
SOLVENCIA	64.21	136.69	151.35	116.14	74.79

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Los resultados en cuanto a solvencia que señala la tabla indican que la empresa tiene unos resultados bastante buenos, por ello podemos decir que no tiene problemas a la hora de atender sus deudas y esto se debe a que la empresa no aplaza el cobro a los clientes, realizándose en el mismo momento de las ventas.

D. RATIO DE GARANTÍA.

El ratio de garantía relaciona el activo total de la empresa y el pasivo total.

La garantía mide la distancia que existe en la empresa en cuanto a la quiebra, en otras palabras, se puede decir que es la garantía que la empresa puede ofrecer a sus acreedores. El valor debe ser superior a la unidad, si es inferior o cercano a la unidad, significa que la empresa está muy ligada a sus acreedores y puede estar en peligro de quiebra y si es superior y muy elevado, significaría que no acude a crédito o no se beneficia lo suficiente de él.

$$\text{Ratio Garantía: } \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Exigible}}$$

Tabla 4: Ratios de Garantía %.

RATIO	2012	2013	2014	2015	2016
GARANTIA	112.04	107.99	118.13	117.46	120.59

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Los resultados de garantía obtenidos, son muy similares para todos los periodos objeto de estudio, estando todos entorno al 1,10 lo indica que la empresa se encuentra muy vinculada a sus acreedores y que estos son su principal fuente de financiación. En 2016 mejora algo el resultado, pero no lo suficiente como para poder decir que no se encuentra muy vinculado.

E. RATIO DE FIRMEZA.

El ratio de firmeza relaciona partes más a largo plazo. Se obtiene con el cociente entre el activo no corriente y el pasivo no corriente.

El ratio muestra el grado de seguridad que la empresa puede ofrecer frente a sus acreedores a largo plazo. El valor que se puede considerar adecuado para el ratio es el próximo a dos, si resulta inferior, significaría que con su activo no puede hacer frente a sus deudas a largo plazo.

$$\text{Ratio Firmeza: } \frac{\text{Activo No Corriente}}{\text{Pasivo No Corriente}}$$

Tabla 5: Ratios de Firmeza %.

RATIO	2012	2013	2014	2015	2016
FIRMEZA	251.45	87.53	87.56	119.63	319.63

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Los resultados que nos ofrece la tabla muestran que durante los periodos 2015,2014 y 2013 los valores no han llegado a lo considerado optimo, por lo que en esos periodos podemos decir que presentaba problemas a la hora de hacer frente a sus deudas a largo plazo.

En el año 2016 ha experimentado una importante recuperación que indica que su balance se encuentra más saneado y que tiene menos dificultades en cuanto sus deudas a largo plazo.

F. RATIODE ESTABILIDAD.

El ratio de estabilidad compara el activo no corriente con los recursos permanentes. Se obtiene con el cociente entre activo no corriente y los recursos permanentes, siendo estos la suma del pasivo no corriente y el patrimonio neto.

La estabilidad indica en qué grado se encuentra financiado el inmovilizado de la empresa con sus recursos permanentes. El valor adecuado del ratio debe ser menor que la unidad, si resulta superior, significaría que el activo fijo está financiado por créditos a corto plazo y si es inferior, que si está siendo financiado por el crédito a largo plazo.

$$\text{Ratio Estabilidad: } \frac{\text{Activo No Corriente}}{\text{Recursos Permanentes}}$$

Tabla 6: Ratios de Estabilidad %.

RATIO	2012	2013	2014	2015	2016
ESTABILIDAD	170.90	76.99	64.95	81.72	152.14

Fuente: Elaboración propia datos SABI

La tabla nos indica que durante los periodos 2015, 2014 y 2013 los resultados obtenidos fueron favorables, estando en todos los casos inferiores a la unidad, financiándose cada parte de forma correcta. En el año 2016 se produce una subida que llega a indicar que la parte fija se está financiando con parte corriente, lo que puede llevar a una situación de inestabilidad de la empresa.

G. RATIO ENDEUDAMIENTO.

El ratio de endeudamiento se obtiene con el cociente entre el pasivo exigible (pasivo corriente + pasivo no corriente) y el patrimonio neto. El endeudamiento muestra la proporción de financiación ajena con la que cuenta la empresa en cuanto a su propia financiación. El valor resultante debe ser inferior a la unidad, si es superior, significaría que la empresa está en las manos de sus acreedores.

$$\text{Ratio Endeudamiento: } \frac{\text{Pasivo Exigible}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

Tabla 7: Ratios de Endeudamiento.

RATIO	2012	2013	2014	2015	2016
ENDEUDAMIENTO	8.31	12.51	5.52	5.73	4.86

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Los resultados muestran una situación desfavorable en cuanto al endeudamiento ya que en ninguno de los periodos estudiados podemos observar un valor inferior a la unidad. Podemos afirmar que la empresa se encuentra en las manos de sus acreedores, utilizando demasiada financiación ajena.

H. RATIO DE AUTONOMÍA FINANCIERA.

El ratio de autonomía financiera relaciona las mismas partes que el ratio de endeudamiento. Se obtiene con el cociente entre los recursos propios y el pasivo exigible.

La autonomía financiera muestra la capacidad de la empresa para poder financiarse por sí misma, es decir la independencia que tiene con respecto a terceros. El valor optimo es el que supera la unidad, si el resulta es superior, significaría que no está en manos de los acreedores.

$$\text{Ratio Autonomía Financiera: } \frac{\text{Recursos Propios}}{\text{Pasivo Exigible}}$$

Tabla 8: Ratios de Autonomía Financiera.

RATIO AUTONOMÍA FINANCIERA	2012	2013	2014	2015	2016
	0.12	0.08	0.17	0.18	0.21

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Como ya hemos comprobado en el ratio de endeudamiento, los resultados en autonomía también resultan desfavorables debido a que en ningún periodo llega a conseguir el resultado óptimo para el ratio, por lo que podemos seguir afirmando que la empresa se encuentra en manos de sus acreedores.

I. RENTABILIDAD ECONÓMICA.

La rentabilidad económica relaciona el resultado de la empresa en el ejercicio con el activo. Se obtiene con el cociente entre el beneficio antes de interés e impuestos “BAIT” (ingresos de explotación – gastos de explotación) y el activo total (activo corriente + activo no corriente). Nos muestra la capacidad que puede tener el activo de la empresa para generar valor, sin tener en cuenta la forma en la que ha sido financiado. Su valor no está predefinido, cuanto mayor sea, mejor se considera el resultado, ya que se podría decir que tiene mayor productividad.

$$\text{Rentabilidad Económica: } \frac{\text{BAIT}}{\text{Total Activo}}$$

Tabla 9: Rentabilidad Económica %.

RENTABILIDAD ECONÓMICA	2012	2013	2014	2015	2016
	7.10	7.10	12.98	10.92	6.08

Fuente: Elaboración propia datos SABI

En los primeros periodos estudiados se va obteniendo mejores resultados, subiendo el porcentaje y obteniendo mayor productividad, a partir de 2015 se observa la primera caída que no llega a ser tan elevada como en el año 2016, en el que obtiene el peor resultado dentro de los años objeto de estudio, de todos modos, no llega a resultar preocupante debido a que sigue siendo positiva.

J. RENTABILIDAD FINANCIERA.

La rentabilidad financiera relaciona el resultado de la empresa con su patrimonio neto. Se obtiene a través del cociente entre el beneficio antes de impuestos “BAT” (ingresos – gastos). Muestra la rentabilidad que tiene la empresa para los accionistas, ya que indica la aportación que se ha realizado. En cuanto a su valor óptimo, ocurre lo mismo que en el anterior, cuanto mayor sea, más óptimo es el resultado.

$$\text{Rentabilidad Financiera: } \frac{\text{BAT}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

Tabla 10: Rentabilidad Financiera %.

RENTABILIDAD FINANCIERA	2012	2013	2014	2015	2016
	63.36	66.87	76.40	67.61	34.04

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Se produce la misma situación que en el caso de la rentabilidad económica repitiéndose las mismas secuencias de crecimiento y decrecimiento.

K. FONDO DE MANIOBRA.

El fondo de maniobra relaciona una parte del activo con otra del pasivo. Se obtiene con la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente o con la diferencia entre el pasivo fijo y el activo no corriente, el resultado de ambas operaciones debe resultar la misma cantidad.

Indica la proporción de financiación a largo plazo que está destinada a financiar las inversiones a corto plazo.

Fondo de Maniobra: Activo Corriente – Pasivo Corriente

Tabla 11: Fondo de Maniobra

FONDO DE MANIOBRA	2012	2013	2014	2015	2016
	-66.102.712	45.167.872	92.963.435	46.319.112	-94.486.143

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Los resultados que muestra la tabla indican que durante los periodos intermedios (2015, 2014 y 2013) los resultados eran óptimos ya que al ser positivos muestran que hay más cantidad de activos que de deudas por lo que hay capacidad financiera. El mayor problema se encuentra en el último año estudiado donde el efecto resultante es muy negativo y puede significar que tenga problemas.

3.2. COMPARATIVA CON INDITEX.

Para poder obtener una visión más general sobre el análisis económico financiero de PRIMARK he realizado una comparativa con su principal competidor en España, el grupo Inditex.

Los pasos seguidos para la realización de este análisis han sido los mismos que en el apartado anterior, utilizando además los datos relativos a las cuentas anuales (desde 2012 hasta 2016) de Inditex, que se encuentran en la base de datos SABI

Tabla 12: Comparativa

		2012	2013	2014	2015	2016
R. DISPONIBILIDAD	PRIMARK	2,22%	6,12%	5,12%	2,87%	3,90%
	INDITEX	13,02%	26,97%	60,26%	40,61%	57,89%
R. TESORERIA	PRIMARK	15,78%	33,27%	68,03%	52,66%	6,56%
	INDITEX	76,12%	88,21%	119,26%	103,55%	98,71%
R. SOLVENCIA	PRIMARK	64,21%	136,69%	151,35%	116,14%	74,79%
	INDITEX	96,14%	106,55%	139,03%	127,23%	120,77%
R. GARANTÍA	PRIMARK	112,04%	107,99%	118,13%	117,46%	120,59%
	INDITEX	210,86%	200,24%	182,78%	191,09%	184,07%
R. FIRMEZA	PRIMARK	251,45%	87,53%	87,56%	119,63%	319,63%
	INDITEX	580,43%	648,61%	246,54%	307,06%	370,39%
R. ESTABILIDAD	PRIMARK	170,90%	76,99%	64,95%	81,72%	152,14%
	INDITEX	102,19%	95,39%	81,25%	86,13%	85,83%
R. ENDEUDAMIENTO	PRIMARK	8,31	12,51	5,52	5,73	4,86
	INDITEX	0,90	1,00	1,21	1,10	1,19
R. AUTO. FINANCIERA	PRIMARK	0,12	0,08	0,17	0,18	0,21
	INDITEX	1,11	1,00	0,83	0,90	0,84
RENT. ECONÓMICA	PRIMARK	7,10%	7,10%	12,98%	10,92%	6,08%
	INDITEX	25,12%	27,20%	25,82%	27,41%	27,98%
RENT. FINANCIERA	PRIMARK	63,36%	66,87%	76,40%	67,61%	34,04%
	INDITEX	47,55%	53,94%	56,10%	58,51%	61,30%
F. MANIOBRA	PRIMARK	-66.102.712,00	45.167.872,00	92.963.435,00	46.319.112,00	-94.486.143,00
	INDITEX	-65.560,00	148.938,00	817.935,00	596.982,00	625.050,00

Fuente: Elaboración propia datos SABI

- R. Disponibilidad: Se aprecia que la competencia se encuentra muy por encima de los valores que se consideran como óptimos, lo que indica que podría estar desaprovechando una posible rentabilidad. También podemos ver que durante el año 2014 ambos grupos tienen un ratio de disponibilidad elevado, un indicativo de que durante ese año no tenían ningún tipo de problema a la hora de realizar sus pagos.

