



universidad
de león
Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de León

Grado en FINANZAS
Curso 2015 / 2016

***ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DEL SECTOR
VITIVINÍCOLA Y PLAN DE VIABILIDAD PARA BODEGA Y
VIÑEDOS SOLOTERO***

WINE SECTOR ECONOMIC-FINANCIAL ANALYSIS AND VIABILITY PLAN
FOR WINERY AND VINEYARDS SOLOTERO

Realizado por la alumna D^a. Paula Cascallana Morillo

Tutelado por la profesora D^a. Alicia Rodríguez Pérez

En León a 13 de Junio de 2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	1
ABSTRACT	1
1. INTRODUCCIÓN	2
2. OBJETIVOS.....	3
3. METODOLOGÍA	4
4. SECTOR VITIVINÍCOLA	5
4.1 SITUACIÓN DEL MERCADO MUNDIAL Y EUROPEO	5
4.1.1 Superficie de viñedos.....	5
4.1.2 Producción de vino en la Unión Europea	6
4.1.3 Consumo de vino.....	7
4.2 SITUACIÓN DEL SECTOR VITIVINÍCOLA EN ESPAÑA.....	8
5. LEGISLACIÓN	10
5.1 NORMATIVA COMUNITARIA.....	10
5.2 NORMATIVA ESTATAL	11
5.3 NORMATIVA DE CASTILLA Y LEÓN.....	12
5.4 NORMATIVA DE LA DO TIERRA DE LEÓN	12
5.4.1 De la producción de Uva	12
5.4.2 De la elaboración del vino	13
5.4.3 Tipos de vinos, características y envasado	14
6. PRESENTACIÓN DE BODEGAS DE LA DO TIERRA DE LEÓN.....	15
6.1 BODEGAS VINOS DE LEÓN VILE S.A	15
6.2 NICOLÁS REY E HIJOS S.L	16
6.3 GORDONZELLO S.A.....	17
6.4 VIÑEDOS Y BODEGA JULIO CRESPO AGUILOCHE S.L	19
7. ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONTABLES	20
7.1 ANÁLISIS FINANCIERO	20
7.1.1 Análisis financiero a corto plazo	24
7.1.1.1 <i>Capital circulante</i>	25
7.1.1.2 <i>Ratio de solvencia</i>	27
7.1.1.3 <i>Ratio de liquidez (prueba ácida)</i>	30
7.1.1.4 <i>Ratio de tesorería o liquidez inmediata</i>	33
7.1.2 Análisis financiero a largo plazo	37
7.1.2.1 <i>Ratio de Garantía de acreedores</i>	37
7.1.2.2 <i>Ratio de endeudamiento</i>	40

7.1.2.3	<i>Ratio de autonomía financiera</i>	43
7.2	ANÁLISIS ECONÓMICO	46
7.2.1	Rentabilidad económica	49
7.2.2	Rentabilidad financiera.....	52
7.2.3	Apalancamiento financiero.....	55
8.	INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIO	58
8.1	PLAN DE NEGOCIO.....	59
8.1.1	Ubicación.....	60
7.1.2.4	<i>Factores determinantes de la localización:</i>	60
8.1.2	Variedad del producto	62
8.2	ESTUDIO DE MERCADO	62
8.2.1	Competencia	62
8.2.2	Proveedores	63
8.2.3	Clientes y segmentación	65
8.2.4	Promoción.....	65
8.2.5	Distribución	66
8.2.6	Análisis DAFO	67
9.	GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD FINANCIERA.....	68
9.1	FUENTES DE FINANCIACIÓN.....	68
9.2	ESTUDIO ECONÓMICO	70
9.2.1	Proyecto de inversión	70
9.2.2	Gastos ordinarios y ocasionales.....	71
9.2.3	Beneficios ordinarios	73
9.3	CÁLCULO DE LOS FLUJOS DE CAJA (CASH FLOW)	75
10.	GESTIÓN OPERATIVA	76
10.1	INVERSIONES I+D+I	76
10.2	ALMACÉN DE MERCANCÍAS	77
10.3	PLAN DE APROVISIONAMIENTO	77
11.	GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DE MARKETING	78
11.1	GESTIÓN COMERCIAL.....	78
11.2	GESTIÓN DE MARKETING	78
11.3	GESTIÓN DE RR HH.....	79
12.	CONCLUSIONES.....	84
13.	BIBLIOGRAFÍA	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4. 1 Superficie de viñedos (miles de hectáreas)	6
Tabla 4. 2 Producción de uva en miles de hectolitros	7
Tabla 4. 3 Consumo de vino en miles de hectolitros	8
Tabla 7. 1 Activo del Balance de Situación de la Bodega vinos de León Vile (€)	21
Tabla 7. 2 Pasivo del Balance de Situación de la Bodega vinos de León Vile (€).....	21
Tabla 7. 3 Activo del Balance de Situación de la Bodega Nicolás Rey e Hijos (€).....	22
Tabla 7. 4 Pasivo del Balance de Situación de la Bodega Nicolás Rey e Hijos (€).....	22
Tabla 7. 5 Activo del Balance de Situación de la Bodega Gordonzello (€).....	23
Tabla 7. 6 Pasivo del Balance de Situación de la Bodega Gordonzello (€).....	23
Tabla 7. 7 Activo del Balance de Situación de la Bodega Julio Crespo Aguiloche (€) .	24
Tabla 7. 8 Pasivo del Balance de Situación de la Bodega Julio Crespo Aguiloche (€) .	24
Tabla 7. 9 Capital circulante de la Bodega Vinos de León Vile (€).....	25
Tabla 7. 10 Capital circulante de la Bodega Nicolás Rey e Hijos (€).....	26
Tabla 7. 11 Capital circulante de la Bodega Gordonzello (€).....	26
Tabla 7. 12 Capital circulante de la Bodega Julio Crespo Aguiloche (€)	27
Tabla 7. 13 Ratio de Solvencia de la Bodega vinos de León Vile	28
Tabla 7. 14 Ratio de Solvencia de la Bodega Nicolás Rey e Hijos.....	28
Tabla 7. 15 Ratio de Solvencia de la Bodega Gordonzello.....	29
Tabla 7. 16 Ratio de Solvencia de la Bodega Julio Crespo Aguiloche	29
Tabla 7. 17 Ratio de liquidez de la Bodega vinos de León Vile	31
Tabla 7. 18 Ratio de liquidez de la Bodega Nicolás Rey e Hijos.....	31
Tabla 7. 19 Ratio de liquidez de la Bodega Gordonzello.....	32
Tabla 7. 20 Ratio de liquidez de la Bodega Julio Crespo Aguiloche	32
Tabla 7. 21 Ratio de tesorería de la Bodega vinos de León Vile	34
Tabla 7. 22 Ratio de tesorería de la Bodega Nicolás Rey e Hijos.....	34
Tabla 7. 23 Ratio de tesorería de la Bodega Gordonzello.....	35
Tabla 7. 24 Ratio de tesorería de la Bodega Julio Crespo Aguiloche	35
Tabla 7. 25 Ratio de Garantía de Acreedores de la Bodega vinos de León Vile	38
Tabla 7. 26 Ratio de Garantía de Acreedores de la Bodega Nicolás Rey e Hijos.....	38
Tabla 7. 27 Ratio de Garantía de Acreedores de la Bodega Gordonzello.....	39
Tabla 7. 28 Ratio de Garantía de Acreedores de la Bodega Julio Crespo Aguiloche	39
Tabla 7. 29 Ratio de Endeudamiento de la Bodega vinos de León Vile.....	41
Tabla 7. 30 Ratio de Endeudamiento de la Bodega Nicolás Rey e Hijos	41

Tabla 7. 31 Ratio de Endeudamiento de la Bodega Gordonzello.....	42
Tabla 7. 32 Ratio de Endeudamiento de la Bodega Julio Crespo Aguiloché	42
Tabla 7. 33 Ratio de Autonomía financiera de la Bodega vinos de León Vile	44
Tabla 7. 34 Ratio de Autonomía financiera de la Bodega Nicolás Rey e Hijos.....	44
Tabla 7. 35 Ratio de Autonomía financiera de la Bodega Gordonzello.....	45
Tabla 7. 36 Ratio de Autonomía financiera de la Bodega Julio Crespo Aguiloché	45
Tabla 7. 37 Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Vinos de León Vile	47
Tabla 7. 38 Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Nicolás Rey e Hijos.....	48
Tabla 7. 39 Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Gordonzello.....	48
Tabla 7. 40 Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Julio Crespo Aguiloché	49
Tabla 7. 41 Ratio de Rentabilidad Económica de la Bodega Vinos de León Vile	50
Tabla 7. 42 Ratio de Rentabilidad Económica de la Bodega Nicolás Rey e Hijos	50
Tabla 7. 43 Ratio de Rentabilidad Económica de la Bodega Gordonzello	51
Tabla 7. 44 Ratio de Rentabilidad Económica de la Bodega Julio Crespo Aguiloché...	51
Tabla 7. 45 Ratio de Rentabilidad Financiera de la Bodega Vinos de León Vile	53
Tabla 7. 46 Ratio de Rentabilidad Financiera de la Bodega Nicolás Rey e Hijos	53
Tabla 7. 47 Ratio de Rentabilidad Financiera de la Bodega Gordonzello	54
Tabla 7. 48 Ratio de Rentabilidad Financiera de la Bodega Julio Crespo Aguiloché....	54
Tabla 7. 49 Ratio de Apalancamiento financiero de la bodega Vinos de León Vile.....	56
Tabla 7. 50 Ratio de Apalancamiento financiero de la bodega Nicolás Rey e Hijos.....	57
Tabla 7. 51 Ratio de Apalancamiento financiero de la bodega Gordonzello	57
Tabla 7. 52 Ratio de Apalancamiento financiero de la bodega Julio Crespo Aguiloché	58
Tabla 9. 1 Inversión de la Bodega y Viñedos Solotero	71
Tabla 9. 2 Gastos ordinarios de la Bodega y Viñedos Solotero	73
Tabla 9. 3 Beneficios de la Bodega y Viñedos Solotero del año 1 al 3.....	74
Tabla 9. 4 Beneficios de la Bodega y Viñedos Solotero del año 4 al 6.....	74
Tabla 9. 5 Beneficios de la Bodega y Viñedos Solotero a partir del año 6	75
Tabla 9. 6 Flujos de caja de la Bodega y Viñedos Solotero	75
Tabla 9. 7 Resultados VAN y TIR	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 6. 1 Ingresos de explotación de Bodegas vinos de León Vile.....	16
Gráfico 6. 2 Ingresos de explotación de la bodega Nicolás Rey e Hijos.....	17
Gráfico 6. 3 Ingresos de explotación de la bodega Gordonzello.....	18
Gráfico 6. 4 Ingresos de explotación de la bodega Julio Crespo Aguiloché.....	19
Gráfico 7. 1 Ratio de solvencia de las cuatro bodegas de la DO.....	30
Gráfico 7. 2 Ratio de Liquidez de las cuatro bodegas de la DO.....	33
Gráfico 7. 3 Ratio de Tesorería de las cuatro bodegas de la DO.....	36
Gráfico 7. 4 Ratio de Garantía de Acreedores de las cuatro bodegas de la DO.....	40
Gráfico 7. 5 Ratio de Endeudamiento de las cuatro bodegas de la DO.....	43
Gráfico 7. 6 Ratio de Autonomía Financiera de las cuatro bodegas de la DO.....	46
Gráfico 7. 7 Ratio de Rentabilidad económica de cuatro bodegas de la DO.....	52
Gráfico 7. 8 Ratio de Rentabilidad financiera.....	55
Gráfico 11. 1 Departamentos de la bodega.....	80

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 8. 1 etiqueta y contra etiqueta Bodega y Viñedos Solotero.....	60
Ilustración 8. 2 Proveedores	63
Ilustración 8. 3 Ba Vidrio	64
Ilustración 8. 4 Juvasa	64
Ilustración 8. 5 Diam Corchos.....	64
Ilustración 8. 6 Logotópico.....	64
Ilustración 8. 7 Industrias Céspedes e Hijos.....	64
Ilustración 8. 8 Arvipo.....	65
Ilustración 8. 9 Jumar agrícola	65
Ilustración 10. 1 Gab Sistemática Analítica	77
Ilustración 10. 2 Vinotécnia.....	77

RESUMEN

El presente trabajo se ha realizado con el fin de analizar desde un punto de vista económico el sector vitivinícola en la provincia de León. Para ello se han presentado y analizado datos representativos tanto a nivel mundial como europeo sobre el sector con el objetivo de conocer el estado actual del mercado en cuestión. A continuación se ha desarrollado un análisis económico financiero de cuatro bodegas pertenecientes a la Denominación de Origen Tierra de León, empleando para ello la técnica de ratios así como diferentes magnitudes. Finalmente, una vez comprendida la importancia que tiene el sector en la zona, se ha elaborado un plan de negocio de posible aplicación real para la empresa Bodega y Viñedos Solotero, ubicada en la localidad de Cubillas de los Oteros. Para llevar a cabo dicho plan, se ha estudiado el mercado y analizado tanto la gestión financiera, operativa y comercial como la gestión de marketing con la finalidad de que el plan de negocio realizado se adecue de la mejor manera posible a la empresa seleccionada y al sector vitivinícola.

Palabras clave: consumo, producción, análisis financiero, análisis económico, ratio, viabilidad, rentabilidad, plan de empresa y mercado vitivinícola.

ABSTRACT

This work has been carried out in order to analyze wine sector in León's province with an economical point of view. To do that, world and european representative data about this sector have been presented and analyzed in order to know the current state of this market. Then, an economic-financial analysis about four wineries of León has been developed, employing ratios technique and different magnitudes. Finally, once we have understood the value that this sector has in our area, a business plan with possible real application has been developed for the company Winery and Vineyards Solotero, located in Cubillas de los Oteros. To carry out this plan, the market has been studied and the financial, operational, commercial and marketing management has been analyzed in order to develop the business plan as best as possible for the company selected and wine sector.

Keywords: consumption, production, financial analysis, economic analysis, ratio, viability, profitability, business plan and wine market.

1. INTRODUCCIÓN

La provincia de León tiene entre otras tradiciones propias de la zona, el sector vitivinícola como seña de identidad. Las bodegas leonesas más antiguas de la provincia suelen encontrarse escurbadas dentro de las pequeñas montañas que aparecen en la llanura de los campos leoneses. En el interior de estas bodegas existe un micro clima que favorece a la elaboración y conservación del vino.

En 1985, la región leonesa que más superficie de viñedos poseía, inició un duro camino con el objetivo de conseguir una Denominación de Origen propia para sus vinos, pero no fue hasta el año 2007 cuando se consiguió aprobar el Reglamento del Consejo Regulador, estableciendo la Denominación de Origen (DO) Tierra de León. Dicha denominación, está formada tanto por municipios de León como de Valladolid próximos a las provincias de Zamora y Palencia. Las tres comarcas por las que está formada la DO son los Oteros, Cea y Valdevimbre.

Debido al cambio de la situación agrícola en la comarca de los Oteros, en la que los grandes cultivos extensivos de la zona (cereales, remolacha, patatas, etc.) están teniendo dificultades derivadas de la competencia exterior, el cultivo de la vid en esta zona de León presenta un futuro prometedor. Esto es así debido a que los vinos de la zona han adquirido un gran prestigio en los últimos años. A mayores de lo ya presentado, los vinos de la Denominación de Origen Tierra de León están bien valorados desde el punto de vista económico, lo que repercute en el agricultor al apreciarse el valor de la uva, hecho que incide directamente en un aumento del rendimiento económico de las explotaciones agrícolas de la zona.

Actualmente, una de las variedades más significativas de la DO es la uva prieto picudo, autóctona del territorio leonés desde hace varios siglos. Esta variedad de uva ha cosechado importantes premios así como reconocimientos a su calidad y originalidad a lo largo de los últimos años. Los últimos avances tecnológicos, enológicos y agronómicos han permitido incrementar la cantidad y calidad de las cosechas, ofreciendo unos vinos con carácter e identidad propia que se han posicionado de manera satisfactoria en un mercado tan competitivo como el mercado vitivinícola.

2. OBJETIVOS

El objetivo principal del presente trabajo es elaborar un plan de viabilidad para la implantación de una bodega, la cual se dedicará a la producción y comercialización de vino en la localidad de Cubillas de los Oteros. La localización en la que se ubicará la bodega en cuestión está caracterizada por una elevada producción de uva, materia prima indispensable para esta actividad.

Se ha querido elaborar el proyecto para una empresa del sector vitivinícola en esta comarca, al ser uno de los pocos sectores que no ha sido perjudicado de forma importante por la crisis económica. De hecho, ha sido precisamente esta crisis la que ha llevado a tratar de revitalizar y fortalecer un sector que en la comarca de los Oteros siempre había tenido una tradición importante.

Así, hay un alto interés en crear una empresa que se dedique a esta actividad en esta comarca, debido a que este hecho aportaría un impulso económico a la zona y ofrecería importantes perspectivas en cuanto a beneficios se refiere para sus propietarios.

Para poder llevar a cabo el proyecto y cumplir el objetivo marcado por el trabajo, se van a estudiar cuatro bodegas pertenecientes a la Denominación de Origen Tierra de León mediante un análisis económico financiero. De este modo se analiza y comprende tanto sus puntos fuertes como débiles, los cuales sirven de referencia para crear desde un principio una bodega que destaque frente a sus competidores, aportando de esta manera mayores ingresos y una rentabilidad más elevada.

Por tanto, los objetivos concretos de este trabajo han sido los siguientes:

- Analizar a nivel mundial y europeo la superficie de viñedo plantada, el consumo y la producción de vino.
- Estudiar la situación económica y financiera de cuatro bodegas pertenecientes a la DO Tierra de León.
- Elaborar un plan de negocio para una bodega ubicada en Cubillas de los Oteros, que tenga por objeto la elaboración y comercialización de vino.

3. METODOLOGÍA

La elaboración de este trabajo, se ha desarrollado en dos partes. En la primera de ellas, se realiza un análisis descriptivo del sector vitivinícola a nivel Mundial, Europeo, Nacional así como de cuatro bodegas pertenecientes a la Denominación de Origen Tierra de León acompañado del estudio de sus respectivos estados financieros. En la segunda parte, se ha elaborado un plan de negocio que sintetiza la idea de un emprendedor que quiere constituir una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de vino en la comarca de los Oteros.

Como parte importante de este trabajo, se ha efectuado un análisis empírico, basado en la observación y evaluación de casos reales de diferentes bodegas de la DO, utilizando como herramienta fundamental de trabajo el análisis económico financiero. Con dicho análisis se pretende conseguir un conocimiento profundo de las empresas de estudio, obteniendo “la imagen fiel del patrimonio, los resultados de la empresa y su situación financiera” (Garrido Miralles y Íñiguez Sánchez, 2012:15). Una vez obtenidos estos tres aspectos mediante el análisis de los estados contables, la empresa podrá disponer de información útil que facilitará su proceso de adopción de decisiones. Con ello se pretende conocer de manera detallada, el desempeño financiero y económico que presentan las empresas objeto de estudio a lo largo de los últimos años, considerando como tiempo suficiente los cinco últimos ejercicios disponibles para así obtener unos datos representativos y relevantes.

La principal fuente de recursos que se ha utilizado para realizar el análisis económico-financiero, ha sido la información contable disponible de la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos). Dicha información se puede observar en el anexo II del trabajo.

En el trabajo presentado a continuación se ha hecho referencia a diferentes áreas:

- En primer lugar, al área de contabilidad financiera y análisis financiero, para elaborar el análisis contable de las cuatro bodegas de la DO Tierra de León y el plan financiero para el nuevo negocio propuesto en la comarca de los Oteros.
- En segundo lugar, el área comercial y marketing, para elaborar toda la gestión operativa, comercial y marketing.
- Por último, el área de organización de empresas para llevar a cabo el análisis de Recursos Humanos y la organización del plan de negocio.

4. SECTOR VITIVINÍCOLA

Se entiende por viticultura, vitivinicultura o vinicultura, al “conjunto de técnicas y conocimientos relativos al cultivo de la vid y a la elaboración del vino” (Real Academia Española, 2016).

La vitivinicultura tanto en España como en el resto de países productores de vino, juega un papel importante. Esto es así, ya que dicho sector no solo tiene una función económica, sino que también cumple una importante función social como la fijación y caracterización de la población en el mundo rural, además de una función medioambiental como menciona el ministerio de agricultura, pesca y alimentación (2014).

Con el fin de estudiar y comprender la situación actual de este sector en España, conviene realizar previamente un análisis del mismo tanto a nivel mundial como europeo. En dicho análisis se va a exponer los países que mayor plantación de viñedos posean, así como los más consumidores y productores de vino.

4.1 SITUACIÓN DEL MERCADO MUNDIAL Y EUROPEO

4.1.1 Superficie de viñedos

En el año 2014 la superficie vitícola mundial, según los datos proporcionados por OIV (Organización internacional de la viña y del vino) se ha mantenido estable respecto al año anterior, siendo esta de 5.847.000 hectáreas. En relación a los viñedos de países no comunitarios podemos destacar que China, Estados Unidos y gran cantidad de países Sudamericanos han aumentado la plantación de los mismos, lo cual, conllevó a que China se situase en 2014 como el segundo país con más viñedo del mundo por detrás de España según la Organización internacional de la viña y del vino (2014) y como se puede observar también en el anexo I del trabajo. Por otro lado se ha de destacar que la superficie plantada de viñedo en la UE ha decrecido a lo largo del periodo de estudio tal y como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 4. 1 Superficie de viñedos (miles de hectáreas)

	Superficie de viñedo (miles de hectáreas)						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
España	1.165	1.113	1.082	1.032	1.017	1.021	1.021
Francia	858	836	818	796	792	793	792
Italia	825	812	795	720	712	705	690
Portugal	246	244	244	236	233	229	224
Rumanía	207	206	204	191	192	192	192
Otros UE	491	479	474	461	483	478	480
TOTAL UE	3.792	3.690	3.617	3.436	3.429	3.418	3.399
EE.UU	402	403	404	413	412	424	425
Turquía	518	515	514	508	497	504	502
China	480	518	539	633	709	760	799
Argentina	226	229	217	219	222	224	227
Chile	198	199	200	206	206	208	211
Sudáfrica	132	132	132	133	135	133	132
Australia	173	176	171	170	162	157	152
TOTAL NO UE	2.129	2.172	2.177	2.282	2.343	2.410	2.448
TOTAL MUNDO	5.921	5.862	5.794	5.718	5.772	5.828	5.847

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).

4.1.2 Producción de vino en la Unión Europea

Una vez conocida la superficie de viñedos más relevantes a nivel mundial y europea, se va a analizar la producción de vino que recoge el presente sector en la comunidad. Según recogen los datos publicados por la OIV en la campaña 2013/2014 presentados en la tabla, Europa consiguió un nivel de producción de 171,1 millones de hectolitros (hl), lo cual supone un aumento respecto al año anterior de 12,9%. Cabe destacar que España alcanzó un nuevo record tanto en vino como en mosto de 52,4 millones de hectolitros en el mismo año de estudio. Como se puede observar en la siguiente tabla, Italia ocupa la primera posición como país productor de vino a pesar de tener una menor superficie plantada en comparación con otros países potenciales de la Unión Europea como Francia y España. Como se ha mencionado con anterioridad, España es el país con mayor plantación de viñedos pero es el segundo como productor de vino como se observa a continuación.

Tabla 4. 2 Producción de uva en miles de hectolitros

Producción de uva (miles de hectolitros)		
	camapaña 2013/2014	%/ total
Italia	46.500	27,18%
España	45.500	26,59%
Francia	44.100	25,77%
Alemania	9.011	5,27%
Portugal	6.740	3,94%
Resto UE	19.249	11,25%
Total UE	171.100	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).

4.1.3 Consumo de vino

Analizando los países no pertenecientes a la Unión Europea con los datos proporcionados por OIV, Estados Unidos es el mayor consumidor de vino a nivel mundial con unos 30,7 millones de hectolitros en el año 2014. Respecto al país asiático chino, decir que su consumo se ha visto reducido notablemente pese a su gran crecimiento a principios del siglo XXI tal y como se observa en el anexo I.

Respecto a los países consumidores europeos, Francia tiene la primera posición con un consumo de 27.850 millones de hl a lo largo del año 2014. A pesar de alcanzar esta cifra, se observa un importante descenso con relación a los años anteriores, sobre todo respecto a 2012, en el que se llegaron a consumir 30.269 hl de vino.

Por otro lado, se ha de destacar que España a pesar de ser uno de los países con mayor producción de vino y mayor superficie de viñedos plantados, no es de los más consumidores. Como dato positivo a la presente información, España en los últimos años ha aumentado su consumo aunque no ha llegado a alcanzar una cifra notable frente a otros países europeos.

Tabla 4. 3 Consumo de vino en miles de hectolitros

	Consumo de vino (miles de hectolitros)			
	2012	2013	2014	%/ total
Francia	30.269	28.700	27.850	11,60%
Italia	22.633	21.795	20.395	8,50%
Alemania	20.000	20.400	20.200	8,42%
Reino Unido	12.801	12.700	12.600	5,25%
España	9.300	9.800	10.000	4,17%
Resto UE	27.130	25.791	28.955	12,06%
TOTAL UE	122.133	119.186	120.000	50,00%
EE.UU	29.000	30.200	30.700	12,79%
China	17.477	17.000	15.800	6,58%
Resto no UE	75.656	71.986	73.500	30,63%
Total no UE	122.133	119.186	120.000	50,00%
Total mundo	244.266	238.372	240.000	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).

4.2 SITUACIÓN DEL SECTOR VITIVINÍCOLA EN ESPAÑA

El sector analizado tiene una gran importancia para nuestro país, no sólo a nivel social, sino también a nivel económico y medioambiental. El sector vitivinícola es un signo de identidad para España debido al nivel de producción tan elevado que presenta, así como la alta calidad de sus vinos reconocidos a nivel mundial. Todo ello, ha hecho que España apueste por el sector vitivinícola y utilice técnicas de gestión innovadoras tanto en el producto, como en el proceso productivo para hacer frente a sus competidores tal y como menciona Blanco Hernández (2016).

Como se ha indicado, España es uno de los grandes productores de vino, no sólo en superficie plantada, también en producción de vino y mosto, así, en la última campaña analizada, 2013/2014.

España ha sido capaz de superar el volumen de exportación mundial a dos de sus grandes competidores Italia y Francia, situándose como el mayor exportador de vino a nivel mundial.

En España hay un gran número de bodegas que se dedican a la elaboración de vino lo que supone una fuerte competencia debido al objetivo común, de hacer cada día un mayor volumen de producto y de mejor calidad. Para que la actividad del sector sea la correcta se han constituido los consejos reguladores de las denominaciones de Origen,

que se encargan del control de las denominaciones de Origen (DO) que están formadas por bodegas. Actualmente en España existen un total de 69 DO, las cuales se encargan de presentar una calidad y unas características diferenciales tales como las materias primas, la forma de elaborar el producto y la influencia de la persona que realiza dicha actividad.

Como ya se ha mencionado en el objeto de estudio del presente trabajo, se va a analizar la Denominación de Origen Tierra de León, debido a la gran importancia que tiene este sector en la zona sureste de esta provincia. Esto es así, ya que en esta zona no hay industria, pero sí la materia prima y recursos suficientes para realizar este tipo de actividad en unas condiciones óptimas. Otro de los motivos por los que se ha seleccionado el tema de este trabajo, es por el interés de conocer si se cumplen las condiciones necesarias para desarrollar una nueva bodega en la DO Tierra de León. Con este propósito, se elaborará un plan de negocio y de viabilidad después de conocer la situación del sector en esta zona.

Dado que el análisis del trabajo se va a centrar en el estudio de cuatro bodegas pertenecientes a la Denominación de Origen Tierra de León, se van a exponer las características más relevantes que se han de cumplir para pertenecer a dicha denominación.

“Para que un vino obtenga la Denominación de Origen debe cumplir los siguientes requisitos:

- Los vinos deben ser elaborados en la región o el lugar determinado de la Denominación de Origen con uvas procedentes exclusivamente de esa zona geográfica.
- Deben tener unas características especiales y una calidad que solo se puedan conseguir gracias al medio geográfico en el que se han elaborado.
- Deben gozar de elevado prestigio por su origen en el mercado.
- Para conseguir el reconocimiento de Denominación de Origen, tienen que haber transcurrido al menos cinco años desde que se reconoció al vino como producto de dicha zona.” Dicha información ha sido proporcionada por la página web de la Denominación de Origen de Requena(2015).

