

Trabajo Fin de Grado

El sector de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas en España. Análisis económico-financiero en el periodo 2015-2020.

The food and beverage manufacturing industry sector in Spain. Economic-financial analysis in the period 2015-2020.

Autora

Paula Leiva

Tutora

Yolanda Fuertes

Facultad de Economía y Empresa

Junio 2022

Resumen

La industria de la alimentación y la fabricación de bebidas en España es un sector clave para su economía y sociedad, aportando gran parte de su PIB.

Este trabajo tiene por objetivo estudiar la evolución de ambos sectores de las empresas creadas tras la crisis del 2008, se analizará la evolución y la situación actual de los sectores, así como la repercusión. Posteriormente se llevará a cabo un estudio de las características de las empresas en España y en concreto en Aragón. Además de llevar a cabo un análisis las estructuras económicas y financieras tanto a corto como a largo plazo. Finalmente, se realizará una comparativa de las empresas en su conjunto y las empresas de reciente creación mediante un estudio de los principales ratios.

Abstract

The food and beverage manufacturing industry in Spain is a key sector for its economy and society, contributing a large part of its PIB.

The objective of this work is to study the evolution of both sectors of the companies created after the 2008 crisis, the evolution and current situation of the sectors will be analyzed, as well as the repercussion. Subsequently, a study of the characteristics of companies in Spain and specifically in Aragon will be carried out. In addition to carrying out an analysis of the economic and financial structures both in the short and long term.

Finally, a comparison between the food and beverage manufacturing industry as a whole and our sample of recently created companies will be made through a study of the main ratios.

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	4
2. SECTOR DE LA INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN Y FABRICACIÓN DE BEBIDAS EN ESPAÑA.	6
2.1 SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN.....	6
2.2 SEGMENTACIÓN POR UBICACIÓN, COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y VOLUMEN DE FACTURACIÓN.	9
2.3 CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES.	10
2.4 ANÁLISIS DAFO.	11
3. PERFIL DE LAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN Y FABRICACIÓN DE BEBIDAS CREADAS TRAS LA CRISIS DEL 2008 EN ESPAÑA.....	13
3.1 LOCALIZACIÓN	13
3.2 FORMA JURÍDICA.....	14
3.3 ESTADO DE LAS EMPRESAS.....	15
3.4 PERTENENCIA A UN GRUPO Y COTIZACIÓN EN BOLSA	16
3.5 TAMAÑO	16
3.6 ANÁLISIS ACTIVIDAD EXTERIOR.....	18
3.7.1 Localización	20
3.7.2 Forma jurídica	20
3.7.3 Estado de las empresas	21
3.7.4 Cotización en bolsa y pertenencia a un grupo	21
3.7.5 Número de empleados	22
3.7.6 Actividad exterior.....	23
4. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO PARA EL PERIODO 2015-2020 DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR CREADAS TRAS LA CRISIS	23
4.2 ESTRUCTURA FINANCIERA.....	25
4.2.1 SITUACIÓN FINANCIERA A CORTO PLAZO.....	27
4.2.2 SITUACIÓN FINANCIERA A LARGO PLAZO.....	29
4.3 ANÁLISIS ECONÓMICO	30
4.4 ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD Y DEL VALOR AÑADIDO.....	33
4.4.1 INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD	33
4.4.2 INDICADORES DEL VALOR AÑADIDO	34
4.5 ANÁLISIS DEL SECTOR EN FUNCIÓN DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA	34
4.5.1 LIQUIDEZ.....	35
4.5.2 ENDEUDAMIENTO	35
4.5.3 RENTABILIDAD ECONÓMICA	36
4.5.4 RENTABILIDAD FINANCIERA	36
4.6 ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA MUESTRA CON EL SECTOR EN SU CONJUNTO	37
5. CONCLUSIONES	40
6. BIBLIOGRAFÍA	42

1. Introducción

La industria de la alimentación y bebidas es el primer sector industrial del país, motor de crecimiento que contribuye a la riqueza y el desarrollo de la economía española.

En España, la industria de alimentación y bebidas es la primera rama manufacturera del sector industrial. Según los últimos datos del INE a fecha de junio de 2021, el sector arrojaba 130.795,8 M€ de cifra de negocio¹, lo que representa el 23,3% del sector industrial, el 22,1% de las personas ocupadas y el 19,2% del valor añadido, representando el 2,5% del PIB español².

El número de empresas³ de la industria de alimentación y bebidas asciende a 30.573, según los últimos datos a fecha de junio de 2021 del Directorio Central de Empresas del INE, lo que representa el 15,6% de toda la industria manufacturera. El 96,1% de ellas son empresas con menos de 50 empleados y el 79% cuentan con menos de 10 empleados. El número de ocupados⁴ en abril de 2021 en la industria de la alimentación, bebidas y tabaco ascendía a 506.200 personas, con una tasa de empleo femenino del 39,5%, superior al resto de la industria manufacturera⁵.

El sector de la industria de la alimentación viene a reflejar la enorme resiliencia ante la crisis sanitaria provocada por el Covid-19, que, gracias a su esencialidad pudo mantener, e incluso aumentar, la producción durante los meses de confinamiento total de la población. Este sector ha sido el que menos ha tenido que recurrir a Ertres para mantener su producción, solo cuatro de cada diez de sus empresas han tenido que recurrir al teletrabajo, frente al 56% de la media nacional si consideramos el conjunto de sectores de actividad.

A pesar de ello, las cifras del sector se han visto fuertemente afectadas por las medidas adoptadas para hacer frente a la pandemia y el importante deterioro de la coyuntura económica en general. Entre los meses de marzo y septiembre de 2020 el sector sufrió un importante descenso de la producción y a su vez se registró una disminución significativa del número de empresas y del nivel de empleo.

¹ Estadística Estructural de Empresas: Sector Industrial 2019. INE (24/06/2021)

² Cuentas Económicas Nacionales (INE)

³ Directorio Central de Empresas DIRCE 2020. INE (14/12/2020)

⁴ EPA 1º trimestre 2021. INE (29/04/2021)

⁵ Instituto Nacional de Empleo. Sector Industrial 2020.

Las empresas del sector han afrontado un notable descenso de los ingresos a raíz de la crisis del COVID-19, acompañado de un aumento de los costes tras la aplicación de distintas medidas de seguridad extraordinarias para evitar contagios, a lo que se ha unido el aumento de los costes laborales.

La negativa coyuntura sectorial ha provocado el cese de la actividad de buen número de empresas, así en el mes de octubre de 2020 se contabilizaron cerca de 1.800 empresas menos en comparación con febrero, lo que representa una disminución en términos porcentuales del 6,8%⁶.

Por otro lado, la crisis del COVID-19 provocó una disminución de unos 7.250 trabajadores empleados en el sector en el primer año de pandemia. Considerando los trabajadores en situación de ERTE, la caída de nivel de empleo se aproxima los 13.900 trabajadores. En el conjunto del sector en torno a un 2,6% de los trabajadores estaban en situación de ERTE, porcentaje que se elevaba hasta el 4% en el subsector de las bebidas.

Actualmente, el conflicto entre Rusia y Ucrania está ocasionando una subida generalizada de los precios, es decir, de la inflación, lo que está ocasionando que en todos los sectores y por lo tanto, también en el sector de la alimentación, el precio de las materias primas se incrementa provocando una pérdida de competitividad.

En este contexto el presente estudio se centra en el análisis de las empresas del sector de la alimentación y fabricación de bebidas en España constituidas tras la crisis económica del 2008, con el fin de analizar su perfil así como su evolución financiera en el periodo más reciente, (2015-2020), incluyendo por tanto en el análisis el impacto provocado por la pandemia en su primer año. Analizaremos también la existencia de diferencias entre las empresas creadas tras las crisis y el conjunto de empresas del sector.

El resto del trabajo se estructura de la siguiente forma, en el apartado 2 se analiza el sector a nivel nacional, considerando sus características principales, las características de los consumidores y elaborando, a su vez, un análisis DAFO para conocer con más detalle las fortalezas y debilidades del sector. Posteriormente, en el tercer apartado se estudia el perfil de las empresas de reciente creación de la industria de la alimentación y bebidas en España, con el fin de conocer en media su tamaño medio, estatus actual, ubicación, subsector de actividad, pertenencia a un grupo, internacionalización, y cotización. Para ello, hemos seleccionado las empresas constituidas en España tras las crisis de 2008, es

⁶ Artículo de la FIAB

decir, desde 2013 hasta la primera mitad de la última década, por tanto, vamos a analizar las creadas en el periodo 2013-2015. En el cuarto apartado realizaremos un análisis económico-financiero de nuestra muestra de empresas con el fin de conocer su evolución en los años posteriores a su creación, esto es, periodo 2015-2020. Finalmente, el trabajo recoge las principales conclusiones del estudio.

2. Sector de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas en España.

2.1 Situación actual y evolución.

El porcentaje de participación de la industria en el PIB español se sitúa por encima del sector primario, pero por debajo del sector servicios. El sector servicios es con diferencia el que presenta valores más altos en el año 2020, según los datos del INE⁷. En el año 2006 la industria suponía un 15,85% del PIB, dicho porcentaje se ha mantenido hasta llegar a un 15,48% en el año 2020.

La industria de la alimentación, clasificada según CNAE como sector 10, incluye los siguientes subsectores: 101. Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos, 102. Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, 103. Procesado y conservación de frutas y hortalizas, 104. Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales, 105. Fabricación de productos lácteos, 106. Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos, 107. Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias, 108. Fabricación de otros alimenticios, 109. Fabricación de productos para la alimentación animal. La fabricación de bebidas, clasificado según CNAE como sector 11, que incluye como único subsector 110. Fabricación de bebidas.

La industria alimentaria representa más del 23% del PIB de la industria manufacturera, y más del 3,69% del PIB nacional. El número de empresas de la industria de alimentación y bebidas asciende a 31.342, según los últimos datos del Directorio Central de Empresas del INE, del periodo 2017-2018, lo que representa el 15,1% del total de la industria manufacturera. Según nos indica la base de datos SABI se han constituido 1.930⁸ empresas en España entre los años 2013-2015, es decir, después de la crisis económica del 2008 que finalizó en el 2012, de las cuales siguen activas 1.396 empresas.

⁷ Datos extraídos del INE.

⁸ Datos extraídos de SABI

Desde el año 2012 hasta el 2014, se inició un proceso de crecimientos moderados culminados en 2017, con un porcentaje del 4,8% superior al registrado para el conjunto de la economía y distanciado de las valoraciones atribuidas al conjunto de la industria, en seis y dos décimas, respectivamente. Esta trayectoria positiva, sin embargo, define pérdidas de su representatividad relativa sobre la industria manufacturera que, según estimaciones de CEPREDE, habrían sido notables en 2018, dando paso en 2019 a un nuevo marco, que se proyecta como anticipo de la consolidación de un crecimiento diferencial y positivo, en torno al 2,2%⁹, ligeramente inferior al estimado para el conjunto de la industria y de la economía.

Entre las empresas que encabezan el Ranking Nacional de Alimentación y Bebidas, destacan Coca-Cola European Partners Iberia; Alvean Sugar; Corporació Alimentaria Guissona; El Pozo Alimentación y Mahou. Todas ellas con una cifra de facturación por encima de los mil millones de euros. Le siguen hasta completar el top ten, pero por debajo ya de los mil millones, Campofrío, Food Group; Casa Tarradellas; Heineken España, Ebro Foods y Rivasam Intercontinental.

El comercio electrónico en el sector alimentario está experimentando un crecimiento gradual en los últimos años, ya que las cadenas de supermercados están expandiéndose y ahora cuentan con tiendas virtuales que les permiten a los clientes hacer sus compras desde la comodidad de su hogar u oficina, sin necesidad de interrumpir su rutina diaria.