- R. Tesorería: En los dos casos se observa que este ratio es superior a la unidad por lo que se puede afirmar que no tendrían problemas para hacer frente a sus pagos, aunque sí es cierto que la capacidad de tesorería de la competencia es bastante superior a la de PRIMARK.

- R. Solvencia: Muestra que en ninguno de los casos existe dificultad a la hora de realizar los pagos, fijándonos en todos los ratios se puede ver que es en el único junto con el de estabilidad en el que PRIMARK supera a la competencia de forma favorable (este hecho se aprecia durante los tres años intermedios que han sido objeto de estudio).

- R. Garantía: Indica que ambos grupos están dentro del valor esperado, aunque es cierto que PRIMARK durante algunos periodos como 2012 y 2013 se aproxima a la unidad, por lo que se podría considerar que puede estar ligado a sus acreedores, mientras que Inditex durante todos los periodos se mantiene siendo mucho más superior.

- R. Firmeza: Señala que PRIMARK ha tenido dificultades durante varios periodos a la hora de hacer frente a sus deudas a largo plazo, al contrario que la competencia, que durante esos mismos periodos ha llegado a obtener sus mejores resultados de firmeza.

- R. Estabilidad: Evidencia que, para los dos casos estudiados, se va produciendo una mejora continuada cada año, que si se logra ir manteniendo en el caso de la competencia, mientras que PRIMARK sufre un ascenso durante 2016 que demuestra que su parte fija se puede estar financiando con créditos corrientes.

- R. Endeudamiento: En él se aprecia que en ninguno de los dos grupos se ha producido mejora y en el único caso que se puede considerar favorable es para Inditex durante los dos primeros periodos, en el resto también han ido subiendo por lo que podemos decir que en parte está en manos de sus acreedores. Aunque es cierto que los resultados son mucho más negativos para PRIMARK que para Inditex.

- **R. Autonomía financiera:** Este ratio demuestra lo comentado en el anterior ya que será el opuesto, si supera la unidad no estaría en manos de sus acreedores y como vemos se ha ido produciendo una caída que indica la subida de financiación ajena en los dos casos.

Podemos concluir que Inditex no ha tenido ningún tipo de problema para afrontar sus deudas a corto ni a largo plazo, ya que todos los ratios han mostrado unos resultados muy óptimos en la mayoría de los casos. De PRIMARK se puede destacar que en general obtiene buenos resultados, aunque sí se debe fijar en el intento de mejorar su situación en relación con sus acreedores que puede resultar perjudicial ya que está muy ligada a estos.

4. PREVISIONES.

En el apartado de las previsiones he realizado un análisis profundo sobre la evolución pasada y futura esperada de PRIMARK. Para su desarrollo he tenido en cuenta; la evolución de sus ventas y costes en los últimos ejercicios, la evolución del PIB y el indicador del comercio de moda de la Asociación del Comercio Textil, Complementos y Piel (Acotex).

4.1. EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS Y LOS COSTES.

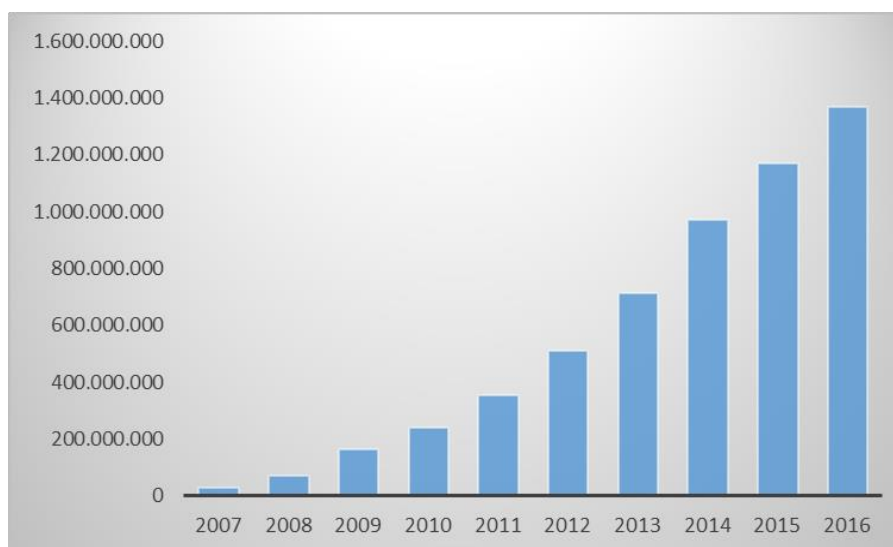
Para poder realizar una previsión sobre el crecimiento de una empresa, considero que es indispensable desarrollar un estudio sobre el progreso que ésta ha ido experimentando en sus ventas. Para ello he analizado las ventas de los últimos 9 años, utilizando los datos que se encuentran disponibles en la base de datos SABI (2007 a 2016), el resultado obtenido se puede apreciar en el siguiente gráfico:

Tabla 13: Datos de Ventas

2007	28.280.893
2008	68.621.502
2009	161.970.599
2010	241.706.187
2011	353.282.318
2012	509.830.433
2013	714.196.698
2014	971.895.671
2015	1.168.407.991
2016	1.368.941.766

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Grafico 4. Evolución de las ventas.

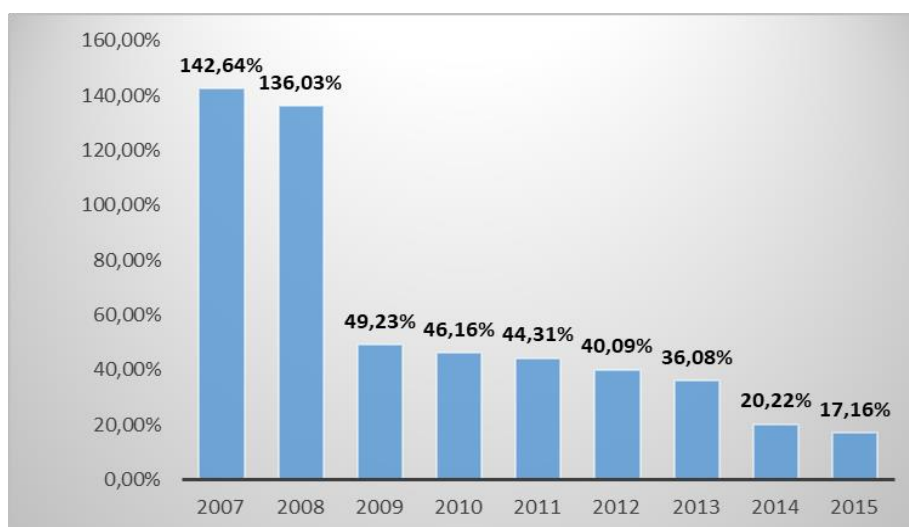


Fuente: Elaboración propia datos SABI

Como podemos observar el crecimiento que experimenta PRIMARK durante los primeros ejercicios estudiados es muy elevado, esto se debe a la internacionalización comentada al comienzo del trabajo, además durante esos primeros ejercicios se produjo la apertura de un gran número de tiendas. Al tener esa elevada internacionalización y crecimiento no podemos considerar todos los ejercicios para obtener una media sobre su crecimiento.

El siguiente gráfico indica de forma porcentual la evolución de las ventas:

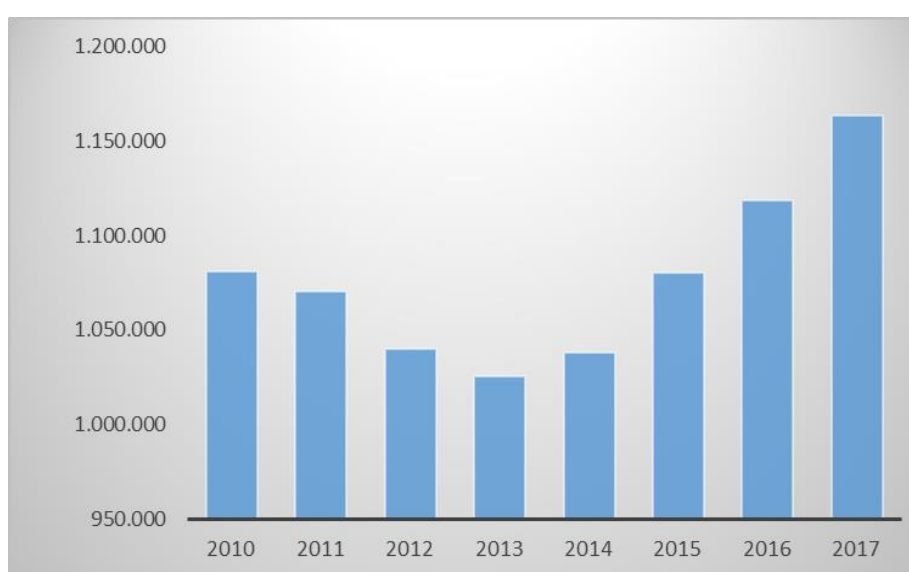
Grafico 5. Evolución Porcentual de las Ventas.



Fuente: Elaboración propia datos SABI

El crecimiento que experimentan las ventas, se empieza a asentar a partir del año 2009, en el cual siguen creciendo, pero cada vez menos. Se podría decir que se mantienen en un crecimiento estable hasta la caída del año 2014, en la que se vio sumida en parte por la debilidad de la libra frente al euro debida al Brexit, como indica Inés en su artículo (Forbes, 2016) ya que uno de sus mayores mercados se encuentra en Reino Unido, además, esta caída fue sufrida por la economía española en su conjunto, como nos muestra el siguiente gráfico sobre la evolución del PIB durante los últimos siete años:

Grafico 6. Evolución del PIB.



Fuente: www.datosmacro.com

Es importante tener en cuenta el entorno, ya que la evolución de la empresa no solo depende de ella misma, el principal indicador sobre la situación macroeconómica de un país es el PIB, su estudio puede mostrar de manera aproximada la evolución de la economía de un país. El PIB es un indicador de la producción agregada y se puede percibir de dos formas distintas según el manual de “Macroeconomía” (Blanchard, 2012):

1. Desde el punto de vista de la producción: El PIB es igual al valor de los bienes y servicios finales producidos en la economía durante un determinado periodo de tiempo. O el PIB es la suma del valor añadido en la economía durante un determinado periodo de tiempo.
2. Desde el punto de vista de la renta: El PIB es la suma de las rentas de la economía durante un determinado periodo de tiempo.

El aumento del PIB indica que la economía está creciendo y que por lo tanto se producen y venden mayor cantidad de bienes y servicios. Por el contrario, cuando se reduce el PIB, se describe como una recesión, que da lugar a una reducción de las ventas de bienes y servicios y por lo tanto una reducción de las ganancias de las empresas.

Indagando más sobre el ritmo de crecimiento de la economía española, puedo afirmar gracias al “Informe anual del Banco de España” (BDE, 2017) que continuó siendo elevado en 2016, y que en 2017, se llegó a recuperar el nivel de actividad anterior a la crisis.

También se produce a partir de dicho ejercicio una evolución del empleo positiva, que permitió reducir la tasa de paro hasta el 18,6% desde el 20,9%, manteniendo la elevada capacidad de financiación frente al resto del mundo, que ascendió al 2% del PIB.

Los resultados obtenidos en el PIB muestran que, gracias a una política fiscal expansiva y una política monetaria común, se han podido corregir los desequilibrios de la economía española y que por lo tanto las perspectivas son favorables.

Grafico 7. Evolución del PIB%.