Actualmente la Denominación de Origen Tierra de León está formada por 36 bodegas pertenecientes a los territorios considerados aptos, para la producción y elaboración de vino.

5. LEGISLACIÓN

Una vez presentada la información del sector vitivinícola tanto a nivel mundial y Europeo, como español, se hace referencia a la legislación a la que está sometida el presente sector. Ya que conviene conocer la normativa a la que se someten las distintas bodegas, puesto que al finalizar el estudio del sector se va a presentar un plan de negocio para una bodega en el sureste de la provincia de León.

5.1 NORMATIVA COMUNITARIA

- Reglamento (UE) N° 401/2010 de la comisión de 7 de mayo de 2010.

Dicho reglamento contiene una lista con los distintos nombres que las variedades de vid pueden presentar en el etiquetado de los distintos países de la Unión Europea. Las medidas adoptadas por este reglamento se ajustan al dictamen del Comité de Gestión de la Organización Común de Mercados Agrícolas.

- Reglamento (CE) N° 479/2008 del consejo de 29 de abril de 2008.

El presente reglamento recoge el desarrollo de diversas normas como las medidas de ayuda del sector, el comercio con terceros países, el potencial productivo, los controles en el sector vitivinícola y la medición de las superficies.

- Reglamento (CE) N°555/2008 de la comisión de 27 de junio de 2008.

Ya elaborado el reglamento N° 479/2008 se creó el presente reglamento, en el cual, se establece la organización común del mercado vitivinícola, haciendo referencia a los programas de apoyo, a los controles del sector y al comercio con terceros países.

- Reglamento (UE) N° 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.

Establece la organización común de los mercados de los productos agrarios recogidos en el anexo de dicho reglamento, excepto los productos de pesca y de la acuicultura.

- Reglamento Delegado (UE) 2015/560 de la Comisión de 15 de diciembre de 2014.

Completa el Reglamento ya citado N° 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta al régimen de autorizaciones para plantaciones de vid.

- Reglamento de Ejecución (UE) 2015/561 de la Comisión de 7 de abril de 2015.

En el cual se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) N° 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que respecta al régimen de autorizaciones para plantaciones de vid.

5.2 NORMATIVA ESTATAL

- Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino.

Regula, en el marco de la Unión Europea, la ordenación básica de la viña y el vino, así como su designación, publicidad, presentación y promoción. Otro de los aspectos a los que hace referencia esta ley es al sistema de protección y defensa tanto de consumidores como productores. También se incluye el régimen sancionador de lo mencionado con anterioridad.

- Real decreto 244/2009, de 27 de febrero, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola español.

Establece la normativa básica del programa de apoyo al sector vitivinícola español, en el cual se establece la organización común de dicho mercado en lo relativo a los programas de apoyo, el comercio con terceros países y los controles en el sector vitivinícola:

- Promoción en mercados de terceros países.
- Reestructuración y reconversión de viñedos.
- Eliminación de subproducto.
- Destilación de alcohol para uso de boca.
- Destilación de crisis.

- Real Decreto 740/2015, de 31 de julio por el que se regula el potencial de producción vitícola.

Tiene el objeto de establecer la normativa básica en materia de potencial vitivinícola, necesario para el desarrollo del reglamento Europeo citado, por el cual se crea la organización común de mercados de los productos agrarios.

- Resolución de 14 de Abril de 2015, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC), por la que se establecen criterios para la determinación del coste de producción.

En concreto en la normativa decimotercera, se explica detalladamente las normas que tienen que aplicar las empresas del sector vitivinícola para la determinación de su coste de producción.

5.3 NORMATIVA DE CASTILLA Y LEÓN

- Ley 8/2005, de 10 de junio, de la Viña y del Vino de Castilla y León.

El objeto de la presente ley es la regulación de los órganos de gestión y de control de los vinos de calidad producidos en regiones determinadas. Por otro lado, también se incluye en esta ley, el régimen sancionador de las infracciones administrativas.

5.4 NORMATIVA DE LA DO TIERRA DE LEÓN

Debido a que tanto las bodegas seleccionadas, como el plan de negocio que se va a realizar pertenecen a la DO Tierra de León, se va a presentar los puntos más relevantes de su normativa.

5.4.1 De la producción de Uva

- **Localización**

La zona de producción de uva para la elaboración de los vinos protegidos por la Denominación de Origen Tierra de León está constituida por los terrenos que el Consejo Regulador considere especialmente aptos para la producción de uvas de las variedades que se especifican en el siguiente punto, con la calidad necesaria para ser destinada a la elaboración de tales vinos y que estén ubicados en los siguientes términos municipales:

- Provincia de León
- Provincia de Valladolid

- **Variedades de uva**

La elaboración de los vinos protegidos se realizará exclusivamente con uvas de las variedades siguientes.

- a) Variedades de uva blanca.

Variedades principales: Verdejo, Albarín blanco, Godello

Variedades autorizadas: Malvasía, Palomino

- b).Variedades de uva tinta.

Variedades principales: Prieto picudo, Mencia

Variedades autorizadas: Tempranillo, Garnacha

- **Densidades de plantación**

Tanto para variedades tintas como blancas, la densidad de plantación oscilará entre 1.100 y 4.000 cepas por hectárea, tanto para la formación en vaso como para la formación en espaldera.

- **Rendimientos máximos admitidos**

Los rendimientos máximos admitidos por hectárea en viñedos en plena producción, entendiéndose como tal a los de más de 4 años, serán las siguientes:

- a) Variedades blancas: 7.000 Kg./Ha. en viñedos con formación en vaso y 10.000 Kg./Ha. en viñedos con formación en espaldera.

- b) Variedades tintas: 6.000 Kg./Ha. en viñedos con formación en vaso 8.000 Kg./Ha. En viñedos con formación en espaldera.

Estos límites podrán ser modificados en determinadas campañas por el Consejo Regulador. En caso de que tal modificación se produzca, no podrá superar el 15% de los límites fijados.

5.4.2 De la elaboración del vino

La elaboración, almacenamiento, envejecimiento, embotellado y etiquetado de vinos con Denominación de Origen Tierra de León se realizará en bodegas enclavadas dentro de los términos municipales de la zona de producción indicada con anterioridad.

Los titulares de las bodegas inscritas en el registro de la Denominación de Origen «Tierra de León», a parte de los controles que pueda establecer el Órgano de Control,

serán responsables junto con el correspondiente viticultor, de que las uvas que ingresen en sus bodegas para la elaboración de vino protegido proceda de parcelas inscritas que no superen los rendimientos máximos autorizados.

5.4.3 Tipos de vinos, características y envasado

- **Tipos de vino**

Los tipos de los vinos amparados por la Denominación de Origen «Tierra de León» serán los siguientes:

a) «Blanco», elaborado a partir de un mínimo del 50 por 100 de uvas de las variedades blancas principales. El 50 por 100 restante corresponderá a las variedades blancas autorizadas.

b) «Rosado», elaborado a partir de un mínimo del 60 por 100 de uvas de las variedades Principales «Prieto Picudo y/o Mencía». El 40 por 100 restantes corresponderá a las variedades tintas autorizadas y/o blancas principales y autorizadas.

c) «Tinto», elaborado a partir de un mínimo del 60 por 100 de uvas de la variedad «Prieto Picudo y/o Mencía». El 40 por 100 restante se podrá repartir entre las uvas tintas permitidas.

- **Características de los vinos**

Las características analíticas de los vinos amparados por la Denominación de Origen tendrán que presentar una graduación alcohólica mínima, un nivel de acidez, azúcares reductores... entre otras.

- **Envasado, embotellado y etiquetado**

I. Los vinos amparados por la Denominación de Origen «Tierra de León», únicamente podrán circular y ser expedidos por las bodegas inscritas en tipos de envase que no perjudiquen su calidad y prestigio, y hayan sido previamente aprobados por el Consejo Regulador.

II. El embotellado y etiquetado de vinos amparados por la denominación de «Tierra de León» deberá ser realizado exclusivamente por los titulares de las bodegas embotelladoras inscritas en el Registro de Bodegas.

III. Todos los vinos amparados que se comercialicen para consumo se expedirán embotellados y etiquetados. Las botellas deberán ser de vidrio, de las capacidades autorizadas por la Unión Europea, quedando excluidas las botellas de 1 litro de capacidad. El cierre de las botellas se realizará con materiales autorizados aprobados por el Consejo Regulador.

6. PRESENTACIÓN DE BODEGAS DE LA DO TIERRA DE LEÓN

Una vez que se han expuesto las características más relevantes del sector vitivinícola a nivel Europeo y Nacional con sus respectivos reglamentos, se va a realizar un estudio comparativo entre cuatro bodegas de la Denominación de Origen Tierra de León. Para poder comprender mejor dicho análisis, se va a exponer una breve reseña de las bodegas de estudio. Con la que se pretende dar a conocer su historia, la variedad de uva con la que trabajan y la marca de sus vinos.

6.1 BODEGAS VINOS DE LEÓN VILE S.A

- Historia:

El nombre que recoge la presente bodega resume lo que durante mucho tiempo significó ser la única bodega de la zona sureste de la provincia de León. El comienzo de esta bodega, perteneciente en la actualidad a la de DO Tierra de León, se sitúa en los años 60 en la localidad de Valdevimbre. Nació con el objetivo de recuperar la variedad de Prieto Picudo de la zona olvidada por entonces.

El objetivo que presenta en la actualidad la bodega, es elaborar grandes vinos, distinguidos y personales, vinos que aúnen elegancia, potencia y mucho carácter.

- Variedad de uva:

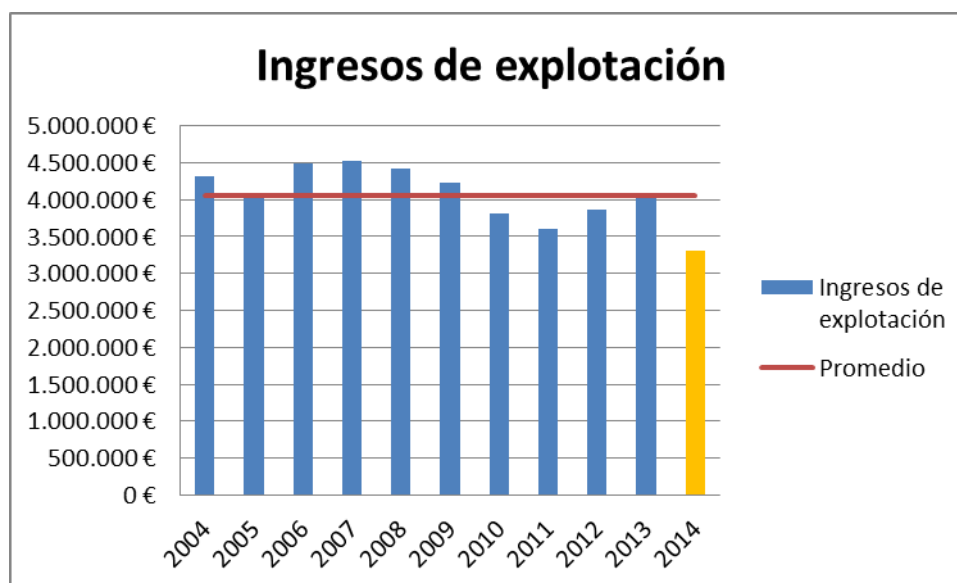
- Prieto picudo
- Verdejo
- Albarín

- Marca:

- Valjunco
- Don Suero

Una vez conocida de forma breve la trayectoria de la bodega vinos de León Vile, se a presentar de manera gráfica los ingresos de explotación de los últimos 10 años.

Gráfico 6. 1 Ingresos de explotación de Bodegas vinos de León Vile



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se puede observar en el gráfico, la primera bodega de estudio ha obtenido unos ingresos de explotación muy regulares, solventando muy bien los años de la crisis económica de España. Bodega Vile siempre ha obtenido sus valores muy cercanos a la media por lo que podemos decir que es una empresa madura. Como dato a destacar, decir, que el último año de estudio (2014) Vile ha obtenido sus peores ingresos de explotación alcanzando su mínimo con un valor de 3.314.623 €. Esto ha podido deberse a la fuerte competencia de otras bodegas pertenecientes a la Denominación de Origen Tierra de León.

6.2 NICOLÁS REY E HIJOS S.L

- Historia:

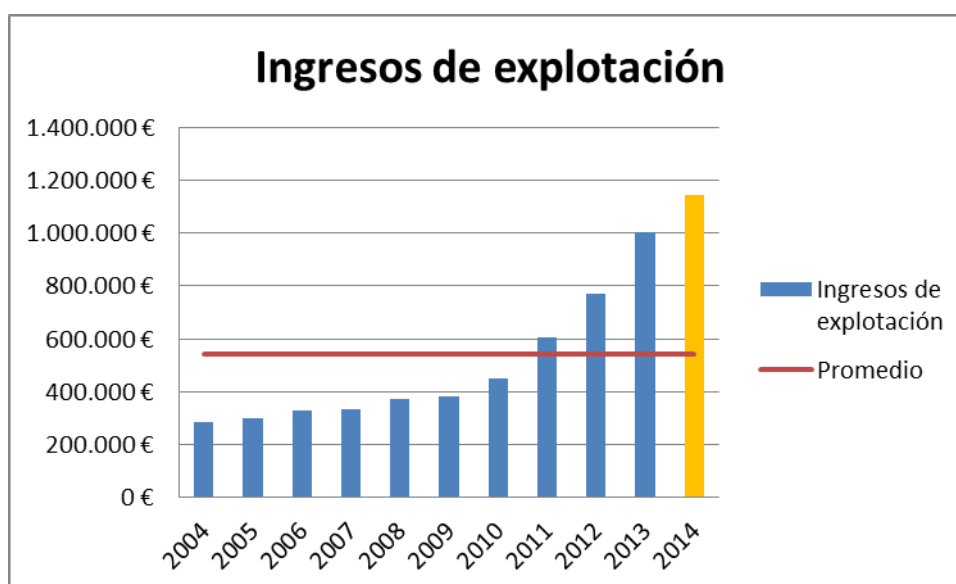
La Bodega los Palomares fue fundada en 1964 por Don Nicolas Rey con el objetivo de mejorar y desarrollar sus viñas, debido a la óptima producción que obtenía. Actualmente regentan la bodega sus tres hijos, y está situada en la localidad de Valdevimbre. Siendo una de las impulsoras de la Denominación de Origen Tierra de León.

El objetivo que persigue la Bodega Palomares, es elaborar vinos con altos niveles de calidad, combinando tradición con innovación y otorgando a cada copa el detalle de la tradición familiar dedicada, desde sus inicios a extraer la esencia de nuestra tierra.

- Variedad de uva:
 - Prieto Picudo
 - Verdejo
- Marca:
 - Palomares

A continuación se van a analizar los ingresos de explotación de la bodega Palomares para los mismos años de estudio.

Gráfico 6. 2 Ingresos de explotación de la bodega Nicolás Rey e Hijos



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

Observando el gráfico presentado, se puede ver el rápido crecimiento que recogen los ingresos de explotación de la bodega Palomares durante los cuatro últimos años de estudio, alcanzando en el año 2014 unos ingresos de 1.142.937 €. Una de las causas de su crecimiento ha sido la ya mencionada combinación de tradición e innovación a la hora de elaborar sus vinos, duplicando este último año a la media que venía recogiendo los 10 años de estudio. Palomares, actualmente, es una de las bodegas potenciadoras de la DO Tierra de León.

6.3 GORDONZELLO S.A

- Historia:

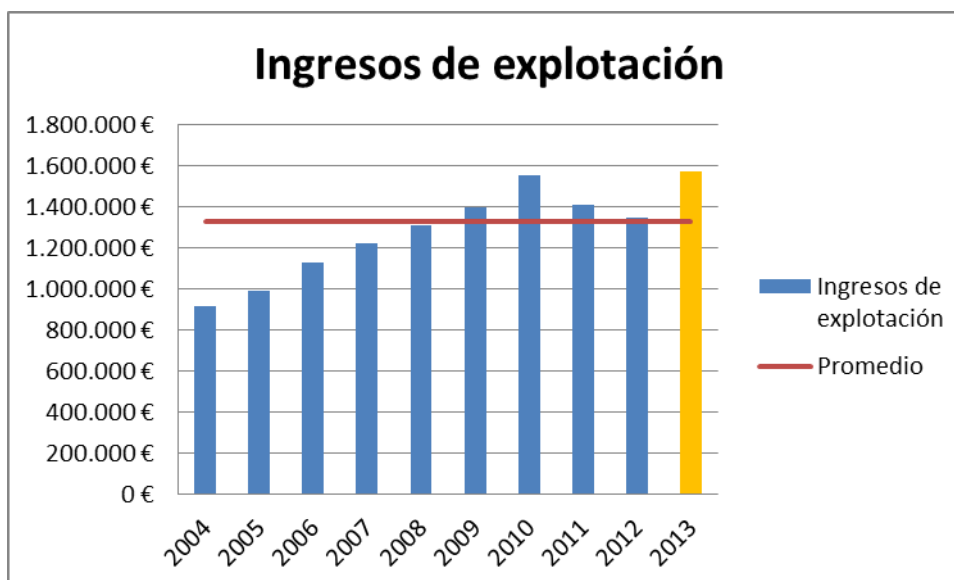
En 1965 se constituyó dicha bodega con el apoyo de 101 socios, los cuales aportaron un total de 305 hectáreas de terreno. Los años posteriores a la constitución de la empresa se plantaron 205 hectáreas de viñedo. En la actualidad, sus vinos maduran en barricas de

roble de origen francés, americano y húngaro. Gordonzello, actualmente se consolida como una de las bodegas más modernas y prometedoras.

- Variedad de uva:
 - Prieto picudo
 - Albarín
- Marca:
 - Peregrino

En el caso de la bodega Gordonzello los ingresos de explotación presentados han sido hasta el año 2013, debido a que no se ha conseguido el resto de la información. Lo mismo que ha ocurrido en la siguiente bodega presentada.

Gráfico 6. 3 Ingresos de explotación de la bodega Gordonzello



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

Los ingresos de explotación de la Bodega Gordonzello han crecido de manera regular hasta el año 2010, gracias a la iniciativa que pusieron en marcha para recuperar definitivamente en la zona, su pasado vitícola. Los ingresos de los dos años posteriores sufrieron un descenso hasta el último año de estudio en el que se vuelve a alcanzar su máximo con 1.573.241 €. Como se puede observar en el gráfico, los cinco últimos años han superado el promedio de los años de estudio. Actualmente Gordonzello es una bodega que cuenta con unas instalaciones modernas y muy innovadoras.

6.4 VIÑEDOS Y BODEGA JULIO CRESPO AGUILOCHE S.L

- Historia:

La presente bodega, es un proyecto familiar situado en el este de la provincia de León en el municipio de Sahagún. Los viñedos se encuentran ubicados dentro de una finca de 300 hectáreas, de las cuales 50 hectáreas pertenecen a la Denominación de Origen Tierra de León.

- Variedad de uva:

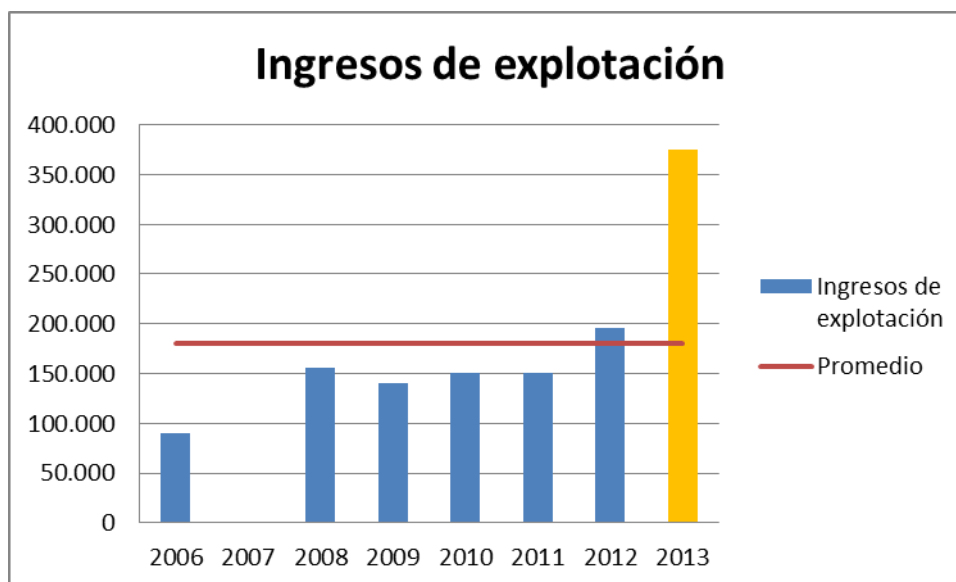
- Prieto Picudo
- Mencía
- Tempranillo
- Albarín

- Marca:

- La Rentera

Para presentar los ingresos de explotación de la Bodega Julio Crespo, se va a seguir el mismo proceso realizado para las otras tres bodegas de la Denominación de Origen Tierra de León. Como ocurrió en la Bodega Gordonzello, solo vamos a trabajar con datos hasta el año 2013, ya que el resto de la información no está disponible.

Gráfico 6. 4 Ingresos de explotación de la bodega Julio Crespo Aguiloché



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

Como se puede observar en el gráfico, los ingresos de explotación de la Bodega Julio Crespo han sido constantes desde el año 2008 hasta el año 2012. Por otro lado hay que

destacar que los ingresos presentados en el último año de estudio han sido muy positivos, siendo estos el doble de la media recogidos en el periodo. Esto se puede deber a la alta exportación de sus vinos, ya que el 83% de sus puntos de venta se sitúan en el extranjero.

7. ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONTABLES

El objetivo del análisis de los estados contables es “llegar a tener un conocimiento profundo de las empresas de estudio, obteniendo la imagen fiel del patrimonio, los resultados de la empresa y su situación financiera” (Garrido Miralles y Íñiguez Sánchez, 2012:15). Una vez obtenido estos tres aspectos con el análisis de los estados contables, la empresa será capaz de tomar mejores decisiones. La presente información, “será utilizada de manera distinta por los diferentes miembros de la empresa según sus intereses” (Alonso López, 2001:12).

En nuestro caso, y para nuestros objetivos, este análisis nos aportará información relevante sobre la situación del sector, como una parte importante del plan de viabilidad del nuevo proyecto de inversión que se propone en este trabajo.

Para poder llevar a cabo lo ya propuesto y conocer mejor la situación del sector vitivinícola y de las bodegas de la Denominación de Origen Tierra de León, se van a calcular algunas magnitudes y se utilizará la técnica de ratios. Para elaborar el análisis de manera más completa, se diferenciará entre análisis financiero tanto a corto como a largo plazo y análisis económico.

7.1 ANÁLISIS FINANCIERO

En el presente apartado, se va a realizar un análisis detallado de las cuentas de las cuatro bodegas seleccionadas de la Denominación de Origen Tierra de León, con el que se pretende dar a conocer la evolución desde el punto de vista financiero experimentada por las mismas. Mediante dicho análisis se va a poder obtener una idea de cuál es la situación financiera de las bodegas de la DO y si dicha financiación es correcta para mantener un desarrollo estable. En definitiva, es una herramienta que ayuda a diagnosticar problemas existentes dentro de las empresas (emprendepyme 2015).

El análisis financiero de una empresa, se puede llevar a cabo mediante dos perspectivas diferentes; dinámicamente, cuando se analiza la situación de la empresa a lo largo del tiempo o estáticamente cuando se analiza la situación financiera en un momento

determinado. Para llevar a cabo el análisis financiero a lo largo del trabajo, se ha utilizado la información contable de manera dinámica.

En el presente análisis, se van a exponer los balances resumidos de las cuatro bodegas, en los que sólo aparecerán reflejadas las grandes masas y submasas patrimoniales, las cuales van a permitir una mejor comprensión de las mismas. En el anexo II del trabajo, se podrán encontrar los balances completos de cada una de las bodegas estudiadas.

