



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DEL TRABAJO DE
SORIA

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO FIN DE GRADO

**ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE
LAS PRINCIPALES BODEGAS CON D.O.P.
RIBERA DEL DUERO (2011-2014).**

Presentado por: Alba Izquierdo Benito

Tutelado por: José Luis Ruíz Zapatero

Soria, Julio de 2016

CET

FACULTAD de CIENCIAS EMPRESARIALES y del TRABAJO de SORIA

ÍNDICE

| | |
|---------------------------|-----------|
| ABREVIATURAS | 11 |
| INTRODUCCIÓN | 15 |

CAPÍTULO 1

El Entorno del vino

| | |
|--|-----------|
| 1.1. El vino en el mundo. | 21 |
| 1.2. El vino en Europa. | 23 |
| 1.3. El vino en España. | 25 |
| 1.3.1. Breve resumen histórico. | 25 |
| 1.3.2. Denominaciones de Origen. | 27 |
| 1.3.3. El vino español en cifras. | 29 |

CAPÍTULO 2

Marco Legal

| | |
|--|-----------|
| 2.1. Normativa Legal. | 35 |
| 2.1.1. Legislación comunitaria. | 35 |
| 2.1.2. Legislación estatal. | 36 |
| 2.2. Plan Sectorial de las Empresas Vitivinícolas. | 38 |
| 2.3. Fiscalidad de las Empresas Vitivinícolas. | 39 |

CAPÍTULO 3

Consejo Regulador Ribera del Duero

| | |
|--|-----------|
| 3.1. Consejo Regulador: competencias y funciones. | 45 |
| 3.2. Referencias históricas. | 47 |
| 3.3. Características de los vinos D.O.P. Ribera del Duero. | 48 |
| 3.4. Estrategia de Control. | 51 |
| 3.5. Estrategia de Promoción. | 52 |

CAPÍTULO 4

Caso Práctico: Análisis económico-financiero de las principales bodegas de la D.O.P. Ribera del Duero durante el periodo 2011-2014

| | |
|---|----|
| 4.1. Metodología utilizada..... | 57 |
| 4.2. Presentación de las bodegas integradas en el Análisis..... | 58 |
| 4.3. Situación económico-financiera de la muestra elegida..... | 65 |
| 4.4. Situación de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias de la muestra elegida..... | 69 |
| 4.5. Situación del Estado de Cambios en el Patrimonio Neto de la muestra elegida..... | 72 |
| 4.6. Situación del Estado de Flujos de Efectivo de la muestra elegida. | 74 |
| 4.7. Cálculo de Ratios. | 76 |
| 4.7.1. Ratios de Liquidez. | 77 |
| 4.7.2. Ratios de Solvencia. | 78 |
| 4.7.3. Rentabilidades..... | 79 |

CAPÍTULO 5

Conclusiones y futuras líneas de investigación

| | |
|--|-----------|
| 5.1. Conclusiones generales..... | 83 |
| 5.2. Conclusiones específicas de la D.O.P. Ribera del Duero. ... | 85 |
| 5.3. Futuras líneas de investigación..... | 86 |
| BIBLIOGRAFÍA | 89 |

ANEXOS

| | |
|--|-----------|
| ANEXO I: Mapa de España con las diferentes D.O.P e I.G.P. | 95 |
| ANEXO II: Entrevista a D. Miguel Sanz Cabrejas, Director General del Consejo Regulador Ribera del Duero. | 97 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1.1. Producción mundial de vino. | 22 |
| Tabla 1.2. Características de los vinos..... | 28 |
| Tabla 1.3. Tipos de vinos..... | 29 |
| Tabla 3.1. Características de los vinos de la D.O.P. Ribera del Duero..... | 49 |
| Tabla 4.1. Ratios de Liquidez..... | 77 |
| Tabla 4.2. Ratios de Solvencia..... | 78 |
| Tabla 4.3. Rentabilidades económicas y financieras expresadas en tanto por ciento..... | 80 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 3.1. Evolución ventas D.O.P. Ribera del Duero..... | 47 |
| Gráfico 3.2. Exportaciones de la D.O.P. Ribera del Duero en 2015..... | 53 |
| Gráfico 4.1. Comparación de la situación de las bodegas en el año 2014..... | 65 |
| Gráfico 4.2. Situación económico-financiera de las seis bodegas en 2014.... | 66 |
| Gráfico 4.3. Composición económico-financiera promedio..... | 67 |
| Gráfico 4.4. Evolución del Resultado Promedio de Explotación..... | 70 |
| Gráfico 4.5. Evolución del Resultado Promedio Financiero..... | 70 |
| Gráfico 4.6. Evolución del Resultado Promedio del Ejercicio..... | 71 |
| Gráfico 4.7. Evolución del Estado Total de Cambios en el Patrimonio Neto...73 | |
| Gráfico 4.8. Evolución de los Flujos de Efectivo de Actividades de Explotación..... | 74 |
| Gráfico 4.9. Evolución de los Flujos de Efectivo de las Actividades de Inversión..... | 75 |
| Gráfico 4.10. Evolución de los Flujos de Efectivo de las Actividades de Financiación..... | 76 |

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Cambio regulaciones.....28

Figura 3.1. Organigrama del Consejo Regulador Ribera del Duero.....46

ABREVIATURAS

ABREVIATURAS

OIV: Organización Internacional de la Viña y del Vino.

OeMv: Observatorio Español del Mercado del Vino.

D.O.P.: Denominación de Origen Protegida.

I.G.P.: Indicación Geográfica Protegida.

Mill. EUR.: Millones de Euros.

MAGRAMA: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

OCM: Organización Mundial de Mercado.

PGC: Plan General Contable.

ICAC: Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas.

INCN: Importe Neto de la Cifra de Negocio.

PN: Patrimonio Neto.

PNC: Pasivo No Corriente.

PC: Pasivo Corriente.

ANC: Activo No Corriente.

AC: Activo Corriente.

BAIT: Resultado Antes de Intereses e Impuestos.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

El vino se ha considerado desde los tiempos de la mitología antigua como un elemento social y místico. Con un gran impacto en las culturas del Mediterráneo Oriental, el vino era representado por dioses como la figura del dios Osiris en la cultura egipcia, Danel en la fenicia, Dioniso en la cultura griega, Soma en India o Baco en Roma.

Por sus efectos embriagadores e hipnóticos, el vino adquirió un carácter mágico siendo asociado a ritos religiosos en muchas civilizaciones. En la cristiana, representa la sangre de Cristo.

Su carácter sagrado y divino ha ido evolucionando con el paso del tiempo, hasta convertirse en un alimento necesario en la dieta de las personas, generando un mercado vitivinícola nacional e internacional de gran importancia.

España es conocida, entre otras cosas, por los ricos vinos que elabora. La gran calidad de estos vinos hace de ellos un sello de identidad de nuestro país en el extranjero.

En los últimos años el sector vitivinícola está experimentando su etapa de mayor auge. La mayor importancia que se da a las prácticas enológicas y el mejor conocimiento sobre el mundo del vino, hace que cada vez haya más personas asiduas a su consumo y al interés que despierta la formación e información sobre este alimento.

Tanto la relevancia del sector vitivinícola en nuestro país, así como la problemática que afronta en los últimos tiempos y el desconocimiento de esta materia por parte de muchos jóvenes, es lo que me ha llevado a elegir este tema como Trabajo Fin de Grado. Intentando acercar el mundo del vino desde una visión más cercana y sencilla, a la que se le añade la formación académica recibida analizando la visión contable de las principales empresas bodegueras de una de las mejores Denominaciones de Origen de nuestro país.

Los objetivos que se pretenden conseguir con este trabajo son los siguientes:

1. Acercar la visión económica del mercado vitivinícola mundial, europeo y nacional, a través de las diferentes cifras facilitadas por los diversos organismos públicos. Descubriendo la problemática que sufre el mercado del vino en nuestro país.
2. Dar a conocer brevemente la historia del origen y evolución del vino en nuestro país.
3. Hacer un repaso de la normativa legal más importante que afecta al mundo vinícola.
4. Conocer la adaptación sectorial que deben seguir las empresas vitivinícolas, así como la fiscalidad, con la elaboración de modelos impositivos especiales que deben presentar.
5. Acercar y conocer la función y actividades que realiza el Consejo Regulador de nuestra Comunidad Autónoma, Ribera del Duero.
6. Analizar económica y financieramente las principales empresas bodegueras de la Denominación de Origen Ribera del Duero.

INTRODUCCIÓN

A fin de alcanzar los objetivos establecidos, ha sido necesario utilizar una metodología diversa. Esta metodología se podría segmentar en dos partes. Por un lado, para los dos primeros capítulos, se ha realizado una revisión de la literatura existente consultando diferentes libros, informes, documentos y legislación, publicada por los organismos nacionales e internacionales competentes. Para realizar la segunda parte, se llevó a cabo una metodología de “trabajo de campo”. Después de varias dudas sobre cómo enfocar la parte práctica del trabajo, un familiar me facilitó el contacto del director general del Consejo Regulador Ribera del Duero, Don Miguel Sanz Cabrejas. Rápidamente me puse en contacto con él, quien me ofreció sin duda alguna su colaboración. Una reunión con Don Miguel, en Roa (localización de la Sede del Consejo Regulador) me aportó diversa información sobre la función y las diferentes actividades que desempeña el Consejo Regulador. A través de esta entrevista personal y la documentación en ella facilitada puse en marcha el siguiente trabajo que conllevaría la realización de la práctica del Trabajo Fin de Grado. Consiguiendo acreditación para el programa de bases de datos SABI, y partiendo de un listado de 279 bodegas que conforman la Denominación de Origen Ribera del Duero, se introdujeron cada una de ellas en el programa citado para conseguir la información contable. Varias de las bodegas que conformaban el listado inicial se trataban de pequeñas empresas cooperativas, lo que imposibilitó el encuentro de información contable sobre ellas en el programa SABI. Desestimadas las empresas de las que no se encontró información, la muestra se redujo a 140 empresas bodegueras, cifra bastante alta que complicaba el trabajo con tantos datos. Para reducir la muestra, se propusieron unos parámetros que debían de cumplir las empresas que formarían la muestra con la que se iba a trabajar. Filtrada la muestra se obtuvieron 6 empresas que conformaban en torno al 43% de la facturación total de la Denominación de Origen Ribera del Duero. Estas 6 empresas bodegueras fueron elegidas como muestra para realizar el análisis económico-financiero que representaría las grandes bodegas de la Denominación de Origen Ribera de Duero.

Atendiendo a las finalidades ya descritas, toda esa información ha sido repartida en cinco capítulos. Los dos primeros capítulos componen la parte teórica como tal, siendo el tercer capítulo también teórico pero introductor de la parte práctica, puesto que hace referencia al Consejo Regulador analizado posteriormente. El cuarto capítulo compone la parte práctica, dedicando el quinto y último capítulo a las conclusiones y futuras líneas de investigación.

El capítulo inicial trata sobre la situación del mercado del vino internacional y nacional. Ofreciendo datos y cifras sobre las diferentes perspectivas que lo componen. También ofrece la visión de la problemática que sufre España sobre el mercado vinícola.

El segundo capítulo, más teórico, trata el marco legal, contable y fiscal que rige este sector. Mostrando la legislación más genérica que lo regula, así como la adaptación sectorial y la fiscalidad que deben seguir las empresas vitivinícolas.

INTRODUCCIÓN

El tercer capítulo trata sobre el Consejo Regulador de Ribera del Duero. En él se comenta tanto la función que realiza el Consejo, como las diferentes actividades que lo caracterizan.

El cuarto capítulo nos adentra en la parte práctica, analizando económica y financieramente las grandes empresas de la denominación de Origen Ribera del Duero. Para lo que se han utilizado las diferentes cuentas anuales de las seis empresas que conforman la muestra en el periodo de los años 2011 a 2014.

Concluido el trabajo y aconsejando diferentes líneas futuras de actuación, lo que se pretende es acercar la visión del sector vitivinícola, con una visión más sencilla y entendible, y estudiar la evolución económico financiera que han sufrido en los últimos cuatro años las grandes bodegas de una de las mejores Denominaciones de Origen de nuestro país, Ribera del Duero

Vivimos en un país que goza de una amplia variedad de vinos de alta calidad, aprovechémonos de ello, disfrutando y dando a conocer por todo el mundo estos ricos caldos. En las últimas décadas la D.O.P. Ribera del Duero es un claro exponente de la importancia del sector vitivinícola en España y de su repercusión internacional.

CAPÍTULO 1: EL ENTORNO DEL VINO

El sector vitivinícola es uno de los sectores más importantes a nivel mundial. No solamente por el valor económico que genera sino también por la población que ocupa y por la importancia que tiene en la conservación del medio ambiente, gracias al cultivo de grandes extensiones de viñedos.

En este primer capítulo se comentarán los aspectos más relevantes del mercado del vino a nivel mundial y comunitario, gracias a las cifras que ofrece la Organización Internacional de la Viña y del Vino (OIV), y el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv).

Posteriormente se realizará un breve resumen histórico del origen del vino y su extensión en nuestro país, comentando la organización en los diferentes Consejos Reguladores que existe y los datos más destacables del mercado nacional del vino, así como la problemática de este.

1.1. El vino en el mundo.

El vino ha dejado de ser “una bebida alcohólica que se obtiene a partir de la uva” para ser reconocido como un alimento necesario más en la dieta de las personas. Supone también un producto social, ligado a la cultura.

Tradicionalmente, los países europeos (conocidos como el Viejo Mundo), han tenido el dominio del comercio del vino gracias a la alta calidad y el prestigio de los vinos que en ellos se producían. Desde hace ya unos años, este dominio se ha visto afectado por la aparición de nuevos países competidores en la producción de este sabroso caldo. Estos países emergentes son conocidos como el Nuevo Mundo y lo comprenden países como Estados Unidos, Australia, Argentina, Chile, Sudáfrica o Nueva Zelanda.

Mientras que los vinos europeos se basan en Denominaciones de Origen e Indicaciones de Calidad muy reglamentadas y más conocidas que las marcas, así como la regulación de todos los procesos de producción, elaboración y prácticas enológicas; la producción de los países emergentes es mucho más liberalizada y tolerante, apostando por vinos varietales de calidad homogénea alta y haciendo hincapié en la creación de grandes marcas gracias a la inversión en publicidad y márketing (mucho mayor que la que realizan los países europeos).

China es otro país que va adquiriendo gran relevancia en el mercado del vino en los últimos años, situándose en 2015 como la segunda extensión de tierras dedicadas al cultivo de viñedos con una superficie de 830 miles de hectáreas de las 7.534 mha. mundiales, superando así a países como Francia (datos OIV).

Pese a la competencia que suscitan los países emergentes, Europa sigue proclamándose como principal productor mundial con un 62,1% de la producción total. Italia, Francia y España siguen ocupando el pódium de productores vinícolas mundiales.

Tabla 1.1. Producción mundial de vino.

| Miles hl | 2011 | 2012 | 2013 | Prov. 2014 | Est. 2015 | % s/ total |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| Francia | 50.757 | 41.548 | 42.134 | 46.804 | 47.373 | 17,2% |
| Italia | 42.772 | 45.616 | 54.029 | 44.229 | 48.869 | 17,7% |
| España | 33.397 | 31.123 | 45.308 | 38.211 | 36.600 | 13,3% |
| Otros U.E. | 30.238 | 25.417 | 31.475 | 31.243 | 38.258 | 13,9% |
| Total U.E. | 157.171 | 141.415 | 174.158 | 166.232 | 171.100 | 62,1% |
| EE.UU. | 19.140 | 21.650 | 23.590 | 22.020 | 22.140 | 8,0% |
| Argentina | 15.473 | 11.778 | 14.984 | 15.197 | 13.358 | 4,8% |
| Chile | 10.464 | 12.554 | 12.820 | 10.500 | 12.870 | 4,7% |
| Australia | 11.180 | 12.259 | 12.310 | 12.020 | 12.000 | 4,4% |
| Total no U.E. | 110.632 | 116.796 | 118.060 | 104.002 | 104.565 | 37,9% |
| TOTAL MUNDO | 267.803 | 258.211 | 292.218 | 270.234 | 275.665 | 100,0% |

Fuente: www.winesfromspain.es

El consumo de vino acusó, en líneas generales, un notable descenso en la última década del siglo XX y desde entonces va estabilizando su caída. Con el surgimiento del Nuevo Mundo, Europa hace por proteger el consumo de vinos comunitarios, poniendo dificultades a la entrada de vinos de los países emergentes en territorio de la Unión Europea. A pesar de ello, en los países tradicionalmente consumidores, el consumo ha continuado estancado en

beneficio de los nuevos países del Norte de Europa y no europeos. Siendo los mercados que más se desarrollaron en 2015, EE.UU. y China. Según los datos estimados por la OIV, el consumo mundial de vino en el año 2015 fue de 240 millones de hectolitros, 0,9 Mill. hl más que en 2014.

La relación entre producción y consumo no evoluciona al mismo ritmo, conllevando el surgimiento de excedentes y haciendo de la exportación una herramienta necesaria.

De esta manera, las exportaciones mundiales en el sector del vino cada vez adquieren más importancia. Tomando como fuente la GTA, que toma los datos de las aduanas de los diferentes países, el importe global de las exportaciones de vino y mosto alcanzó en 2014 las cifras de 28.300 millones de Euros y un volumen de 104,3 millones de hectolitros.

Los líderes en exportaciones siguen siendo Francia, Italia y España representando entre la suma de los tres el 56,6% del volumen y el 57,7% del valor total de las exportaciones mundiales de vino y mosto (según el interanual a septiembre de 2015 del OeMv). Observamos también, la importancia que están tomando países emergentes como Chile, Australia, Sudáfrica, EE.UU., Argentina y Nueva Zelanda, en términos de producción, puesto que ocupan la lista de los once principales países exportadores vinícolas.

Por el lado de las importaciones, en 2015 alcanzaron los 102,6 millones de hectolitros, 1,3 Mill. hl más que en 2014. Europa sigue siendo el primer continente importador de vino. Pero en términos de valor, Estados Unidos se sitúa a la cabeza de las importaciones mundiales, invirtiendo 4.855 millones de euros. Canadá y Japón aumentaron el nivel de sus importaciones respecto a 2014 tanto en términos de volumen como de valor. China es el país que mejor evolución ha experimentado en 2015, variando notable y positivamente el nivel de sus importaciones en ambos aspectos. Cabe destacar que los principales países importadores, por tipo de vino, lo prefieren embotellado a los vinos a granel.

La producción de varios de estos países no abastece su gran consumo y es por lo que importan grandes cantidades de vino, como es el caso de Estados Unidos.

1.2. El vino en Europa.

Aunque ya hemos dado grandes pinceladas en el apartado anterior sobre la situación del mercado del vino en Europa, vamos a reflejarlo a continuación más detalladamente.

El comercio del vino ha supuesto tanto en la antigüedad como en la actualidad un gran motor para la economía europea.

Es uno de los productos más prestigiosos, característicos e importantes de varios de los países integrantes de la Unión Europea. En ellos se ha tenido constancia tanto de su aparición, como de su evolución, de su extensión, de

sus crisis, de su consolidación y creación de un vino de gran calidad sometido a innumerables regulaciones para ser el mejor.

Si hablamos de vinos europeos enseguida atribuimos a países como Francia, Italia y España el mérito en la obtención de éstos.

Europa posee la mayor extensión de superficie de viñedos mundial, el 45% del total en 2015. Ésta ha tendido a estabilizarse tras el decrecimiento observado producto del programa comunitario de regulación del potencial de producción vitícola de la Unión Europea, durante el que instauró la concesión de primas por el abandono definitivo del viñedo para el periodo 2000-2011 debido al excedente de la producción y un reducido consumo. España, Francia, Italia y Portugal conforman la parte más importante del viñedo de la U.E.

Pese a la gran competencia despertada en el sector vitivinícola, la U.E. sigue siendo el principal productor mundial. De los 275,67 millones de hectolitros mundiales registrados en 2015 por la OIV, la producción comunitaria supondría el 62,1%. Francia, Italia y España siguen siendo los productores más relevantes.

Según las cifras de la Comisión Europea, la producción de vino y mosto de uva en la U.E. en la campaña 2015/2016 se estima que alcanzaría los 171,1 Mill. hl, suponiendo un aumento del 2,9% con respecto a la campaña 2014/2015. La producción destinada a vinificación en la campaña 2015/2016 se estima en 165 Mill. hl, el 96,4% del volumen total. De ellos el 43,3% habrían sido destinados para vinos con Denominación de Origen Protegida (DOP), el 21,5% para vinos con Indicación Geográfica Protegida (IGP), el 3,3% para vinos varietales sin DOP ni IGP y el 31,9% para los demás vinos.

Como se ha comentado anteriormente, el consumo registra una evolución a la baja y la aparición de nuevos países productores está mermando el dominio europeo en el sector vitivinícola. Para proteger el consumo intracomunitario, se dificulta la entrada de vino de países emergentes, pero el aumento en el consumo de productos sustitutivos como el agua y la cerveza, o los resquicios de la crisis económica desatada en 2008, no ayudan a la recuperación. Por otro lado, aunque el consumo de vino haya descendido, la preferencia por un vino de alta calidad está en aumento. Se consume poco pero lo que se consume es en vinos de mayor calidad.