La industria de la bebidas, considerada desde un punto de vista global, aparece muy fragmentada, lo que resulta evidente por el elevado número de fabricantes, métodos de envasado, de procesos de producción y de productos finales. Sin embargo, la industria de bebidas refrescantes está bastante concentrada.

El sector lidera también, fundamentalmente en el caso de las grandes compañías alimentarias que son las que más recursos tienen para ello, los avances en los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) fijados por la ONU para el año 2030. La implicación del sector con los ODS produce un significativo avance de la presencia femenina en la Industria de la alimentación y bebidas (IAB). En el primer trimestre de 2021, y tras crecer 1,3 puntos su nivel de presencia en solo un año, las mujeres representan el 39,4% de los trabajadores de la IAB. Prácticamente 4 de cada 10 trabajadores en esta actividad

⁹ Datos extraídos de Fiab

industrial son mujeres, mientras que en el conjunto de la Industria manufacturera es de solo un 26,8%.

Con relación al objetivo 8, relativo al trabajo decente y el crecimiento económico, el empleo en la IAB es fundamentalmente indefinido, a jornada completa y de carácter permanente. Además, la tasa de temporalidad se ha reducido 2,4 puntos en el último año y es del 20,9%, por debajo de la tasa general del mercado laboral en España; y la contratación indefinida ha crecido en el último año un 15,1% en alimentación y un 26,6% en bebidas.

Por otro lado, también desarrollan su actividad más de 70 mil trabajadores técnicos y científicos, y 180 mil trabajadores cualificados de la industria. Entre ambos grupos de trabajadores cualificados representan, en la primera mitad de 2021, más de la mitad del empleo total del sector.

Otro de los objetivos de desarrollo sostenible tiene que relación con la reducción de desigualdades ya que es un sector que ofrece oportunidades laborales a los trabajadores jóvenes, que son los más afectados por el desempleo. El 27,5% de sus trabajadores, un total de 137 mil, son menores de 35 años, ha aumentado en el último año el peso de los trabajadores menores de 25 años en las plantillas, tanto en alimentación como en bebidas.

Por último, la IAB genera empleo en todo el territorio, y la distribución del empleo en el sector refleja una mayor vinculación con el entorno rural, generando un ‘efecto ancla’ en dicho entorno y favoreciendo la diversificación geográfica.

En relación con la comparativa internacional del sector de Alimentación y Bebidas en 2018, en el siguiente gráfico, que muestra el porcentaje sobre el total de la industria, se observa que España está por encima de la UE-28 en cuanto al número de empresas.

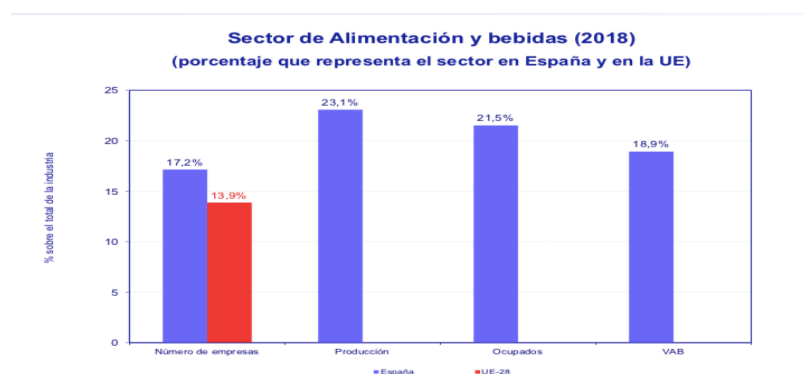


Gráfico 1. Porcentaje de empresas del sector en España y en la UE

Actualmente, la industria alimentaria, que ha demostrado su solvencia durante los momentos más duros de la pandemia, manteniendo la producción y exportando, hace frente al escenario post-covid poniendo el foco en la transformación digital para competir en un mundo globalizado.

2.2 Segmentación por ubicación, comunidades autónomas y volumen de facturación.

España cuenta con numerosas ventajas geográficas que favorecen el desarrollo de empresas pertenecientes a este sector. Segmentando el sector por **ubicación**, comprobamos como las empresas con sede en Cataluña son las más numerosas en este ranking, al representar el 21,1% del total de empresas del sector (211 compañías); le sigue Madrid con 108 compañías y Valencia que cuenta con 104. Destacan, las provincias de Murcia, con una industria hortofrutícola muy potente con 69 compañías, seguida de Pontevedra (52) y Girona (41)¹⁰.



Gráfico 2. Empresas según ubicación

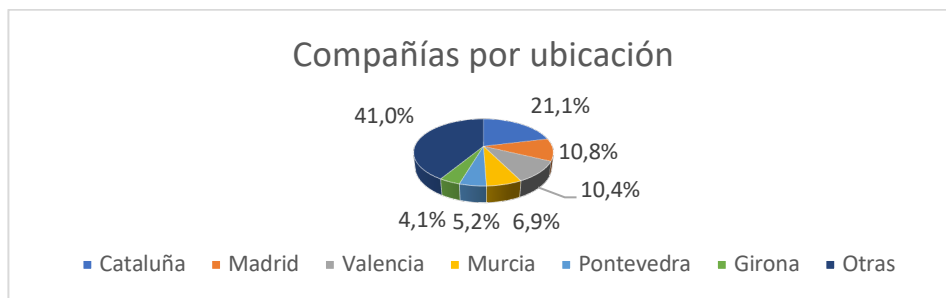


Gráfico 3. Porcentaje de las compañías por ubicación

Atendiendo al **volumen de facturación** el top 5 lo ostentan Barcelona, Madrid, Valencia, Murcia y Sevilla. Estas cinco provincias generan más de la mitad de la facturación de las industrias de toda España (51%).

¹⁰ Datos extraídos de Infocif



Gráfico 4. Ranking por volumen de facturación en millones de euros

2.3 Características de los consumidores.

Las características de los consumidores de la industria alimenticia están evolucionando de manera significativa y acelerada con un enfoque en un estilo de vida saludable y centrado en la sostenibilidad.

En relación con la fidelización de las marcas, las grandes empresas de alimentos se están enfrentando a nuevos consumidores con menor apego a las marcas que conocen, más allá del nombre y de la imagen que proyecta en los medios convencionales, los jóvenes están más interesados en la calidad del producto y en la relación calidad-precio, además de valorar aspectos de sostenibilidad. Por lo general, las personas asocian grandes marcas con productos genéricos y con poco grado de personalización, por lo que resultará cada vez más importante para la industria del *big food* diferenciar su oferta de productos.

Como reacción al deterioro generalizado en la salud, provocado por una menor actividad física y una peor alimentación los consumidores se preocupan por llevar un estilo de vida más saludable, reduciendo el consumo de carne, alimentos procesados y bebidas carbonatadas azucaradas. Se espera que esta tendencia siga en aumento, no solo en países desarrollados, sino también en países como México, en donde la tasas de crecimiento de enfermedades crónicas están al alza.

Además de exigir productos más saludables, los consumidores cada vez se fijan más en los ingredientes de los alimentos procesados, a la hora de decidir cuál comprar. En este sentido, buscan productos menos procesados con un etiquetado más transparente, ingredientes más naturales, o con una menor cantidad de ingredientes nocivos para la salud como aditivos, colorantes y conservantes.

La globalización de los gustos es otro de los factores que influye a la hora de consumir, en los últimos años las redes sociales como Instagram han ayudado a difundir y a dar forma a las preferencias de las personas, especialmente de los jóvenes. Existen ciertos

alimentos considerados saludables como el aguacate, la quinoa, el té verde que hasta hace años se consumían en geografías muy específicas o pasaban desapercibidos, pero han tenido un importante aumento en la demanda a nivel global.

Algunos consumidores con mayor poder adquisitivo buscan productos locales con ciertas características, como son la producción en pequeña escala, alimentos orgánicos y de temporada, de libre pastoreo y sin uso de hormonas ni antibióticos. Sin embargo, esto presenta un reto que obliga a repensar las oportunidades de negocio y las cadenas de suministro tradicionales para las empresas del sector.

En relación con la fabricación de bebidas los consumidores destacan el consumo en bebidas energéticas y alcohólicas. Las bebidas energéticas son cada vez más numerosas y se han convertido en un buen reclamo para una sociedad que exige estar más activa. Los consumidores potenciales de estas bebidas son los niños y jóvenes, entre 10 y 18 años con un 68%, y un 12% las consumen prácticamente a diario.

Por otro lado, las bebidas alcohólicas suelen tomarse en contextos de ocio, siendo la cerveza la bebida preferida por la mayoría de los españoles. Andalucía es, con una notable diferencia, la región de España más cervecera, aunque también lidera el consumo de ron (8,7%) y whisky (7,0%), mientras que, en Levante, el 11,1% de las bebidas alcohólicas que se consumen contienen ginebra, siendo la media española del 7,4%. En cambio, en la zona noroeste de España (Galicia, Asturias, Cantabria y parte de Castilla León), destaca el consumo de vino. Barcelona y su área metropolitana, se sitúa a la cabeza en el consumo de cava.

2.4 Análisis DAFO.

El análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) es una herramienta estratégica que identifica los aspectos favorables a nivel interno y externo, las fortalezas y las oportunidades respectivamente y los aspectos desfavorables de igual manera, tanto a un nivel interno y externo, las debilidades y amenazas respectivamente.

Tabla 1. Análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ La industria de la alimentación ofrece productos perecederos ✓ El reducido tamaño de las empresas puede afectar a su capacidad de inversión en actividades de I+D 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dependencia del sector turístico ✓ Incremento inflacionista en costes energéticos, materias primas y auxiliares, así como las dificultades de aprovisionamiento

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pérdida de trazabilidad en el punto de venta final ✓ Problemas de distribución ✓ Alta competencia en el sector 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de intermediarios cada vez es mayor y el comercio online no ha hecho más que acrecentar esta distancia ✓ Competencia de otros productos fuertemente sustitutivos ✓ Los envases empleados no son en su totalidad biodegradables
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sector con trabajo estable ✓ El comercio electrónico aumenta las exportaciones ✓ Sectores enfocados a todo tipo de consumidores ✓ Resiliente a ciclos adversos ✓ Altos niveles de calidad debidos a la fuerte cultura gastronómica española ✓ Sectores eficaces ante situaciones complicadas, como en el COVID-19 ✓ Mayores controles sanitarios ✓ Gran gama de productos a lo largo del año (no estacionalidad) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La distribución alimentaria ha sido uno de los sectores clave para asegurar la resistencia y, sobre todo, el abastecimiento de toda la sociedad durante la pandemia ✓ Muchas empresas han acelerado su transformación tecnológica ✓ Reinención de empresas tradicionales, como es la vuelta de los pequeños negocios de alimentación ✓ Subvenciones y Ayudas institucionales en promoción y mejora en competitividad ✓ Exigencias de trazabilidad. Oportunidad de reorganización y de mejora en la cadena

Del análisis DAFO recogido en la tabla anterior concluimos que, entre los aspectos negativos a los que la industria debe estar alerta para poder anticiparse, se encuentran el reducido tamaño de las empresas, problemas de distribución y la elevada competencia del sector, que, además, se ve fuertemente afectado por la elevada influencia que mantiene con el sector turístico.

Por otro lado, los aspectos positivos que los sectores pueden aprovechar y potenciar destaca principalmente que son sectores donde el trabajo es bastante estable, además de la alta diversidad de productos que posee España y el aumento de las exportaciones gracias al comercio electrónico.

Es un sector responsable y comprometido, además de estar en constante crecimiento y capaz de aportar estabilidad al conjunto de la economía española debido a la excelencia de sus productos y el buen hacer de las empresas.

España produce una variada oferta de alimentos y bebidas seguras, de calidad y de gran riqueza gastronómica que pocos países tienen y que lo hacen único.

3. Perfil de las empresas de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas creadas tras la crisis del 2008 en España.

