

UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche



Grado en Administración y Dirección de Empresas

Trabajo fin de Grado

Curso académico 2017-2018

El sector del vino en la provincia de Alicante:

El caso de Bodegas Enrique Mendoza, S.L.

Alumno: David Soriano Alfaro

Tutor: Javier Reig Mullor

RESUMEN

El sector industrial a analizar está relacionado con las actividades de la producción, recolección y elaboración vino, que corresponde al Código Nacional de Actividades Económicas (CNAE) Fabricación de bebidas CNAE 11. Dentro de este código nos encontramos varios subsectores, entre ellos el de la elaboración de vinos con código de identificación 1102 que es el que se va a analizar en el presente trabajo. España tiene un peso muy importante a nivel mundial en el sector del vino, ya que se encuentra entre los tres países de mayor producción por detrás de Italia y Francia.

Este sector aporta riqueza al país ya que el saldo comercial es positivo, eso quiere decir que las exportaciones son mayores a las importaciones. En el año 2003 la demanda exterior se iguala con el consumo interno, y es a partir de este año donde las exportaciones continúan en aumento superando la demanda interna, que no deja de disminuir. Es por esto, que el mercado exterior es de suma importancia para el sector de la elaboración del vino. España como productor está bien posicionada en el rango calidad-precio, teniendo como asignatura pendiente la mejora en los precios de los vinos a granel.

De entre todas las empresas de la provincia de Alicante se ha optado por realizar un estudio sobre una de las bodegas más representativas, Bodegas Enrique Mendoza, S.L. Para realizar el análisis se ha optado por la elección de unos criterios económicos para formar un grupo base, de características similares con el que con el que se comparará la empresa Bodegas Enrique Mendoza, S.L. Además se comentarán las importaciones, exportaciones y la balanza comercial del sector del vino en la provincia de Alicante y a nivel nacional.

Después de realizar el estudio comparativo de los ratios de índole económico-financiero entre la Bodegas Enrique Mendoza, S.L. y el grupo base, se puede afirmar que la empresa tiene una posición más favorable que las empresas con las que se ha comparado.

ÍNDICE

RESUMEN	2
1. INTRODUCCIÓN	4
2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS	5
3. BODEGAS ENRIQUE MENDOZA, S.L.	7
4. DENOMINACIÓN DE ORIGEN	9
4.1. DO ALICANTE PRODUCCIÓN.....	11
5. INFORMACIÓN DEL SECTOR	13
6. COMERCIO EXTERIOR.....	18
6.1. EVOLUCIÓN COMERCIALIZACIÓN DEL VINO	20
6.2. EXPORTACIONES	21
6.3. IMPORTACIONES	26
6.4. BALANZA COMERCIAL.....	30
7. ANÁLISIS ECÓNOMICO-FINANCIERO	33
7.1. ANÁLISIS DE LA LIQUIDEZ.	35
7.1.1. RATIO DE LIQUIDEZ	35
7.1.2. PRUEBA ÁCIDA	36
7.1.3. RATIO DE TESORERIA	38
7.1.4. ROTACIÓN Y PLAZO CLIENTES	39
7.2. ANÁLISIS DE LA SOLVENCIA.....	40
7.2.1. RATIO DE CALIDAD DEL PASIVO	41
7.2.2. RATIO DE CALIDAD DE LA DEUDA FINANCIERA	42
7.2.3. RATIO DE SOLVENCIA A LARGO PLAZO	43
7.2.4. RATIO DE COBERTURA DEL ACTIVO NO CORRIENTE	44
7.2.5. RATIO DE ENDEUDAMIENTO	45
7.3. ANÁLISIS ECONÓMICO.	46
7.3.1. MARGEN DE EXPLOTACIÓN.....	46
7.3.2. RATIO DE ROTACIÓN DE ACTIVOS.....	47
7.3.3. COBERTURA DEL GASTO DE PERSONAL	49
7.3.4. COSTE MEDIO PERSONAL	50
7.3.5. CONTRIBUCIÓN DEL PERSONAL A LA GENERACIÓN DE VENTAS	51
7.4. ANÁLISIS DE LAS RENTABILIDADES.....	52
7.4.1. RENTABILIDAD ECONÓMICA (ROA).....	52
7.4.2. RENTABILIDAD FINANCIERA.....	53
7.4.3. RENTABILIDAD DE LOS CAPITALES INVERTIDOS (ROIC).....	54
7.4.4. APALANCAMIENTO FINANCIERO	55
8. CONCLUSIONES	57
9. BIBLIOGRAFÍA	59

1. INTRODUCCIÓN

El sector vitivinícola posee importantes raíces a nivel nacional y regional. Cabe destacar a la provincia de Alicante, como una de las más dinámicas a nivel industrial, localizando, entre toda la superficie que la compone, una gran variedad de actividades que conforma uno de los territorios más desarrollados industrialmente en todo el Estado, destacando por diferentes sectores, como por ejemplo, el turismo, el calzado, el juguete, el mármol y las industrias de transformación hortofrutícolas y vitivinícola.

El objetivo del presente trabajo de fin de grado, es analizar el sector del vino en España, comparando una de las empresas más representativas del sector vitivinícola de la provincia de Alicante, Bodegas Enrique Mendoza, S.L., con un grupo de empresas de características similares. Se ha optado por la elección de unos criterios preestablecidos para poner en relieve los datos económicos y financieros, así como su estado y evolución en la serie de años 2013-2015, para formar un grupo base del cual se podrá obtener información relevante de la situación de la Bodegas Enrique Mendoza, S.L. respecto a empresas que compiten en el sector y de similares características.

El sector a analizar está relacionado con las actividades de la producción, recolección y elaboración vino, correspondiente al Código Nacional de Actividades Económicas (CNAE) elaboración de bebidas, y dentro de este sector nos encontramos varios subsectores, en lo que se refiere a la empresa Bodegas Enrique Mendoza, S.L. corresponde al código 1102 Elaboración de vinos.

Inicialmente, en el trabajo, a modo de introducción, se hará una breve referencia de antecedentes históricos de la vid, así como su introducción en España. A continuación, se comentarán datos sobre la empresa Bodegas Enrique Mendoza, S.L., se hablará de las características generales así como la ubicación y explotación de la empresa. Seguidamente se desarrollará el epígrafe de la denominación de origen de Alicante (DO). Se comentarán los datos de la evolución del sector, la evolución del número de empresas en función del número de trabajadores, la evolución del tipo de sociedades. Seguido a esto, se desarrollarán los epígrafes de la producción y ventas nacionales, comercio exterior, exportaciones e importaciones y la balanza comercial.

Dentro del estudio económico financiero del sector, la metodología a seguir consistirá en calcular la mediana de las empresas de similares características que compiten en el mismo sector, obteniendo los datos para poder realizar el análisis de liquidez, el análisis de solvencia, el análisis económico, el análisis de rentabilidades y, finalmente, las conclusiones obtenidas del estudio realizado, así como analizar la situación en que se encuentra la industria del sector vitivinícola.

2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La vid es un arbusto del género *vitis* originario de Asia. Se cultiva tanto en el hemisferio norte como en el hemisferio sur. Su fruto, la uva, crece en forma de racimo y se divide en dos partes: la raspa y los granos de la uva. Los granos de uva están formados por la piel, que aporta color y aroma al vino. Las pepitas o semillas son las que proporcionan los taninos (sustancias astringentes que otorgan carácter al vino y permiten su conservación). El ciclo de la uva (maduración), atendiendo a la situación geográfica de España (hemisferio norte), se puede dividir en tres partes: (Sampere Sánchez, 2012)

- Periodo herbáceo: se inicia en el momento que se forman las uvas hasta el momento que empiezan a cambiar de color, suele corresponder con el inicio de primavera (meses de febrero-marzo).
- Periodo traslúcido: momento en el cual los granos engordan y cambian de color, desaparece la clorofila (meses de abril-mayo-junio).
- Periodo maduración: periodo donde se forman los taninos, acumulan los azúcares y pierde la acidez, alcanzando el momento óptimo de maduración (julio-agosto-septiembre).

Según algunos vestigios, los inicios de la viticultura en la península ibérica podrían datar del 3000-4000 a. de C. lo que puede poner de manifiesto la importancia y antigüedad del cuidado y producción de esta planta en nuestro territorio. En Europa, tras la caída del Imperio Romano, el desarrollo de la viticultura estuvo en manos de los monjes, que aprovecharon los viñedos romanos para mejorar los métodos de elaboración del vino.

Indicar que España es uno de los principales productores desde la Edad Media hasta hoy en día (Sampere Sánchez, 2012).

En España, en concreto, el primer viñedo se localizó en La Rioja, siendo la primera comunidad autónoma que embotelló este producto en el siglo XIX, lo que eliminó el sistema de barrica utilizado hasta entonces y aumentó así la calidad de los vinos.

La Comunidad Valenciana es una de las regiones más antiguas en la viticultura en España, la situación geográfica así como la medioambiental, han facilitado la producción y el desarrollo de la viticultura. En la localidad de Denia y, concretamente en el yacimiento de Benimaquia, se sitúa uno de los símbolos más antiguos del viñedo en la provincia de Alicante.

El vino es un producto que se extrae de la fermentación de la uva y tiene distintas formas de ser clasificado. En primer lugar, se encuentran los vinos con denominación de origen protegida (DOP), que se desarrollará más adelante, o con indicación geográfica protegida (IGP), cuyo nombre geográfico de origen está reservado en uso. Por otro lado, también existen los vinos varietales, los cuales no tienen derecho ni al uso de una DO ni de una IGP.

Otra clasificación de los vinos es en función de su color: tinto, rosado o blanco. Algunas diferencias que podemos considerar además del color es el tiempo de maduración. Los tintos suelen tener una vida más larga que los blancos. En la que por ejemplo, el vino tinto no debería tener más de 13-14 grados de alcohol para no reducir su calidad, mientras que los blancos deben estar entre 10-11 grados de alcohol.

Por último, mencionar otra clasificación, por la añada (año de cosecha) o por el periodo de maduración entre los que se pueden encontrar cinco tipos: jóvenes (cosechero), sin crianza (vinos del año), crianza (que pasarán, dependiendo de algunas DO, algunos meses en barrica de roble), reserva y gran reserva. Su calidad aumenta dependiendo de varios factores como son: la mezcla del factor climatológico, el tipo de uva y el factor humano. Para los vinos crianza, reserva y gran reserva se utilizan barricas de diferentes maderas (roble, nogal, roble americano, etc.) otorgando cuerpo y carácter a los diferentes caldos.

Existen, a grandes rasgos, tres modelos de negocio en las empresas que se dedican a la elaboración de vino. El primero, es el de los grandes productores del llamado vino de mesa,

con menor valor añadido y alta rotación, donde se situarían los vinos a granel. El segundo, el de las grandes bodegas de vino de más calidad, cuyo consumo sería ocasional y con un precio medio alto. Y el tercero, el de los productores de vinos de autor o de pago, cuya oferta en series limitadas estaría destinada a un segmento limitado, para personas capaces de comprender y aceptar la relación calidad-precio. Dentro de este tipo de modelo de negocio, se encuentra la empresa en cuestión de la que se desarrollará este trabajo de fin de grado, Bodegas Enrique Mendoza, S.L.

La producción a nivel nacional en el año 2016 ha alcanzado 38,8 millones de Hl, de los que 20 millones corresponden a vino tinto y rosado, el resto es vino blanco, según los datos ofrecidos por el Ministerio de Agricultura, corresponde a una campaña productiva media.

De esta producción de vino, 15 millones de hectolitros se han declarado como vino para Denominación de Origen Protegida (DOP), 4 millones de hectolitros como vino con Indicación Geográfica Protegida (IGP) y 7 millones de hectolitros para varietales. El resto de vino declarado corresponde al que será comercializado como vino sin IGP (Indicación Geográfica Protegida).

3. BODEGAS ENRIQUE MENDOZA, S.L.

Esta bodega surgió en Alfaz del Pi, a finales de los años 70, gracias a su fundador Enrique Mendoza, a quien se le debe el nombre de la bodega, y quién, desde el principio, orientó su producción hacia vinos de consumo familiar. Uno de sus rasgos principales es la calidad de su producción, debido al esmero en el cuidado de sus viñedos, tanto desde el inicio de la producción, el cultivo de la uva, el control del agua, hasta la utilización de las mejores técnicas de viticultura para obtener un producto de excelente calidad.

Cabe mencionar, que cuentan con dos bodegas, una de crianza en Alfaz del Pi, dónde embotellan y posicionan sus vinos en el mercado nacional e internacional, y otra, dedicada a la elaboración, dónde se cultiva de forma sostenible con el medio ambiente, es decir, sin empleo de insecticidas ni herbicidas, situada en Villena, en la Finca del Chaconero.

Específicamente, en la Finca del Chaconero, se cuenta con técnicas avanzadas de dendrometría o viticultura de precisión, como se puede apreciar en la figura 1, las cuales logran entablar una especie de diálogo con las plantas, de modo que por medio de sensores se pueda identificar el estrés hídrico de la planta y en consecuencia obtener uvas más concentradas, frescas y de la mejor calidad.

Figura 1. Viticultura de precisión



Fuente: Bodegas Enrique Mendoza, S.L.

A su vez, en la bodega subterránea de Alfaz del Pí, se esfuerzan en el afinamiento de sus vinos, a través del cuidado del tiempo de permanencia en las barricas, las cuales son elegidas de los mejores bosques de Allier, Nevers, Americano Blanco Missouri o Americano Blanco Oregón, vigilando celosamente la temperatura y la humedad.

Bodegas Enrique Mendoza, S.L. utiliza diversas variedades de uva en la elaboración de sus vinos. Por mencionar algunas, serían: Chardonnay y Moscatel en vinos blancos, y Merlot, Cabernet Sauvignon, Pinot, PetitVerdot, Shiraz y Monastrell en vinos tintos.

A parte de comercializar y producir vino, esta empresa está desarrollando, un tipo de turismo que está en auge, el llamado “enoturismo”. Este turismo consiste descubrir los placeres de esta bebida a los menos conocedores y ampliar información técnica para los más concernidos en la cultura del vino. Para ello, realizan un recorrido detallado por las instalaciones de la bodega de Alfaz del Pi.

4. DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Dentro de España contamos con la Denominación de Origen (DO), que es un organismo que se encarga de certificar la calidad de los vinos producidos en determinadas regiones o comunidades y que cumplen diferentes características o requisitos establecidos por los Consejos Reguladores.

Normas tales como número de litros por hectárea, variedad de la vid, grado de alcohol, así como, las normas que deben cumplir para crianza o reserva por poner un ejemplo.

Para que un vino obtenga la DO es necesario que cumpla una serie de requisitos:

- Deben ser elaborados en la región o el lugar determinado de la Denominación de Origen con uvas procedentes exclusivamente de esa zona geográfica.
- Deben tener unas características especiales y una calidad que solo se puedan conseguir gracias al medio geográfico en el que se han elaborado.
- Deben gozar de elevado prestigio por su origen en el mercado.

Para conseguir el reconocimiento de la DO tienen que haber transcurrido, al menos, cinco años desde que se reconoció al vino como producto de dicha zona.”(Sampere Sánchez, 2012)

Indicar, que en nuestro país existen una gran variedad de plantas de vid, concretamente, más de 600 variedades, sin embargo el 80% de la producción a nivel nacional se concentra en 20 variedades destacando las siguientes: Tempranillo, Albariño, Airén, Macabeo, Cariñena y Monastrell. En relación a la provincia de Alicante destaca en su variedad de uva blanca: *Chardonnay*, *Sauvignon Blanc*, *Airen*. En uva tinta, las variedades que mayormente

4.1. DO Alicante producción.

Según los datos facilitados por la DO Alicante, en la campaña 2015-2016 se recogieron 31.192.155 kilos de uva de vinificación, lo que supone un 32,30% más que la campaña anterior que fue considerada de mínimo histórico en la zona, por la fuerte sequía.

