

COMUNIDAD VALENCIANA

La alimentación crece en ventas y en rentabilidad

CUENTAS DE 2012/ Las 60 mayores empresas del sector en la Comunidad Valenciana aumentan las ventas un 4,73% y los beneficios, un 15,8%.

J. Brines. Valencia

Las empresas de alimentación valencianas aguantan el tipo. Las cifras de exportaciones muestran que son el grupo líder de las ventas de la región al exterior, pero sus propias cuentas de resultados certifican la salud sectorial.

Un análisis de la información contable presentada al Registro Mercantil por las sesenta mayores empresas alimentarias de la Comunidad Valenciana y recopilada por EXPANSIÓN muestra que las ventas de estas compañías se incrementaron en año pasado un 4,73 por ciento respecto al ejercicio 2011.

Hay que tener en cuenta que en determinados casos, se trata de negocios vinculados a la estacionalidad de determinados productos agrarios –como es el caso de los cítricos, por ejemplo–, por lo que hay empresas que cierran sus ejercicios a mediados del año natural.

El aumento no sólo se ha producido en las cifras de ventas, sino que también el beneficio muestra buenos síntomas, al crecer de media un 15,8 por ciento.

Con ello, la rentabilidad sobre ventas mejora de un año a otro, al pasar del 3,4 al 3,7 por ciento.

Empleo

En un contexto de elevada tasa de paro, este grupo de grandes empresas alimentarias aumenta, aunque levemente, su cifra de empleados un 1,2 por ciento, y entre todas superan los 14.700 trabajadores.

En conjunto, la industria alimentaria valenciana da empleo a 31.139 personas, según el último informe de Mercasa, y representa el 13,3 del total de la industria regional.

Líderes

En este contexto, las empresas más grandes tiran en gran medida del carro del sector. Dos de ellas superan los quinientos millones de euros de facturación y casi una veintena rebasan los cien millones. De las veinte mayores, seis están relacionadas con la venta de cítricos.

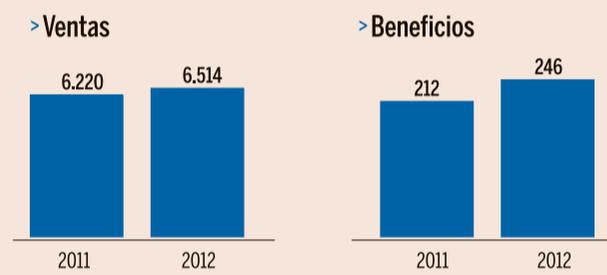
La mayor empresa alimentaria valenciana por ventas es



Los cítricos mueven gran parte del sector en la región.

MAGNITUDES DEL SECTOR

Datos de las 60 mayores empresas alimentarias valencianas, en millones de euros.



Fuente: Registro Mercantil

Expansión

LAS 20 MAYORES EMPRESAS DEL SECTOR

Empresa	Ventas 2012 (mill. €)	Variación sobre 2011 (%)	Empleados 2012	Beneficio 2012 (mill. €)	Variación sobre 2011 (%)
Martínez Loriente	541	8,85	1.500	9,7	-22,40
Anecoop	514	3,63	348	2,8	87,92
Colebega	414	-4,83	541	59,2	97,33
Maicerías Españolas	325	16,49	199	9,78	21,04
Sanlúcar Fruit	297	16,93	90	5,07	98,82
Roquette Laisa	216	-2,70	215	14,49	-32,13
E. Martinavarro	188	6,21	12	9,5	8,20
Refresco Iberia	186	-19,48	404	-4,2	-26,32
Importaco	181	13,84	440	5,82	8,99
Univeg Trade	179	16,23	33	4,71	-19,49
Dafsa	173	19,31	190	4,94	12,79
Huevos Guillén	166	38,33	426	5,52	656,16
Bonnysa	121	-14,18	1155	0,79	107,89
Embutidos Martínez	118	20,41	100	8,25	6,73
Greenmed	113	-17,52	650	0,67	116,13
Natra cacao	108	-4,42	139	6,9	74,68
Coarval Coop.	106	1,92	50	0,23	64,29
Dulcesol	103	11,96	561	-0,65	-131,10
Siro Paterna	102	4,08	150	7,42	-1,59
Aiadhesa (Helados Alacant)	99	19,28	332	3,57	133,33

Fuente: Registro Mercantil

Ya hay dos compañías del sector que facturan más de 500 millones anuales

Martínez Loriente, que elabora productos cárnicos para las tiendas de Mercadona. El año pasado facturó 541 millones de euros, un 8,8 por ciento más, aunque en esta ocasión redujo el beneficio, ya que los márgenes se ajustan a las ten-

dencias de los consumidores de Mercadona.