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 1 Activo del Balance de Situación de la Bodega vinos de León Vile (€)

	2010	2011	2012	2013	2014
Activo no corriente	3.402.869,88	3.241.426,63	3.543.990,10	5.403.981,47	5.797.195,62
Inmovilizado inmaterial	6.114,59	5.118,23	4.121,87	3.125,51	2.129,15
Inmovilizado material	1.890.664,87	1.730.217,98	2.033.777,81	3.194.765,54	3.788.976,05
Otros activos no corrientes	1.506.090,42	1.506.090,42	1.506.090,42	2.206.090,42	2.006.090,42
Activo corriente	4.519.597,05	4.727.499,50	5.891.700,68	5.008.541,10	3.647.064,22
Existencias	1.206.975,74	1.409.920,57	1.177.759,73	1.462.663,05	1.836.774,46
Deudores	726.850,24	830.328,29	822.463,84	1.151.777,79	779.946,31
Otros activos corrientes	2.585.771,07	2.487.250,64	3.891.477,11	2.394.100,26	1.030.343,45
Tesorería	692.162,91	292.954,99	679.983,49	1.129.291,03	589.242,17
Total Activo	7.922.466,93	7.968.926,13	9.435.690,78	10.412.522,57	9.444.259,84

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

Tabla 7. 2 Pasivo del Balance de Situación de la Bodega vinos de León Vile (€)

	2010	2011	2012	2013	2014
Fondos Propios	7.255.401,38	7.423.592,67	7.506.649,83	7.705.726,69	7.627.589,24
Capital suscrito	2.404.000,00	2.404.000,00	2.404.000,00	2.404.000,00	2.404.000,00
Otros fondos propios	4.851.401,38	5.019.592,67	5.102.649,83	5.301.726,69	5.223.589,24
Pasivo no corriente	n.d.	n.d.	1.173.014,55	1.110.976,88	915.343,24
Acreedores a lp	n.d.	n.d.	1.173.014,55	1.062.873,60	876.402,49
Otros pasivos no corrientes	0,00	0,00	0,00	48.103,28	38.940,75
Pasivo Corriente	667.065,55	545.333,46	756.026,40	1.595.819,00	901.327,36
Deudas financieras	92.058,05	n.d.	n.d.	110.140,95	186.595,98
Acreedores comerciales	352.932,20	311.745,54	403.097,36	970.629,95	409.629,68
Otros pasivos corrientes	222.075,30	233.587,92	352.929,04	515.048,10	305.101,70
TOTAL PASIVO +FP	7.922.466,93	7.968.926,13	9.435.690,78	10.412.522,57	9.444.259,84

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 3 Activo del Balance de Situación de la Bodega Nicolás Rey e Hijos (€)

	2010	2011	2012	2013	2014
Activo no corriente	305.093,22	351.830,96	521.385,97	587.344,19	667.327,48
Inmovilizado inmaterial	1.137,73	209,45	140,39	71,33	5.172,44
Inmovilizado material	303.205,31	350.871,33	520.495,40	586.522,68	661.404,86
Otros activos fijos	750,18	750,18	750,18	750,18	750,18
Activo corriente	265.295,08	214.192,04	370.770,57	322.110,64	385.251,55
Existencias	261.510,83	206.439,10	202.451,44	116.275,46	97.711,99
Deudores	n.d.	n.d.	113.575,30	189.279,86	217.618,11
Otros activos circulantes	3.784,25	7.752,94	54.743,83	16.555,32	69.921,45
Tesorería	3.784,25	7.752,94	29.805,24	16.555,32	69.921,45
Total Activo	570.388,30	566.023,00	892.156,54	909.454,83	1.052.579,03

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

Tabla 7. 4 Pasivo del Balance de Situación de la Bodega Nicolás Rey e Hijos (€)

	2010	2011	2012	2013	2014
Fondos Propios	67.639,83	68.142,82	76.731,53	89.367,34	222.331,54
Capital suscrito	3.005,06	3.005,06	10.517,71	10.517,71	10.517,71
Otros fondos propios	64.634,77	65.137,76	66.213,82	78.849,63	211.813,83
Pasivo no corriente	221.522,64	308.980,69	450.813,93	416.573,93	360.298,26
Acreeedores a l/p	221.077,32	308.268,18	449.824,57	413.492,17	353.777,23
Otros pasivos fijos	445,32	712,51	989,36	3.081,76	6.521,03
Pasivo Corriente	281.225,83	188.899,49	364.611,08	403.513,56	469.949,23
Deudas financieras	152.801,25	59.518,73	8.730,25	8.720,64	10.506,65
Acreeedores comerciales	84.432,17	58.216,63	41.132,08	21.000,04	19.522,30
Otros pasivos circulantes	43.992,41	71.164,13	314.748,75	373.792,88	439.920,28
TOTAL PASIVO + FP	570.388,30	566.023,00	892.156,54	909.454,83	1.052.579,03

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 5 Activo del Balance de Situación de la Bodega Gordonzello (€)

	2010	2011	2012	2013
Activo no corriente	3.158.402,48	3.112.212,57	2.973.888,45	2.777.830,27
Inmovilizado inmaterial	21.505,97	19.898,10	17.541,59	14.852,44
Inmovilizado material	3.136.315,96	3.091.013,92	2.952.886,31	2.759.517,28
Otros activos fijos	580,55	1.300,55	3.460,55	3.460,55
Activo corriente	1.449.928,00	1.445.066,67	1.396.917,22	1.466.363,76
Existencias	783.459,50	816.304,41	858.794,03	912.974,36
Deudores	656.320,46	618.032,51	524.796,91	539.582,35
Otros activos corrientes	10.148,04	10.729,75	13.326,28	13.807,05
Tesorería	2.070,23	2.173,90	5.322,54	6.421,66
Total ACTIVO	4.608.330,48	4.557.279,24	4.370.805,67	4.244.194,03

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

Tabla 7. 6 Pasivo del Balance de Situación de la Bodega Gordonzello (€)

	2010	2011	2012	2013
Fondos Propios	2.719.400,68	2.621.796,93	2.485.438,18	2.508.377,72
Capital suscrito	1.163.730,81	1.163.730,81	1.163.730,81	1.163.730,81
Otros fondos propios	1.555.669,87	1.458.066,12	1.321.707,37	1.344.646,91
Pasivo no corriente	1.129.983,50	1.168.298,05	1.052.604,40	856.243,12
Acreedores a l/p	901.872,67	955.134,62	853.682,73	674.039,18
Otros pasivos no corrientes	228.110,83	213.163,43	198.921,67	182.203,94
Pasivo Corriente	758.946,30	767.184,26	832.763,09	879.573,19
Deudas financieras	409.829,21	420.407,78	464.804,69	443.282,62
Acreedores comerciales	147.341,24	190.197,78	200.115,98	202.503,66
Otros pasivos corrientes	201.775,85	156.578,70	167.842,42	233.786,91
TOTAL PASIVO + FP	4.608.330,48	4.557.279,24	4.370.805,67	4.244.194,03

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 7 Activo del Balance de Situación de la Bodega Julio Crespo Aguiloché (€)

	2010	2011	2012	2013
Activo no corriente	1.664.168,21	1.623.466,74	1.565.796,90	1.521.926,35
Inmovilizado inmaterial	0,00	0,00	1.451,63	1.732,70
Inmovilizado material	1.435.930,86	1.373.548,07	1.311.991,72	1.274.059,36
Otros activos fijos	228.237,35	249.918,67	252.353,55	246.134,29
Activo corriente	322.147,39	302.483,21	412.994,87	580.196,70
Existencias	133.576,69	134.190,18	228.840,89	360.571,69
Deudores	157.276,73	163.619,56	160.542,44	209.445,91
Otros activos circulantes	31.293,97	4.673,47	23.611,54	10.179,10
Tesorería	31.293,97	4.673,47	23.600,60	10.179,10
Total ACTIVO	1.986.315,60	1.925.949,95	1.978.791,77	2.102.123,05

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

Tabla 7. 8 Pasivo del Balance de Situación de la Bodega Julio Crespo Aguiloché (€)

	2010	2011	2012	2013
Fondos Propios	1.177.556,45	1.415.638,45	1.449.827,05	1.462.736,41
Capital suscrito	1.304.000,00	1.304.000,00	1.304.000,00	1.304.000,00
Otros fondos propios	-126.443,55	111.638,45	145.827,05	158.736,41
Pasivo no corriente	751.768,69	450.000,00	466.482,28	480.985,07
Acreedores a l/p	751.768,69	450.000,00	466.471,34	480.985,07
Otros pasivos fijos	0,00	0,00	10,94	0,00
Pasivo Corriente	56.990,46	60.311,50	62.482,44	158.401,57
Deudas financieras	0,00	0,00	0,00	88.296,13
Acreedores comerciales	15.731,96	17.370,57	17.080,62	19.263,79
Otros pasivos circulantes	41.258,50	42.940,93	45.401,82	50.841,65
TOTAL PASIVO + FP	1.986.315,60	1.925.949,95	1.978.791,77	2.102.123,05

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la base de datos SABI.

7.1.1 Análisis financiero a corto plazo

El presente análisis, tiene por objeto analizar la capacidad de la empresa para atender los compromisos de pago a corto plazo, para lo cual será necesario que las empresas dispongan de efectivo disponible en el momento oportuno. La liquidez necesaria de las

empresas, tiene que ser proporcionada por la actividad típica o normal que tengan, siendo necesaria la adecuación de las corrientes de cobros y pagos derivadas de dichas actividades. En caso de que esto no sea así, habría que liquidar activos disponibles o acudir al endeudamiento. Una de las primeras magnitudes y más importantes para elaborar este análisis es el capital circulante.

7.1.1.1 *Capital circulante*

En el análisis financiero se denomina fondo de maniobra o capital circulante a la parte del activo corriente requerido para mantener un determinado nivel de producción y venta, que no puede ser financiado de manera espontánea por agentes que intervienen en el ciclo de explotación de la empresa. (Fernández Fernández, J.M. y Rodríguez Pérez, A.; 2012). En definitiva, el capital circulante con una visión a corto plazo, se define como los elementos del activo corriente que no han podido financiarse con pasivo corriente. Mide los recursos permanentes que son necesarios para llevar a cabo la actividad de la empresa.

El valor que debería alcanzar esta magnitud es una cifra positiva, ya que esto indicaría que el activo de la empresa a corto plazo es capaz de cubrir las obligaciones de pago a corto plazo.

La fórmula utilizada para su cálculo es la siguiente:

$$\text{Capital circulante} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

A continuación se calcula esta magnitud para las distintas bodegas objeto de estudio

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 9 Capital circulante de la Bodega Vinos de León Vile (€)

	2010	2011	2012	2013	2014
Activo corriente	4.519.597,05	4.727.499,50	5.891.700,68	5.008.541,10	3.647.064,22
Pasivo Corriente	667.065,55	545.333,46	756.026,40	1.595.819,00	901.327,36
Capital circulante	3.852.531,50	4.182.166,04	5.135.674,28	3.412.722,10	2.745.736,86

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Analizando el capital circulante o el fondo de maniobra para la Bodega Vile, se observa que para los cinco años, el resultado es positivo y con un importe muy superior del activo corriente frente al pasivo corriente. Esto es así, ya que la empresa presenta puntualidad en el pago y por tanto es capaz de financiar sus pagos a corto plazo con los activos corrientes que posee. Este hecho puede garantizar un equilibrio financiero para la empresa.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 10 Capital circulante de la Bodega Nicolás Rey e Hijos (€)

	2010	2011	2012	2013	2014
Activo corriente	265.295,08	214.192,04	370.770,57	322.110,64	385.251,55
Pasivo Corriente	281.225,83	188.899,49	364.611,08	403.513,56	469.949,23
Capital circulante	-15.930,75	25.292,55	6.159,49	-81.402,92	-84.697,68

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Una vez presentado los datos del activo corriente y del pasivo corriente, se puede observar que para los años de estudio 2011-2012, el capital circulante ha sido positivo aunque no en una gran proporción. Esto ha situado a la bodega en una situación aceptable, ya que parte del activo corriente está financiado con recursos permanentes. En definitiva, el capital circulante amortiguará las inflexiones de pagos y cobros que tenga la bodega. Respecto a los dos últimos años de estudio y al año 2010, se observa que la cifra presentada es negativa, por lo que la bodega con el activo que posee a corto plazo no es capaz de cubrir las obligaciones presentadas en el pasivo corriente, presentando ya un desequilibrio financiero.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 11 Capital circulante de la Bodega Gordonzello (€)

	2010	2011	2012	2013
Activo corriente	1.449.928,00	1.445.066,67	1.396.917,22	1.466.363,76
Pasivo Corriente	758.946,30	767.184,26	832.763,09	879.573,19
Capital circulante	690.981,70	677.882,41	564.154,13	586.790,57

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se observa en la tabla, todos los años presentan un valor positivo decreciente a lo largo del periodo de estudio, debido a que el activo corriente de la empresa ha disminuido año tras año. La situación presentada por la bodega Gordonzello es aceptable, ya que dicha empresa es capaz de cubrir sus obligaciones de pago a corto plazo y el riesgo de que caiga en insolvencia es muy escaso como causa, de presentar un buen equilibrio financiero.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 12 Capital circulante de la Bodega Julio Crespo Aguiloché (€)

	2010	2011	2012	2013
Activo corriente	322.147,39	302.483,21	412.994,87	580.196,70
Pasivo Corriente	56.990,46	60.311,50	62.482,44	158.401,57
Capital circulante	265.156,93	242.171,71	350.512,43	421.795,13

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

A la vista de los resultados presentados, se observa que el activo corriente de la empresa, es capaz de cubrir todas las deudas a corto plazo ya que todas las cifras obtenidas han sido positivas. En definitiva, la situación es buena, por lo que indica que parte del activo corriente está financiado con recursos permanentes. “El capital circulante amortiguará y absorberá suficientemente los desfases de las corrientes de pagos y cobros” (Garrido Miralles e Íñiguez Sánchez, 2012:312).

7.1.1.2 *Ratio de solvencia*

El ratio de solvencia recoge la relación entre el activo corriente y el pasivo corriente de una empresa expresada en forma de razón. Con el presente, se va a poder conocer si las bodegas de estudio son capaces en el corto plazo, de atender a todas sus deudas en un momento dado. Rivero Torre (2012).

Los aspectos más importantes a los que hay que hacer referencia para evaluar mejor este ratio es que el activo corriente sea mayor al pasivo corriente para hacer frente al pago de las deudas y así situarse en una situación de equilibrio financiero.

El ratio de solvencia tiene que ser superior a 1,5 para afrontar dichas obligaciones de una manera óptima. El presente ratio se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Ratio de solvencia} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 13 Ratio de Solvencia de la Bodega vinos de León Vile

	2010	2011	2012	2013	2014
Activo corriente	4.519.597,05	4.727.499,50	5.891.700,68	5.008.541,10	3.647.064,22
Pasivo Corriente	667.065,55	545.333,46	756.026,40	1.595.819,00	901.327,36
Ratio de solvencia	6,775	8,669	7,793	3,139	4,046

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se puede observar en la tabla, el ratio de solvencia para los cinco años de estudio de la Bodega Vile, presenta un valor superior a 1,5, por lo que la empresa no corre peligro de insolvente a corto plazo. Por ello, va a ser capaz de devolver todas sus deudas en el momento determinado, si bien, estos valores son excesivamente elevados sobre todo los años 2011 y 2012 lo que podría significar que la empresa tiene exceso de recursos que harían disminuir su rentabilidad.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 14 Ratio de Solvencia de la Bodega Nicolás Rey e Hijos

	2010	2011	2012	2013	2014
Activo corriente	265.295,08	214.192,04	370.770,57	322.110,64	385.251,55
Pasivo Corriente	281.225,83	188.899,49	364.611,08	403.513,56	469.949,23
Ratio de solvencia	0,943	1,134	1,017	0,798	0,820

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

La bodega Palomares, salvo los años 2011 y 2012 en el que el ratio es superior a la unidad, en el resto de los años presenta valores muy bajos. Esto significaría que, por ejemplo, en el año 2014 por cada euro de deuda a corto plazo, solo dispone de 0,82 € para hacerle frente, lo que sitúa a esta empresa cerca de la suspensión de pagos habiendo riesgo de insolvencia.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 15 Ratio de Solvencia de la Bodega Gordonzello

	2010	2011	2012	2013
Activo corriente	1.449.928,00	1.445.066,67	1.396.917,22	1.466.363,76
Pasivo Corriente	758.946,30	767.184,26	832.763,09	879.573,19
Ratio de solvencia	1,910	1,884	1,677	1,667

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

A la vista de los resultados presentados, se observa que el ratio de solvencia recoge para los cuatro años de estudio, una cifra superior al valor frontera. Dicha cifra, ha ido decreciendo a lo largo de los años, hasta situarse en el año 2013 en 1,667. La bodega Gordonzello, es capaz de afrontar la totalidad de sus deudas, con el activo que posee a corto plazo en un momento determinado. En definitiva, el presente ratio muestra a sus acreedores una garantía financiera.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 16 Ratio de Solvencia de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

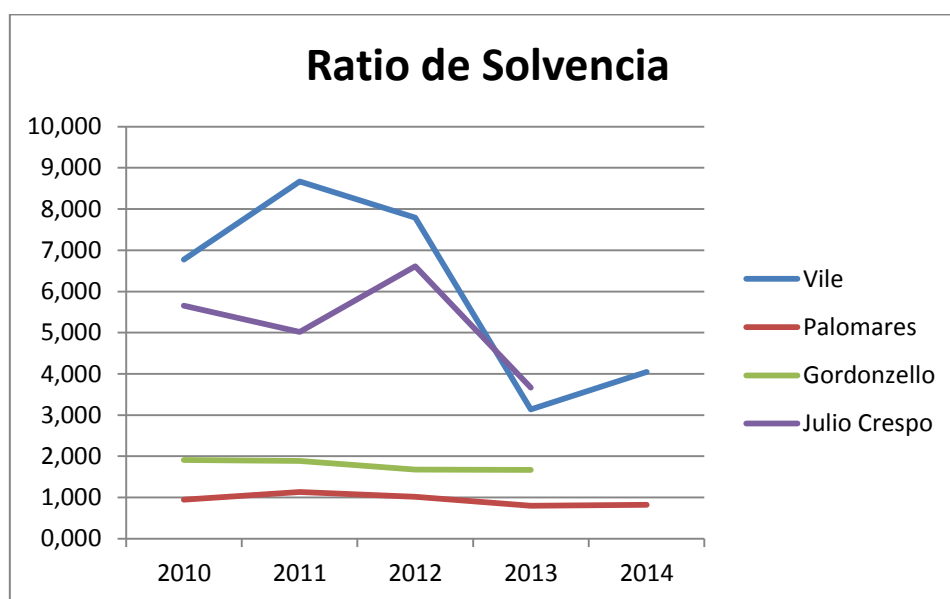
	2010	2011	2012	2013
Activo corriente	322.147,39	302.483,21	412.994,87	580.196,70
Pasivo Corriente	56.990,46	60.311,50	62.482,44	158.401,57
Ratio de solvencia	5,653	5,015	6,610	3,663

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se observa en la tabla, la bodega Julio Crespo Aguiloché, recoge para los cuatro años de estudio, un valor superior al óptimo. En el año 2013 recoge su valor máximo y en el último año el mínimo con un valor de 3,663. Esto es así, debido a que presenta una gran diferencia entre el valor de su activo corriente y el de su pasivo corriente, haciendo que la bodega no corra ningún riesgo de insolvencia en sus pagos. Como sucede en el caso de la bodega Vile son valores excesivamente altos que podrían hacer disminuir la rentabilidad de la empresa.

Una vez calculado el ratio de solvencia de manera individual para cada una de las bodegas de la Denominación de Origen, se va a presentar una gráfica comparativa que va a permitir analizar la tendencia y la diferencia de valor entre cada una de ellas.

Gráfico 7. 1 Ratio de solvencia de las cuatro bodegas de la DO



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

En la gráfica anterior se observa que tanto la bodega Gordonzello como la bodega Palomares han seguido una tendencia constante a lo largo del periodo de estudio mostrando siempre unos valores muy próximos al valor aceptable. Esto indica que en el hipotético caso de que las bodegas se liquiden, es poco probable que puedan hacer frente a sus obligaciones de pago a corto plazo. Por otro lado, se observa que los valores obtenidos por la bodega más grande de la DO Vile y una de las bodegas más pequeñas Julio Crespo Aguiloché, han presentado unos valores más irregulares pero siempre por encima de 1,5, indicando así, que con el activo que han presentado a lo largo de estudio, van a ser capaces de hacer frente a las deudas con terceros a corto plazo, mostrando siempre una garantía financiera frente a sus acreedores. En definitiva, todas las bodegas presentan valores aceptables salvo *Nicolás Rey*.

7.1.1.3 Ratio de liquidez (prueba ácida)

El objetivo principal del ratio de liquidez, es conocer o evaluar la capacidad que tienen las empresas para atender a sus compromisos de pago a corto plazo en un momento determinado con el efectivo que posee.

El ratio de la prueba ácida, también se le conoce como ratio *quick*, el cual se define como la relación entre el activo corriente, exceptuado las existencias y el pasivo corriente. El presente ratio, informa del grado de cobertura que tiene el pasivo corriente

mediante las disponibilidades, sin necesidad de proceder a la venta de las existencias y activos no corrientes en proceso de venta.” Al mismo tiempo, hay que tener en cuenta que vender algunas existencias, como en nuestro caso de vino, indicaría una disfuncionalidad cuando se trate de existencias de productos terminados”. (Garrido Miralles, 2012:335).

El valor adecuado para el ratio de estudio es aquel que sea próximo a la unidad.

El cálculo del ratio de liquidez se lleva a cabo de la siguiente manera:

$$\text{Ratio de liquidez} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Existencias}}{\text{Pasivo corriente}}$$

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 17 Ratio de liquidez de la Bodega vinos de León Vile

	2010	2011	2012	2013	2014
Activo Corriente- Existencias	3.312.621,31	3.317.578,93	4.713.940,95	3.545.878,05	1.810.289,76
Pasivo Corriente	667.065,55	545.333,46	756.026,40	1.595.819,00	901.327,36
Ratio de liquidez	4,966	6,084	6,235	2,222	2,008

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Analizando los resultados presentados para el periodo 2010-2014, se puede concluir que todos los años la empresa ha obtenido un valor superior a 1, destacando notablemente los años 2011 y 2012. Esto significa que la Bodega Vile no está supeditada a las ventas de sus existencias para hacer frente a las deudas y por tanto sus acreedores y proveedores no corren el riesgo de ser impagados. Si bien, como ya se indicó en el ratio anterior, aún sin considerar las existencias, son valores muy elevados, con la consiguiente pérdida de rentabilidad por la excesiva inmovilización de recursos ociosos.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 18 Ratio de liquidez de la Bodega Nicolás Rey e Hijos

	2010	2011	2012	2013	2014
Activo Corriente- Existencias	3.784,25	7.752,94	168.319,13	205.835,18	287.539,56
Pasivo Corriente	281.225,83	188.899,49	364.611,08	403.513,56	469.949,23
Ratio de liquidez	0,013	0,041	0,462	0,510	0,612

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Los cuatro años analizados, presentan una cifra entre 0 y 0,6 por lo que se puede decir que el compromiso de pago de la bodega está supeditada a la venta de vino, por lo que tanto los proveedores como acreedores de la bodega, pueden correr el riesgo de ser impagados en algún momento. Si bien, se observa una mejora en su gestión, dado que en los dos últimos años ha mejorado este ratio.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 19 Ratio de liquidez de la Bodega Gordonzello

	2010	2011	2012	2013
Activo Corriente- Existencias	666.468,50	628.762,26	538.123,19	553.389,40
Pasivo Corriente	758.946,30	767.184,26	832.763,09	879.573,19
Ratio de liquidez	0,878	0,820	0,646	0,629

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

A la vista de los resultados presentados, se puede considerar como valores adecuados los pertenecientes a los años 2010-2011, debido a que su importe es próximo a la unidad. Por otro lado, los valores de los dos últimos años objeto de estudio presentan una cifra inferior, por lo que se considera que podría tener la bodega Gordonzello problemas de liquidez y que dichos años están más supeditados a las ventas.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 20 Ratio de liquidez de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

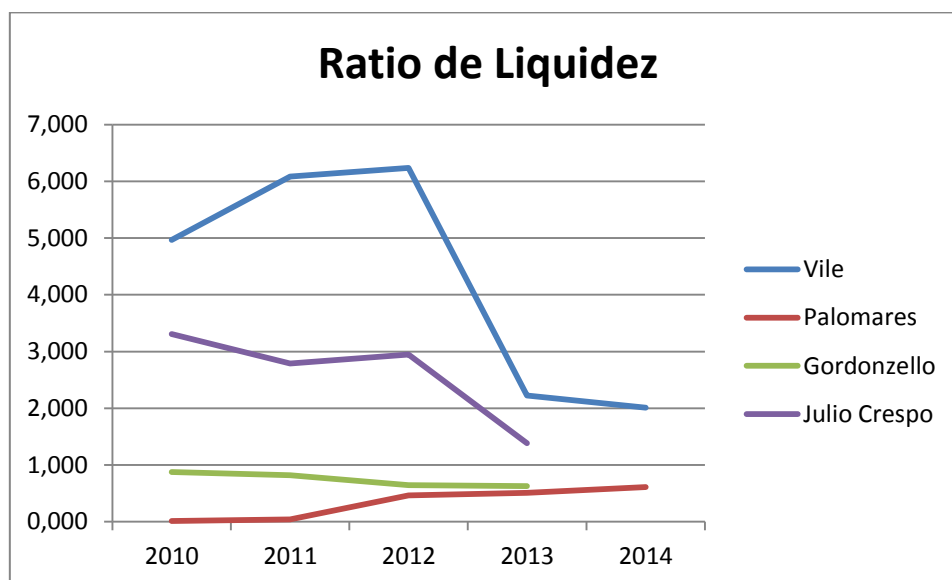
	2010	2011	2012	2013
Activo Corriente- Existencias	188.570,70	168.293,03	184.153,98	219.625,01
Pasivo Corriente	56.990,46	60.311,50	62.482,44	158.401,57
Ratio de liquidez	3,309	2,790	2,947	1,387

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

La tabla presentada, informa que a lo largo de los cuatro años, la bodega Julio Crespo Aguiloché, ha sufrido un descenso en el valor del ratio de liquidez, pero aun así recoge valores por encima del valor óptimo, por lo que también presenta exceso de recursos líquidos aunque asegura el pago de sus deudas. La distancia a la suspensión de pagos es alta.

Una vez calculado el ratio de liquidez de manera individual para cada una de las bodegas de la Denominación de Origen, se va a presentar una gráfica comparativa que va a permitir analizar la tendencia y la diferencia de valor entre cada una de ellas.

Gráfico 7. 2 Ratio de Liquidez de las cuatro bodegas de la DO



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se observa en la tabla, nuevamente la bodega Gordonzello y Palomares muestran unos valores por debajo del valor óptimo durante todo el periodo de estudio. Esto indica que la liquidez de ambas empresas está supeditada a la venta de vino. En cambio, la bodega Vile y Julio Crespo Aguiloché, muestran unos valores muy superiores a la unidad, de tal forma que la liquidez de su empresa es la adecuada y sus proveedores no corren el riesgo de ser impagados.

7.1.1.4 Ratio de tesorería o liquidez inmediata

El último ratio utilizado para elaborar el análisis financiero a corto plazo, es el ratio de tesorería o de liquidez inmediata. El presente ratio nos va a indicar la capacidad de respuesta inmediata que tienen las cuatro bodegas de la Denominación de Origen, para atender a sus compromisos de pago correspondientes a las deudas corrientes. En definitiva, nos va a medir el porcentaje de duda que va a ser capaz de devolver la bodega con el disponible que tiene en el momento de calcularlo.

Hay que tener en cuenta, que aunque la empresa presente un valor reducido, la bodega no tiene por qué ir mal, simplemente puede tener una buena política de gestión y

anticiparse a los pagos según dicen Garrido Miralles e Íñiguez Sánchez (2012). Por otro lado, un valor elevado del mismo va en detrimento de la eficacia y la rentabilidad de la bodega. Por el contrario, la escasez de este ratio puede provocar costes financieros adicionales, al tener que recurrir a más financiación para cubrir las obligaciones de pago.

El valor adecuado que tiene que presentar dicho ratio está entre 0 y 0,3. La fórmula utilizada para su cálculo es la siguiente:

$$\text{Ratio de tesorería} = \frac{\text{Tesorería}}{\text{Pasivo corriente}}$$

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 21 Ratio de tesorería de la Bodega vinos de León Vile

	2010	2011	2012	2013	2014
Tesorería	692.162,91	292.954,99	679.983,49	1.129.291,03	589.242,17
Pasivo Corriente	667.065,55	545.333,46	756.026,40	1.595.819,00	901.327,36
Ratio de tesorería	1,038	0,537	0,899	0,708	0,654

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se puede observar en la tabla, los cinco años de estudio presentan valores superiores a 0,3 que es el valor a partir del cual se considera aceptable dicho ratio. El año que se debe destacar es el año 2012, el cual, presenta un valor de 0,899 indicando un exceso de efectivo perjudicial para la empresa, ya que estarían desaprovechando sus recursos. Analizando el año 2014 se observa que presenta un buen valor por lo que va a ser capaz de hacer frente a sus pagos sin perjudicar a la rentabilidad o eficiencia de la empresa.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 22 Ratio de tesorería de la Bodega Nicolás Rey e Hijos

	2010	2011	2012	2013	2014
Tesorería	3.784,25	7.752,94	29.805,24	16.555,32	69.921,45
Pasivo Corriente	281.225,83	188.899,49	364.611,08	403.513,56	469.949,23
Ratio de tesorería	0,013	0,041	0,082	0,041	0,149

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Tal y como se observa, los valores a lo largo del periodo de estudio, han sido muy inferiores a los ideales que se sitúan en torno a 0,3. El año 2014, es el año que mejor valor ha presentado, ya que indica que por cada euro de deuda a corto plazo, tiene 0,14 euros para hacerla frente. La bodega Palomares, puede tener unos costes financieros adicionales, al tener que recurrir a más financiación para poder cubrir las obligaciones de pago que tengan un vencimiento inmediato.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 23 Ratio de tesorería de la Bodega Gordonzello

	2010	2011	2012	2013
Tesorería	2.070,23	2.173,90	5.322,54	6.421,66
Pasivo Corriente	758.946,30	767.184,26	832.763,09	879.573,19
Ratio de tesorería	0,003	0,003	0,006	0,007

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

A la vista de los resultados presentados, la bodega Gordonzello, muestra unos valores muy inferiores a los recomendados. La escasez de este ratio para los cuatro años de estudio puede provocar costes financieros adicionales, ya que va a tener problemas de liquidez a corto plazo. A lo largo de los años dicho valor va creciendo progresivamente de manera lenta.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 24 Ratio de tesorería de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

	2010	2011	2012	2013
Tesorería	31.293,97	4.673,47	23.600,60	10.179,10
Pasivo Corriente	56.990,46	60.311,50	62.482,44	158.401,57
Ratio de tesorería	0,549	0,077	0,378	0,064

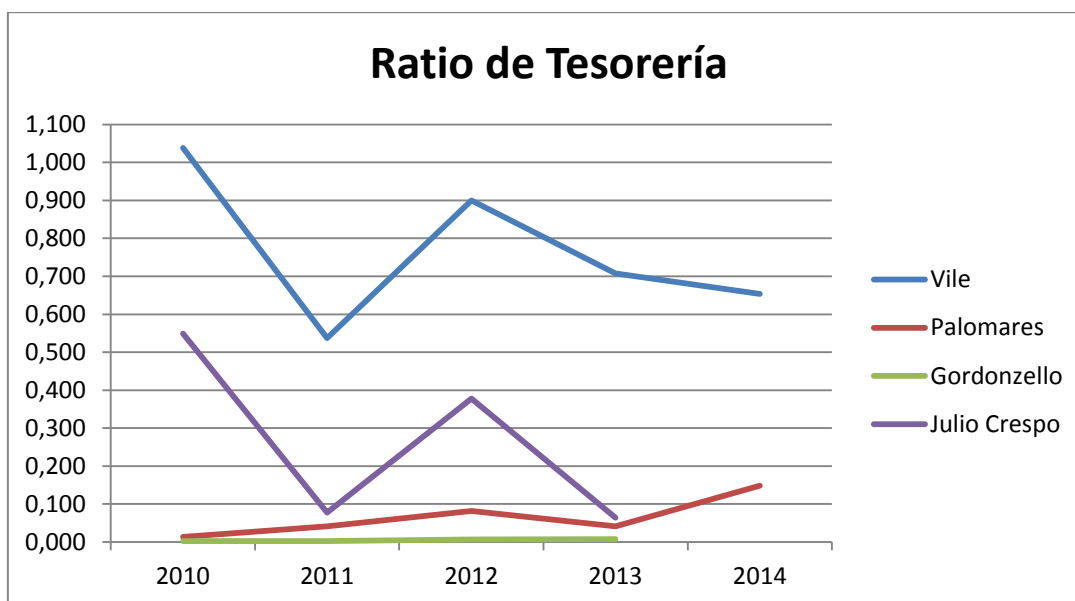
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

En la tabla del ratio de tesorería de la Bodega Julio Crespo Aguiloché, se observa que solo el año 2010 y 2012 recogen un valor aceptable. Esto, como ya se mencionó con anterioridad, no indica que la empresa tenga dificultades de pago ya que a pesar de todo puede tener una buena política de gestión y anticiparse a los pagos. Se puede considerar

este hecho, ya que las cifras obtenidas con anterioridad en el ratio de liquidez y solvencia son las adecuadas.