En cuanto a las exportaciones, se nota la influencia de los nuevos países, haciendo directamente competencia a vinos, por ejemplo, como los franceses, en países del norte de Europa o en el Reino Unido. Sometidos a esta presión, Europa delegando en Francia, Italia y España sigue situándose como la principal fuerza exportadora de vino mundial. Sumando las cifras de estos tres países, como hemos mencionado anteriormente, suponen el 56,6% del nivel de exportaciones mundiales en términos de volumen y el 57,7% del valor total, según el interanual a septiembre de 2015.

Llama la atención, por otro lado, que aunque Europa es el principal productor de vino mundial, a la vez es el primer continente importador de vino. Especialmente, Alemania se sitúa en cabeza el importaciones mundiales 15,1

millones de hectolitros y alcanzando los 2.466 millones de euros en 2015. Le sigue en segundo lugar Reino Unido, con un volumen de 13,6 Mill. hl y un valor de 3.915 Mill. EUR. También hay que destacar a Francia que ocupa la cuarta posición en cuanto a volumen importado con 7,8 Mill. hl y 669 Mill. EUR, a pesar de ser un país muy productor recurre a la importación de vinos mucho más que otros países muy productores como es el caso de España

Como conclusión podemos decir que a pesar de que la U.E. siga conservando una posición privilegiada en el comercio vinícola mundial, esta situación puede verse afectada por la fuerza con la que están irrumpiendo los países del Nuevo Mundo.

1.3. El vino en España.

1.3.1. Breve resumen histórico.

No se sabe con exactitud cuándo ni quiénes fueron los pioneros en cultivar vides e introducir las técnicas de elaboración de vino en nuestro país. Todo apunta a que los primeros viñedos aparecieron en el litoral andaluz con la llegada de los fenicios a nuestra península allá por el año 1.100 antes de Cristo.

El espíritu comerciante de los fenicios y el clima cálido que favorecía la elaboración de un vino fuerte y dulce, hizo que en la época cristiana los vinos españoles fueran una de las mercancías más comunes en los intercambios comerciales entre el Mediterráneo y el norte de África.

Más tarde, con la llegada del Imperio Romano, el vino se expandió hacia tierras catalanas y del interior de la Península, intensificando su comercio. Ellos incorporaron sus propios métodos de elaboración como por ejemplo, la crianza del vino en grandes ánforas de barro cerca de las chimeneas o en lo alto de estancias soleadas.

Con la caída del Imperio Romano y la invasión de la Península de manos de los barbaros conllevó que el cultivo de la vid se perdiera, se destruyeron multitud de viñedos. Con la posterior llegada de los visigodos esta situación se contrarrestó concediendo a la viticultura mayor importancia.

En el siglo VIII el dominio de la Península por la cultura árabe dificultó el desarrollo y la elaboración de vino debido a la prohibición de consumir bebidas alcohólicas escrita en el Corán. Sin embargo, el cultivo de la vid continuó incluso mejorando gracias a las plantaciones de los cristianos dominados y, sobre todo, en los monasterios.

No fue hasta al acabar la Reconquista y con los Reyes Católicos cuando, las propiedades eclesiásticas hicieron renacer el prestigioso cultivo. Surgiendo en Tarragona el puerto más importante, junto al de Oporto, de criadores de vino de la Península.

En los siglos siguientes el vino pasó de considerarse una bebida a convertirse en un alimento necesario en la dieta de la sociedad. Esta época de crecimiento en la producción de vino hizo que muchas regiones se sumaran a la elaboración de este rico caldo, surgiendo competencia por el abastecimiento de éste.

La gran producción de vino, en muchas ocasiones de mala calidad, puesto que solo importaba el producir, conllevó la implantación de algunas reformas con el objetivo de cambiar las técnicas artesanales de elaboración del vino por unas nuevas técnicas industriales que mejoraban la calidad del vino.

A mediados del siglo XIX, cuando el vino había alcanzado su madurez, llegó a Europa el peor enemigo hasta la historia de los viñedos: la filoxera. Una enfermedad propiciada por un insecto que devastó los viñedos europeos. Cuando la plaga llegó a tierras españolas, en Francia ya estaban consiguiendo su erradicación gracias al injerto sobre patrón americano que resultó ser inmune a la enfermedad. Esto hizo que los viñedos españoles no presentaran una situación tan desastrosa como nuestros países vecinos.

La reconstitución del viñedo, al terminar la plaga, era muy costosa, por lo que mucha población que se dedicaba a la actividad vitivinícola se vio obligada a emigrar. La rentabilidad del vino, debido a los altos costes de la replantación, era muy baja. Por ello a comienzos del siglo XX se crean en España las primeras bodegas cooperativas, que suponían la única manera de supervivencia de los agricultores ante una industria consolidada y que aprovechaba las facilidades de los medios de comunicación y los avances técnicos (Peñín, 2008).

Pero a los viñedos españoles aún les faltaban dos batallas que lidiar, La Guerra Civil Española y II Guerra Mundial, que supusieron el abandono del viñedo y la paralización del mercado europeo del vino, respectivamente.

Los años 50 y 60 del siglo pasado supusieron una recuperación del viñedo y del consumo anterior (llegando en 1961 a la cifra récord de 63,5 litros por habitante). En 1964 el viñedo español alcanzó una extensión de 1.692.000 hectáreas.

A partir de ese momento y hasta el presente, estas cifras están disminuyendo paulatinamente.

La reestructuración del viñedo, la adopción de nuevas técnicas de almacenamiento y la modernización de los procedimientos de elaboración, han situado a los vinos españoles a la altura de los vinos foráneos, tanto en el mercado europeo como en el mercado mundial, transformando la imagen y aumentando considerablemente la calidad de los vinos españoles durante el último cuarto del siglo XX.

El camino del vino hasta nuestros días no ha sido fácil. Superando diferentes etapas de auge y desabastecimiento en varias ocasiones, a día de hoy la elaboración de vino sigue unas pautas y controles exhaustivos, controlados desde Europa y que sitúan a los vinos de las diferentes

Denominaciones de Origen de España como unos de los mejores vinos, siendo éstos el sello de identidad de nuestro país en el extranjero.

1.3.2. Denominaciones de Origen.

Los antecedentes de las Denominaciones de Origen datan del siglo XVI con la especial protección que se hacía de determinados viñedos, como los de Ribadavia y los vinos de Medina, en Castilla (muy preciados por los Reyes Católicos). La fama de estos vinos llevo a los concejos a perseguir las posibles falsificaciones y a delimitar con exactitud los límites de sus viñedos, como narra *José Peñín* en su libro *Historia del vino (2008)*.

Entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX la organización de diversas conferencias internacionales culminaron con la firma en La Haya en 1925 de diversos acuerdos de protección de las regiones vitivinícolas, ocasionado por la adulteración y la falsificación de los vinos y sus orígenes.

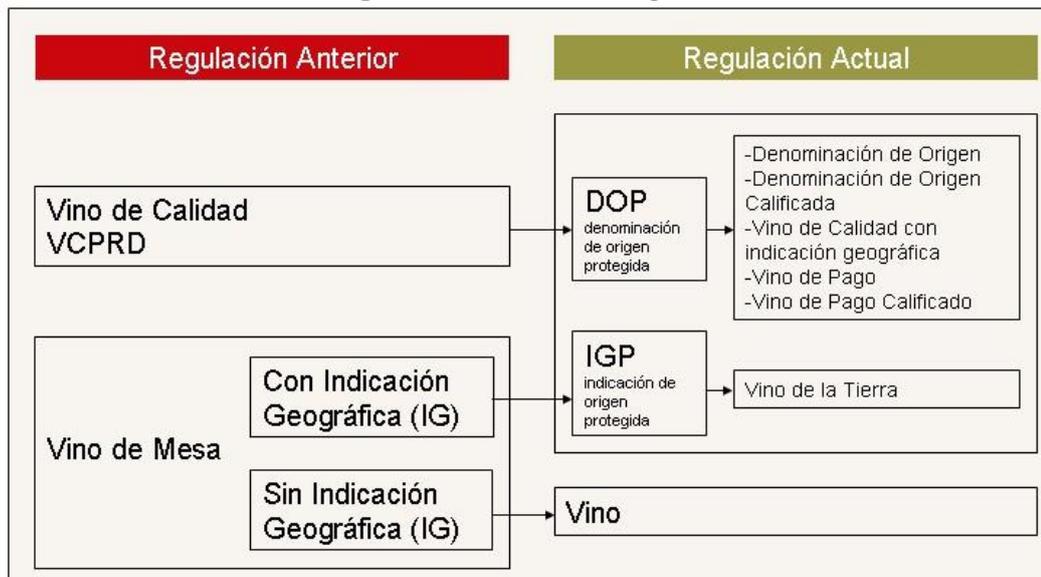
El Estatuto del Vino fue el predecesor de las Denominaciones de Origen en España, aunque regiones como Rioja y Jerez ya se habían adelantado a salvaguardar el buen nombre de sus vinos.

En 1970 se aprueba el Estatuto de la Viña, el Vino y los Alcoholes y se crea el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen (INDO) dependiente del Ministerio de Agricultura. Este organismo se encarga del control de las Denominaciones de Origen existentes ya y de proponer la creación de otras nuevas.

El reglamento especifica las características que un vino debe cumplir para poder llevar la contra etiqueta de una determinada Denominación de Origen. Éstas controlan el grado de alcohol que debe tener, las variedades de uva que lo generan y el rendimiento por hectárea (entre otras).

Esta reglamentación ha cambiado, a continuación mostramos mediante un gráfico las variaciones que ha sufrido.

Figura 1.1. Cambio regulaciones.



Fuente: Revista digital “Vinos de España”

Como podemos observar hay dos grandes tipos de protecciones, las D.O.P. y las I.G.P., los requisitos que debe cumplir cada tipo de protección son:

Tabla 1.2. Características de los vinos.

| Vinos con D.O.P. | Vinos con I.G.P. |
|---|---|
| Su calidad y características son esencialmente o exclusivamente debidas a su origen geográfico, con sus factores humanos y culturales inherentes. | Posee una calidad, reputación u otras características específicas atribuibles a su origen geográfico. |
| 100% de las uvas proceden exclusivamente de la zona geográfica de producción. | Al menos el 85% de las uvas procede exclusivamente de la zona geográfica. |
| Su elaboración tiene lugar dentro de la zona geográfica. | Su elaboración tiene lugar en el área geográfica. |
| Se obtiene de variedades vnicas pertenecientes a Vitis vinífera. | Se obtiene de variedades vnicas pertenecientes a Vitis vinífera y otras especies el género Vitis. |

Fuente: Revista digital “Vinos de España”

España cuenta con noventa zonas de producción de vinos de calidad con Denominación de Origen Protegida (D.O.P.), 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. En el Anexo I se pueden observar el mapa de España con las diferentes zonas de D.O.P. e I.G.P. con las que cuenta nuestro país.

1.3.3. El vino español en cifras.

La situación geográfica, la variedad climática y la riqueza de nuestros suelos hacen de España un país propicio y privilegiado para una viticultura de calidad. En nuestro país la viticultura tiene un papel fundamental, tanto por su función social como por la medioambiental.

España posee la mayor superficie de viñedos plantados tanto en Europa como en el mundo, con una extensión de 1021 miles de hectáreas. Supone un 30% de la superficie europea y un 13,3% de la mundial (datos de la OIV sobre el año 2015).

La época de vendimia se lleva a cabo entre mediados de septiembre hasta mediados de octubre. Un único mes en el que bodegueros deben verificar la calidad de las uvas y decidir su estrategia en cuanto a qué cantidad destinar a la producción de cada tipo de vino. Los tipos de vino por color son vinos tintos, rosados y blancos; y por tipo de envejecimiento y calidad se clasifican en vinos jóvenes, crianzas, reservas y grandes reservas. Cada clasificación debe de cumplir unas características:

Tabla 1.3. Tipos de vinos.

| Vino Joven | Vino de Crianza | Vino de Reserva | Vino de Gran Reserva |
|---|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vino del año. ▪ Elaborado para su inmediata comercialización. ▪ No pasa por envejecimiento en bodega. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tinto: Envejecimiento de 2 años, mínimo de 6 meses en madera. ▪ Comercialización al 3er año. ▪ Rosados y blancos: envejecimiento de 18 en la bodega, 6 meses en bodega de madera. ▪ Comercialización al 2º año. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tinto: envejecimiento de 3 años en la bodega, 1 de ellos en bodega. ▪ Comercialización al 4º año. ▪ Rosados y blancos: envejecimiento de 18 meses en la bodega, 6 meses en bodega de madera. ▪ Comercialización al 3er año. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejores cosechas. ▪ Tinto: envejecimiento de 5 años en bodega, de ellos, año y medio en bodega de madera y el resto en botellas. ▪ Comercialización en su 6º año. ▪ Rosados y blancos: envejecimiento de 4 años en bodegas, 6 meses al menos en bodega. ▪ Comercialización en su 6º año. |

Fuente: Elaboración propia

Nuestro país, además de tener la mayor superficie de vid mundial, es uno de los principales productores de vino, solo superado por Italia y Francia.

Según los datos facilitados por la Secretaría General Técnica de la Subdirección General de Estadística del MAGRAMA en el Balance del vino de la campaña 2013/14 la producción total de vinos y mostos fue de 53,55 millones de hectolitro, superando en un 53,7% a la campaña anterior y registrando la cifra más elevada de la historia. De esta producción el 55% son vinos blancos y el 45% vinos tintos y rosados. El 8,2% de la producción pertenece a vinos con IGP, el 12,6% pertenece a vinos varietales, que son vinos sin derecho al uso de una D.O.P. o I.G.P. pero que pueden indicar en su etiquetado, siempre bajo ciertas limitaciones y sometidos a controles que así lo verifiquen, la añada y el nombre de las variedades de vid con las que se han elaborado. El 24% de la producción pertenece a vinos con D.O.P. y la mayor parte, el 55,2%, a otros vinos.

Pese a ser un gran productor, España no es un gran consumidor. La evolución del consumo de vino en nuestro país es descendente. Factores como la crisis económica y financiera o el cambio de gustos en los consumidores han conllevado el descenso del consumo de vino en los últimos años, aunque en 2015 parece que esta caída se paralizó y se estabilizó con respecto a 2014 con una cifra de consumo de 10 millones de hectolitros, 0,1 Mill. hl más que en 2014. Ahora el consumo de cerveza, agua y bebidas refrescantes ha aumentado, afectando al consumo de vinos.

La creciente formación de los consumidores en áreas enológicas está cambiando sus hábitos de consumo. Prefieren un vino de mayor calidad. Otro de los cambios importantes es la creciente caída de las ventas en el canal HORECA¹, junto a una menor caída, incluso ligera recuperación del consumo en hogares a través del canal de alimentación.

En lo referente al mercado, el que España sea uno de los principales países productores de vino y que nuestro consumo, no muy elevado, sea mayoritariamente de vino nacional, hace que el nivel de importaciones no sea de gran relevancia.

Según los datos publicados por el OeMv, en 2014 las importaciones españolas de vino descendieron un 66,8% en volumen y un 16% en valor, tras la gran cosecha de 2013. Aumentó la compra de vinos de mayor valor como son los vinos con D.O.P. envasados y espumosos, y sin embargo, disminuyeron las compras de vinos más económicos como los vinos sin D.O.P. a granel. Francia con sus ventas de champagne es nuestro principal proveedor.

En exportaciones, en 2015 nos situamos como líderes en términos de volumen pero sin embargo ocupamos un tercer puesto en términos de valor a nivel mundial con unos ingresos de tan solo 2.641 millones de euros. ¿Por qué esta gran diferencia?

¹ Canal HORECA: Acrónimo de las palabras Hoteles, Restaurantes y Cátering. Se utiliza para referirse a toda actividad comercial destinada a satisfacer las necesidades de estos sectores actuando como nexo de unión entre ellos.

España es el exportador de vinos a granel por excelencia. Estos vinos tienen un menor valor añadido fijando un precio medio de venta de 1,08€ por litro. Si comparamos este precio con los 5,46€ por litro de Francia o los 2,54€ por litro de Italia, nuestros principales competidores, y que ellos exportan mayoritariamente vinos de mayor calidad, comprendemos mejor el porqué de esta baja rentabilidad del vino español.

El tejido empresarial de las bodegas de España se estima que está formado por unas 4.000 bodegas, mayoritariamente de pequeño tamaño, de capital de origen español y de tipo familiar. Un gran número están constituidas como cooperativas. Del total de bodegas exportan vino a otros países 3.897. Estas exportaciones tienen como destino principalmente países europeos, americanos y asiáticos.

Pero el problema sin resolver es la existencia en el sector del vino de dos mundos paralelos. Uno de ellos está destinado a los vinos de gran calidad y precios elevados, que se mantiene en mercados tradicionales y abre cada año nuevos horizontes. Y otro mundo, formado por cientos de cooperativas y bodegas, que se sostiene con la venta de producto a granel y que, gracias a precios bajos, aumenta con fuerza sus ventas en terceros países.

“Se necesita trabajar en el alto posicionamiento en los mercados mundiales de los vinos de mayor calidad y avanzar en el mayor envasado de las exportaciones.” (*Rafael del Rey, responsable del OeMv, 2015*).

CAPÍTULO 2: MARCO LEGAL

La legislación que rige el mercado del vino puede considerarse compleja. Esta legislación es dictada por la Unión Europea, quien delega poderes a una institución pública de cada estado miembro para hacerla cumplir.

En el caso de España, el encargado de hacer que esta normativa se cumpla es el MAGRAMA. Al dividirse España en las diferentes comunidades autónomas, el Ministerio tuvo que delegar estos poderes a los entes públicos representativos de cada comunidad autónoma, los denominados, Consejos Reguladores. Los Consejos Reguladores son los encargados de hacer cumplir la normativa vigente en la Unión Europea pudiendo ampliar y especificar más esta normativa siempre que esté en acuerdo con lo estipulado por Europa.

Debido a la multitud de Consejos Reguladores que existen en nuestro país y la variedad de normativa legal que hay en consecuencia, a lo largo de este capítulo se comentarán los aspectos legales a los que está sometida la regulación vitivinícola más relevantes, tanto a nivel comunitario como estatal.

En segundo lugar, hablaremos del tratamiento contable que se lleva a cabo por las bodegas españolas y la adaptación sectorial de las mismas.

Por último, repasaremos la normativa fiscal que deben cumplir este tipo de empresas, repasando los modelos impositivos especiales a los que están sometidos este tipo de empresas.

2.1. Normativa Legal.

El vino es uno de productos con mayor sometimiento a controles. La normativa legal que rige el mundo del vino ha pasado por varias etapas. El Derecho tardó mucho en introducirse en este terreno. Sólo cuando el vino supuso una problemática de salud, económica o de orden público, es cuando se tomaron cartas en el asunto. Primero prohibiendo, después fomentando y más tarde regulando la producción, la comercialización y el consumo.

A día de hoy, existe una amplia y compleja regulación del vino y todo lo que este producto conlleva, suponiendo una normativa muy dispersa.

Por esta razón, en la elaboración del siguiente apartado, sólo se van a exponer las normativas que consideramos más relevantes.

2.1.1. Legislación comunitaria.

Son infinitos los reglamentos y normativa comunitaria dictados en referencia a la regulación de los diferentes aspectos del vino. Muchos de ellos se han ido modificando y actualizando a lo largo del tiempo, creando una compleja y dispersa normativa legal. Debido a la dificultosa tarea de comentar todos estos distintos reglamentos, se han seleccionado los que se han creído más relevantes para dar una idea de la legislación europea.

A diferencia de otros productos incluidos en el marco de la Política Agrícola Común (PAC), que desde los inicios contaron con una Organización Común de Mercado, la OCM del vino no surge en Europa hasta 1970.

El Reglamento (CE) nº 491/2009 del Consejo, de 25 de mayo de 2009, incorpora al reglamento único de la OCM la totalidad de las disposiciones legales del sector vitivinícola. Modificando el Reglamento (CE) nº 1234/2007, por el que se creó éste reglamento único para la organización común de mercados agrícolas y se establecieron las disposiciones específicas para determinados productos agrícolas.

En lo que atañe a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas, a los términos tradicionales, al etiquetado y a la presentación de determinados productos vitivinícolas, podemos destacar el Reglamento (UE) nº 401/2010 de la Comisión, del 7 de mayo de 2010, y el más actual que encontramos, el Reglamento (UE) nº 251/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014. Éste último dice, *“Las medidas aplicables a los productos vitivinícolas aromatizados deben contribuir a alcanzar un nivel elevado de protección de los consumidores, a evitar las prácticas engañosas y a lograr la transparencia del mercado y una competencia leal. De este modo, esas medidas van a preservar el renombre que han alcanzado los productos vitivinícolas aromatizados en el mercado interior y en el mundial, al seguir teniendo muy presentes los métodos tradicionales de fabricación de productos vitivinícolas aromatizados, así como la creciente demanda de protección e información de los consumidores.”* Dicta las normas a seguir en lo referente a los métodos y criterios de producción de los productos vitivinícolas aromatizados, la descripción, presentación, etiquetado y denominación de venta. Se establecen normas específicas sobre las indicaciones voluntarias de procedencia. Se busca respetar las prácticas tradicionales de producción complementadas por la utilización de las nuevas tecnologías, satisfacer las expectativas de los consumidores en cuanto a calidad y métodos de producción, utilizar alcohol etílico agrario en su producción, proteger las indicaciones geográficas e implantar un registro de sobre éstas. Se otorga a la Comisión poderes sobre el control de las indicaciones geográficas; delimitar cada una, inscribir nuevas, estipular los requisitos de cada una, condiciones de los pliegos, procedimientos administrativos, intercambios, etc, todo lo consecuente con su registro y control. El citado Reglamento exige su cumplimiento en los productos vitivinícolas aromatizados que se comercialicen en la Unión Europea, tanto si son producidos en ella o en países terceros, también en los fabricados en la Unión y destinados a su exportación.