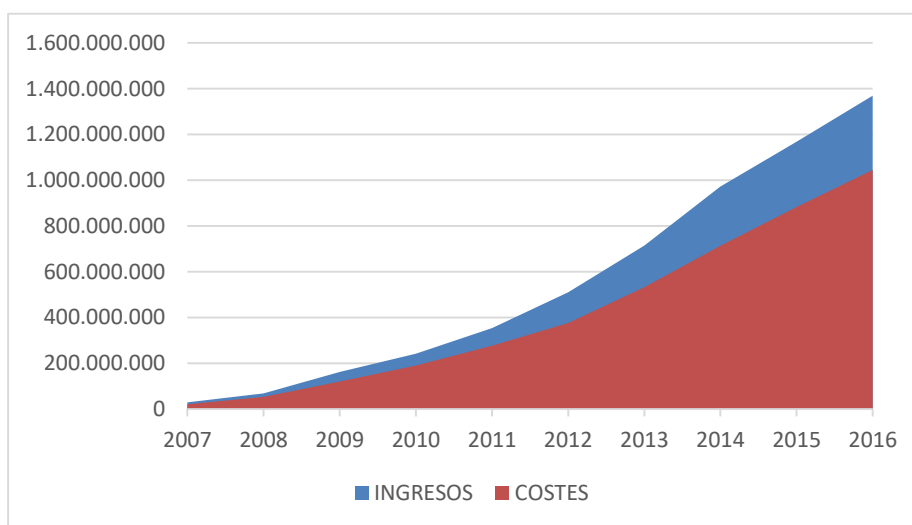
Fuente: www.bde.com

De hecho, según el “Boletín de Evolución y Perspectivas del PIB”, que elabora el Centro de Estudios de Finanzas Publicas (CEFP, 2018), aunque el PIB no ha superado las expectativas de 1.66% durante el último trimestre de 2017 y se ha quedado en 1.52%, se ha registrado una tendencia de aumentos durante 32 trimestres, siendo el comercio al por menor una de las actividades que mayor crecimiento experimentaron, pasando de un 0.02% a un 1.02% durante el último trimestre de 2017.

En cuanto al estudio de los costes, me voy a centrar en los dos principales costes; El consumo de mercaderías y los gastos de personal, refiriéndome a la suma de ambos con el nombre de costes durante todo el desarrollo del trabajo.

Estudiando los costes de PRIMARK se observa que su evolución es similar a la de las ventas, lo que es lógico, ya que si aumentan las ventas tiene que aumentar su consumo de materias. El siguiente gráfico muestra la evolución de las ventas y los costes durante los últimos 9 años:

Gráfico 8. Evolución de ventas y Costes.

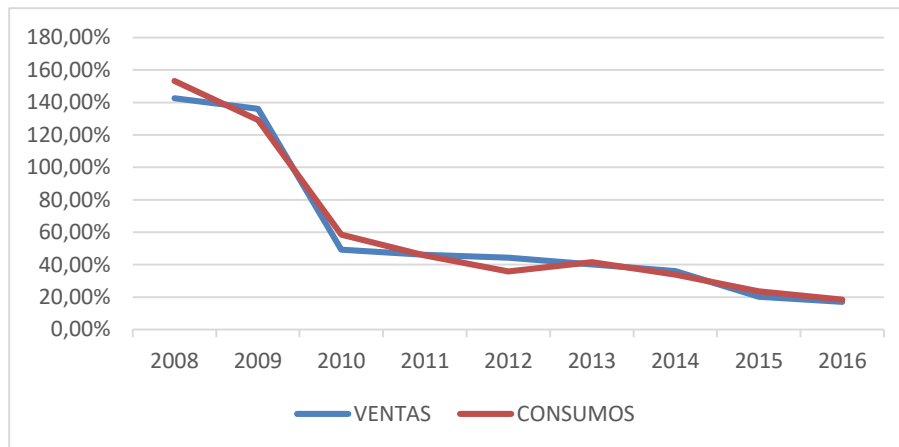


Fuente: Elaboración propia datos SABI

Del gráfico obtenemos que, durante los periodos analizados, las ventas siempre han superado a los costes, por lo que PRIMARK no se ha llegado a encontrar en situación de pérdidas. Los mejores resultados se obtienen a partir de 2014, donde se comienza a abrir más la brecha entre las ventas y los costes.

Aunque se aprecia una evolución similar, si realizamos una comparativa más detallada, comprobamos que, durante el año 2015, se produjo un aumento mayor de los costes que de las ventas, como indica el gráfico número 9 y que posteriormente tienden al mismo crecimiento. Este hecho se debe al entorno tan competitivo en el que se encuentra PRIMARK, que quedó obligada a una reducción de sus ganancias para poder mantener su cuota de mercado.

Grafico 9: Incremento porcentual de las ventas y los constes



Fuente: Elaboración propia datos SABI

Si tenemos en cuenta el resultado de explotación, es decir la diferencia entre los ingresos y los gastos de explotación (BAIT), su resultado más favorable se da en el ejercicio 2015, en el que obtiene 58.993.170 €, año hasta el cual experimenta subidas.

Los datos de explotación teniendo en cuenta todos los gastos, son los siguientes:

Tabla 14: Resultado de explotación

	INGRESOS	GASTOS	BAIT
2013	714.407.945	691.737.623	22.670.322
2014	972.170.916	914.254.672	57.916.244
2015	1.168.722.146	1.109.728.976	58.993.170
2016	1.371.872.966	1.338.039.923	33.833.043

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Analizando los resultados de explotación llama la atención que, durante los periodos en los que las ventas disminuyen su crecimiento, se producen los mayores aumentos en el BAIT, pero es razonable ya que al tener menos ventas también tienen menos gastos, además coincide con lo comentado sobre la brecha entre los costes y las ventas de 2014.

Otra de las principales magnitudes que representa la situación de un país es su tasa de paro, ya que si esta es elevada, el flujo de dinero que se mueve en el país disminuye y por lo tanto el crecimiento de la economía también. La evolución experimentada por esta variable, en los últimos años es la siguiente:

Grafico 10: Evolución de la Tasa de Paro en España

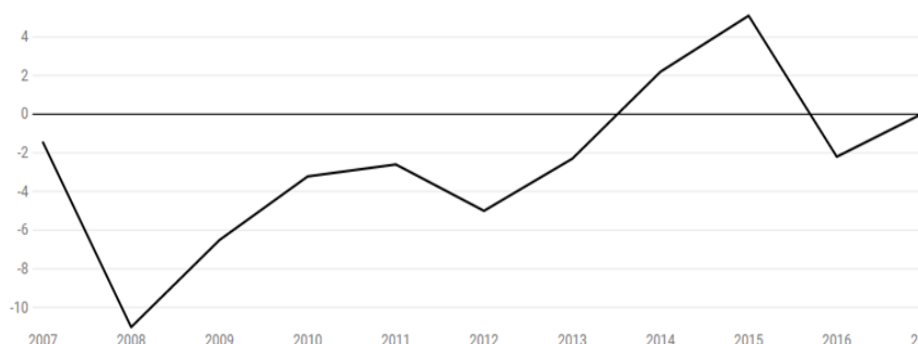


Fuente: El País con datos del INE

Como se observa en el gráfico 10, a partir del año 2011 se produce una caída importante de la tasa de paro, aunque no se llega a alcanzar el ritmo de empleo que existía antes de la crisis se aprecia una mejora considerable.

La Asociación del Comercio Textil, Complemento y Piel (Acotex, 2018), el órgano más representativo del sector Moda y Retail en España, realiza estudios mensuales sobre la evolución de las ventas, utilizando muestras representativas que pueden indicar la evolución mensual de forma comparable. Estudiando la evolución de su Indicador del Comercio de Moda, podemos llegar a la conclusión de que a partir de 2013 empezaron a crecer las ventas, hasta sufrir una fuerte caída en el primer trimestre de 2016, que llegó a dejarlo con valores negativos. Tras esta fuerte caída se ha ido recuperando durante el ejercicio 2017 y se espera que siga en esta dirección. A continuación, se muestra el gráfico que acumula los resultados obtenidos mensualmente en el barómetro de Acotex:

Grafico 11: Evolución del comercio de moda (2007 a 2017)



Fuente: www.moda.es

Toda la información sobre este indicador se puede encontrar en su página web (Acotex, 2018) y en la página web (modaes,2018) que estudia mensualmente los resultados obtenidos por el indicador, así como las posibles causas, ambas páginas se pueden encontrar en la bibliografía.

4.2. PREDICCIÓN DE LAS VENTAS.

La evolución esperada sobre las ventas de PRIMARK, se rige en función de la apertura de nuevas tiendas, como he podido comprobar en diferentes artículos en los que la empresa afirma que “sus ventas aumentan según aumentan sus metros cuadrados”. (Modaes, 2017).

Remitiéndome al hecho de la apertura de nuevas tiendas según la página web (Enterat, 2018) en las fechas actuales existe el registro de 12 nuevas tiendas en España, distribuidas por las distintas provincias, además de su segunda tienda más grande que estará situada en Sevilla y se abrirá en 2019, esta tienda estará situada dentro de un nuevo centro comercial y contará con 8.000 metros cuadrados.

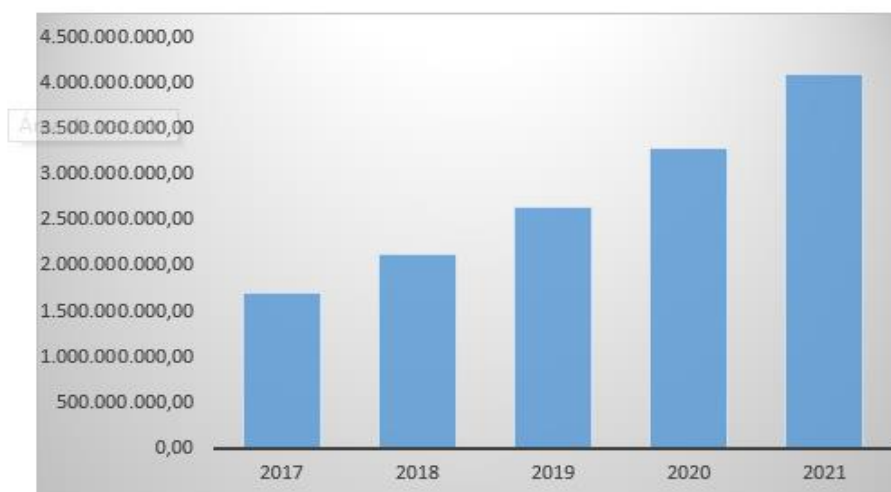
Teniendo en cuenta toda la información recabada sobre los distintos indicadores y sobre el nuevo ritmo de apertura de tiendas, las expectativas sobre el crecimiento de PRIMARK, son muy positivas. Por lo que he podido estimar que su ritmo medio de crecimiento de ventas, será similar al de los últimos tres años, ya que son los años en los que se aprecia una evolución más constante de todas variables estudiadas. El resultado obtenido será por tanto; un crecimiento medio del **24,49%**, que se encuentra apoyado por la evolución que está experimentando en los últimos trimestres esta actividad en su contribución al PIB, por el nuevo

ritmo de apertura de nuevas tiendas y por la evolución del barómetro de Acotex, que también apoya un nuevo crecimiento en cuanto a las ventas de moda en España.

También es importante destacar el crecimiento que PRIMARK tiene en otros países, como por ejemplo es el caso de Reino Unido, en el que su cuota de mercado no para de crecer, lo que supone un importante aumento.

La previsión que se va a realizar incluirá los próximos cinco años, partiendo desde el año 2016, último año del que se tienen datos disponibles en SABI, por lo tanto, se incluirá desde el año 2017 hasta el año 2021. Partiendo de la cifra de ventas de 2016 que ascendía a 1.368.941.766 €, la previsión será la mostrada en el siguiente gráfico:

Grafico 12: Previsión de Ventas



Fuente: Elaboración propia datos SABI

Como muestra el gráfico se espera una mejora bastante favorable, siendo un 24.49% el crecimiento medio, aunque parezca elevado según los últimos periodos estudiados, hay que tener en cuenta que en el año 2015 no abrió ninguna tienda y durante 2016 PRIMARK solo llegó a abrir dos tiendas más en España mientras que en la actualidad hay unas doce aperturas programadas para el año 2018, además de otra de sus mayores tiendas para el 2019, pudiendo suponer esta un empujón como en su día lo fue la famosa tienda de Madrid en Gran Vía . Si también se observan los crecimientos que experimentó durante los años 2008 y 2009, se concluiría que el crecimiento estimado es insignificante, ya que llegó a alcanzar un 142.64% y un 136.03%.