Según los datos recogidos de producción para la última campaña con la que contamos los datos 2015-2016, la última cosecha aumentó un 30,26% respecto a la campaña anterior. Esta producción se clasifica, según los tipos de vino en: vino tinto, vino blanco y vino licor. En la tabla 1 se recoge las variaciones para cada tipo de vino en relación con la campaña anterior:

Tabla. 1 Diferencia campaña 2015/2016 con campaña anterior

	2015/2016 HI	%	Diferencia año anterior
Tinto	107.497	75,27%	38,83%
Blancos	31.384	21,98%	37,35%
Vino licor	3.925	2,75%	-58,01%
Total	142.806	100,00%	30,26%

Fuente: DO Alicante. Elaboración propia

Como se puede comprobar, la producción de vino tinto supera con creces el resto de productos, suponiendo más de las tres cuartas partes del total de la producción.

Gracias a los datos facilitados por la DO Alicante, se comentarán las ventas en volumen de la DO dentro del territorio nacional y fuera de nuestras fronteras para la campaña 2015-2016. Como se puede observar en la tabla 2, se va a diferenciar entre vino embotellado y vino a granel.

Tabla 2. Ventas a nivel nacional e internacional

COMERCIALIZACIÓN		2015/2016 HI	Variación/año anterior
NACIONAL	EMBOTELLADO	44.243,00	37,27%
	GRANEL	39.010,00	32,86%
	SUBTOTAL	83.253,00	70,13%
EXPORTACIÓN	EMBOTELLADO	33.116,00	27,90%
	GRANEL	2.339,00	1,97%
	SUBTOTAL	35.455,00	29,87%
TOTAL		118.708,00	100,00%

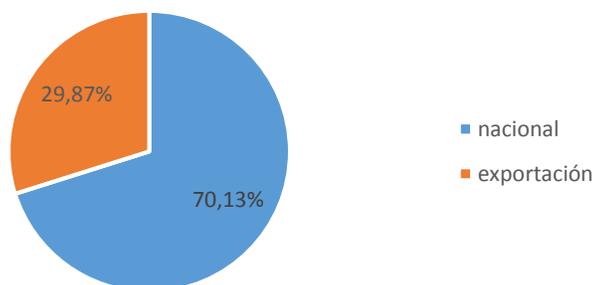
Fuente: DO Alicante. Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla 2, el mercado nacional es el principal destino para los vinos de la DO de Alicante, para esta campaña supone el 70,13%.

En el gráfico 1 se puede observar, qué parte de la producción de la DO Alicante se comercializa a nivel nacional y qué parte va destinada al comercio internacional, para la campaña 2015-2016.

Gráfico 1. Comercialización DO Alicante

Comercialización DO ALICANTE

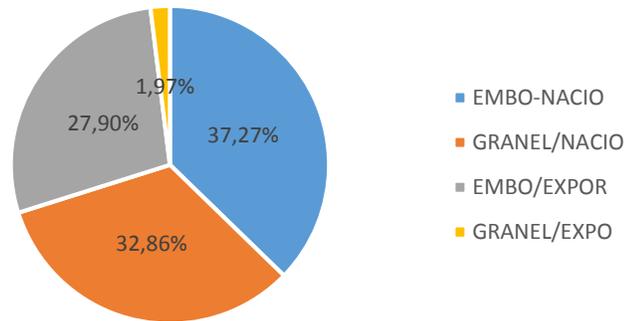


Fuente: DO Alicante. Elaboración propia

En el siguiente gráfico se diferencia entre vino a granel y vino embotellado, así como su destino, si es para ventas en interior o para ventas en el exterior, para el ejercicio 2015-2016.

Gráfico 2. Embotellado y granel nacional/exportación

Comercialización DO ALICANTE



Fuente: DO Alicante. Elaboración propia

Analizado los datos, el embotellado nacional es el que mejores resultados obtiene respecto a la campaña anterior, alcanzando este año una subida del 37,27%. Por otra parte, la DO Alicante en lo que se refiere a las exportaciones a granel no supera el 2%, por lo que se entiende que la gran mayoría del vino que exporta esta DO aporta mayor valor y calidad.

5. INFORMACIÓN DEL SECTOR

La Federación Española del Vino (FEV) es el organismo a nivel nacional, que representa los intereses de los productores y marca la normativa a seguir, así como diferentes directrices e indicaciones que se puedan desarrollar en el sector, con la finalidad de evolucionar y conseguir mejorar los resultados económicos y de calidad.

El Código Nacional de Actividades Económicas, divide al sector de fabricación de bebidas en 7 subsectores, estos son: fabricación y elaboración de mosto, elaboración de vino, elaboración de sidra, elaboración de otras bebidas, elaboración de cerveza, elaboración de malta, fabricación de bebidas no alcohólicas. El número de empresas en territorio nacional que se dedican a la fabricación de bebidas es de 3.103, según la base de datos del Sistema de Análisis y Balances Ibéricos (SABI).

Dentro del subsector elaboración de vino, el número de empresas a nivel nacional alcanza la cifra de 2.488 que se dedican a esta actividad, según la base de datos SABI, lo que representa un 80,18% del peso en el sector de fabricación de bebidas. En la tabla 3 se puede ver la distribución de las empresas de elaboración de vino por comunidades autónomas. En la Comunidad Valenciana el número de empresas que dedicadas a la elaboración de vino es de 132. Con esta información podemos concluir la importancia que tiene el sector de la elaboración de vino dentro de la industria de la fabricación de bebidas.

Tabla 3. Distribución de empresas de elaboración de vino por CC.AA.

CC.AA.	Nº EMPRESAS
Castilla y León	422
Cataluña	401
Castilla-La Mancha	287
La Rioja	221
Galicia	211
País Vasco	174
Andalucía	151
Comunidad Valenciana	132
Aragón	102
Madrid	91
Extremadura	75
Navarra	71
Murcia	55
Canarias	46
Baleares	37
Asturias	9
Cantabria	3
Total	2.488

Fuente: SABI. Elaboración propia

Hay que destacar, que donde se encuentran concentradas un mayor número de empresas en la distribución nacional, es en las comunidades autónomas de Castilla León y de Cataluña, con más de un 30% del total. Si bien, se debe mencionar la importancia de la DO La Rioja, que es donde se sitúa el mayor y más importante distrito industrial del vino del territorio nacional. Dentro de este distrito industrial se pueden encontrar, tanto empresas como instituciones, todas ellas relacionadas con el mismo sector, que dan apoyo y contribuyen al

desarrollo económico del mismo. Este distrito industrial es conocido como “El *cluster* del vino” en La Rioja y cuenta con varias instituciones asociadas, entre las que destacan:

- Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja.
- Organización Internacional del vino de Rioja.
- Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino de los gobiernos autonómicos de Rioja, Navarra y País Vasco.
- Universidad de La Rioja.
- Centros de investigación.
- Asociaciones que se encargan de difundir la cultura del vino dentro y fuera de la denominación de origen.

La existencia de este distrito favorece la formación e innovación de las empresas existentes, así como la incorporación de nuevas empresas.

Para ver la importancia de las diferentes comunidades autónomas, se ha cogido una tabla de exportaciones en miles de euros del año 2016. Cataluña es la comunidad que se posiciona como líder en producción de vino de calidad. La Comunidad Valenciana se encuentra, por número de empresas, en el octavo puesto del ranking, siendo en exportaciones la número cinco, superando por ejemplo a la comunidad de Castilla y León que tiene un mayor número de bodegas, concretamente 422. En la siguiente tabla se puede observar los datos en valor de exportación de vino según las comunidades autónomas.

Tabla 4. Exportación elaboración vino CNAE1102 por CCAA

CC.AA.	EXPORTACIONES 2016 /(MILES €)
Cataluña	587.071,41
Castilla-La Mancha	582.573,99
Rioja, La	322.286,39
País Vasco	219.089,11
Comunidad Valenciana	178.859,66
Castilla y León	153.733,42
Murcia	146.442,09
Andalucía	121.231,53
Aragón	116.458,62
Extremadura	76.278,05
Navarra	68.497,83
Galicia	43.406,33
Madrid	40.467,97
Baleares	6.593,05
Canarias	4.440,40
Asturias	1.902,71
Cantabria	28,96

Fuente: Datacomex. Elaboración propia

Por comunidades, “Castilla La Mancha es la principal región productora con más de un 60% del total del volumen, seguida de Extremadura, Cataluña y Valencia.” (Federación Española del Vino [FEV], 2017).

Como forma jurídica se entiende, la manera que tiene de constituirse la empresa, así como la titularidad y la responsabilidad legal de los socios. Mediante la siguiente tabla obtenida de la base de datos INE, se puede visualizar la forma jurídica más utilizada por las empresas en la industria de fabricación de bebidas y por tanto de la elaboración de vinos.

Tabla 5. Empresas del sector CNAE 11. Forma jurídica empresas elaboración de bebidas.

Nº Empleados	< 10	10-49	50-99	100-499	500 o +	Total	% Sobre el total
Personas Físicas	922	33	0	0	0	955	18,48%
Sociedades Anónimas	302	230	40	28	4	604	11,69%
Sociedades limitadas	2216	310	31	13	3	2573	49,81%
Otras formas	868	156	7	2	0	1033	20%
Total	4308	729	78	43	7	5165	100%
%Sobre el total	83,40%	14,11%	1,51%	0,83%	0,13%	100%	

Fuente: INE. Elaboración propia.

Según se puede apreciar en la tabla 5, en el año 2016, la forma jurídica predominante en el sector de fabricación de bebidas es la sociedad limitada, suponiendo casi un 50% del peso total. También indicar, que dentro de esta forma jurídica, y analizando el número de empleados, se puede observar, que la que mayor incidencia la tienen aquellas empresas de sociedad limitada, con un número de trabajadores no superior a 10 trabajadores.

En el caso de la empresa que nos ocupa en el presente trabajo, Bodegas Enrique Mendoza, S.L., la forma jurídica con la que desarrolla su actividad es la sociedad limitada y cuenta con un número de empleados, según la base de datos SABI para el año 2017, de 20 trabajadores.

Según el Reglamento de la (UE) nº 651/2014 de la comisión, dicha empresa está catalogada como una PYME, en la categoría de pequeña empresa con menos de 50 empleados y cuyo volumen de negocios anual o cuyo balance general anual no exceda de 10 millones de euros. Cabe comentar, que las empresas de elaboración de vino, debido a sus determinadas características y especificaciones, comienzan el ejercicio contable el 1 de agosto hasta el 31 de julio del año siguiente.

A continuación, con la siguiente tabla 6, para el año 2016 se puede conocer la antigüedad de las empresas que operan en el sector. Así se comprobará, si es un sector donde prima la experiencia y el saber hacer o por el contrario, se trata de un sector donde predominan las empresas de nueva creación.

Tabla 6. Antigüedad de las empresas en Sector CNAE 11. Fabricación Bebidas (2016)

Nº AÑOS	0-3	4-11	12 o más	TOTAL
CNAE 11	916	1346	2903	5165
% TOTAL	17,73%	26,06%	56,21%	100%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 6, más del 75% de las empresas para la fabricación de bebidas son empresas con más de 4 años. Con esta información se puede deducir, que las empresas que permanecen en el sector de fabricación de bebidas son organizaciones con experiencia y que es un sector consolidado, ya que más de la mitad de las empresas que

realizan su actividad tienen 12 años o más de antigüedad. Bodegas Enrique Mendoza, S.L., se encuentra en la tercera columna. Inició su carrera en la elaboración de vino en la década de los 70, si bien en la base de datos SABI aparece como sociedad limitada desde el año 1987.

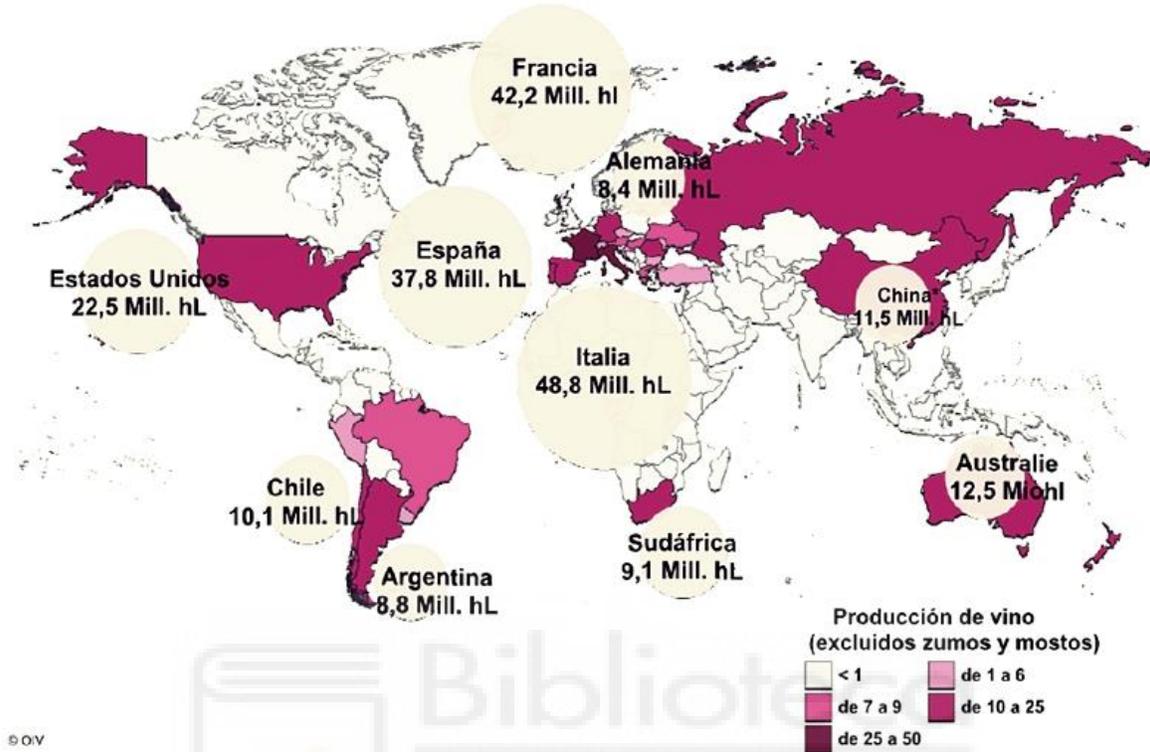
6. COMERCIO EXTERIOR

En este apartado se indicarán cuáles son los principales productores a nivel mundial en la elaboración de vino, así como los países que mayor superficie de viñedo poseen, pasando posteriormente a examinar los datos de exportaciones e importaciones a nivel nacional y de la provincia de Alicante.

En el año 2016, España se encuentra en el primer lugar en cuanto a superficie plantada con un 14 %, seguida de China con un 11 %, Francia con un 10 %, Italia con un 9 % y, por último, Turquía con un 7 %. China, el gigante asiático, ha pasado a ser el segundo país a nivel de hectáreas en plantación de viñedo. Señalar, que en China, la mayoría de hectáreas de nueva vid son para uva de mesa o consumo, no se destinan a la elaboración y producción de vino. En España hay una superficie de 941.154,86 Hectáreas de plantación de vid, de las cuales 887.359,63 Hectáreas se dedican a la vinificación o elaboración de vino.

En la figura 3 se puede ver el ranking de países productores de vino, situándose España en tercer lugar, por detrás de Italia y Francia.

Figura 3. Países productores vino año 2016



Fuente: Vinetur

“La producción media de los últimos 5 años en nuestro país es de 42 millones de hectolitros, lo que sitúa a España entre los tres principales productores del mundo”. (Federación Española del Vino [FEV], 2017).