Una vez calculado el ratio de tesorería de manera individual para cada una de las bodegas de la Denominación de Origen, se va a presentar una gráfica comparativa que va a permitir analizar la tendencia y la diferencia de valor entre cada una de ellas.

Gráfico 7. 3 Ratio de Tesorería de las cuatro bodegas de la DO



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

A la vista de los resultados presentados en la gráfica, se observa que todas las bodegas de estudio de la DO, han recogido unos valores inferiores al valor ideal marcado por el ratio de tesorería o de liquidez inmediata exceptuando la bodega Vile en el periodo 2011-2014. Esto indica, que el resto de las bodegas tienen problemas en la capacidad de respuesta inmediata para atender sus obligaciones de pago en un momento determinado. Un valor bajo de dicho ratio, genera un nivel de endeudamiento mayor, ya que se tiene que recurrir a financiación externa para cubrir las deudas a corto plazo cuyo vencimiento sea inmediato.

7.1.2 Análisis financiero a largo plazo

Una vez finalizado el análisis financiero a corto plazo, se va a presentar el análisis a largo plazo también conocido como análisis de la solvencia, el cual está centrado en activo y el pasivo corriente que trata de evaluar la situación patrimonial, tanto de su financiación como de su inversión, con el objetivo de analizar la posición global de equilibrio que tenga la empresa. En definitiva, trata de conocer si las empresas, son capaces en el largo plazo de atender todas sus deudas.

A pesar de tener el mismo planteamiento el ratio de liquidez y de solvencia, se diferencian en lo siguiente. “Una empresa va a poder tener una liquidez elevada en un momento determinado pero si no genera recursos y no es rentable, no va a ser capaz de mantener esa liquidez comprometiendo la solvencia a largo plazo” (Garrido Miralles, 2012:357). En definitiva, la liquidez tiene una perspectiva a corto plazo y la solvencia hace referencia a la continuidad de la empresa a largo plazo.

7.1.2.1 *Ratio de Garantía de acreedores*

Diagnostica la seguridad en el pago, encargándose de comprobar si existe la cantidad necesaria de activo para garantizar el pago total de las deudas frente a terceros. Representa, una garantía de seguridad de que todos los acreedores van a cobrar sus deudas, por eso se le conoce también como distancia hacia la quiebra.

El ratio de garantía de acreedores, no tiene valores ideales, pero lo adecuado es que sea superior a la unidad. Cuando el ratio es superior a 1, indica que la empresa tiene seguridad en el pago. La conversión del activo en tesorería, asegura el pago total de las deudas. Por otro lado, cuando el ratio es inferior a la unidad, la empresa no garantiza la seguridad en el pago a sus acreedores y por tanto la conversión total del activo en tesorería no permite cancelar todas las deudas tal y como mencionó González Muñoz (2015). En definitiva, es una mala noticia para los acreedores.

$$\text{Ratio de garantía de acreedores} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$$

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 25 Ratio de Garantía de Acreedores de la Bodega vinos de León Vile

	2010	2011	2012	2013	2014
Activo Total	7.922.466,93	7.968.926,13	9.435.690,78	10.412.522,57	9.444.259,84
Pasivo Total	n.d	n.d	1.929.040,95	2.706.795,88	1.816.670,60
Ratio Garantía A.	n.d	n.d	4,89	3,85	5,20

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Los años 2011 y 2010 no recogen ningún dato, debido a que para dichos años no hay información del activo no corriente como se puede ver en el balance de situación. Respecto a los otros años de estudio, se puede observar que el valor de su ratio es superior a la unidad y por tanto la conversión del activo en tesorería asegura el pago total de las deudas. Todo esto nos indica que la empresa Bodega Vile tiene seguridad en el pago y que el riesgo de impago hacia sus acreedores es escaso. Para el año 2014 el activo es 5,2 veces mayor a pasivo total de la empresa, es decir, por cada euro de deuda, dispone de 5,2 euros de activos para hacerle frente.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 26 Ratio de Garantía de Acreedores de la Bodega Nicolás Rey e Hijos

	2010	2011	2012	2013	2014
Activo Total	570.388,30	566.023,00	892.156,54	909.454,83	1.052.579,03
Pasivo Total	502.748,47	497.880,18	815.425,01	820.087,49	830.247,49
Ratio Garantía A.	1,13	1,14	1,09	1,11	1,27

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como ya se ha mencionado con anterioridad, el ratio garantía de acreedores no tiene valores ideales, pero lo adecuado es que sea superior a la unidad. Analizando los datos obtenidos durante los cinco años de estudio, se puede concluir que la bodega Palomares, tiene seguridad en el pago y la devolución de su deuda está garantizada pero no en gran medida, ya que sus valores son muy próximos a la unidad. El activo de la bodega para el año 2014 es 1,27 mayor al pasivo de la misma.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 27 Ratio de Garantía de Acreedores de la Bodega Gordonzello

	2010	2011	2012	2013
Activo Total	4.608.330,48	4.557.279,24	4.370.805,67	4.244.194,03
Pasivo Total	1.888.929,80	1.935.482,31	1.885.367,49	1.735.816,31
Ratio Garantía A.	2,44	2,35	2,32	2,45

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

A la vista de los resultados presentados en la tabla, la bodega para los cuatro años de estudio, presenta una cifra superior a 1 por lo que la bodega Gordonzello, tiene seguridad en el pago y el riesgo de impago hacia sus acreedores es escaso o nulo. La conversión total de su activo en tesorería, permite cancelar todas sus deudas.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 28 Ratio de Garantía de Acreedores de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

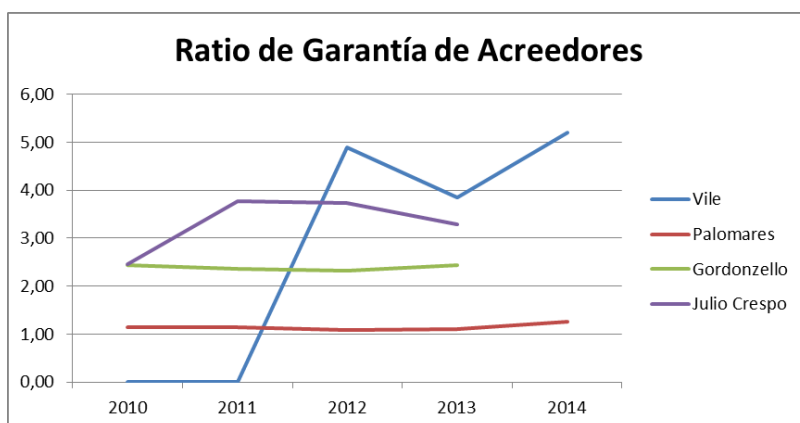
	2010	2011	2012	2013
Activo Total	1.986.315,60	1.925.949,95	1.978.791,77	2.102.123,05
Pasivo Total	808.759,15	510.311,50	528.964,72	639.386,64
Ratio Garantía A.	2,46	3,77	3,74	3,29

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Analizando los datos presentados, se puede afirmar que para los cuatro años de estudio el valor del ratio es superior al valor marcado. La bodega Julio Crespo Aguiloché, ha sufrido un descenso a partir del año 2011 en el valor de sus ratio, pero siempre garantizando el pago de sus deudas a sus acreedores en el hipotético caso de que se liquidara la bodega.

Una vez calculado el ratio de garantía de acreedores de manera individual para cada una de las bodegas de la Denominación de Origen, se va a presentar una gráfica comparativa que va a permitir analizar la tendencia y la diferencia de valor entre cada una de ellas.

Gráfico 7. 4 Ratio de Garantía de Acreedores de las cuatro bodegas de la DO



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Tal y como se puede observar en la gráfica, todas las bodegas de estudio, tienen seguridad en el pago durante todo el periodo de estudio. Esto es así, ya que el activo total de cada una de las empresas es superior al pasivo total indicando una seguridad en el pago. En el hipotético caso, de que se convirtiera todo el activo de las bodegas en tesorería, serían capaces de cancelar todas sus obligaciones de pago. La bodega que más problemas podría tener, sería Palomares, ya que está siempre presentando unos valores muy próximos al valor ideal.

7.1.2.2 Ratio de endeudamiento

El presente ratio, analiza el equilibrio entre fondos propios y fondos ajenos. Esto nos va a permitir conocer si las bodegas objeto de estudio, utilizan más financiación propia o ajena. Cuanto mayor sea la proporción de deuda, mayor van a ser los cargos por intereses y reembolsos y más alta será la probabilidad de insolvencia a largo plazo.

El ratio presentado y el ratio de autonomía financiera que se va a calcular a continuación, son contrapuestos, es decir, uno nos va a indicar el endeudamiento que tiene la empresa y el otro la autonomía financiera.

Por lo tanto, un valor inferior a la unidad será lo más aconsejable. Por encima de la unidad, los fondos ajenos liderarán la financiación y habrá un exceso de pasivo. La superioridad de la financiación ajena frente a la propia, indica que la bodega habrá agotado su capacidad teórica de endeudamiento, y por tanto su pasivo sobrepasa los límites aconsejables para estar dentro de la prudencia financiera según manifiesta González Muñoz (2015).

Para conocer el porcentaje de endeudamiento que tiene cada una de las bodegas de estudio, se ha de aplicar la presente fórmula:

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Fondos propios}}$$

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 29 Ratio de Endeudamiento de la Bodega vinos de León Vile

	2010	2011	2012	2013	2014
Pasivo Total	n.d	n.d	1.929.040,95	2.706.795,88	1.816.670,60
Fondos propios	7.255.401,38	7.423.592,67	7.506.649,83	7.705.726,69	7.627.589,24
Ratio Endeudamiento	n.d	n.d	0,26	0,35	0,24

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se observa en la tabla presentada, Bodega Vile no tiene ningún valor superior a la unidad y por tanto se puede concluir que no está excesivamente endeudada. Esto es así, debido a que los fondos propios lideran la financiación y por tanto la capacidad teórica de endeudamiento no está agotada.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 30 Ratio de Endeudamiento de la Bodega Nicolás Rey e Hijos

	2010	2011	2012	2013	2014
Pasivo Total	502.748,47	497.880,18	815.425,01	820.087,49	830.247,49
Fondos propios	67.639,83	68.142,82	76.731,53	89.367,34	222.331,54
Ratio Endeudamiento	7,43	7,31	10,63	9,18	3,73

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

A la vista de los resultados presentados, el ratio de endeudamiento ha estado situado muy por encima de la unidad durante los cinco años de estudio. La bodega Palomares, por lo tanto, ha recurrido a financiación ajena de forma excesiva. Destacar que los tres últimos años su cifra se ha visto disminuida, alcanzando en el año 2014 el valor de 3,73. En definitiva, la bodega ha agotado la capacidad teórica de endeudamiento ya que el valor del pasivo sobrepasa la cuantía de los fondos propios. Está excesivamente endeudada, por cada euro de recursos propios tiene 10 euros de deuda en el año 2013.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 31 Ratio de Endeudamiento de la Bodega Gordonzello

	2010	2011	2012	2013
Pasivo Total	1.888.929,80	1.935.482,31	1.885.367,49	1.735.816,31
Fondos propios	2.719.400,68	2.621.796,93	2.485.438,18	2.508.377,72
Ratio Endeudamiento	0,69	0,74	0,76	0,69

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Con los resultados obtenidos, se observa que el ratio de endeudamiento presenta unos valores aceptables, ya que la financiación de la bodega está liderada por los fondos propios. Por todo ello, la bodega Gordonzello tiene, teóricamente, la posibilidad de aumentar su pasivo sin provocar desequilibrios financieros. (tfg julio pag 27). A lo largo de los cuatro años de estudio, la presente bodega ha obtenido unos resultados similares, situándose en el año 2013 el valor del ratio de endeudamiento en 0,69.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 32 Ratio de Endeudamiento de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

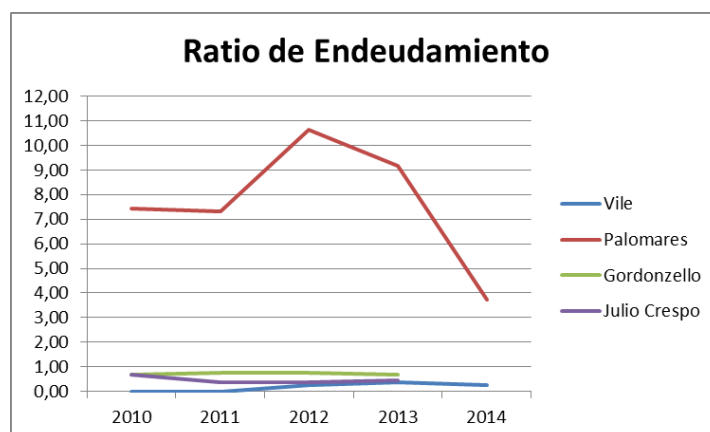
	2010	2011	2012	2013
Pasivo Total	808.759,15	510.311,50	528.964,72	639.386,64
Fondos propios	1.177.556,45	1.415.638,45	1.449.827,05	1.462.736,41
Ratio Endeudamiento	0,69	0,36	0,36	0,44

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Analizando la tabla presentada, se concluye que a lo largo del periodo de estudio, la bodega ha obtenido unos valores inferiores a la unidad y por tanto, su mayor fuente de financiación son sus propios fondos propios. Uno de los aspectos que nos permite conocer “el ratio de endeudamiento, es el porcentaje de unidades monetarias de fondos propios existente en la empresa se utiliza como deuda” (Garrido Miralles e Íñiguez Sánchez, 2012:367). Para el último año de estudio, indica que para una unidad monetaria de recursos propios, se utiliza 0,44 unidades monetarias de deuda.

Una vez calculado el ratio de endeudamiento de manera individual para cada una de las bodegas de la Denominación de Origen, se va a presentar una gráfica comparativa que va a permitir analizar la tendencia y la diferencia de valor entre cada una de ellas.

Gráfico 7. 5 Ratio de Endeudamiento de las cuatro bodegas de la DO



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se puede observar en la tabla, exceptuando la bodega Palomares, todas las bodegas de estudio presentan un valor de endeudamiento por debajo de la unidad. Esto indica que la principal fuente de financiación para las empresas son los fondos propios y en el caso de que aumenten su pasivo, no tienen riesgo de desequilibrio financiero. También se ha de destacar, que la bodega Palomares en los dos últimos años de estudio disminuye su valor de su endeudamiento a pesar de no alcanzar un valor ideal y tener agotada su capacidad de endeudamiento, lo que indica una mejora en la gestión de sus recursos financieros.

7.1.2.3 *Ratio de autonomía financiera*

El presente ratio, se encarga de medir el grado de dependencia que tiene una empresa en relación a sus acreedores en función del nivel de deuda que contraiga. Cuanto mayor sea el valor de este ratio, mayor autonomía financiera tendrá la empresa y menor será su deuda. “La autonomía financiera implica la posibilidad que tiene la empresa de elegir la forma de financiarse más adecuada” (Garrido Miralles e Íñiguez Sánchez, 2012: 364).

El valor óptimo para el ratio de autonomía financiera es aquel que se sitúa “alrededor de 1, siendo aceptable que se encuentre entre 0,7 y 1,5. Un valor muy alto, indicaría que los propietarios de las bodegas soportarían todo el riesgo financiero de la empresa” (Garrido Miralles e Íñiguez Sánchez, 2012: 364).

Su cálculo se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Ratio de autonomía financiera} = \frac{\text{Fondos propios}}{\text{Pasivo}}$$

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 33 Ratio de Autonomía financiera de la Bodega vinos de León Vile

	2010	2011	2012	2013	2014
Fondos propios	7.255.401,38	7.423.592,67	7.506.649,83	7.705.726,69	7.627.589,24
Pasivo Total	n.d	n.d	1.929.040,95	2.706.795,88	1.816.670,60
Ratio de Autonomía	n.d	n.d	3,89	2,85	4,20

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Para la empresa Bodega Vile como se observó en el ratio de endeudamiento, es una empresa que no depende de financiación externa y por tanto su nivel de deuda es muy bajo. Su gran fuente de financiación son los fondos propios. Gracias a que su gran fuente de financiación son los fondos propios, lo que implica que la bodega, a la hora de obtener financiación externa obtendrá unas mejores condiciones, debido a que el riesgo de impago que pueda presentar la empresa es muy bajo.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 34 Ratio de Autonomía financiera de la Bodega Nicolás Rey e Hijos

	2010	2011	2012	2013	2014
Fondos propios	67.639,83	68.142,82	76.731,53	89.367,34	222.331,54
Pasivo Total	502.748,47	497.880,18	815.425,01	820.087,49	830.247,49
Ratio de Autonomía	0,13	0,14	0,09	0,11	0,27

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se observa en la tabla presentada, el valor del ratio para el periodo de estudio, 2010-2014 es inferior a la unidad y muy próximo a cero en casi todos los años. Esto significa, que la bodega se financia en gran medida con financiación ajena. Este hecho puede provocar, que los prestamistas percibirán el riesgo de impago y ofrezcan a la bodega Palomares, unas condiciones y medidas más exigentes, como la subida del tipo de interés, garantías o avales o unos plazos más cortos.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 35 Ratio de Autonomía financiera de la Bodega Gordonzello

	2010	2011	2012	2013
Fondos propios	2.719.400,68	2.621.796,93	2.485.438,18	2.508.377,72
Pasivo Total	1.888.929,80	1.935.482,31	1.885.367,49	1.735.816,31
Ratio de Autonomía	1,44	1,35	1,32	1,45

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Tal y como se puede observar en la tabla presentada junto con los valores analizados del ratio de endeudamiento, se puede concluir que el nivel de deuda de la bodega Gordonzello es escaso, ya que su principal fuente de financiación son los fondos propios. Por tanto, la presente bodega tiene autonomía financiera ya que presenta un valor superior a la unidad en los cuatro años de estudio dentro del intervalo óptimo. En el momento que recurra a financiación externa tendrá unas condiciones adecuadas ya que los prestamistas serán menos exigentes a la hora de facilitar la nueva financiación.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 36 Ratio de Autonomía financiera de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

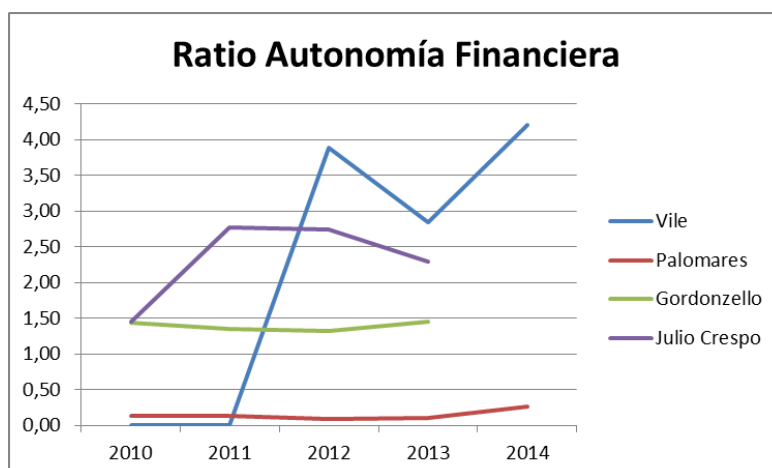
	2010	2011	2012	2013
Fondos propios	1.177.556,45	1.415.638,45	1.449.827,05	1.462.736,41
Pasivo Total	808.759,15	510.311,50	528.964,72	639.386,64
Ratio de Autonomía	1,46	2,77	2,74	2,29

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Los cuatro años de estudio, recogen una cifra superior a la unidad. Esto es un indicador de que en la bodega existe poca deuda, por lo que ha a la hora de pedir financiación podrá obtener unas mejores condiciones. Por otro lado, una cifra muy elevada de autonomía financiera, como en los años 2011 y 2012 no se considera muy óptima, ya que los accionistas y propietarios soportarían todo el riesgo financiero y podría afectar a la rentabilidad de los propietarios.

Una vez calculado el ratio de autonomía financiera de manera individual para cada una de las bodegas de la Denominación de Origen, se va a presentar una gráfica comparativa que va a permitir analizar la tendencia y la diferencia de valor entre cada una de ellas.

Gráfico 7. 6 Ratio de Autonomía Financiera de las cuatro bodegas de la DO



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

En la gráfica presentada, se analiza el ratio de autonomía financiera, el cual, como se mencionó con anterioridad es el contrapuesto del ratio de endeudamiento. Relacionándolo con el ratio anterior, se observa que las bodegas Vile y Julio Crespo Aguiloché, tienen un nivel de endeudamiento menor y por tanto una autonomía financiera superior al resto de las empresas objeto de estudio. No obstante, hay que añadir, que un valor excesivo de dicho ratio no es adecuado, ya que indicaría que los propietarios estarían soportando todo el riesgo financiero y podría verse afectada su rentabilidad. Respecto a la bodega Palomares, se observa que ningún año de los estudiados ha presentado un resultado adecuado provocando un alto riesgo de impago y afectando a los costes financieros.

7.2 ANÁLISIS ECONÓMICO

Se encarga de analizar la estructura, la evolución de los resultados de la empresa (gastos e ingresos) y de la rentabilidad de los capitales utilizados. En definitiva, analiza la información dinámica proporcionada por la cuenta de pérdidas y ganancias con el objetivo de conocer la capacidad de las empresas para obtener beneficios. Este análisis junto al análisis financiero ya presentado, van a ayudar plantear el plan de viabilidad que se va a desarrollar a continuación de dicho análisis.

En dicho punto, se va a conocer la capacidad de la empresa para generar beneficios, a través de tres ratios principales, la rentabilidad económica (RE), la rentabilidad financiera (RF) y el apalancamiento financiero (AFI). A continuación, se puede observar las partidas más importante de las cuentas de pérdidas y ganancias de cada una

de las bodegas de la Denominación de Origen de León recogidas de la base de datos (SABI).

Para realizar el análisis económico se van a utilizar las cuentas de pérdidas y ganancias presentadas de forma resumida, con el fin de facilitar el cálculo de los ratios indicados. En el anexo II que se presenta al final del trabajo, se pueden consultar las citadas cuentas en modelo normal, si bien, conviene aclarar que no se ha podido obtener los datos disponibles para el cálculo del resultado de explotación.

En el modelo normal de las cuentas de pérdidas y ganancias, los ingresos extraordinarios y los gastos extraordinarios, deben formar parte del resultado de explotación, según indica la norma VII del apartado nueve, del Plan general Contable. A efectos de análisis financiero viene presentado de forma independiente.

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 37 Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Vinos de León Vile

	2010	2011	2012	2013	2014
OPERACIONES CONTINUADAS					
Ingresos de explotación	3.807.319,74	3.595.642,26	3.869.943,43	4.030.894,54	3.314.623,12
Importe neto Cifra de Ventas	3.787.111,91	3.584.442,26	3.798.580,56	4.024.406,26	3.311.129,22
Consumo de mercaderías y de materias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado bruto	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
A.1) Resultado Explotación	332.894,63	277.927,86	99.942,70	90.551,39	195.389,11
Ingresos financieros	193.900,48	203.773,64	230.490,99	211.725,66	13.952,70
Gastos financieros	6.305,41	18.194,50	1.559,79	606,64	8.231,60
A.2) Resultado financiero	187.595,07	185.579,14	228.931,20	211.119,02	5.721,10
A.3) Result. ordinarios antes Impuestos	520.489,70	463.507,00	328.874,00	301.670,00	201.110,00
Impuestos sobre sociedades	120.090,52	102.995,71	53.496,74	45.420,85	50.277,55
A.4) Resultado Actividades Ordinarias	400.399,18	360.511,29	275.377,16	256.249,56	150.832,66
Ingresos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Gastos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultados actividades extraordinarias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
OPERACIONES INTERRUMPIDAS					
A.5) Resultado del Ejercicio	400.399,18	360.511,29	275.377,16	256.249,56	150.832,66

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 38 Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Nicolás Rey e Hijos

	2010	2011	2012	2013	2014
OPERACIONES CONTINUADAS					
Ingresos de explotación	450.785,52	605.681,99	770.566,55	1.004.301,39	1.142.937,35
Importe neto Cifra de Ventas	441.985,72	605.681,99	770.566,55	1.004.301,39	1.142.937,35
Consumo de mercaderías y de materias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado bruto	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
A.1) Resultado Explotación	25.456,30	25.974,98	20.358,57	31.330,15	176.901,21
Ingresos financieros	0,00	0,00	8,26	5.387,40	0,43
Gastos financieros	24.305,49	24.566,72	18.176,67	19.392,34	18.210,35
A.2) Resultado financiero	-24.305,49	-24.566,72	-18.168,41	-14.004,94	-18.209,92
A.3) Result. ordinarios antes Impuestos	1.150,81	1.408,26	2.190,16	17.325,21	158.691,29
Impuestos sobre sociedades	1.000,42	905,27	1.114,10	4.689,40	25.727,09
A.4) Resultado Actividades Ordinarias	150,39	502,99	1.076,06	12.635,81	132.964,20
Ingresos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Gastos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultados actividades extraordinarias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
OPERACIONES INTERRUMPIDAS					
A.5) Resultado del Ejercicio	150,39	502,99	1.076,06	12.635,81	132.964,20

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 39 Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Gordonzello

	2010	2011	2012	2013
OPERACIONES CONTINUADAS				
Ingresos de explotación	1.556.641,18	1.411.514,43	1.344.465,43	1.573.240,68
Importe neto Cifra de Ventas	1.522.648,53	1.359.333,28	1.287.735,01	1.514.193,86
Consumo de mercaderías y de materias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado bruto	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
A.1) Resultado Explotación	265.870,00	48.709,02	-56.535,59	112.975,29
Ingresos financieros	1.348,96	30,60	7.834,29	1.735,21
Gastos financieros	37.746,04	44.338,53	54.426,65	52.762,92
A.2) Resultado financiero	-36.397,08	-44.307,93	-46.592,36	-51.027,71
A.3) Result. ordinarios antes Impuestos	229.472,92	4.401,09	-103.127,95	61.947,58
Impuestos sobre sociedades	51.244,64	1.100,27	n.d.	n.d.
A.4) Resultado Actividades Ordinarias	178.228,28	3.300,82	-103.127,95	61.947,58
Ingresos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Gastos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultados actividades extraordinarias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
OPERACIONES INTERRUMPIDAS				
A.5) Resultado del Ejercicio	178.228,28	3.300,82	-103.127,95	61.947,58

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 40 Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

	2010	2011	2012	2013
OPERACIONES CONTINUADAS				
Ingresos de explotación	150.987,17	150.901,01	195.457,75	375.187,34
Importe neto Cifra de Ventas	149.597,17	150.380,99	195.037,75	375.187,34
Consumo de mercaderías y de materias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado bruto	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
A.1) Resultado Explotación	-215.967,57	-95.892,03	-5.705,59	48.246,64
Ingresos financieros	5,40	0,48	n.d.	54,51
Gastos financieros	15.186,75	12.515,05	7.588,79	6.114,87
A.2) Resultado financiero	-15.181,35	-12.514,57	-7.588,79	-6.060,36
A.3) Result. ordinarios antes Impuestos	-231.148,92	-108.406,60	-13.294,38	42.186,28
Impuestos sobre sociedades	-46.206,08	-21.681,32	-2.434,88	8.476,26
A.4) Resultado Actividades Ordinarias	-184.942,84	-86.725,28	-10.859,50	33.710,02
Ingresos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Gastos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultados actividades extraordinarias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
OPERACIONES INTERRUMPIDAS				
A.5) Resultado del Ejercicio	-184.942,84	-86.725,28	-10.859,50	33.710,02

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

7.2.1 Rentabilidad económica

La rentabilidad económica es la rentabilidad de la empresa, que mide la capacidad que tiene el activo para generar beneficios. Dicho ratio obtiene la relación de los resultados antes de interés e impuestos (BAII) más los gastos financieros entre el total de activo. A la hora de estudiar su interpretación se debe destacar que no influye la forma de financiarse la empresa ya que en el numerador se ha incluido esta partida deducida previamente al obtener el BAII, tal y como expuso Garrido Millares e Íñiguez Sánchez (2012).

$$\text{Rentabilidad económica} = \frac{\text{BAII}}{\text{AT}}$$

Los valores adecuados para este ratio son aquellos superiores al 10%. Cuanto más elevada sea esta cifra mejor será para la empresa ya que esto significaría que los activos de las bodegas de estudio presentan una alta rentabilidad. Por otro lado, si este valor fuese negativo, nos indicaría que sus activos generan pérdidas.