Por todo lo comentado, he considerado que la mejor estimación sería la obtenida con el crecimiento medio de los últimos tres años estudiados. Los resultados esperados son los siguientes:

Tabla 15: Previsión de Ventas

	VENTAS
2016	1.368.941.766
2017	1.704.172.024
2018	2.121.494.398
2019	2.641.011.833
2020	3.287.750.139
2021	4.092.863.517

Fuente: Elaboración propia datos SABI

4.3. PREDICCIÓN DE LOS GASTOS.

Para determinar la evolución esperada de los costes, he tenido en cuenta los mismos factores que en las ventas, ya que la evolución experimentada por los costes, seguía la misma dirección y en general el mismo patrón de comportamiento que estas.

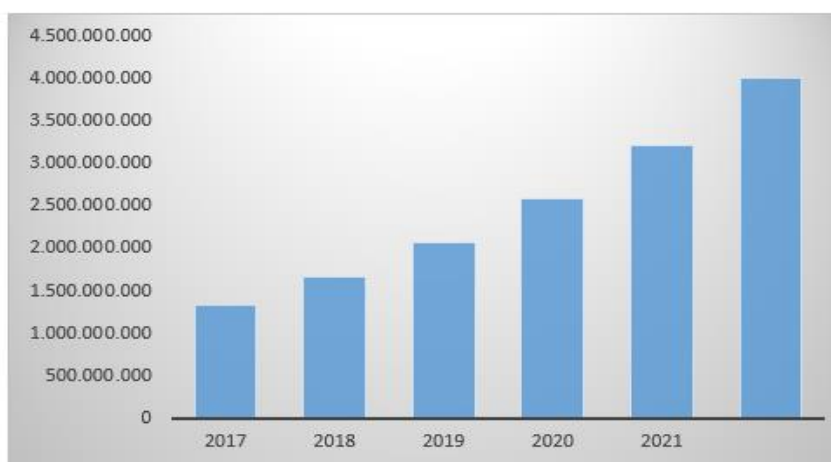
Como indique con anterioridad, resultan similares las evoluciones de ambas variables, dándose una diferencia positiva en 2014, año en el cual el crecimiento de las ventas era superior al de los costes, pero para el resto de años cambia ese aspecto debido al ambiente tan competitivo ya comentado, produciéndose un crecimiento mayor del coste que de las ventas. Esta forma de crecimiento considero que se va a seguir manteniendo en el tiempo, ya que para hacer competitiva su marca tendrá que mantener sus precios estables, además de hacer frente a una barrera muy importante, como lo es la venta online, en la que sus principales competidores tienen cierta experiencia, mientras que PRIMARK solo realiza ventas de forma física.

Según el artículo publicado por Alberto Sanz en (Bolsamania, 2018), “*La barrera de las ventas online impide a PRIMARK disputar el trono a Inditex*”, ya que las ventas online suponen un crecimiento del 20% sobre las ventas de Inditex, ventas a las que en este momento PRIMARK no puede acceder, ya que, aunque tenga mucha presencia en redes sociales y una página corporativa, no llega a tener disponible la venta online.

Por los hechos comentados considero que el crecimiento medio esperado de los gastos de PRIMARK, se obtendrá de la misma forma que el crecimiento de las ventas, ya que ambos han evolucionado en la misma dirección y prácticamente del mismo modo durante los periodos estudiados, por lo que, el crecimiento medio esperado ascenderá a la media de los últimos tres periodos estudiados, dando lugar a un crecimiento medio del **25.32%**, lo que supone un crecimiento superior al de las ventas, como pasaba durante 2015 y 2016.

La predicción que voy a desarrollar incluirá los próximos cinco años, partiendo desde el año 2016, último año del que se tienen datos disponibles en SABI, por lo que incluirá desde el año 2017 hasta el 2021. Partiendo de los costes de 2016 que ascendía a 1.044930.160 €, la previsión de costes se muestra en el siguiente gráfico:

Grafico 13: Previsión de Costes.



Fuente: Elaboración propia datos SABI

Por lo tanto, teniendo en cuenta todos los gastos de explotación, es decir el resultado de explotación menos los ingresos de explotación, el resultado previsional de los gastos sería el siguiente, expresado de forma numérica:

Tabla 16: Previsión de Gastos

	GATOS
2016	1.338.039.923
2017	1.669.461.496
2018	2.090.376.773
2019	2.618.204.220
2020	3.280.167.818
2021	4.110.430.275

Fuente: Elaboración propia datos SABI

4.4. PREDICCIÓN SOBRE EL ACTIVO Y SU AMORTIZAICÓN.

En éste apartado, voy a analizar la evolución que experimentan durante los últimos ejercicios los activos amortizables y sus amortizaciones correspondientes, ya que a partir de estos datos voy a obtener la información necesaria en cuanto a las inversiones que se incluirán en el presupuesto de capital y a las amortizaciones que se incluirán en la cuenta de resultados.

Buscando información en las cuentas anuales de PRIMARK he comprobado que el único apartado de su activo que está sometido a amortización, es el denominado en su balance como “instalaciones técnicas y otro inmovilizado material” que engloba:

- Las instalaciones técnicas y la maquinaria, cuya amortización se realiza aplicando una vida útil de 10 años.
- Los equipos para procesos de información, que se consideran con una vida útil de 5 años.
- Y otros inmovilizados materiales, para los que su vida útil también es 10 años.

La evolución que ha experimentado éste tipo de activo y su amortización durante los últimos 8 años ha sido la siguiente:

Tabla 17: Evolución de activos y su amortización

	ACTIVOS	AMORTIZACIÓN	AMORT. %
2009	58.211.362	5.441.674	9,35%
2010	66.068.334	7.332.944	11,10%
2011	84.317.132	11.456.152	13,59%
2012	111.622.194	15.210.799	13,63%
2013	132.389.083	25.914.251	19,57%
2014	152.183.563	23.484.672	15,43%
2015	131.596.709	25.099.838	19,07%
2016	162.009.655	28.434.533	17,55%

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Al igual que en las demás variables estudiadas, se observa un crecimiento mayor durante los primeros años analizados y una cierta estabilidad durante los tres últimos, por lo tanto, he considerado que este tipo de activo va a experimentar el mismo modo de crecimiento utilizado en el resto de previsiones, dando lugar a un crecimiento medio del 8.18% correspondiente a la media de los últimos tres años.

Esta valoración se apoya en el crecimiento que se espera de las ventas, ya que este crecimiento implica la apertura de nuevas tiendas y por lo tanto la necesidad de nuevos activos para el funcionamiento de estas.

Como no se ha podido recabar información suficiente para determinar la amortización que correspondería según el tipo de activo ya que no se dispone del desglose de estos, he utilizado el porcentaje medio que ha supuesto la amortización de activos durante los últimos 9 años, dando lugar a una amortización media de 14.91%.

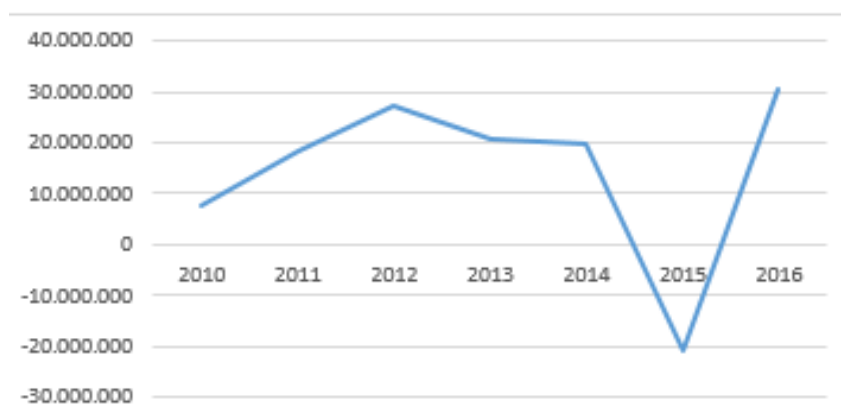
Tabla 18: Previsión de activos y su amortización

	ACTIVOS	AMORTIZACIÓN
2016	162.009.655	28.434.533
2017	175.259.247	26.133.724
2018	189.592.427	28.271.011
2019	205.097.814	30.583.092
2020	221.871.273	33.084.261
2021	240.016.512	35.789.982

Fuente: Elaboración propia datos SABI

En cuanto a la inversión realizada en estos activos podemos observar que su evolución durante los últimos años ha sido la siguiente:

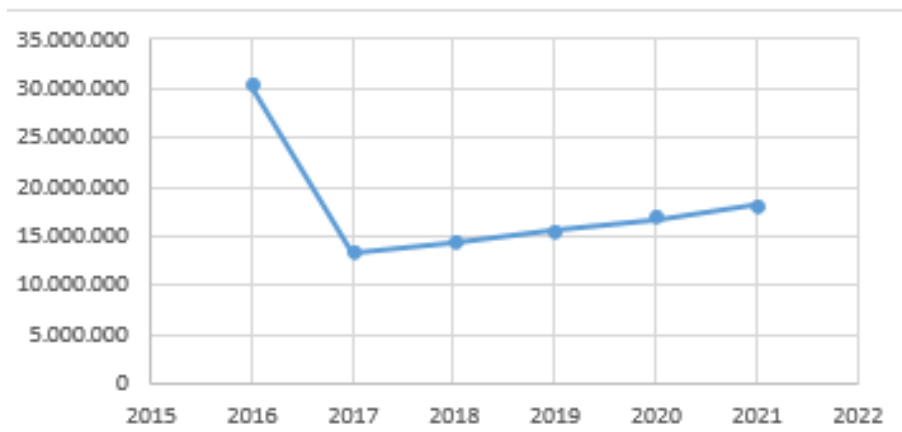
Grafico 14: Evolución de la inversión



Fuente: Elaboración propia datos SABI

Por lo tanto, según el estudio de los activos y la previsión realizada para estos, la evolución esperada de la inversión es:

Gráfico 15: Previsión de la inversión



Fuente: Elaboración propia datos SABI

4.5. PREDICCIÓN DE RESULTADOS.

Ya que en los apartados anteriores se profundizaba sobre las variables que afectan al resultado de explotación, considero que también se debe analizar el resultado final, explicando la evolución esperada de los resultados financieros.

Si comenzamos por los primeros resultados que se obtienen en la cuenta de pérdidas y ganancias, partimos del resultado de explotación conocido también como BAIT, se trata del beneficio que obtiene la empresa antes de aplicar el resultado financiero y la cuota correspondiente de impuesto de sociedades.