La siguiente en tamaño es una cooperativa agraria de segundo grado, Anecoop, cuya cifra de ventas el año pasado fue de 514 millones de euros, con un aumento del 3,63 por ciento. Anecoop es fuerte especialmente en la venta de cítricos y en todo tipo de hortalizas, pero también está ganando posiciones en vino y en aceite. Precisamente para estos productos acaba de abrir

Ser o no ser interproveedor de Mercadona

Uno de los tractores del sector alimentario valenciano es la cadena de supermercados Mercadona, con sede en la región y líder de la distribución en España. Muchos de sus interproveedores –proveedores con contrato de largo plazo, que en gran parte trabajan en exclusiva para la cadena– tienen sede en la región y están entre las mayores compañías. Si se miran los datos de las 60 mayores empresas valencianas del sector, dieciocho son interproveedoras de Mercadona. Su cifra de ventas aumentó el año pasado un 12,83 por ciento y el beneficio, un 6,32 por ciento. Ahí se muestran unos márgenes algo más ajustados, ya que las no interproveedoras aumentaron sólo un 1,15% las ventas y un 22% el beneficio, animadas sobre todo por el grupo de distribuidoras de cítricos.

su filial en China para abrir nuevos mercados.

La tercera firma por tamaño es Colebega, la embotelladora de Coca Cola con sede en Valencia, que se acaba de integrar, como el resto de filiales, en la firma nacional. Le sigue Maicerías españolas, empresa de la familia Ciscar, que es uno de los líderes españoles tanto en el procesamiento de maíz y otros cereales, como de arroz, ya que elabora la marca *Dacsa*.

CONSEJOS DEL JURISTA

María Martínez Doménech

El criterio de caja en IVA

El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) es un tributo que recae sobre el consumo, actuando los empresarios y profesionales como meros recaudadores. Por ello, en líneas generales, el IVA no es (o no debería ser) un coste para ellos.

No obstante, esta neutralidad del impuesto se rompe cuando el destinatario de los bienes o servicios no efectúa el pago de los mismos antes de que el empresario o profesional deba ingresar las cuotas del IVA correspondientes en Hacienda. En estos casos, el empresario o profesional financia estas cuotas al no quedar eximido de la obligación de ingreso.

Esta situación excepcional, no buscada por la norma, se ha convertido en los últimos años en una regla general. A los efectos de evitar esta situación, la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, introduce, a partir de 1 de enero de 2014, el régimen especial de Criterio de Caja, por el que pueden optar determinadas empresas cuyo volumen de operaciones no supere los 2 millones de euros.

Este régimen especial retrasa el ingreso del IVA hasta el momento del cobro, total o parcial, del precio de los bienes o servicios, fijando como fecha límite para su ingreso el 31 de diciembre del año inmediato posterior a aquel en que las entregas o prestaciones han sido realizadas.

En contrapartida, las empresas acogidas a este régimen solo podrán deducirse el IVA soportado en la adquisición de bienes o servicios en el momento del pago total o parcial del precio de los mismos.

Hasta aquí la parte positiva y esperada de la reforma. Sin embargo, este régimen tiene una segunda derivada no tan favorable pues tiene efectos en las empresas no acogidas y que sean destinatarias de las operaciones incluidas en el mismo.

Las empresas que contraten con proveedores acogidos a este nuevo régimen no podrán deducir las cuotas de IVA que soporten hasta el momento del pago total o parcial del precio de los bienes o servicios. Esto implicará tener que gestionar dos regímenes de deducción del IVA soportado distintos en función de quién sea el proveedor. Si el proveedor no está acogido al régimen especial, la deducción podrá hacerse desde el momento de la recepción de la factura; si está acogido al régimen, en el momento del pago (o el 31 de diciembre del año siguiente).

Además, las empresas no acogidas al criterio de caja deben ingresar, en todo caso, el IVA que repercuten, aun cuando el destinatario de sus servicios sea una empresa acogida al régimen y, por tanto, no se le deduzca hasta el momento del pago.

A estas cuestiones debemos sumar el cumplimiento de una serie de requisitos formales que harán especialmente compleja la gestión administrativa del IVA, requisitos que afectan no solo a las empresas acogidas a este régimen sino también a las empresas destinatarias de las operaciones acogidas al mismo.

Y todo ello, sin entrar a valorar la necesidad que pueden tener las empresas de adaptar sus sistemas de gestión a todas estas nuevas exigencias.

Estas cuestiones deben ser tomadas en consideración a la hora de optar por este criterio de caja, puesto que en algunos casos podría suceder que las empresas que se acojan al mismo pierdan competitividad frente a aquellas que no lo apliquen. Las grandes empresas podrían llegar a discriminar a la hora de elegir a sus proveedores en función de que éstos se hayan acogido o no al criterio de caja, con la finalidad de evitar que la gestión de su IVA se vuelva todavía más compleja.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto, se puede concluir que el criterio de caja puede resultar muy útil para las empresas que tienen como principal cliente a la Administración Pública o a empresas que no pueden deducirse las cuotas de IVA soportado y que por tanto, no se verán afectadas por las consecuencias que el régimen conlleva en su deducción. Fuera de estos casos, cada empresa deberá valorar detenidamente si le compensa acogerse al nuevo criterio de caja.

Abogada. Área Fiscal de Broseta