2.1.2. Legislación estatal.

El vino es uno de los productos identificativos de nuestro país. Como hemos mencionado en el capítulo anterior, en España coexisten multitud de Consejos Reguladores repartidos por toda nuestra geografía. Cada uno de estos Consejos Reguladores posee una determinada normativa, la cual debe ser cumplida por todos los vinos que lo integren. En consecuencia, existe una amplia y diversa normativa legal.

Hasta tiempos recientes no ha existido una legislación vitivinícola.

A mediados del siglo XVII comienzan a adoptarse algunas medidas de carácter local promulgadas por la policía de abastos para frenar los excesos de algunos vinateros. Durante el siglo XIX se siguieron publicando numerosas disposiciones con una preocupación más por el tema de la calidad. Es en el siglo XX, bajo la regencia de María Cristina, cuando se suma también una preocupación por el comercio exterior.

La primera jurisdicción sobre la protección de las Denominaciones de Origen españolas data de 1932, con el denominado Estatuto del Vino que un año más tarde se convirtió en Ley, cuyo objeto únicamente era el vino.

Posteriormente, la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, de Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes, modificó el marco legal nacional.

Cabe destacar, que la integración de España en la Unión Europea acarrió la aceptación de la normativa comunitaria y el reconocimiento de la supremacía de sus normas sobre el ordenamiento jurídico nacional.

La Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y el Vino, supuso la última legislación específica para el vino a nivel nacional. *“Esta Ley trata los aspectos generales de la viticultura, de la protección del origen, y de la calidad de los vinos, del Régimen sancionador y del Consejo Español de Vitivinicultura”*. En ella, se hace referencia, como observamos en su exposición de motivos, a cuestiones relativas a las plantaciones y replantaciones, al riego de la vid, al aumento artificial de la graduación alcohólica natural. Se establece un sistema de protección de la calidad de los vinos con diferentes niveles. Se regula el régimen sancionador aplicable a las infracciones administrativas y se crea el denominado Consejo Español de Viticultura, concebido como un órgano colegiado de carácter consultivo de representación de la Administración del Estado y de las Comunidades Autónomas, así como de las organizaciones económicas y sociales que operan en el sector de la vitivinicultura.

La más actual, es la *Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas del ámbito territorial supraautonómico*. La finalidad de esta Ley es cubrir la necesidad de establecer un nuevo y único marco normativo nacional. Siendo su objetivo *“el establecimiento de un nuevo régimen jurídico, complementario a la regulación europea, aplicable a las DOP e IGP, cuyo ámbito territorial se extienda a más de una comunidad autónoma y delimite claramente las funciones de sus entidades de gestión y el ejercicio del control oficial por parte de la autoridad competente.”* Se atribuye al MAGRAMA la función de realizar controles oficiales antes de la comercialización de los productos con DOP e IGP con independencia de la regulación de cada CC.AA. Para atribuirle estas nuevas funciones al nombrado MAGRAMA, procede modificar la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria. Por otro lado, la citada Ley 6/2015 también *“deroga el título II –Sistema de protección del origen y la calidad de los vinos– de la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino, así como otras disposiciones del mismo texto legal relacionadas con la citada materia, ya que buena parte de su contenido cabe considerar incompatible con el Reglamento*

(UE) n.º 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013”.

Mencionadas las Leyes más relevantes del panorama nacional relativas a la regulación del vino, nos vemos en la obligación de hablar de la Ley de Seguridad Vial, puesto que afecta al consumo de bebidas alcohólicas como es el vino. En ella se castiga la conducción de vehículos a motor bajo los efectos del alcohol, suponiendo delitos y penas que pueden oscilar entre los tres y seis meses de prisión, multas entre seis y doce meses de trabajos sociales, y la privación de conducir vehículos a motor y ciclomotores entre uno y cuatro años, como regula el artículo 379² del Código Penal.

2.2. Plan Sectorial de las Empresas Vitivinícolas.

La contabilidad de las empresas vitivinícolas se rige según la adaptación sectorial del Plan General Contable de 1990. Entró en vigor en el año 2001. Más tarde en 2007 se publicó el Plan General Contable de PYMES de 2007.

La adaptación sectorial en la contabilidad de las empresas vitivinícolas se debe al tipo de actividad que realizan las mismas caracterizada por una fuerte competencia, una limitación en las superficies cultivadas y en algunas visiones a veces cortoplacistas.

La adaptación sectorial de las empresas vinícolas presenta las siguientes características:

- Se estructura al igual que el PGC en cinco apartados.
- El cuadro de cuentas sufre las siguientes modificaciones más relevantes:
 - Dentro de la cuenta “130” Subvenciones oficiales de capital, se amplía para registrar las subvenciones recibidas de la Unión Europea.
 - Se introduce la cuenta “145” Provisión para actuaciones medioambientales, para atender a obligaciones relacionadas con la prevención y reparación de los daños al medio ambiente.
 - En el Inmovilizado material se produce la incorporación de numerosas partidas contables relacionadas con la producción agrícola y sobre todo con la producción del vino, como por ejemplo la cuenta “222” Plantaciones y replantaciones de viñas.

² Art. 379.2 CP: Conducción bajo la influencia de bebidas alcohólicas, drogas tóxicas, estupefacientes o sustancias psicotrópicas. Art. 379.2 CP: Conducción con una tasa de alcohol en aire espirado superior a 0,60 mg/l.

- Debido al peculiar proceso de elaboración del vino que exige una planificación inicial de la producción, es particularmente importante determinar e incorporar el coste de producción adecuadamente. Según resolución del ICAC de 14 de abril de 2015. En este sentido en su disposición decimotercera se señala que *“se incluirán en su precio de adquisición los gastos de acondicionamiento como cierres, movimientos de tierras..., previos a la plantación”*.
- La valoración de las existencias de uva y vino o derivados vínicos, se realizará incluyendo en el precio de adquisición todos aquellos gastos necesarios hasta su incorporación en la bodega. Si la uva utilizada es de producción propia, deberá valorarse por el coste de producción, incluyendo los costes de vendimia o recolección y el transporte hasta la bodega.
- La valoración del vino comprende el precio de adquisición formado por los costes directamente imputables (despalillado, prensado, fermentación, embotellado, etc) más la parte razonable de los costes indirectos (como son por ejemplo, la amortización de las barricas).

2.3. Fiscalidad de las Empresas Vitivinícolas.

Las empresas vitivinícolas como cualquier otra empresa, tiene que rendir cuentas con la Agencia Tributaria al final de cada ejercicio económico.

Los modelos impositivos que deben presentar las empresas que se dedican a la elaboración de vino son los impuestos que debe presentar cualquier otro tipo de empresa, más los impuestos especiales derivados del tipo de producto que elaboran.

Dando por sabido los modelos impositivos que debe presentar cada empresa como son por ejemplo, el modelo Impositivo sobre el Valor Añadido (IVA), el modelo impositivo sobre personal, sobre el alquiler, o sobre operaciones intracomunitarias, en este apartado destacaremos únicamente los modelos impositivos especiales que deben de realizar las empresas vitivinícolas.

La ley 38/1992 del 28 de diciembre, de Impuesto Especiales y más tarde el Real Decreto 1165/1995, del 7 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de los Impuestos Especiales estipula los impuestos especiales que deben presentar las empresas vitivinícolas.

Estos tres impuestos especiales son: el Impuesto sobre el Vino y Bebidas Fermentadas, el Impuesto sobre productos intermedios y el Impuesto sobre el Alcohol y Bebidas Derivadas.

Para conocer un poco estos tres impuestos, expondremos a continuación las líneas generales de cada uno de ellos.

- Impuesto sobre el Vino y Bebidas Fermentadas:

Se trata de un impuesto informativo, no paga. El objetivo del impuesto está integrado por el vino tranquilo, el vino espumoso, las bebidas fermentadas tranquilas y las bebidas fermentadas espumosas. Su devengo con respecto al vino recibido en el régimen suspensivo en las fábricas de productos intermedios y utilizado en la fabricación, se producirá en el momento de salida de los productos intermedios de la fábrica, no podrá continuarse el régimen suspensivo mediante su introducción en otras fábricas o depósitos fiscales que localizados en el territorio interno. Su base estará constituida por el volumen de productos que se expresará en hectolitros de producto acabado a 20°C de temperatura.

- Impuesto sobre Productos Intermedios:

Se consideran productos intermedios aquellos productos con un grado alcohólico volumétrico adquirido superior a 1,2 % vol. e igual o inferior a 22 % vol. que no estén considerados dentro del ámbito objetivo del Impuesto sobre la Cerveza, ni dentro del Impuesto sobre el Vino y Bebidas Fermentadas. Los productos de las denominaciones de origen Moriles-Montilla, Tarragona, Priorato y Terra Alta no estarán sujetos a este impuesto siempre que su grado alcohólico volumétrico adquirido no aumente en más de 1 % vol. y su fabricación cumpla las condiciones reglamentarias establecidas. Al igual que en impuesto anterior, su base está constituida por el volumen de productos expresados en hectolitros de producto acabado a una temperatura de 20°C.

Los tipos impositivos serán:

- Los productos intermedios con un grado alcohólico volumétrico adquirido inferior al 15 % vol.: 33,32 € por hectolitro.
Anteriormente este importe era de 36,65 € por hectolitro.
- El resto de productos intermedios: 55,53 € por hectolitro.
Anteriormente este importe era de 61,08 € por hectolitro.

- Impuesto sobre el Alcohol y Bebidas Derivadas:

Todos los productos con un grado alcohólico volumétrico adquirido superior a 1,2 % vol., los productos con un grado alcohólico volumétrico adquirido superior al 22 % vol y el alcohol que contenga productos sólidos u otros productos vegetales en solución integran el ámbito objetivo de este impuesto. Su devengo con respecto al alcohol recibido en régimen suspensivo en las fábricas de productos intermedios y utilizado en la fabricación, será producido en el momento en que dichos productos salgan de la fábrica sin que el régimen suspensivo pueda continuarse mediante su introducción en otros depósitos fiscales o fabricas del territorio interno. Su base está constituida por el volumen de alcohol puro que contengan los productos objeto del impuesto, expresados en hectolitros y a 20°C de temperatura.

MARCO LEGAL

La exigencia del impuesto será del tipo de 739,97 € por hectolitro de alcohol puro.

Como particularidades de los impuestos especiales sobre el alcohol podemos destacar: la garantía para el pago de la deuda tributaria, la petición por parte de los fabricantes de las marcas fiscales, el devengo del impuesto, la venta de productos especiales gravados por estos impuestos, la devolución de impuestos, y las sanciones por infracciones, las cuales pueden ser debidas a la falta de marcas fiscales, diferencias en el grado volumétrico o la utilización de aparatos indebidos productores de alcohol entre otras.

Los ingresos tributarios del Estado derivado del impuesto del Alcohol y bebidas derivadas ascendieron en el año 2014 a 298 millones de euros siendo dentro de los impuestos especiales uno de los que menor recaudación aporta.

CAPÍTULO 3: CONSEJO REGULADOR RIBERA DEL DUERO

3.1. Consejo Regulador: competencias y funciones.

Se define como Denominación de Origen el nombre de una zona geográfica determinada que ha sido reconocida administrativamente para designar vinos que cumplen las siguientes características:

- Que hayan sido elaborados en esa zona geográfica con uvas procedentes de la misma.
- Que disfruten de un elevado prestigio en el tráfico comercial en atención a su origen.
- Y cuya calidad y características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico que incluyen los factores naturales y humanos.

El Consejo Regulador es el organismo encargado de regular y normalizar la actuación de los agentes adscritos a una Denominación de Origen, así como el responsable del cumplimiento efectivo de las mismas.

Tras la iniciativa de una serie de bodegueros y viticultores por fomentar e impulsar los viñedos y la calidad de los vinos de la Ribera del Duero, surge en 1980, la Denominación de Origen tal y como hoy la conocemos. Dos años después, con el otorgamiento por parte del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Denominación de Origen a Ribera del Duero y la aprobación de su primer Reglamento, queda constituida el 21 de julio de 1982.

La Denominación de Origen Ribera del Duero abarca 110 municipios de las provincias castellano leonesas de Valladolid, Burgos, Segovia y Soria. Posee una extensión de 115 kilómetros de largo y 35 kilómetros de ancho.

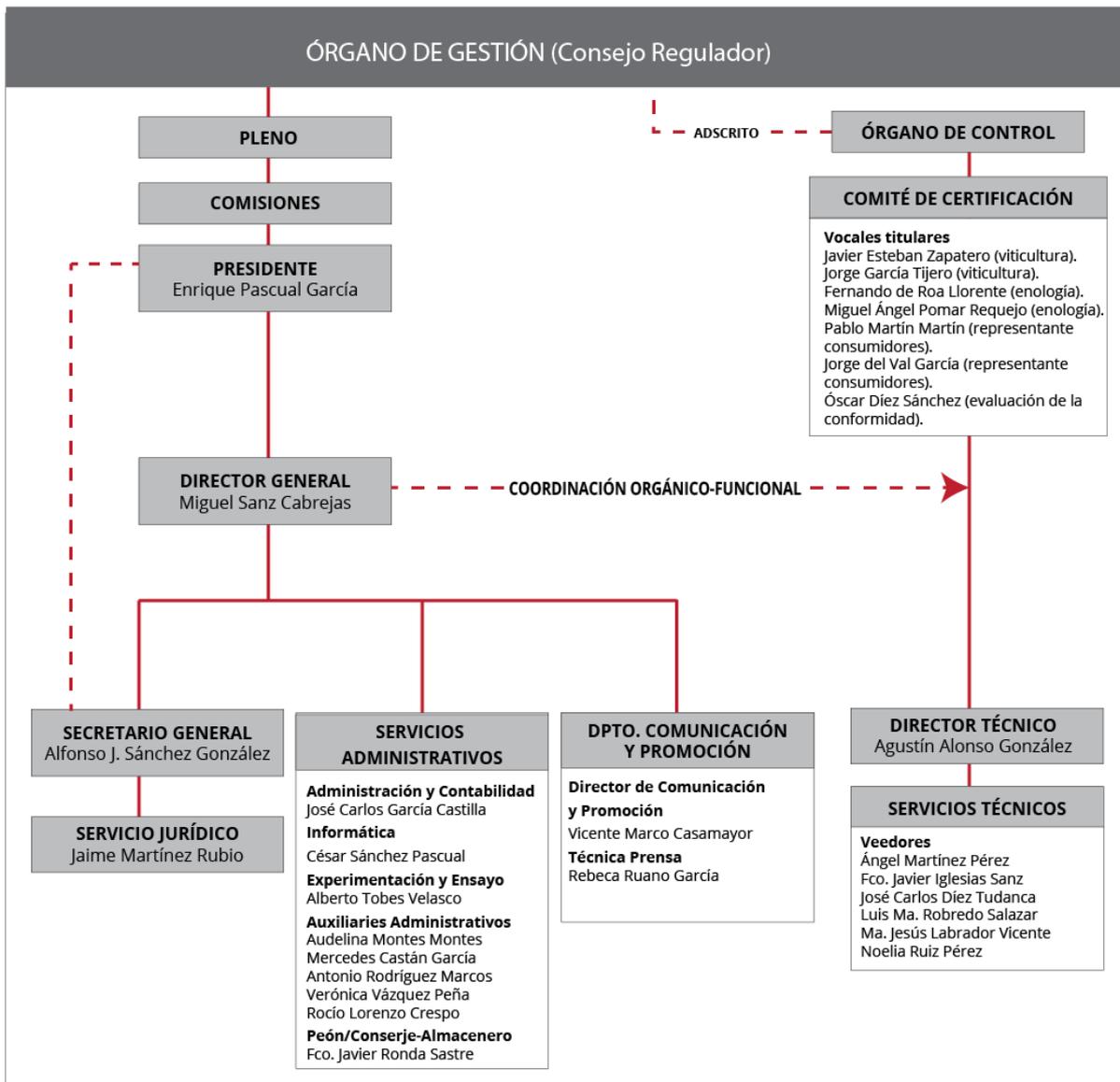
En el año 2015 la Denominación de Origen Ribera del Duero estaba conformada por 22.040 hectáreas de viñedo, en las cuales trabajaban 8.344 viticultores, y por 304 instalaciones (284 elaboradoras, 273 embotelladoras y 245 para la crianza).

La principal función del Consejo Regulador es garantizar la tipicidad y la alta calidad de los vinos de la Ribera del Duero, sometiéndolos a rigurosos controles. También se encarga de promocionar y dar a conocer el valor diferencial de la Denominación de Origen.

La estructura del Consejo Regulador está compuesta por 21 empleados, trece pertenecientes al órgano de gestión y ocho pertenecientes al órgano de control. Este órgano de control está anexado al órgano de gestión, se encuentra bajo los mandos del gobierno autonómico, siendo su poder independiente al del órgano de gestión.

Para conocer mejor la organización del Consejo Regulador podemos observar a continuación su organigrama.

Figura 3.1. Organigrama del Consejo Regulado Ribera del Duero.



Fuente: Consejo Regulador Ribera del Duero.

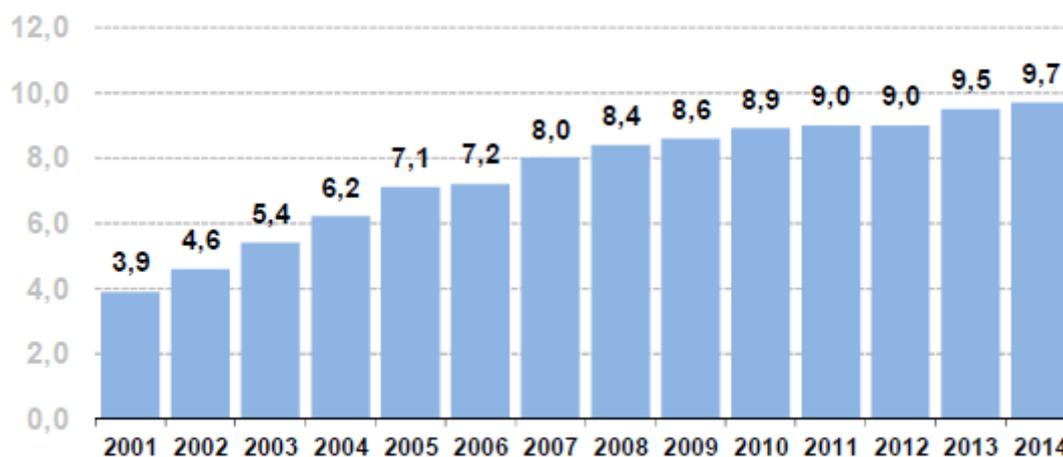
Otros de los aspectos a destacar en esta Denominación de Origen es el crecimiento que ha experimentado en los últimos años. Su evolución a lo largo de los últimos años ha sido muy favorable, tanto en el número de viticultores inscritos, como en el número de bodegas inscritas, incluso en la superficie de viñedo perteneciente a la D.O. Suponiendo todo ello un gran crecimiento de Ribera del Duero a nivel nacional y a nivel internacional.

En 2015 se elaboraron 91,6 millones de botellas, un 6,4% más que en 2014. Suponiendo el 25% de las ventas de vinos con Denominación de Origen. Con un precio medio de 16,4 € la botella, se sitúa claramente en el precio más elevado de las D.O. Esta es la estrategia de diferenciación que sigue Ribera del Duero, ofrecer vinos de gran calidad a un precio elevado.

Gráfico 3.1. Evolución ventas D.O.P. Ribera del Duero.

Evolución anual de la cuota de vino D.O. Ribera del Duero en España (Alimentación + Hostelería)

Evolución de la cuota en volumen anual - NIELSEN



Fuente: Consejo Regulador Ribera del Duero

Como podemos observar en el gráfico (medido en tanto por ciento) la cuota de vino de la D.O. Ribera del Duero ha ido *in crescendo* los últimos años, tras su estabilización en los años 2011 y 2012.

Podríamos calificar como factores clave del desarrollo de la D.O. la figura como motor de la propia Denominación de Origen, así como el gran apoyo institucional que recibe, el gran alineamiento entre vinicultores y viticultores, el gran control y la magnífica promoción que realizan así como el éxito de sus vinos entre la población, y sobre todo, la consecución de identificación de la región con la propia D.O.

El establecimiento del Consejo Regulador y el fomento de la Denominación de Origen Ribera del Duero ha traído consigo multitud de beneficios como por ejemplo, la creación de industria auxiliar, el fijar la población de esos territorios, puesto que de no ser por la ubicación del Consejo Regulador muchas de estas tierras estarían despobladas; el incremento de los beneficios que repercute en la hostelería y restauración, así como el fomento del enoturismo, entre otros.