6.1. Evolución consumo interior/exterior del vino

En este apartado se va a comentar como ha sido la evolución del consumo de vino. En la figura 4 se puede apreciar la evolución del vino en el consumo interior y exterior.

Figura. 4 Consumo interior y exportación de vino español



Fuente: Ministerio de Agricultura

El consumo de vino en nuestro país se ha reducido a la mitad en dos décadas y hoy está por debajo de 9,5 millones de hectolitros y 20 litros por persona/año. En España hay alrededor de 4.000 bodegas, la mayoría muy pequeñas y están registradas como empresas exportadoras. La FEV (Federación Española del Vino) es la principal organización representativa de las bodegas españolas con un 77,3% de peso según el valor de los productos vitivinícolas en el mercado.

Analizados los datos para este sector se puede mencionar que el mercado exterior ha evolucionado de manera considerable desde el año 2.003, donde el consumo del mercado interior se iguala a la demanda exterior.

Por una parte, el consumo de vino a nivel interno en nuestro país, no ha dejado de disminuir y parte de ello es debido a varios factores, entre los cuales se encuentran tres factores que

afectan principalmente a los más jóvenes, estos son: cambio de hábitos de consumo, cambios en la legislación y la existencia de productos sustitutivos.

Hay varios aspectos a tener en cuenta en este apartado, ya que los productores, en lo que se refiere al consumo interno, deberían mejorar sus planes de marketing y, también deberían de hacer una renovación de la imagen. Esto podría ser el camino a seguir para mejorar y aumentar la demanda interna. El mundo del vino en nuestro país, no es un sector en el que se puedan percibir innovaciones, más bien se tiene el concepto que es un sector tradicional. En estos últimos años hay algunas bodegas que apuestan por cambios “arriesgados”, como pudiera ser el denominado “vino azul”, que a tenor de algunos artículos y publicaciones leídas está calando entre los jóvenes con fuerza.

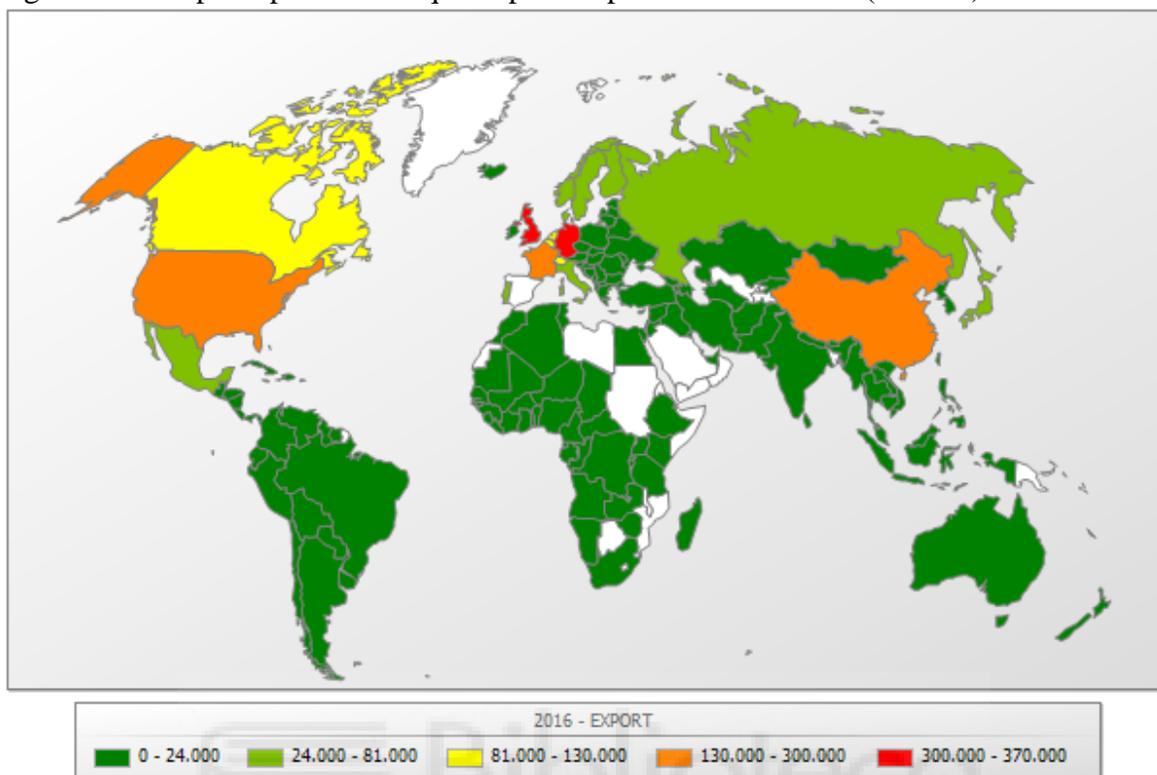
Para mejorar y luchar contra los productos sustitutivos, (refrescos, cerveza) es fundamental el acercamiento hacia los jóvenes por los principales canales que éstos visitan, ya sea internet, redes sociales, blogs, publicidad televisiva, etc.

6.2. Exportaciones

Las exportaciones de vino están cobrando mayor importancia en el sector, de hecho en 2015 España se situó como líder mundial en volumen de litros, por encima de Francia e Italia. Sin embargo, fue la tercera en términos de valor.

A continuación se comentarán las exportaciones a nivel nacional y a nivel de la provincia de Alicante, en miles de euros, y cuáles son los principales países a los que venden.

Figura 5. Principales países a los que España exportó vino en 2.016 (Miles €).



Fuente: Datacomex.

Tabla 7. Exportación España Vino 2014-2016 (Miles €)

PAISES *	2.014/ Miles €	PAISES	2.015/ Miles €	PAISES	2.016/ Miles €
Alemania	373.559,96	Alemania	388.929,86	Alemania	365.177,73
Reino Unido	340.258,46	Reino Unido	343.425,28	Reino Unido	317.766,98
Estados Unidos	247.771,85	Estados Unidos	275.349,88	Estados Unidos	293.708,58
Francia	246.396,31	Francia	259.162,42	Francia	276.597,88
Países Bajos	106.271,78	Países Bajos	120.012,13	China	142.365,50
Resto Mundo	1.248.710,05	Resto Mundo	1.173.044,41	Resto Mundo	1.154.293,24
TOTAL	2.562.968,41	TOTAL	2.559.923,98	TOTAL	2.549.909,91

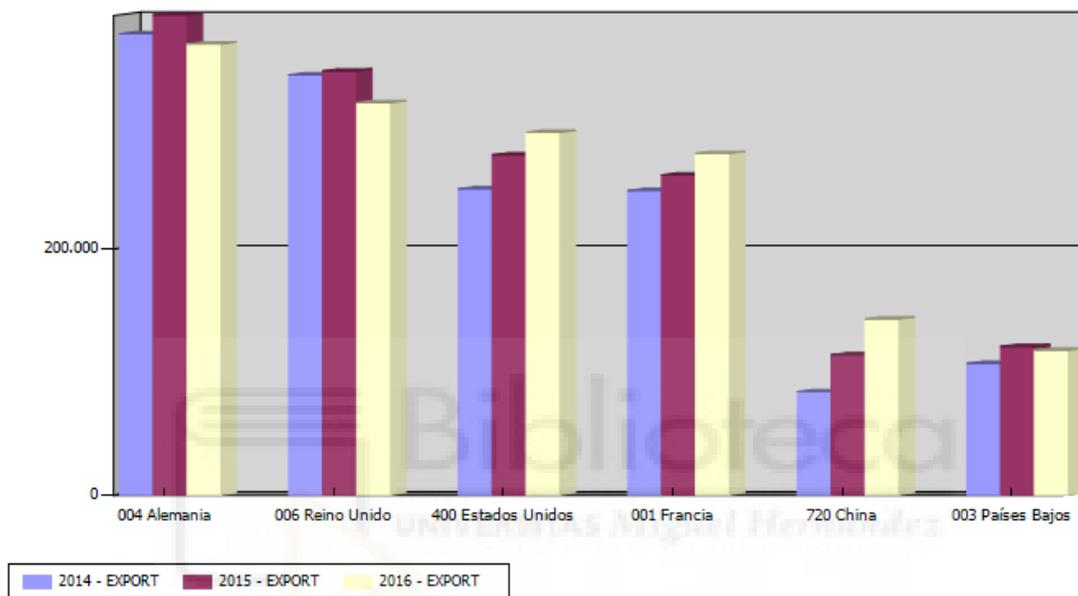
Fuente: Datacomex. Elaboración propia

*NOTA: Se han excluido los datos de Suiza por no aparecer completo.

Como se puede observar en la tabla 7, los principales países donde exporta vino España en valor son: Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y Francia, alcanzando un peso en el año 2016 del 49,14% del volumen total de las exportaciones, estos datos han sido extraídos de

la base de datos datacomex. España ha visto en 2016 como sus exportaciones de vino a Alemania, Reino Unido y resto del mundo han caído. Sin embargo, han aumentado para Estados Unidos, Francia y China, que aparece con fuerza en el cuarto puesto de las exportaciones.

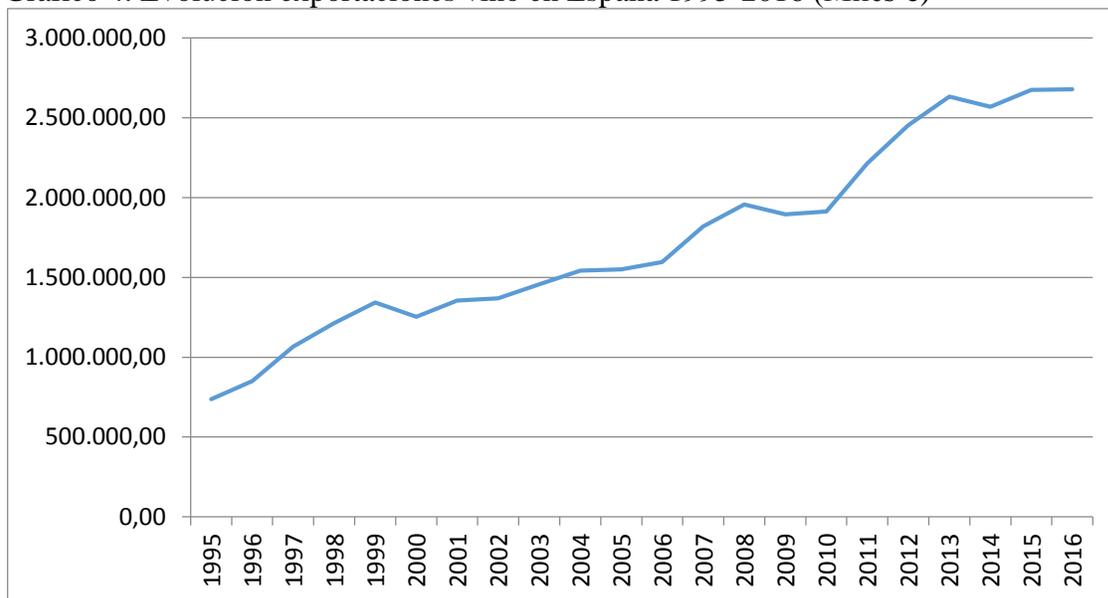
Gráfico 3. Evolución exportación vino España 2014-2016 (Miles €)



Fuente: Datacomex. Elaboración propia.

Como se puede comprobar en el gráfico 3, en el año 2016, hay un aumento en las exportaciones a EEUU y Francia. Sin embargo para Alemania y Reino Unido las exportaciones decrecen con respecto al año anterior, mientras que China pasa al cuarto lugar. También es significativo el aumento de EEUU, donde cada vez se está valorando más el vino español.

Gráfico 4. Evolución exportaciones vino en España 1995-2016 (Miles €)



Fuente: Datacomex. Elaboración propia

En el gráfico 4, se puede observar que desde la serie de datos recogidos en datacomex, ha habido, desde el año 1.995, un crecimiento sostenido de las ventas en el exterior, a excepción de los años 2.007-2.009 y 2.013-2.014, en los que se puede apreciar un decrecimiento de las ventas.

Francia, Italia, Portugal y Alemania son nuestros principales clientes en volumen mientras que Alemania, Reino Unido, EE.UU., Bélgica, Suiza, Holanda, China y Japón lo son en valor.

En la tabla 8 muestra las exportaciones de la Comunidad Valenciana, comprobando que Valencia es la mayor exportadora con diferencia, seguida de Alicante. Castellón es la provincia que disminuye en relación al año anterior.

Tabla 8. Exportaciones Comunidad Valenciana sector vino 2014-2016 (Miles €)

PROVINCIA	2014	2015	2016
Alicante	15.089,34	18.094,45	18.303,27
Castellón	993,78	2.075,97	1.104,03
Valencia	138.846,55	153.716,74	159.452,35

Fuente: Datacomex. Elaboración propia

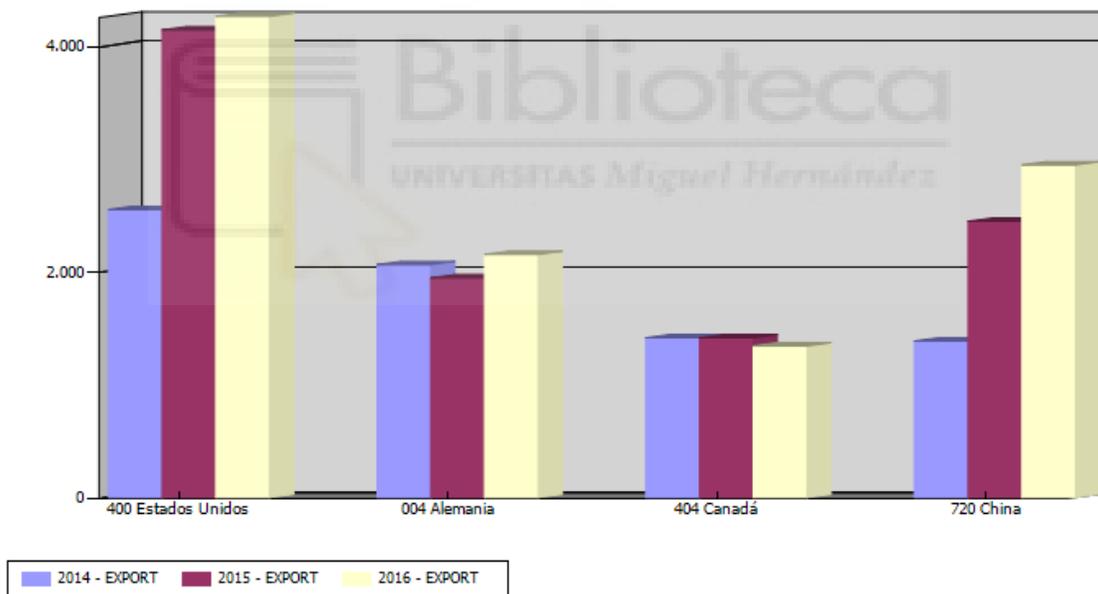
En la tabla 9, aparecen los países a los que la provincia de Alicante exporta vino, siendo EEUU y China los principales destinos.

Tabla 9. Principales países donde Alicante exporta vino 2014-2016 (Miles €)

PAISES	2014	2015	2016
Estados Unidos	2.551,29	4.143,12	4.263,69
China	1.386,02	2.447,41	2.947,27
Alemania	2.063,22	1.945,48	2.153,54
Canadá	1.414,55	1.414,06	1.343,32
Resto Mundo	7.674,26	8.144,38	7.595,45
TOTAL	15.089,34	18.094,45	18.303,27

Fuente: Datacomex. Elaboración propia

Gráfico 5. Evolución exportación vinos Alicante 2014-2016 (Miles €).