Tabla 19: Previsión Resultado de Explotación

	INGRESOS	GASTOS	RESULTADO
2016	1.371.872.966	1338039923	33.833.043
2017	1.711.722.635	1669461496	42.261.139
2018	2.142.065.487	2090376773	51.688.714
2019	2.699.197.587	2618204220	80.993.367
2020	3.456.196.705	3280167818	176.028.887
2021	4.587.239.096	4110430275	476.808.821

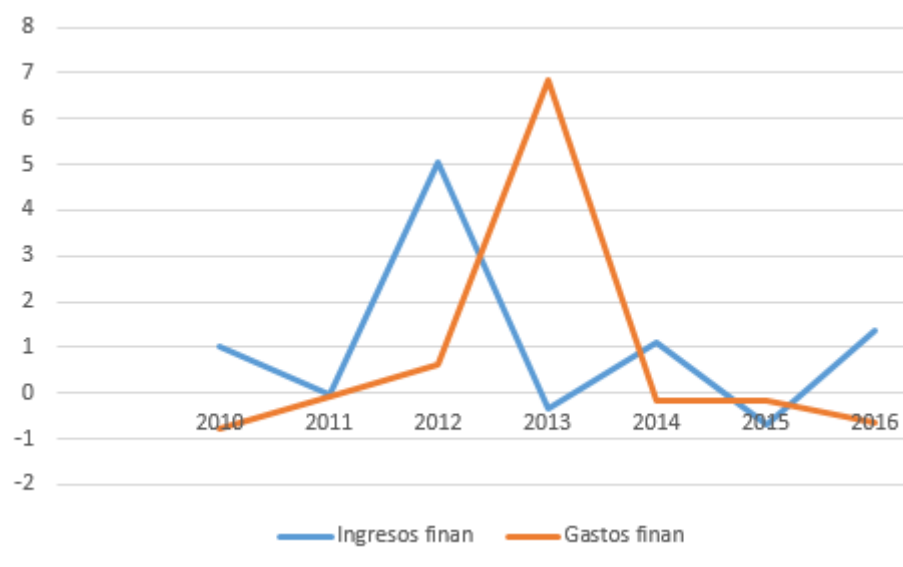
Fuente: Elaboración propia datos SABI

El siguiente resultado es el BAT (beneficio antes de impuestos) para el que es necesario el resultado financiero, este resultado se obtiene de la diferencia entre los distintos ingreso y gastos financieros con los que cuente la empresa.

Estudiando la evolución de los ingresos y gastos financieros de PRIMARK podemos observar que su situación financiera no es la más idónea, ya existe una gran diferencia siendo sus gastos muy superiores a sus ingresos y por lo tanto dando lugar a un resultado financiero negativo.

La evolución porcentual experimentada por ambas variables durante los últimos años ha sido la siguiente:

Grafico 16: Evolución % de los ingresos y gastos financieros



Fuente: Elaboración propia datos SABI

Se puede apreciar gracias al gráfico que, a partir del año 2014 se produce un cambio importante, en el cual los ingresos comienzan a experimentar subidas mientras que los gastos se van estabilizando y disminuyendo.

Para realizar la previsión tanto de los ingresos como de los gastos financieros, he seguido el mismo método que en el resto de las previsiones, apoyándome en los mismos hechos, ya que también se puede apreciar que durante los periodos centrales del estudio se dan circunstancias que alteran mucho el resultado tanto en ingresos como en gastos y que durante los últimos la situación es más estable. Por lo tanto, la previsión que he considerado más acertada, es la media de crecimiento de los últimos tres años estudiados.

El resultado financiero obtenido para los periodos que comprende la previsión sería el siguiente:

Tabla 20: Previsión Resultado de Financiero

	INGRESOS	GASTOS	R. FINANCIERO
2016	54.674	-1.560.974	-1.506.300
2017	86.654	-1.032.874	-946.220
2018	137.341	-683.438	-546.097
2019	217.676	-452.221	-234.546
2020	345.000	-299.228	45.772
2021	546.800	-197.995	348.805

Fuente: Elaboración propia datos SABI

El crecimiento medio que experimentarían los ingresos asciende a un 58.49%, un crecimiento muy positivo, pero como ya he comentado no es lo suficiente hasta el año 2020, para el cual ya se estabilizaría el crecimiento de los ingresos y el decrecimiento de los gastos, dando lugar a un resultado financiero positivo.

En referencia a los gastos financieros, se produce una caída fuerte durante el año 2016, pero no se puede considerar que sigan el mismo ritmo tan optimista durante los próximos años, por lo tanto, he utilizado el mismo método que para los ingresos dando lugar a una bajada reiterada del 33.83% anual. El resultado financiero como consecuencia de ambos se va incrementado entorno a un 30% de forma anual.

Por lo tanto, el resultado del ejercicio esperado para PRIMARK será el mostrado a continuación:

Tabla 21: Previsión Resultado del ejercicio

	BAIT	R. FINANCIERO	BAT	IMPUESTO	R. EJERCICIO
2016	33.833.043	-1.506.300	32.326.743	9.698.023	22.628.720
2017	42.261.139	-946.220	41.314.919	12.394.476	28.920.443
2018	51.688.714	-546.097	51.142.617	15.342.785	35.799.832
2019	80.993.367	-234.546	80.758.822	24.227.646	56.531.175
2020	176.028.887	45.772	176.074.659	52.822.398	123.252.261
2021	476.808.821	348.805	477.157.627	143.147.288	334.010.339

Fuente: Elaboración propia datos SABI

El resultado mostrado en la tabla, se obtiene suponiendo que la tasa impositiva a la que corresponderá hacer frente durante los próximos cinco años, es la misma que hay establecida para el momento que asciende a un 30% anual.

$\text{BAIT} + / - \text{RESULTADO FINANCIERO} = \text{BAT}$
$\text{BAT} * \text{TASA IMPOSITIVA} = \text{IMPUESTO}$
$\text{BAT} - \text{IMPUESTO} = \text{RESULTADO DEL EJERCICIO}$

5. PLANIFICACIÓN FINANCIERA.

En el apartado de planificación financiera voy a confeccionar una previsión sobre los distintos estados financieros, que comprenderá los próximos 5 años, partiendo de 2016, que se tomará como dato histórico de partida, ya que es el último periodo del que se tienen datos disponibles en SABI.

Para la elaboración de la planificación financiera me he basado en la materia impartida en las asignaturas de Finanzas Corporativas I y Finanzas Corporativas II del Grado en Finanzas y Contabilidad de la universidad de Jaén.

5.1. CUENTAS DE RESULTADOS PREVISIONAL.

En el apartado de cuentas previsionales, voy a desarrollar la cuenta de resultados previsional esperada para los próximos cinco años, partiendo de los últimos datos disponibles en SABI que corresponden al año 2016, por lo tanto, la previsión abarcará desde el año 2017 hasta el año 2021.

La mayoría de los datos incorporados en la cuenta de resultados, han sido obtenidos a lo largo del epígrafe 4, como es el caso de los ingresos por ventas, los costes (consumo de materias primas y gastos de personal), amortizaciones, ingresos financieros y gastos financiero. Para el resto de ingresos y gastos no nombrados he realizado una previsión, basándome en el mismo método de crecimiento medio de los últimos tres años (2014, 2015 y 2016).

La cuenta de resultados previsional es la siguiente:

Tabla 22: Cuenta de resultados previsional

CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL						
CONCEPTOS	2.016	2.017	2.018	2.019	2020	2021
Ingresos por Venta	1.368.941.766	1.704.172.024	2.121.494.398	2.641.011.833	3.287.750.139	4.092.863.517
Consumos de Mercaderías	-918.384.763	-1.099.956.312	-1.378.428.747	-1.727.401.162	-2.164.721.811	-2.712.757.535
Gastos de Personal	-126.545.397	-209.515.488	-262.557.857	-329.028.793	-412.327.964	-516.715.721
Otros Ingresos de Explotación	2.031.268	6.068.603	18.130.521	54.166.628	161.827.873	483.475.923
Otros Gastos de Explotación	-264.675.230	-333.855.972	-421.119.158	-531.191.173	-670.033.782	-845.167.036
Deterioro y Resultados Enajenación	899.932	1.482.007	2.440.568	4.019.126	6.618.692	10.899.657
Amortización técnica	-28.434.533	-26.133.724	-28.271.011	-30.583.092	-33.084.261	-35.789.982
B.A.I.T.	33.833.043	42.261.139	51.688.714	80.993.367	176.028.887	476.808.821
Ingresos Financieros	54.674	86.654	137.341	217.676	345.000	546.800
Gastos Financieros	-1.560.974	-1.032.874	-683.438	-452.221	-299.228	-197.995
Bº antes de impuestos (BAT)	32.326.743	41.314.919	51.142.617	80.758.822	176.074.659	477.157.627
Impuestos	-9.011.870	-12.394.476	-15.342.785	-24.227.646	-52.822.398	-143.147.288
BENEFICIO NETO	23.314.873	28.920.443	35.799.832	56.531.175	123.252.261	334.010.339
Dividendos	-10.000.000	-15.000.000	-15.000.000	-15.000.000	-15.000.000	-15.000.000
Reservas	13.314.873	13.920.443	20.799.832	41.531.175	108.252.261	319.010.339
autofinanciación	41.749.406	40.054.167	49.070.843	72.114.267	141.336.522	354.800.321

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Como ya he indicado para el resto de magnitudes he utilizado el mismo método de previsión, con una particularidad en el caso del “deterioro y resultados de enajenación” ya que se producía una variación muy elevada en 2016, debida a una enajenación, que no se encontraba en consonancia con el resto de los ejercicios y de la que no existía una evidencia en cuanto a repetirse en los próximos años. Por lo tanto, para este caso en lugar de utilizar la media de los últimos tres periodos, he utilizado la media correspondiente a 2013, 2014 y 2015.

En referencia al tema de los dividendos, las únicas restricciones de reparto estipuladas en sus cuentas anuales, consisten en primer lugar en mantener el mínimo de reserva legal, algo que hicieron durante sus primeros años y que han mantenidos desde el comienzo y en segundo lugar, la obligación de cubrir los resultados negativos de ejercicios anteriores que hicieran que el valor del patrimonio neto de la Sociedad fuera inferior a la cifra de capital social.

Para poder realizar una previsión sobre los dividendos, he realizado un análisis sobre su evolución durante los últimos años y he comprobado que no existe una política de dividendos estable, ya que, durante los años 2010, 2011 y 2013 no se realizaron repartos, mientras que en 2012 se repartieron 15.000.000 €, en 2014 se repartieron 20.000.000€ y en 2015 se

repartieron 10.000.000€, integrando el resto de resultados del ejercicio en la cuenta de reservas libres.

La evolución de las reservas al igual que la evolución de los dividendos ha sido muy dispar, experimentando cambios muy radicales, aunque sí es cierto que el crecimiento medio de las reservas durante los tres últimos años se mantenía aproximadamente en un 70%. Este crecimiento medio de las reservas no se podría mantener con los resultados esperados por lo que he considerado que se realizará un reparto anual de 15.000.000€, (ya que es una cifra intermedia entre los repartos realizados anteriormente) y que por lo tanto las reservas libres aumentarían en la cuantía restante de resultados del ejercicio.

Volviendo a la cuenta de resultados previsional, podemos observar que los mejores resultados se obtienen a partir del año 2020, en el cual se produce un aumento del 118.03% con respecto al año anterior. Este aumento se da principalmente por el ensanchamiento que se ocasiona entre los ingresos y los gastos y por el cambio que se produce en el resultado financiero que pasa de ser negativo a ser positivo.

5.2. NECESIDADES NETAS DEL FONDO DE ROTACIÓN PREVISIONAL.

En este apartado se estudian las partidas corrientes del balance, tanto de activo como de pasivo, para poder analizar los posibles desfases que se puedan dar a consecuencia de financiar el activo circulante con pasivo circulante, ya que lo adecuado desde un punto de vista financiero, es que parte de las inversiones en circulante, sean respaldadas por pasivo no corriente, es decir, que se financien con recursos a largo plazo, para así evitar desequilibrios debidos a las necesidades de financiación.

La mayoría de los datos incluidos en la tabla han sido hallados aplicando el mismo método de crecimiento que para el resto de variables (crecimiento medio de los últimos tres años), las únicas excepciones son las siguientes:

- Activo corriente:
 - Deudores comerciales y cuentas a cobrar: La previsión se ha realizado sin tener en cuenta el resultado del año 2016, ya que el incremento de ese año es muy elevado en comparación con el resto de periodos, por lo tanto la media de crecimiento se ha obtenido teniendo en cuenta los resultados de 2013, 2014 y 2015.