3.2. Referencias históricas.

La historia de la Ribera del Duero ha ido paralela a la unión de la viña y el vino, al fruto de unas cepas que marcan su paisaje, la personalidad de sus gentes y su cultura, como dice el pliego de condiciones de la D.O.P. Ribera del Duero.

Han sido varias las referencias históricas que podemos encontrar en estas tierras para revelar la importancia de la tradición vinícola en ellas desde tiempos lejanos, quedando constancia en el Yacimiento Vacceo- Romano del vallisoletano pueblo de Pintia.

En este Yacimiento se encontraron unas vasijas del siglo IV antes de Cristo, que daban constancia del empleo de éstas para el servicio y consumo de vino.

Otra pieza importante, es un mosaico romano de 66 metros cuadrados, que es considerado la pieza más grande y mejor conservada de la Península Ibérica con alegorías báquicas, descubierta durante la vendimia de 1972 en Baños de Valdearados.

Ya entre los siglos X y XI la vinculación se consolida coincidiendo con la fundación de poblaciones más importantes en la zona como San Esteban de Gormaz, Roa, Aranda de Duero o Peñafiel.

En el siglo X tanto los monarcas como el clero propago la cultura del vino, elaborando en monasterios como el de Valbuena de Duero, La Vid o Caleruega sus propios vinos.

Las primeras bodegas aparecen excavadas en el interior de algunas viñas, en el siglo XIII, convirtiendo a los vinos y al viñedo en parte fundamental del desarrollo económico y cultural de la Ribera. Conllevando un incremento de la producción, una intensificación del comercio local y los inicios de exportaciones de este vino al resto de Castilla.

En el siglo XV se comienza a controlar la producción y la calidad del vino, creándose las Ordenanzas de Castilla en las cuales se establecían medidas relativas al control de la producción, al comercio frente a vinos extranjeros y otras de carácter fiscal.

Mediante orden del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación fue aprobado el 21 de julio de 1982 el primer Reglamento de la D.O.P. Ribera del Duero y de su Consejo Regulador.

3.3. Características de los vinos D.O.P. Ribera del Duero.

Las condiciones climáticas de la zona geográfica de la Ribera del Duero, así como los métodos tradicionales de sus viticultores, crean unos vinos únicos y de gran calidad.

La zona de la Ribera del Duero se caracteriza por un clima Mediterráneo templado, cálido y seco, con temperaturas anuales extremas, que oscilan entre los 42°C de máxima y -20°C de mínima. Es habitual encontrar diferencias térmicas entre el día y la noche de 15 a 20°C en el periodo de maduración de la uva. Por otro lado, la pluviometría es moderada, puede considerarse suficiente, repartiéndose a lo largo del ciclo y potenciando la importancia del suelo como regulador de la humedad.

La Ribera del Duero está localizada en la meseta septentrional, que está formada por un gran zócalo antiguo arrasado y recubierto por sedimentos terciarios. Estos sedimentos están constituidos por capas lenticulares de arenas limosas o arcillosas alternando capas de calizas, de margas, incluso de concreciones calcáreas. Los suelos más habituales están compuestos por arcillas arenosas, ocre y rojizas.

Esta exclusiva adaptación al medio, junto con las labores culturales que aplican los viticultores, ofrece como resultado, a parte de la obtención de una uva excelente, vinos de gran calidad, diferenciados y con grandes aptitudes para su envejecimiento.

La elaboración de los vinos ribereños se realizan con las variedades de uvas de: Tempranillo o Tinto fino, o Tinta del País, la más abundante y característica; la Cabernet Sauvignon; la Garnacha Tinta; la Malbec; Merlot y la Albillo Mayor.

Estas diferentes variedades de uva permiten obtener vinos desde rosados y tintos jóvenes, hasta vinos envejecidos, que se encuentran entre los más longevos de España.

Para que un vino se encuentre bajo la D.O. Ribera del Duero debe cumplir una serie de requisitos, desde el cultivo de su uva y recogida, pasando por las características de elaboración del vino, hasta la manera de embotellado y etiquetado, como refleja el pliego de condiciones de la D.O.P. Ribera del Duero.

Tabla 3.1. Características de los vinos de la D.O.P. Ribera del Duero.

| | Vinos Rosados | Vinos Tintos |
|--|---|--|
| Características físico-químicas | -Grado alcohólico total mínimo en % Vol: 11,0 -Grado alcohólico adquirido mínimo en % Vol: 11,0 -Azúcares máx. expresados en g/l de glucosa+fructosa:4,0 -Acidez total mín. en g/l de ácido tartárico.4,3 -Acidez volátil máx. en g/l de ácido acético:0,05 | -Grado alcohólico total mínimo en % Vol:11,5 -Grado alcohólico adquirido mínimo en % Vol:11,5 -Azúcares máx. expresados en g/l de glucosa+fructosa:4,0 -Acidez total mín. en g/l de ácido tartárico.4,0 -Acidez volátil máx. en g/l de ácido acético:0,05 -Anhídrido sulfuroso total máx. expresado en mg/l:150 |
| Características organolépticas | <u>Fase Visual:</u> -Limpios y brillantes | Vinos Tintos Jóvenes: <u>Fase Visual:</u> |

| | | |
|--|---|---|
| | <p><u>Fase Olfativa:</u> -Francos, afrutados</p> <p><u>Fase Gustativa</u> -Refrescantes, ligeros, acidez adecuada, equilibrados</p> | <p>-Limpios, brillantes y de capa adecuada, con colores que denotan juventud.</p> <p><u>Fase Olfativa:</u> -Intensos, afrutados y francos</p> <p><u>Fase Gustativa:</u> -Equilibrados, bien estructurados, vivos y de adecuada acidez.</p> <p>Vinos de Guarda: <u>Fase Visual:</u> -Limpios, capa y color adecuados a su categoría</p> <p><u>Fase Olfativa:</u> -Francos, intensos, con aromas compensados de fruta y madera</p> <p><u>Fase Gustativa:</u> -Equilibrados, estructurados, con larga presencia</p> |
| <p>Restricciones en la Vinificación</p> | <p>-Elaboración con al menos un 50% de variedades tintas autorizadas.</p> | <p>-Elaboración con un mínimo del 75% de la variedad Tinta del País y el resto con las variedades, Cabernet Sauvignon, Garnacha tinta, Malbec, Merlot y Albillo Mayor.</p> <p>-La participación de la variedad Tinta del País, sola o junto con Cabernet Sauvignon, Merlot y Malbec no será inferior al 95%</p> |

Fuente: Elaboración propia, Datos: Consejo Regulador Ribera del Duero

En las prácticas de cultivo no se admitirán uvas procedentes de plantaciones mixtas que no permitan la separación absoluta de las diferentes

variedades de uva. La densidad de plantación mínima será de 2.000 cepas por hectárea y las prácticas de cultivo tenderán a conseguir las mejores calidades.

Referente a la elaboración de vino y mosto, se seguirán unas prácticas con tecnología moderna orientada a la mejora de los vinos, no superando un rendimiento de 70 litros de vino o mosto por cada 100 kilogramos de vendimia.

La producción máxima permitida por hectárea será de 7.000 kilogramos de uva o 49 hectolitros de vino, desechando por completo las cosechas que superen estas cifras. Para la elaboración de vinos protegidos se utilizarán las cosechas de uva sana con una graduación natural mínima de 11º.

La elaboración, almacenamiento, envejecimiento, embotellado y etiquetado de vinos con D.O.P. Ribera del Duero se realizarán en bodegas de la zona de producción.

Los criterios de clasificación de los vinos dependerán de la clasificación de la cosecha de cada año y la cantidad de vendimia que por sus características se destine a la elaboración de cada tipo de vino, deberá atender también a los periodos mínimos de envejecimiento, diferenciándose entre vinos Jóvenes o del año, Crianzas, Reservas y Grandes Reservas.

Respecto al embotellado, se realizará exclusivamente en las instalaciones de las bodegas ubicadas en la zona de producción, los vinos serán expedidos en envases de vidrio de las capacidades autorizadas por la Unión Europea que no perjudiquen su prestigio ni calidad.

Para el etiquetado, deberá figurar obligatoriamente el nombre de la D.O.P. además de los datos que se exigen en la legislación aplicable. Podrán utilizarse los términos "Crianza", "Reserva" y "Gran Reserva", además los vinos tintos y rosados podrán hacer uso de la mención "Roble" en su etiquetado.

Por último, la producción de uva con destino a la elaboración de vinos de la D.O.P. Ribera del Duero, como su elaboración, crianza y embotellado, requerirá la inscripción en los Registros correspondientes de la Denominación, conllevando el cumplimiento tanto de las disposiciones establecidas en la normativa como la regulación específica del Consejo Regulador.

3.4. Estrategia de Control.

El secreto de la diferenciación y de la calidad de los vinos de Ribera del Duero reside en su exhaustivo método de control, desde que se recoge la uva, hasta que la botella de vino sale al mercado.

El encargado de realizar las labores de control y verificar el cumplimiento del pliego de condiciones del Consejo Regulador es el Órgano de Control, adscrito al Consejo. Éste depende directamente de la Junta de Castilla y León, no pudiendo ejercer poder sobre él el Órgano de Gestión del Consejo.

La estrategia de control comienza en los viñedos, con el Registro de Viñas, dónde tienen que inscribirse la totalidad de parcelas que van a cultivar este producto, las variedades de uva, los marcos de plantación, etc. Una vez registrado cada viticultor en el Registro Vitícola de Castilla y León, se pasa a la observación en el campo del cumplimiento de las prácticas de cultivo y de la no entrada ni salida del viñedo de uva de dudoso destino. En el mes de agosto, el Consejo Regulador contrata a 260 veedores, encargados de verificar este cumplimiento. Otra de las labores de estos veedores, es la de ordenar arrancar las cepas necesarias si se cree que ese viñedo va a dar una producción superior a la permitida (7.000 kilogramos por hectárea).

Una vez tiene que salir la uva del viñedo con destino a las diferentes instalaciones de las bodegas para su transformación, cada viticultor posee una tarjeta inteligente, en la que se registra la parcela de la que ha salido la uva, que cantidad ha salido y a qué instalación se dirige. Éste trámite tiene como objetivo seguir toda la trazabilidad de la uva, desde el viñedo en el que sale, hasta en la botella que queda su jugo.

En la recepción de la vendimia en las instalaciones de las bodegas de elaboración registradas, se comprobará la cantidad y la calidad de las uvas. Calificando y distribuyendo la cantidad de uva que se destina a elaborar cada tipo de vino.

En las propias bodegas el Consejo Regulador podrá realizar cuantas tomas de muestras y auditorias que crea convenientes para verificar que superan el proceso de calificación dispuesto en la normativa vigente.

Para que una botella de vino pueda salir al mercado haciendo uso de la Denominación de Origen Ribera del Duero es necesario que cumpla y supere las condiciones de producción así como las cualidades físico-químicas y organolépticas exigidas en el Pliego de Condiciones de la D.O.P. Pudiendo quedar descalificados los vinos que hayan sufrido alteraciones de estas características en perjuicio de su calidad o que en su elaboración o crianza hayan incumplido las normas dictadas en dicho Pliego o en la legislación vigente.

3.5. Estrategia de Promoción.

El crecimiento de la D.O.P. Ribera del Duero es debido, aparte de por la gran calidad de sus vinos, por la excelente estrategia de promoción que están efectuando.

Entre los objetivos que se quieren conseguir con la promoción es dar a conocer la marca colectiva “Ribera del Duero”, comunicando el valor diferencial y añadido de sus vinos. Otro de sus objetivos es conseguir vender más de una manera más rentable.

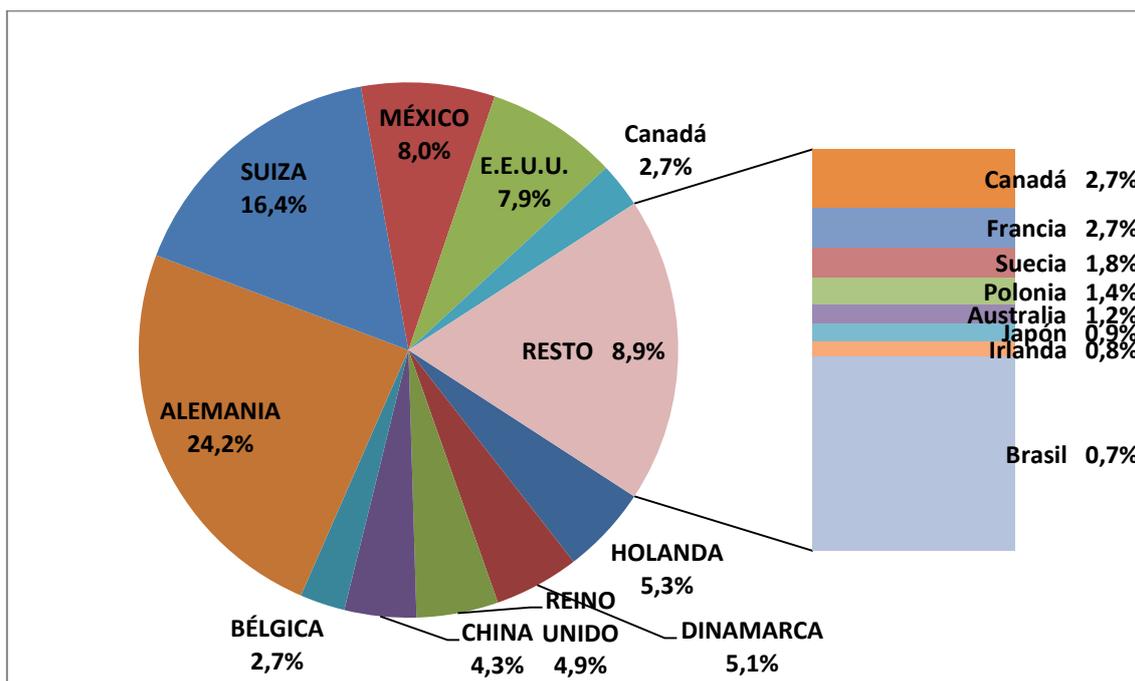
Ribera del Duero realiza tanto promoción a nivel nacional como a nivel internacional.

En el entorno nacional, sus actuaciones de promoción llevan el sello “Espíritu Ribera”, alguna de ellas son la realización de catas. En ellas se busca acercar el vino a un consumidor más joven, potenciando la sencillez y la accesibilidad de este producto, y disuadiendo la idea del producto snob en el que se ha convertido el vino en los últimos tiempos. Trata de hacer disfrutar de este producto en un entorno con los amigos.

Otras de sus actuaciones promocionales nacionales son por ejemplo, campañas junto a escuelas de diseño de moda, en las que premian diferentes diseños relacionados al vino, campañas literarias, diferentes patrocinios, campañas junto a “PhotoEspaña”. Buscan unirse y relacionarse con un sector de personas con unas cualidades en las que se sienta identificado el “Espíritu Ribera”, *“buscamos personas con creatividad, inconformistas, con afán de superación, como nuestros viticultores”* nos señalaba Miguel Sanz, director general del Consejo Regulador de Ribera del Duero.

En el ámbito internacional, las exportaciones cada vez van adquiriendo más peso, siendo del 25% en 2015 según los datos de la Agencia Tributaria. Como mercados estratégicos encontramos países como Estados Unidos, México, Reino Unido, Alemania y Suiza.

Gráfico 3.2. Exportaciones de la D.O.P. Ribera del Duero en 2015.



Fuente: Consejo Regulador Ribera del Duero; Datos: Agencia Tributaria

Dinamarca y Holanda figuran como nuevos mercados de exportación de vinos de la D.O.P. y países como Colombia o Perú, se encuentran en desarrollo.

Un ejemplo de las diferentes acciones de internacionalización es el plan de promoción que tuvo lugar en 2014-2015 junto con la D.O.P. Rueda en

CAPÍTULO 3

Estados Unidos, dónde se hicieron diversas actividades para dar a conocer estos vinos.

**CAPÍTULO 4:
ANÁLISIS ECONÓMICO-
FINANCIERO DE LAS
PRINCIPALES
BODEGAS DE LA D.O.P.
RIBERA DEL DUERO**

El presente análisis económico-financiero trata de caracterizar una muestra perteneciente a las grandes empresas bodegueras de la D.O.P. Ribera del Duero durante los años 2011-2014. También pretende de alguna manera, aconsejar e incluso elaborar futuras líneas de actuación para seguir posicionándose entre las bodegas líderes.

En primer lugar se comentará la metodología utilizada para la elección de la muestra de las grandes empresas bodegueras, continuando con una breve presentación de cada una de las empresas objeto de estudio.

Para la realización del análisis económico-financiero, se tendrán en cuenta los valores medios resultantes de los datos de la muestra, siendo conscientes de la simplificación que esto supone. Se estudiarán los indicadores más relevantes de cada uno de los estados de sus cuentas anuales. Analizando la situación económico-financiera de las masas patrimoniales, la evolución de los diferentes resultados de la cuenta de pérdidas y ganancias, la evolución de estado de flujos de efectivo y la del estado de cambios en el patrimonio neto. Terminando con el análisis de la liquidez, solvencia, endeudamiento y diferentes rentabilidades a través de los ratios oportunos para este análisis.

4.1. Metodología utilizada.

En la parte práctica se contó con la colaboración del director general del Consejo Regulador Ribera del Duero, Don Miguel Sanz Cabrejas. Con quien mantuvimos una entrevista personal, que sirvió para conocer más en profundidad y en primera mano más el Consejo Regulador.

A partir de un listado de las casi 300 bodegas que conforman hasta la fecha el Consejo Regulador de la Ribera del Duero, facilitado por Don Miguel Sanz Cabrejas, comenzó la elección de la muestra objeto de estudio.

El número de bodegas inscritas en la D.O.P. Ribera del Duero se ha incrementado considerablemente desde sus comienzos, pasando de 8 instalaciones en 1982, a alcanzar 304 instalaciones en 2015. Tratándose la mayoría de ellas de pequeñas bodegas. El 70% de las instalaciones pertenecen a bodegas de pequeño tamaño.

Debido a la complejidad de trabajar con datos de tantas empresas para caracterizar el modelo típico de bodegas ribereñas, se decidió centrar el estudio en las grandes bodegas de la D.O.P.

Gracias a la base de datos Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI)³, se recopilaron los datos relativos al listado facilitado de las 279 empresas bodegueras pertenecientes a la D.O.P. Ribera del Duero para verificar cuales elegiríamos para conformar la muestra.

³ SABI es una base de datos en línea con información sobre alrededor dos millones de empresas españolas, no incluye bancos y facilita su búsqueda por distintos criterios permitiendo análisis detallados, estadísticos y comparativos de empresas.

Una vez obtenidos los datos financieros de las 279 empresas, se tuvo que depurar la muestra puesto que varias de ellas no aparecían en la herramienta SABI. Desechadas las empresas de las que no se encontró información completa, la muestra se redujo a 140 empresas. Esta seguía siendo una muestra elevada con la que trabajar por lo que se decidió elegir aquellas empresas que superaran los 4.000.000 € de total de Activo y los 8.000.000 € de Importe Neto de la Cifra de Negocio en todos los años sujetos al periodo de estudio (2011-2014). Esta elección puede justificarse debido a la gran atomización del sector bodeguero y nos permite además analizar aquellas empresas realmente significativas.

De esta manera la muestra se redujo considerablemente, quedando seis empresas bodegueras. Estas seis empresas suponen en torno al 43% de la facturación de la muestra anterior. Estas seis empresas conforman una muestra representativa para caracterizar las grandes bodegas de la D.O.P. Ribera del Duero.

Para el posterior análisis económico-financiero caracterizador de las grandes empresas bodegueras pertenecientes a la D.O.P. Ribera del Duero, se utilizarán los valores medios, obtenidos de sus cuentas anuales, del conjunto de la muestra de las seis bodegas.

4.2. Presentación de las bodegas integradas en el Análisis.

Con el método utilizado, han resultado para el análisis seis bodegas integradas en la D.O.P. Ribera del Duero. A continuación, se hará una breve presentación de cada una de ellas, a modo de ficha, para conocer las características generales de las empresas elegidas para el análisis económico-financiero. La herramienta utilizada para la búsqueda de los diferentes datos de cada bodega ha sido la base de datos SABI.