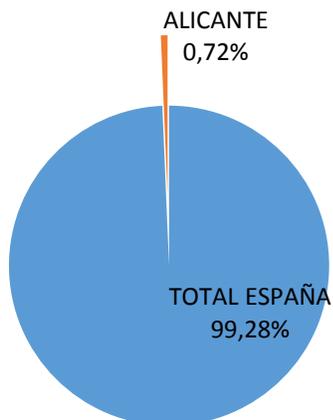


Fuente: Datacomex. Elaboración propia.

En el siguiente gráfico de exportación de vinos de Alicante, Estados Unidos se posiciona como el primer destino de vinos de la provincia de Alicante, donde continúa el crecimiento de las exportaciones desde el periodo 2014-2016. Comentar que para el resto de países de la comparación China y Alemania, mejoran respecto al año pasado, sin embargo en Canadá hay un leve decrecimiento en la exportación del vino de la provincia de Alicante.

Gráfico 6. Peso de la provincia de Alicante en las exportaciones nacionales 2016

PESO PROVINCIA ALICANTE EXPORTACIONES NACIONALES DE VINO



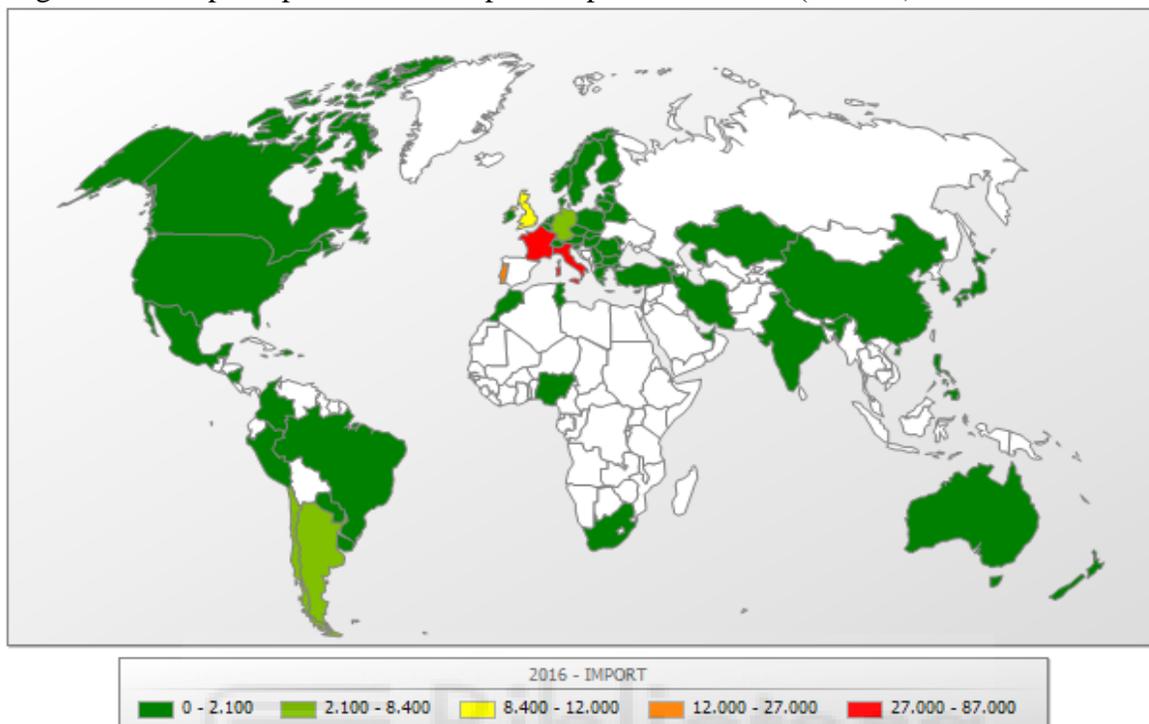
Fuente: Datacomex. Elaboración propia.

Como se puede ver en el gráfico 6, el peso de la provincia de Alicante en las exportaciones nacionales es, tan solo, de 0,72%.

6.3. Importaciones

En este epígrafe se va a comentar cuáles son los principales países de los que España importa vino. En el mapa de la figura 6 y en la tabla 10 se puede comprobar que Francia e Italia son los principales países a los que España compra vino, seguidos de Portugal.

Figura 6. Principales países donde España importa vino 2016 (Miles €).



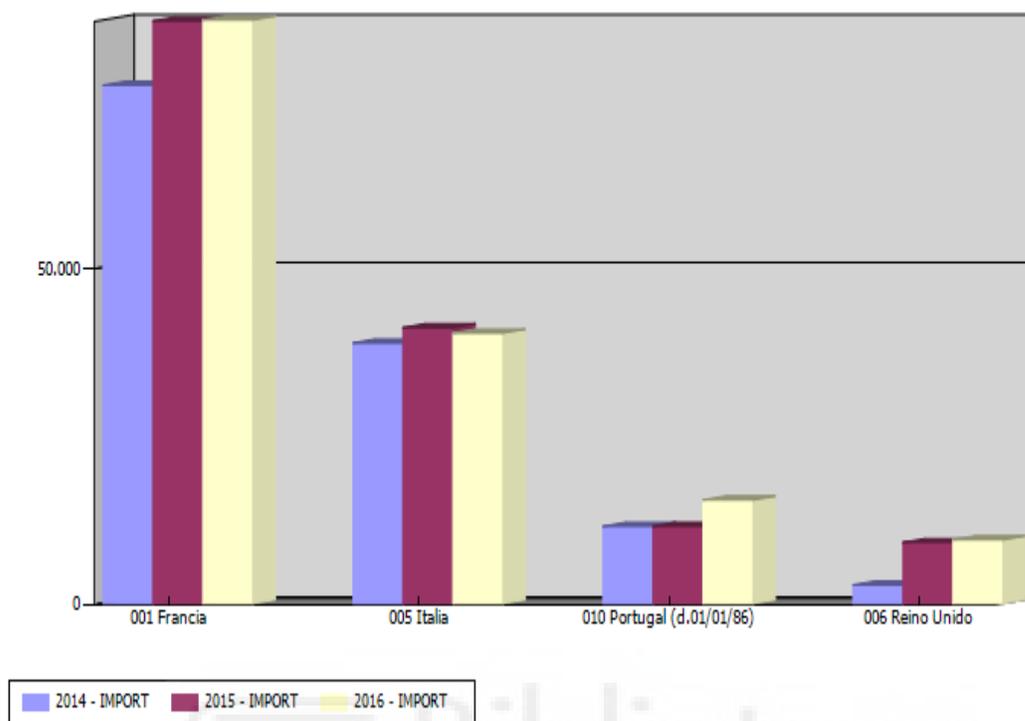
Fuente: Datacomex

Tabla 10. Principales países donde España importa vino 2014-2016 (Miles €)

PAISES	2014	2015	2016
Francia	77.170,30	86.762,36	86.890,93
Italia	38.795,99	41.082,20	40.275,74
Portugal	11.486,82	11.512,21	15.399,04
Reino Unido	2.763,78	9.081,96	9.481,68
Resto Mundo	22.014,89	24.842,54	25.968,91
Total	152.231,78	173.281,27	178.016,31

Fuente: Datacomex. Elaboración propia

Gráfico 7. Evolución Importaciones de vino en España años 2014-2016 (Miles de euros).



Fuente: Datacomex. Elaboración propia.

En el gráfico 7 se puede ver la evolución de las importaciones y se puede apreciar que Francia e Italia siguen prácticamente igual, mientras que Portugal ha incrementado sus ventas en el último año.

Tabla 11. Importaciones de la Comunidad Valenciana 2014-2016 (Miles €)

PROVINCIA	2014	2015	2016
Alicante	7.019,34	7.922,22	8.958,56
Castellón	22,36	984,12	278,30
Valencia	7.014,58	6.262,74	4.525,36

Fuente: Datacomex. Elaboración propia

Como se puede ver en la tabla número 11 dentro de la comunidad autónoma la provincia que más cantidad de vino importa es Alicante, seguida de la provincia de Valencia.

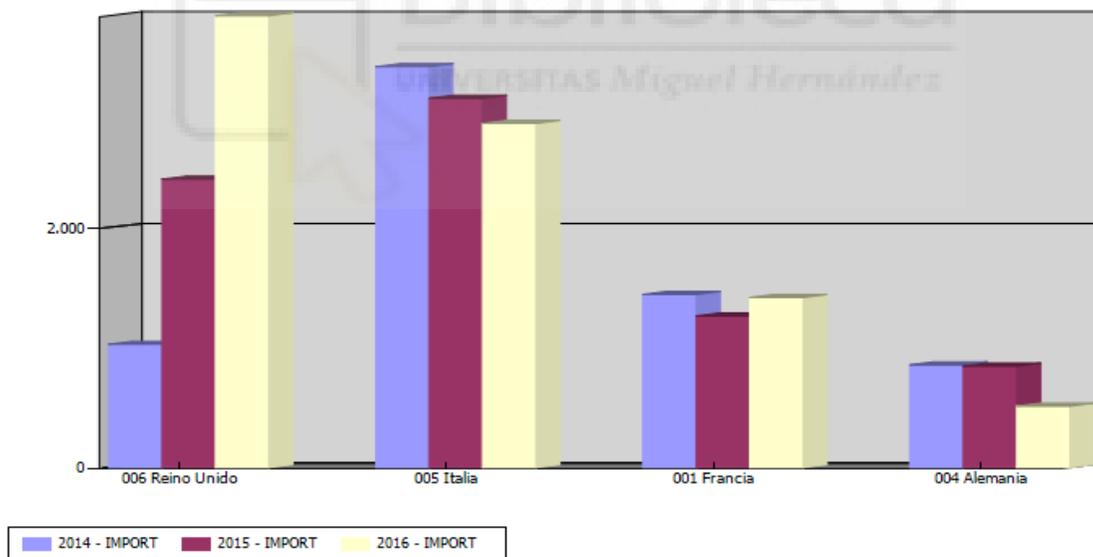
Tabla 12. Principales países donde Alicante importa vino 2014-2016 (Miles €)

PAISES	2014	2015	2016
Reino Unido	1.027,72	2.406,06	3.770,46
Italia	3.345,13	3.081,39	2.871,36
Francia	1.444,92	1.264,89	1.419,00
Alemania	856,98	846,20	512,21
Resto Mundo	344,59	323,68	385,52
Total Mundo	7.019,34	7.922,22	8.958,56

Fuente: Datacomex. Elaboración propia.

La tabla 12 muestra cuáles son los principales países de los que Alicante importa vinos. Los principales abastecedores son Reino Unido, Italia y Francia. Reino Unido ha superado en el último año a Italia que durante los últimos años ha sido el principal suministrador de vino en la provincia de Alicante.

Gráfico 8. Importaciones vino provincia Alicante 2014-2016 (Miles €).



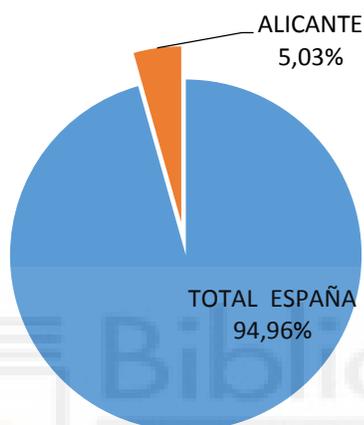
Fuente: Datacomex. Elaboración propia.

En el gráfico 8 se puede ver la evolución de las importaciones para la serie de años 2014-2016. La mayor parte de las importaciones de vino provienen de la zona euro a excepción de las de Reino Unido. A nivel nacional el origen con mayor importancia de las

importaciones del vino es Francia, ocupando el primer lugar del ranking con una amplia diferencia, seguido de los vinos italianos. Para la provincia de Alicante, podemos indicar que el origen de las importaciones de vino es del Reino Unido, seguido de Italia.

Gráfico 9. Peso de la provincia de Alicante en las importaciones nacionales 2016

PESO PROVINCIA ALICANTE IMPORTACIONES NACIONALES DE VINO



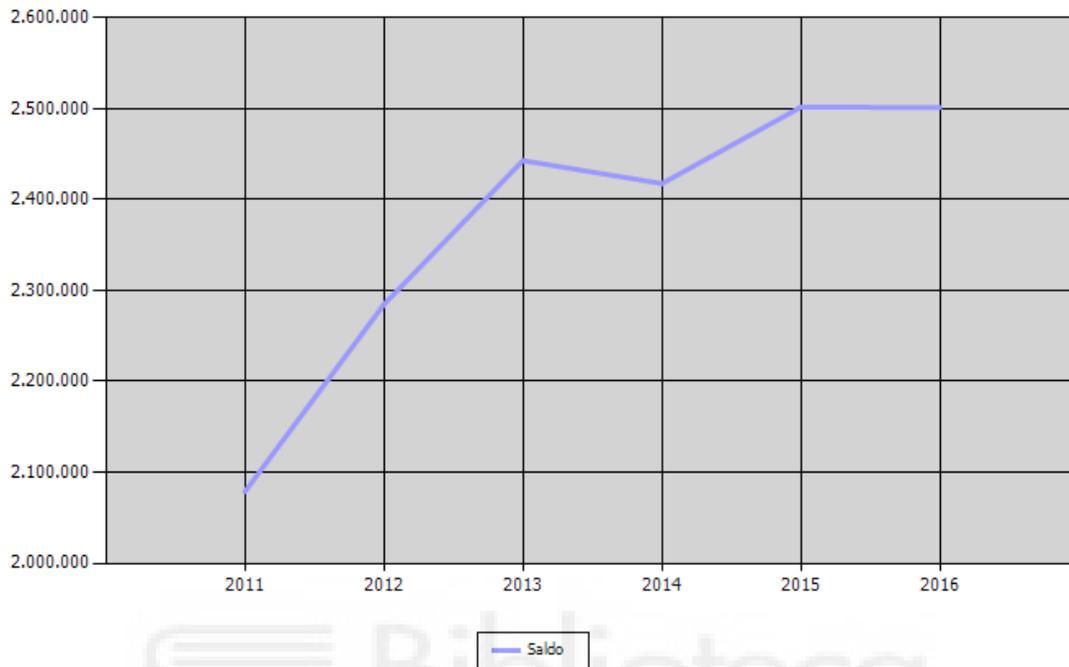
Fuente: Datacomex. Elaboración propia.

En el gráfico 9, se puede ver que el peso de las importaciones de vino de la provincia de Alicante con respecto a España es de un 5,03%

6.4. Balanza Comercial.

La balanza comercial es el registro de las exportaciones-importaciones, de un país en un periodo y es uno de los componentes de la balanza de pagos. Para el caso que nos ocupa, el sector de la elaboración de vinos, se realizará un estudio de la balanza comercial hasta el año 2016. Para la serie de años analizados el saldo es positivo lo que está generando riqueza en el país.

Gráfico 10. Balanza Comercial elaboración del vino en España 2011-2016 (Miles €).



Fuente: Datacomex. Elaboración propia.