- Inversiones financieras a c/p: Se considera que se mantendrán las mismas para los próximos periodos, ya que no se dispone de datos suficientes para realizar una previsión.
- Pasivo corriente:
 - Provisiones a c/p: Se dan las mismas circunstancias que en el caso de las inversiones financieras a c/p, por lo que también se mantienen constantes para los próximos periodos.
 - Deudas a c/p y Deudas con empresas del grupo y asociados a c/p: La previsión para ambas variables consiste en amortización ya que los resultados obtenidos de NNFR indican que no será necesario pedir financiación a corto plazo. La amortización de las deudas a c/p es 69.74% la misma que se da en el ejercicio 2016 y la amortización de las otras deudas es la correspondiente a la amortización media de los años 2013 y 2014, ya que son estos los únicos años en los que se produce amortización de deuda.

La siguiente tabla muestra la evolución esperada para los próximos 5 años:

Tabla 23: Previsión de las NNFR

NECESIDADES NETAS DEL FONDO DE ROTACIÓN						
CONCEPTOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Existencias	255.781.923	323.693.690	409.636.473	518.397.624	656.035.570	830.217.287
variación		67.911.767	85.942.783	108.761.152	137.637.946	174.181.717
Deudores com. Y cuentas a cobrar	3.473.043	3.620.299	3.773.799	3.933.807	4.100.600	4.274.464
variación		147.256	153.500	160.008	166.793	173.864
Inv. Emp. Grupo y asociados c/p	3.333.769	6.403.194	12.298.659	23.622.120	45.371.172	87.144.728
variación		3.069.425	5.895.465	11.323.461	21.749.052	41.773.556
Inv. Financieras c/p	1.685.821	1.685.821	1.685.821	1.685.821	1.685.821	1.685.821
variación		0	0	0	0	0
Periodificaciones c/p	1.487.548	2.830.101	5.384.345	10.243.865	19.489.236	37.078.808
variación		1.342.553	2.554.244	4.859.520	9.245.371	17.589.572
Efectivo y otros activos líquidos	14.622.205	18.979.629	24.635.567	31.976.978	41.506.132	53.874.979
variación		4.357.424	5.655.938	7.341.410	9.529.154	12.368.847
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	280.384.309	357.212.733	457.414.664	589.860.216	768.188.531	1.014.276.087
TOTAL VARIACIÓN	0	76.828.424	100.201.931	132.445.552	178.328.315	246.087.557
Provisiones c/p	3.962.754	3.962.754	3.962.754	3.962.754	3.962.754	3.962.754
variación		0	0	0	0	0
Deudas c/p	5.212.715	1.577.124	477.164	144.368	43.679	13.215
variación		-3.635.591	-1.099.960	-332.797	-100.689	-30.464
Deudas Emp. Gupo y asoc. c/p	63.210.369	19.553.720	6.048.817	1.871.163	578.832	179.058
variación		-43.656.649	-13.504.903	-4.177.655	-1.292.331	-399.774
Acreed. com.y otras cuentas	301.322.868	447.203.753	663.710.651	985.036.072	1.461.926.310	2.169.695.705
variación		145.880.885	216.506.898	321.325.421	476.890.238	707.769.396
Periodificaciones a c/p	1.161.746	1.733.950	2.587.987	3.862.670	5.765.183	8.604.757
variación		572.204	854.037	1.274.683	1.902.513	2.839.574
TOTAL PASIVO CORRIENTE	374.870.452	474.031.303	676.787.374	994.877.027	1.472.276.758	2.182.455.490
TOTAL VARIACIÓN	0	99.160.851	202.756.072	318.089.652	477.399.732	710.178.732
FONDO DE MANIOBRA	-94.486.143	-116.818.569	-219.372.710	-405.016.811	-704.088.228	-1.168.179.402
NNFR	0	-22.332.426	-102.554.141	-185.644.101	-299.071.417	-464.091.175

Fuente: Elaboración propia datos SABI

Los cálculos realizados en las partes de la tabla correspondientes a la variación, como su propio nombre indica muestra la diferencia que se da en cada partida con respecto al año anterior. La parte de NNFR se calcula como la diferencia entre el total de variaciones del

activo corriente y el total de variaciones del pasivo corriente, también se trata de una partida que se incluirá en el presupuesto de inversión, para la obtención del total de empleos.

En relación a los resultados, se puede observar que no se producen necesidades positivas, lo que indica que el activo corriente está financiado con el pasivo corriente, es decir la financiación en pasivo corriente es mayor que la inversión en activo corriente.

Este resultado se incluye en el presupuesto de capital, dando lugar a una menor necesidad de empleos.

5.3. PRESUPUESTO DE CAPITAL PREVISIONAL.

El presupuesto de capital es fundamental en una planificación financiera ya que indica las necesidades que se van a tener y los recursos que se van a utilizar para atenderlas.

En la siguiente tabla se muestra el resultado obtenido por PRIMARK para los próximos 5 años:

Tabla 24: Previsión del Presupuesto de capital

PRESUPUESTO DE CAPITAL PREVISIONAL					
CONCEPTO	2017	2018	2019	2020	2021
Presupuesto Inversión					
Inm.en curso y anticipos	5.442.513	8.779.808	37.261.556	22.848.420	36.858.847
Instal. Técnicas y otro inm. Mat.	13.249.592	14.333.180	15.505.387	16.773.459	18.145.239
N.N.F.R.	-22.332.426	-102.554.141	-185.644.101	-299.071.417	-464.091.175
Amortizaciones Financieras	9.206.550	7.238.169	5.690.632	4.473.962	3.517.418
TOTAL EMPLEOS	5.566.229	-72.202.984	-127.186.526	-254.975.575	-405.569.670
Presupuesto Financiación					
Autofinanciación	40.054.167	49.070.843	72.114.267	141.336.522	354.800.321
Ampliación de Capital	0	0	0	0	0
Crédito Nuevo L/P	0	0	0	0	0
Subvención	0	0	0	0	0
TOTAL RECURSOS	40.054.167	49.070.843	72.114.267	141.336.522	354.800.321
Superavit/Déficit	34.487.938	121.273.827	199.300.793	396.312.097	760.369.991
Superavit/Déficit Acumulado	34.487.938	155.761.765	355.062.559	751.374.656	1.511.744.647

Fuente: Elaboración propia datos SABI

El presupuesto de capital se compone de dos partes;

- Presupuesto de inversión: Que incluye las inversiones que se espera que la empresa realice, y las necesidades que tendrá por ello, dando lugar al total de empleos.
- Presupuesto de financiación: Que incluye los medios que va a utilizar para financiarse y que da lugar al total de recursos.

Este presupuesto se realiza una vez que se han fijado los objetivos y la estrategia de la empresa y permite determinar a cuánto ascenderá el proyecto y evidenciar la suficiencia o no de recursos disponibles.

Dentro de la primera parte encontramos las inversiones que quedaron analizadas en el epígrafe 4.4 y las necesidades netas del fondo de rotación del epígrafe 5.2. Para poder realizar una previsión sobre la amortización financiera, he analizado la evolución que ha experimentado el préstamo con las empresas del grupo durante los últimos ejercicios, dando lugar a una amortización anual de 21.38%, correspondiente a la evolución de los últimos tres ejercicios.

En la segunda parte los únicos datos incluidos son los relativos a la autofinanciación compuesta por las reservas y las amortizaciones técnicas esperadas, en la que se produce un incremento medio del 80% basado principalmente en el aumento de las reservas. Sobre el resto de variables que se incluyen en el presupuesto no ha resultado necesario realizar ningún tipo de acción para aumentar los recursos ya que era suficiente con la autofinanciación y las NNFR negativas.

Como conclusión, se puede observar que se da un superávit acumulado cada vez mayor durante todos los periodos previstos, esto indica que se podría amortizar más deuda o aumentar las inversiones ya que dispone de superávit suficiente. Por otro lado, también se puede traducir en una pérdida de rentabilidad, ya que deriva de un exceso de financiación a corto plazo.

5.4. BALANCE DE SITUACIÓN PREVISIONAL.

Con el balance previsional finaliza la elaboración de los principales estados financieros, a través del balance se informa sobre los activos, pasivos y patrimonio neto esperados para una fecha determinada.

El balance previsional esperado para los próximos cinco años es el siguiente:

Tabla 25: Previsión del Balance

BALANCE PREVISIONAL						
CONCEPTOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ACTIVO NO CORRIENTE	275.713.411	268.271.792	263.113.769	285.297.620	291.835.239	311.049.343
1. Inmovilizado intangible	0	0	0	0	0	0
2. Inmovilizado materia	170.885.389	163.443.770	158.285.747	180.469.598	187.007.217	206.221.321
3. Inv. Emp. Grupo y asociados l/p	90.980.068	90.980.068	90.980.068	90.980.068	90.980.068	90.980.068
4. Inv. Financieras l/p	10.297.592	10.297.592	10.297.592	10.297.592	10.297.592	10.297.592
5. Activos por Impuesto diferido	3.550.362	3.550.362	3.550.362	3.550.362	3.550.362	3.550.362
ACTIVO CORRIENTE	280.384.309	391.700.672	613.176.429	944.922.774	1.519.563.186	2.526.020.734
1. Existencias	255.781.923	323.693.690	409.636.473	518.397.624	656.035.570	830.217.287
2. Deudores com. Y cuentas a cobrar	3.473.043	3.620.299	3.773.799	3.933.807	4.100.600	4.274.464
3. Inv. Emp. Grupo y asociados c/p	3.333.769	6.403.194	12.298.659	23.622.120	45.371.172	87.144.728
4. Inv. Financieras c/p	1.685.821	1.685.821	1.685.821	1.685.821	1.685.821	1.685.821
5. Periodificaciones c/p	1.487.548	2.830.101	5.384.345	10.243.865	19.489.236	37.078.808
6. Efectivo y otros activos líquidos	14.622.205	53.467.567	180.397.333	387.039.536	792.880.788	1.565.619.625
TOTAL ACTIVO	556.097.720	659.972.464	876.290.198	1.230.220.394	1.811.398.425	2.837.070.077
PATRIMONIO NETO	94.966.214	108.886.657	129.686.489	171.217.664	279.469.925	598.480.264
1. Capital	3.006	3.006	3.006	3.006	3.006	3.006
2. Reservas	71.928.483	85.848.926	106.648.758	148.179.933	256.432.194	575.442.533
3. Resultados del ejercicio	23.314.873	23.314.873	23.314.873	23.314.873	23.314.873	23.314.873
4. Ajustes por cambios de valor	-280.148	-280.148	-280.148	-280.148	-280.148	-280.148
PASIVO NO CORRIENTE	86.261.054	77.054.504	69.816.335	64.125.703	59.651.742	56.134.324
1. Otros pasivos financieros	1.074.438	1.074.438	1.074.438	1.074.438	1.074.438	1.074.438
2. Deudas Emp. Grupo y asociados	43.061.046	33.854.496	26.616.327	20.925.695	16.451.734	12.934.316
3. Pasivos por impuesto diferido	7.256.181	7.256.181	7.256.181	7.256.181	7.256.181	7.256.181
4. Periodificaciones a l/p	34.869.389	34.869.389	34.869.389	34.869.389	34.869.389	34.869.389
PASIVO CORRIENTE	374.870.452	474.031.303	676.787.374	994.877.027	1.472.276.758	2.182.455.490
1. Provisiones c/p	3.962.754	3.962.754	3.962.754	3.962.754	3.962.754	3.962.754
2. Deudas a c/p	5.212.715	1.577.124	477.164	144.368	43.679	13.215
3. Deudas Emp. Gupo y asoc. c/p	63.210.369	19.553.720	6.048.817	1.871.163	578.832	179.058
4. Acreed. com.y otras cuentas	301.322.868	447.203.753	663.710.651	985.036.072	1.461.926.310	2.169.695.705
5. Periodificaciones a c/p	1.161.746	1.733.950	2.587.987	3.862.670	5.765.183	8.604.757
TOTAL PASIVO Y P.N	556.097.720	659.972.464	876.290.198	1.230.220.394	1.811.398.425	2.837.070.077

Fuente: Elaboración propia datos SABI

El balance se divide principalmente en dos partes:

- Activo: refleja los derechos y posesiones de la empresa.
 - Activo no corriente formado por el inmovilizado, las inversiones inmobiliarias y las inversiones financieras.
 - Activo corriente formados por las existencias, el realizable y el disponible.
- Pasivo y patrimonio neto: refleja las obligaciones o deudas y los fondos propios o fuentes de financiación no exigibles.
 - Patrimonio neto formado por los fondos propios, los ajustes por cambio de valor y las subvenciones donaciones y legados.
 - Pasivo no corriente formado por las provisiones y deudas a largo plazo, los pasivos por impuesto diferido y las periodificaciones a largo plazo.
 - Pasivo corriente formado por los pasivos vinculados a activos, las deudas con empresas y grupos asociados, los acreedores y otras cuentas a cobrar y las periodificaciones a corto plazo.