BODEGA 1

| Nombre de la empresa | Protos Bodega Ribera Duero De Peñafiel S.L. | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---------------|--------------|---------------------|------------|------------------------------|----------------|----------------------------|---------------------------|------------------------|---------------------------|-------------------|---------------------------|---------------------|---------------------------|------------------------|---------------------------|
| Localización | Peñafiel, Valladolid. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Matriz | Esta empresa es la matriz global del grupo corporativo | | | | | | | | | | | | | | | | |
| N.I.F. | B47003967 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Forma Jurídica | Sociedad Limitada | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fecha Constitución | 20/07/1995 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Presidente | Edmundo Bayon Bueno | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Director Ejecutivo | Carlos Villar Bada | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Administradores | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;"><u>Nombre</u></th> <th style="text-align: center;"><u>Cargo</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Edmundo Bayon Bueno</td> <td style="text-align: center;">Presidente</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Antonio Fidel Sanz Fernández</td> <td style="text-align: center;">Vicepresidente</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Jesús Miguel Andrés Burgoa</td> <td style="text-align: center;">Administrador / Consejero</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Jesús de la Villa Polo</td> <td style="text-align: center;">Administrador / Consejero</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Ramiro Novo Muñoz</td> <td style="text-align: center;">Administrador / Consejero</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Lauro Núñez Mínguez</td> <td style="text-align: center;">Administrador / Consejero</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">César Rivera Fernández</td> <td style="text-align: center;">Administrador / Consejero</td> </tr> </tbody> </table> | <u>Nombre</u> | <u>Cargo</u> | Edmundo Bayon Bueno | Presidente | Antonio Fidel Sanz Fernández | Vicepresidente | Jesús Miguel Andrés Burgoa | Administrador / Consejero | Jesús de la Villa Polo | Administrador / Consejero | Ramiro Novo Muñoz | Administrador / Consejero | Lauro Núñez Mínguez | Administrador / Consejero | César Rivera Fernández | Administrador / Consejero |
| <u>Nombre</u> | <u>Cargo</u> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Edmundo Bayon Bueno | Presidente | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Antonio Fidel Sanz Fernández | Vicepresidente | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jesús Miguel Andrés Burgoa | Administrador / Consejero | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jesús de la Villa Polo | Administrador / Consejero | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ramiro Novo Muñoz | Administrador / Consejero | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lauro Núñez Mínguez | Administrador / Consejero | | | | | | | | | | | | | | | | |
| César Rivera Fernández | Administrador / Consejero | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Accionistas | Edmundo Bayon Bueno Antonio Fidel Sanz Fernández | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capital Social 2014 | 5.713.405 € | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ingresos Explotación 2014 | 28.377.609 € | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Resultado del Ejercicio 2014 | 6.994.582 € | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total Activo 2014 | 82.317.845 € | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fondos Propios 2014 | 66.272.334 € | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Número de empleados | 54 personas | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Empresas en el grupo corporativo | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Empresas participadas | Bodegas Protos S.L. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción de la Actividad | Elaboración, crianza de vinos y comercialización al mayor. | | | | | | | | | | | | | | | | |

BODEGA 2

| Nombre de la empresa | Altos de Ontañón S.L. | | | | | | |
|---|---|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------|---------------------------|
| Localización | Fuentecen, Burgos. | | | | | | |
| Matriz | Andañal Sociedad Limitada | | | | | | |
| N.I.F. | B09458217 | | | | | | |
| Forma Jurídica | Sociedad Limitada | | | | | | |
| Fecha Constitución | 27/04/2006 | | | | | | |
| Director Ejecutivo | María de la Luz Cuevas Villoslada | | | | | | |
| Administradores | | | | | | | |
| | <table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;"><u>Nombre</u></th> <th style="text-align: center;"><u>Cargo</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">María de la Luz Cuevas Villoslada</td> <td style="text-align: center;">Administrador / Consejero</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Gabriel Pérez Marzo</td> <td style="text-align: center;">Administrador / Consejero</td> </tr> </tbody> </table> | <u>Nombre</u> | <u>Cargo</u> | María de la Luz Cuevas Villoslada | Administrador / Consejero | Gabriel Pérez Marzo | Administrador / Consejero |
| <u>Nombre</u> | <u>Cargo</u> | | | | | | |
| María de la Luz Cuevas Villoslada | Administrador / Consejero | | | | | | |
| Gabriel Pérez Marzo | Administrador / Consejero | | | | | | |
| Accionistas | Bodegas Ontañón S.L. Andañal Sociedad Limitada Gabriel Pérez Marzo María de la Luz Cuevas Villoslada | | | | | | |
| Capital Social 2014 | 1.055.560 € | | | | | | |
| Ingresos Explotación 2014 | 9.643.676 € | | | | | | |
| Resultado del Ejercicio 2014 | 1.901.480 € | | | | | | |
| Total Activo 2014 | 18.372.252 € | | | | | | |
| Fondos Propios 2014 | 11.160.780 € | | | | | | |
| Número de empleados | 7 personas | | | | | | |
| Empresas en el grupo corporativo | 6 | | | | | | |
| Empresas participadas | 0 | | | | | | |
| Descripción de la Actividad | Cultivo y explotación, en arrendamiento de cesión de explotaciones agrícolas, ganaderas, forestales o cinegéticas; así como la administración de fincas. Producción y comercialización de vinos. Actividades inmobiliarias | | | | | | |

BODEGA 3

| | |
|--|--|
| Nombre de la empresa | Hijos de Antonio Barceló S.A. |
| Localización | Quintanilla de Onésimo, Valladolid. |
| Matriz | Acciona S.A. |
| N.I.F. | A28058477 |
| Forma Jurídica | Sociedad Anónima |
| Fecha Constitución | 05/06/1940 |
| Presidente | Acciona Desarrollo Corporativo S.A. Repres PJ Soto C |
| Director Ejecutivo | Antonio Soto Conde |
| Administradores | |
| <u>Nombre</u> | <u>Cargo</u> |
| Acciona Desarrollo Corporativo S.A. Repres PJ Soto C | Presidente |
| Acciona Corporación S.A. | Administrador / Consejero |
| Acciona Desarrollo Corporativo S.A. Valentín Montoya Mora | Administrador / Consejero |
| Juan Antonio Muro Lara Girod | Administrador / Consejero |
| Vicente Santamaría de Paredes | Consejero / Secretario |
| Antonio Soto Conde | Consejero |
| Accionistas | Acciona S.A. |
| Capital Social 2014 | 26.294.075 € |
| Ingresos Explotación 2014 | 27.476.238 € |
| Resultado del Ejercicio 2014 | 558.191 € |
| Total Activo 2014 | 65.305.863 € |
| Fondos Propios 2014 | 57.351.737 € |
| Número de empleados | 129 personas |
| Empresas en el grupo corporativo | 738 |
| Empresas participadas | Hab North America INC Sileno S.A. Viñedos Viña Mayor S.L. Enalia LTDA |
| Descripción de la Actividad | La explotación de los negocios de vinos en general. La fabricación y comercialización de aguardientes y licores. La explotación agrícola de todo tipo de cultivos, forestal y ganadero, incluyendo la comercialización y venta |

BODEGA 4

| | |
|---|---|
| Nombre de la empresa | Bodega Matarromera S.L. |
| Localización | Valbuena de Duero, Valladolid. |
| Matriz | Luis Carlos Moro González |
| N.I.F. | B78671633 |
| Forma Jurídica | Sociedad Limitada |
| Fecha Constitución | 25/10/1988 |
| Presidente | María Dolores Herrera Caro |
| Director Ejecutivo | María Dolores Herrera Caro |
| Administradores | |
| <u>Nombre</u> | <u>Cargo</u> |
| Luis Carlos Moro González | Presidente |
| María Dolores Herrera Caro | Consejero Delegado |
| Pedro Astals Coma | Administrador/ Consejero |
| Esperanza Casto Becerra | Administrador/ Consejero |
| Eugenio García Tejerina | Administrador/ Consejero |
| Ignacio Sánchez Galán | Administrador/ Consejero |
| Accionistas | Matarromera S.L. Luis Carlos Moro González Innate Gestora Inmobiliaria S.L. Agricultura y Bodega Renacimiento de Olivares S.L. Asmor Inversiones S.L. |
| Capital Social 2014 | 7.080.470 € |
| Ingresos Explotación 2014 | 19.529.300 € |
| Resultado del Ejercicio 2014 | 1.508.811 € |
| Total Activo 2014 | 49.980.670 € |
| Fondos Propios 2014 | 24.879.691 € |
| Número de empleados | 120 personas |
| Empresas en el grupo corporativo | 8 |
| Empresas participadas | Bodega Emina S.L. Matarromera USA INC Sinalcohol S.L. Bodegas y Viñedos Carlos Moro S.L. Bodegas Hidalgo Filipinas. |
| Descripción de la Actividad | Elaboración y crianza de vinos y enoturismo. |

BODEGA 5

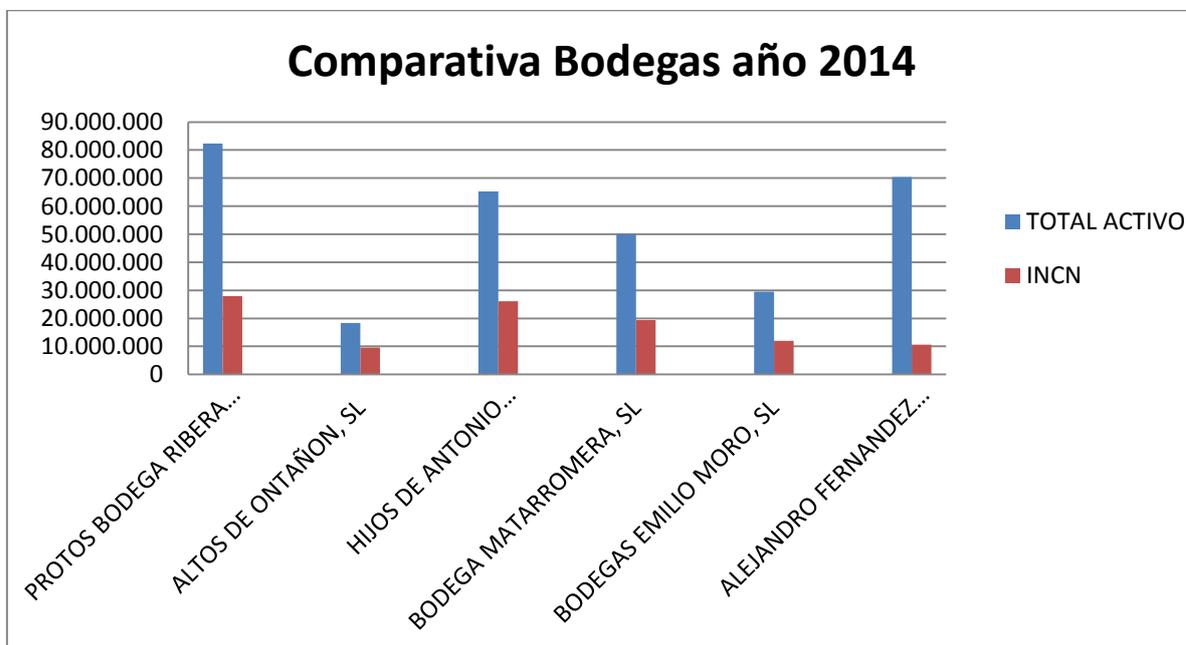
| | |
|---|--|
| Nombre de la empresa | Bodegas Emilio Moro S.L. |
| Localización | Pesquera de Duero, Valladolid. |
| Matriz | Esta empresa es la matriz global del grupo corporativo |
| N.I.F. | B47359492 |
| Forma Jurídica | Sociedad Limitada |
| Fecha Constitución | 08/04/1995 |
| Presidente | José Moro Espinosa |
| Director Ejecutivo | Ana Clavero Arranz |
| Administradores | |
| | <u>Nombre</u> |
| | <u>Cargo</u> |
| | José Moro Espinosa Presidente |
| | David Espinar Rivaes Administrador/ Consejero |
| | César García de Roda Administrador/ Consejero |
| | Fabiola Moro Espinosa Administrador/ Consejero |
| | Ángel Varela Varas Secretario |
| Accionistas | Javier Moro Espinosa José Moro Espinosa Fabiola Moro Espinosa María Rubialejos Moro Espinosa |
| Capital Social 2014 | 158.664 € |
| Ingresos Explotación 2014 | 12.411.912 € |
| Resultado del Ejercicio 2014 | 682.616 € |
| Total Activo 2014 | 29.514.977 € |
| Fondos Propios 2014 | 10.317.475 € |
| Número de empleados | 2 personas |
| Empresas en el grupo corporativo | 3 |
| Empresas participadas | Moro Brothers INC Drinks and Dreams Bodegas Cepa 21 S.A. |
| Descripción de la Actividad | Cultivo y explotación de viñedo en tierras de su propiedad o por contratos de arrendamiento, aparcería, etc. |

BODEGA 6

| | |
|---|---|
| Nombre de la empresa | Alejandro Fernández-Tinto Pesquera S.L. |
| Localización | Pesquera de Duero, Valladolid. |
| Matriz | Esta empresa es la matriz global del grupo corporativo |
| N.I.F. | B47229679 |
| Forma Jurídica | Sociedad Limitada |
| Fecha Constitución | 19/04/1990 |
| Director Ejecutivo | Alejandro Fernández Pérez |
| Administradores | |
| <u>Nombre</u> | <u>Cargo</u> |
| Alejandro Fernández Pérez | Administrador |
| Eva María Fernández Rivera | Administrador |
| Lucía Fernández Rivera | Administrador |
| María Cruz Fernández Rivera | Administrador |
| Emilia Rivera Rueda | Administrador |
| Accionistas | Alejandro Fernández Pérez Emilia Rivera Rueda Eva María Fernández Rivera Lucía Fernández Rivera María Cruz Fernández Rivera Olga Fernández Rivera |
| Capital Social 2014 | 420.708 € |
| Ingresos Explotación 2014 | 10.649.231 € |
| Resultado del Ejercicio 2014 | 3.738.688 € |
| Total Activo 2014 | 70.434.358 € |
| Fondos Propios 2014 | 66.609.964 € |
| Número de empleados | 30 personas |
| Empresas en el grupo corporativo | 7 |
| Empresas participadas | Bodega y Viñedos Fernández Rivera S.L. Inversiones Energéticas AFTP 2007 S.L. Inversiones Fernández Rivera 99 S.L. Bodegas Condado de Haza S.L. Pesquera Hotel S.L. |
| Descripción de la Actividad | Elaboración y venta de vinos y místicas |

Una vez conocidos los datos identificativos los datos básicos objeto de análisis, comenzamos el análisis de las mismas comparando su cifra de Activo y su cifra de Importe Neto de la Cifra de Negocio del último año.

Gráfico 4.1. Comparación de la situación de las bodegas en el año 2014.



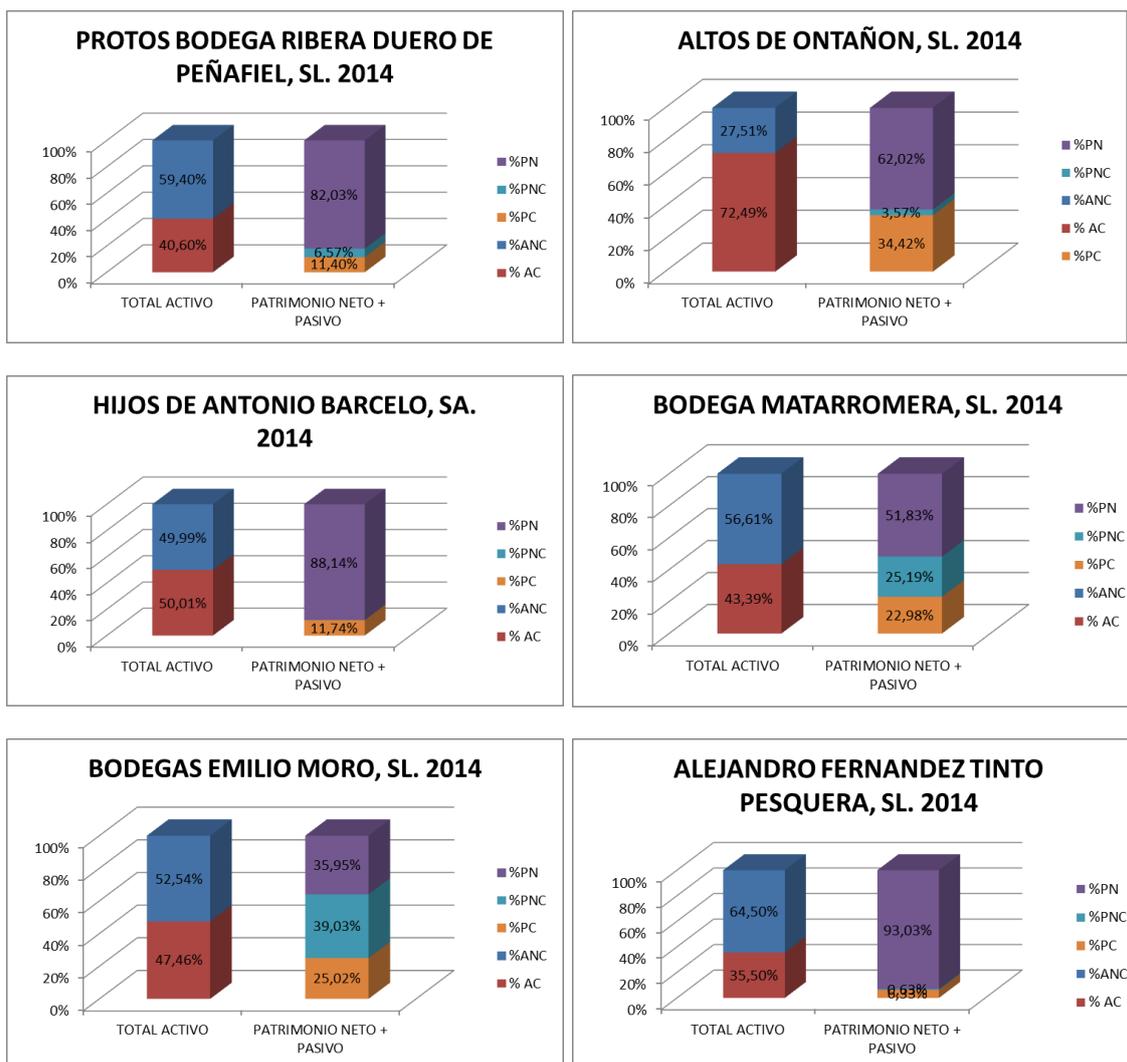
Fuente: Elaboración propia

Podemos observar diferencias entre unas bodegas y otras tanto en su volumen de facturación como es su volumen de Activo Total. Protos Bodega Ribera Duero de Peñafiel e Hijos de Antonio Barceló S.L. presentan una facturación por encima del resto de bodegas. Para el siguiente análisis económico-financiero tendremos en cuenta los valores promedio de las seis empresas, siendo conscientes de las variaciones que pueden presentar los datos debido a las diferencias entre las seis grandes empresas bodegueras de la D.O.P. Ribera del Duero.

4.3. Situación económico-financiera de la muestra elegida.

Para conocer la situación económico-financiera de la muestra elegida para el análisis, primero veremos la situación que presenta cada una de ellas individualmente en el último ejercicio presentado, el año 2014.

Gráfico 4.2. Situación económico-financiera de las seis bodegas en 2014.



Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en las gráficas, la situación que presentan en el año 2014 cada una de las 6 bodegas objeto de la muestra, difiere un poco de unas a otras.

Económicamente todas siguen el patrón de tener un Activo No Corriente, mayor al Activo Corriente, característica habitual tratándose de este tipo de empresas, que cuentan con un alto peso del Inmovilizado material al estar formado por los diferentes terrenos e instalaciones para la actividad que desarrollan. La bodega Altos de Ontañón, sin embargo, presenta una composición opuesta, contando con un Activo No Corriente de solamente el 27,51% y un Activo Corriente de más del 70%. Esto se debe a que la partida de existencias, en concreto, productos en curso, supone un 66,4% del Activo Corriente y un 48% del Activo total.