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 41 Ratio de Rentabilidad Económica de la Bodega Vinos de León Vile

	2010	2011	2012	2013	2014
BAlI	526.795,11	481.701,50	330.433,79	302.276,64	209.341,60
Activo total	7.922.466,93	7.968.926,13	9.435.690,78	10.412.522,57	9.444.259,84
Rentabilidad económica	6,65%	6,04%	3,50%	2,90%	2,22%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se observa en la tabla, la rentabilidad económica no es elevada, ya que no supera los valores ideales. Analizando los cinco años de estudio, se puede ver como dichos valores han ido decreciendo hasta alcanzar en el año 2014 el 2,22% de rentabilidad. Con lo ya presentado se puede concluir que sus activos no generan mucha rentabilidad y por tanto la empresa no es muy rentable.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 42 Ratio de Rentabilidad Económica de la Bodega Nicolás Rey e Hijos

	2010	2011	2012	2013	2014
BAlI	25.456,30	25.974,98	20.366,83	36.717,55	176.901,64
Activo total	570.388,30	566.023,00	892.156,54	909.454,83	1.052.579,03
Rentabilidad económica	4,46%	4,59%	2,28%	4,04%	16,81%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

A la vista de los resultados presentados, la rentabilidad económica para los cuatro primeros años de estudio ha tenido un valor muy inferior al 10% por lo que se considera que para esos años, la actividad no ha sido muy rentable. Sin embargo se observa una notable mejoría en el año 2014 en el que ha superado el doble dígito y ha presentado un valor de 16,81%, sus activos han sido capaces de generar una alta rentabilidad. La tendencia, por tanto, ha sido muy positiva.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 43 Ratio de Rentabilidad Económica de la Bodega Gordonzello

	2010	2011	2012	2013
BAlI	267.218,96	48.739,62	-48.701,30	114.710,50
Activo total	4.608.330,48	4.557.279,24	4.370.805,67	4.244.194,03
Rentabilidad económica	5,80%	1,07%	-1,11%	2,70%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Analizando los datos presentados, se observa que desde el año 2010, la cifra de la rentabilidad económica se ha visto reducida. Ningún año de estudio, registra un valor óptimo. Especialmente en el año 2012 que la bodega Gordonzello recoge una rentabilidad negativa, indicando que la bodega no estaba obteniendo rendimientos, mediante su actividad principal y sus activos estaban generando pérdidas por lo que sería conveniente que la bodega redujera sus gastos. En el último año de estudio, la rentabilidad de la empresa ha sido positiva pero con un valor muy inferior al óptimo.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 44 Ratio de Rentabilidad Económica de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

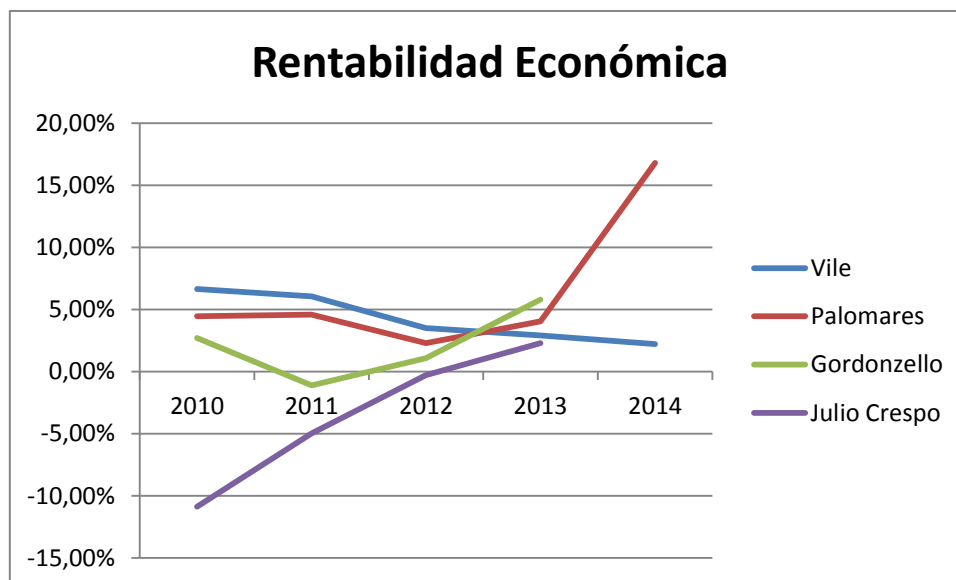
	2010	2011	2012	2013
BAlI	-215.962,17	-95.891,55	-5.705,59	48.301,15
Activo total	1.986.315,60	1.925.949,95	1.978.791,77	2.102.123,05
Rentabilidad económica	-10,87%	-4,98%	-0,29%	2,30%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Tal y como se puede observar en la tabla, la rentabilidad de la bodega Julio Crespo Aguiloché, ha ido creciendo a lo largo del periodo de estudio. La presente empresa ha obtenido una rentabilidad negativa, debido a que el BAlI viene formado en su mayor parte por el resultado ordinario antes de impuestos, y este, ha sido muy negativo. En el año 2013, la rentabilidad de la bodega ha presentado un valor de 2,30%, es decir, sus activos han sido capaces de generar dicha rentabilidad. Se puede concluir que está experimentando una evolución positiva, lo que indica una mejora en la gestión de sus recursos económicos.

Una vez calculada la rentabilidad económica de manera individual para cada una de las bodegas de la Denominación de Origen, se va a presentar una gráfica comparativa que va a permitir analizar la tendencia y la diferencia de valor entre cada una de ellas.

Gráfico 7. 7 Ratio de Rentabilidad económica de cuatro bodegas de la DO



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

En la gráfica presentada, se observa las distintas tendencias que han seguido las diferentes bodegas de la Denominación de Origen. En primer lugar, la bodega Palomares, ha obtenido una rentabilidad muy superior al valor óptimo en el último año de estudio, gracias al alto valor de sus ingresos y al bajo coste de sus gastos comparándolo con el resto de los años. Por otro lado, se debe destacar de manera positiva, como la bodega Julio Crespo Aguiloché, es la empresa más joven y la que ha conseguido a lo largo del periodo un crecimiento en su rentabilidad año tras año. Como conclusión decir, que las bodegas más grandes han tenido una peor tendencia en sus rentabilidades frente a las bodegas pequeñas.

7.2.2 Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera, mide la rentabilidad que tienen los propietarios. También se la conoce como *return on equity (ROE)*. Uno de los aspectos que se tiene que destacar, es que es una rentabilidad bruta e individual, ya que se calcula con el resultado antes de intereses e impuestos (BAI) y sólo con una parte del patrimonio neto. En este caso, la

rentabilidad financiera si está influenciada por la forma de financiarse que tenga la bodega según Garrido Millares e Íñiguez Sánchez (2012). La fórmula utilizada para su cálculo es la siguiente:

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\text{BAI}}{\text{PN}}$$

Los valores ideales, como ocurrió en la rentabilidad económica son los más altos posibles, superando estos el doble dígito. Por tanto, una rentabilidad financiera positiva, indica que los accionistas obtienen rendimientos grandes o pequeños a través de la empresa. Por otro lado, si la rentabilidad financiera es negativa, indica que los propietarios de la bodega no están obteniendo rentabilidad.

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 45 Ratio de Rentabilidad Financiera de la Bodega Vinos de León Vile

	2010	2011	2012	2013	2014
BAI	520.489,70	463.507,00	328.874,00	301.670,00	201.110,00
PAN (F.P)	7.255.401,38	7.423.592,67	7.506.649,83	7.705.726,69	7.627.589,24
Rentabilidad financiera	7,17%	6,24%	4,38%	3,91%	2,64%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Analizando la rentabilidad financiera de Bodega Vile se observa que sigue la misma tendencia que la rentabilidad económica, es decir, ha ido decreciendo a lo largo del periodo de estudio. En definitiva, se observa que cuando la empresa ha obtenido menor rentabilidad, sus propietarios también han obtenido una rentabilidad menor. Actualmente la empresa está obteniendo un 2,64% de rentabilidad.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 46 Ratio de Rentabilidad Financiera de la Bodega Nicolás Rey e Hijos

	2010	2011	2012	2013	2014
BAI	1.150,81	1.408,26	2.190,16	17.325,21	158.691,29
PAN (F.P)	67.639,83	68.142,82	76.731,53	89.367,34	222.331,54
Rentabilidad financiera	1,70%	2,07%	2,85%	19,39%	71,38%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se puede observar en la tabla, la rentabilidad de los propietarios para el año 2010-2012, ha sido inferior al parámetro señalado como valor ideal. Respecto al año 2013 y

2014 el valor de la rentabilidad financiera ha sido superior al 10% por lo que los accionistas/propietarios han obtenido una alta rentabilidad por parte de la bodega Palomares. Destacando especialmente el último año, que alcanzo una rentabilidad de 71,38%.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 47 Ratio de Rentabilidad Financiera de la Bodega Gordonzello

	2010	2011	2012	2013
BAI	229.472,92	4.401,09	-103.127,95	61.947,58
PAN (F.P)	2.719.400,68	2.621.796,93	2.485.438,18	2.508.377,72
Rentabilidad financiera	8,44%	0,17%	-4,15%	2,47%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

A la vista de los resultados presentados, se observa que los valores obtenidos por el ratio de rentabilidad financiera son irregulares y no llegan a alcanzar los valores óptimos ninguno de los años de estudio. Como ocurrió en la rentabilidad económica, en el año 2012 el valor es negativo, debido a que la empresa en su numerador presenta una cifra del mismo signo. Esto es así, debido a que la bodega Gordonzello, tuvo más gastos que ingresos ese año, lo cual hace que los propietarios perdieran fondos en dicha bodega.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 48 Ratio de Rentabilidad Financiera de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

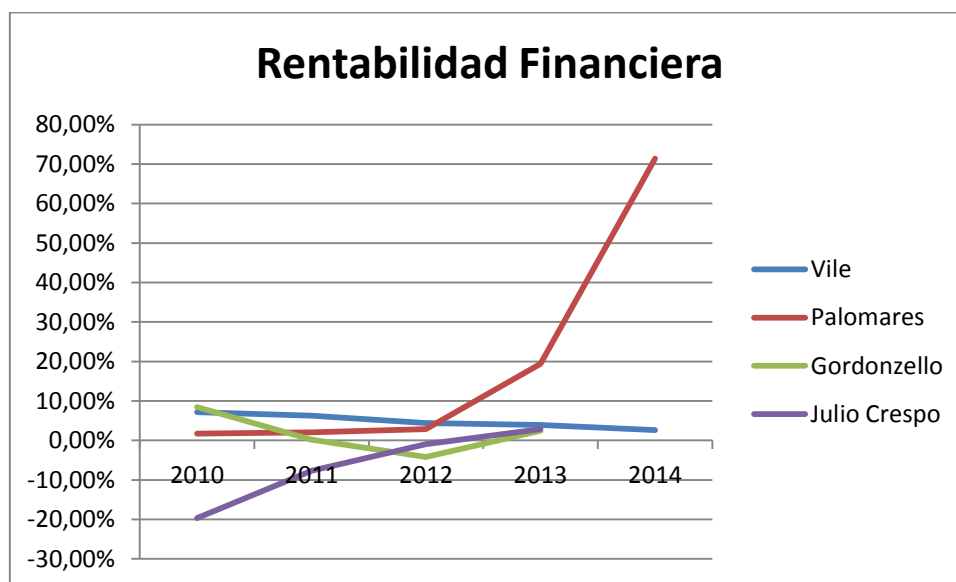
	2010	2011	2012	2013
BAI	-231.148,92	-108.406,60	-13.294,38	42.186,28
PAN (F.P)	1.177.556,45	1.415.638,45	1.449.827,05	1.462.736,41
Rentabilidad financiera	-19,63%	-7,66%	-0,92%	2,88%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como ocurrió con la rentabilidad económica, la rentabilidad de los propietarios ha ido creciendo a lo largo de los cuatro años de estudio. Esto también se debe a que la bodega objeto de estudio, es una empresa joven, ya que se fundó en el año 2005 y sus gastos han sido muy elevados. El último año presentado, recoge una cifra similar a la rentabilidad de la empresa. Los propietarios de la bodega Julio Crespo Aguiloché han obtenido 2,88% de rentabilidad.

Una vez calculada la rentabilidad financiera de manera individual para cada una de las bodegas de la Denominación de Origen, se va a presentar una gráfica comparativa que va a permitir analizar la tendencia y la diferencia de valor entre cada una de ellas.

Gráfico 7. 8 Ratio de Rentabilidad financiera



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Analizando la rentabilidad de los propietarios, se puede observar que sigue la misma tendencia que la rentabilidad de la empresa a lo largo de todo el periodo. Como dato a destacar, la bodega Palomares ha proporcionado una rentabilidad muy elevada a los propietarios en el año 2014 siendo esta de 71%, debido al alto valor de sus resultados ordinarios antes de impuestos y el bajo valor de sus fondos propios.

7.2.3 Apalancamiento financiero

El apalancamiento financiero, busca establecer una conexión entre la rentabilidad económica y financiera y el signo que presenta el mismo. Esto nos va a permitir conocer si la empresa está utilizando el endeudamiento para financiar sus inversiones y con ello si está obteniendo un apalancamiento positivo o negativo tal y como mencionaron Garrido Millares e Íñiguez Sánchez (2012). Para poder conocer el signo del apalancamiento de las bodegas se va a utilizar la siguiente fórmula:

$$AFI = RF - RE$$

Para completar el estudio del presente ratio, se va a calcular el cociente entre la rentabilidad financiera y la rentabilidad económica.

$$AFI = \frac{RF}{RE}$$

Si la empresa consigue obtener un signo positivo, significaría que ha logrado rentabilizar su financiación ajena, y por tanto $RF > RE$. Si esto sucede, indicaría que la bodega ha obtenido una rentabilidad de su endeudamiento superior al coste de la misma.

En cambio si el signo obtenido es negativo, es que no ha sido capaz de rentabilizar la financiación obtenida por terceros y por tanto la $RF < RE$. Esto es así, cuando la empresa no consigue rentabilizar su deuda ya que el coste de la misma es mayor a su coste.

Por último, puede ocurrir que el apalancamiento financiero sea neutral ($RF=RE$). Esto es así cuando ambas rentabilidades coinciden, lo que significaría que la rentabilidad de la financiación ajena tiene un rendimiento igual a su coste tal y como manifiesta González Muñoz (2015).

- **Bodega vinos de León Vile**

Tabla 7. 49 Ratio de Apalancamiento financiero de la bodega Vinos de León Vile

	2010	2011	2012	2013	2014
RF	7,17%	6,24%	4,38%	3,91%	2,64%
RE	6,65%	6,04%	3,50%	2,90%	2,22%
AFI (signo)	positivo	positivo	positivo	positivo	positivo
RF/RE	1,80%	1,03%	1,25%	1,35%	1,19%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

Como se puede observar en la siguiente tabla, el apalancamiento financiero siempre ha sido de signo positivo para los cuatro años de estudio. Esto significa que Bodega Vile ha logrado rentabilizar la financiación ajena utilizada para su actividad y que la bodega ha obtenido una rentabilidad de endeudamiento superior al coste de la misma durante los cinco años de estudio.

- **Bodega Nicolás Rey e hijos S.L**

Tabla 7. 50 Ratio de Apalancamiento financiero de la bodega Nicolás Rey e Hijos

	2010	2011	2012	2013	2014
RF	1,70%	2,067%	2,854%	19,387%	71,376%
RE	4,46%	4,59%	2,28%	4,04%	16,81%
AFI (signo)	negativo	negativo	positivo	positivo	positivo
RF/RE	0,38%	0,45%	1,25%	4,80%	4,25%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

En la tabla presentada, se observa que exceptuando los años 2010-2011, el apalancamiento financiero ha sido de signo positivo. Esto significa, que la bodega Palomares, ha logrado rentabilizar la financiación ajena utilizada, es decir, la bodega obtiene de su endeudamiento una rentabilidad mayor al coste de la misma. Por otro lado, los dos primeros años de estudio, el AFI ha presentado un signo negativo indicando que la actividad de la bodega consigue de su pasivo un porcentaje de rentabilidad inferior a su coste.

- **Bodega Gordonzello**

Tabla 7. 51 Ratio de Apalancamiento financiero de la bodega Gordonzello

	2010	2011	2012	2013
RF	8,44%	0,17%	-4,15%	2,47%
RE	5,80%	1,07%	-1,11%	2,70%
AFI (signo)	positivo	negativo	negativo	negativo
RF/RE	1,46%	16,00%	3,72%	0,91%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

A la vista de los resultados presentados, se observa que exceptuando el año 2010, el apalancamiento financiero ha sido de signo negativo. Esto significa, que la bodega Gordonzello, no ha logrado rentabilizar la financiación ajena que ha utilizado en la actividad de la empresa. Esto es así, debido a que de su endeudamiento obtiene una rentabilidad menor al coste de la misma.

- **Bodega Julio Crespo Aguiloché**

Tabla 7. 52 Ratio de Apalancamiento financiero de la bodega Julio Crespo Aguiloché

	2010	2011	2012	2013
RF	-19,63%	-7,66%	-0,92%	2,88%
RE	-10,87%	-4,98%	-0,29%	2,30%
AFI (signo)	negativo	negativo	positivo	positivo
RF/RE	1,810%	1,540%	3,180%	1,260%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la Base de datos SABI.

En la presente tabla, se puede observar que para los cuatro años de estudio, el apalancamiento financiero ha sido de signo negativo, exceptuando los dos últimos años. Esto indica que la bodega objeto de estudio, no ha sido capaz de rentabilizar la financiación ajena utilizada para llevar a cabo la actividad de la empresa exceptuando el año 2013. En dicho año, la bodega recoge de la financiación ajena una rentabilidad superior a su coste.

8. INTRODUCCIÓN AL PLAN DE NEGOCIO

Una vez estudiado el sector vitivinícola de la zona sureste de la provincia de León a través del análisis económico financiero, se han podido conocer los aspectos positivos y negativos de las diferentes bodegas objeto de estudio, cuyo resultado ha mostrado información relevante sobre la situación del sector, lo que proporciona información básica, como una parte importante del plan de viabilidad del nuevo proyecto de inversión.

La bodega que puede ser de mayor ayuda para el proyecto que se va a plantear a continuación, podría ser la bodega Julio Crespo Aguiloché, ya que es una bodega pequeña y prudente, que recoge unos buenos resultados a nivel general.

Algunos de los aspectos que se han analizado y deben ser tenidos en cuenta son el abuso de la financiación externa por parte de algunas bodegas para llevar a cabo las inversiones, lo cual, puede provocar problemas en la solvencia dentro de la empresa y falta de recursos a la hora de pagar a sus proveedores, así como, conocer el nivel de liquidez que tenga la empresa; ya que este nos va a indicar, como ya se ha indicado, si la bodega en cuestión va a tener dificultades para atender sus obligaciones de pago en un momento determinado.

Con el análisis ya presentado, se ha podido comprender, que una bodega para que tenga una perspectiva de funcionamiento a largo plazo, tiene que analizarse desde dentro para poder conocer si se encuentra en una buena posición tanto a nivel económico como financiero. Este análisis es muy importante, ya que muchas de las bodegas, de las cuales algunas han sido estudiadas, si bien, tienen un nivel de ingresos elevado y un resultado de ejercicio positivo, al no tener una estructura financiera adecuada, con un excesivo endeudamiento, se van a encontrar en una situación de falta de liquidez y de recursos. Este hecho puede provocar, que tanto la rentabilidad de la empresa como del propietario se vea afectada, que no sea capaz de hacer frente a las deudas que pueda tener con sus proveedores y no sea capaz de realizar nuevas inversiones de mejora en la empresa.

8.1 PLAN DE NEGOCIO

El proyecto empresarial que se quiere llevar a cabo, es la creación de una bodega familiar dedicada a la producción y elaboración de vino dentro de la Denominación de Origen Tierra de León.

En el plan de la empresa propuesto, se pretenden determinar las personas que quieren llevar a cabo el nuevo proyecto, definiendo los objetivos de la nueva empresa, ubicación, logotipo, marca...

- **Grupo promotor de la empresa**

2 miembros de la unidad familiar.

- **Por qué creamos la empresa**

Al ser el sector del vino uno de los pocos que no se ha visto afectado de manera importante por la crisis, existe un alto interés en llevar a cabo el proyecto en cuestión, puesto que significaría, además de un importante impulso económico para la zona, un beneficio económico para el particular. La bodega sobre la cual se trabajará estará ubicada en una zona caracterizada por su elevada producción de uva, materia prima indispensable para la elaboración de vino. Debido a que las generaciones anteriores de la unidad familiar se han dedicado a la producción de uva durante años, los particulares cuentan con la experiencia y tienen el conocimiento necesario para adentrarse en este sector empresarial.

- **Objetivo e idea**

Como se ha explicado anteriormente, la idea de negocio de este proyecto es dedicarse a la producción y comercialización de vino. Por tanto, se va a constituir una bodega en dicho municipio, aprovechando los viñedos que son de propiedad familiar. La nueva empresa tiene como objetivo distribuir sus vinos pertenecientes a la Denominación de Origen Tierra de León, tanto de forma nacional a corto plazo como internacional a largo plazo.

- **Marca**

Bodega y viñedos Solotero S.L.

- **Logotipo, etiqueta y contraetiqueta**

Ilustración 8. 1 etiqueta y contra etiqueta Bodega y Viñedos Solotero



8.1.1 Ubicación

Dado que la localidad de los miembros de la familia y sus viñedos se encuentran ubicados en Cubillas de los Oteros (León), se ha decidido desarrollar la actividad empresarial en dicho municipio. Uno de los estudios realizados para poder conocer si es adecuado o no ubicar la bodega en dicho municipio ha sido el análisis de los factores que condicionan la localización.

7.1.2.4 Factores determinantes de la localización:

- **Fuentes de abastecimiento de materias primas y de los suministros básicos que la empresa necesita:** se puede afirmar que a Bodega y viñedos Solotero situándose en Cubillas de los Oteros, dispondría de los suministros necesarios para la

elaboración de sus vinos, ya que los viñedos se encuentran dentro de dicho municipio.

- **El carácter perecedero de las materias primas:** debido que los racimos de uva con los que se va a elaborar el vino una vez cortados de la cepa pueden fermentar y perder calidad, sería adecuado disponer de las instalaciones necesarias lo más cerca posible para cuidar la materia prima. De este modo, llegaría la uva en unas condiciones óptimas.
- **Mercado donde se encuentran los clientes:** para la bodega de estudio, sería adecuado situarse lo más próxima posible a su mercado, ya que va a pertenecer a la Denominación de Origen de Tierras de León, en la cual está situado el municipio. De esta forma captaría un mayor número de clientes.
- **Transporte:** en dicho factor se va a analizar la seguridad de carga, es decir, la seguridad que tiene la materia prima, la uva, y los costes de transporte que todo esto conlleva.
- **Terrenos:** es uno de los factores más importantes para una bodega porque dependiendo de la variedad de uva de sus viñedos, tendrá que seleccionar un lugar u otro. En el caso del prieto picudo y el albarín tiene que buscar terrenos pedregosos para que dichas variedades puedan producirse con la mayor calidad posible.
- **Otros factores:** también hay que destacar que el factor medioambiental es importante para que se pueda desarrollar la madurez de la uva en las mejores condiciones. Otro de los factores que se tienen que analizar es el coste económico, así, para Bodega y Viñedos Solotero, es adecuado ubicar su localización en dichas tierras ya que el coste del terreno es menor al de su competencia. Finalmente, se analiza el factor político, ya que sería conveniente, para un proyecto familiar, poder optar a una subvención.

8.1.2 Variedad del producto

- Prieto picudo
 - Tinto
 - Rosado

- Albarín
 - Blanco

Ilustración 8.2 Uva Prieto Picudo



Ilustración 8.3 Uva Albarín



8.2 ESTUDIO DE MERCADO

8.2.1 Competencia

Desde el punto de vista de los competidores se va a realizar dos análisis:

En primer lugar, durante los primeros años de comercialización y producción, se tendrá en cuenta aquellas que pertenezcan a la Denominación de Origen de Tierra de León. Algunas de las bodegas que se presentan como competidoras, han sido utilizadas con anterioridad para estudiar el sector vitivinícola en la zona, las cuales van a servir de ejemplo para llevar a cabo el proyecto. Los principales competidores son los siguientes:

- BODEGAS Y VIÑEDOS PEDRO CASIS
- SOCIEDAD COOPERATIVA VINOS DE LA RIBERA DEL CEA
- SOCIEDAD COOPERATIVA VINÍCOLA COMARCAL DE VALDEVIMBRE
- BODEGA VINO DE LEÓN VILE
- SEÑORÍO DE LOS ARCOS S.L.
- GORDONZELLO S.A.
- MEORIGA BODEGAS Y VIÑEDOS S.L.
- BODEGA COOPERATIVA LOS OTEROS

En segundo lugar, cuando la empresa haya aumentado su volumen de cifra de negocios y haya adquirido experiencia en el sector, tendrá en cuenta los siguientes competidores nacionales:

- BODEGAS DE LOS HEREDORES DEL MARQUES DE RISCAL S.L.
- BODEGAS RAMON BILBAO S.A.
- BODEGAS VEGA SICILIA S.A.
- BODEGAS MURIEL S.L.
- BODEGAS LAN S.A.
- BODEGAS RIOJANAS S.A.
- BODEGAS BILBAINAS S.A.

8.2.2 Proveedores

El estudio de los proveedores que van a afectar al proyecto empresarial, se hará teniendo en cuenta el tipo de material necesario para la producción y comercialización del vino. Por un lado, se encuentran los proveedores de inmovilizado, los cuales van a aportar la maquinaria necesaria para elaborar el vino como la despalladora, la prensa, depósitos, tijeras de podar, máquina de vendimiar entre otras.

Por otro lado, se hablará de los proveedores que aportan el material necesario para poder llevar a cabo la actividad de comercialización del vino: fabricantes de botellas, corchos, etiquetas, cajas...

A continuación, se va a presentar una lista con aquellos que se consideran más importantes y se ajustan mejor a las características requeridas por el empresario.

Ilustración 8. 2 Proveedores



- **Para el envasado del vino:**

- Botellas de vidrio:

- ✓ Vidrala
- ✓ Verallia
- ✓ BA Vidrio
- ✓ Juvasa

Ilustración 8. 3 Ba Vidrio



Ilustración 8. 4 Juvasa



- Corchos:

- ✓ Diam Corchos
- ✓ Ebrocork

Ilustración 8. 5 Diam Corchos



- Diseño:

- ✓ Logotopico
- ✓ Interprint
- ✓ Atlantis

Ilustración 8. 6 Logotópico



- **Para la producción del vino:**

- Maquinaria:

- ✓ Tecnovino
- ✓ Comercial Rellan
- ✓ Industrias Céspedes e Hijos S.L.