Tras esta indicación a groso modo sobre el balance, voy a proceder a comentar la obtención de los resultados mostrados en el balance.

Los datos correspondientes al activo corriente y el pasivo corriente proceden de la previsión de Necesidades Netas del Fondo de Rotación, a excepción del efectivo y otros líquidos, que se obtiene sumando la tesorería objetivo del cuadro de NNFR y el superávit acumulado del presupuesto de capital.

La parte de activo no corriente en la que se produce cambio corresponde al inmovilizado material que está compuesto por “Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material” y “Inmovilizado en curso y anticipos”, la primera cuenta fue analizada en el epígrafe 4.4 en el que se explicó la necesidad de ese activo para cubrir la apertura de las nuevas tiendas, esas mismas cantidades han sido las incorporadas como inversión en el presupuesto de capital y como gasto correspondiente de amortización en la cuenta de resultados ya que son los únicos inmovilizados amortizables. El resto de inmovilizado corresponde a la segunda cuenta, que es la que un mayor crecimiento histórico experimenta aumentado un 61.32% (correspondiente al crecimiento medio de los últimos tres años) y que acaba suponiendo mayor peso en el inmovilizado. Por lo tanto, el resultado de inmovilizado material está formado por las inversiones en ambos activos menos la amortización correspondiente.

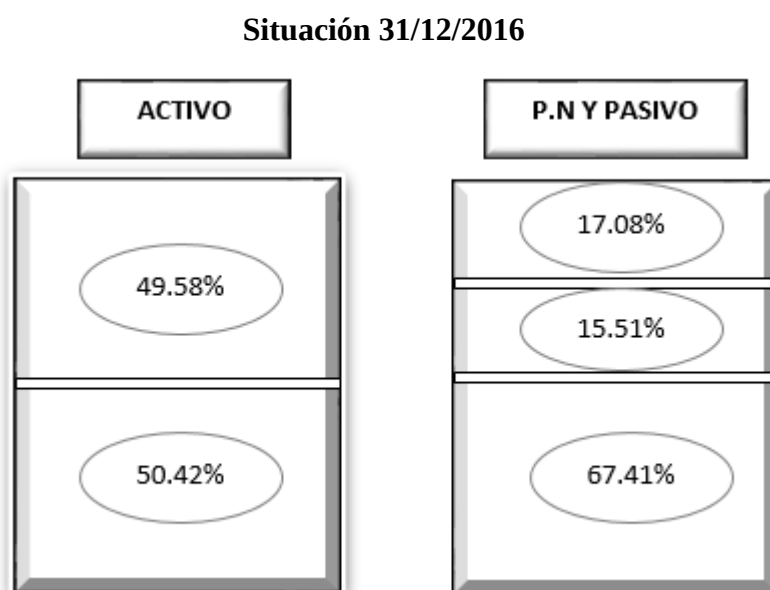
En el patrimonio neto se mantienen constantes los saldos correspondientes al capital, los ajustes por cambio de valor y los resultados del ejercicio ya que los que se van obteniendo en la cuenta de pérdidas y ganancias se van acumulando en las reservas libres una vez que se ha descontado el reparto de dividendos.

La cuenta de reservas está formada por las reservas legales que se mantienen constantes en 601€ ya que estaban cubiertas, más las reservar libres que se van incrementado como antes he mencionado.

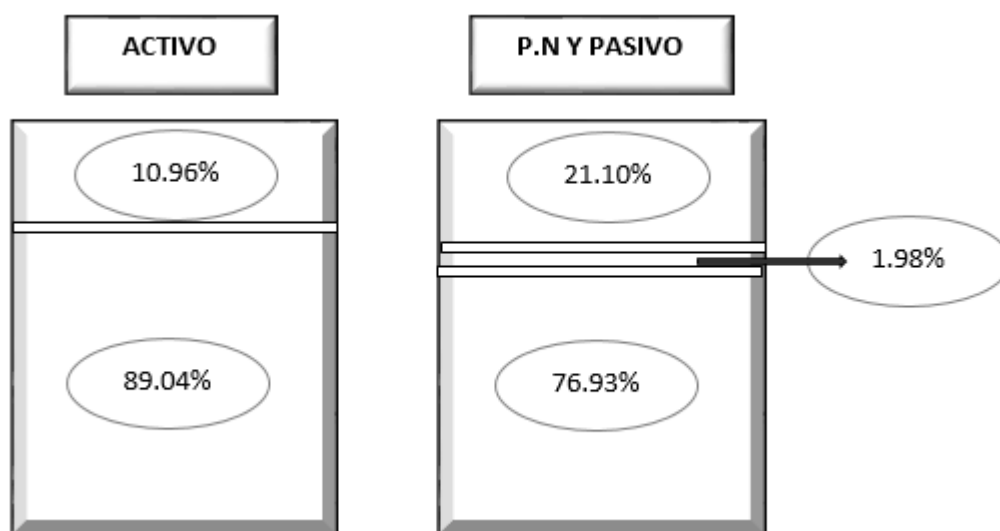
El capital social y las reservas legales se mantienen, ya que no se espera ni ampliación de capital ni resultados negativos, que provoquen cambio en ninguna de las dos variables, ni que impidan que todo el resultado obtenido pueda ser repartido e incluido en la cuenta de reservas libres.

En cuanto a los resultados que nos proporciona el balance, podemos observar que la partida con más peso sobre el activo no corriente, es el inmovilizado material que supone de media un 62.78% del activo no corriente, en el caso del patrimonio neto, son las reservas que de media suponen su 85.21%, para el pasivo no corriente son las periodificaciones con una media de 51.76% y por último para el pasivo corriente son los acreedores comerciales y otras cuentas a cobrar que suponen de media un 95.09%.

La evolución espera es la siguiente:



Situación 31/12/2021



6. CONCLUSIONES.

La principal conclusión a la que he llegado tras el análisis realizado sobre la evolución pasada y esperada de PRIMARK, es que se espera una tendencia de crecimiento bastante positiva, aunque a un ritmo inferior al experimentado al comienzo de la vida de PRIMARK, todo esto se apoya en el estudio realizado para las previsiones y la planificación financiera, también se puede observar en el apartado de “sector en el que opera”, con el que se puede comprobar que ha ido ganando poder en su mercado, llegando a situarse entre las principales potencias de la moda low cost.

En cuanto a la situación económico financiera de PRIMARK, los ratios muestran una situación en términos generales bastante optima, aunque si es cierto que también indican que podría tener ciertos problemas por encontrarse en manos de sus acreedores.

En las previsiones se han tenido en cuenta distintos indicadores como el PIB, la Tasa de Paro y el barómetro de Acotex, que han permitido realizar una estimación más acorde a la situación y evolución de la economía, sirviendo como apoyo para determinar el método de crecimiento previsto para PRIMARK, gracias a esta estimación se han podido predecir los gastos e ingresos esperados para los ejercicios comprendidos entre 2017 y 2021.

Para completar el análisis he realizado la planificación financiera de la que se han obtenido los principales estados contables que indican los resultados esperados, estos como conclusión muestran un crecimiento de sus ingresos y sus gastos que le reportan un resultado positivo, siendo mayor su ingreso que su gasto, por otra parte también podemos afirmar que su circulante es cada vez mayor, tanto el pasivo como el activo, mientras que sus masas no corriente cada vez son menores.

7. ANEXO.

En éste epígrafe se muestra, parte de la información que ha sido utilizada para obtener los resultados mostrados a lo largo del trabajo de fin de grado. Los datos que contienen las siguientes tablas han sido tomados de la base de datos SABI.

BALANCE DE SITUACIÓN								
CONCEPTOS	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
ACTIVO NO CORRIENTE	275.713.411	207.044.621	172.287.952	151.152.748	159.331.671	96.186.144	76.590.382	59.768.000
1. Inmovi. Intangible	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Inmovi. Material	170.885.389	182.460.153	165.985.598	146.474.863	144.019.358	92.019.392	72.843.027	58.353.933
2.1 Terrenos y construcciones	0	0	0	0	0	0	0	0
2.2 Instal. Técnicas y otro inm. material	162.009.655	131.596.709	152.183.563	132.389.083	111.622.194	84.317.132	66.068.334	58.211.362
2.3 Inmov. En curso y anticipos	8.875.734	50.863.444	13.802.035	14.085.780	32.397.164	7.702.260	6.774.693	142.571
3. Inver. empresas del grupo y asociadas l/p	90.980.068	10.025.806	0	0	11.090.682	758.285	0	0
4. Inversiones financieras a l/p	10.297.592	11.427.652	6.302.354	4.677.885	4.221.631	3.408.467	2.707.046	1.022.808
4.1 Instrumentos del patrimonio	0	0	0	4.677.885	4.221.631	0	0	0
4.2 Otros activos financieros	3.717.671	4.844.321	6.302.354	0	0	0	2.707.046	1.022.808
4.3 Otras inversiones	6.579.921	6.583.331	0	0	0	3.408.467	0	0
5. Activos por impuesto diferido	3.550.362	3.131.010	0	0	0	0	1.040.309	391.259
ACTIVO CORRIENTE	280.384.309	333.241.292	273.995.661	168.289.752	118.618.630	79.437.660	29.796.616	17.221.149
1. Existencias	255.781.923	182.155.018	150.842.835	127.321.588	89.472.663	73.802.210	27.190.406	9.763.133
2. Deudores com. Y cuentas a cobrar	3.473.043	309.105	15.837.979	10.440.713	6.563.438	3.132.704	2.155.005	64.860
2.1 Deudores varios	3.375.839	233.457	272.942	3.173.101	874.927	409.818	667.933	0
2.2 personal	97.204	75.648	47.720	34.311	30.750	66.278	0	0
2.3 otros cred. Adm. Públicas	0	0	15.517.317	7.233.301	5.657.761	2.656.608	1.487.072	0
2.4 clientes empresas del grupo	0	0	0	0	0	0	0	64.860
3. Inversión em. grupo y asocia c/p	3.333.769	138.373.398	97.386.130	22.557.943	18.114.155	1.589.539	0	0
4. Inversiones finan a c/p	1.685.821	1.811.632	0	0	0	0	0	0
5. Periodificaciones a c/p	1.487.548	2.356.330	663.824	434.823	375.224	294.147	451.205	1.141.445
6. Efectivo y otros activos liqui. equivalentes	14.622.205	8.235.809	9.264.893	7.534.685	4.093.150	619.060	0	6.251.711
6.1 Tesorería	14.622.205	8.235.809	9.264.893	0	0	0	0	6.251.711
6.2 otros activos liqui. Equivalen	0	0	0	7.534.685	4.093.150	619.060	0	0
TOTAL ACTIVO	556.097.720	540.285.913	446.283.613	319.442.500	277.950.301	175.623.804	106.386.998	76.989.149
PATRIMONIO NETO	94.966.214	80.297.529	68.491.865	23.637.242	29.864.677	14.310.895	8.870.925	2.537.788
1. Capital	3.006	3.006	3.006	3.006	3.006	3.006	3.006	3.006
2. Reservas	71.928.483	42.118.309	24.719.158	13.872.932	14.185.889	8.867.919	2.534.782	640.328
2.1 Legal y estatutaria	601	601	601	601	601	601	601	601
2.2 Otras reservas	71.927.882	42.117.708	24.718.557	13.872.331	14.185.288	8.867.318	2.534.181	639.727
3. Resultados del ejercicio	23.314.873	39.810.170	37.908.340	10.846.226	14.687.043	5.317.970	6.333.137	3.199.103
4. Resultados negativos	0	0	0	0	0	0	0	-1304649
5. Ajustes por cambios de valor	-280.148	-1.633.956	5.861.361	-1.084.922	988.739	122.000	0	0
5.1 Operaciones de cobertura	-280.148	0	5.861.361	0	0	0	0	0
5.2 Diferencia de conversión	0	-1.633.956	0	0	0	0	0	0
5.3 Otros	0	0	0	-1.084.922	988.739	122.000	0	0
PASIVO NO CORRIENTE	86.261.054	173.066.204	196.759.522	172.683.378	63.364.282	39.749.572	14.152.774	38.823.344
1.1 Otros pasivos financieros	1.074.438	1.074.438	0	0	0	0	0	0
2. Deudas empr. Del grupo y asociados	43.061.046	141.949.742	164.644.257	137.999.498	28.916.987	28.916.987	3.000.000	31.916.987
3. Pasivos por impuesto diferido	7.256.181	9.183.601	12.256.843	16.117.172	20.107.808	3.020.143	3.441.766	0
4. Periodificaciones a l/p	34.869.389	20.858.423	19.858.422	18.566.708	14.339.487	7.812.442	7.711.008	6.906.357
PASIVO CORRIENTE	374.870.452	286.922.180	181.032.226	123.121.880	184.721.342	121.563.337	83.363.299	35.628.017
1. Provisiones c/p	3.962.754	4.493.220	0	7.716.331	10.606.066	0	0	0
2. Deudas a c/p	5.212.715	17.229.076	7.513.121	1.674.051	1.375.423	375.000	420.726	0
2.1 Derivados	1.947.658	3.643.174	7.090	0	1.375.423	375.000	0	0
2.2 Otros pasivos financieros	3.265.057	13.585.902	7.506.031	1.674.051	0	0	420.726	0
3. Deudas con empr. del grupo y asoc. c/p	63.210.369	10.135.431	7.846.527	16.807.374	110.693.643	64.884.022	29.900.816	0
4. Acreedores com. Y otras cuentas a pagar	301.322.868	244.632.050	161.566.261	94.674.927	60.269.610	54.543.680	51.559.131	34.358.895
4.1 Proveedores	115.857.911	121.299.682	66.938.192	43.418.387	32.570.523	26.081.499	33.472.166	19.619.199
4.2 Acreedores varios	163.759.846	101.134.303	83.199.984	42.544.780	20.821.136	23.792.165	12.441.265	7.178.518
4.3 Personal (rem. Pendietes)	9.246.454	9.297.657	8.812.329	6.027.283	4.596.652	2.914.659	3.877.589	2.457.958
4.4 otras deudas con ad. Públicas	12.458.657	12.900.408	2.615.756	2.684.477	2.281.299	1.755.357	1.768.111	5.103.220
5. periodificaciones a c/p	1.161.746	10.432.403	4.106.317	2.249.197	1.776.600	1.760.635	1.482.626	1.269.122
TOTAL P.N Y PASIVO	556.097.720	540.285.913	446.283.613	319.442.500	277.950.301	175.623.804	106.386.998	76.989.149