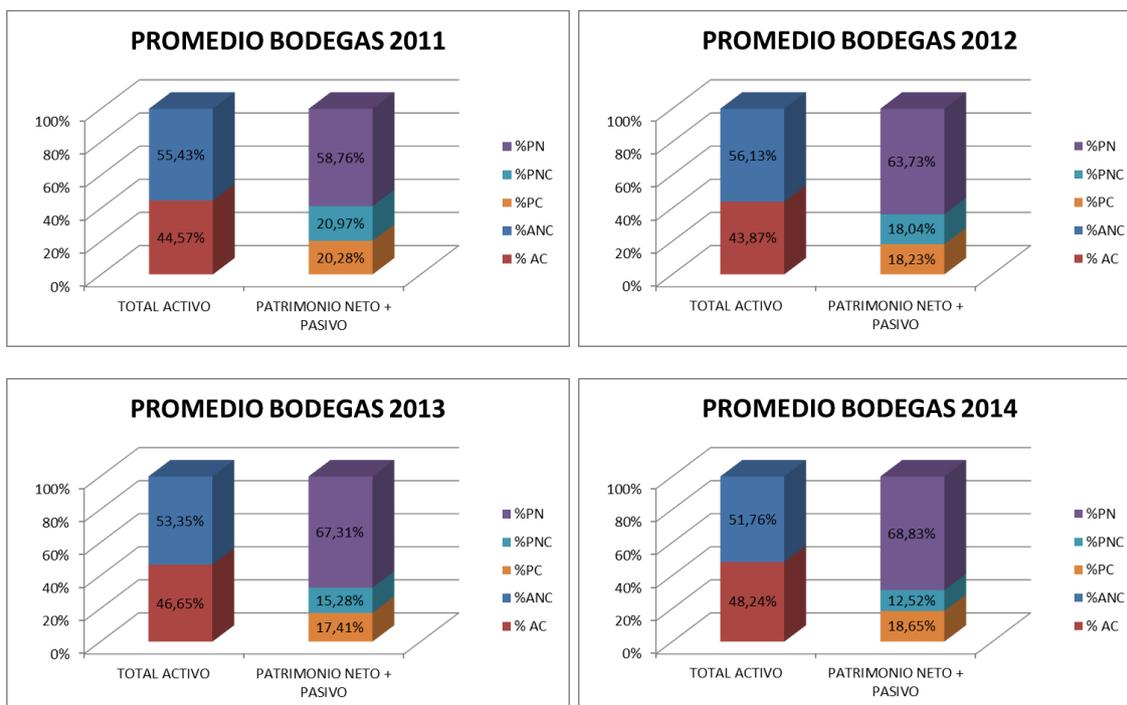
En la composición financiera también podemos observar divergencias de unas a otras. Bodegas como Hijos de Antonio Barceló, Protos Bodega Ribera de Duero de Peñafiel y Alejandro Fernández-Tinto Pesquera, poseen una

financiación propia de más del 80%, careciendo de deudas a largo plazo, y con un Pasivo Corriente que no supera el 12% en ninguna de ellas. La bodega Altos de Ontañón, posee un Patrimonio Neto del 62%, cifra superior a la de su financiación ajena, pero sin embargo, observamos que apenas tiene un 3,57% de Pasivo No Corriente, contando con más de un 34% de financiación ajena a corto plazo. Este hecho no hace peligrar su liquidez debido al gran volumen de Activo Corriente que abastece sin problema la cifra de Pasivo Corriente. La financiación de la bodega Matarromera es mitad propia y la otra mitad ajena, suponiendo una cifra similar la financiación a largo y a corto plazo. Emilio Moro por el contrario, solo posee una financiación propia del 36%, perteneciendo a financiación ajena lo restante, con un mayor peso de deudas a largo plazo, casi el 40% del total de su financiación.

Una vez vista la composición económico-financiera de las seis bodegas por separado, y aunque difiera un poco la estructura de unas a otras, el objetivo de este análisis es caracterizar el modelo de las grandes empresas bodegueras de la D.O.P Ribera del Duero en el periodo 2011-2014, por lo que se procede a calcular los datos medios del conjunto de la muestra de estas 6 bodegas para ser analizados.

Con la ayuda de una tabla Excel, la composición económico-financiera de las grandes bodegas de la D.O.P. Ribera del Duero es la que se presenta a continuación:

Gráfico 4.3. Composición económico-financiera promedio.



Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en el gráfico la estructura económica ha sufrido cambios en el periodo analizado. El Activo No Corriente ha disminuido en 3,67 puntos porcentuales.

En lo relativo a las partidas que componen el Activo No Corriente, cabe destacar el peso que dentro del mismo suponen las partidas de Inmovilizado Material con porcentajes en torno al 67% en los años analizados. Las empresas bodegueras se caracterizan por tener una elevada cifra de Inmovilizado material, debido a los terrenos, instalaciones y maquinaria, necesarios para el desarrollo de su actividad. Por el contrario partidas como el Inmovilizado Intangible o las Inversiones Financieras a largo plazo no tienen una importancia relevante.

El Activo Corriente aumenta en los dos últimos años analizados. La partida más importante que lo forma son las Existencias, estas se han mantenido estables en los cuatro años suponiendo entorno al 60% del Activo Corriente. El peso de esta partida es característico de la actividad a la que se dedican dichas empresas, ya que la elaboración de vino supone tener un alto nivel de Existencias.

Nos puede surgir la duda de cómo calificar el nivel de Existencias y el nivel de Inmovilizado material. Las bodegas de la muestra producen vino de gran calidad, con la diferenciación del periodo de envejecimiento que esto supone. Por lo que las botellas que tienen que pasar más de un año en la bodega antes de su comercialización podrían considerarse como Inmovilizado material en lugar de Existencias.

Por el lado de la financiación se puede observar el aumento que ha ido sufriendo el Patrimonio Neto en todos los años, situándose en 2014 en casi un 69% del total de la financiación. Esto significa que las empresas han ido mejorando y aumentando su financiación propia, o lo que es lo mismo, se han ido capitalizando.

La financiación ajena ha ido disminuyendo. Destaca el descenso de las deudas a largo plazo, que ha pasado de suponer un 20,97% en 2011 a suponer un 12,52% en 2014. La partida más destacable del Pasivo No Corriente son las Deudas a largo plazo, consistentes en deudas con entidades de crédito. El descenso del Pasivo No Corriente por consiguiente supone un aumento del Pasivo Corriente, lo que quiere decir que han reclasificado o transformado deudas de largo plazo en deudas a corto plazo.

El Activo Corriente ha sufrido un ligero descenso durante el periodo analizado en 1,63 puntos porcentuales. La partida de mayor peso dentro del Activo Corriente son los Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar (proveedores a corto plazo), también destacan las deudas a corto plazo con entidades de crédito.

Como podemos ver en el gráfico durante los cuatro años del periodo analizado el volumen de Activo Corriente es considerablemente mayor al volumen de Pasivo Corriente, a consecuencia de ello, el Fondo de Maniobra (Activo Corriente – Pasivo Corriente) es positivo en los cuatro años. Lo que quiere decir que los Activos Corrientes son totalmente financiados con Pasivos Corrientes, Pasivos No Corrientes, incluso con Fondos Propios. Optimizando la liquidez de la muestra de las seis empresas bodegueras, que no van a sufrir

problemas para hacer frente con sus Activos Corrientes al pago de las deudas con terceros a corto plazo.

Como conclusiones podemos sacar el aumento de la capitalización de las grandes empresas bodegueras, así como la reducción de su deuda a largo plazo para reconvertirla en deuda a corto plazo. Presentan una estructura económico-financiera estable, sin cambios vertiginosos en el periodo analizado.

4.4. Situación de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias de la muestra elegida.

El objetivo de la cuenta de pérdidas y ganancias es explicar las variaciones que ha sufrido el patrimonio neto de una empresa debido a las actividades de distinta naturaleza que realiza la misma.

Teniendo en cuenta la situación promedio de la muestra elegida de la cuenta de pérdidas y ganancias podemos comentar lo siguiente;

La evolución del Importe Neto de la Cifra de Negocios decreció en los años 2012 y 2013 con respecto al año 2011. En el último año ha sufrido un aumento considerable situándose en una cifra mayor que la del primer año analizado, este aumento ha sido de casi el 10% respecto de 2011.

Por otro lado, los gastos de explotación también sufrieron un decrecimiento durante los años 2012 y 2013, aumentado de nuevo en el año 2014. Suponiendo entre el 43-46% de las ventas en el periodo analizado. La partida más importante dentro de los gastos de explotación corresponde a los gastos de personal. Ésta supone en torno al 15% del valor de las ventas sufriendo un aumento del 4% durante los años analizados.

Podemos observar la relación entre la facturación y los gastos de explotación. Durante los ejercicios en los que las ventas han disminuido, los gastos también fueron menores, en cambio, con la recuperación de las ventas en 2014, los gastos de explotación, y en concreto, los gastos de personal también aumentaron ligeramente.

Todo ello nos lleva al primero de los resultados que comentaremos de la cuenta de pérdidas y ganancias. El resultado de explotación.

Gráfico 4.4. Evolución del Resultado Promedio de Explotación.



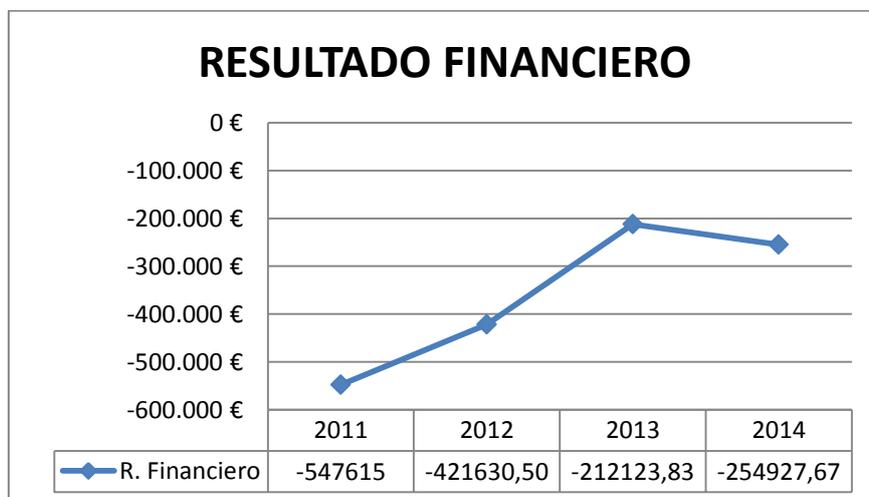
Fuente: *Elaboración propia*

Como podemos observar en el gráfico, el resultado de explotación presenta una tendencia a la alza en el periodo analizado, aumentando en un 35%. Este resultado de explotación representa un 21% sobre las ventas, lo que significa que de cada euro que vende la empresa, quedan 21 céntimos para hacer frente a los gastos financieros y al pago de impuestos.

Una vez comentado el resultado de explotación proseguimos analizando la cuenta de pérdidas y ganancias prestando atención a los gastos financieros.

Los gastos financieros del promedio de las seis empresas bodegueras han disminuido a lo largo de los cuatro años analizados, representando un descenso del 50%. Atendiendo también a los gastos financieros, observamos que representan en torno al 2% de las ventas.

Gráfico 4.5. Evolución del Resultado Promedio Financiero.

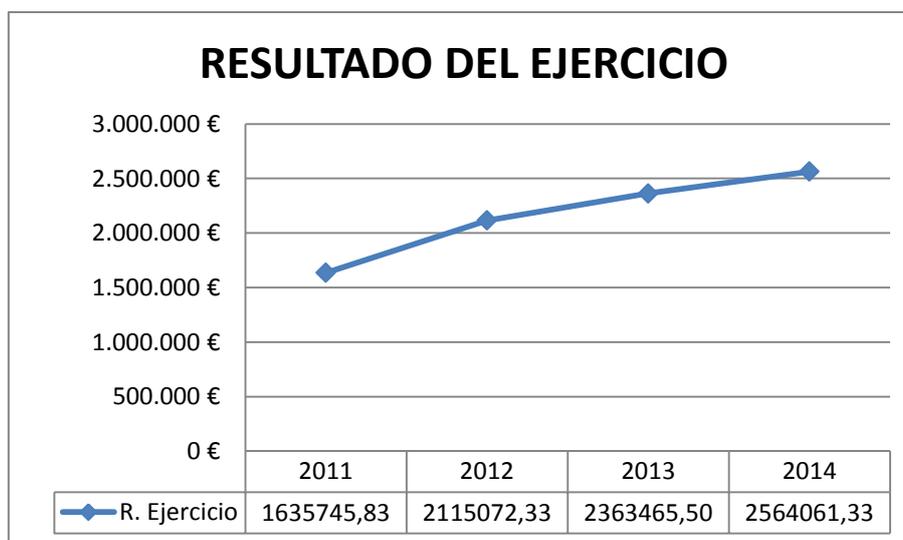


Fuente: *Elaboración propia*

Como observamos en el gráfico el resultado financiero del promedio de las 6 bodegas tiende a disminuir a lo largo de los años analizados, sufriendo un ligero aumento en 2014 con respecto de 2013. Tanto la disminución en los gastos financieros como en el resultado financiero es provocado por el descenso del endeudamiento de las empresas bodegueras, que como hemos visto en sus masas patrimoniales, aumentan su financiación propia disminuyendo las deudas con terceros.

Para concluir el comentario sobre la cuenta de pérdidas y ganancias del promedio de las seis empresas bodegueras, comentaremos su resultado del ejercicio.

Gráfico 4.6. Evolución del Resultado Promedio del Ejercicio.



Fuente: *Elaboración propia*

El resultado del ejercicio se entiende como el resultado que queda en la empresa tras haber devengado todos los gastos a los que la empresa tiene que hacer frente, tanto operativos, como financieros e impuestos.

El resultado del ejercicio promedio de las seis bodegas es bastante alto, y ha aumentado un 57% en el periodo analizado. Lo que significa que las empresas están en crecimiento y que se trata de un sector en auge. Este hecho contrasta con la situación de crisis económica por la que ha pasado nuestro país durante estos mismos años, viendo que no ha afectado a la actividad de las grandes empresas bodegueras de la D.O.P. Ribera del Duero. El resultado del ejercicio representa entre un 10-15% de las ventas, en los años analizados. Lo que quiere decir que de cada euro vendido, entre 10 y 15 céntimos van a parar directamente al resultado neto de la empresa.

Si comparamos qué tanto por ciento del resultado del ejercicio corresponde al resultado de explotación y cuál al resultado financiero, podemos observar que el resultado financiero representa un 33% en 2011, reduciéndose hasta representar tan sólo un 10% en 2014. Significando esto que durante los años 2013 y 2014 más del 90% del resultado del ejercicio corresponde al

resultado de explotación. La reducción del resultado financiero en más de 20 puntos porcentuales durante el periodo analizado se relaciona con la disminución del endeudamiento que han sufrido las empresas bodegueras ribereñas. Éstas se dedican a su actividad de explotación, la elaboración de vino, no observándose apenas en ellas prácticas especulativas.

Como conclusión de lo expuesto sobre la cuenta de pérdidas y ganancias, podemos decir que las empresas están en fase de crecimiento, aumentando su resultado en los últimos dos años analizados. Éstas gozan de una buena situación económica, obteniendo muy buenos resultados en base a su actividad, lo que representa el incremento de la riqueza de sus accionistas.

4.5. Situación del Estado de Cambios en el Patrimonio Neto de la muestra elegida.

El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto mide el conjunto de gastos e ingresos que afectan directamente al Patrimonio Neto de la empresa, sin pasar por la cuenta de pérdidas y ganancias. Informa de las variaciones patrimoniales de la empresa durante un periodo relativas a los fondos propios, los ajustes por cambio de valor, o las subvenciones, donaciones y legados recibidos.

Para el análisis del comentario de este estado contado contable tendremos en cuenta los datos promedio de las seis empresas durante los años 2011 a 2013. Los datos relativos al 2014 no nos ha sido posible conseguirlos.

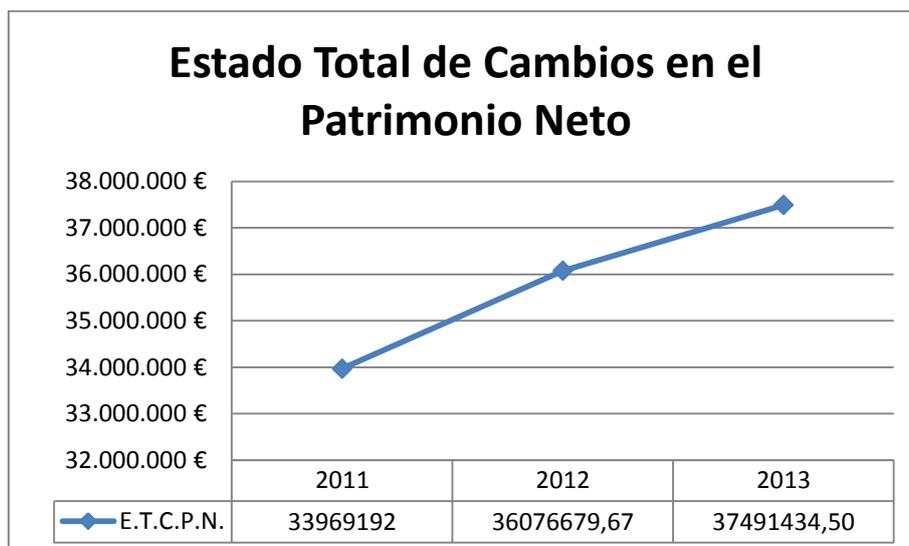
El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto se divide en dos partes, por un lado está el estado de ingresos y gastos reconocidos en el ejercicio, y por otro, el estado total de cambios en el patrimonio neto.

Teniendo en cuenta los datos promedio de las seis empresas bodegueras vemos como el estado de ingresos y gastos reconocidos en el ejercicio se incrementa en los años analizados, suponiendo un aumento del 33% en el año 2013 respecto del año 2011.

Este resultado del estado de ingresos y gastos reconocidos en el ejercicio representa el 6% del Estado Total de Cambios en el Patrimonio Neto. Cifra que se mantiene estable durante el periodo analizado.

Respecto al saldo final del ejercicio también se incrementa durante los años analizados, aumentando más de un 10%.

Gráfico 4.7. Evolución del Estado Total de Cambios en el Patrimonio Neto.



Fuente: *Elaboración propia*

Fijándonos en las diferentes partidas que conforman el estado total de cambios en el patrimonio neto observamos las siguientes peculiaridades:

Las seis grandes empresas bodegueras ribereñas tienen idéntico perfil en su estado total de cambios en el Patrimonio Neto. Su capital escriturado no varía en ninguno de los años analizados. Todas poseen variaciones en la partida de “Subvenciones, donaciones y legados recibidos”, aunque esta partida no supone una cifra de gran peso. Las reservas aumentan año a año en cada una de las bodegas, salvo en la bodega Hijos de Antonio Barceló S.A., en la que esta partida disminuye ligeramente en el ejercicio 2012. En Bodega Matarromera S.L., Hijos de Antonio Barceló S.A. y Protos Bodega Ribera Duero de Peñafiel S.L. podemos encontrar la partida “Primas de emisión” la cual permanece constante durante todos los ejercicios analizados en las tres empresas. Alguna diferencia la podemos encontrar por ejemplo, en Alejandro Fernández-Tinto Pesquera S.L. que durante los ejercicios de 2011 y 2013 sufre ajustes negativos por cambios de valor. La partida “Resultados de ejercicios anteriores” la podemos encontrar en bodegas como la de Emilio Moro S.L., y la de Protos, en esta última se refleja una distribución de dividendos en el ejercicio 2012.

Todo ello nos lleva a ver que la principal partida que varía el Estado Total de Cambios en el Patrimonio Neto es la de “Resultado del ejercicio”. Característica muy buena para la muestra de las grandes bodegas ribereñas. Esto significa que las variaciones y aumentos patrimoniales son debidas a los positivos y grandes resultados que obtienen de su actividad, y no a ampliaciones de capital ni a grandes subvenciones, puesto que es un sector poco subvencionado.

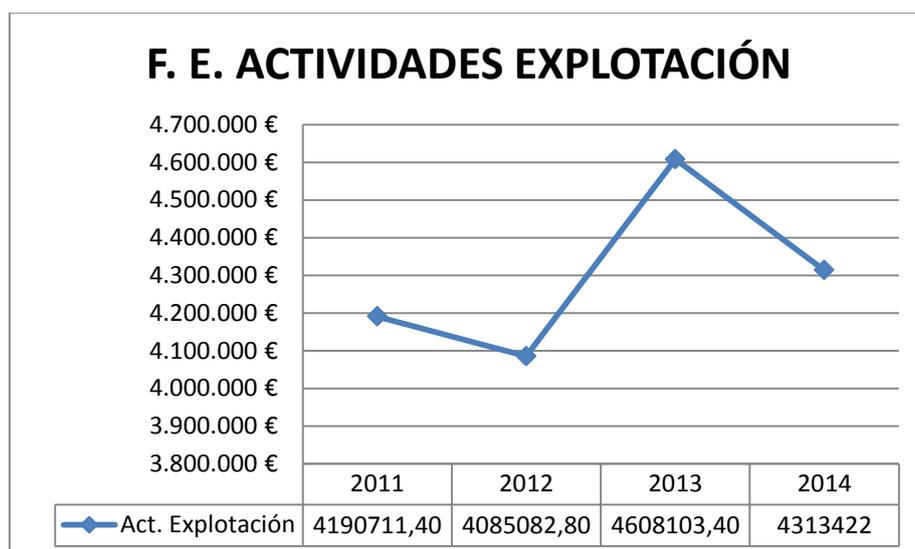
4.6. Situación del Estado de Flujos de Efectivo de la muestra elegida.

El objetivo del Estado de Flujos de Efectivo es aportar información sobre las disponibilidades líquidas de la empresa, su evolución y el motivo de las variaciones sufridas por ellas. Explica el efecto de los cobros y pagos efectuados por la empresa durante el periodo, en función de si pertenecen a la actividad de explotación, de inversión o de financiación.

Para el análisis de este estado contable tendremos en cuenta los flujos de efectivo promedios de las seis empresas bodegueras ribereñas durante los cuatro años analizados.

En primer lugar comentaremos los flujos de efectivo de las actividades de explotación.

Gráfico 4.8. Evolución de los Flujos de Efectivo de Actividades de Explotación.



