

## EL GRUP DAMM. LES TRES C: CULTURA, CALOR I CATALUNYA<sup>1</sup>

### 1. Introducció

El sector cerveser és un agent actiu de la nostra economia globalitzada i és, a la vegada, part essencial de la cultura gastronòmica mediterrània. El Grup Damm destaca com una de les companyies cerveseres amb més prestigi i història del mercat espanyol. Aquesta és una de les raons que fa interessant analitzar quina és la situació financera del Grup per poder treure conclusions, fer recomanacions i crear expectatives de futur.

La crisi econòmica i financera en què vivim afecta, òbviament, als resultats dels Estats Comptables de moltes empreses i per confirmar-ho, el nostre anàlisi es centra en l'evolució de l'empresa en els últims cinc anys, per veure l'adaptació i afectació del Grup Damm a aquest context econòmic advers.

És inqüestionable la presència del Grup Damm, especialment d'Estrella Damm, en molts moments quotidians de la nostra vida i també en molts moments històrics recents. El Grup Damm ha estat present en els principals esdeveniments culturals i esportius del país com l'Exposició Universal de Barcelona de 1929, el Mundial de Futbol de 1986, els Jocs Olímpics de Barcelona'92 o el Fòrum de les Cultures de 2004, entre altres. A més, és patrocinador habitual del festival Sonar de música electrònica de Barcelona, d'un equip de la Barcelona World Race, de les festes de la Mercè de la ciutat comtal i de nombrosos espectacles de teatre i altres festivals de música de diferents ciutats de Catalunya. El Grup Damm coneix que el seu mercat principal és Catalunya i procura està present en els esdeveniments més importants del territori.

Els anuncis publicitaris de Damm són sempre esperats, especialment aquells que ens conviden a gaudir de l'estiu i de la calor amb música, que és fàcil taral·lejar durant totes les vacances, i amb una cervesa a la mà. A més, amb els seus anuncis, el Grup Damm

---

<sup>1</sup> Aquest treball ha estat realitzat per estudiants de Doble Grau en Dret + ADE/Economia de la Universitat Pompeu Fabra en l'assignatura Anàlisi d'Estats Comptables. Els estudiants són: **Àlex Garcia, David Inglés, Patricia Marca i Núria Vicens**. El treball ha estat revisat per la professora Fina Alemany. Aquest cas podria utilitzar-se en les classes pràctiques de l'esmentada assignatura, especialment al final d'aquesta per tenir una visió global i transversal del temari.

també ven país, una autoestima col·lectiva que comença exaltant els valors del Barça, del qual és patrocinador, per acabar identificant-los amb els valors del país i, així, de la marca. Per exemple amb anuncis com el què els Amics de les Arts es preguntaven què tenim i recordaven a Miró, Pau Casals o Antoni Gaudí o aquell que qüestionava quin era el secret de l'èxit del millor Barça de la història i conclouia que era la feina ben feta, una feina que, com recordava l'anunci, era part de la manera de ser dels catalans i que també vol mostrar el grup Damm com a valor propi.

És evident que el grup Damm és coneixedor d'aquest context i explotarà al màxim aquesta imatge de ser la cervesa de casa nostra també en les seves decisions comptables, com per exemple, amb la compra de Cacaolat, la pervivència del qual era una sol·licitud de la gent de Catalunya que també identificaven la beguda com a pròpia.

El grup Damm és conscient d'on juga i que les seves tres C (cultura, calor i Catalunya) són la seva essència i fan que la gent es senti identificada, que vegi Estrella Damm o qualsevol dels altres productes com les seves cerveses, com un producte propi.

## **2. Història**

Aquesta correlació que fem entre Catalunya i el grup Damm ens pot fer pensar que els seus fundadors eren catalans. Però això no es correspon amb la realitat, ja que, com molts altres persones que ara viuen a Catalunya, i per tant són catalans, els fundadors de Damm eren nousvinguts.

Els inicis del Grup Damm es remunten 130 anys enrere, quan August Kuentzmann Damm i el seu cosí Joseph Damm Geny, alsacians cervesers obren una fàbrica de cervesa i una cerveseria a Barcelona. Després de la mort de Kuentzmann la seva vídua es casa amb Leinbacher que juntament amb Joseph Damm constitueixen la societat regular col·lectiva *Leinbacher i Damm*. Amb aquesta societat inicien la diversificació amb la producció de begudes refrescants o licors, però mantenint la fabricació i venda de cervesa com a objectiu principal de la societat. Serà la mort de Leinbacher la que forçarà la dissolució de la societat, esdevenint *Damm i Companyia S.R.C* la successora de Leinbacher i Damm. Josep Damm aconsegueix convertir-se en únic propietari de la companyia amb la compra de la resta d'accions. Després de la seva mort, els seus tres fills constitueixen la societat col·lectiva *Hijos de J.Damm*, la qual, juntament amb *E. Cammany i Cia* i *J.Musolas S. en C.*, inicien amb la seva unió (que no era fusió total ja

que mantenien la seva personalitat jurídica independent) el procés per formar la Societat Anònima Damm.