CUENTA DE RESULTADOS								
CONCEPTOS	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
1. Importe neto de la cifra de negocios	1.368.941.766	1.168.407.991	971.895.671	714.196.698	509.830.433	353.282.318	241.706.187	161.970.599
a) Ventas	1.368.941.766	1.168.407.991	971.895.671	714.196.698	509.830.433	353.282.318	241.706.187	161.970.599
2. Variación de existencias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	17.427.273	n.d.
4. Aprovisionamientos	-918.384.763	-773.063.998	-616.180.226	-454.757.182	-319.523.031	-232.867.487	-156.558.542	-96.007.449
a) Consumo de mercaderías	-918.384.763	-773.063.998	-616.180.226	-454.757.182	-319.523.031	-232.867.487	-156.558.542	-96.007.449
5. Otros ingresos de explotación	2.031.268	313.409	274.792	204.909	58.921	13.605	232.151	n.d.
a) Ingresos accesorios y otros de gestión	2.031.268	313.409	274.792	204.909	58.921	13.605	232.151	n.d.
6. Gastos de personal	-126.545.397	-108.812.874	-96.874.734	-78.229.213	-56.755.585	-44.212.626	-33.512.322	-23.931.663
a) Sueldos, salarios y asimilados	-97.884.281	-84.725.704	-74.720.739	-60.070.335	-44.214.684	-34.184.761	-26.431.940	-18.510.861
b) Cargas sociales	-28.661.116	-24.087.170	-22.153.995	-18.158.878	-12.540.901	-10.027.865	-7.080.382	-5.420.802
7. Otros gastos de explotación	-264.675.230	-202.752.266	-177.715.040	-132.836.977	-98.654.504	-56.550.640	-52.378.313	-29.266.022
a) Servicios exteriores	-264.062.800	-201.968.372	-176.599.601	-132.585.528	-98.552.704	-55.961.733	-52.264.259	-25.871.342
b) Tributos	-424.076	-550.386	-825.074	-157.060	-89.298	-425.383	n.d.	-130.118
d) Otros gastos de gestión corriente	-188.354	-233.508	-290.365	-94.389	-12.502	-163.524	-114.054	-3.264.562
8. Amortización del inmovilizado	-28.434.533	-25.099.838	-23.484.672	-25.914.251	-15.210.799	-11.456.152	-7.332.944	-5.441.674
11. Deterioro y resultado por enajenaciones	899.932	746	453	6.338	1.407	2.870	971	n.d.
b) Resultados por enajenaciones y otras	899.932	746	453	6.338	1.407	2.870	971	n.d.
A1) Resultado de explotación	33.833.043	58.993.170	57.916.244	22.670.322	19.746.842	8.211.888	9.584.461	7.323.791
14. Ingresos financieros	54.674	23.279	80.735	38.122	56.869	9.376	9.829	344
b) De valores negociables y otros instr. Finan.	54.674	23.279	80.735	38.122	56.869	9.376	9.829	344
a) De empresas del grupo y asociadas	54.674	23.279	80.294	38.122	56.869	9.376	n.d.	n.d.
b) De terceros	n.d.	n.d.	441	n.d.	n.d.	n.d.	9.829	344
15. Gastos financieros	-1.560.974	-4.725.180	-5.667.701	-6.903.395	-881.705	-541.251	-598.437	-2.984.032
a) Por deudas con empresas del grupo y asociadas	-1.560.974	-4.725.180	-5.667.701	-6.903.395	-881.705	-541.251	-598.437	-1.641.274
b) Por deudas con terceros	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	-1.342.758
A2) Resultado financiero	-1.506.300	-4.701.901	-5.586.966	-6.865.273	-824.836	-531.875	-588.608	-2.983.688
A3) Resultado antes de impuestos	32.326.743	54.291.269	52.329.278	15.805.049	18.922.006	7.680.013	8.995.853	4.340.103
20. Impuestos sobre beneficios	-9.011.870	-14.481.099	-14.420.938	-4.958.823	-4.234.963	-2.362.043	-2.662.716	-1.141.000
A4) Resultado del ejercicio	23.314.873	39.810.170	37.908.340	10.846.226	14.687.043	5.317.970	6.333.137	3.199.103

8. BIBLIOGRAFÍA.

-Acotex.org (2018). Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel.

Disponible on-line: <https://www.acotex.org/barometro/>

-Aguirre J. (2017). El origen de PRIMARK una sorprendente historia de éxito. Disponible on-

line: <https://wsimag.com/es/moda/24333-el-origen-de-primark>

-Álvarez I. (2016). Primark culpa al brexit de un aumento de beneficios insignificante.

Disponible on-line: <http://forbes.es/up-down/9795/primark-culpa-al-brexit-de-un-aumento-de-beneficios-insignificante/>

-Banco de España (2016). Informe anual, Banco de España Eurosistema. Disponible on-line:

<https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/16/Fich/inf2016.pdf>

-Blanchard O., Amighini A., Giavazzi F. (2012) Macroeconomía 5ª edición Pearson Educación, SA. Madrid.

-CEEFP (2018). Centro de Estudios de las Finanzas Públicas Boletín: Evolución y Perspectivas del Producto Interior Bruto. Disponible on-line: <http://www.cefp.gob.mx/publicaciones/boleco/2018/becefp0062018.pdf>

-Datosmacro.com (2018). PIB de España. Disponible on-line: <https://www.datosmacro.com/pib/espana>

-Elespañol.com (2017). Primark sigue triunfando. Disponible on-line: https://www.elespanol.com/economia/empresas/20171107/260224228_0.html

-Enterat.com (2018). Tiendas Primark España 2018(nuevas aperturas, direcciones...) .Disponible on-line: <http://www.enterat.com/ocio/primark-tiendas-espana.php>

-Ferrari J.(2017). Primark gana clientes y abre brecha sobre Zara. Disponible on-line: <https://www.20minutos.es/noticia/3141905/0/primark-gana-clientes-y-abre-brecha-sobre-zara/>

-Fintonic.com (2018). Estudios Fintonic: En estas rebajas gastaremos un 20% más que en 2016. Disponible on-line: <https://blog.fintonic.com/estudios-fintonic-en-estas-rebajas-gastaremos-un-20-mas-que-en-2016>

-Gómez M. (2018). España cierra 2017 con la creación de casi medio millón de empleos. Disponible on-line: https://elpais.com/economia/2018/01/25/actualidad/1516866497_850189.html

-Iberglobal.com (2018). Qué es la internacionalización. Disponible on-line: <http://iberglobal.com/index.php/escuela-de-comercio-exterior/1448-que-es-la-internacionalizacion>

-INE.es (2018)- Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de población activa (EPA). Disponible on-line: http://www.ine.es/prensa/epa_tabla.htm

-Iria P. (2017). Inditex, H&M y Primark siguen reinando en la moda en España: superan el 35% de cuota en 2016. Disponible on-line: <https://www.modaes.es/empresa/inditex-hm-y-primark-siguen-reinando-en-la-moda-en-espana-superan-el-35-de-cuota-en-2016.html>

-Larrechea R. (2015). El origen de PRIMARK. Disponible on-line: <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/7127853/11/15/La-historia-de-Garfield-Weston-el-panadero-canadiense-que-impulso-Primark.html>

-Modaes.es (2018). Indicador Comercio Moda. Disponible on-line: <https://www.modaes.es/indicador-comercio-moda-es.html>

-Modaes.es (2018). Primark cerrará el primer semestre con un crecimiento del 21% gracias a la apertura de tiendas. Disponible on-line: <https://www.modaes.es/empresa/primark-cerrara-el-primer-semester-con-un-crecimiento-del-21-gracias-a-la-apertura-de-tiendas.html>

-Placer D. (2017). El efecto Primark hunde la moda “low cost” española. Disponible on-line: https://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/primark-pagara-mas-a-sus-empleados-que-el-resto-de-tiendas-de-ropa_410673_102.html

-Primark.com (2018). Página oficial de PRIMARK. Disponible on-line: <https://www.primark.com/es/homepage>

-SABI (2017). Base de datos (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos). Disponible on-line a través de : www.ujen.es

- Sánchez S. (2008). *Plan General de Contabilidad 2007 y Análisis de Estado Contables*. Servicio de publicaciones de Caja Rural de Jaén.

-Sanz A. (2018). La barrera de las ventas online impide a Primark disputar el trono a Inditex. Disponible on-line: <http://www.bolsamania.com/noticias/empresas/la-barrera-de-las-ventas-online-impide-a-primark-disputar-el-trono-a-inditex--3087509.html>

-Zamora I. (2015). Por qué la ropa de PRIMARK es tan barata. Disponible on-line: <http://www.abc.es/20121105/economia/abci-exito-primark-barato-201210291236.html>