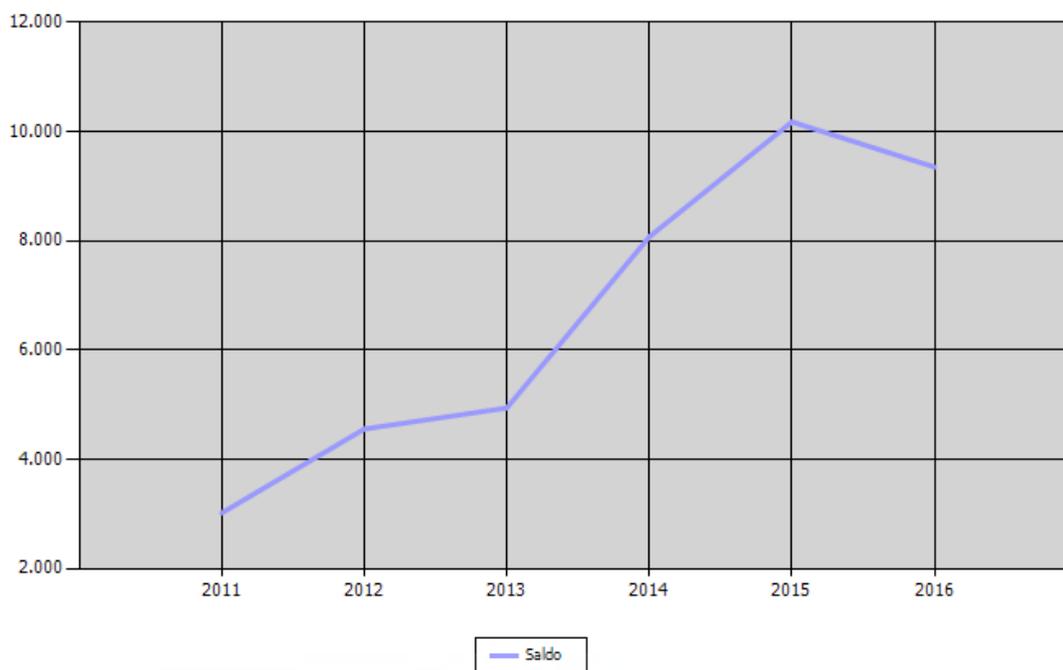
Tabla 13. Balanza Comercial en el sector de la elaboración del vino en España (Miles €).

AÑOS	MILES DE EUROS
2011	2.078.513,96
2012	2.284.443,08
2013	2.442.668,47
2014	2.417.453,15
2015	2.501.519,48
2016	2.501.101,33

Fuente: Datacomex. Elaboración propia

Atendiendo a los datos obtenidos a nivel nacional, mostrados en el gráfico 10 y en la tabla 13, el saldo es positivo, quiere decir que exportamos más que importamos en el sector de elaboración de vino. La tendencia a lo largo de los años va en aumento, lo que quiere decir que el número de exportaciones es superior al de las importaciones.

Gráfico 11. Balanza Comercial elaboración del vino en Alicante 2011-2016 (Miles €)



Fuente: Datacomex. Elaboración propia

Tabla 14. Balanza Comercial en el sector de la elaboración del vino en Alicante (Miles €)

AÑOS	MILES DE EUROS
2011	3.014,59
2012	4.551,66
2013	4.937,05
2014	8.069,99
2015	10.172,23
2016	9.344,71

Fuente: Datacomex. Elaboración propia.

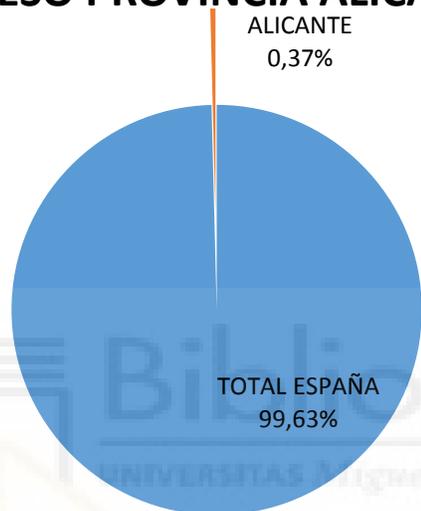
La balanza comercial a nivel provincial sigue la misma tendencia que a nivel nacional, es decir, existe un crecimiento a lo largo de la serie de años en estudio, como se puede ver en el gráfico 11 y en la tabla 14.

Hay que señalar en la provincia de Alicante existe un incremento significativo en el año 2014 respecto al año 2013, aumentando en un 63,46% mientras que en el mismo sector y

periodo para nivel nacional hay una disminución en la balanza comercial 1,04%. Para el año 2015 el incremento de la balanza comercial a nivel provincial fue de 26,05% mientras que a nivel nacional el aumento fue del 3,4%.

Gráfico 12. Saldo comercial elaboración vino, peso de la provincia de Alicante.

SALDO COMERCIAL PESO PROVINCIA ALICANTE



Fuente: Datacomex. Elaboración propia.

Como podemos ver en el gráfico número 12 el peso de la provincia de Alicante a nivel nacional es de un 0,37%, siendo poco representativo para este sector.

7. ANÁLISIS ECÓNOMICO-FINANCIERO

En este apartado se van a analizar los datos financieros y económicos de la Bodega Enrique Mendoza S.L., comparándola con un grupo base creado para realizar la comparativa. El peso de la bodega en estudio no es significativo para contrastarlo con el sector, por lo que se ha optado por la elección de unos criterios para formar un grupo base del cual se podrá

obtener información relevante de la situación de Bodegas Enrique Mendoza, S.L. respecto a empresas que compiten en el sector y de similares características.

Se va a analizar la serie de años 2.013-2.015, por falta de actualización de los datos del año 2.016. Los datos referentes al comercio exterior, volumen se han realizado con la serie 2014-2016, ya que la base de datos datacomex sí tiene los informes más actualizados. Como criterios para formar el grupo base, partiendo del CNAE 1102 Elaboración de vinos, se han filtrado en la base de datos SABI, formato informe, empresas con ingreso cifra de negocios 2.500.000€-3.000.000€, surgiendo como resultado un grupo de 13 empresas:

- Teso la monja, S.L.
- Bodegas Enrique Mendoza, S.L.
- Finca Villacreces, S.L.
- Finca Constancia, S.L.
- Viñedos y bodegas Figuero, S.L.
- Bodegas Félix Lorenzo Cachaco, S.L.
- Cillar de Silos, S.L.
- TorelloLlopart, S.A.
- EspeltViticultors, S.L.
- AdegasMoure, S.A.
- Bodegas Insulares Tenerife, S.A.
- Bodegas Ramírez, S.L.
- Herederos de Argueso, S.A.

Estas empresas se encuentran en situación activa y desarrollando su actividad en la elaboración del vino. El dato que se utilizará para tener la referencia, es la mediana del grupo, para así conocer la posición que ocupa la empresa en el orden establecido de menor a mayor. El estudio-análisis se va a centrar en cuatro apartados: Liquidez, Solvencia, Económico y Rentabilidad.

7.1. Análisis de la Liquidez.

En este epígrafe se va a medir la capacidad que tiene la empresa de convertir su activo en liquidez a corto plazo. Mediante una serie de indicadores que se analizan a continuación se podrá comprobar la capacidad de generar liquidez de la empresa. Estos indicadores son de suma importancia ya que con estos ratios se podrá conocer la cantidad de tesorería que se obtiene para hacer frente a las obligaciones a corto plazo.

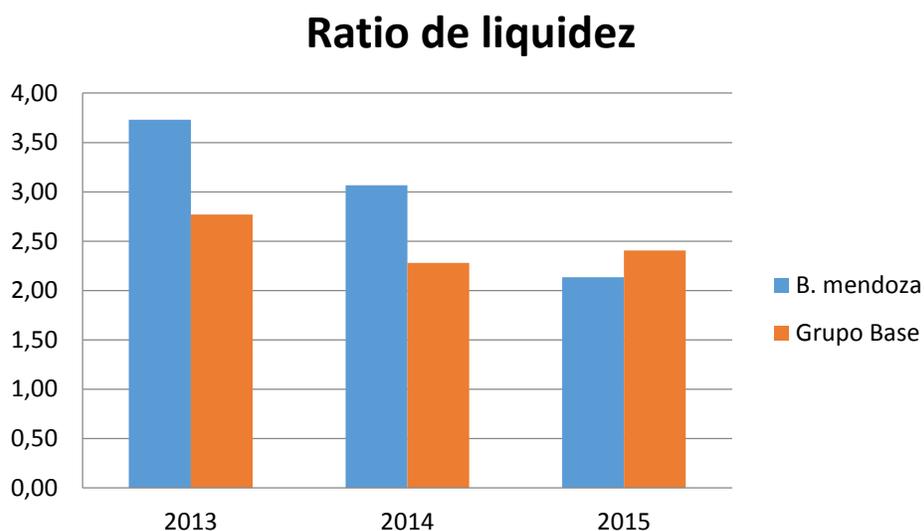
Los indicadores que se han elegido para realizar este análisis son: el ratio de liquidez, la prueba ácida, el ratio de tesorería, el ratio de rotación y plazo de clientes.

7.1.1. RATIO DE LIQUIDEZ

El ratio de liquidez mide el grado de cobertura entre el activo corriente y el pasivo corriente de las empresas. Cuanto mayor sea el activo mayor será la capacidad de la empresa para poder afrontar las deudas a corto plazo.

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

Gráfico 13. Ratio de liquidez



Fuente: Elaboración propia

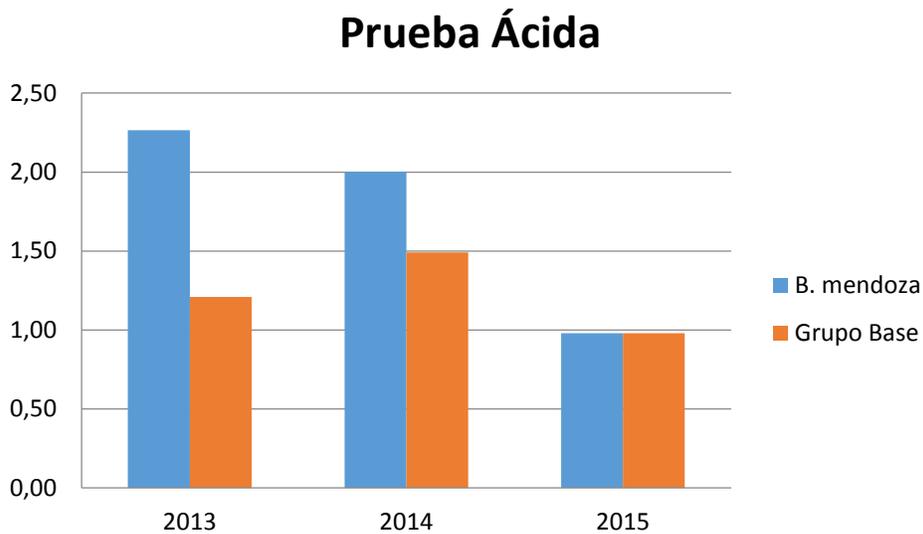
De forma general se ha considerado que este ratio debe ser superior al 1,4. En este caso tanto el grupo base como Bodegas Enrique Mendoza, S.L. están por encima de esta cifra. En el gráfico 13 se puede apreciar que la empresa está por encima del grupo base en los años 2013 y 2014, mientras que en 2015 está por debajo siendo su valor 2,13 y el grupo base 2,40. Se puede afirmar que la empresa tiene la capacidad suficiente para hacer frente a su deuda a corto plazo.

7.1.2. PRUEBA ÁCIDA

Este ratio nos indicará la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus obligaciones sin necesidad de vender sus existencias.

$$RP - A = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Existencias}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Gráfico 14. Ratio de Prueba ácida.



Fuente: Elaboración Propia.

Este ratio debe estar alrededor de la unidad, lo que nos indica que por cada unidad monetaria de pasivo corriente la empresa dispone de los recursos suficientes para hacerle frente. Aun así, si el ratio posee valores muy elevados podría indicar una mala gestión por parte de las empresas, ya que los recursos líquidos son los menos rentables.

Como se puede observar en el gráfico 14, el grupo base se ha mantenido durante toda la serie de años objeto de estudio alrededor de la unidad, mientras que Bodegas Enrique Mendoza, S.L., en 2.013 y 2.014 está por encima del grupo base, con un valor entorno al 2, y en 2.015 ya se sitúa en 0,98 al igual que el grupo base.

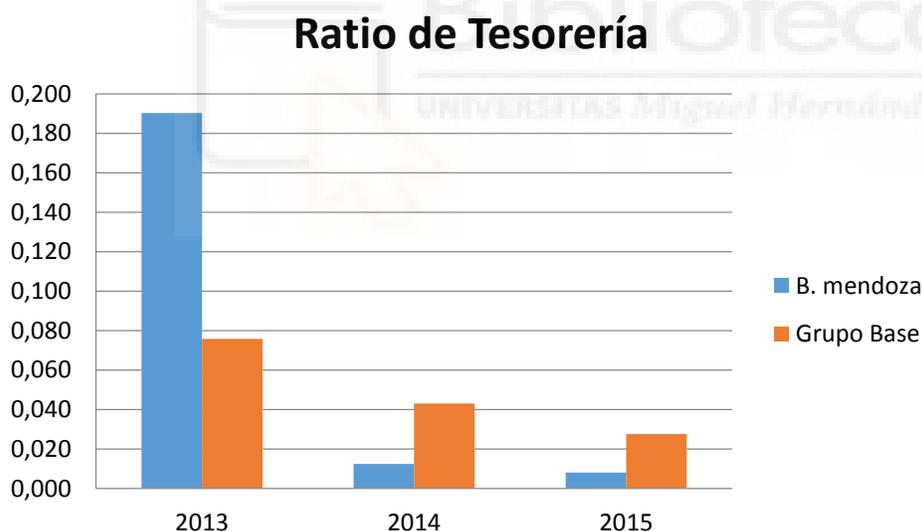
Con esto se puede afirmar que la empresa puede hacer frente a sus deudas a corto plazo sin necesidad de vender existencias.

7.1.3. RATIO DE TESORERIA

Este índice nos indica la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus obligaciones inmediatas con el dinero en efectivo que mantiene en caja. Se calcula como el cociente entre el efectivo y otros activos líquidos y equivalentes y el pasivo corriente. Si el valor resultante es bajo se pueden tener problemas a la hora de hacer frente a los pagos, por el contrario si el resultado es muy alto se puede tener disponible que no está bien invertido y perder la rentabilidad de los mismos.

$$\text{Ratiod e Tesorería} = \frac{\text{Efectivo y otros activos líquidos equivalentes}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Gráfico 15. Ratio de Tesorería



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en el gráfico 15, para el primer año de la serie, Bodegas Enrique Mendoza, S.L. dobla el valor del grupo base, sin embargo, para el resto de años, este valor disminuye considerablemente, hasta posicionarse por debajo del grupo base. En este caso,

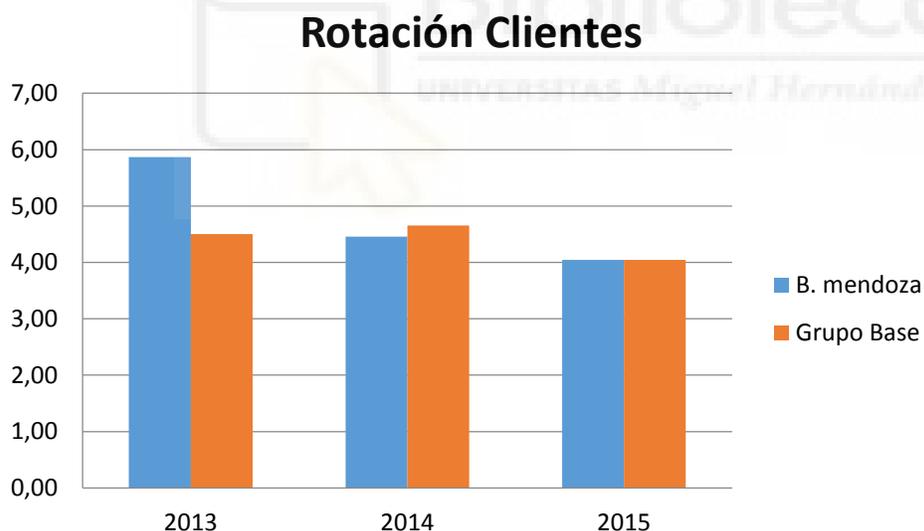
podría decirse que la empresa puede llegar a tener problemas para cubrir sus obligaciones inmediatas.