Els canvis sociopolítics i els conflictes bèl·lics afecten a S.A.Damm: La IGM beneficia a l'empresa per la neutralitat d'Espanya en el conflicte i la inactivitat de la competència europea, la Segona República Espanyola comporta la col·lectivització de l'empresa que passa a ser dirigida pels obrers i a anomenar-se *Cervezas Damm* i el període de guerra i postguerra civil es caracteritza per el racionament alimentari, l'escassetat de primeres matèries i les grans dificultats per importar i exportar pel tancament de fronteres i el refús generalitzat al règim franquista fora de l'Estat Espanyol.

Cap als anys 50 la situació canvia en el context de la Guerra Freda (amb un acord amb EEUU) quan la demanda i la competència augmenten i fan necessari una ampliació de les instal·lacions que ve acompanyada amb la creació del Grup Damm com a conjunt d'empreses participades i establides a diverses zones de l'Estat, però tenint a Catalunya la major part del seu mercat.

Després de la mort de Franco i amb l'entrada d'Espanya a la CEE, s'inicia un període caracteritzat per l'increment del consum de cervesa potenciat per l'arribada del turisme estranger de masses a Espanya. Els anys 90 porten la diversificació de l'activitat de l'empresa (cerveses sense alcohol, empreses de logística i del sector de l'aigua), l'augment de la competència amb les marques blanques i la necessitat d'incrementar les despeses en publicitat.

Actualment el Grup Damm s'emmarca dins la fórmula jurídica d'una Societat Anònima i el valor de la seva acció en borsa va oscil·lar al 2013 entre el 4'5€ i el 5'8€. L'activitat empresarial principal és la producció i distribució de begudes, on s'inclouen aigua i refrescs, però segueix sent la cervesa l'eix central de l'organització empresarial per consolidar-se en el mercat cerveser i per poder ampliar la quota de mercat, en el cerveser i en els altres. Consolidar per créixer.

### **3. Àrea de negoci**

El Grup Damm és una organització empresarial l'activitat principal del qual es basa en la producció i distribució de begudes, majoritàriament cervesa però també aigua i refrescs. L'organització de l'empresa està integrada per grups interdependents i catorze centres de treball amb S.A. Damm com a societat principal.

En la línia de negoci “cervesa, aigua i refrescos” s’hi inclou l’elaboració i la venda de cervesa que constitueix l’activitat principal del grup. L’àrea d’activitats logístiques, distribució i d’altres engloba els serveis complementaris a l’activitat principal de fabricació i comercialització de cerveses, aigües i refrescos i inclou l’activitat de l’operador logístic intermodal i les activitats de distribució de begudes amb magatzems repartits per tot el territori nacional.

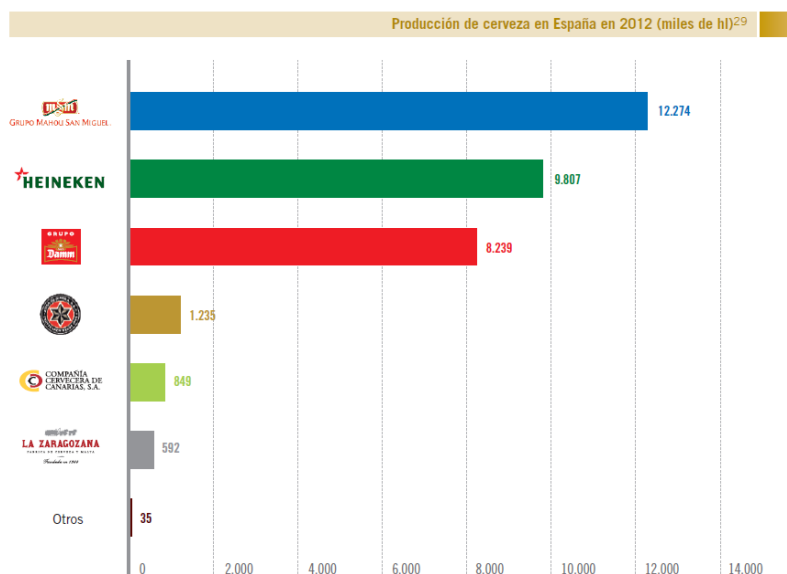
La darrera línia d’activitat del grup Damm són les activitats energètiques. L’organització té tres plantes de cogeneració energètica ubicades a les fàbriques cerveseres capçaleres del Grup: el Prat de Llobregat, Santa Coloma de Gramenet i Bell-lloc d’Urgell.