Tras realizar un análisis de la situación del sector y de sus principales características y retos a los que se enfrenta, en el presente apartado queremos trazar un perfil de las empresas españolas del sector creadas en los años posteriores a la crisis económica del 2008. Para la selección de la muestra se ha utilizado la base de datos SABI.

Nuestro estudio se centra en aquellas compañías constituidas en los años posteriores a la crisis del 2008, así pues nos centraremos en el periodo comprendido entre 2013 y 2015. En el siguiente apartado llevaremos a cabo un análisis económico-financiero con el fin de conocer sus características financieras así como su evolución en los años posteriores a su creación (periodo 2015-2020).

Una vez aplicados los criterios de selección a través de la base de datos SABI, la muestra final está formada por 1.930 empresas.

3.1 Localización

El análisis regional de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas nos señala que las Comunidades Autónomas donde se han instalado un mayor número de empresas son Cataluña, con 299 empresas, que representa un 15,49% y Andalucía con 298 empresas que supone un 15,44%, seguida de Madrid con 207 empresas representando un 10,73%.

Se ubican principalmente en las grandes ciudades por cuestiones de logística y distribución de sus materias primas de modo que facilitan sus procesos, además de que el mercado laboral es más amplio. También se ven favorecidos por la reducción de los costes de transporte situándose en regiones con buenas vías de comunicación (aeropuertos, puertos). Otro factor a tener en cuenta son los beneficios fiscales de determinadas Comunidades Autónomas.

Provincia	Comunidad autónoma	%
Andalucía	298	15,44%
Aragón	51	2,64%
Asturias	34	1,76%
Baleares	51	2,64%
Canarias	73	3,78%

Cantabria	33	1,71%
Castilla y León	150	7,77%
Castilla-La Mancha	120	6,22%
Cataluña	299	15,49%
Comunidad Valenciana	172	8,91%
Extremadura	79	4,09%
Galicia	165	8,55%
La Rioja	33	1,71%
Madrid	207	10,73%
Melilla	2	0,10%
Murcia	75	3,89%
Navarra	25	1,30%
País Vasco	63	3,26%

Tabla 2. Distribución de las empresas por Comunidades Autónomas
Fuente: SABI (elaboración propia)

En relación con la pandemia del Covid-19, hay que tener en cuenta que la pérdida de empleos y de producción de la industria de alimentación y bebidas ha tenido un impacto económico diferenciado entre las distintas comunidades autónomas españolas, como consecuencia de la mayor o menos especialización de estas en esta industria, y de la importancia del sector agropecuario, ya que entorno al 50% o un poco más de su producción está destinada a la industria de ambos sectores.

Las comunidades que se han visto afectadas en mayor medida con la caída de la producción han sido Murcia, Extremadura, La Rioja, Castilla y León y Castilla-La Mancha.

3.2 Forma jurídica

La forma jurídica que predomina en las empresas de ambos sectores en España es la sociedad limitada, debido a que es una modalidad apropiada para la pequeña y mediana empresa, con un régimen jurídico más flexible que las sociedades anónimas.

Tabla 3. Forma jurídica de las empresas

Forma jurídica	Número de empresas	% empresas
Sociedad limitada	1902	98,55%
Sociedad anónima	15	0,78%
Cooperativa	9	0,47%
Sociedad civil	4	0,21%
TOTAL	1930	100,00%

Fuente: SABI (elaboración propia)

3.3 Estado de las empresas

Según la situación en la que se encuentran las empresas estas se pueden clasificar como: activas, extinguidas, situación desconocida, ilocalizables según las fuentes de SABI, cierre de las hojas registrales, cierre provisional de las hojas registrales, disueltas, posible cierre de las hojas registrales por falta de depósito de cuentas y cierre provisional de las hojas registrales por el art. 3781 RRMM.

La mayoría de las empresas se encuentran activas, además algunas de las activas han realizado una reapertura de la hoja registral según el artículo 378.7 del reglamento del Registro Mercantil, debido a la anulación de una extinción o porque la empresa ha salido de un procedimiento concursal.

Una situación desconocida surge por el hecho de que la empresa se encuentra inactiva y aquellas empresas ilocalizables son las que tras varios intentos no han sido posible localizar.

Las empresas extinguidas están en esa situación debido a una escisión total, por fusión, por absorción o porque están en situación de extinción. El cierre de la hoja registral se debe a la baja en el índice de entidades jurídicas hecha por un Organismo Oficial o porque han sido objeto de cierre, y las empresas disueltas están en esa situación de forma voluntaria. El cierre provisional de la hoja registral es debido al incumplimiento de la obligación de depositar las cuentas.

Tabla 4. Estado detallado de las empresas

SITUACIÓN	ESTADO	% empresas
Activa	1396	72,33%
Cierre hoja registral	68	3,52%
Cierre prov. hoja registral art. 3781 RRMM	4	0,21%
Cierre provisional hoja registral	114	5,91%
Concurso	7	0,36%
Desconocido	105	5,44%
Disuelta	25	1,30%
Extinguida	138	7,15%
Illocalizable según nuestras fuentes	8	0,41%
Posible cierre de la hoja registral por falta de depósito de cuentas	65	3,37%

Fuente: SABI (elaboración propia)

A continuación, se muestra el gráfico donde se observan los diferentes estados detallados de las empresas, de modo que se observa que la mayoría de las empresas se encuentran activas.

3.4 Pertenencia a un grupo y cotización en bolsa

En cuanto a la pertenencia a un grupo, cabe destacar que la muestra total del objeto de estudio son 1930 empresas y todas ellas están fuera del mercado bursátil, es decir, ninguna cotiza en bolsa.

Con la siguiente tabla que muestra la relación de las empresas activas y no activas y el porcentaje de las que pertenecen a un grupo del total de empresas, podemos observar que el 63%, es decir, 813 empresas no pertenecen a ningún grupo y un 81% no forman parte de ninguna empresa de cartera de participadas.

Estado	Pertenecientes a grupo	No pertenecientes a grupo
Activas	37%	63%
No activas	19%	81%

Tabla 5. Relación empresas activas y no activas y % de las que pertenecen a un grupo

Fuente: SABI (elaboración propia)

Cuando una empresa forma parte de un grupo empresarial tiene ventajas como puede ser con la financiación, diversificación de las ventas y la protección por parte del resto de empresas que forman el grupo cuando la empresa esté atravesando momentos críticos.

3.5 Tamaño

Analizando el tamaño de las empresas creadas tras el periodo de crisis, para el periodo 2015-2020 teniendo en cuenta el número de datos disponibles, obtenemos la siguiente evolución:

Tabla 6. Análisis del tamaño

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total activo (miles de €)	827,50	601,17	664,42	733,29	828,14	925,78
Ventas (miles de €)	1.662,40	1.724,15	1.889,59	2.043,22	2.298,59	2.518,21
Número de empleados	11	12	13	13	15	14

Fuente: SABI (elaboración propia)

Si analizamos el total del activo podemos observar cómo el tamaño medio de las compañías de la industria en el periodo 2015-2020 se sitúa en 764 millones de euros, sin apreciar grandes oscilaciones en dicha cifra.

Las ventas alcanzan sus mayores valores en los años 2019 y 2020, sin embargo, situando su valor mínimo en 2015 con 1.662 miles de euros.

El número medio de empleados a lo largo del periodo se sitúa en 13, observando una tendencia ascendente desde el año 2015 con una media de 11 empleados hasta los años 2018 y 2019 en los que se alcanzan los 13 y 15 empleados, observamos no obstante una caída en el año 2020.

Se observa la tendencia que siguen las variables de ventas y número de empleados ya que se observa que los datos son inferiores como consecuencia de la crisis económica del 2008 y se recuperan a medida que transcurren los años. Sin embargo, en el año 2020 las 3 variables sufren un impacto algo más negativo que los años anteriores debido a la pandemia del Covid-19.

Analizando el tamaño de las empresas con mayor profundidad, vamos a desglosar el tamaño por subsector, 10 y 11 (alimentación y bebidas), así podremos observar si existen diferencias:

Tabla 7. Análisis del tamaño por subsectores

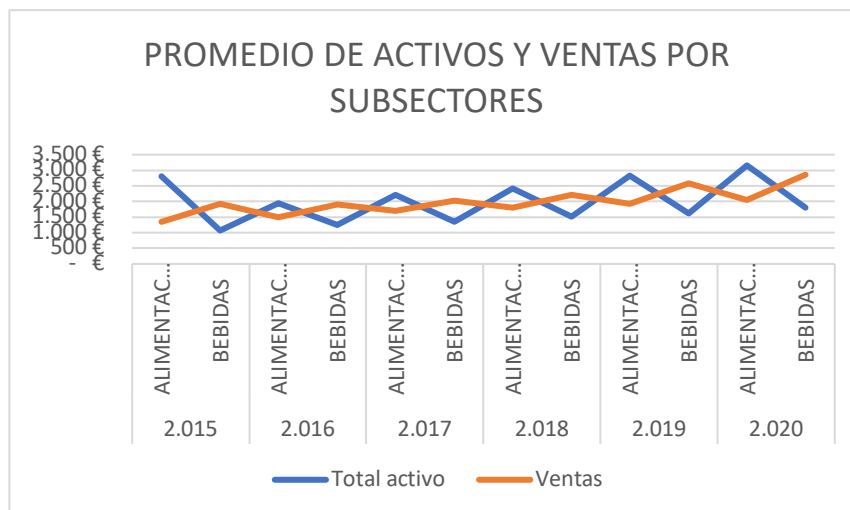
Año	2.015		2.016		2.017		2.018		2.019		2.020	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Total activo (miles €)	2.805	1.070	1.935	1.256	2.212	1.351	2.408	1.516	2.818	1.619	3.155	1.804
Ventas	1.349	1.920	1.486	1.911	1.696	2.037	1.805	2.220	1.922	2.587	2.053	2.857
Número de empleados	11	11	13	11	14	12	15	12	16	14	14	15

Fuente: SABI (elaboración propia)

(1) Alimentación

(2) Bebidas

Gráfico 5. Media de activos y ventas por subsectores



Fuente: SABI (elaboración propia)

Analizando el activo de las empresas observamos que en todos los casos es superior en el subsector de la industria de la alimentación, se podría decir que abarca en torno a un 75% del total del activo. Sin embargo, en las ventas ocurre lo contrario de manera que es superior en la fabricación de bebidas, cabe destacar que en el año 2015 es casi el doble que el de la fabricación de alimentos. Y, por último, el número de empleados suele ser bastante equitativo, aunque en el año 2015 y 2020 es algo superior en la fabricación de bebidas.

3.6 Análisis actividad exterior

En cuanto a la actividad comercial en España podemos observar en la siguiente tabla, según los datos obtenidos de la base de datos SABI, que tenemos un superávit comercial debido a que el número de empresas que exporta es mayor que las empresas que solo importan. Aunque cabe destacar que el 83% de las empresas no realiza actividad exterior, es decir, solo realizan su actividad en el mercado nacional.

Tabla 8. Actividad exterior de las empresas de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas.

Actividad exterior	Nº empresas	% empresas
Exportador	85	4%
Importador	30	2%
Importador/Exportador	219	11%
No realiza actividad exterior	1596	83%
TOTAL	1930	100%

Fuente: SABI (elaboración propia)

Como ya se comentó anteriormente, la pandemia potenció el comercio electrónico por lo que generó un aumento en las exportaciones por lo que el número de empresas exportadoras irán al alza a lo largo de los años.

Los principales mercados a los que se exportan productos alimentarios españoles y bebidas son a Europa, Estados Unidos, Rusia y China¹¹. Durante la crisis y una vez finalizada en el año 2012 los productos que más se exportaban eran productos hortofrutícolas, y seguidos de ellos la panadería.