7.1.4. ROTACIÓN Y PLAZO CLIENTES

Este ratio nos indica el tiempo que pasa desde que se genera el cobro, hasta que se ingresa en tesorería el dinero de nuestros clientes. Es el cociente entre las ventas netas a crédito en el periodo y el saldo medio de clientes.

$$\text{Rotación Clientes} = \frac{\text{Importe neto cifra de negocios}}{\left(\frac{\text{SiCL} + \text{SfCL}}{2}\right)}$$

Gráfico 16. Ratio de rotación de clientes



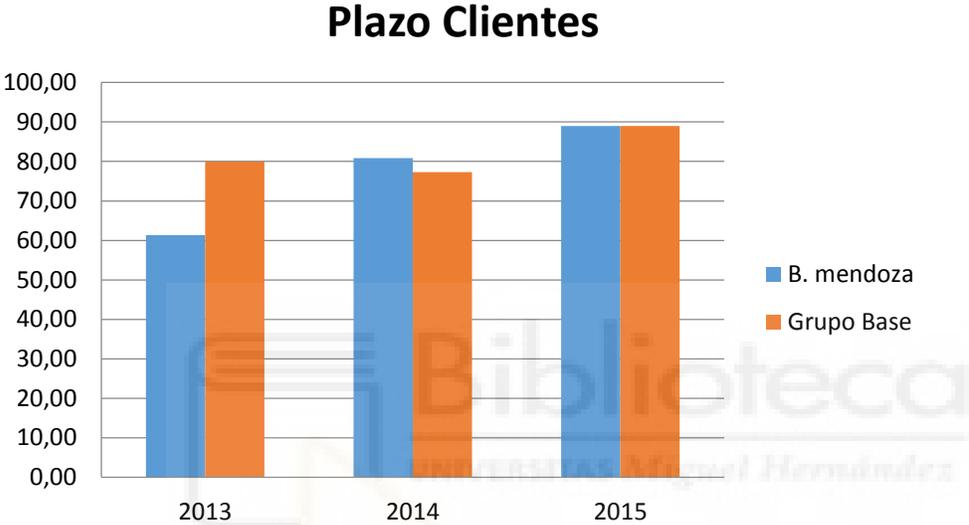
Fuente: Elaboración propia.

Con los datos obtenidos en el gráfico 16, se puede afirmar que en el año 2013 la mediana de rotación en la Bodega Enrique Mendoza, S.L., era inferior al grupo base de comparación. Para el año 2014/2015 la rotación de clientes en la Bodega Enrique Mendoza S.L., tiene datos similares.

Con el plazo clientes se obtiene el número medio de días que tarda la empresa en cobrar a sus clientes. Se calcula con el cociente de 360 entre la rotación de clientes.

$$\text{Plazo Clientes} = \frac{360}{\text{Rotación Clientes}}$$

Gráfico 17. Plazo Clientes



Fuente: Elaboración propia.

El plazo de cobro de clientes esta en 89 días, tanto para Bodegas Enrique Mendoza, S.L. como para las empresas del grupo base.

7.2. Análisis de la Solvencia

Dentro de este apartado se analizará los diferentes elementos para evaluar la solvencia. A diferencia de la liquidez, donde todos los indicadores se relacionan con corto plazo, en la solvencia el elemento clave es el horizonte temporal, incluyendo el corto plazo y largo plazo. Los elementos de estudio son: los activos y la estructura de capital (mezcla de capital y endeudamiento a largo plazo que la empresa utiliza para financiarse). Si bien se puede

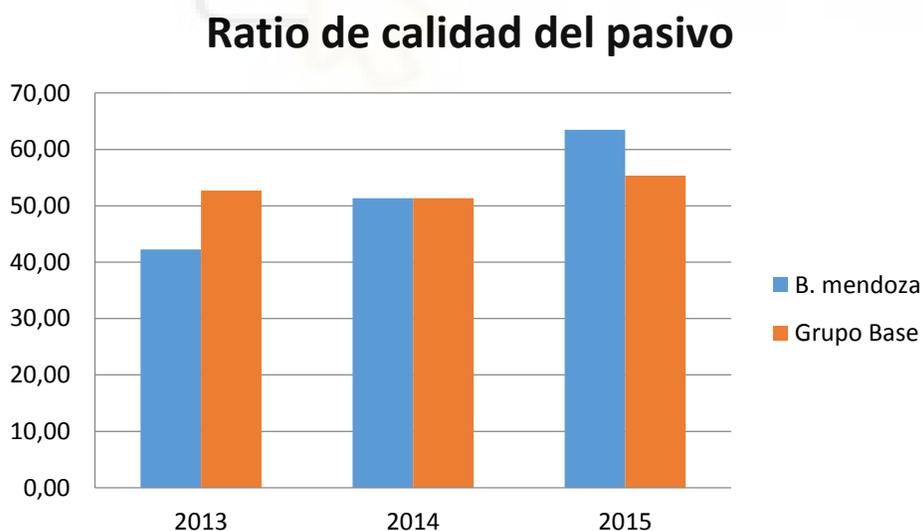
decir que una empresa es solvente cuando puede hacer frente a todas las obligaciones contraídas ante terceros y que puede hacer frente al vencimiento de los mismos, manteniendo dicha situación en el futuro. Para este análisis se va a utilizar el ratio de calidad del pasivo, el ratio de calidad de la deuda financiera, el ratio de solvencia a largo plazo, el ratio de endeudamiento y el ratio de cobertura del activo no corriente.

7.2.1. RATIO DE CALIDAD DEL PASIVO

Este ratio nos indica que cantidad de la deuda a corto plazo vencerá en el plazo de un año o antes.

$$\text{Porcentaje deudas a corto plazo} = \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Pasivo}}$$

Gráfico 18. Ratio de calidad del pasivo



Fuente: Elaboración propia.

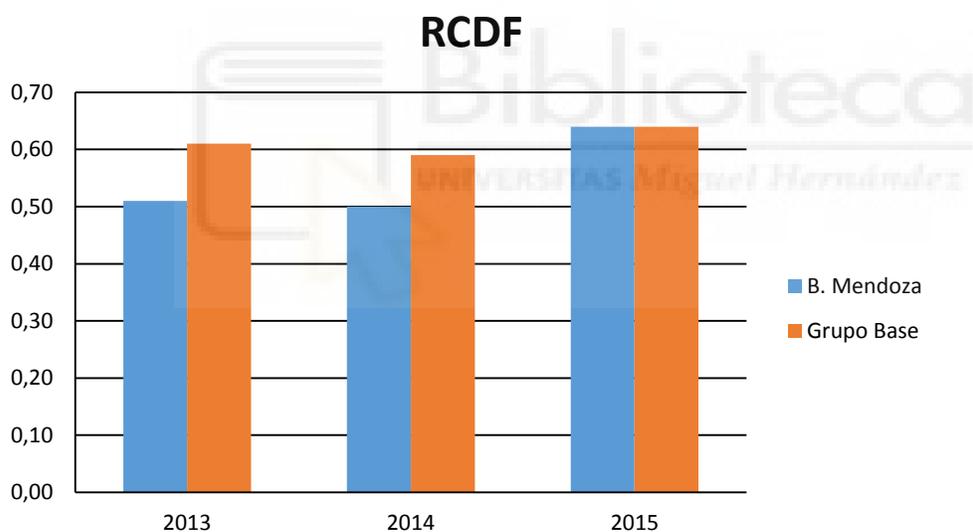
Como se puede observar en el gráfico 18, el porcentaje de deudas que vencen en el corto plazo está por encima del 60% y el grupo base estaría por encima del 50%.

7.2.2. RATIO DE CALIDAD DE LA DEUDA FINANCIERA

Este ratio mide la participación de la deuda financiera respecto al pasivo. Este ratio nos indica la calidad de la deuda en lo que se refiere a tipo de financiación, cuanto menor sea significará que la deuda es de mejor calidad, es decir, si se trata de créditos bancarios o de provisión. Es mejor que las deudas sean de provisión a que sean deudas financieras.

$$RCDF = \frac{\text{Deuda financiera}}{\text{Pasivo}}$$

Gráfico 19. Ratio de calidad de la deuda financiera.



Fuente: Elaboración propia.

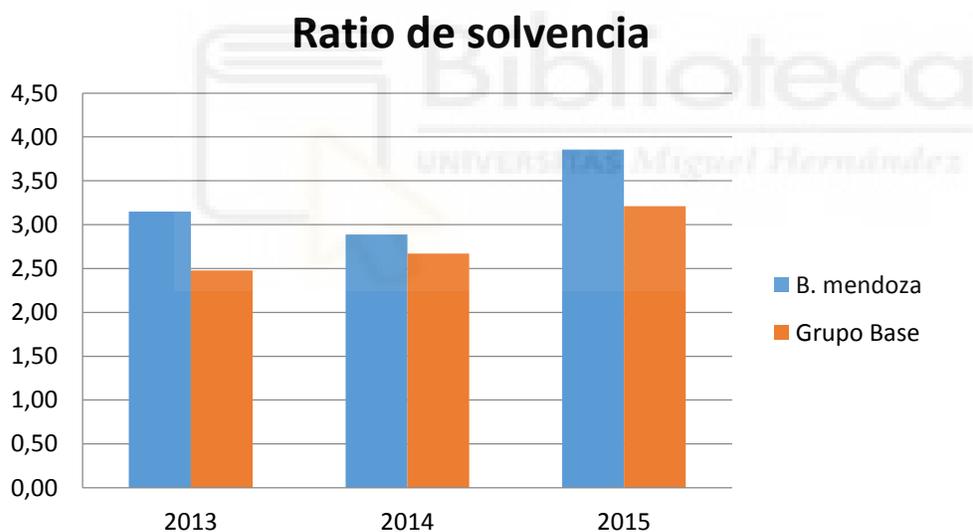
Como se puede ver en el gráfico 19, Bodegas Enrique Mendoza, S.L. para los años 2013 y 2014 se encuentra por debajo del grupo base, y en el año 2015 se encuentra en la mediana del grupo con un valor de 0,64. Esto nos quiere decir que la mayor parte de la deuda de estas empresas es de provisión.

7.2.3. RATIO DE SOLVENCIA A LARGO PLAZO

El ratio de solvencia a largo plazo (garantía o distancia a la quiebra), es un indicador de la estructura financiera y es el cociente entre el activo y el pasivo. Nos muestra la garantía ante terceros. Como regla general este ratio debe situarse por encima de la unidad, ya que por debajo significaría la quiebra de la empresa. Siendo su valor de referencia favorable por encima de 1,40.

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

Gráfico 20. Ratio de solvencia a largo plazo.



Fuente: Elaboración propia.

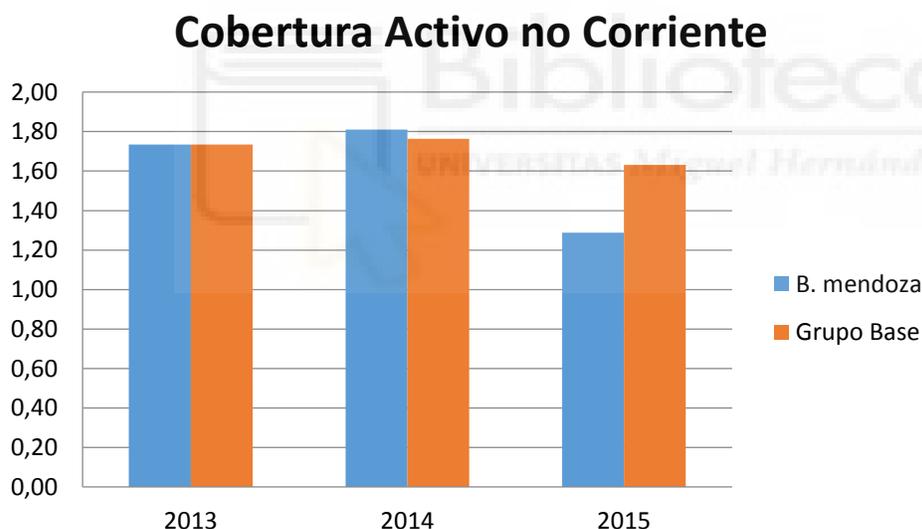
Como se puede ver en el gráfico 20, tanto la empresa objeto de estudio como el grupo base, mantienen valores por encima de los indicadores de referencia. La empresa, en los años del estudio, se mantiene por encima del grupo base, por lo que se puede afirmar, atendiendo a este ratio que la empresa presenta mejor solvencia que el grupo de comparación ante pagos y ante terceros.

7.2.4. RATIO DE COBERTURA DEL ACTIVO NO CORRIENTE

Este indicador nos muestra la relación entre los fondos propios y el pasivo exigible y la inversión de activos fijos de la empresa, es decir si la empresa está financiando sus inversiones, a largo plazo o a corto plazo. Tiene que ser su valor por encima de la unidad. Guarda relación directa con el ratio de liquidez. Si el ratio de liquidez es superior a la unidad el ratio de cobertura del activo no corriente también será mayor a uno.

$$\text{Cobertura activo no corriente} = \frac{\text{Patrimonio Neto} + \text{Pasivo no Corriente}}{\text{Activo no Corriente}}$$

Gráfico 21. Ratio de cobertura del activo no corriente



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 21 se puede observar que tanto la empresa como el grupo base del sector basan su financiación con recursos estables. En los años 2013 y 2014 obtuvo mejor ratio que el grupo base, mientras que en el año 2015 tanto el grupo base como Bodegas Enrique Mendoza, S.L., disminuyeron el valor respecto al año anterior pero se siguen manteniendo por encima de la unidad.

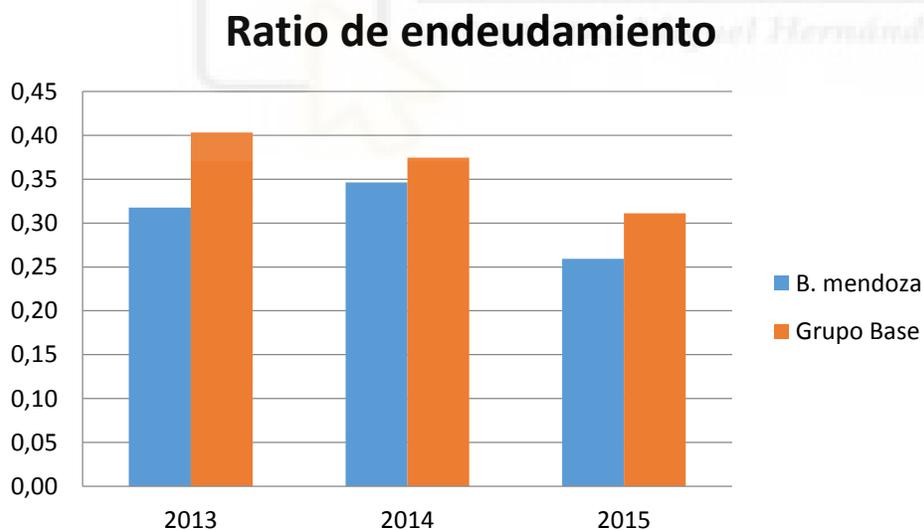
7.2.5. RATIO DE ENDEUDAMIENTO

El ratio de endeudamiento se encuentra dentro de los ratios de financiación y mide qué cantidad de financiación es frente a terceros. Con carácter general sus valores deben estar entre 0,4 y 0,6.

Para los valores que superen el índice de 0,6 nos puede indicar que la empresa se maneja con un volumen excesivo de deuda, perdiendo autonomía financiera ante terceros y para los marcadores que no superen el 0,4 podría indicar que la empresa tiene una cantidad excesiva de patrimonio neto infrautilizando algunos recursos.

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Pasivo} + \text{Patrimonio Neto}}$$

Gráfico 22. Ratio de endeudamiento.



Fuente: Elaboración propia.

En este caso, como se puede apreciar en el gráfico 22, tanto la mediana del grupo base como la empresa de referencia del estudio, mantienen su valor por debajo de 0,4 lo que nos indica un significativo volumen de recursos propios.