El grup Damm compta també amb la Fundació Damm que té com a missió formar a la persona, i compta com a activitat principal amb un Club de futbol. Aquesta entitat també duu a terme accions de mecenatge d’entitats culturals, esportives, solidàries i espectacles i celebracions.

#### 4. Sector i competència

El sector cerveser espanyol ocupa el quart lloc al rànquing de productors de cervesa de la UE només per darrere d’Alemanya, Regne Unit i Polònia. A més, l’any 2012, es van consumir a Espanya de mitjana 47’5 litres de cervesa per càpita que, juntament amb les

exportacions han reportat a l’economia espanyola 5.900 milions d’euros i més de 200.000 llocs de treballs directes<sup>2</sup>. És també significatiu l’augment de les exportacions dels últims anys: l’any 2012 les exportacions van



<sup>2</sup> Informe socioeconòmic del sector de la cervesa del 2012, elaborat pel Ministeri d’Agricultura, Alimentació i Medi ambient.

augmentar un 25% respecte l'any anterior i un 81% respecte el total exportat l'any 2009.

A l'Estat espanyol hi ha tres grans grups cervesers que produeixen el 92% de la cervesa elaborada a Espanya que són, per ordre de quantitat produïda, el Grup Mahou, Heineken i el Grup Damm (que amb 8.239.000 hl/any, representa el 25% de la cervesa produïda en el territori espanyol).

En aquest mapa es veu la distribució dels centres de producció de cervesa de l'Estat espanyol. Observem que, tot i que gairebé tota la cervesa la produeixen els tres principals grups, existeixen una multitud de petits centres cervesers repartits per tot el territori. En total hi ha 114 microcerveseries al conjunt de l'Estat, concentrats majoritàriament a la costa mediterrània.



L'anàlisi del sector és important per considerar les particularitats concretes que pot tenir el sector cerveser. En aquest sentit, cal destacar que, al tractar-se d'un sector industrial, té sentit pensar que les empreses necessiten un Fons de Maniobra positiu per operar. Caldrà comprovar com és la relació d'Actius Corrents i Passius Corrents del Grup Damm i dels seus competidors. A més, el sector cerveser sol treballar amb una ràtio d'endeutament inferior al que es consideren "valors ideals" que serien entre el 40-60% i, en el cas d'aquest sector es troba en un 38%. Aquests detalls hauran de tenir-se en compte a l'hora d'analitzar correctament la situació patrimonial del grup.

## **REGUNTES A RESOLDRE**

- 1. Analitza el possible problema de liquiditat dels darrers anys, com s'afronta i quines possibles solucions es podrien donar. (*Càlcul del FM Aparent, ràtios de tresoreria i liquiditat, regles d'or, ràtio d'endeutament i càlcul dels terminis de cobrament i pagament*).**
- 2. Analitzar la tendència de les vendes del Grup en comparació amb el sector, com ho afronta l'empresa i quin camí hauria de seguir (*anàlisi PiG i ràtios*).**
- 3. Analitza i comenta la política de creixement i inversió de l'empresa (*EFE, ROE, ROI, Llinar de rendibilitat*).**
- 4. Amb els diversos anàlisis que has realitzat construeix ara un diagrama DAFO sobre l'empresa. Fer especial referència a l'estratègia de màrqueting.**

**BALANÇ**

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Immobilitzat intangible	3,39	2,13	1,57	1,01	0,95
Immobilitzat material	37	36,02	10,74	10,62	10,87
Inversions a llarg termini	38,33	39,4	58,5	58,73	61,99
<b>TOTAL ANC</b>	<b>78,72</b>	<b>77,55</b>	<b>70,81</b>	<b>70,36</b>	<b>73,81</b>
Existències	3,52	3,15	2,31	1,23	1,01
Realitzable	10,3	10,14	7,38	7,18	6,47
Inversions a curt termini	4,53	5,82	2,57	7,78	12,94
Disponible	2,92	3,36	16,93	13,45	5,76
<b>TOTAL AC</b>	<b>21,27</b>	<b>22,47</b>	<b>29,19</b>	<b>29,64</b>	<b>26,18</b>
Patrimoni Net	50,4	53,56	52,35	50,21	49,45
Passiu a llarg termini	23,25	23,16	10,94	25,61	22,53
Passiu a curt termini	26,35	23,28	36,71	24,18	28,02