Además, hay que tener en cuenta la importancia de las exportaciones españolas ya que existen una serie de ventajas por las que a España le interesa exportar productos. Fundamentalmente, se trata de beneficios fiscales relativos al IVA y al Impuesto de Sociedades.

Los productos con mayor nivel de exportaciones¹² en la industria de alimentación y bebidas son la carne de porcino, con 4.582 M€, seguido por el aceite de oliva con 3.119M€, y el vino con un volumen de exportaciones de 2.691 M€. como se recoge en la tabla situada en anexos¹³

3.7 Perfil de la industria en Aragón

Una vez analizado el sector de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas a nivel nacional, nos centraremos en el análisis de la Comunidad Autónoma de Aragón. Para llevar a cabo el análisis se han seleccionado todas las empresas pertenecientes a los sectores de la industria de la alimentación y del sector de la fabricación de bebidas según la clasificación nacional de actividades económicas CNAE 2009 ubicadas en Aragón, filtrando además según fecha de creación, del 01/01/2013 hasta el 31/12/2015, para poder comparar con el análisis que hemos llevado a cabo a nivel nacional en el apartado anterior. Así, aplicando los filtros de selección anteriormente indicados obtenemos una muestra de 51 empresas.

Actualmente el consumo que realizan los aragoneses en productos ecológicos ha aumentado un 35%¹⁴ en los últimos años, en cuanto al gasto que se realiza en la comunidad el dato ha aumentado un 55% desde 2015.

¹¹ Datos de exportación proporcionados por el ICEX en la base de datos ESTACOM

¹² Informe anual de Comercio exterior 2019. MAPA. Datos provisionales

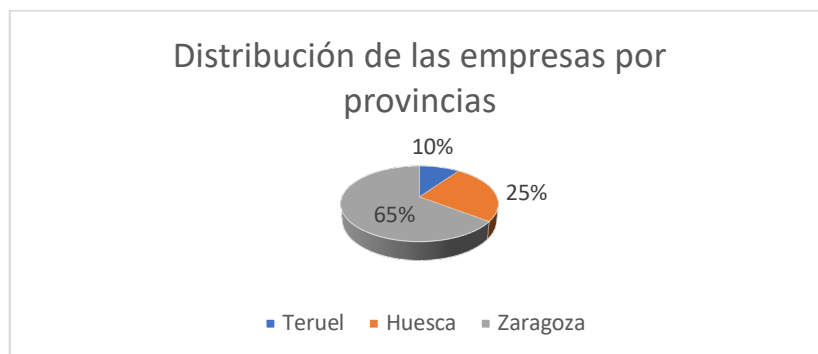
¹³ Ver tabla en Anexos

¹⁴ Estudio Consumo Ecológico 2021 por el Departamento de Agricultura del Gobierno de Aragón

3.7.1 Localización

En el siguiente gráfico observamos que las empresas de los sectores de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas se sitúan principalmente en la provincia de Zaragoza, lo que supone un 65% que son un total 33¹⁵ empresas, seguido de Huesca con un total de 13 empresas que representa el 25% y finalmente Teruel con un total de 5 empresas que representa el 10% del total de las empresas.

Gráfico 6. Distribución por provincias



Fuente: SABI (elaboración propia)

3.7.2 Forma jurídica

En cuanto a la forma jurídica, gran parte de las empresas en Aragón del sector de la industria de la alimentación y la fabricación de bebidas son sociedades limitadas con un total de 29 empresas (57%), pero 19 de esas empresas (37%) son sociedades limitadas unipersonales, cuya diferencia es que las acciones de la sociedad limitada unipersonal pertenecen a una única persona, que puede ser física o jurídica, mientras que en la sociedad limitada el número de socios siempre es mayor que uno. Sin embargo, con tan solo una empresa tenemos a la sociedad cooperativa, la sociedad anónima y la sociedad limitada laboral, que representan el 2%.

Tabla 9. Forma jurídica

Forma jurídica	Nº de empresas	% empresas
Sociedad limitada	29	57%
Sociedad limitada unipersonal	19	37%
Sociedad cooperativa	1	2%
Sociedad limitada laboral	1	2%

¹⁵ Datos extraídos de SABI (elaboración propia)

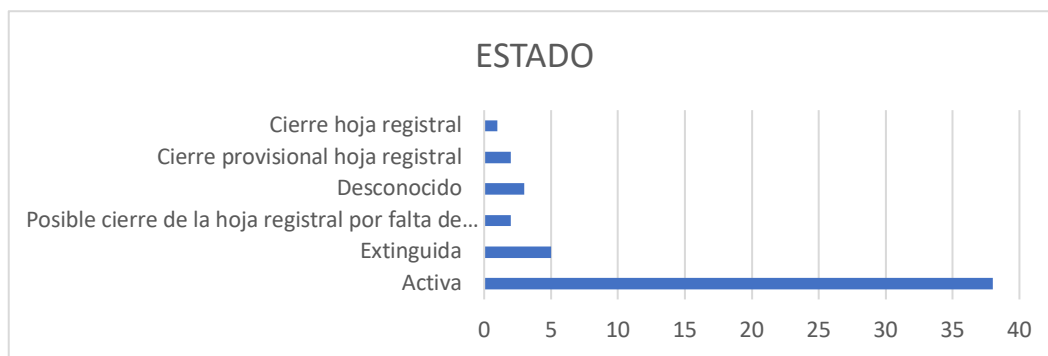
Sociedad anónima	1	2%
TOTAL	51	100%

Fuente: SABI (elaboración propia)

3.7.3 Estado de las empresas

En cuanto al estado actual de las empresas creadas en Aragón, se observa en el siguiente gráfico que el 75% de las empresas de la muestra objeto de estudio se encuentran activas, es decir, un total de 38 empresas. Luego el 10% de las empresas se encuentran extinguidas, lo que supone un total de 5 empresas, es decir, implica el fin de actividades con motivo de su disolución.

Gráfico 7. Estado de las empresas



Fuente: SABI (elaboración propia)

3.7.4 Cotización en bolsa y pertenencia a un grupo

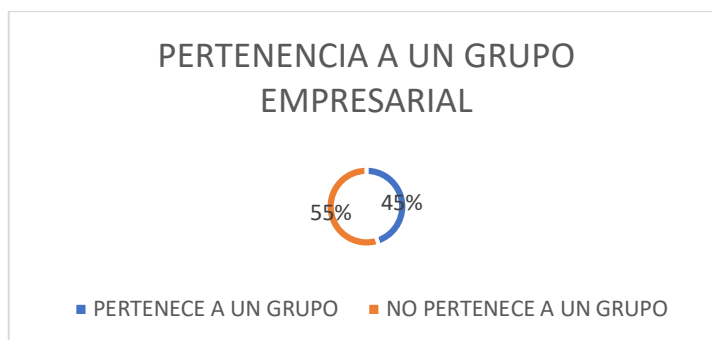
En Aragón, la muestra objeto de estudio de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas no tiene empresas que coticen en bolsa. En cuanto a la pertenencia o no a un grupo empresarial en la siguiente tabla podemos observar que el 55% de las empresas pertenecen a un grupo y el 45% restante no pertenecen a ningún grupo, sin embargo, el 85% no forman parte de ninguna empresa de carteras participadas.

Tabla 10. Relación empresas activas y no activas y % de las que pertenecen a un grupo

Estado	Pertenecientes a grupo	No pertenecientes a grupo
Activas	55%	45%
No activas	15%	85%

Fuente: SABI (elaboración propia)

Gráfico 8. Pertenencia a grupo de las empresas del sector de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas en Aragón



Fuente: SABI (elaboración propia)

3.7.5 Número de empleados

En el siguiente gráfico se observa el número medio de empleados estudiado en el periodo 2015-2020. En el año 2018 disminuyó con una plantilla media de 3 empleados, sin embargo, en el año 2019 se observa una tendencia alcista alcanzando una plantilla media de 5 trabajadores, pero en el año 2020 se observa otra disminución, que se debe a la pandemia provocada por el Covid-19 ya que el sector de la alimentación y fabricación de bebidas han sido sectores muy castigados por esa situación ocasionada de manera inesperada.

Tabla 11. Análisis del tamaño en Aragón

Fuente: SABI (elaboración propia)

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total activo	3278	3206	3161	3119	3088	3072
Ventas	2.152	2.211	2.526	2.853	3.309	3.420
Número de empleados	4,5	3,5	4,0	3,0	4,5	3,0

El total de activo disminuye de forma poco significativa a medida que pasan transcurren los años. Sin embargo, con la cifra de ventas ocurre lo contrario, va aumentando conforme pasan los periodos, ha aumentado prácticamente un millón en 5 años. Y el número medio de empleados está en el rango entre 3 y 5 empleados, como ya se ha comentado al inicio del apartado.

3.7.6 Actividad exterior

En la siguiente tabla, observamos que el número de empresas que realizan actividades internacionales es bajo, ya que solo son 10 empresas las que llevan a cabo ese tipo de actividades. Dado que el número de empresas exportadoras es superior que el de importadoras podríamos decir que en el sector de la industria de la alimentación y la fabricación de bebidas en Aragón presenta un superávit comercial. También cabe destacar, que la mayoría de las operaciones se llevan a cabo en el territorio nacional, lo que representa un 80% del total de las empresas. Sin embargo, el 20% restante corresponde a las relaciones internacionales entre empresas, donde la mayoría de ellas se llevan a cabo con la Unión Europea.

Tabla 12. Número y % empresas que realizan actividad exterior

Actividad exterior	No actividad exterior	Exportador	Importador	Importador / Exportador	Total
Nº empresas	41	5	2	3	51
% empresas	80%	10%	4%	6%	100%

Fuente: SABI (elaboración propia)

4. Análisis económico financiero para el periodo 2015-2020 de las empresas del sector creadas tras la crisis .

Una vez analizado el perfil de las compañías de reciente creación del sector de la alimentación y bebidas en España, en este apartado vamos a llevar a cabo un análisis financiero de estas empresas durante el periodo de cinco años posterior a su creación, esto es periodo 2015-2020. Para ello, analizaremos su situación económico-financiera y su evolución utilizando las cuentas anuales de las empresas como principal fuente de información. Los estudios económico-financieros son fundamentales para determinar la trayectoria de las empresas, además de predecir cambios de tendencia y poder anticiparse a situaciones externas en función de cambios en el entorno. Además nos proporciona información sobre la situación interna de las empresas y así conocer sus puntos fuertes y débiles para tomar decisiones.

De la misma manera que en el apartado anterior, para la selección de la muestra hemos utilizado la base de datos SABI, seleccionando las empresas por actividad según el

criterio establecido de CNAE 2009: sector 10-Industria de la alimentación y sector 11-Fabricación de bebidas.

A continuación, se analiza la estructura económica y financiera de la muestra a través de los principales indicadores.

4.1 Estructura económica

La estructura económica de una empresa se puede identificar con el activo, esto es, el conjunto de bienes y derechos que posee la empresa. Tiene por objetivo conocer la composición del activo y la liquidez de este, es decir, conocer si las inversiones son a largo plazo (activo no corriente) o a corto plazo (activo corriente), de esta manera nos permitirá conocer los medios con los que la empresa cuenta para desarrollar la actividad. Además, resulta esencial para cualquier empresa analizar la composición del activo, ya que toda empresa necesita un cierto nivel de bienes y derechos para la explotación normal de su actividad.

El activo se divide en activo no corriente y activo corriente, siendo el activo no corriente o activo fijo el que no se convierte en líquido a corto plazo, es decir, el que la empresa mantiene en el largo plazo, y el activo corriente el formado por los activos que se convierten en líquido a corto plazo.