7.3. Análisis Económico.

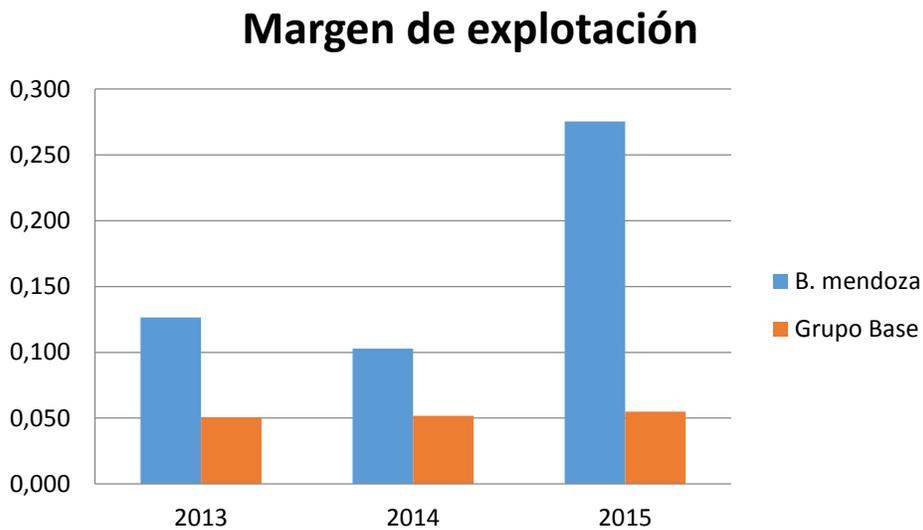
En este epígrafe se analizarán los datos relevantes para obtener información apropiada sobre la situación económica tanto del grupo base, como de la empresa Bodegas Enrique Mendoza S.L., para así poder realizar una comparativa de nuestra empresa de estudio con el grupo base. El análisis económico estudia, a través de la cuenta de pérdidas y ganancias, la estructura y evolución de los resultados de la empresa así como la rentabilidad de los capitales invertidos. El análisis económico se focaliza en la riqueza que generan las empresas por medio de su actividad principal.

7.3.1. MARGEN DE EXPLOTACIÓN

Este ratio representa la proporción de las ventas con respecto a la cifra de negocios, sin tener en cuenta los impuestos y los intereses. Se obtiene el cociente entre el resultado de explotación y el importe neto de la cifra de negocios.

$$\text{Resultado de explotación} = \frac{EBIT}{\text{Importe neto de la cifra de negocios}}$$

Gráfico 23. Margen de Explotación.



Fuente: Elaboración propia.

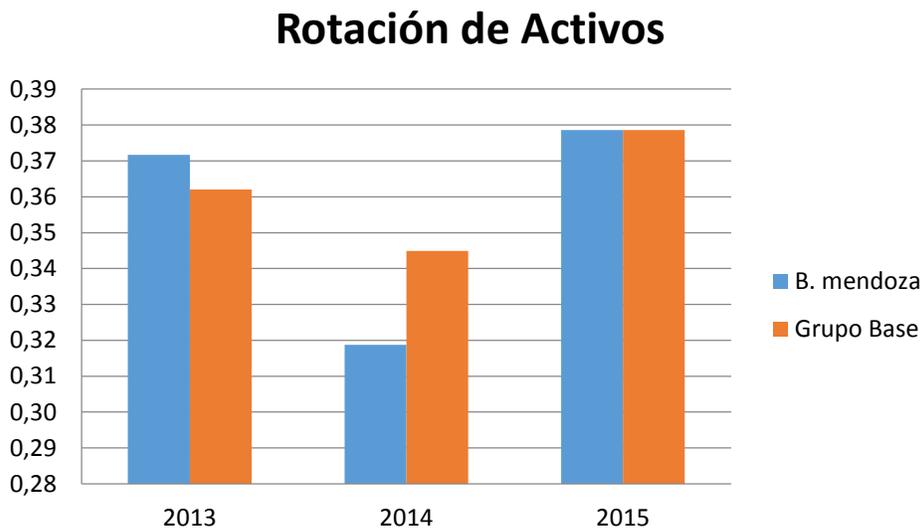
En la serie de años analizados en el gráfico 23, se puede observar que Bodegas Enrique Mendoza, S.L. obtiene mejores resultados que el grupo de comparación. Destacando el último año de estudio que quintuplica la mediana del grupo base, lo que nos informa que obtiene mayor resultado de explotación por cada unidad vendida, que las empresas del grupo base.

7.3.2. RATIO DE ROTACIÓN DE ACTIVOS

Con este ratio se analiza la eficiencia de la empresa a la hora de gestionar sus activos. La rotación de activos representa el número de veces que las empresas recuperan el activo a través de las ventas. Cuanto mayor sea el valor de este ratio mayor será la rentabilidad de los activos. El resultado se obtiene del cociente entre el importe neto de la cifra de negocios y el activo.

$$\text{Rotación de activo} = \frac{\text{Importe neto cifra de negocios}}{\text{Activo}}$$

Gráfico 24. Ratio de rotación de activos



Fuente: Elaboración propia.

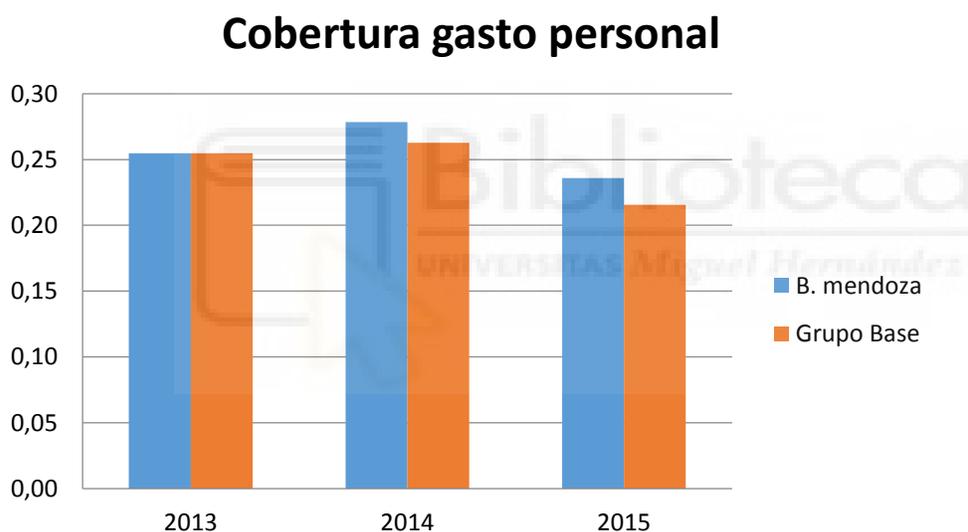
Como se puede apreciar en el gráfico 24, para la serie objeto de estudio, la empresa Bodegas Enrique Mendoza, S.L., en el año 2013 posee un valor por encima del grupo base, obteniendo mayor rendimiento de los activos en ese año. En el año 2014 la corriente se invierte pasando a tener menor rendimiento que el grupo base y para el año 2015 nos encontramos que el grupo base y Bodegas Enrique Mendoza, S.L. tienen el mismo valor, quiere decir que comparada con nuestro “sector” estaría en la misma mediana lo que quiere decir que las empresas obtienen ingresos iguales invirtiendo las mismas cantidades económicas.

7.3.3. COBERTURA DEL GASTO DE PERSONAL

Este ratio nos indica cuantos recursos de las ventas van destinados a cubrir los gastos de personal. Se obtiene del cociente entre el gasto de personal y el importe neto de la cifra de negocios. Cuanto más bajo sea el resultado mejor.

$$\text{Cobertura del gasto de personal} = \frac{\text{Gasto de personal}}{\text{Importe neto de la cifra de negocios}}$$

Gráfico 25. Cobertura del gasto de personal.



Fuente: Elaboración propia.

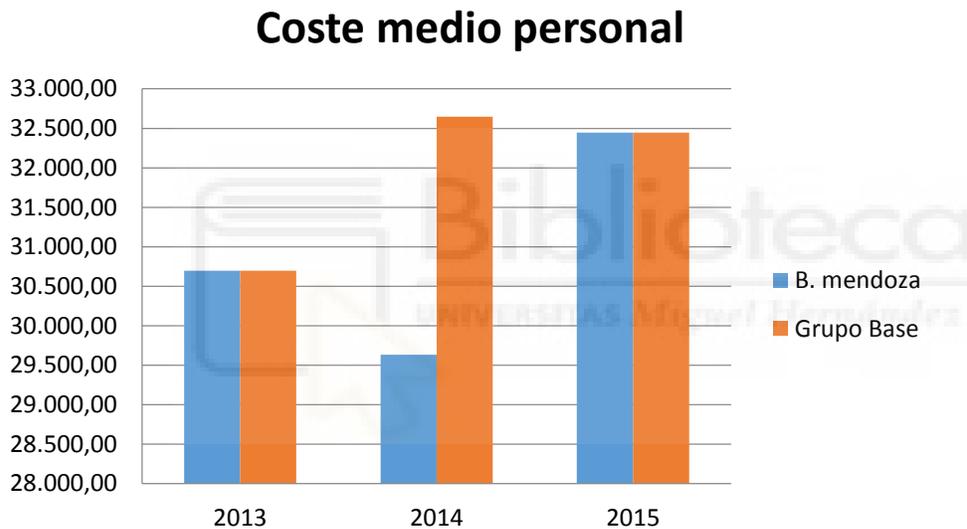
Como se puede ver en el gráfico 25, en este caso la empresa Bodegas Enrique Mendoza, S.L., se encuentra ligeramente por encima del grupo de comparación, lo que quiere decir que destina más partida de dinero del importe neto cifra de negocios para hacer frente a los gastos de personal. Si bien es cierto que en la serie de años los resultados son similares, ya que en el año 2013 se iguala al sector, y en el año 2014 y 2015 destina más recursos que el sector a los gastos de personal.

7.3.4. COSTE MEDIO PERSONAL

Este ratio nos indica cuánto cuesta cada trabajador a la empresa, y es el cociente entre el gasto de personal entre el número de trabajadores de la empresa.

$$\text{Coste medio personal} = \frac{\text{Gasto de personal}}{\text{Número de trabajadores}}$$

Gráfico 26. Coste medio del personal.



Fuente: Elaboración propia.

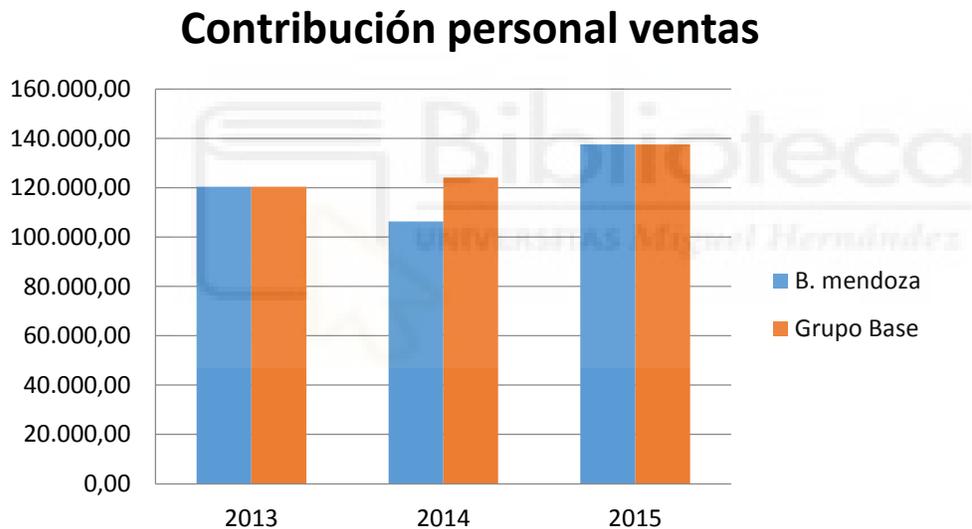
Como se puede observar en el gráfico 26, en este caso se obtienen cifras muy similares, exceptuando el año 2014, en el que el grupo de comparación tiene una mediana del coste medio de personal superior. En el año 2013 y 2015, el coste medio de personal es el mismo para los elementos comparados. Por último, indicar que en el año 2015 el coste medio de personal se sitúa en casi 32.500 €.

7.3.5. CONTRIBUCIÓN DEL PERSONAL A LA GENERACIÓN DE VENTAS

Este ratio nos indica las ventas generadas por cada trabajador. Se obtiene del cociente entre el importe neto de la cifra de negocios y el número de trabajadores.

$$\text{Contribución personal} = \frac{\text{Importe neto de la cifra de negocios}}{\text{Número de trabajadores}}$$

Gráfico 27. Contribución del personal a la generación de las ventas



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en el gráfico 27, la relación existente de la contribución personal de ventas, tanto para el grupo base como para Bodegas Enrique Mendoza, S.L. están en valores similares, exceptuando el año 2014 en el que la empresa está por debajo del grupo base.

7.4. Análisis de las Rentabilidades.

En este apartado se analizará la rentabilidad empresarial, atendiendo a los diferentes indicadores, comparando los resultados obtenidos con los medios utilizados para obtenerla. Con la finalidad de permitir la elección de las diferentes alternativas a tomar, en consecuencia con los resultados obtenidos. La rentabilidad estudia la cuenta de pérdidas y ganancias. Para el análisis de rentabilidad en este caso se han utilizado los ratios de la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera, la rentabilidad de los capitales invertidos (ROIC) y el apalancamiento financiero.

7.4.1. RENTABILIDAD ECONÓMICA (ROA)

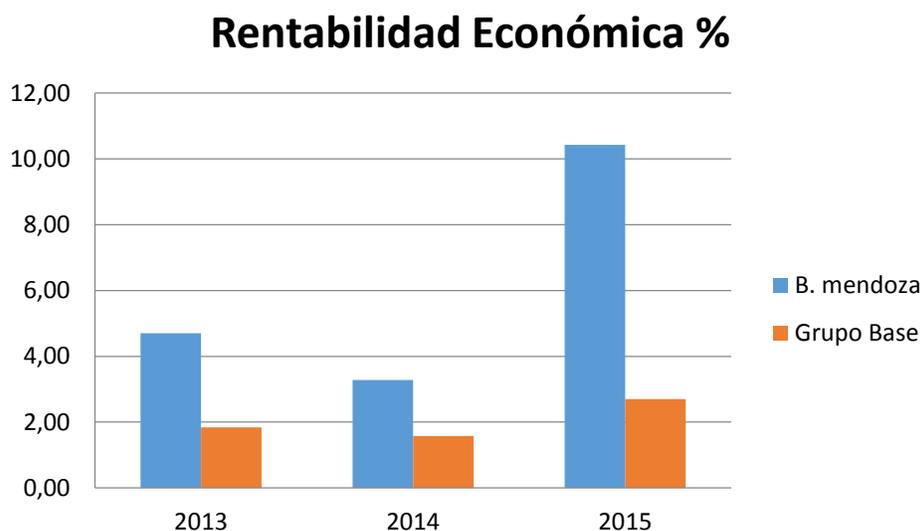
La rentabilidad económica es el principal objetivo empresarial, de ello dependerá su continuidad en su actividad o cese de la misma.

El ratio de rentabilidad económica mide la relación entre el resultado antes de intereses e impuesto (EBIT-RAII) y el activo total de la explotación. Este ratio nos dice como se obtienen las rentabilidades en el ciclo de explotación sin tener en cuenta la forma con la que se ha financiado la empresa así como el coste que le ha supuesto esta financiación.