## RÀTIOS

	2008		2009		2010		2011		2012	
	Damm	Sector	Damm	Sector	Damm	Sector	Damm	Sector	Damm	Sector
Endeutament	0,5	0,46	0,46	0,44	0,48	0,43	0,5	0,44	0,51	0,46
Cost mitjà finançament	n.d.	n.d.	0,042	n.d.	0,038	n.d.	0,046	n.d.	0,043	n.d.
Qualitat deute	0,53	0,53	0,5	0,68	0,77	0,65	0,49	0,62	0,55	0,68
Capacitat devolució préstecs c/t	0,86	12,08	1,48	2,41	0,44	5,55	0,4	3,97	0,37	3,5
Despesa financera	0,02	0,016	0,008	0,009	0,005	0,008	0,02	0,013	0,018	0,013
Liquiditat	0,81	1,04	0,96	1,12	0,8	1,21	1,23	1,2	0,93	1,08
Tresoreria	0,56	0,73	0,69	0,8	0,27	0,82	0,62	0,84	0,69	0,74
Disponible	0,111	0,08	0,144	0,139	0,461	0,246	0,556	0,21	0,206	0,195
FM/Actiu	-0,05	0,01	-0,01	-0,03	-0,08	0,04	0,05	0,03	-0,02	-0,04
Termini de cobrament (dies)	48,92	53,66	48,13	60,5	40,33	68,51	30,15	59,02	22,286	41,27
Termini de pagament (dies)	134,38	111,26	149,87	185,27	187,44	166,94	160,02	161,81	186,43	169,63
FM/Deutes c/t	-0,56	0,89	-0,08	1,56	-0,31	1,83	0,35	1,22	-0,09	1,1
Garantia	2,02	2,3	2,15	2,52	2,1	2,54	2,01	2,51	1,98	2,68
Autonomia	1,02	1,3	1,15	1,52	1,1	1,54	1,01	1,51	0,98	1,68
Rotació ANC	0,78	1,21	0,59	1,11	0,74	1,11	0,77	1,15	0,66	1,12
Rotació AC	2,89	3,97	2,63	3,31	1,8	2,86	1,83	3,34	1,86	3,7
Rotació Stock	7,03	6,84	6,89	6,29	7,75	7,05	23,62	9,79	25,91	10,98
Rotació Clients	7,97	7,52	7,91	7,28	9,64	6,83	13,04	8,35	17,06	10,72
ROE	0,07	0,25	0,25	0,27	0,16	0,24	0,13	0,16	0,15	0,23
ROI	0,07	0,15	0,09	0,14	0,08	0,13	0,07	0,11	0,08	0,14
Expansió de vendes	1,04	0,99	1,03	1,02	1	1,01	1,08	1,03	0,95	1
Despeses personal/vendes	-0,12	-0,15	-0,12	-0,15	-0,11	-0,14	-0,05	-0,14	-0,06	-0,13



## PÈRDUES I GUANYS

	2008	2009	2010	2011	2012
Import net de la xifra de negocis	100	100	100	100	100
Variació d'existències de productes acabats i en curs de fabricació	0,15	0,35	-1,31	-0,46	-0,3
Proveïments	-40,26	-36,74	-34	-53,57	-53,78
<b>MARGE BRUT</b>	<b>59,88</b>	<b>63,61</b>	<b>64,69</b>	<b>45,96</b>	<b>45,92</b>
Altres ingressos d'exploració	5,51	6,74	6,2	5,98	6,4
Despeses de personal	-12,34	-12,29	-11,21	-5,37	-5,51
Altres despeses d'exploració	-35,08	-34,29	-35,15	-29,47	-30,67
Amortització de l'immobilitzat	-6,46	-8,44	-7,94	-4,03	-4,64
Excessos de provisions	0,42	0,9	n.d.	n.d.	n.d.
Deteriorament i resultat per alineacions de l'immobilitzat	-0,46	-1,1	-0,47	-0,48	3,94
<b>RESULTAT D'EXPLOTACIÓ</b>	<b>11,47</b>	<b>15,11</b>	<b>16,1</b>	<b>12,59</b>	<b>15,45</b>
Ingressos financers	3,48	2,07	3,47	2,11	2,3
Despeses financeres	-1,96	0,79	0,5	1,99	1,84
Variació de valor raonable en instruments financers	-0,26	-0,02	-0,004	-0,44	n.d.
Diferències de canvi	0	0	0	0	0,01
Deteriorament i resultat per alineacions d'instruments financers	-6,7	6,03	-3,62	n.d.	-0,92
<b>RESULTAT FINANCER</b>	<b>-5,44</b>	<b>7,29</b>	<b>-0,66</b>	<b>-0,31</b>	<b>-0,44</b>
<b>RESULTAT ABANS D'IMPOSTOS</b>	<b>6,03</b>	<b>22,41</b>	<b>15,44</b>	<b>12,28</b>	<b>15</b>
Impost sobre beneficis	0,13	-4,66	-2,75	-4,72	-3,89
<b>RESULTAT DE L'EXERCICI</b>	<b>6,16</b>	<b>17,74</b>	<b>12,68</b>	<b>7,56</b>	<b>11,11</b>