Tabla 13. Composición activo

AÑO	Activo Corriente	no Activo Corriente	Existencias	Deudores	Otros activos líquidos	Tesorería
2015	39,33%	60,67%	20,20%	26,84%	52,97%	8,16%
2016	50,27%	49,73%	31,25%	38,36%	30,39%	12,89%
2017	50,36%	49,64%	31,56%	38,68%	29,76%	11,69%
2018	48,55%	51,45%	30,75%	36,07%	33,19%	15,87%
2019	48,11%	51,89%	30,63%	35,07%	34,31%	13,36%
2020	47,94%	52,06%	29,25%	32,19%	38,56%	14,84%

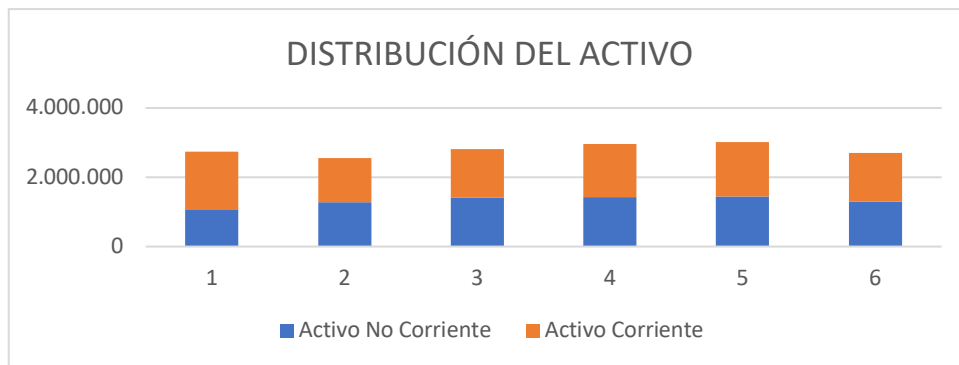
Fuente: SABI (elaboración propia)

En la tabla anterior, podemos observar cómo ha evolucionado la estructura económica de la muestra, partiendo en el 2015 de un porcentaje de activo corriente superior al del activo no corriente, con valores medios del 40% de activo no corriente y del 60% de activo corriente, hasta llegar en los últimos años del periodo analizado a una situación más

equilibrada, siendo superior en media el porcentaje de activo corriente con un 52%. La industria de la alimentación y la fabricación de bebidas son sectores donde las existencias tienen gran peso en el activo corriente, pero también las infraestructuras donde se almacenan y elaboran los alimentos y bebidas.

Si analizamos la composición del activo corriente, cabe destacar que las existencias en el año 2015 representan un 20,20% pasando a 2016 al 31,25%, dicho porcentaje se mantiene hasta el año 2020. En relación con los deudores ocurre prácticamente lo mismo, en el año 2015 representan un 26,84% pasando a un 38,36% en el año 2016, sin embargo, disminuye paulatinamente hasta alcanzar un 32,19% en el año 2020. Analizando otros activos líquidos, es decir, activos que pueden convertirse en dinero en un periodo corto de tiempo observamos con la disminución es más notable pasando de un 52,97% en el año 2015 a un 38,56% en el año 2020. Por último, en la tesorería se puede apreciar una mejora notable a medida que pasan los años, siendo en el año 2015 de un 8,16% a un 14,84% en el año 2020.

Gráfico 9. Composición activo



Fuente: SABI (elaboración propia)

4.2 Estructura financiera

La estructura financiera refleja las distintas fuentes de recursos financieros que han sido utilizadas para hacer posible las inversiones en activo, es decir, en la estructura económica. Además, pretende exponer cómo se está financiando la empresa, mediante fondos propios o ajenos, y en qué proporción lo está haciendo. Este análisis nos permite conocer la distribución de los recursos financieros con los que cuenta la empresa, de la misma manera que la estructura económica, conoceremos su plazo de vencimiento y la proporción de recursos ajenos y recursos propios que utilizan ambos sectores, lo que nos puede ayudar a tener una idea sobre la estabilidad financiera.

Con financiación propia nos referimos al dinero aportado por los socios o los beneficios generados por la propia empresa y con la financiación ajena hacemos referencia al pasivo, que tiene un plazo de devolución a corto plazo (≤ 1 año), o con devolución a largo plazo (> 1 año).

Analizaremos las partidas de pasivo para identificar en qué medida las deudas financian los activos y ver si hay una relación equilibrada entre la financiación propia y la ajena.

Tabla 14. Composición de la estructura financiera

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
PN	32%	39%	38%	38%	38%	36%
PnoC	17%	23%	22%	23%	23%	25%
PC	51%	37%	40%	39%	39%	38%
Total Pasivo	68%	61%	62%	62%	62%	64%
Total PN + P	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: SABI (elaboración propia)

Como se puede apreciar en la tabla anterior, la mayor parte de la financiación de las empresas del sector tiene procedencia ajena, entorno a un 63%, siendo en el año 2015 el que registra mayor porcentaje con un 68%. La mayor parte de la deuda es a corto plazo, siendo mucho más arriesgada e inestable que si fuese a largo plazo, pero analizándolo por años se observa una gran diferencia entre el año 2015 y el 2020, siendo la deuda a corto plazo en el año 2015 de un 51% frente a un 38% en el 2020.

Después de haber analizado el peso de las distintas masas a lo largo de los años, nos vamos a centrar en el cálculo de diferentes indicadores para así profundizar en el análisis de la estructura financiera.

Tabla 15. Indicadores estructura económica

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Media
Financiación propia PN/PN+P	0,32	0,39	0,38	0,38	0,38	0,36	0,38
Financiación ajena c/p PC/PN+P	0,51	0,37	0,40	0,39	0,39	0,38	0,39
Financiación ajena l/p PnoC/PN+P	0,17	0,23	0,22	0,23	0,23	0,25	0,22
Financiación mediante recursos permanentes PN+PnoC/PN+P	0,49	0,63	0,60	0,61	0,61	0,62	0,61

Fuente: SABI (elaboración propia)

Con el ratio de financiación mediante recursos permanentes observamos que en el año 2015 es inferior al resto de años, esto se debe a que las empresas de ambos sectores utilizaban fondos propios y pasivos a largo plazo para financiarse debido a la complicada situación financiera que atravesaban. Además, es aconsejable que las empresas financien sus inversiones permanentes (por ejemplo, la maquinaria) con recursos permanentes o pasivo a largo plazo ya que hacerlo con pasivo a corto plazo supondría un grave problema. Por otro lado, en la industria es mayor la financiación ajena a corto plazo.

4.2.1 Situación financiera a corto plazo

Con el análisis de la situación financiera a corto plazo se pretenden alcanzar principalmente los siguientes objetivos: Conocer la capacidad que tiene la empresa de atender a sus compromisos a corto plazo; medir la liquidez del activo, que vendrá dada por la capacidad que tengan sus componentes para convertirse en dinero con el que satisfacer las deudas y lograr el equilibrio financiero a corto plazo, esto es, cuando la empresa genera dinero en cantidad suficiente y en momento oportuno, de tal manera que. No se generen costes adicionales que vengan provocados por el diferimiento en los pagos. Para ello podemos hacer uso de diferentes indicadores: ratio de liquidez general (Activo Corriente (AC)/ Pasivo Corriente (PC)), que nos permite observar la capacidad que tienen los activos de convertirse en dinero, para así poder hacer frente a las deudas del corto plazo; ratio de liquidez inmediata ((Activo Corriente- Existencias) / Pasivo Corriente (PC)), que mide la capacidad de hacer frente a las obligaciones a corto plazo, con el disponible y realizable. Y, por último, el ratio de tesorería (Disponible /Pasivo Corriente (PC)), que indica la capacidad monetaria que tiene una empresa para afrontar los pagos de carácter inmediato o a corto plazo.

Tabla 16. Liquidez media para el periodo 2015-2020

	Liquidez General	Liquidez Inmediata	Ratio Tesorería
2015	0,60	0,59	0,36
2016	0,66	0,66	0,29
2017	0,62	0,62	0,29
2018	0,66	0,65	0,31
2019	0,67	0,66	0,33
2020	0,68	0,67	0,38

Fuente: SABI (elaboración propia)

Por lo general, lo ideal para cualquier empresa es tener un ratio de liquidez general alrededor del 1,5 para así poder hacer frente a las obligaciones en el corto plazo. En este caso como observamos en la tabla superior, las empresas no contarían con liquidez suficiente para poder hacer frente a sus obligaciones a corto plazo ya que en ningún año se alcanza ese porcentaje. Siendo en todos los años inferior a 1.

En cuanto al análisis de la liquidez inmediata, siendo un análisis más profundo debido a que se eliminan las existencias, por lo que se tienen más en cuenta los activos líquidos, también podemos observar como la liquidez media ronda el 0,64, este valor sigue estando por debajo del valor idóneo como ocurre con la liquidez general, es decir, las deudas a corto plazo podrían ser cubiertas solo en un 64% de activos de liquidez inmediata.

Para finalizar, si solo se tiene en cuenta el activo más líquido, la tesorería, el valor medio del ratio de liquidez ronda entorno al 0,33, esto indica que las empresas tienen una liquidez saludable ya que podrían hacer frente de sus deudas con el efectivo que dispone en caja.

La escasez de liquidez es el principal problema del sector de la alimentación para hacer frente a la crisis. En general, este problema se ha agudizado debido a la pandemia del Covid-19. Mayoritariamente las empresas que forman el sector de la alimentación son pymes que trabajan con márgenes relativamente bajos y tienen balances poco sólidos, por lo que ya tienen dificultad para acceder a créditos que, además, son más caros. Otro problema que se les presenta es que tienen una producción y consumo estacional, lo que implica que constantemente tienen que contar con efectivo para sus compras y existencias.

En comparación con la crisis originada hace 10 años, las administraciones han respondido en este caso con rapidez y han habilitado líneas de financiación para así afrontar las consecuencias económicas de la pandemia y dotar al mercado de liquidez.

En este tipo de sector es importante la disponibilidad inmediata de tesorería, es decir, la gestión del circulante es fundamental debido a que se trata de un sector con mucho producto estacional y tiene que medir mucho su stock y tenerlo bien valorado.

4.2.2 Situación financiera a largo plazo

Al igual que se ha analizado la estructura financiera a corto plazo, también es importante conocer la situación financiera a largo plazo para saber la capacidad que tienen las empresas para afrontar las deudas. Analizaremos la solvencia, el endeudamiento, la calidad de la deuda y la capacidad de devolución de la deuda.

En primer lugar, el ratio de solvencia mide la capacidad que tiene una empresa para hacer frente a sus obligaciones de pago (sus deudas), es decir, este ratio determina si una empresa tendría activos suficientes como para pagar todas sus deudas u obligaciones de pago en un momento dado. Se calcula como el cociente entre Activo Total y Pasivo. El ratio de solvencia óptimo es igual a 1,5 puesto que en ese caso significaría que la situación financiera de la empresa se encuentra en perfecto equilibrio. En la siguiente tabla, observamos que el ratio de solvencia en las empresas de los sectores de alimentación y bebidas no es bueno ya que no llega a la unidad, por lo que el activo no es suficiente para cubrir las deudas.

Tabla 17. Ratio de solvencia (media)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Media
Solvencia	0,64	0,79	0,77	0,76	0,76	0,73	0,62

Fuente: SABI (elaboración propia)

En relación al nivel de endeudamiento (Pasivo (P)/ (Patrimonio Neto (PN)), este es un indicador que muestra cuánta deuda (recursos ajenos) utiliza la empresa para financiar sus activos, que serían sus propios recursos. En relación con la calidad de la deuda (Deudas a corto plazo/ Deudas totales), este índice muestra la proporción de deuda de una empresa que es exigible a corto plazo, comparándolo con la proporción de deuda empresarial que vence a largo plazo, cuanto más lejanos sean los vencimientos, mejor es la calidad de la deuda. Finalmente, la capacidad de devolución de la deuda (Resultado antes de intereses e impuestos (RAIT)/ Pasivo (P)) indica si la empresa puede afrontar su endeudamiento.