Fuente: *Elaboración propia*

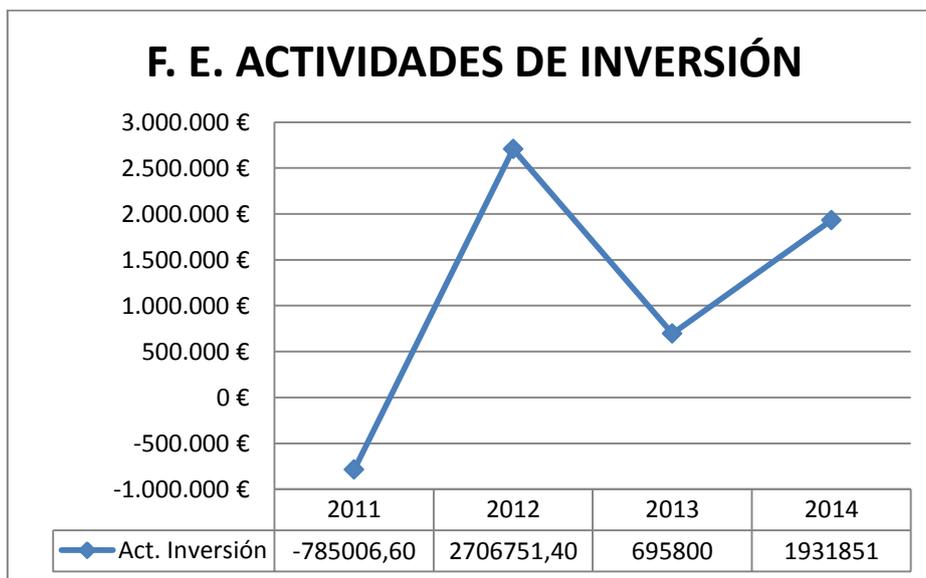
Respecto a los flujos de las actividades de explotación promedio de las seis grandes empresas bodegueras ribereñas, observamos en el gráfico que durante todos los años del periodo analizado los flujos son positivos, ya que los cobros superan a los pagos, esto quiere decir que las empresas están generando caja. También observamos su tendencia al alza, aunque retrocede ligeramente en el año 2014.

Si comparamos los flujos de efectivo de las actividades de explotación respecto de las ventas, vemos que el peso de los flujos de las actividades de explotación representan en torno al 25% de las ventas en el periodo analizado.

Para continuar el análisis de este estado contable, comentaremos la tendencia que siguen los flujos de efectivo de las actividades de inversión.

Como flujos de efectivo de las actividades de inversión se consideran los pagos que tienen su origen en la adquisición de otros Activos No Corrientes, otros activos no incluidos en el efectivo, y otros activos líquidos equivalentes, así como los cobros procedentes de su enajenación o de su amortización al vencimiento (Olier, 2010).

Gráfico 4.9. Evolución de los Flujos de Efectivo de las Actividades de Inversión.

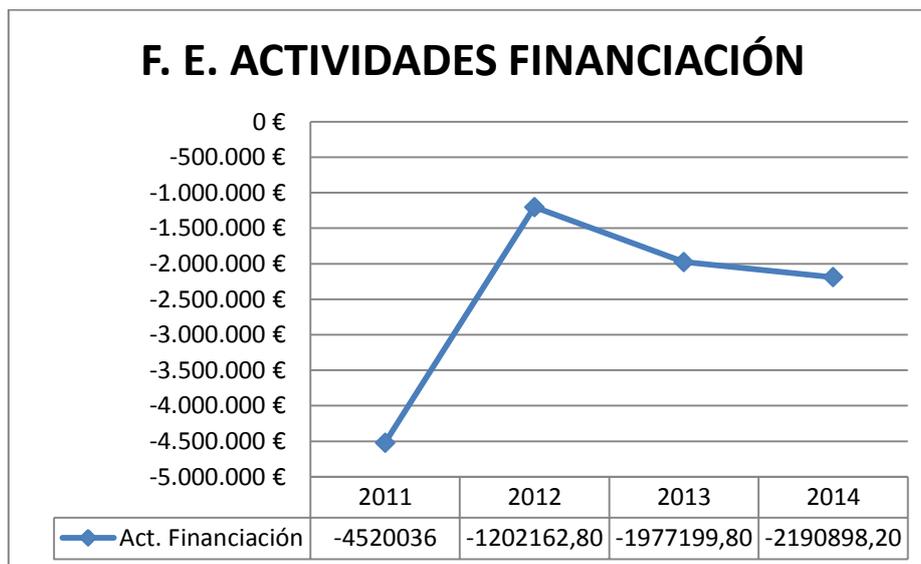


Fuente: Elaboración propia

Para la representación de estos flujos, se ha cambiado el signo de los valores para ver con mayor claridad en qué periodos las empresas bodegueras invierten o desinvierten.

Como podemos observar, en el año 2011 la muestra de las seis empresas bodegueras estaba desinvirtiendo. A partir del año 2012 se producen inversión las cuales son seguidas en los dos años siguientes. Las mayores inversiones se producen en el año 2012, reduciéndose en 2013 y volviendo a subir en 2014. Las inversiones más destacables que realizan las empresas bodegueras ribereñas consisten en la adquisición de elementos de inmovilizado material, tales como tierras, instalaciones, maquinaria...

Por último, comentaremos los flujos de efectivo de las actividades de financiación.

Gráfico 4.10. Evolución de los Flujos de Efectivo de las Actividades de Financiación.

Fuente: *Elaboración propia*

Al observar el gráfico anterior, observamos que durante los cuatro años del periodo analizado los flujos relativos a las actividades de financiación son negativos. Esto quiere decir que las grandes empresas bodegueras de la D.O.P. Ribera del Duero están realizando más pagos por la devolución de préstamos que cobros por intereses de activos financieros. La devolución de los préstamos se ha incrementado notoriamente a partir del año 2011. Esta actitud está relacionada con el decrecimiento del endeudamiento por parte de estas empresas y con el bajo resultado financiero que poseen. Apostando por la devolución acelerada de los préstamos, para reducir su financiación con terceros y aumentando su financiación propia.

Podemos concluir este apartado señalando por un lado, la buena situación que presentan las grandes bodegas ribereñas en cuanto a sus actividades de explotación. El gran aumento efectuado desde el año 2012 en sus actividades de inversión, y la política de autofinanciación que siguen, siendo esta política no muy buena para los accionistas ya que si las empresas reducen su financiación con terceros y aumentan su financiación propia, quiere decir que los resultados de los diferentes ejercicios los emplean en reinvertirlos en las propias empresas en lugar de repartirlos como dividendos entre sus accionistas.

4.7. Cálculo de Ratios.

Para concluir con el análisis de la muestra elegida se procederá a calcular los principales ratios del promedio de las empresas bodegueras relativos a la liquidez y a la solvencia de las empresas. También se analizará su rentabilidad económica y su rentabilidad financiera.

4.7.1. Ratios de Liquidez.

Para diagnosticar la situación de liquidez de la muestra elegida de las grandes bodegas de la D.O.P. Ribera del Duero, además de lo comentado anteriormente, calcularemos los dos ratios siguientes:

$$\text{Ratio Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Test Ácido} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Existencias}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

La liquidez de una empresa se define como la capacidad que tiene la misma para hacer frente a sus deudas a corto plazo con su Activo Corriente. El valor óptimo del ratio de liquidez se sitúa entre 1,5 y 2,5.

Por otro lado, el test ácido corrige el peso de las existencias en el Activo Corriente para que este dato no distorsione la interpretación real del análisis de la liquidez. El valor del test ácido no debería ser muy inferior al valor del ratio de liquidez, porque si esto ocurriera querría decir que el peso de las Existencias en el Activo Corriente es elevado y que los bienes y derechos que tiene la empresa fácilmente materializables en dinero son menores de los que pensábamos calculando el ratio de liquidez.

Por tanto, el resultado de aplicar las fórmulas anteriores en los datos promedio de la muestra de las seis bodegas nos da los siguientes datos:

Tabla 4.1. Ratios de Liquidez.

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------|------|------|------|------|
| RATIO LIQUIDEZ | 2,62 | 2,81 | 2,97 | 3,00 |
| TEST ÁCIDO | 1,07 | 1,11 | 1,22 | 1,25 |

Fuente: *Elaboración propia*

Podemos observar que tanto el ratio de liquidez como el test ácido presentan una tendencia creciente durante los cuatro años analizados.

Los valores que arroja el cálculo del ratio de liquidez son superiores a los ideales de entre 1,5 y 2,5, esta situación es muy buena para la empresa en el sentido de que puede afrontar sin problema sus deudas a corto plazo con su Activo Corriente. La tesorería de las seis bodegas presenta comportamientos diferentes, en Altos de Ontañón presenta una tendencia al alza en todo el periodo; bodegas como Protos e Hijos de Antonio Barceló presentan su mayor valor de tesorería en el año 2013, y lo ven reducido en 2014; y bodegas como

Matarromera, Emilio Moro y Alejandro Fernández-Tinto Pesquera presentan una caída de la tesorería en el año 2013 con una ligera recuperación en 2014.

Estos valores tan altos del ratio de liquidez también pueden significar, que la empresa está reduciendo su rentabilidad económica debido a poseer unos activos ociosos.

En cuanto a los valores del test ácido, se reducen a menos de la mitad de los valores del ratio de liquidez, lo que quiere decir que las Existencias juegan un papel muy importante dentro del Activo Corriente de las grandes empresas bodegueras ribereñas. Aun así, son datos que representan una buena situación de liquidez y que como hemos visto, están aumentando en los años del periodo analizado.

4.7.2. Ratios de Solvencia.

Se entiende por solvencia la capacidad que tiene una empresa para hacer frente a sus deudas a largo plazo.

Para el análisis de la solvencia utilizaremos los siguientes ratios:

$$\text{Ratio Solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Ratio Endeudamiento} = \frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Patrimonio Neto} + \text{Pasivo}}$$

$$\text{Ratio de Calidad de la Deuda} = \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Total Pasivo}}$$

El ratio de solvencia compara el total de los activos de la empresa con el total de sus deudas con terceros. Si este ratio fuera menor a uno, la empresa tendría que enfrentarse a concurso de acreedores puesto que no podría hacer frente a sus deudas con los activos que tiene.

Tabla 4.2. Ratios de Solvencia.

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|----------------------------------|------|------|------|------|
| RATIO SOLVENCIA | 2,88 | 3,28 | 3,74 | 4,08 |
| RATIO ENDEUDAMIENTO | 0,35 | 0,30 | 0,27 | 0,25 |
| RATIO CALIDAD DE LA DEUDA | 0,45 | 0,48 | 0,54 | 0,60 |

Fuente: Elaboración propia

En nuestro ejemplo, el ratio de solvencia presenta valores muy por encima de uno, esto significa que las grandes bodegas de Ribera de Duero poseen Activos más que suficientes para hacer frente a sus deudas con terceros. Como podemos observar en la tabla anterior, la tendencia de este ratio en el periodo analizado también tiende a aumentar.

Por otro lado, el ratio de endeudamiento representa el valor de los recursos financieros ajenos respecto del total de los recursos financieros de la empresa. El valor óptimo de este ratio se sitúa entre 0,4 y 0,6. En nuestro caso, los valores del ratio de endeudamiento son inferiores a 0,4 y observamos que presenta una tendencia decreciente en los años analizados. Estos valores inferiores a 0,4 denotan un exceso de fondos propios. Situación que concuerda con lo que hemos visto a lo largo de todo el análisis, puesto que la muestra de bodegas ribereñas apuesta por una política de descenso de financiación ajena y aumento de autofinanciación.

Finalmente, el ratio de calidad de la deuda mide la cantidad de deuda con terceros que es a corto plazo. Cuanto menor sea el valor de este ratio, significa, en lo que a plazo se refiere, que la deuda es de mejor calidad. Un valor alto significa que la empresa puede tener problemas para atender a los vencimientos a corto plazo.

En nuestro caso el valor del ratio de calidad de la deuda representa valores en torno al 45-60%. Son valores altos, lo que quiere decir que más de la mitad de los recursos financieros ajenos pertenecen a deudas a largo plazo. Este dato no provoca ningún problema en nuestra muestra de bodegas, ya que hemos visto el elevado volumen de Activo Corriente que tienen, lo cual no provoca dificultades para atender las deudas a corto plazo. También podemos relacionar la tendencia creciente de este ratio, con el descenso del endeudamiento que siguen estas empresas. En 2014 el 60% de la deuda tiene vencimiento inferior a un año, esto representa la política que siguen de devolver la financiación ajena de manera acelerada para así aumentar su autofinanciación.

4.7.3. Rentabilidades.

Para concluir el análisis de las seis grandes empresas bodegueras con D.O.P. Ribera del Duero calcularemos su rentabilidad económica y su rentabilidad financiera. Las fórmulas de cálculo son las siguientes:

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

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Resultado Ejercicio}}{\text{Patrimonio Neto} - \text{Resultado Ejercicio}}$$

La Rentabilidad Económica muestra el beneficio obtenido por la empresa, antes de intereses e impuestos, por la explotación de su activo total.

Respecto a la Rentabilidad Financiera, esta representa la rentabilidad de los accionistas, la parte del beneficio neto que obtienen en consecuencia de la inversión que realizaron. Este beneficio neto se obtiene después de haber hecho frente a todos los gastos y costes devengados por la empresa.

Tabla 4.3. Rentabilidades económicas y financieras expresadas en tanto por ciento.

| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------------------------|------|------|------|------|
| RENTABILIDAD ECONÓMICA | 4% | 6% | 6% | 7% |
| RENTABILIDAD FINANCIERA | 5% | 6% | 7% | 7% |

Fuente: *Elaboración propia*

Como podemos observar los valores de Rentabilidad Económica presentan estabilidad en el periodo analizado, representando en 2014 el mayor valor con un 7%. A lo largo del periodo analizado se incrementa tanto el valor de Activo Total como el Beneficio Antes de Intereses e Impuesto, el primero aumenta tan solo un 1,3%, mientras que el segundo lo hace en un 57%.

Respecto a los valores de Rentabilidad Financiera, también presentan una tendencia estable, concluyendo en 2014 en un 7%, cifra idéntica a la del año anterior. Esto significa que por cada euro invertido en la empresa, los accionistas obtienen 7 céntimos de beneficio neto. Este beneficio puede ser repartido como dividendo o puede reinvertirse en la propia empresa, dependiendo de la política de cada empresa. En nuestro caso, por lo que hemos visto, el beneficio neto se utilizan para autofinanciar las empresas bodegueras.

De esta manera podemos observar como ambas rentabilidades presentan magnitudes crecientes en un periodo analizado caracterizado por la desaceleración económica. En este sentido tanto la rentabilidad económica como financiera presentan retornos adecuados a las inversiones realizadas y a los accionistas de las sociedades.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Conforme avanzaba la realización del presente trabajo, iban surgiendo nuevas ideas a tratar, descartándose aspectos iniciales, o depurándose las ideas existentes. Dada la dificultad de abarcar tantos aspectos y la problemática de espacio, se ha decidido incluir un apartado en el que se sugieren futuras líneas de investigación que podrían completar el presente estudio.

Dada la estructura utilizada en la realización del trabajo, se ha decidido incluir las conclusiones dividiendo por un lado las referidas a la parte general sobre el mercado del vino, y por otro lado, incluir conclusiones específicas referentes al estudio práctico. Estas diferentes conclusiones se expondrán a continuación de manera enumerativa.

5.1. Conclusiones generales.

Atendiendo a los diferentes capítulos incluidos y para seguir un orden en relación a ellos, podemos señalar lo siguiente:

- Cada vez van adquiriendo mayor importancia los países del Nuevo Mundo, perjudicando el dominio tradicional sobre el mercado del vino de los países europeos. En este sentido, España debería implementar su posicionamiento estratégico y revisar sus políticas de exportación.
- El consumo del vino tras un acusado descenso en los últimos años, está tendiendo a estabilizarse. Esta disminución del consumo de vino es ocasionada por la presente moda de profesionalizar el beber vino. Esto está ocasionando que productos sustitutivos como el agua, la cerveza y los refrescos, ganen terreno al consumo del vino. Esta situación debería ser objeto de reflexión por parte del sector vinícola español que quizás debiera fomentar y educar a los más jóvenes en el consumo moderado y saludable del vino.
- En nuestro país la sociedad opta por un mayor consumo de vinos de calidad en sus hogares, en lugar de consumirlos en locales públicos. En este sentido, los canales de restauración deberían reflexionar sobre la política de sus precios de venta al público de los vinos, donde su manipulación no es excesivamente costosa.
- La peculiar estructura del sector vitivinícola en España caracterizada por pequeñas bodegas que elaboran un vino de gran calidad imposibilita el hacer frente a los costes que supone la exportación. Así España es el exportador por excelencia de vinos a granel, menos costosos de elaborar. Ello hace que aunque nos situemos a la cabeza en lo que a superficie de viñedo cultivada a nivel mundial se refiere, y estemos en el pódium de los productores de vino, nuestros ingresos por la exportación de vino no estén correlacionados con el gran volumen de litros de vino

que exportamos. En definitiva, España debería especializarse en exportar vinos de calidad elevada.

- La multitud de D.O.P. e I.G.P. con las que contamos en nuestro país y la variedad de vinos de gran calidad que se realizan, pero que se atribuyen a cada D.O.P. hace que no exista una marca de vino español propia. De cara a vender nuestros vinos en el extranjero dificulta la venta, puesto que hay miles de competidores y el consumidor extranjero no sabe qué vino tiene que comprar para probar el vino español como tal.
- La legislación y normativa que rige el mundo del vino es muy amplia y dispersa. El hecho de que nuestro país cuente con multitud de Consejos Reguladores en cada una de las Comunidades Autónomas que lo forman, hace que la normativa que aplica cada uno de ellos sea específica de cada Consejo Regulador completando y en concordancia con la legislación europea. Este hecho hace que no podamos describir una normativa general y común para toda nuestra nación. En nuestra opinión deberían unificarse las legislaciones autonómicas para permitir un marco legal único y claro que facilite la imparable globalización del sector vinícola.
- Las diversas peculiaridades de las empresas vitivinícolas hace crear una adaptación sectorial, para la contabilidad de las existencias, debido a que por tipo de envejecimiento del vino que elaboren, deben estar en la empresa más de un año. Lo que complica su clasificación como activo no corriente o activo corriente.
- En el ámbito fiscal se plantea un debate sobre la elevación de los impuestos especiales sobre el alcohol que incidiría en su consumo y en las exportaciones. Existe también una dimensión social cuantificable por el gasto sanitario derivado de un consumo de alcohol no moderado que lleva implícitos gastos médicos y laborales. Algunos opinan que la recaudación impositiva derivada del alcohol debería elevarse.
- La D.O.P. Ribera del Duero está en continuo crecimiento. En el pasado año su cuota de ventas representaba el 25% de las ventas de vino con D.O.P. de nuestro país.
- Busca fomentar el consumo de vino entre el público más joven realizando multitud de patrocinios e iniciativas que involucran la participación de un público creativo e inconformista. Desvinculando la visión del vino con un producto snob, y haciéndolo más cercano y atribuible a pasar un buen rato entre amigos.

- La gran estrategia de marketing y comunicación que llevan a cabo, les ha hecho evolucionar y crecer en poco más de dos décadas de vida. Situando el vino que elaboran entre los mejores de nuestro país y los más vendidos.
- Su estrategia trata por la elaboración de vino de gran calidad en pequeñas empresas bodegueras cooperativas. Prestando una mayor atención y control a todo el proceso de elaboración del vino hasta que éste sale al mercado.
- Su objetivo futuro principal es la internacionalización. Llevar sus vinos por todos los sitios del mundo, para lo que no dudan en asociarse con otros Consejos Reguladores.

5.2. Conclusiones específicas de la D.O.P. Ribera del Duero.

Tras un primer análisis general y más teórico. Nos centramos en el estudio de la caracterización de las grandes bodegas que conforman en torno al 40% de la facturación de la D.O.P. Ribera del Duero, queriendo dar así ideas de cómo actúan y representan el sector vinícola.

Estas conclusiones son sacadas del estudio promedio de las seis cuentas anuales de las grandes bodegas representativas de Ribera del Duero. Haciendo hincapié en las peculiaridades individuales que hemos considerado de especial relevancia.

- Se trata de un sector que goza de una muy buena autofinanciación. Está haciendo desaparecer aceleradamente sus deudas con terceros y ampliando su patrimonio neto.
- Su composición económica cuenta con más activos a largo plazo que a corto, debido a las características de este tipo de empresas compuestas fundamentalmente por instalaciones, maquinaria y terrenos.
- No tienen problemas de liquidez ni de solvencia puesto que cuentan con recursos más que suficientes para hacer frente a sus deudas con terceros. Esto significa claramente que las grandes bodegas de Ribera de Duero han sufrido un profundo cambio en las últimas décadas con crecimientos de producción y comercialización inimaginables.
- Se trata de un sector poco subvencionable, en el que la casi total parte de variaciones en su patrimonio neto son a causa de la incorporación de los positivos resultados de ejercicio.
- Pese a la crisis económica que ha sufrido nuestro país en los últimos años, la muestra objeto de estudio ha aumentado su resultado del ejercicio durante todo el periodo analizado.

- La práctica totalidad de la composición de su resultado, se debe a su actividad principal, la elaboración del vino. No dedicándose a prácticas especulativas.
- En el ámbito contable hay que destacar los resultados positivos obtenidos y las rentabilidades de las empresas en el sector analizado, que representan sin duda a un sector joven, con recorrido futuro y posibilidades de crecimiento.

5.3. Futuras líneas de investigación.

Debido a la imposibilidad de abarcar tantos temas como los que han ido surgiendo a lo largo de la elaboración del presente trabajo, se exponen a continuación una serie de futuras líneas de investigación que podrían realizarse tanto en el ámbito universitario como en el profesional con el objetivo de ampliar o completar el presente estudio.