Dentro de este indicador se analizan 3 apartados muy importantes para conocer el estado económico-financiero de la empresa, como son: indicar si la dirección ha sido efectiva o no en su gestión; evalúa la solvencia a largo plazo debido a que estudia la efectividad del resultado de las empresas, por lo que es importante esta información para nuestros acreedores; y por último, es un indicador que nos permite relacionar los beneficios y las inversiones a futuro de una forma objetiva.

$$\text{Rentabilidad Económica} = \frac{EBIT}{Activo} \times 100$$

Gráfico 28. Rentabilidad Económica.



Fuente: Elaboración propia.

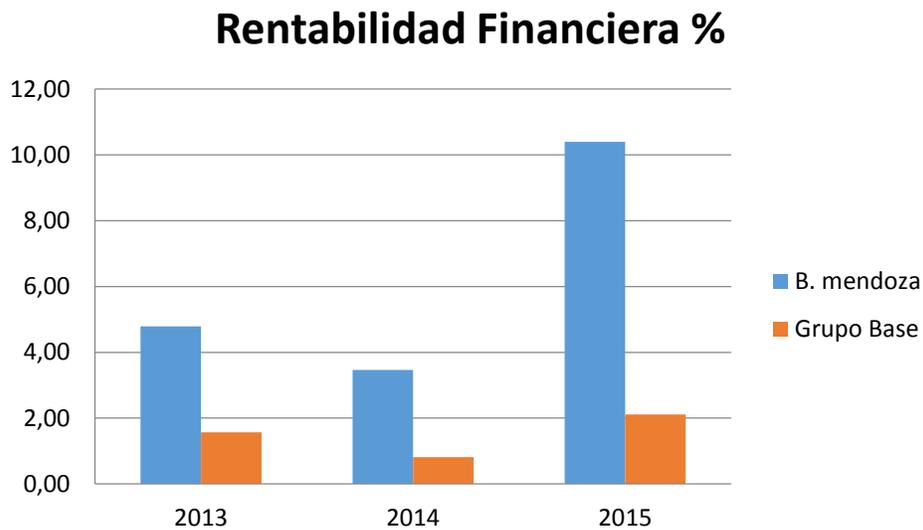
Como se puede ver en el gráfico 28, en la serie de años del estudio se aprecia como la empresa Bodegas Enrique Mendoza S.L. obtiene una rentabilidad mayor al valor obtenido por grupo de comparación, llegando a cuadruplicar en el último año 2.015 la mediana de la rentabilidad del resto empresas en el estudio. Por lo que, por cada euro invertido en sus activos obtiene una mayor rentabilidad que la mediana del grupo de comparación.

7.4.2. RENTABILIDAD FINANCIERA

Con este ratio medimos la relación entre el resultado del ejercicio sobre los recursos propios. Con este indicador examinamos la capacidad de obtener beneficios a través de nuestros fondos propios, conociendo así el porcentaje que obtienen los accionistas. La rentabilidad financiera depende directamente de la rentabilidad económica y del apalancamiento financiero.

$$Rentabilidad\ Financiera = \frac{Resultado\ del\ ejercicio}{Patrimonio\ Neto} \times 100$$

Gráfico 29. Rentabilidad Financiera.



Fuente: Elaboración propia.

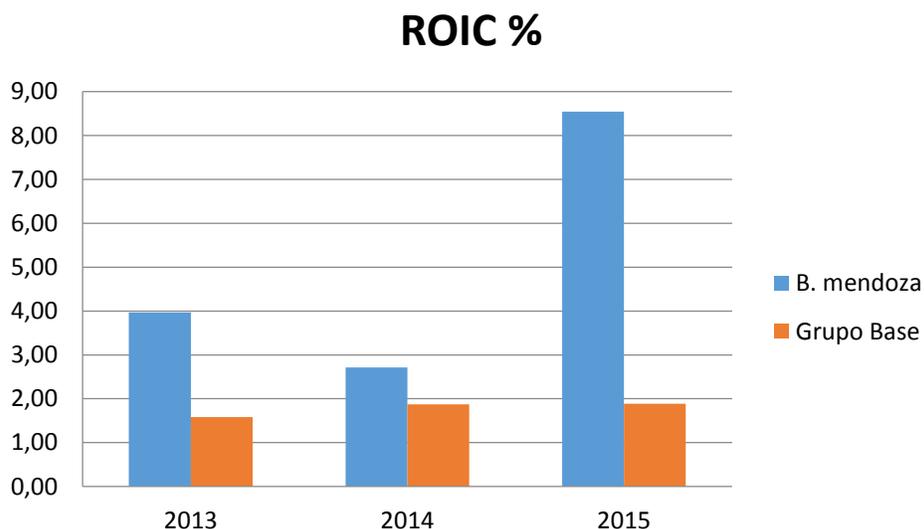
Como se puede observar en el gráfico 29, los resultados obtenidos son muy similares a los del gráfico del indicador anterior, y esto es debido a que la rentabilidad financiera depende directamente de la rentabilidad económica. En este caso para el ejercicio 2015 la empresa de nuestro estudio quintuplica la rentabilidad financiera de la mediana del grupo comparativo. Es decir hay una relación de mayor rentabilidad entre el patrimonio invertido y los resultados obtenidos.

7.4.3. RENTABILIDAD DE LOS CAPITALES INVERTIDOS (ROIC)

El ratio de la rentabilidad de los capitales invertidos, es uno de los ratios más importantes para conocer la rentabilidad de la actividad económica después de impuestos, ya que evalúa si la empresa genera o no valor. Es la tasa de retorno sobre el capital invertido. Su valor debe ser superior a cero, ya que por debajo obtendríamos una rentabilidad negativa.

$$ROIC = \frac{NOPAT}{\text{Capitales Invertidos}}$$

Gráfico 30. Rentabilidad de los capitales invertidos.



Fuente: Elaboración propia.

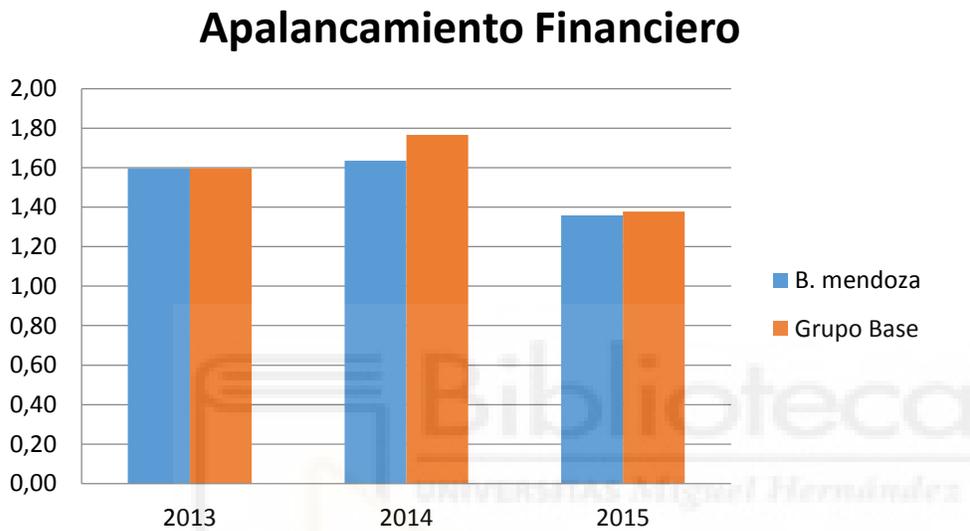
Como se puede apreciar en el gráfico 30, para este indicador, la empresa analizada se encuentra muy por encima de la mediana del sector “grupo base” por lo que los ingresos operativos superan los gastos generando una riqueza superior.

7.4.4. APALANCAMIENTO FINANCIERO

Mediante este ratio podemos conocer si la empresa tiene mayor o menor grado de solvencia. Se estudia al evaluar la relación entre la deuda y los capitales propios, por un lado, y el efecto de los gastos financieros en los resultados ordinarios, por otro. El apalancamiento financiero es útil cuando el uso de la deuda permite aumentar la rentabilidad financiera de la empresa. Si el índice del apalancamiento financiero es mayor a la unidad, la deuda aumenta la rentabilidad y por lo tanto es recomendable. Si el índice es igual a la unidad, es indiferente el tipo de financiación que se utilice, porque no afecta a la rentabilidad y si el apalancamiento financiero es menor que la unidad, la deuda disminuye la rentabilidad y por lo tanto no es conveniente financiarse con fondos ajenos.

$$\text{Apalancamiento financiero} = \frac{\text{Activo}}{\text{Patrimonio Neto}} \times \frac{\text{Resultado antes de impuestos}}{\text{EBIT}}$$

Gráfico 31. Apalancamiento Financiero.



Fuente: Elaboración propia.

En este caso el apalancamiento financiero, como se puede observar en el gráfico 31, tanto para la empresa objeto de estudio como para el grupo base de comparación, es mayor a uno. Esto indica, por lo tanto, que el uso de la deuda permite aumentar la rentabilidad financiera de la empresa y del grupo de comparación, recurriendo así a este tipo de financiación.

8. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el estudio comparativo de los ratios de índole económico-financiero entre Bodegas Enrique Mendoza, S.L. y un grupo base formado por empresas del sector de características similares, se pasará a comentar las conclusiones que hemos obtenido.

Como se ha podido comprobar el mercado exterior es de suma importancia para el sector de la elaboración del vino en nuestro país, ya que se ha observado que la tendencia en el consumo interno nacional es cada vez menor, y si bien es cierto que existe una gran competencia con otros países productores, el sector del vino en España, está escalando posiciones en el rango calidad-precio, sobre todo en EEUU y China donde las exportaciones no dejan de aumentar.

Sin embargo, a pesar de ser uno de los líderes en exportación a granel, debe realizar mayor trabajo y esfuerzo en aumentar la comercialización de los vinos embotellados y de calidad para así incrementar el valor del vino español.

Respecto al análisis económico-financiero, comenzando por la liquidez, Bodegas Enrique Mendoza S.L., presenta peores cifras en la comparativa del año 2013 respecto al año 2015. Pero, aunque haya bajado, no presenta problemas de liquidez, ni la empresa ni el grupo base, teniendo capacidad suficiente para generar riqueza, es decir, puede hacer frente sin problemas a las deudas contraídas a corto plazo.

En el análisis de la solvencia, comentar que no presenta problemas de solvencia. Es una empresa solvente por los activos que posee, la plantación y bodega de Alfaz del Pi y la bodega de Villena. Bodegas Enrique Mendoza, S.L., presenta un mayor nivel de solvencia en comparación con el grupo base, puede hacer frente a las obligaciones contraídas con terceros a largo plazo. Analizando el ratio de calidad de deuda financiera para estas empresas se ha observado que la calidad de la deuda es mejor ya que no dependen en gran medida de los créditos bancarios.

En el análisis económico obtiene, para el ejercicio 2015, mejor resultado de explotación vía ventas. Con respecto al personal esta empresa está ligeramente por encima del gasto medio de personal del sector de comparación. Al ser una bodega donde prima la excelencia y la

innovación sobre la calidad de los vinos, a los trabajadores se les requiere una mayor cualificación lo que hace que el gasto medio del personal sea más elevado. Esto no interfiere en el margen de beneficios ya que una mayor calidad se asocia a un precio más elevado

Con respecto a las rentabilidades, Bodegas Enrique Mendoza, S.L., tiene una alta rentabilidad económica y financiera, por lo que podemos concluir que la empresa está dirigida de una manera eficiente, presenta de una manera objetiva la solvencia a largo plazo y por último, nos indica que las rentabilidades obtenidas por las inversiones han sido muy buenas ya que en el último año del estudio comparativo realizado quintuplica al grupo base.

En la tasa de retorno de capital invertido se encuentra por encima de la mediana del grupo lo que quiere decir que se está generando una riqueza superior. En la comparación con el grupo base en este ratio la empresa Bodegas Enrique Mendoza, S.L., genera un 8,55% de retorno de capital invertido, mientras que la mediana del grupo de comparación se encuentra en un 1,88%, superando con creces los valores obtenidos por las empresas del grupo base.

Comentando el último ratio, el apalancamiento financiero de la empresa de ámbito de estudio, con los datos obtenidos se puede destacar que el resultado es positivo, ya que es mayor a la unidad. Por lo que la manera de financiarse permite aumentar la rentabilidad financiera optando así a este tipo de financiación.

Por último, comentar que tras el estudio realizado se puede concluir que España es un actor fundamental en el sector del vino mundial. Se encuentra bien posicionado, ganando terreno las exportaciones de vino embotellado. Destaca que dentro de este sector nos encontramos con empresas que se diferencian en 3 modelos diferentes de negocio atendiendo a las características de los mercados, empresas productoras de vino de mesa y granel, las de vino embotellado de una calidad media y las empresas más sofisticadas con vino de alta calidad.

Como recomendación y ante la observación de un sector tradicional, en el que siguen cayendo los datos en consumo interior, deberían apostar por la comercialización e

innovación de vinos con mayor atractivo hacia los jóvenes, realizando más campañas de marketing, creando nuevas ocasiones de consumo etc.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Vinos Alicante Denominación de Origen (2016). *Informe estadístico campaña 2015-2016*. Alicante: consejo regulador de la Denominación de Origen Protegida de Alicante.
- Vinos Alicante Denominación de Origen (2017). *Vinosdealicantedop.org*. Recuperado el 12 de Agosto de 2017 de <http://www.vinosalicantedop.org/enoturismo/>
- Federación Española del Vino (2017). *Fev.es*. Recuperado el 14 de julio de 2017 de http://www.fev.es/v_portal/apartados/apartado.asp?te=29.
- Guerras, L. A., & Navas, J. E. (2015). *La dirección estratégica de las empresa teoría y aplicaciones*. Madrid: Civitas.
- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medioambiente. (2016). Introducción al vino en España y en el mundo desde el punto de vista económico. *mapama.gob.es*. Recuperado el 15 de noviembre de 2017, de http://www.mapama.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/documentacionreunionsectorialdel6dejuliodede2016exportaciones analisisdelacompetencia_tcm7-433662.pdf
- Vivanco (2017). *Vivancoculturadevino.es*. Recuperado el 9 de Agosto de 2017 de <https://vivancoculturadevino.es/blog/2015/04/23/denominaciones-origen-vino-espana/>
- Vinos y cavas valencianos (2017). *vinos.guiaval.com*. Recuperado el 7 de Julio de 2017 de <http://www.vinos.guiaval.com/>
- Vinetur (2014). *La revista digital del vino*. Recuperado el 9 de Agosto de 2017 de <https://www.vinetur.com/2014062615963/ranking-de-los-10-mayores-paises-productores-de-vino-del-mundo.html>
- Bodegas Mendoza (2017). *Bodegasmendoza.com*. Recuperado el 7 de Julio de 2017 de <http://www.bodegasmendoza.com/bodega.html>
- Comisión Europea (2014). Reglamento (UE) n°651/2014 de la Comisión de 17 de junio de 2014 por el que se declaran determinadas categorías de ayudas compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado. *boe.es*. Recuperado el 25 de agosto de 2017 de <http://www.boe.es/doue/2014/187/L00001-00078.pdf>

Vidal Maté (2016). España lidera las exportaciones mundiales de vino, pero vende barato. *El país*. Recuperado el 9 de agosto de 2017 de https://elpais.com/economia/2016/02/28/actualidad/1456679185_773790.html

Sistema de Análisis y Balances Ibéricos (SABI). Última consulta el 15 de junio de 2017 <https://sabi.bvdinfo.com/version-20171122/SSOLogin.serv?product=sabineo&loginpostback=true&ssotoken=JIt8xfKaMIuPpQdIqahIKg%3d%3d>

Instituto Nacional de Estadística (INE). Última consulta el 30 de agosto de 2017 <http://www.ine.es/>

Datacomex. Secretaria de Estado de comercio. Última consulta el 15 de noviembre de 2017 <http://datacomex.comercio.es/>