Tabla 18. Indicadores de endeudamiento

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Media
Endeudamiento	2,14	1,54	1,61	1,63	1,63	1,75	1,72
Calidad de la deuda	0,75	0,62	0,64	0,63	0,63	0,60	0,64

Capacidad devol.							
Deuda	0,01	0,02	0,01	0,02	0,02	0,04	0,02

Fuente: SABI (elaboración propia)

En la tabla mostrada anteriormente, vemos como por cada unidad de financiación propia que dispone la empresa, utilizan por ejemplo 2,14 unidades de recursos ajenos en el año 2015, así sucesivamente. En general, suele ser normal la situación de mayor financiación ajena que propia como ocurre en el caso de las empresas de estos sectores, incluso en ocasiones es saludable porque tienen mayor capacidad de crecimiento y expansión que si recurriesen a financiarse a través de sus propias reservas y con aportaciones de socios o accionistas, en nuestro caso se financian con deuda a corto plazo la cual es menos inestable que si lo hiciesen con deuda a largo plazo.

En cuanto a la calidad de la deuda, es el cociente del Pasivo Corriente entre el total del Pasivo, observamos como el indicador ronda los valores de 0.75 a 0.60, aunque la cifra es elevada cabe destacar la evolución descendente del mismo a lo largo del periodo, lo que indica una mejora en la calidad de la deuda al haberse incrementado el plazo de devolución de la misma. Para finalizar, analizamos la capacidad de devolución de la deuda, vemos en la tabla anterior que las empresas son capaces de devolver entre el 1%-4% de la deuda total con los resultados generados durante el ejercicio. Además, apreciamos como en los años posteriores a situaciones de recesión económica la capacidad de devolución de la deuda es inferior.

4.3 Análisis económico

Una vez realizado el análisis financiero, tanto a largo como a corto plazo, procedemos a realizar el análisis económico. El objetivo principal de este análisis es estudiar la actividad que realizan las empresas mediante indicadores como la rentabilidad económica (ROI), rentabilidad financiera (ROE), composición del resultado y el margen comercial.

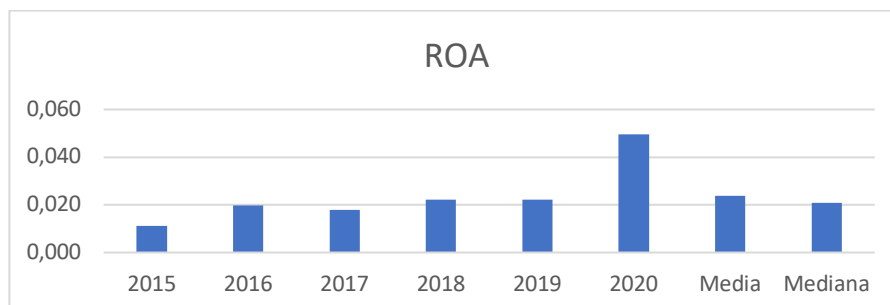
Rentabilidad económica (ROA)= EBIT (B° generado antes de intereses e impuestos) / Activo total

La rentabilidad económica¹⁶ indica las ganancias que obtiene una compañía de sus inversiones, es decir, mide la capacidad de los activos para generar beneficios. Hay que

¹⁶ Ver datos numéricos en Anexo

tener en cuenta que el beneficio que utilizamos es el generado antes de intereses e impuestos.

Gráfico 10. Rentabilidad económica de las empresas de la industria de alimentación y fabricación de bebidas



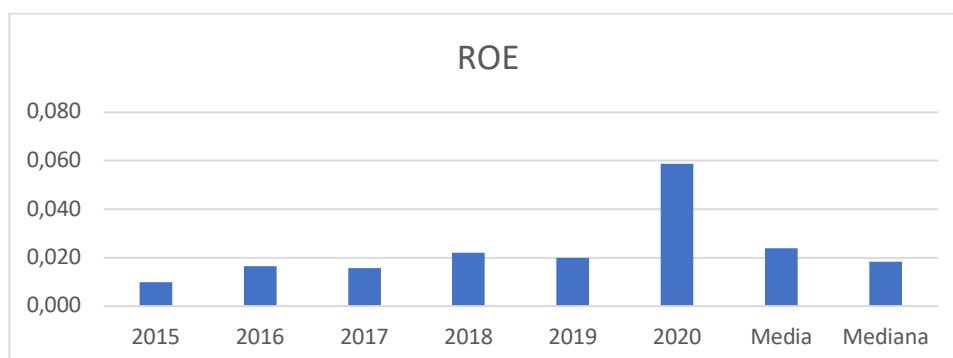
Fuente: SABI (elaboración propia)

En el gráfico podemos ver cómo la rentabilidad de la muestra de empresas ha ido aumentando desde el año 2015.

Rentabilidad financiera (ROE)= RDT / Patrimonio Neto

Este indicador mide el beneficio que obtiene una empresa en relación con los recursos propios, sin contabilizar recursos de terceros. Cuanto más elevado sea el ROE, mejor para los propietarios de la empresa. Podría decirse que la rentabilidad financiera¹⁷ debe de ser positiva e igual o superior a las expectativas que tengan depositadas los propietarios en su negocio.

Gráfico 11. Rentabilidad financiera de las empresas



Fuente: SABI (elaboración propia)

Al igual que hemos visto en el análisis del ROA la rentabilidad financiera de las empresas de la muestra ha ido aumentando desde el año 2015, a pesar del ligero descenso del año 2017.

¹⁷ Ver datos numéricos en Anexo

Comparando los datos de la rentabilidad económica (ROA) y la rentabilidad financiera (ROE) podemos llegar a la conclusión de que ambos indicadores poseen valores similares. En caso de que el ROE fuese superior al ROA, interesa endeudarse y financiar los activos con recursos ajenos ya que esto tiene un efecto positivo en la rentabilidad.

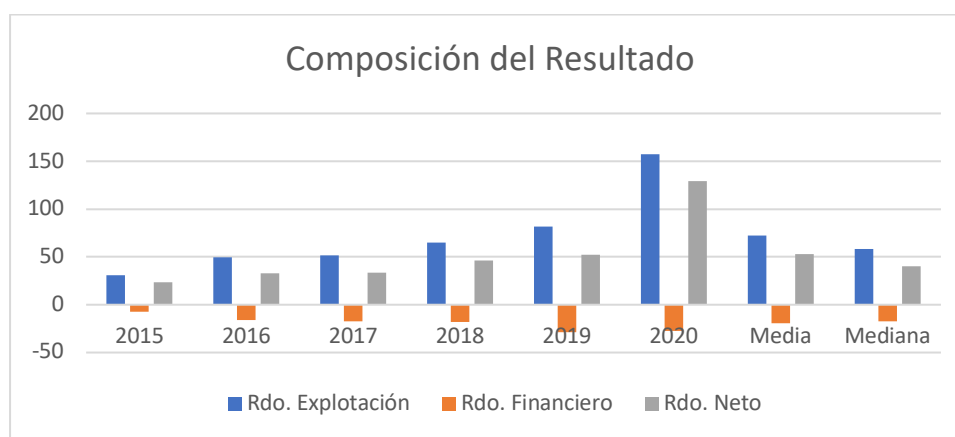
Evolución de la composición del resultado (Resultado de explotación, financiero y neto)

La manera de calcular este indicador se obtiene del volumen de facturación (ventas) restándole el coste de los bienes o servicios producidos y de los gastos operativos. A través de este indicador se muestra la proporción del resultado del ejercicio que ha generado la empresa mediante la actividad que realiza.

Gráfico 12. Composición del resultado de explotación, financiero y neto

Como observamos en el gráfico la composición de los resultados¹⁸ va aumentando a medida que transcurren los años, alcanzando su máximo valor en el ejercicio 2020 con un valor de 157, lo mismo ocurre con el resultado neto. Sin embargo, el resultado financiero obtiene valores negativos en todos los años, esto puede deberse a las pérdidas en su sección financiera.

Gráfico 13. Composición del resultado



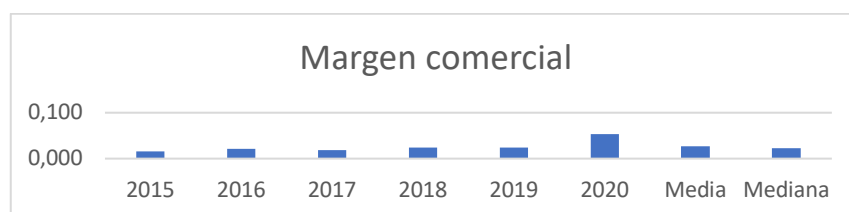
Fuente: SABI (elaboración propia)

Margen comercial= RAIT / Ventas

¹⁸ Ver datos numéricos en Anexo

El margen comercial¹⁹ es el porcentaje sobre el precio de venta de un producto que gana una empresa, es decir, nos muestra los beneficios obtenidos por cada venta del bien o servicio que proporcionan las empresas.

Gráfico 14. Margen comercial



Fuente: SABI (elaboración propia)

El margen comercial tal y como podemos apreciar en la tabla superior se mantiene en el periodo de 2015-2019 alcanzando su valor más elevado en el año 2020, triplicando su valor en el ejercicio 2020 con respecto al 2015.

4.4 Análisis de la productividad y del valor añadido

En una empresa, la productividad es fundamental para crecer o para aumentar la rentabilidad. El valor añadido es la riqueza que se genera por la actividad de la empresa y se obtiene por la diferencia entre el valor de la producción y el valor de compra de las adquisiciones. Esta riqueza generada vamos a observar cómo está distribuida respecto a los empleados y a las ventas. Además, el cálculo del valor añadido aporta a las empresas gran información debido a que representa la contribución de las empresas al PIB nacional.

4.4.1 Indicadores de productividad

En este apartado analizaremos los indicadores de productividad, son herramientas que se utilizan para medir la eficiencia dentro de la empresa, es decir, el rendimiento de los procesos. A continuación, estudiaremos el promedio de ventas y el valor añadido generado por cada empleado, así como el promedio del gasto de las empresas por cada uno de esos trabajadores.

Tabla 19. Indicadores de productividad

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Media
Ventas / empleado	187,62	178,75	182,16	180,38	186,93	208,34	187,36
VA / empleado	43,02	42,57	42,95	44,64	46,64	55,78	45,93

¹⁹ Ver datos numéricos en Anexo

G. personal /empleado	30,58	29,36	30,05	30,82	31,69	32,99	30,91
------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Fuente: SABI (elaboración propia)

Las ventas por empleado se encuentran con valores en torno a 180, aunque en algún ejercicio se supera los 185 o incluso en el año 2020 sobrepasa los 200, en el año 2015 y 2020 son los únicos valores que las empresas superan la media. La recuperación de la productividad por empleado se ha conseguido por el ajuste de empleados.

La relación valor añadido por empleado no supera los 50 en el periodo 2015-2019, aunque ha ido aumentando de manera progresiva, pero en el año 2020 aumenta alcanzando valores alrededor de los 56.

El gasto de personal por empleado se ha mantenido en torno el 31%, valores que se sitúan en la media.

4.4.2 Indicadores del valor añadido

Los indicadores de productividad son herramientas para su diagnóstico que apoyan la definición de las estrategias de las empresas, las bases para el desarrollo estratégico y el mejoramiento continuo de la productividad.

Para llevar a cabo un estudio más profundo del valor añadido, pondremos en relación con el gasto de personal y con las ventas en la tabla que se muestra a continuación:

Tabla 20. Indicadores de valor añadido

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Media
VA (mil €)	434.136	573.671	622.882	671.540	697.954	667.406	611.265
VA / empleado(%)	0,71	0,69	0,70	0,69	0,68	0,59	0,68
VA / ventas (%)	0,23	0,24	0,24	0,25	0,25	0,27	0,24

Fuente: SABI (elaboración propia)

El ratio de VA/Empleado indica el valor añadido que genera cada empleado, vemos como se mantiene estable al igual el indicador V/A ventas.