Ilustración 8. 7 Industrias Céspedes e Hijos



- **Para el mantenimiento de los viñedos:**

- Tijeras para podar:

- ✓ Agroterra
- ✓ Arvipo
- ✓ Altuna

Ilustración 8. 8 Arvipo



- Maquinaria para podar:

- ✓ Jumar agrícola
- ✓ Maquinaria Aldher

Ilustración 8. 9 Jumar agrícola



8.2.3 Clientes y segmentación

En cuanto a los clientes a los que se va a dirigir Bodega y Viñedos Solotero, se hará referencia a particulares y empresas. Dentro del segmento de clientes particulares el producto se dirigirá fundamentalmente a aquellas personas que desean consumirlo. Respecto al segmento de empresas, se va a dirigir a bares, comercios, supermercados, etc.

A medida que vaya adquiriendo experiencia la empresa en el sector vitivinícola, y por tanto una mayor especialización del producto, se dirigirá a un tipo de cliente más exigente y así ampliar su cartera y cuota de mercado.

8.2.4 Promoción

La principal forma de promocionar el producto se llevará a cabo través de ferias de vino, ferias de productos de León y ferias gastronómicas. Por otra lado, se va a promocionar el vino Solotero a través de catálogos especializados que proporcionarán distintas empresas relacionadas con el sector.

También se aprovecharán otros medios de comunicación como las redes sociales, páginas web, entre otros.

Finalmente, se realizarán visitas guiadas por los viñedos y la bodega para que los clientes puedan conocer cómo se trabaja en los distintos viñedos y cómo se elabora y se

produce los vinos y su almacenamiento. Al finalizar las visitas se podrán degustar y adquirir los productos.

8.2.5 Distribución

Bodega y viñedos Solotero diseñará la cadena de distribución en función de las necesidades de sus clientes, para satisfacer tanto a particulares como a empresas que estén interesados en los productos que ofrece la bodega. Por tanto, se dispondrá de diferentes vehículos que llevarán a cabo esta labor a nivel nacional y que tendrá por objetivo satisfacer en tiempo y en calidad del servicio a los clientes. Además de tener dicho canal de distribución, se dispondrá de un puesto de venta en la propia bodega en Cubillas de los Oteros (León) para aquellos clientes que quieran conocer las instalaciones.

Así mismo se ha previsto ubicar, una tienda en la capital leonesa para así facilitar la venta del vino a los posibles consumidores, que quieran degustar los vinos elaborados por la bodega presentada. De este modo, se dará a conocer el producto de forma más próxima al cliente, llegando a un mayor número de personas.

8.2.6 Análisis DAFO

Debilidades

- Escasa presencia en mercados internacionales.
- La gama de productos de Bodega y Viñedos Solotero es limitada.
- Los clientes presentan una alta posición negociadora frente a la empresa.
- La imagen de marca es poco conocida.
- Poca experiencia en la gestión de sus equipos comerciales.
- Bajo nivel de I+D+i.

Amenazas

- Excesiva rigidez en la normativa acerca de la utilización de marcas, etc.
- Gran competencia de otras bodegas que elaboran vinos de la misma variedad de uva, tanto de Prieto Picudo y Albarín.
- Excedente de vino y uva lo que a su vez provoca enormes caídas de los precios de los caldos.
- Existencia de productos sustitutivos como la cerveza.
- Incremento en el coste de la energía que aumenta los costes totales.
- Posibilidad de fenómenos atmosféricos adversos como granizo, inundaciones...

Fortalezas

- Bodega y Viñedos Solotero disponen de adecuadas instalaciones técnicas que, además, suelen ser un reclamo turístico en la provincia de León.
- Cuenta con equipos humanos muy cualificados en la producción de vinos de calidad.
- Gestión empresarial profesionalizada.
- Dispone de una alta proporción de vinos envejecidos, con mayor valor añadido.
- Se adapta a las necesidades de sus clientes

Oportunidades

- Mejora de los mercados de radio cercano.
- Las autoridades consideran el sector como un eje básico para el eficiente desarrollo de las políticas agrarias, medioambientales, turísticas, etc.
- Aprovechamiento del turismo enológico.
- Posible internacionalización de Bodega y Viñedos Solotero en el extranjero.

9. GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD FINANCIERA

En el presente apartado, se elaborará un estudio financiero de los puntos más importantes del proyecto empresarial. En el que se hablará de los diferentes medios de financiación utilizados, la evolución de la inversión y los resultados obtenidos.

9.1 FUENTES DE FINANCIACIÓN

Debido a que la bodega constituida adopta la forma jurídica de sociedad limitada, el Registro mercantil obliga a los empresarios a aportar un capital mínimo de 3.005,06 €, ya sea en forma de dinero líquido y/o con aportaciones no dinerarias.

Para llevar a cabo la creación de Bodega y Viñedos Solotero, se recurrirá a las siguientes fuentes de financiación:

✓ **Financiación propia**

• Capital social

La primera fuente de financiación propia que tendrá la empresa, será su capital social. En este caso, los empresarios han preferido que dicha aportación se realice en especie, con la entrega de un vehículo para la empresa y varias barricas, que alcanzan el valor de 3005,06 €.

• Subvención:

Otra de las fuentes de financiación que va a recurrir la Bodega y Viñedos Solotero para impulsar su actividad, es el programa de ayuda recogido en El Real Decreto 549/2014, de 27 de junio.

Este Decreto, por el que se modifica el Real Decreto 548/2013, del 19 de julio, recoge las disposiciones para la aplicación del programa de apoyo 2014-2018 al sector vitivinícola español. Dicho programa ofrece las siguientes ayudas:

- Promoción de mercados en terceros países.
- Reestructuración y reconversión de viñedos.
- Eliminación de subproductos.
- Inversiones.

En cuanto a la ayuda para la inversión en Bodegas y Viñedos Solotero, ésta consiste en una aportación directa y máxima del 40% para el caso de empresas instauradas en Castilla y León.

Asimismo, los objetos o propósitos que se pretenden financiar con esta ayuda tienen que estar relacionados con las siguientes actividades de producción y comercialización del vino:

- Elaboración de productos vitivinícolas
- Control de la calidad
- Operaciones que mejoren la estructura operativa de los sistemas de gestión administrativa, la organización y el control de la empresa, así como el desarrollo de las redes de información y comunicación.
- Comercialización: cualquier operación realizada en los países de la UE, incluida España, en:
 - a) Puntos de venta directa en la bodega, incluyendo salas de exposición y degustación, pero separados físicamente de las instalaciones de elaboración.
 - b) Puntos de venta fuera de la bodega: almacenes, centros logísticos y oficinas comerciales.
 - c) Equipamientos necesarios para la exposición y/o venta.
 - d) Desarrollo de redes de comercialización.
 - e) Hardware, software, plataformas web/comercio electrónico, para la adopción de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y el comercio electrónico.

✓ **Financiación ajena**

- Crédito bancario:

Bodega y Viñedos Solotero, solicitará a una entidad bancaria, un crédito que le permita obtener liquidez para hacer frente a parte de su inversión. Para ello, realizará un estudio de las propuestas que obtiene de los diferentes bancos, buscando aquella que sea más rentable y que mayor liquidez le proporcione.

9.2 ESTUDIO ECONÓMICO

9.2.1 Proyecto de inversión

Una vez expuestas las diferentes fuentes de financiación a las que va acceder la Bodega y Viñedos Solotero, el siguiente paso será evaluar la inversión financiera mediante diferentes criterios de rentabilidad, entre los cuales, utilizaremos:

- **Valor actual neto (VAN):** recoge la ganancia o rentabilidad neta generada por el proyecto de estudio. Cuando el VAN de dicho proyecto sea mayor que cero la inversión comenzará a ser rentable.

La fórmula del VAN será:

$$VAN = -Q_0 + \frac{Q_1}{(1+k)} + \frac{Q_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k)^n}$$

Dónde k es el tipo de interés bancario.

- **Tasa interna de rentabilidad o TIR (r):** es el tipo de interés que hará que el VAN sea nulo. “Se compara con el tipo de interés bancario y nos indica si la inversión es o no aconsejable” tal y como menciona Rodríguez Luengo (2013). Si el TIR es mayor que el interés bancario, la inversión interesa. Para hallar el TIR de un proyecto, se igualará el VAN a cero de la siguiente forma:

$$VAN(r) = -Q_0 + \frac{Q_1}{(1+r)} + \frac{Q_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+r)^n} = 0$$

Por lo tanto para que la inversión o el proyecto realizado por Bodegas y Viñedos Solotero, sea aceptable, ésta tiene que tener un VAN mayor o igual que cero y un TIR mayor que el tipo de interés bancario utilizado.

9.2.2 Inversión

La Bodega y Viñedos Solotero, considerará inversión a todos aquellos desembolsos que la bodega tiene que hacer frente hasta que empieza la actividad de la empresa. A continuación, se muestran los proyectos de inversión que tiene la bodega:

Tabla 9. 1 Inversión de la Bodega y Viñedos Solotero

Inversión	
Obra civil	151.455,15 €
Maquinaria e instalaciones	159.113,00 €
Seguridad y salud	2.271,82 €
Honorarios técnicos	7.000,00 €
TOTAL	319.839,97 €

Fuente: Elaboración propia

- **Vida útil de la inversión.**

En cuanto a la vida útil del proyecto, se estima en 30 años.

9.2.2 Gastos ordinarios y ocasionales.

Bodega y Viñedos Solotero se enfrentará a una serie de gastos, que son la corriente real de las operaciones de consumo de bienes y servicios, en las que incurre una empresa para poder llevar a cabo su actividad de explotación y actuaciones extraordinarias. Se distinguirán dos tipos de gastos: ordinarios y extraordinarios.

- **Gastos ordinarios.**

Los gastos ordinarios son aquellos generados por la actividad ordinaria, cotidiana y habitual de la empresa, y se incurre en ellos de forma regular en el tiempo. Los gastos que realizarán Bodega y Viñedos Solotero serán:

- **Gasto en materias primas**

Para el presente proyecto se considerará materia prima a la uva. Procedente al 100% de viñedos acogidos a la Denominación de Origen Tierra de León a los que tiene acceso el promotor del proyecto.

56.000 kg * 0,45 euros/kg de uva	25.200 €
Botellas, corchos, etiquetas, cápsulas, cajas	36.000 €
Total	61.200 €

○ Gastos en servicios industriales	
Energía	3.010 €
Agua	1.005 €
Total	4.015 €
○ Gastos mano de obra	
Bodeguero	15.200 €
Total	15.200 €
○ Gastos generales de explotación	
Conservación, reparación y mantenimiento:	
Obra civil (1,5%)	2.271,83 €
Maquinaria e instalaciones (2,5%)	3.977,82 €
Otros gastos	1.500 €
Total	7.749.65€
○ Gastos de Administración y dirección	
Gastos de dirección, administración, seguros	4.500 €
Total	4.500 €
○ Gastos comerciales y de distribución	
Transportes y comisiones	3.010 €
Total	3.010 €

Tabla 9. 2 Gastos ordinarios de la Bodega y Viñedos Solotero

Gastos ordinarios	
Materia prima	61.200,00 €
Servicios industriales	4.015,00 €
Mano de obra	15.200,00 €
Generales de explotación	7.749,65 €
Administración y dirección	4.500,00 €
Comerciales y de distribución	3.010,00 €
TOTAL	95.674,65 €

Fuente: Elaboración propia

➤ **Gastos ocasionales**

Estos gastos corresponden a los originados por las actuaciones esporádicas, ocasionales y extraordinarias de la empresa. Las empresas incurren en este tipo de gastos e ingresos de forma irregular en el tiempo. Para el caso de Bodega y Viñedos Solotero, los gastos esporádicos serán aquellos derivados de la obsolescencia y reposición parcial de parte de la maquinaria a los 4 años, y se cifra en un 18% del valor de la misma. Se estima un gasto extraordinario, entorno al 14.000€ cada 4 años.

9.2.3 Beneficios ordinarios

En cuanto a la previsión de ventas, se estima que durante los tres primeros años no sean muy elevadas. Los ingresos se verán incrementados a partir del tercer año, debido a que la marca será más conocida y reconocida por los clientes, provocando un aumento de del producto, especialmente del vino joven y del crianza.

➤ **Del año 1 al 3**

2.200 botellas de blanco joven a 3,60 euros/bot.	7.920 €
8.250 botellas tonto joven a 4,00 euros/bot.	33.000 €
11.300 botellas rosado joven a 3,80 euros/bot.	42.940 €
200 botellas tinto crianza a 12,00 euros/bot.	2.400 €
Total	86.260 €

Tabla 9. 3 Beneficios de la Bodega y Viñedos Solotero del año 1 al 3

Beneficios	
Blanco joven	7.920,00€
Tinto joven	33.000,00 €
Rosado joven	42.940,00 €
Tinto crianza	2.400,00 €
TOTAL	86.260,00 €

Fuente: Elaboración propia

➤ **Del año 4 al 6**

4.500 botellas de blanco joven a 3,60 euros/bot.	16.000 €
10.400 botellas tonto joven a 4,00 euros/bot.	42.000 €
16.500 botellas rosado joven a 3,80 euros/bot.	63.250 €
900 botellas tinto crianza a 12,00 euros/bot.	10.000 €
Total	131.300 €

Tabla 9. 4 Beneficios de la Bodega y Viñedos Solotero del año 4 al 6

Beneficios	
Blanco joven	16.000,00€
Tinto joven	42.000,00 €
Rosado joven	63.250,00 €
Tinto crianza	10.000,00 €
TOTAL	131.300,00 €

Fuente: Elaboración propia

➤ **La Bodega estará en pleno rendimiento después de 6 años**

Se obtienen los siguientes ingresos de la bodega, una vez realizados todos los procesos de elaboración, crianza y embotellado de los vinos producidos. El número de botellas totales aproximado después de la ejecución del presente proyecto es de 52.500 botellas.

7.466 botellas de blanco joven a 3,60 euros/bot.	27.000 €
14.934 botellas tonto joven a 4,00 euros/bot.	60.000 €
22.400 botellas rosado joven a 3,80 euros/bot.	85.500
7.466 botellas tinto crianza a 12,00 euros/bot.	90.000 €
Total	262.500 €

Tabla 9. 5 Beneficios de la Bodega y Viñedos Solotero a partir del año 6

Beneficios	
Blanco joven	27.000,00 €
Tinto joven	60.000,00 €
Rosado joven	85.500,00 €
Tinto crianza	90.000,00 €
TOTAL	262.500,00 €

Fuente: Elaboración propia

9.3 CÁLCULO DE LOS FLUJOS DE CAJA (CASH FLOW)

A continuación, se expone los Flujos de Caja obtenidos para los siguientes 10 años, con su correspondiente VAN y TIR

Tabla 9. 6 Flujos de caja de la Bodega y Viñedos Solotero

Año	Inversión	Cobros	C.Extraordinarios	Pagos	P.Extraordinarios	Flujos de caja
0	-319.839,97 €					
1		86.260,00 €		95.674,65 €		-9.414,65 €
2		86.260,00 €		95.674,65 €		-9.414,65 €
3		86.260,00 €		95.674,65 €		-9.414,65 €
4		131.300,00 €		95.674,65 €	14.000,00 €	21.625,35 €
5		131.300,00 €		95.674,65 €		35.625,35 €
6		131.300,00 €		95.674,65 €		35.625,35 €
7		262.500,00 €		95.674,65 €		166.825,35 €
8		262.500,00 €		95.674,65 €	14.000,00 €	152.825,35 €
9		262.500,00 €		95.674,65 €		166.825,35 €
10		262.500,00 €		95.674,65 €		166.825,35 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. 7 Resultados VAN y TIR

VAN	122.590,63 €
k	0,06
TIR	10%

Fuente: Elaboración propia

Tras el análisis realizado, se puede concluir que para dentro de 10 años, el proyecto de inversión para la creación de Bodega y Viñedos Solotero será rentable, dado que el VAN es mayor que cero y su TIR es mayor que el tipo de interés bancario del 6%. Se ha elaborado el mismo proyecto de inversión para 9 años, y también es rentable, pero no se

ha optado por él debido a que el TIR sería muy próximo al interés bancario y por tanto el margen de rentabilidad sería menor.

10. GESTIÓN OPERATIVA

10.1 INVERSIONES I+D+I

La empresa va a realizar inversiones en proyectos que buscan la mejora de la calidad de la variedad de la uva autóctona. En dichos proyectos, lo que se persigue es la excelencia tanto de la viticultura como de la enología y para ello se estudiarán distintas técnicas de cultivo, transformación y control del vino.

- **Cartosat**

En cuanto a los avances tecnológicos, Bodega y Viñedos Solotero va a colaborar con la Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León a través del Instituto Tecnológico Agrario en un proyecto denominado CartoSat. Este sistema de gestión, permite recoger cualquier dato agronómico y geográfico que ayuden a la producción vitivinícola como la medición en superficies, gestión de fotografías asociados a cultivos.

La finalidad de este proyecto es obtener la mejor información disponible sobre los viñedos para conseguir el mejor producto, como consecuencia de la aplicación de la tecnología a los modernos sistemas de gestión.

- **Instituto Joaquín Costa de Cariñena**

Otra inversión que se va a realizar, va a ser la colaboración con el Instituto Joaquín Costa de Cariñena como parte de su proyecto de dinamización del conocimiento enológico. Una de las bodegas miembro es Protos, la cual explica el objetivo del proyecto (2012).

“Esta institución que, desde el año 1996 imparte formación profesional en el campo de la vitivinicultura promueve, actualmente, un proyecto online a través del que desarrollará una plataforma web con formato de ficha de cata electrónica. De esta manera, la plataforma podrá ser utilizada por aficionados, alumnos, profesionales, paneles de cata y jurados de concursos de vinos, entre otros, obteniendo como resultado una evaluación de los conocimientos de los aficionados y una evaluación de

conocimientos y base de datos para los profesionales. La web permitirá toda una serie de posibilidades.

El Instituto Joaquín Costa tiene como objeto recopilar información de los usuarios sobre los resultados de sus catas, test hedónicos, grado de aceptación del producto, motivos de compra y someterla a tratamiento estadístico”, lo que supondrá una gran mejora, tanto para Bodega y Viñedos Solotero como para los consumidores finales.

Los vinos elaborados por la bodega, serán validados por un panel de expertos del Laboratorio del Aroma de la Universidad de Zaragoza, usando criterios científicos y estadísticos que asegurarían las características de cata del mismo.

10.2 ALMACÉN DE MERCANCÍAS

El almacén de los productos se va a realizar en las instalaciones con las que la empresa cuenta en su localidad Cubillas de los Oteros, la cual ya se ha nombrado anteriormente. Dicho almacén cuenta con la temperatura adecuada y controlada para conseguir el estado óptimo de todos los productos.

Para ello se utilizará un recubrimiento térmico de pallets, paneles térmicos, controladores de humedad y medidores de temperatura, que nos van a permitir almacenar los productos en las mejores condiciones posibles.

10.3 PLAN DE APROVISIONAMIENTO

Dicho apartado hace referencia a las actividades de aprovisionamiento de materia prima (uva), componentes químicos, maquinaria, etc. El aprovisionamiento de uva, en el caso de estudio, procede de los propios viñedos que posee la empresa en la localidad de Cubillas de los Oteros.

En cuanto a la maquinaria, será adquirida por los diferentes proveedores comentados anteriormente. Por último, los componentes químicos necesarios para la elaboración de los productos serán adquiridos por las siguientes empresas:

- Vinotecnia
- Gab Sistemática Analítica, S.L.

Ilustración 10. 1
Vinotécnia



Ilustración 10. 2 Gab Sistemática
Analítica



11.GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DE MARKETING

11.1 GESTIÓN COMERCIAL

La gestión comercial se encargará de controlar los distintos medios de publicidad, comunicación, distribución y ventas.

- ✚ Control de medios de publicidad y comunicación: en dicho control se realizarán encuestas a los clientes para determinar el medio de publicidad y comunicación a través del cual han conocido la empresa y los productos.

- ✚ Control de distribución: Bodega y viñedos Solotero tendrá un control constante sobre los trabajadores de las distintas tiendas físicas tanto de la de León como la de Cubillas de los Oteros. También presentará un control sobre los transportistas, los cuales se encargarán de distribuir los distintos productos a los clientes.

- ✚ Control de ventas: dicho proceso se llevará a cabo a través del personal especializado del departamento de operaciones de ventas. Para ello, se analizarán y contabilizarán las distintas facturas emitidas por la empresa, las cuales se registrarán con un programa informático denominado Visual.

11.2 GESTIÓN DE MARKETING

Las estrategias de marketing van a permitir definir cómo se van a conseguir los objetivos comerciales de la empresa. Dentro de las diferentes estrategias de marketing existentes la que más se ajusta al modelo de negocio de la empresa, es la estrategia de posicionamiento, de marca, que se refiere al espacio que el producto ocupa en la mente de los consumidores respecto de sus competidores. Para establecer correctamente esta estrategia se deben tener en cuenta ciertos aspectos:

- **Calidad-precio:** con este aspecto se pretende comercializar el vino como un producto de una alta calidad, a un precio ajustado al pensamiento del consumidor. Así Bodega y Viñedos Solotero captará un mayor número de clientes y logrará diferenciarse de la competencia.

- **Atributos:** con los vinos se buscará diferenciarse del resto de bodegas teniendo en cuenta características como aromas, textura y sabor.
- **Competidor:** se comparará los atributos mencionados anteriormente para diferenciarnos de otros vinos (aroma más afrutado, sabor más dulce...).

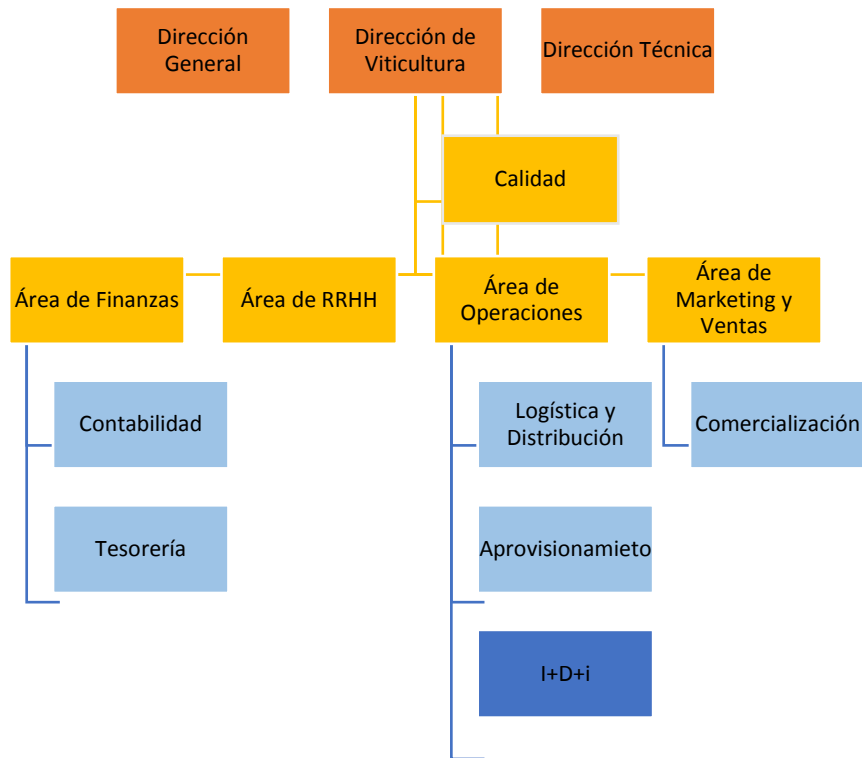
A la hora de gestionar la actividad en marketing de Bodega y Viñedos Solotero se tendrán en cuenta una serie de herramientas que ayudarán a llevar a cabo dicha labor:

- **Página web:** se creará una plataforma online en la cual se expondrán diferentes aspectos: la marca, la empresa, los distintos productos, los viñedos, así como el entorno de la empresa.
- **Páginas amarillas y anuncios:** tanto en prensa como catálogos especializados.
- **Redes sociales:** la Bodega tendrá presencia en las distintas redes sociales actuales.

11.3 GESTIÓN DE RR HH

La estructura organizativa de Bodega y Viñedos Solotero estará formada por la dirección general de la empresa y 4 departamentos: departamento financiero, departamento administrativo, departamento de marketing y publicidad y departamento técnico. El plan de gestión de Recursos Humanos que se plantea a continuación, es a largo plazo, ya que al principio de desarrollar la actividad de producción y comercialización del vino, no sería necesaria esta estructura organizativa. La información utilizada para elaborar los presentes organigramas y definir las funciones de cada uno de los departamentos, se ha obtenido del plan de negocio elaborado por Barrio Martín (2009).

Gráfico 11. 1 Departamentos de la bodega



Fuente: Elaboración propia

DEFINICIÓN DE PUESTOS

Cada uno de los puestos, que integra la estructura empresarial de Bodega y Viñedos Solotero, cubre una serie de funciones predeterminadas; estando diseñados para englobar los elementos operativos, administrativos, de promoción y económicos de cada unidad de negocio.

🚦 **Dirección general**

- Implantar el Plan Estratégico de la compañía.
- Impulsar y liderar el buen funcionamiento de todas las áreas funcionales de la empresa.
- Representante Legal y Comercial de la empresa.
- Definición y seguimiento de objetivos globales y por unidades de negocio.

Departamento de viticultura (viticultor)

- Plantar y podar la viña.
- Medición, de forma regular, de la cantidad de azúcar en uva antes de la vendimia.
- Selección de jornaleros en época de vendimia.
- Control de calidad de las uvas de productores independientes.

Director técnico (enólogo)

Desde el punto de vista general, el Enólogo, es el responsable de todos los procesos que se realizan en una bodega; desde la entrada de la uva a la salida del vino. Las funciones que lleva a cabo el enólogo en la bodega, son aquellas que menciona la bodega La aurora (2015)

- Realización del conjunto de actividades relativas a los métodos de técnicas de cultivo de viñedos y elaboración de vino. Controlando el momento óptimo de recolección de la uva.
- Llevar a cabo las tareas que estén relacionadas con las condiciones técnico/sanitarias del proceso enológico y con la legislación del sector; así como, actividades en el ámbito de la investigación e innovación dentro del campo de la viticultura y enología.
- Realizar los análisis (físicos, químicos, microbiológicos y organolépticos) de los productos elaborados.
- Colaboración en las operaciones mecánicas para la elaboración del vino.

• **ÁREA FINANCIERA**

- Coordinación y control de la contabilidad general de los diversos departamentos y sus desviaciones.
- Preparación de los informes (mensuales, trimestrales y anuales) e informes de la situación económica-financiera, balances y cuentas de resultados.

- Búsqueda de inversiones o financiación, según las necesidades de la caja de la empresa.
- Clasificación de riesgos tras el análisis de financiación, inversiones y rentabilidad.
- Control de inventarios.

- **ÁREA DE MARKETING**

- Crear, definir e implementar el Plan de Marketing de la compañía a nivel nacional.
- Coordinación de las tareas de los equipos de trabajo de cada una de las unidades, así como la supervisión del cumplimiento de las actividades y objetivos de este departamento y sus áreas.
- Aplicación de las medidas de promoción y publicidad, según la estrategia de Marketing previamente establecida (adaptada los posibles cambios de mercado).
- Ubicar nuevos nichos o áreas de negocio en los que se pueda competir.
- Mantener y mejorar la imagen corporativa de la empresa.
- Asegurar el correcto funcionamiento de las diferentes marcas.

- **ÁREA DE VENTAS**

- Definición de los objetivos de ventas cualitativos y cuantitativos de la empresa; poniendo en marcha los planes necesarios para la consecución de los mismos.
- Búsqueda de nuevas oportunidades y apertura al mercado.
- Definición de la política de precios y condiciones comerciales.
- Asignación de las tareas específicas de los vendedores a su cargo y motivación del equipo de ventas.
- Identificar las necesidades de los clientes y supervisión de la aceptación del producto.
- Relación continuada con los clientes, conociendo sus necesidades o nuevos requerimientos.

Dentro de esta área, se encuentra el perfil del comercial, que lleva asociadas las siguientes tareas:

- Atención y asesoramiento de los clientes; así como, conocer el grado de satisfacción del cliente por el servicio prestado.
- Entrega de los presupuestos a los clientes.
- Reuniones e informes periódicos de la actividad.
- Propuesta de mejora de servicios.
- Conocimiento del mercado y los principales competidores.