- Completar los aspectos económicos que genera el mercado del vino a nivel internacional y nacional.
- Ahondar en la legislación y normativa legal que engloba el mundo del vino. Tratando de averiguar si las mismas condicionan decisivamente las ventas en el sector.
- Especificar más detalladamente la fiscalidad y marco contable que deben seguir las empresas vitivinícolas.
- Caracterización de las empresas bodegueras cooperativas de la D.O.P. Ribera del Duero. Este tipo de empresas son las que conformar mayoritariamente el Consejo Regulador.
- Comparativa con las grandes bodegas de otra importante y reconocida D.O.P. como puede ser Rioja.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Llorente Olier, J. I. (2010): *Manual de análisis de cuentas anuales*. CEF, Madrid

Peñín, J. (2008): *Historia del Vino*. Espasa Calpe S.A., Madrid.

Rey Hazas, A. (2010): *El vino y su mundo*. Eneida, Madrid.

ARTÍCULO PERIÓDICO DIGITAL

Maté, V. (6 de abril de 2015). *España lidera el comercio mundial del vino aunque reduce sus ingresos*. EL PAIS.

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

PÁGINA WEB CONSEJO REGULADOR RIBERA DEL DUERO:

<http://www.riberadelduero.es/>

REVISTA DIGITAL: <http://www.winesfromspain.es/>

LEGISLACIÓN Y NORMATIVA

España. Ley 6/2015 de 12 de mayo, de *Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico*. Boletín Oficial del Estado, 13 de mayo de 2015, 114: 41158-41187.

España. 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, 23 de abril de 2015, 97: 35493-35519.

España. Ley 24/2003, de 10 de julio, de *la Viña y del Vino*. Boletín Oficial del Estado, 11 de julio de 2003, 165: 27165-27179.

Comisión Europea. Reglamento (CE) nº 491/2009 del Consejo, de 25 de mayo de 2009, que *modifica el Reglamento (CE) n o 1234/2007 por el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas (Reglamento único para las OCM)*. Diario Oficial de la Unión Europea, 17 de junio de 2009, L 154: 1-56

Unión Europea. Reglamento (UE) nº 251/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, *sobre la definición, descripción, presentación, etiquetado y protección de las indicaciones geográficas de los productos vitivinícolas aromatizados, y por el que se deroga el Reglamento (CEE) n o 1601/91 del Consejo*. Diario Oficial de la Unión Europea, 20 de marzo de 2014, L 84: 14-34.

INFORMES

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *"Principales mercados mundiales del vino" y "Exportaciones mundiales del vino" a junio de 2015*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *Arranca la presente campaña con una reducción del -3,6% en las existencias de vino*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *El balance de la campaña 2013/2014 se cierra con un stock de 33,3 millones de hectolitros*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *La facturación del vino español en 2014 alcanzó los 4.357 millones de euros para un volumen de 43,1 millones de hectolitros*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *La OIV estima una producción mundial de vino en 2015 de 275,7 millones de hectolitros*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *La previsión del MAGRAMA a octubre asciende la estimación de producción a los 40,573 millones de hectolitros*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *La superficie del viñedo en España se sitúa en las 954.659 hectáreas en 2015 (+0,4%)*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *Las Comunidades Autónomas declaran una producción de 43,4 millones de hectolitros para la campaña 2014/2015*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *Los hogares españoles prefieren los vinos con denominación de origen*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *Mercados mundiales de vino, con margen de crecimiento para España*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *España, séptimo mayor consumidor de vino y 33º en consumo per cápita*.

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *La prevision del MAGRAMA a octubre asciende la estimación de producción a los 40,573 millones de hectolitros*.

BIBLIOGRAFÍA

Observatorio Español del Mercado del Vino (2015). *Las Comunidades Autónomas declaran una producción de 43,4 millones de hectolitros para la campaña 2014/2015.*

Organización Internacional de la Viña y del Vino (2015). *Aspectos de la coyuntura mundial.*

Organización Internacional de la Viña y del Vino (2016). *Elementos de coyuntura mundial.*

www.winesfromspain.es. (2015). *El vino en cifras.*

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

Boletín Oficial del Estado (2015): "*Códigos Electrónicos. Impuestos especiales*". En red:

https://www.boe.es/legislacion/codigos/codigo.php?id=063_Impuestos_especiales&modo=1

Junta de Castilla y León (2015): "Pliego de condiciones de la D.O.P. <<Ribera del Duero>>"PDO-ES-A0626. En red:

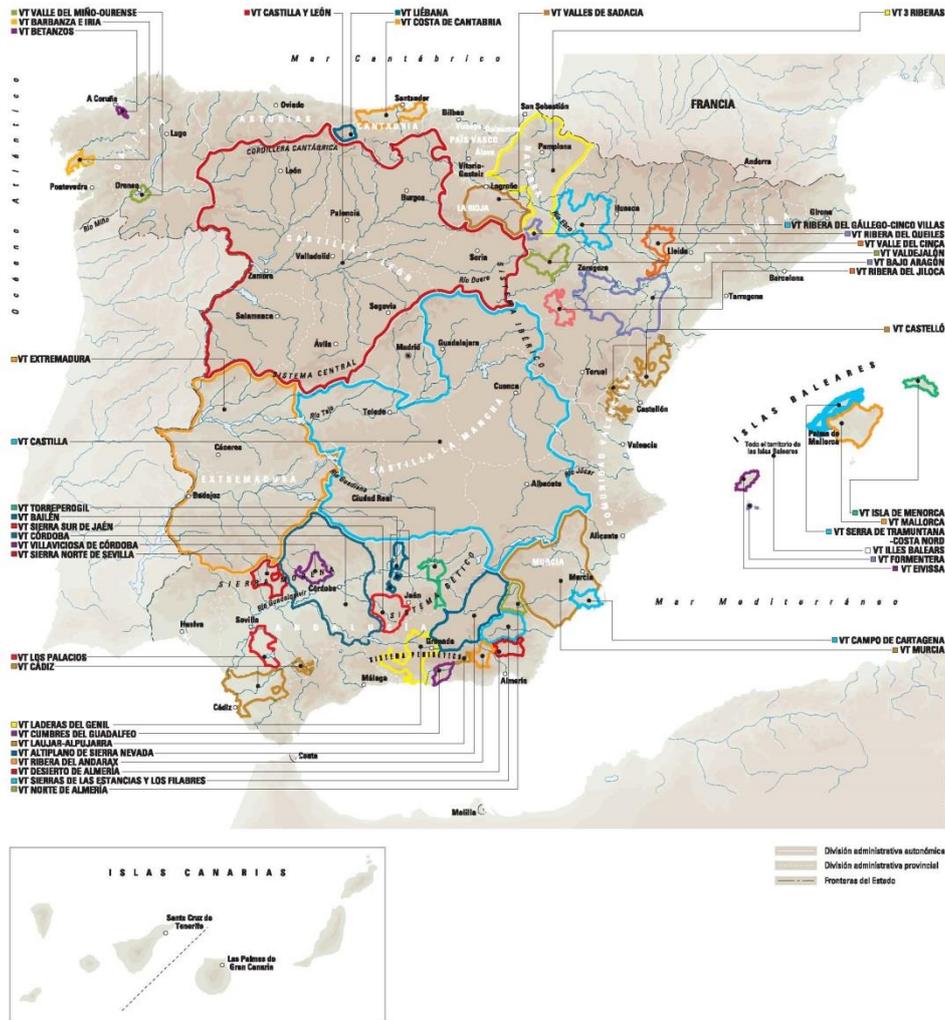
<http://www.riberadelduero.es/es/la-do-ribera-del-duero/la-do-ribera-del-duero#section-5>

ANEXOS

ANEXO I: Mapa de España con las diferentes D.O.P e I.G.P.

Como se menciona en el apartado 1.3.2 Denominaciones de Origen, nuestro país cuenta con numerosas zonas con D.O.P e I.G.P. todas ellas repartidas en la totalidad de las Comunidades Autónomas que conforman nuestro país. Para conocerlas de un modo más gráfico, se muestran a continuación dos mapas nacionales en el que vienen indicadas cada una de estas zonas y que se han recogido de la revista digital www.winesfromspain.com.

WINES from SPAIN



41 INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS / VINOS DE LA TIERRA

| | | | | | |
|--|---|--|---|---|----------------------------|
| VT 3 RIBERAS VT ALTIPLANO DE SIERRA NEVADA VT BALEN VT BAJO ARAGÓN VT BARBANZA E IBA VT BETANZOS VT CADIZ VT CAMPO DE CARTAGENA | VT CASTELLÓ VT CASTILLA Y LEÓN VT CORDOBA VT COSTA DE CANTABRIA VT CUMBRES DEL GUADALFE VT DESIERTO DE ALMERIA VT CIVISSA | VT EXTREMADURA VT FORMENTERA VT ISLA DE MENORCA VT LADERAS DEL GENIL VT LAJARA-ALPILARRA VT LEBANA VT LOS PALACIOS | VT MALLORCA VT NORTE DE ALMERIA VT RIBERA DEL ANDARAX VT RIBERA DEL GALLEGU-CINCO VILLAS VT RIBERA DEL JILOCA VT RIBERA DEL QUELES VT SIERRA DE TRAMUNTANA-COSTA NORD | VT SIERRA NORTE DE SEVILLA VT SIERRA SUR DE JAÉN VT SIERRAS DE LAS ESTANCIAS Y LOS FILABRES VT TORREPERDIGIL VT VALDEJALÓN VT VALLE DEL CINCA VT VALLE DEL MIÑO-QUEENSE VT VALLES DE SADACIA | VT VILLAVICIOSA DE CÓRDOBA |
|--|---|--|---|---|----------------------------|

ANEXO II: Entrevista a D. Miguel Sanz Cabrejas, Director General del Consejo Regulador Ribera del Duero.

Para la consecución de la entrevista, tuve que desplazarme hasta Roa, lugar donde se encuentra la sede del Consejo Regulador Ribera del Duero.

Desde el instante en que me puse en contacto vía correo electrónico con D. Miguel Sanz Cabrejas, me demostró su accesibilidad y cercanía, atendiendo a mi correo rápidamente y prestándome su total colaboración.

El día de la entrevista en Roa, D. Miguel me ofreció todo el tiempo necesario hasta terminar todas aquellas cuestiones que quería realizarle. A parte de contestar sin tapujos a todas y cada una de las cuestiones que conformaban la entrevista preparada, me mostró una presentación que días antes había expuesto ante los alumnos de un máster de la Universidad de Valladolid.

Agradecerle su amabilidad y disposición, que ha logrado sin duda, aumentar el valor añadido de este Trabajo Fin de Grado.

PREGUNTA: ¿Cuál es su opinión sobre el sector del vino?

RESPUESTA: El sector del vino ha ido descendiendo su consumo en los últimos años. España es uno de los principales productores de vino y sin embargo no se consume demasiado, consumen más países que no producen tanto como nuestro vecino Portugal. La problemática surge también porque la mayoría de los vinos españoles exportados son vinos a granel.

Nuestra D.O. apuesta por una estrategia de calidad, vinos de alto valor añadido. No se producen grandes volúmenes pero si vinos de muy alta calidad. En la D.O. Ribera del Duero no se producen vinos a granel, solo vinos de alta calidad para su internacionalización.

PREGUNTA: ¿Qué opina sobre el descenso del consumo de vino? ¿Cómo lo potenciaría, sobre todo entre los jóvenes?

RESPUESTA: En España el vino anteriormente estaba considerado un alimento, era habitual ver a la gente consumir vino a la hora de comer y en su vida diaria, para el aporte calórico que requiere el cuerpo. Ahora no, se ha convertido en un producto que los jóvenes ven como ajeno a ellos. Un ejemplo es el grado de exigencia que muchas veces se exige a un consumidor en su relación con el vino. Vas a un restaurante a comer o cenar con tus amigos, y viene un hombre vestido de negro, con una carta de vinos, los cuales ni conoces ni sabes nada de ellos, para que elijas uno. Una vez lo eliges ese mismo hombre de negro, te lo descorcha y te hace olerlo y probarlo para ver qué te parece. Toda la mesa está mirándote y pendiente de cuál es tu

contestación. Del mal rato que pasas ante esa situación no vuelves a pedir vino.

Se ha profesionalizado demasiado el consumo del vino, dando la sensación de que todos están obligados a haber estudiado enología o saber sobre ella. Esto ha retraído al consumidor.

También el consumo de la cerveza, los vinos blancos o bebidas espirituosas se han convertido en competidores directos.

Esto no ocurre en otros países. En EEUU, por ejemplo, es habitual ver a jóvenes consumiendo vino en las discotecas por ejemplo. Consumen mucho más vino los jóvenes de allí.

Desde nuestra D.O. Ribera del Duero para potenciar el consumo entre los jóvenes, hemos elegido diferentes campañas, asociándonos a actividades asociadas a la creatividad por ejemplo colaborando con escuelas de diseño, a los que se premiaba su creatividad realizando diseños inspirados en el vino.

Buscamos gente como nuestros viticultores, con afán de superación, inconformistas y con gran creatividad. Ellos tienen que demostrar este carácter ante las dificultades climáticas y de los suelos de estas tierras.

También lo fomentamos con campañas unidas a la literatura, a PhotoEspaña..., y realizando catas. Queremos transmitir la sencillez que es beber vino, la accesibilidad del producto y sobre todo, que se vincule a disfrutarlo con los amigos.

Y con las Universidades, que cada vez son más las que imparten asignaturas de enología y temas relacionados con el vino.

PREGUNTA: ¿Qué le parece la legislación que rige al vino? Reglamento comunitario y estatal.

RESPUESTA: Puede resultar compleja. La legislación la dicta Europa, esta delega poderes en una institución pública de cada Estado, en el caso de España en el MAGRAMA. Cuando España se dividió en las diferentes CC.AA. el MAGRAMA delegó poderes a las distintas CC.AA. en nuestro caso la Junta de Castilla y León. Y esta los delega para su cumplimiento en los Consejos Reguladores, que son entes públicos de cada CC.AA. encargados de hacer que esa normativa se cumpla y pueden aumentar con mayores especificaciones y aumentando el sistema de control. Pero siempre de acuerdo a lo estipulado por Europa.

PREGUNTA: ¿Tienen utilidad las D.O.P.? ¿La D.O.P. Ribera del Duero es útil?

RESPUESTA: Sí, muchísima. Europa se percató de que el vino se estaba convirtiendo en un producto de gran calidad, y necesitaba protección, había que protegerlo. Lo mismo que ocurrió con otros productos como el queso parmesano italiano o el jamón ibérico.

Hemos pasado de vinos de graneles a vinos de calidad. Ribera del Duero ha pasado de producir claretes y graneles a tener marcas como Vega Sicilia, que por su volumen y marca no tendría por qué estar en la D.O. pero sin embargo está.

Las D.O. mejoran la región, aumentan la calidad y el valor. Crean valor añadido, generan industria auxiliar, turismo enológico, ocupan a la región, fomentan la vivencia en estos pueblos que si no estarían deshabitados, y todo ello es gracias a las Denominaciones de Origen.

PREGUNTA: ¿Estáis coordinados entre los diferentes Consejos Reguladores?

RESPUESTA: Nosotros sí. Nos reunimos frecuentemente con el Consejo Regulador de Rioja, comentamos diferentes aspectos, estudiamos si hay problemática e intentamos dar soluciones conjuntas...

También el año pasado hicimos una campaña en EE.UU. con el Consejo Regulador de Rueda, para dar a conocer y potenciar nuestros vinos.

Existe una colaboración a nivel regional entre todos los Consejos de Castilla y León. Sabemos que son nuestros competidores, pero ello nos ayuda a crecer y evolucionar, porque es una competencia sana y todos nos enfocamos en vender vinos de calidad.

PREGUNTA: ¿Qué labor tiene el Consejo Regulador?

RESPUESTA: Nuestra función principal es avalar con nuestro sello la autenticidad de los vinos de esta Denominación de Origen, asegurando al consumidor que cada botella que lleva una contraetiqueta numerada ha superado rigurosos controles antes de llegar a sus copas.

La capacidad de cumplir la normativa de la E.U. y establecer especificaciones, realizar actividades de administración. El órgano de control aunque pertenezca al Consejo Regulador se rige directamente por la Junta de Castilla y León, en lo que ellos deciden no nos permite tomar partido.

PREGUNTA: ¿Realmente es fiable la actuación de las bodegas respecto de la D.O.P.? ¿Surgen muchas descalificaciones?

RESPUESTA: Sí. Claro que han surgido descalificaciones pero no representan una cifra importante.

La normativa del Consejo Regulador es de obligado cumplimiento para todos los inscritos y su incumplimiento podría llevar acarreado importantes sanciones. En Ribera del Duero hacemos un control exhaustivo de nuestros vinos, desde que se recoge la uva, hasta que el vino está dentro de la botella. En agosto vamos a las diferentes viñas para ver la cantidad de uva. Y si vemos que se va a generar más de lo permitido, 7000 kg/ha, hacemos que se reduzca la cantidad de uva en cepas arrancando racimos. Durante la cosecha se contratan a unos 240 veedores auxiliares que se encargan de verificar que la uva se cosecha en cada finca y que no entra uva foránea. Los viticultores poseen tarjetas inteligentes que permiten saber la parcela de la que ha salido esa uva, la cantidad que llevan, etc. En nuestras viñas se produce una media de 4000 kg por hectárea, y si alguna produce más de 7000kg, se deshecha la cosecha entera.

También se controla la trazabilidad de la uva a la botella, sabiendo en todo momento la cantidad de uva que ha entrado a la bodega y cuanta ha ido destinada a cada botella.

Existe un control muy riguroso y se realizan auditorias para corroborar que las bodegas cumplen con la normativa en vigor.

PREGUNTA: ¿Cuáles considera sus principales competidores? ¿Qué opina sobre ellos?

RESPUESTA: Del denominado Nuevo Mundo, nuestros competidores son Argentina, Chile y Australia. Sobre todo Australia porque tienen un vino muy correcto, fácil de beber y con unos precios muy competitivos.

Sudáfrica aunque está creciendo mucho aun no es nuestro competidor porque no produce tan grandes volúmenes.

Y del Viejo Mundo, nuestros principales competidores son Francia e Italia.

PREGUNTA: ¿Existe una asociación del sector del vino en España? ¿Y en el mundo?

No como tal. Sí que existe una figura de asociación mundial como es la OIV. Y otra a nivel nacional como es el OeMv. A nivel Consejos Reguladores existe la CECRV.

PREGUNTA: Respecto a la D.O.P. Ribera del Duero, ¿Cuántos empleados hay?

RESPUESTA: 21 empleados. 8 pertenecientes al órgano de control y 13 al órgano de gestión.

PREGUNTA: ¿Qué criterios tiene que tener una zona para ser D.O.P.?

RESPUESTA: Demostrar esa especificidad. Que elabora algo único e inimitable a nivel mundial.

Los vinos deben ser elaborados en esa zona geográfica con uvas procedentes de la misma.

Tiene que demostrar que produce un vino único en esas características, que si coges una viña y la plantas fuera de la zona no vas a obtener los mismos resultados.

También es necesario que los vinos producidos en esa zona disfruten de un elevado prestigio en el tráfico comercial.

PREGUNTA: ¿Cómo se toma la decisión de qué cantidad de la vendimia se destina a cada tipo de vino, con la estrategia que ello requiere?

RESPUESTA: Dependiendo de la calidad y características de las uvas. Depende de cada añada y las características de sus uvas si van a aguantar mucho tiempo y van a dar una mejor calidad en el tiempo.

Otro aspecto es la estrategia de la propia bodega y como quiere destinar la vendimia.

PREGUNTA: ¿Así como en marketing existe una gran información, porque en el tema de contabilidad no? ¿Por qué ese recelo a conocer la estructura económico financiera si es también información de carácter público?

RESPUESTA: Hay que recordar que según la ley de la Viña y el Vino la misión de un Consejo Regulador sólo es la del control de calidad de los vinos producidos y la promoción de los mismos. Nada más. La mayoría de nuestras bodegas son de pequeño tamaño, en muchas ocasiones el propietario es el propio fundador y no tiene muchos empleados. Externalizan las labores contables a gestorías y ellos mismos no la llevan porque no están profesionalizados. Otro aspecto a destacar es el carácter castellano, somos muy desconfiados, y al no ser labor del Consejo Regulador el controlar la contabilidad de las bodegas muchas de ellas son reacias a proporcionar esa información.

PREGUNTA: ¿Cuál cree usted que va a ser la tendencia futura del sector del vino? ¿Qué aspectos habría que cambiar o fomentar más?

RESPUESTA: Aumentar el profesionalismo. Crear fidelidad. Poner el foco en el consumidor totalmente. Estudiar lo que quiere el consumidor para la internacionalización.

Hasta ahora el vino era un producto. Cuando el consumidor va a un establecimiento le cuesta 3 segundos tomar su decisión de compra, ahí es

dónde hay que entrar. Mejorar y hacer hincapié en la imagen del producto, profundizar en el posicionamiento que queremos seguir, descubrir cómo hacer que el consumidor se fije en mí. Pero sobre todo, lo más importante es la internacionalización.