Aunque, la relación entre el valor añadido sobre las ventas se puede observar como el valor añadido supone una cuarta parte de las ventas netas.

4.5 Análisis del sector en función del tamaño de la empresa

Tras haber realizado el análisis económico-financiero durante el periodo 2015-2020 de la muestra de empresas creadas tras la crisis financiera, se procede a comparar la repercusión

que tiene el tamaño de las empresas en los ratios más significativos (liquidez general, solvencia, endeudamiento y rentabilidad económica y financiera).

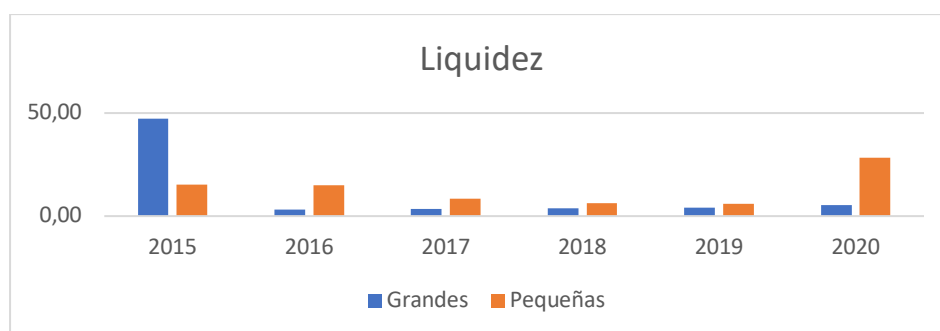
Para segmentar la muestra hemos utilizado la cifra de activo, considerando, así como “empresas grandes” aquellas cuya cifra de activo es superior a la media, y “empresas pequeñas” aquellas con un activo inferior a la media.

Se analizará la evolución de los principales ratios a lo largo del periodo para así poder estudiar la evolución en función del tamaño.

4.5.1 Liquidez

Analizando la liquidez²⁰ de las empresas grandes se observa como en el año 2015 la variación es bastante elevada respecto al resto de años, lo mismo ocurre con las empresas pequeñas en el año 2020. El resto de los años las variaciones son menos significativas, aunque en términos generales las empresas pequeñas disponen de más liquidez que las grandes. La pandemia del Covid-19 provoca impactos negativos respecto a años anteriores.

Gráfico 15. Liquidez empresas grandes y pequeñas



Fuente: SABI (elaboración propia)

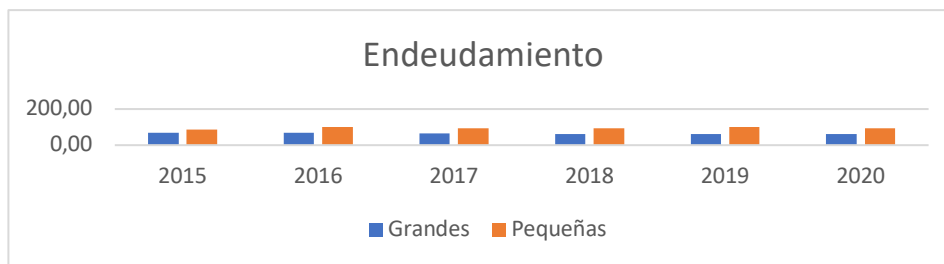
4.5.2 Endeudamiento

En relación con el endeudamiento ²¹ observamos como disminuye en las empresas grandes a medida que transcurren los años. Sin embargo, en las empresas pequeñas el endeudamiento aumenta respecto al año 2015, aunque por lo general fue superior en líneas generales, esto puede verse afectado por la importante repercusión de la pandemia.

Gráfico 16. Endeudamiento empresas grandes y pequeñas

²⁰ Ver datos numéricos en Anexo

²¹ Ver datos numéricos en Anexo



Fuente: SABI (elaboración propia)

4.5.3 Rentabilidad económica

En cuanto a la rentabilidad económica²², cabe destacar que las empresas grandes no tienen todos los años valores similares, aunque cabe destacar que en el año 2015 es más elevado en cuanto a rentabilidad económica. Las empresas pequeñas tienen también valores algo llamativos de manera que en el año 2015 obtiene valores en torno 480, mientras que al año siguiente el valor tiene valores negativos.

Una posible solución, en general, para aumentar la rentabilidad económica sería el aumento de los ingresos y/o reducir los costes en las empresas.

Gráfico 17. Rentabilidad económica empresas grandes y pequeñas



Fuente: SABI (elaboración propia)

4.5.4 Rentabilidad financiera

Comparando las rentabilidades financieras²³, del periodo 2016-2020 son positivas tanto en las empresas grandes como en las pequeñas, excepto en el valor del 2016 de las empresas pequeñas que tienen un valor negativo. El año 2015 es el que tiene los valores más elevados tanto en las empresas grandes como en las pequeñas.

Gráfico 18. Rentabilidad financiera empresas grandes y pequeñas

²² Ver datos numéricos en Anexo

²³ Ver datos numéricos en Anexo



Fuente: SABI (elaboración propia)

4.6 Análisis comparativo de la muestra con el sector en su conjunto

En este apartado vamos a llevar a cabo un análisis de los principales indicadores (tamaño, liquidez, solvencia y rentabilidad) comparando entre nuestra muestra de empresas creadas tras la crisis económica (periodo 2008-2010) y el conjunto de empresas españolas del sector. En primer lugar, vamos a analizar el tamaño del sector²⁴.

Gráfico 19. Activo y ventas (miles de €)



Fuente: SABI (elaboración propia)

En general, vemos como el sector sigue una tendencia estable en cuanto al activo a lo largo del periodo analizado, obteniendo valores medios que se sitúan en torno a los 6,5 millones de euros. En el caso de la muestra de empresas de reciente creación los valores son muy inferiores, con valores medios por debajo del millón de euros.

En relación a la cifra de ventas, la tendencia ha sido ascendente a lo largo del periodo analizado, situándose en el año 2020 en casi 7,7 millones de euros. Cabe destacar, que en el año 2020 en ese aumento pudo influir la crisis sanitaria del COVID, que provocó nuevos hábitos de compra y nuevas tendencias en la distribución alimentaria, por lo que aumentaron los productos de gran consumo. Esta tendencia alcista también puede

²⁴ Ver datos numéricos en Anexo

observarse en el caso de las empresas de reciente creación, que iniciaron el periodo con valores de 1,6 millones de euros y terminaron 2020 con una media de 2,5 millones.

Gráfico 20. Número medio de empleados de las empresas españolas

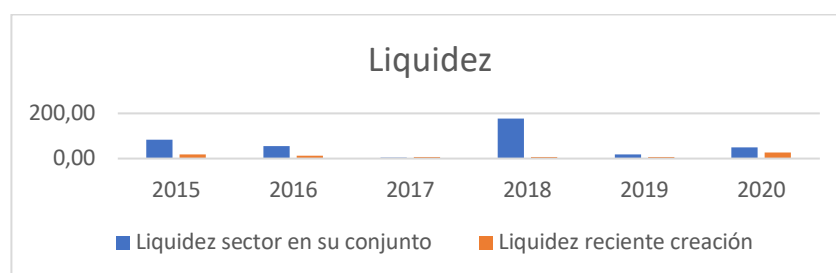


Fuente: SABI (elaboración propia)

En cuanto al número de empleados, en el periodo 2015-2018 los valores se sitúan en torno a la media, siguiendo una tendencia ascendente a partir de dicho año, alcanzando su máximo valor en el año 2020 con una media de 27 empleados. Esto fue debido al aumento de las ventas ya que se necesitan más trabajadores para poder atender las demandas de los consumidores. En comparación con las empresas jóvenes siguen la misma tendencia, pero con valores muy inferiores.

Para comparar la situación financiera a corto plazo se ha utilizado el ratio de liquidez general²⁵ como observamos en el siguiente gráfico.

Gráfico 21. Situación financiera a corto plazo

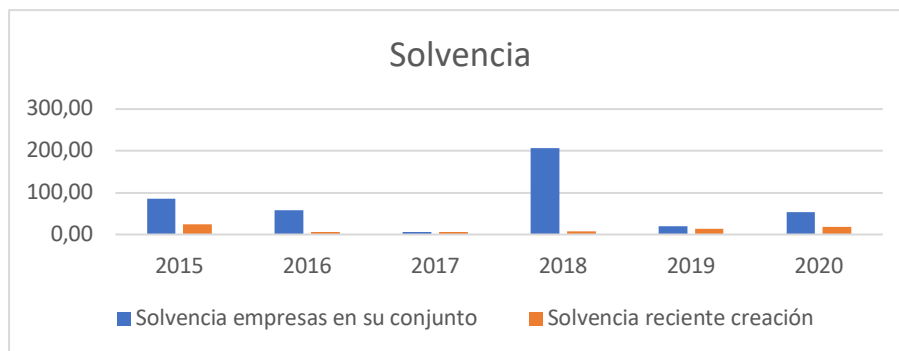


Fuente: SABI (elaboración propia)

Cabe destacar, que las empresas españolas de reciente creación disponen de una liquidez inferior en comparación con la totalidad del sector. Sin embargo, ocurre lo contrario en el año 2017 donde la liquidez es ligeramente superior en las empresas jóvenes.

Gráfico 22. Situación financiera a largo plazo

²⁵ Ver datos numéricos en Anexo

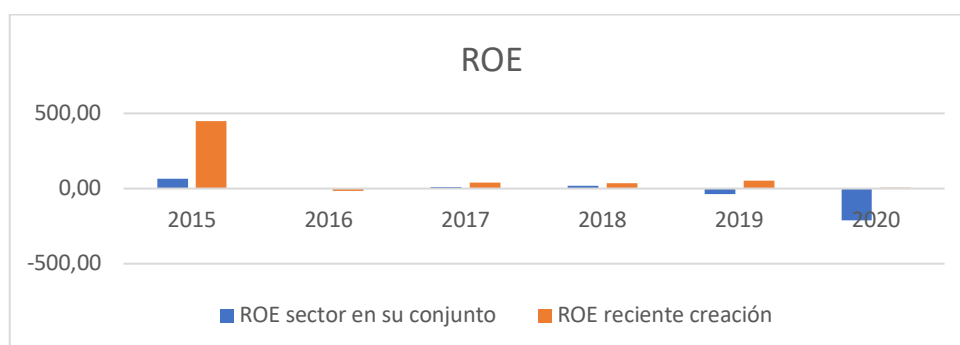


Fuente: SABI (elaboración propia)

Como observamos las empresas de reciente creación que han sido las analizadas a lo largo del trabajo disponen de menos solvencia²⁶. Sin embargo, en el año 2017 apenas se aprecian diferencias. Por lo general, una empresa joven es normal que apenas tenga solvencia ya que al inicio puede sufrir algunas dificultades.

A continuación, observamos en los siguientes gráficos la evolución de la rentabilidad financiera y la rentabilidad económica²⁷ de las empresas españolas en el periodo 2015-2020.

Gráfico 23. Indicadores de análisis económico (ROE)



Fuente: SABI (elaboración propia)

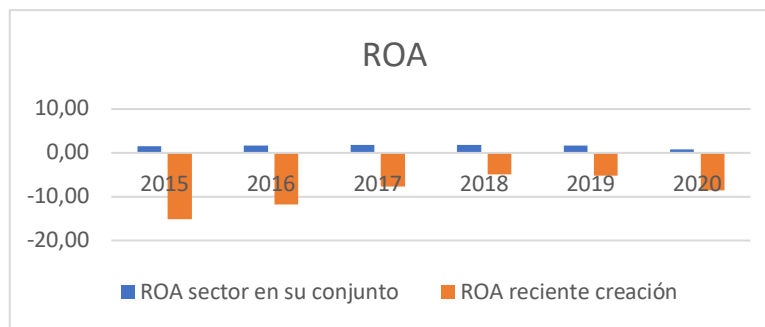
Vemos como tanto la evolución en las columnas de la rentabilidad financiera²⁸ de las empresas de reciente creación tiene valores superiores a las del sector en su conjunto, puesto que una empresa de reciente creación acabará de recibir las aportaciones de sus socios, y tendrá más dificultades de obtener recursos ajenos.