- **ÁREA DE OPERACIONES**

- Definición de los medios a utilizar para alcanzar los objetivos alcanzados por la Dirección General.
- Establecimiento de la estrategia de desarrollo de servicios y productos, en los diversos mercados.
- Definir presupuestos y alianzas con los actores del mercado.
- Administración de los recursos internos a nivel de producción, administración y recursos humanos, en colaboración con los directores de los servicios respectivos.
- Asegurar el desarrollo operacional de la actividad.
- Control de la productividad.
- Dirección, apoyado por diversos profesionales, de las áreas de producción, compras, distribución e I+D+i.
- Impulsor de proyectos organizativos de mejora continua, orientados a la optimización de las operaciones, rentabilidad y servicios al cliente.

12. CONCLUSIONES

La primera conclusión hace referencia al primer objetivo presentado, conocer la situación del sector vinícola a nivel mundial y europeo estudiando los países que mayor superficie plantada de viñedos poseen, así como los mayores productores y consumidores de vino. Analizando la superficie vitícola se ha conocido que los países con mayor superficie de viñedos son España, Francia e Italia. Respecto a los países con una producción más elevada han sido también los que más superficie plantada tienen, pero en este caso, Italia ocupa la primera posición. Finalmente estudiando los países con mayor consumición de vino, se pudo observar que España ocupa una posición poco destacada a pesar de presentar un crecimiento estos últimos años en cuanto a dicho consumo se refiere. Las primeras posiciones las ocupan, Estados Unidos, Francia e Italia.

Con este estudio, se ha comprendido que nuestra nación, es uno de los países con mayor superficie de viñedos así como mayor producción de vino pero uno de los países con menor consumo de este producto.

La segunda conclusión se centra en el objetivo de conocer la situación económica financiera de cuatro bodegas que pertenecen a la Denominación de Origen Tierra de León, lo que nos ha permitido conocer que el tamaño y los años de experiencia de las bodegas no es indicativo de buena salud empresarial. Con dicho análisis se ha comprobado que la bodega Palomares es una de las más rentables tanto a nivel de empresa como a nivel de propietarios, pero no presenta ningún buen resultado en el resto de parámetros utilizados para llevar a cabo el análisis. Analizando la solvencia de la empresa se ha observado que si dicha bodega se liquida, no podrá hacer frente a sus pagos. Por otro lado, el ratio de endeudamiento ha demostrado que la bodega Palomares abusa de la financiación ajena.

Respecto a las otras bodegas que han sido objeto de estudio, se han considerado más adecuadas para seguir como modelo en el plan de negocio que se va a presentar. Tanto la bodega y viñedos Vile como la bodega Julio Crespo Aguiloché presentan una buena rentabilidad a pesar de no llegar al valor óptimo del 10%. El resto de parámetros estudiados se encuentran dentro del límite permitido. En ambos casos la financiación de las bodegas está centrada en el uso de fondos propios, su liquidez no está supedita a las ventas y tienen garantía frente a sus acreedores. Esto nos ha permitido conocer que las

empresas con un mayor tamaño, proyección e imagen comercial no son precisamente aquellas que presentan mejores resultados desde el punto de vista del análisis económico-contable.

La última conclusión obtenida de este trabajo, después de conocer la situación del sector y de cuatro bodegas pertenecientes a la DO Tierra de León, es que la comarca de los Oteros, presenta unas cualidades y una materia prima óptimas para crear un nuevo negocio dedicado a la elaboración y producción de vino.

El estudio económico presentado, junto con las diferentes fuentes de financiación que va a utilizar Bodega y Viñedos Solotero, han demostrado que la inversión es rentable pasados 10 años al obtener un valor actual neto (VAN) mayor que cero y su tasa interna de rentabilidad (TIR) superior al tipo de interés bancario. Por otro lado, se ha considerado que es una bodega muy completa y con intención de diferenciarse de sus competidores ya que desde un primer momento va a contar con inversiones en I+D+i y una buena gestión operativa, comercial así como de marketing y de Recursos Humanos.

Finalmente concluir que este trabajo pretende demostrar que el sector vitivinícola es uno de los más importantes para España, en especial para la provincia de León donde se cuenta con una materia prima de calidad, a la cual se tiene que sacar un mayor rendimiento ya que esto haría enriquecer a la comarca y mejorar la situación económica de muchos particulares.

13. BIBLIOGRAFÍA

- **Recursos electrónicos**

ABC (2016). Recuperado el 3 de Marzo de 2016 de <http://www.definicionabc.com/medio ambiente/viticultura.php>.

Blanco Hernández, J.A (2014). La importancia del sector vitivinícola español. Cata de vino. Recuperado el 19 de febrero de 2016 de <http://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/la-importancia-del-sector-vitivinicola-espanol>.

Bodega Gordonzello. Recuperado el 15 de Marzo de 2016 de <http://www.bodegalospalomares.com/>.

Bodega Julio Crespo Aguiloché. Recuperado el 15 de Marzo de 2016 de <http://bodegasjuliocrespo.com/>

Bodega Nicolás Rey e Hijos. Recuperado el 15 de Marzo de 2016 de <http://www.bodegalospalomares.com/>.

Bodegas Vinos de León Vile. Recuperado el 15 de Marzo de 2016 de <http://www.bodegasvinosdeleon.es/>.

Equipo Utiel- Requena (2014). Las bodegas de vino en España. Utiel-requena Denominación de Origen. Recuperado el 3 de Marzo de 2016 de <http://utielrequena.org/las-bodegas-de-vino-en-espana/>.

Equipo Vivanco (2015). Las denominaciones de origen en España. Vivanco cultura de vino. Recuperada el 23 de Abril de 2016 de <http://vivancoculturadevino.es/blog/2015/04/23/denominaciones-origen-vino-espana/>.

OIV (2014). *El vino en cifras año 2014*. Recuperado del 3 de Marzo de 2016 de <http://www.winesfromspain.com/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4790814.pdf>

Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI). Recuperado de www.sabi.es

- **Libros y documentos**

Albiku Gallastegi, E. y Landeta Rodríguez, J. (2013). Cambios en el entorno de la FRRHH.(2º edición). *Dirección estratégica de los Recursos Humanos: Teoría y práctica*. Madrid: Pirámide.

Archel Domench, P. (2012). (4ª edición). *Estados contables: elaboración, análisis e interpretación*. Madrid: Pirámide.

Barrio Martín, I. (2009). Plan de Negocio. *Divina bodegas*.

Cabero Amez, J. (2014). Análisis financiero y económico. *Análisis económico-financiero de la empresa Ferralla y Forjados Santa Cruz S.L.*

Comisión Europea (2015). Reglamento delegado (UE) 2015/560 de la comisión de 15 de diciembre de 2014. *Diario Oficial de la Unión Europea*.

Cortes de Castilla y León (2015). Ley 8/2005, de 10 de junio, de la Viña y del Vino de Castilla y León. *Boletín Oficial del Estado*.

Cortes Generales (2003). Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino. *Boletín Oficial del Estado*.

Fernández Fernández, J.M y Rodríguez Pérez, A (2012). Análisis de los estados financieros. Teoría.

Garrido Miralles, P. y Íñiguez Sánchez, R. (2012). (2ª edición). *Análisis de estados contables: Elaboración e interpretación de la información financiera*. Madrid: Pirámide.

González Muñoz, R. (2015). Análisis de Estados financieros. Caracterización empresarial a través del análisis de Estados financieros: El caso Lactiber León S.L.

Irizar, I (2012). Cuadros económico-financieros y el plan de personas (1ª edición). *El plan de negocio en la práctica*. La Coruña: Gesbiblio.

La Comisión de las Comunidades Europeas (2008). Reglamento (CE) Nº 555/2008 de la comisión de 27 de junio de 2008. *Diario Oficial de la Unión Europea*.

La Comisión Europea (2015). Reglamento de Ejecución (UE) 2015/561 de la Comisión de 7 de abril de 2015. *Diario Oficial de la Unión Europea*.

La Comisión Europea. (2008). *Reglamento (CE) Nº 479/2008 del consejo de 29 de abril de 2008*. *Diario Oficial de la Unión Europea*.

La Comisión Europea. (2010). Reglamento (UE) Nº 401/2010 de la comisión de 7 de mayo de 2010. *Diario Oficial de la Unión Europea*.

Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente (2015). Disposiciones generales. Real Decreto 740/2015, de 31 de julio por el que se regula el potencial de producción vitícola. *Boletín Oficial del Estado*.

Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente (2015). Disposiciones generales Real Decreto 244/2009, de 27 de febrero, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola español. *Boletín Oficial del Estado*.

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2004). Las estructuras agrarias (1º edición). *Libro blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural. Análisis Sectoriales*. (págs. 167 y ss). Madrid: Impresores.

Ministerio de Economía y Competitividad (2015). Disposiciones Generales. Resolución de 14 de abril de 2015, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, por la que se establecen criterios para la determinación del coste de producción. *Boletín Oficial del Estado*.

Parlamento europeo y el Consejo de la Unión Europea (2013). Reglamento (UE) N° 1308/2013 del Parlamento europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013. *Diario Oficial de la Unión Europea*.

Rivero Torre, P. (2009). Análisis financiero. *Análisis de balances y estados complementarios: Ejercicios resueltos y comentados*. (págs.192-236). Madrid: Pirámide.

Rivero Torre, P. (2012). Análisis económico. *Análisis de balances y estados complementarios: Ejercicios resueltos y comentados*. (págs.283-297). Madrid: Pirámide.

Anexos

1. El vino en cifras Año 2014..... 1
2. Balances de situación y cuentas de pérdidas y ganancias de las bodegas de la DO....13

El Vino en Cifras – Año 2014

España es uno de los grandes productores mundiales de vino: primero en el ranking por superficie plantada, primero por producción de vino y mosto en la campaña 2013/2014, superando a Italia y a Francia y primer exportador mundial en términos de volumen en el interanual a septiembre de 2014, aunque tercero en términos de valor. Por su importancia en términos económicos, pero también sociales y medioambientales, así como por la importancia del vino como imagen del país en el exterior, el sector es de extraordinaria relevancia en España.

1. SITUACIÓN DEL MERCADO MUNDIAL

Viñedo

Según datos de la OIV¹, en 2014 la superficie vitícola mundial se mantiene estable respecto a 2013, estimándose el total mundial en 7.554.000 ha. Tras el cese del programa comunitario de regulación del potencial de producción vitícola, el ritmo de reducción del viñedo en la UE se ha ralentizado de forma notable. Entre 2011 y 2012, la superficie de viñedo comunitaria disminuyó en 54.000 hectáreas, mientras que entre 2013 y 2014, solo se redujo en 19.000 hectáreas. En cuanto al viñedo no comunitario, los datos muestran un aumento en 2014 de 82.000 hectáreas. En China y Sudamérica (excepto Brasil), la superficie de viñedo sigue aumentando. De hecho, China se convierte en 2014 en el segundo mayor viñedo del mundo tras España. En cambio,

Australia registra por tercer año consecutivo reducción en su viñedo. En total, la superficie de viñedo no comunitaria supuso en 2014 3.525.000 hectáreas, lo que supone un aumento del 2,4% respecto a 2013.

El viñedo en el mundo									
Fuente: Datos OIV; elaboración OeMv									
Datos						Prov.	Prev.		
(miles Ha)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	% s/ total	
España	1.165	1.113	1.082	1.032	1.017	1.021	1.021	13,52%	
Francia	858	836	818	796	792	793	792	10,48%	
Italia	825	812	795	720	712	705	690	9,13%	
Portugal	246	244	244	236	233	229	224	2,97%	
Rumania	207	206	204	191	192	192	192	2,54%	
Otros UE	491	479	474	461	483	478	480	6,35%	
Total UE	3.792	3.692	3.654	3.468	3.429	3.418	3.399	45,00%	
EEUU	402	403	404	413	412	424	425	5,63%	
Turquía	518	515	514	508	497	504	502	6,65%	
China	480	518	539	633	709	760	799	10,58%	
Argentina	226	229	217	219	222	224	227	3,01%	
Chile	198	199	200	206	206	208	211	2,79%	
Sudáfrica	132	132	132	133	135	133	132	1,75%	
Australia	173	176	171	170	162	157	152	2,01%	
Total no UE	3.945	4.009	3.933	3.324	3.386	3.443	3.525	46,66%	
TOTAL MUNDO	7.737	7.702	7.672	7.497	7.498	7.546	7.554	100,00%	

¹ Organización Internacional de la Viña y del Vino.

Producción Mundial

Según datos de la OIV, la producción mundial de vino en 2014 (sin contar zumo y mosto) se situó en 278,8 millones de hectolitros, lo que supone una disminución de 13,1 millones de hectolitros respecto a la producción de 2013, que fue muy grande. El primer país productor de vino fue Francia, con 46,7 millones de hl (16,8% mundial), seguido por Italia, con 44,7 millones de hl (16,1% mundial), y España, con 41,6 millones de hl (14,9% mundial). Ya con menor volumen, la producción cayó en Portugal (-2%), Grecia (-13%) y aumenta en Hungría (+3%).

Fuera de la UE, el nivel de producción es también inferior, con 110 millones de hl. EE.UU. es el país no europeo de mayor producción de vino con 22,3 millones de hl, lo que supone una pérdida de 1,3 millones de hectolitros respecto a 2013. En segundo lugar, se encuentra Argentina, con casi 15,2 millones de hectolitros, país que supera a Chile (10,5 millones de hectolitros) y a Australia, con 12 millones de hl. Con respecto a 2013, aumenta la producción de Argentina (+1%) y cae la de Chile (-18%) y la de Australia (-4%).

Respecto a otros países de fuera de la UE, en Sudáfrica, la producción de vino alcanzó un nivel elevado, 11,3 millones de hectolitros, frente a los 10,9 millones de 2013 (+3%). Nueva Zelanda, alcanzó un nuevo récord al alcanzar en 2014 los 3,2 millones de hectolitros. Por último, cabe destacar la producción de China, que registró, con 11,7 millones de hectolitros, una caída de 2,1 millones de hectolitros con respecto al año anterior, hasta los 11,7 millones (-15%).

Producción Mundial de Vino

Fuente: Datos OIV; elaboración OeMv

Datos (miles hl)	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u> prov.	<u>Prev. 2014</u>	<u>% s/ total</u>
Francia	44.381	50.757	41.548	42.004	46.698	16,8%
Italia	48.525	42.772	45.616	54.029	44.739	16,1%
España	35.353	33.397	31.123	46.650	41.620	14,9%
Otros UE	28.117	30.238	25.417	31.475	31.243	11,2%
Total UE	156.376	157.171	141.415	174.158	164.300	58,9%
EE.UU.	20.887	19.140	21.650	23.590	22.300	8,0%
Argentina	16.250	15.473	11.778	14.984	15.197	5,5%
Chile	8.844	10.464	12.554	12.820	10.500	3,8%
Australia	11.420	11.180	12.260	12.500	12.000	4,3%
Total No UE	108.724	109.629	109.585	114.400	110.000	41,1%
TOTAL MUNDO	264.495	267.279	257.889	291.902	278.800	100,0%

Producción Unión Europea

De acuerdo con los últimos datos publicados por la OIV, la producción de vino de la Unión Europea en 2013 se sitúa en 164,2 millones de hl, lo que supone un aumento del 12,5% con respecto a la de 2012, que fue corta. Cabe destacar el fortísimo aumento de la producción española de vino y mosto, que alcanzó un nuevo récord (52,4 millones de hectolitros).

Según las cifras de la Comisión Europea, actualizadas a octubre de 2013, la producción de vino y mosto de uva en la Unión Europea alcanzaría los 171,1 millones de hectolitros en la campaña 2013/2014, lo que supondría un aumento del 12,9% con respecto a la campaña 2012/13, un aumento muy superior en relación a la media de las cinco últimas campañas (+3,4%). Hay que señalar también que la campaña 2012/2013 fue muy escasa. La producción destinada a vinificación en la campaña 2013/2014 se estima en los 167,1 millones de hectolitros, el 97,7% del volumen total. De ellos, 69,6 millones de hectolitros habrían sido destinados para vinos con DOP² (41,6%), 34,3 millones para vinos con IGP³ (20,5%), 5,4 millones para vinos varietales sin DOP ni IGP (3,2%) y 57,8 millones para los demás vinos (34,6%).

Por tipo de vino, Francia ocupa la primera posición como productor de vinos con DOP, con 19,8 millones de hectolitros, frente a los 16,2 de España y los 14,8 de España. En lo que respecta a los vinos con IGP, la producción francesa asciende a 13,1 millones de hectolitros, la italiana a 12,6 y la española a 4 millones. En cuanto a vinos varietales, sin DOP ni IGP, España se sitúa en cabeza con 2,5 millones de hectolitros, seguida de Italia (0,4 millones de hl) y Bulgaria (0,29 millones de hl). Por último, en lo que respecta a la categoría de otros vinos, Italia es la principal productora con 15,2 millones de hl, por delante de España con 12 millones, y de Francia con algo menos de 10 millones.

Producción Europea de Vino (campaña 2013/14) sin mosto				
Fuente: Datos UE; elaboración OeMv				
País (datos en miles de hl)	2013/14	% s/ total	Var. % con 2012/13	Var. % con media 5 camp. 08/13
Italia	46.500	27,2%	+2%	-4%
España	45.500	26,6%	+33%	+18%
Francia	44.100	25,8%	+7%	-3%
Alemania	9.011	5,3%	+0%	+2%
Portugal	6.740	3,9%	+7%	+10%
Resto UE	19.249	11,3%		
TOTAL UE	171.100	100,0%	+12,9%	+3,4%

² Denominación de Origen Protegida.

³ Indicación Geográfica Protegida.

Consumo

Con unas estimaciones de consumo mundial de vino para 2014 estimadas por la OIV en alrededor de 240 millones de hectolitros, se aprecia un descenso respecto al año anterior de 2,4 millón de hectólitros (-0,8%). Parece que aún no se ha manifestado la esperada recuperación de la crisis financiera y económica que se desató en 2008.

Por países, Estados Unidos, con 30,7 millones de hectolitros consumidos, se confirma en 2014 como el mayor consumidor mundial de vino en volumen, a pesar de frenarse el elevado ritmo de crecimiento de los últimos años, aumentando en 2014 un 1,7%. En cuanto a China, cae el consumo en 2014 (-7%), en contraposición al gran crecimiento registrado a principios del siglo XXI. En cuanto a los principales países sudamericanos, mientras el consumo de vino en Brasil y en Chile no muestra diferencias significativas en 2014 con respecto a 2013, Argentina reduce su consumo, tras el aumento registrado en 2013.

En cuanto a la Unión Europea, tal y como ha venido ocurriendo en años anteriores, el consumo en los países tradicionalmente consumidores continuó cayendo en 2013 y en 2014: un descenso de 0,9 millones de hectolitros en Francia y de 1,4 millones en Italia. En España, sin embargo, tras un largo periodo de caída del consumo interno, 2014 puede marcar un parón en la caída, con un consumo de 10 millones de hectolitros (0,2 millones más que en 2013).

Consumo mundial de vino (miles de hl)

Fuente: Datos OIV; elaboración OeMv

País	<u>2012</u>	<u>Prov.</u> <u>2013</u>	<u>Prev.</u> <u>2014</u>	<u>Var%</u> <u>2014/13</u>	<u>% s/</u> <u>total</u>
Francia	30.269	28.700	27.850	-2,96%	11,60%
Italia	22.633	21.795	20.395	-6,42%	8,50%
Alemania	20.000	20.400	20.200	-0,98%	8,42%
Reino Unido	12.801	12.700	12.600	-0,79%	5,25%
España	9.300	9.800	10.000	2,04%	4,17%
Resto UE 27	27.130	25.791	28.955	12,27%	12,06%
Total UE	122.133	119.186	120.000	0,68%	50,00%
EEUU	29.000	30.200	30.700	1,66%	12,79%
China	17.477	17.000	15.800	-7,06%	6,58%
Argentina	10.051	10.400	9.900	-4,81%	4,13%
Australia	5.375	5.400	5.400	0,00%	2,25%
Resto no UE	60.230	56.186	58.200	3,58%	
Total no UE	122.133	119.186	120.000	0,68%	50,00%
TOTAL MUNDO	243.000	242.000	240.000	-0,8%	100,00%

2. SITUACIÓN DEL SECTOR EN ESPAÑA

El sector vitivinícola español tiene gran importancia, tanto por el valor económico que genera, como por la población que ocupa y por el papel que desempeña en la conservación del medioambiente.

Viñedo

Siempre según datos de la OIV, España, con 1,023 millones de hectáreas destinadas al cultivo de la vid en 2013 (97,4% destinadas a vinificación, un 2% a uva de mesa, un 0,3 % a la elaboración de pasas y un 0,3 % restante a viveros), sigue siendo, con diferencia, el país con mayor extensión de viñedo de la Unión Europea y del mundo. Sin embargo, las estimaciones oficiales del MAGRAMA, más recientes, apuntan a que esta superficie haya bajado hasta las 950.541 has en 2014. En todo caso, representa casi el 30% de la superficie total de la UE (seguido por Francia con el 23%, y de Italia con el 22%) y un 13,4 % del total mundial. Su tradición elaboradora de vinos se remonta a la época de los romanos, aunque no ha sido hasta más recientemente cuando la exportación se ha convertido en un hecho masivo y generalizado en el sector.

Producción española

Tras siete campañas de relativa estabilidad, rondando un volumen de producción de vino y mosto de en torno a los 40 millones de hectolitros, en la campaña 2013/2014 y según los datos del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA), la producción superó los 52 millones de hl, frente a los 34,2 millones de la campaña 2012/13, lo que supone un importante aumento del 53,7% (+18,4 millones de hl), y la cifra más elevada históricamente. Coincide, además, que la campaña anterior fue especialmente escasa. En cuanto a la campaña 2014/2015, los últimos datos publicados por el FEGA, con la producción declarada por las comunidades autónomas, la producción fue de 43,4 millones de hectolitros de vino y mosto, lo que supondría una caída con respecto a la excepcionalmente elevada campaña 2013/2014, del -17,4%. De esos 43,4 millones de hectolitros, 38,2 millones corresponden a producción de vino y 5,2 millones a mostos.

Por comunidades autónomas, Castilla-La Mancha sigue siendo la mayor productora con 24,6 millones de hectolitros, el 56,6% de la producción total de vino y mosto de la campaña 2014/2015.

En cuanto a la campaña 2015/2016, la primera previsión del MAGRAMA de producción de vino y mosto, a junio de 2015, habla de 42,9 millones de hectolitros. Hay que tener en cuenta y según indica el propio MAGRAMA, que estas cifras son previas al inicio de la cosecha, por lo

que podrán verse modificadas a medida que ésta avance y se vayan actualizando con los datos proporcionados por las comunidades autónomas.

Esta primer estimación a junio, de 42,9 millones de hectolitros de producción de vino y mosto sería un -1,9% inferior a la producción de la campaña anterior, que fue de 43,4 millones de hectolitros. Castilla-La Mancha se mantiene como primera comunidad productora, de lejos, con 24,5 millones de hectolitros, el 57% de la producción total.

Superficie de viñedo

La situación geográfica, las diferencias climáticas y la variedad de suelos, hace de la Península Ibérica y nuestras islas un lugar privilegiado para la producción de vinos de características muy distintas. Se cultiva viñedo en la totalidad de las 17 Comunidades Autónomas en las que se divide el país, si bien cerca de la mitad de la extensión total se encuentra en **Castilla-La Mancha** (463.912 has y el 48,8 % del viñedo plantado), la zona geográfica con mayor extensión del mundo dedicada a su cultivo, seguida de **Extremadura** (83.055 has, 8,7 %), **Valencia** (65.068 has), **Castilla y León** (63.732 has), Cataluña, La Rioja, Aragón, Galicia, Murcia y Andalucía.

En todo caso, se trata de superficies de viñedo en España que siguen en descenso. La superficie total de viñedo en nuestro país en **2014** se sitúa, según la “Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos ESYRCE” del MAGRAMA, en las 950.541 hectáreas, frente a las 951.693 has del año anterior. Por tanto, se observa una ligera caída de 1.152 hectáreas (-0,1%). Las mayores caídas porcentuales las ofrecen Valencia (-4,3%), Murcia (-2,3%) y Navarra (-2,2%), siendo La Rioja (+4,4%) y Canarias (+3,6%) las comunidades autónomas que más aumentan su superficie de viñedo en 2014 con respecto a 2013.

España cuenta con 90 zonas de producción de vinos de calidad con Denominación de Origen Protegida (DOP), de ellas 69 son con Denominación de Origen, 2 con Denominación de Origen Calificada, 7 son Vinos de Calidad con Indicación Geográfica y 14 son Vinos de Pago, las cuales siguiendo el modelo europeo de producción, mantienen un estricto control sobre la cantidad producida, las prácticas enológicas, y la calidad de los vinos que se producen en cada zona. También existen 41 zonas con indicación geográfica protegida (IGP). Las primeras Denominaciones autorizadas se aprobaron en 1932, y se trata de Jerez-Xères-Sherry, Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda, Málaga, Montilla-Moriles, Rioja, Tarragona, Priorato, Alella, Utiel Requena, Valencia, Alicante, Ribeiro, Cariñena, Penedés, Condado de Huelva, Valdepeñas, La Mancha, Navarra y Rueda.

Según los últimos datos publicados, el 51,1% producirá vinos tintos y rosados y el 48,9%, vinos blancos. Las variedades de uva más comunes en España son la Airén (23,5%), Tempranillo (20,9%), Bobal (7,5%), Garnacha Tinta, Monastrell, Pardina, Macabeo y Palomino, por orden de

importancia en cuanto a su cultivo. De estas variedades, son tintas, la Tempranillo, Bobal, Garnacha tinta y Monastrell y blancas las restantes.

Mientras tanto, el consumo interno de vino en España sigue ofreciendo unos datos preocupantes, situándose a día de hoy en una estimación por debajo de los 20 litros por persona y año, lo que supone estar a la cola de Europa.

3. ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector vitivinícola español se encuentra inmerso en un importante proceso de actualización y renovación. Así, desde el año 2000, la superficie sujeta a reconversión y reestructuración ha superado las 130.000 hectáreas, lo que representa una inversión cercana a los 800 millones de euros. Se estima que algo más de 4.000 bodegas elaboran en España vinos tranquilos, espumosos y de licor. Son, por lo general, de pequeño tamaño y su capital es mayoritariamente de origen español, de tipo familiar, mientras que un gran número están constituidas como cooperativas agrarias.

Entre las principales empresas del sector, con más de 100 millones de euros de facturación, se encuentran las siguientes: Freixenet, J. García Carrión, Codorníu, Arco Wine Invest Group.; Grupo Domecq Bodegas; Grupo Miguel Torres, S.A.; Félix Solís Avantis y Grupo Faustino.

Las pequeñas bodegas y las cooperativas coexisten con estas grandes empresas, que poseen centros de producción en distintas zonas, con objeto de diversificar su oferta. Con objeto de controlar la calidad a lo largo de todo el proceso productivo, algunas bodegas han comprado o ampliado la extensión de sus viñedos, si bien la mayor parte del suministro de las bodegas en España procede de otros viticultores o directamente de las cooperativas en forma de vino. También es importante el nivel de inversión que se ha destinado a la edificación de nuevas bodegas, a la mejora de las instalaciones y equipamientos y a la utilización de técnicas de envejecimiento distintas para ofrecer una gama mucho más amplia de vinos de calidad, si bien tal nivel de inversión se ha visto muy reducido en los años recientes de crisis económica. En este contexto es interesante resaltar la actividad y la innovación de muchas bodegas que experimentan con nuevas variedades de uva y la utilización de las uvas autóctonas para producir vinos más adaptados al gusto del nuevo consumidor. La DOCa Rioja tiene registradas el mayor número de bodegas de vino de calidad (826), seguida de DO Cava (419), DO Ribera del Duero (286), DO La Mancha (256), DO Cataluña (203), DO Penedés (187) y DO Rías Baixas (181).

Este proceso de modernización se extiende, incluso, a la construcción de las nuevas bodegas encargadas a arquitectos mundialmente famosos, que han emprendido algunas bodegas, entre las que destacan, en Rioja, la nueva bodega de Domecq, Bodegas Ysios (encargada a Santiago Calatrava), o la de CVNE (diseñada por Philippe Mazières), la de Marqués de Riscal que ha

proyectado Frank O. Gehry, o la tienda de R. López Heredia por Zaha Hadid o Señorío de Arínzano proyectada por Rafael Moneo para Bodegas Chivite en Navarra.

El sector muestra un enorme dinamismo. El grado de concentración es relativamente elevado, estimándose que los cinco primeros grupos acaparan una cuota conjunta de casi un 28% del mercado. La penetración de capitales extranjeros entre los primeros operadores no es muy importante, aunque sí se van extendiendo los acuerdos con empresas del sector en otros países para mejorar la capacidad de comercialización mundial, como también aumentan las alianzas entre comercializadores para afrontar conjuntamente el fuerte proceso de internacionalización en que está metido el sector español del vino.

4. EXPORTACIÓN

Exportaciones Mundiales

Los intercambios mundiales en el sector del vino adquieren cada vez más importancia. De un total de 72,2 millones de hectolitros de media en el quinquenio 2001-05, se ha pasado a 101,5 millones de hectolitros en 2014. En términos de valor y tomando como fuente GTA, que toma los datos de las aduanas de los diferentes países, el importe global de las exportaciones de vino y mosto habría alcanzado en 2014 la cifra de 25.848,4 millones de euros. Este mercado mundial, considerado por la OIV como la suma de las exportaciones de todos los países, ha caído en 2014 con respecto a 2013 en términos de valor, suponiendo un -0,4% menos. No obstante, el volumen ha aumentado un 2,1% en el mismo periodo, hasta los 101,5 millones de hectolitros.

Siguiendo con los datos de GTA, en este caso para el interanual a marzo de 2015, último dato disponible, España es el principal proveedor mundial de vino y mosto en términos de volumen y el tercero en términos de valor, con 23,2 millones de hectolitros y 2.523 millones de euros respectivamente. El precio medio del vino español en el exterior se fijó en los 1,09 euros por litro, con caída del -19,4%, por aumento de las exportaciones de los vinos a granel, con menor valor añadido. Sigue siendo muy inferior al del resto de los principales países proveedores, cuya media está en 2,48 euros por litro.

A España, le sigue Italia como segundo proveedor mundial en volumen, con 20,3 millones de hectolitros vendidos en el interanual a marzo de 2015. Sin embargo, Francia vuelve a ser el principal exportador en valor de forma clara, con 7.834 millones de euros de facturación, seguido de lejos por los 5.155,3 millones ingresados por Italia. Francia aún se encuentra, con 14,4 millones de hectolitros, muy lejos de Italia y España en volumen, lo que indica un precio medio de venta muy superior para el país galo. En el interanual a marzo de 2015, se situó en los 5,46 euros por litro, y fue claramente el más elevado entre los doce principales proveedores mun-

diales. La diferencia es aún mayor si lo comparamos con los precios medios de sus principales competidores, Italia (2,54 €/l.) y España (1,09 €/l.).

La suma de Italia, España y Francia representó en el interanual a marzo de 2015, aproximadamente el 56,6% del volumen y el 59% del valor total de vino y mosto exportado a nivel mundial. Pero, ¿cómo evolucionaron respecto al mismo periodo del año anterior? España lidera el crecimiento en volumen, manteniendo en el interanual a marzo de 2015, el liderazgo mundial de ventas en volumen, por fuerte crecimiento particularmente del granel, envasados y mostos, pero con una fuerte caída de los precios medios de venta. Por el contrario, Italia aumenta mucho menos sus exportaciones en volumen pero factura 79,7 millones de euros más, con fuerte aumento de sus ventas de vinos espumosos. Francia, también aumenta su facturación en este periodo en 94,3 millones de euros, gracias al champagne.

Tras el liderazgo de los tres grandes productores europeos, Chile y Australia se sitúan en el cuarto y quinto puestos respectivamente, tanto en valor como en volumen, con EE.UU. sexto en valor, mientras Sudáfrica, con mucho más vino pero más barato, es sexto en litros. Las exportaciones de vino de Chile disminuyen en el interanual a marzo de 2015 un -0,9% en volumen, pero aumentan un 5,6% en valor, gracias al aumento del precio medio. En el caso de Australia, vende 32,4 millones de litros, facturando 31,1 millones de euros más, bajando su precio medio un -2%. EE.UU. disminuye sus ventas de vino tanto en euros como en litros, con precios medios más altos. Ya por debajo de los 1.000 millones de euros de facturación, Alemania disminuye en el interanual a marzo de 2015 sus ventas tanto en valor como en volumen (-5,6% y -5,8% respectivamente), con precios estables. Nueva Zelanda, es la segunda tras Francia con los precios medios más elevados del grupo, aumentando sensiblemente sus ventas con respecto al interanual a marzo de 2014.

Finalmente, Argentina y Sudáfrica ganan ventas en euros (+2,1% y +1,3% respectivamente), pero pierden en volumen (-14,4% y -7,1%).

En resumen, España mantiene en el interanual a marzo de 2015 el liderazgo mundial de ventas de vinos en volumen, por fuerte crecimiento del granel, envasados y mostos, pero con precios medios más bajos.

Exportaciones españolas de vino – PRIMER SEMESTRE DE 2015

Tomando como fuente AEAT (Aduanas), las exportaciones españolas de vino alcanzan la primera mitad de 2015, con aumentos del 16,2% en volumen y del 5,7% en valor, hasta los 1.183,5 millones de litros y los 1.215 millones de euros. 165 millones más de litros de vino español en los mercados internacionales, y 66 millones de euros más de facturación respecto al primer semestre de 2014. El precio medio bajó un -9% hasta los 1,03 euros por litro.

En cuanto a los datos interanuales, que abarcan desde julio de 2014 hasta junio de 2015, registran un total de exportaciones de vino español de 2.373,7 millones de litros por valor de 2.584 millones de euros, a un precio medio de 1,09 euros por litro. Con respecto al interanual a junio de 2014, se registra un aumento en volumen del 21,4%, del 2,9% en la facturación y una caída del precio medio del -15,2%. 419 millones más de litros de vino español exportados, que generaron 71,7 millones más de euros de ingresos.

Por productos, y refiriéndonos a los datos del primer semestre de 2015, el crecimiento en volumen registrado en este semestre (+164,7 millones de litros), corresponde principalmente a vinos a granel, tanto aquellos sin ningún tipo de indicación, como de los varietales. Buenos datos también para los vinos con IGP envasados. Mientras, son los vinos envasados con DOP

Exportaciones españolas de vino

Fuente: datos: AEAT; Elaboración: OeMv

	<u>1995</u>	<u>2000</u>	<u>2005</u>	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>int. Jun 2015</u>	<u>% var. 2014/13</u>
Mill €									
DOP envasado	261,6	586,8	735,7	923,3	1.007,7	1.082,8	1.115,3	1.155,4	3,0%
DOP granel	55,0	47,3	39,2	43,6	45,4	49,1	31,8	27,0	-35,2%
Sin DOP envasado	43,5	125,6	170,8	370,8	423,5	424,9	404,1	414,7	-4,9%
Sin DOP granel	69,7	144,4	217,0	387,0	424,3	498,5	468,0	488,6	-6,1%
Espumoso	120,5	228,3	289,7	384,9	419,4	458,6	411,0	414,1	-10,4%
De licor	176,4	91,8	83,3	58,7	59,0	59,3	64,6	63,9	8,9%
De aguja	5,6	2,4	5,0	10,1	18,2	23,4	23,2	20,4	-1,0%
TOTAL VINOS	732,4	1.226,6	1.540,6	2.178,3	2.397,6	2.596,7	2.518,0	2.584,0	-3,0%
Mill l.									
DOP envasado	132,8	202,8	257,0	312,5	338,6	346,3	348,0	352,6	0,5%
DOP granel	105,8	66,4	74,7	68,4	63,4	53,4	39,1	29,4	-26,9%
Sin DOP envasado	69,5	139,6	219,5	429,4	463,4	356,7	392,0	424,1	9,9%
Sin DOP granel	175,2	330,8	696,2	1.172,0	943,1	844,7	1.221,0	1.366,6	44,5%
Espumoso	48,1	71,6	108,7	155,1	158,2	160,6	169,1	163,6	5,3%
De licor	90,8	39,3	30,2	25,4	23,2	18,7	20,6	20,3	9,9%
De aguja	13,0	6,4	2,1	11,4	17,7	20,1	19,3	17,2	-4,2%
TOTAL VINOS	635,2	856,9	1.388,5	2.174,2	2.007,6	1.800,6	2.209,1	2.373,7	22,7%
€/l									
DOP envasado	1,97	2,89	2,86	2,96	2,98	3,13	3,20	3,28	2,5%
DOP granel	0,52	0,71	0,52	0,64	0,72	0,92	0,81	0,92	-11,4%
Sin DOP envasado	0,63	0,90	0,78	0,86	0,91	1,19	1,03	0,98	-13,5%
Sin DOP granel	0,40	0,44	0,31	0,33	0,45	0,59	0,38	0,36	-35,0%
Espumoso	2,50	3,19	2,66	2,48	2,65	2,86	2,43	2,53	-14,9%
De licor	1,94	2,34	2,75	2,31	2,54	3,16	3,14	3,16	-0,9%
De aguja	0,43	0,38	2,32	0,88	1,03	1,17	1,20	1,18	3,4%
TOTAL VINOS	1,15	1,43	1,11	1,00	1,19	1,44	1,14	1,09	-21,0%

los protagonistas del crecimiento en euros, motor de las exportaciones en valor al suponer más del 45% de los ingresos obtenidos para el total de vino.

En cuanto a los vinos envasados tranquilos, España aumentó en este semestre sus exportaciones de vinos envasados un **7,3% en valor** y un **10,7% en volumen**, hasta los 750,2 millones de euros (+50,7 millones) y los 377,3 millones de litros (+36,6 millones), con un precio medio que bajó un 3,1% hasta los 1,99 €/litro frente a los 2,05 €/litro registrados durante el primer semestre de 2014. Representaron el 61,7% del valor y el 31,9% del volumen total de vino exportado en este periodo. Por subcategorías, los **vinos con DOP** lideraron el aumento de las exportaciones españolas en valor al crecer un 7,9% hasta los 551 millones de euros, 40 millones de euros más para un crecimiento a nivel nacional de 66 millones. La subida fue menor en volumen, +2,8% hasta superar los 169 millones de litros (+4,56 millones) al subir el precio medio un 4,9% hasta los 3,26 €/litro, frente a los 3,10 €/litro del primer semestre del pasado año. Alemania y Reino Unido siguen como principales mercados para los vinos con DOP de forma destacada en volumen, seguido a cierta distancia por Estados Unidos, si bien el país norteamericano es el segundo cliente en valor por detrás de Reino Unido, al registrar el precio medio más elevado entre los mercados analizados. Por otra parte, gran desarrollo de las ventas de **vinos con IGP** o de la tierra, que crecieron un 51,3% en volumen y un 26,4% en valor, hasta los 84,7 millones de litros (+28,7 millones) y los 79,6 millones de euros (+16,6 millones), en este caso con una fuerte bajada de precios del 16,5% hasta los 94 céntimos por litro. Por su parte, creció el volumen exportado de **vinos sin DOP, IGP ni variedad** (+1,7%) y de **vinos con variedad** (+7,7%), aunque en ambos casos con pérdida en valor al bajar de precio en torno al 8%.

En cuanto al resto de productos, las exportaciones de vino espumoso presentan en el primer semestre de 2015 una caída en volumen del -7,6%, hasta los 66 millones de litros, mientras que un aumento del precio medio del +10,2% hasta los 2,59 euros por litro, hace crecer los ingresos en un 1,8% hasta los 170,6 millones de euros. En el polo positivo, buen desarrollo de las ventas de vino aromatizado y del vino de licor, mientras que los vinos de aguja registran pérdidas tanto en volumen como en valor.

Por mercados de destino, y siguiendo con los datos de AEAT para el primer semestre de 2015, la suma de los cuatro principales mercados para el vino español en términos de volumen, representó casi el 60% de las exportaciones realizadas en la primera mitad de 2015, siendo los cuatro, importantes clientes para el vino a granel. **Francia** gana cuota como primer mercado al crecer un 19,8% hasta rozar los 322 millones de litros, seguido a bastante distancia de los 209,4 millones de **Alemania** (+9,3%). **Italia** adelanta a **Portugal** en la tercera plaza al crecer más que ningún otro país analizado, un 71% hasta los 171 millones de litros, frente a los 112,5 millones de Portugal, que creció un 3%. **Reino Unido** mantuvo sus compras de vino español en los 78,7 millones de litros (+0,2%) y continúa como quinto mercado. Estas posiciones varían en valor: Alemania sigue siendo el principal mercado para los vinos españoles con 187,4 millones de euros registrados en este primer semestre de 2015 (+0,9%), seguido de Reino Unido con 150,8 millones (-2,1%). Pese al indiscutible liderato de Francia en volumen, el país galo es el tercer cliente en valor con 147 millones de euros, ganando cuota al crecer un 8,4%. Le sigue **Estados Unidos** con 141,3 millones y un muy buen crecimiento del 14,5%. Entre los 21 mercados analizados, Estados Unidos es el único que registró un precio medio superior a los 3 euros

por litro, con 3,50 €/litro (+11,1%). El segundo más elevado lo muestra Noruega, con 2,99 €/litro y una subida similar. Por tanto, EE.UU. tiene menos peso en volumen, ocupando la séptima plaza del ranking con 40,4 millones de litros (-3%), siendo además superado por los 46,4 millones vendidos a **Rusia** (+32,9%). Por el contrario, los principales mercados en volumen son los que registran precios más bajos: Italia es el más económico con 39 céntimos por litro (-9,7%), seguido de los 41 céntimos de Francia (-10,8%) y de los 46 céntimos de Francia (-9,5%). Además cayeron respecto al primer semestre de 2014, aunque estas bajadas son cada vez más moderadas. Al igual que en volumen, Italia registró el mayor crecimiento en valor (+54,4%), y se establece como quinto cliente con 67,5 millones de euros.

Respecto a otros mercados, muy buen crecimiento del vino español en China (+46,8% en volumen y +27,6% en valor), Países Bajos (+22,2% y +11%), Canadá (+23,2% y +11,7%) o México (+51% y +31%), en todos los casos a precios más baratos. Crecen también las exportaciones hacia Irlanda y la República Checa, aunque en menor medida. En el lado negativo, España redujo sus exportaciones de vino hacia Bélgica un 7,2% en valor y un 6,3% en volumen, con caída en torno al 30% en ambos aspectos de Lituania, aunque este último con mucho menos cuota de mercado. Ligera subida de Japón, con datos negativos para Noruega y Finlandia. Suecia mantuvo estable su inversión pero compró menos vino en litros, a diferencia de Dinamarca, que gastó menos en comprar algo más de vino español.

En definitiva, los datos hasta junio de 2015 muestran como sigue saliendo mucho vino español en volumen, consolidando a España como primer exportador mundial en litros, pero en los meses más recientes crece también el valor de lo exportado, gracias a la buena marcha de los vinos envasados con indicación geográfica e indicación de variedad.

- Balance de situación de Bodegas y vinos de León Vile S.A

	2014	2013	2012	2011	2010
<i>Activo fijo</i>	5.403.981	3.543.990	3.241.427	3.402.870	3.596.131
Inmovilizado inmaterial	3.126	4.122	5.118	6.115	7.111
Inmovilizado material	3.194.766	2.033.778	1.730.218	1.890.665	2.083.930
Otros activos fijos	2.206.090	1.506.090	1.506.090	1.506.090	1.505.090
<i>Activo circulante</i>	5.008.541	5.891.701	4.727.500	4.519.597	4.393.205
Existencias	1.462.663	1.177.760	1.409.921	1.206.976	1.021.633
Deudores	1.151.778	822.464	830.328	726.850	986.435
Otros activos líquidos	2.394.100	3.891.477	2.487.251	2.585.771	2.385.137
Tesorería	1.129.291	679.983	292.955	692.163	113.805
<i>Total activo</i>	10.412.523	9.435.691	7.968.926	7.922.467	7.989.336
Fondos propios	7.705.727	7.506.650	7.423.593	7.255.401	7.066.903
Capital suscrito	2.404.000	2.404.000	2.404.000	2.404.000	2.404.000
Otros fondos propios	5.301.727	5.102.650	5.019.593	4.851.401	4.662.903
<i>Pasivo fijo</i>	1.110.977	1.173.015	n.d.	n.d.	n.d.
Acreedores a L. P.	1.062.874	1.173.015	n.d.	n.d.	n.d.
Otros pasivos fijos	48.103	0	0	0	0
Provisiones	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
<i>Pasivo líquido</i>	1.595.819	756.026	545.333	667.066	922.433
Deudas financieras	110.141	n.d.	n.d.	92.058	186.236
Acreedores comerciales	970.630	403.097	311.746	352.932	477.025
Otros pasivos líquidos	515.048	352.929	233.588	222.075	259.173
<i>Total pasivo + capital propio</i>	10.412.523	9.435.691	7.968.926	7.922.467	7.989.336
Fondo de maniobra	1.643.811	1.597.126	1.928.503	1.580.894	1.531.042
Número empleados	24	24	25	27	27

- Cuenta de pérdidas y ganancias de Bodegas vinos de León Vile S.A

	2014	2013	2012	2011	2010
Ingresos de explotación	3.314.623	4.030.895	3.869.943	3.595.642	3.807.320
Importe neto Cifra de Ventas	3.311.129	4.024.406	3.798.581	3.584.442	3.787.112
Consumo de mercaderías y de materias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado bruto	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado Explotación	195.389	90.551	99.943	277.928	332.895
Ingresos financieros	13.953	211.726	230.491	203.774	193.900
Gastos financieros	8.232	607	1.560	18.194	6.305
Resultado financiero	5.721	211.119	228.931	185.579	187.595
Result. ordinarios antes Impuestos	201.110	301.670	328.874	463.507	520.490
Impuestos sobre sociedades	50.278	45.421	53.497	102.996	120.091
Resultado Actividades Ordinarias	150.833	256.250	275.377	360.511	400.399
Ingresos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Gastos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultados actividades extraordinarias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado del Ejercicio	150.833	256.250	275.377	360.511	400.399
Materiales	1.945.962	3.210.903	2.314.094	1.996.331	2.190.687
Gastos de personal	646.559	637.581	627.025	654.576	723.139
Dotaciones para amortiz. de inmovil.	117.119	132.193	135.942	259.343	263.996
Gastos financieros y gastos asimilados	8.232	607	1.560	2.497	6.305
Cash flow	267.952	388.443	411.320	619.854	664.396
Valor agregado	973.020	1.072.051	1.093.401	1.379.923	1.513.931
EBIT	195.389	90.551	99.943	277.928	332.895
EBITDA	312.508	222.745	235.885	537.271	596.891

- Balance de situación de la Bodega Nicolás Rey e hijos S.L

	2014	2013	2012	2011	2010
Activo fijo	667327,48	587344,19	521385,97	351830,96	305093,22
Inmovilizado inmaterial	5172,44	71,33	140,39	209,45	1137,73
Inmovilizado material	661404,86	586522,68	520495,4	350871,33	303205,31
Otros activos fijos	750,18	750,18	750,18	750,18	750,18
Activo circulante	385251,55	322110,64	370770,57	214192,04	265295,08
Existencias	97711,99	116275,46	202451,44	206439,1	261510,83
Deudores	217618,11	189279,86	113575,3	n.d.	n.d.
Otros activos líquidos	69921,45	16555,32	54743,83	7752,94	3784,25
Tesorería	69921,45	16555,32	29805,24	7752,94	3784,25
Total activo	1052579,03	909454,83	892156,54	566023	570388,3
Fondos propios	222331,54	89367,34	76731,53	68142,82	67639,83
Capital suscrito	10517,71	10517,71	10517,71	3005,06	3005,06
Otros fondos propios	211813,83	78849,63	66213,82	65137,76	64634,77
Pasivo fijo	360298,26	416573,93	450813,93	308980,69	221522,64
Acreedores a L. P.	353777,23	413492,17	449824,57	308268,18	221077,32
Otros pasivos fijos	6521,03	3081,76	989,36	712,51	445,32
Provisiones	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Pasivo líquido	469949,23	403513,56	364611,08	188899,49	281225,83
Deudas financieras	10506,65	8720,64	8730,25	59518,729	152801,25
Acreedores comerciales	19522,3	21000,04	41132,08	58216,63	84432,17
Otros pasivos líquidos	439920,279	373792,88	314748,75	71164,13	43992,41
Total pasivo + capital propio	1052579,03	909454,83	892156,54	566023	570388,3
Fondo de maniobra	295807,8	284555,28	274894,66	148222,47	177078,659
Número empleados	8	8	11	5	5

- Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Nicolás Rey e hijos S.L

	2014	2013	2012	2011	2010
Ingresos de explotación	1142937,35	1004301,39	770566,55	605681,99	450785,519
Importe neto Cifra de Ventas	1142937,35	1004301,39	770566,55	605681,99	441985,72
Consumo de mercaderías y de materias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado bruto	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado Explotación	176901,21	31330,15	20358,57	25974,98	25456,3
Ingresos financieros	0,43	5387,4	8,26	0	0
Gastos financieros	18210,35	19392,34	18176,67	24566,72	24305,49
Resultado financiero	-18209,92	-14004,939	-18168,41	-24566,72	-24305,49
Result. ordinarios antes Impuestos	158691,29	17325,21	2190,16	1408,26	1150,81
Impuestos sobre sociedades	25727,09	4689,4	1114,1	905,27	1000,42
Resultado Actividades Ordinarias	132964,2	12635,81	1076,06	502,99	150,39
Ingresos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Gastos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultados actividades extraordinarias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado del Ejercicio	132964,2	12635,81	1076,06	502,99	150,39
Materiales	571761,08	647782,94	496069,06	380844,39	236278,48
Gastos de personal	127983,37	123745,44	86355,02	66658,95	58240,74
Dotaciones para amortiz. de inmovil.	70525,31	58611,62	44964,23	36331,68	31885,67
Gastos financieros y gastos asimilados	18210,35	19392,34	18176,67	24566,72	24305,49
Cash flow	203489,51	71247,43	46040,29	36834,67	32036,059
Valor agregado	375410,32	219074,61	151686,08	128965,609	115582,71
EBIT	176901,21	31330,15	20358,57	25974,98	25456,3
EBITDA	247426,52	89941,77	65322,8	62306,66	57341,97

- Balance de situación de la Bodega Gordonzello S.A

	2013	2012	2011	2010
Activo fijo	2777830,27	2973888,45	3112212,57	3158402,48
Inmovilizado inmaterial	14852,44	17541,59	19898,1	21505,97
Inmovilizado material	2759517,28	2952886,31	3091013,92	3136315,96
Otros activos fijos	3460,55	3460,55	1300,55	580,55
Activo circulante	1466363,76	1396917,22	1445066,67	1449928
Existencias	912974,36	858794,03	816304,41	783459,5
Deudores	539582,35	524796,91	618032,51	656320,46
Otros activos líquidos	13807,05	13326,279	10729,75	10148,04
Tesorería	6421,66	5322,54	2173,9	2070,23
Total activo	4244194,03	4370805,67	4557279,24	4608330,48
Fondos propios	2508377,72	2485438,18	2621796,93	2719400,68
Capital suscrito	1163730,81	1163730,81	1163730,81	1163730,81
Otros fondos propios	1344646,91	1321707,37	1458066,12	1555669,87
Pasivo fijo	856243,12	1052604,4	1168298,05	1129983,5
Acreedores a L. P.	674039,18	853682,73	955134,62	901872,67
Otros pasivos fijos	182203,94	198921,67	213163,43	228110,83
Provisiones	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Pasivo líquido	879573,19	832763,09	767184,26	758946,3
Deudas financieras	443282,62	464804,69	420407,78	409829,21
Acreedores comerciales	202503,66	200115,98	190197,78	147341,24
Otros pasivos líquidos	233786,909	167842,419	156578,699	201775,85
Total pasivo + capital propio	4244194,03	4370805,67	4557279,24	4608330,48
Capital de explotación	1250053,05	1183474,96	1244139,14	1292438,72
Valor empresarial	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Número empleados	22	32	33	32

- Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Gordonzello S.A

	2013	2012	2011	2010
Ingresos explotación	1573240,68	1344465,43	1411514,43	1556641,18
Venta	1514193,86	1287735,01	1359333,28	1522648,53
Coste bienes vendidos	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Beneficio bruto	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado explotación	112975,29	-56535,59	48709,02	265870
Ingresos financieros	1735,21	7834,29	30,6	1348,96
Gastos financieros	52762,92	54426,65	44338,53	37746,04
Resultado financiero	-51027,71	-46592,36	-44307,93	-36397,08
Result. ordinarios antes impuestos	61947,58	-103127,95	4401,09	229472,92
Impuestos	n.d.	n.d.	1100,27	51244,64
Resultado actividades ordinarias	61947,58	-103127,95	3300,82	178228,28
Ingresos extr. y otros	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Gastos extr. y otros	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado extr. y otros	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado ejercicio	61947,58	-103127,95	3300,82	178228,28
Ventas exportación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Coste material	412350,15	451062,65	253858,48	328740,23
Coste empleados	419847,17	481033,5	513539,04	430665,29
Depreciación	247777,68	254244,24	259696,37	281373,03
Intereses pagados	52762,92	54426,65	44338,53	37746,04
Gastos de Investigación y Desarrollo	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Flujo de caja	309725,26	151116,29	262997,19	459601,31
Valor añadido	n.d.	n.d.	821975,03	979257,28
EBITDA	360752,97	197708,65	308405,39	547243,03

- Balance de situación de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

	2013	2012	2011	2010
Activo fijo	1.521.926	1.565.797	1.623.467	1.664.168
Inmovilizado inmaterial	1.733	1.452	0	0
Inmovilizado material	1.274.059	1.311.992	1.373.548	1.435.931
Otros activos fijos	246.134	252.354	249.919	228.237
Activo circulante	580.197	412.995	302.483	322.147
Existencias	360.572	228.841	134.190	133.577
Deudores	209.446	160.542	163.620	157.277
Otros activos líquidos	10.179	23.612	4.673	31.294
Tesorería	10.179	23.601	4.673	31.294
Total activo	2.102.123	1.978.792	1.925.950	1.986.316
Fondos propios	1.462.736	1.449.827	1.415.638	1.177.556
Capital suscrito	1.304.000	1.304.000	1.304.000	1.304.000
Otros fondos propios	158736,409	145827,05	111638,449	-126443,55
Pasivo fijo	480.985	466.482	450000	751768,69
Acreedores a L. P.	480.985	466.471	450.000	751.769
Otros pasivos fijos	0	10,94	0	0
Provisiones	0	n.d.	0	0
Pasivo líquido	158.402	62482,44	60311,5	56.990
Deudas financieras	88.296	0	0	0
Acreedores comerciales	19.264	17.081	17.371	15.732
Otros pasivos líquidos	50841,65	45401,82	42940,93	41258,5
Total pasivo + fondos propios	2102123,05	1978791,77	1925949,95	1986315,6
Capital de explotación	550753,81	372302,71	280439,17	275121,46
Activo corriente neto	421795,13	350512,43	242171,71	265156,93
Número empleados	5	5	4	5

- Cuenta de pérdidas y ganancias de la Bodega Julio Crespo Aguiloché

	2013	2012	2011	2010
Ingresos explotación	375.187	195.458	150.901	150.987
Venta	375.187	195.038	150.381	149.597
Coste bienes vendidos	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Beneficio bruto	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado explotación [=EBIT]	48.247	-5.706	-95.892	-215.968
Ingresos financieros	55	n.d.	0	5
Gastos financieros	6.115	7.589	12.515	15.187
Resultado financiero	-6.060	-7.589	-12.515	-15.181
Result. ordinarios antes impuestos	42.186	-13.294	-108.407	-231.149
Impuestos	8.476	-2.435	-21.681	-46.206
Resultado actividades ordinarias	33.710	-10.860	-86.725	-184.943
Ingresos extr. y otros	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Gastos extr. y otros	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado extr. y otros	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado ejercicio	33.710	-10.860	-86.725	-184.943
Ventas exportación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Coste material	180.530	88.390	74.310	70.948
Coste empleados	159.814	114.874	111.637	129.226
Depreciación	62.664	62.225	62.383	98.524
Intereses pagados	4.564	7.589	12.515	15.185
Gastos de Investigación y Desarrollo	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Flujo de caja	96.374	51.365	-24.342	-86.419
Valor añadido	269.228	171.393	78.128	11.786
EBITDA	110.910	56.519	-33.509	-117.443