Gráfico 24. Indicadores de análisis económica (ROA)

²⁶ Ver datos numéricos en Anexo

²⁷ Ver datos numéricos en Anexo

²⁸ Ver datos numéricos en Anexo



Fuente: SABI (elaboración propia)

Las magnitudes son negativas y similares en todos los periodos, salvo la rentabilidad sobre activos en el año 2019 es bastante negativa en comparación con las empresas jóvenes.

5. Conclusiones

El objetivo principal del presente trabajo es analizar la evolución de las empresas del sector de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas creadas tras la crisis del 2008 en España. La importancia del sector a nivel nacional es relevante debido a que es uno de los principales sectores industriales del país. Destaca por ser un sector en constante crecimiento y capaz de aportar estabilidad al conjunto de la economía española debido a la excelencia de sus productos y el buen hacer de las empresas.

De los resultados obtenidos del análisis DAFO concluimos que, entre los aspectos negativos a los que la industria debe estar alerta para poder anticiparse, se encuentran el reducido tamaño de las empresas, problemas de distribución y la elevada competencia del sector. Sin embargo, en cuanto a aspectos positivos son sectores donde el trabajo es bastante estable, además del aumento de las exportaciones gracias al comercio electrónico.

Nuestros resultados indican que, en cuanto, al perfil de las empresas españolas del sector creadas en los años posteriores a la crisis económica del 2008, la mayoría de las empresas están ubicadas en las grandes ciudades por cuestiones de logística y suministro de materias primas. La mayoría de las empresas son sociedades limitadas al ser pequeñas y medianas empresas. La gran parte de ellas siguen activas y no cotizan en bolsa, además de no pertenecer a ningún grupo. Cabe destacar, que no realizan actividad exterior, pero actualmente exportan más debido al comercio electrónico.

En relación con el perfil de las empresas de la industria en Aragón están en su mayoría ubicadas en Zaragoza, y poseen las mismas características que a nivel nacional.

A la hora de realizar el análisis económico a corto plazo y el análisis financiero a largo plazo hemos observado como la distribución del activo es bastante equitativa. La composición del activo a lo largo del periodo ha ido aumentando, la evolución de sus masas más significativas han sido el aumento de los activos líquidos y el aumento de la tesorería después de la crisis económica de 2008. En cuanto a la financiación, las empresas de la industria alimentaria y fabricación de bebidas recurren principalmente a fuente de financiación ajenas. Además, tienen unos buenos niveles tanto de liquidez como de solvencia lo que significa que disponen de una buena salud financiera en ambos sectores. Por lo general, las empresas se financian con deuda a corto plazo, esto ofrece menos estabilidad que una deuda a largo plazo.

Durante el periodo estudiado (2015-2020) hemos observado como las empresas de ambos sectores han evolucionado de manera positiva, aumentando los indicadores de rentabilidad y la productividad. Sin embargo, el indicador del valor añadido se ha mantenido estable por lo que genera la misma contribución al PIB.

En cuanto al análisis de las empresas de la industria alimentaria y fabricación de bebidas se ha llevado a cabo una segmentación según la cifra de activos para analizar la influencia del tamaño en los principales indicadores. Este estudio nos indica que, en general, la liquidez es superior en las grandes empresas; en relación con el endeudamiento este es mayor en las empresas de menor tamaño. La rentabilidad económica (ROA) es mayor en las pequeñas, mientras que la rentabilidad financiera (ROE) es similar.

Finalmente se ha realizado un análisis comparativo de nuestra muestra de empresas de reciente creación, con el conjunto de empresas españolas de la industria de la alimentación y bebidas, con el fin de observar si existen diferencias con las empresas jóvenes o de reciente creación que son las que hemos estudiado a lo largo del trabajo. El tamaño, medido por la cifra de activos, el nivel de ventas y el número de empleados, es muy inferior en la muestra de empresas constituidas en el periodo posterior a la crisis económica. En cuanto a la liquidez y solvencia, es algo menor en las empresas de reciente creación. Sin embargo, la rentabilidad financiera y la económica es superior en las empresas en su conjunto. Como conclusión, la industria de alimentación y bebidas redujo su producción en 2020 por el impacto de la pandemia COVID-19, no obstante, en España este sector es el que mejor ha soportado la crisis de la pandemia, con una caída menor que la del resto de industrias. Además, el sector ha evolucionado en los últimos años gracias a los avances tecnológicos, que han podido satisfacer la demanda global.

6. Bibliografía

1. Evolución del PIB y otras magnitudes de ambos sectores en España (Fecha: Año 2020)
https://fiab.es/es/archivos/documentos/INFECO_FIAB_2020.pdf
2. Estudio sobre las preferencias de los consumidores en España (Fecha: 09/10/2019)
https://www.ey.com/es_cr/consumer-products-retail/tendencias-de-la-industria-de-alimentos
3. Estudio sobre el consumo de los españoles de bebidas alcohólicas (Fecha: 10/06/2015)
<https://www.lavanguardia.com/vangdata/20150610/54432189584/bebidas-alcoholicas-consumen-espanoles-cuando-salen.html>
4. Las estadísticas de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas. INE. (Fecha: Años 2020-2021).
5. Estudio de responsabilidad y compromiso de la industria de alimentación y bebidas (Fecha: 19/12/2019)
<https://www.interempresas.net/Bebidas/Articulos/261458-La-industria-de-alimentacion-y-bebidas-un-sector-responsable-y-comprometido.html>
6. Distribución en la industria alimentaria (Fecha: 14/12/2017)
<https://foodvac.es/la-distribucion-en-la-industria-alimentaria/>
7. Informe económico sobre el valor añadido bruto (Fecha: Año 2019)
https://fiab.es/es/archivos/documentos/INFECO_2019.pdf
8. Consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Fecha: 2021). Informe de Empleo
https://fiab.es/es/archivos/documentos/INFORME_EMPLEO_2021.pdf
9. Estudio exportación del sector de la alimentación (Fecha: 03/06/2021)
<http://www.ioalimentacion.com/index.php/exportaciones-del-sector-alimentario.html>
<https://www.ewebtrans.com/blog/es/sabes-que-productos-son-los-mas-exportados-por-espana/>
10. Consumo de productos ecológicos en Aragón (Fecha: Año 2021)
<https://www.elperiodicodearagon.com/aragon/2022/02/21/consumo-productos-ecologicos-aragon-aumentado-62980265.html>
11. Análisis de la liquidez para hacer frente a la crisis (Fecha: 11/05/2021)
<https://www.azti.es/la-falta-de-liquidez-el-principal-problema-del-sector-de-la-alimentacion-para-hacer-frente-a-la-crisis/>
12. Comercio exterior de la industria alimentaria (Fecha: Años 2018-2019)

https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/industria-agroalimentaria/20210128informeanualindustria2019-2020_4t_tcm30-542507.pdf

13. **El Correo.** Texto: Iratxe Bernal. (Fecha: Año 2021)

ANEXOS

(16) Comercio exterior de la industria alimentaria 2018/2019 por grupos de productos según TARIC

COMERCIO EXTERIOR DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA 2018/2019 POR GRUPOS DE PRODUCTOS SEGÚN TARIC		
ESPAÑA - TOTAL PAÍSES	EXPORTACIONES (M €)	
	2018	2019
Carne de porcino fresca, refrigerada o congelada	3.410,4	4.582,0
Aceite de oliva	3.304,5	3.119,0
Vino total	2.924,8	2.690,6
Carne de bovino fresca, refrigerada o congelada	659,8	740,6
Preparaciones para alimentación animal	693,1	710,2
Aceitunas preparadas o conservadas	655,7	690,4
Resto de Aceites No de oliva	729,2	659,9
Preparaciones y conservas de tñidos	667,6	652,4
Preparaciones alimenticias diversas	618,0	625,0
Artículos de confitería	486,9	541,4
Despojos comestibles	338,8	521,9
Quesos	478,5	509,6
Tñidos frescos, refrigerados o congelados	509,0	457,0
Tomates preparados o conservados	372,2	400,6
Embutidos	370,6	384,8
Las demás carnes de porcino secos o ahumados	381,5	383,5
Calamares y potas congelados	342,3	370,1
Extractos, esencias y concentrados de café	337,4	353,2
Camarones, langostinos y quisquillas congelados	330,6	311,4
Demás aguardientes, licores y bebidas espirituosas	250,7	307,9
Demás legumbres y hortalizas congeladas	275,4	303,2

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. Según partidas del TARIC. Años 2018 y 2019.

Fuente: mapa.gob.es

(19) ROA

Tabla 21. Rentabilidad económica de las empresas del sector de la industria de la alimentación y fabricación de bebidas

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Media	Mediana
ROA	0,011	0,020	0,018	0,022	0,022	0,050	0,024	0,021

Fuente: SABI (elaboración propia)

(20) ROE

Tabla 22. Rentabilidad financiera de las empresas

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Media	Mediana
ROE	0,010	0,017	0,016	0,022	0,020	0,059	0,024	0,018

Fuente: SABI (elaboración propia)

(21) Composición del resultado

Tabla 23. Resultado de explotación (miles de euros)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Media	Mediana
Rdo. Explotación	31	49	52	65	82	157	73	58
Rdo. Financiero	-7	-16	-17	-18	-29	-28	-19	-18
Rdo. Neto	23	33	34	46	52	129	53	40

Fuente: SABI (elaboración propia)

(22) Margen comercial

Tabla 24. Margen comercial

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Media	Mediana
Margen comercial	0,016	0,021	0,019	0,024	0,024	0,054	0,03	0,02

Fuente: SABI (elaboración propia)

(23) Liquidez

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Grandes	47,28	3,10	3,64	3,86	4,22	5,31
Pequeñas	15,39	15,07	8,44	6,42	6,03	28,25

Fuente: SABI (elaboración propia)

(24) Endeudamiento

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Grandes	69,61	67,35	65,66	63,32	61,85	62,00
Pequeñas	87,99	99,18	94,56	95,02	99,28	94,64

Fuente: SABI (elaboración propia)

(25) Rentabilidad económica

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Grandes	107,71	16,16	42,70	35,71	10,20	5,17
Pequeñas	480,03	-21,30	37,59	36,75	56,51	94,64

(26) Rentabilidad financiera

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Grandes	107,71	16,16	42,70	35,71	10,20	5,17
Pequeñas	480,03	-21,30	37,59	36,75	56,51	1,92

Fuente: SABI (elaboración propia)

(27) Tamaño

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020	MEDIA
Total activo (miles de €)	6.462	6.576	6.599	6.459	6.460	6.461	6.503
Ventas (miles de €)	6.924	6.989	7.264	7.231	7.621	7.660	7.282
Número de empleados	24	24	24	25	26	27	25

Fuente: SABI (elaboración propia)

(28) Liquidez

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Liquidez	84,56	54,86	5,25	175,96	18,03	50,65

Fuente: SABI (elaboración propia)

(29) Solvencia

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Solvencia	85,87	58,03	6,58	207,24	20,13	54,24

Fuente: SABI (elaboración propia)

(30) ROE

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ROE	65,03	-2,28	11,71	19,10	-38,90	-209,60

Fuente: SABI (elaboración propia)

(31) ROA

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ROA	-3,96	-0,18	-0,99	0,10	-2.306,85	-4,83

Fuente: SABI (elaboración propia)