



**Escola Superior d'Agricultura
de Barcelona**

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA

**TENACIDAD Y PERSEVERANCIA.
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y
FINANCIERO DE FREIXENET.
1998 - 2007**

Ingeniería Técnica Agrónoma especialidad
en Industrias Agroalimentarias

Autores: Daniel Blanco Antón y Claudia Ciscar Bellés

Tutoría: M^aCarmen Barco

Fecha: Julio de 2010



Escola Superior d'Agricultura
de Barcelona

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA

**TENACIDAD Y PERSEVERANCIA.
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y
FINANCIERO DE FREIXENET.
1998 - 2007**

Ingeniería Técnica Agrónoma especialidad
en Industrias Agroalimentarias

Autores: Daniel Blanco Antón y Claudia Ciscar Bellés

Tutoría: M^{re} Carmen Barco

Fecha: Julio de 2010

AGRADECIMIENTOS

Queremos dar las gracias a la familia y amigos que nos han apoyado durante estos años y especialmente en la realización del trabajo final de carrera.

A los compañeros y profesores que hemos ido conociendo durante esta etapa de nuestra vida ya que son muchos los momentos compartidos.

A Marta Raventós por su ayuda y apoyo.

Y muy especialmente a M^aCarmen Barco, por su interés, dedicación y esfuerzo, ya que ha sido un elemento clave para la realización de este trabajo.

TENACIDAD Y PERSEVERANCIA.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y FINANCIERO DE FREIXENET. 1998 - 2007.

Autores: Daniel Blanco Antón y Claudia Ciscar Bellés

Tutora: M^aCarmen Barco

RESUMEN

Este trabajo final de carrera es un estudio sobre la empresa Freixenet entre los años 1998 y 2007. Repasando sus orígenes y su historia, queremos ver como se ha formado la principal exportadora de vinos espumosos del mundo y hacer un estudio de su organización. Además, analizar sus datos financieros y así ver la importancia que tiene dentro de la industria vinícola y la industria agroalimentaria en Cataluña, teniendo como magnitudes principales; las ventas netas, personas ocupadas y el número de establecimientos.

Mediante la gestión financiera queremos interpretar su evolución económica relacionando los movimientos monetarios que realiza año tras año y así saber cómo se mantiene, evoluciona y crece una gran empresa.

A lo largo de la historia ha competido muy estrechamente con Codorníu, por esto en este trabajo también se comparan las trayectorias de estas dos grandes empresas catalanas.

Palabras clave: industria vinícola, industria agroalimentaria, cava, gestión financiera

TENACITAT I PERSEVERANÇA.

ESTUDI ORGANITZACIONAL I FINANCER DE FREIXENET. 1998 - 2007.

Autors: Daniel Blanco Antón i Claudia Ciscar Bellés

Tutora: M^aCarmen Barco

RESUM

Aquest treball final de carrera és un estudi sobre l'empresa Freixenet entre els anys 1998 i 2007. Repassant els seus orígens i la seva història, volem veure com s'ha format la principal exportadora de vins escumosos del món i fer un estudi de la seva organització. A més, analitzar les seves dades financeres i així veure la importància que té dins de la indústria vinícola i la indústria agroalimentària a Catalunya, tenint com a magnituds principals, les vendes netes, persones ocupades i el nombre d'establiments.

Mitjançant la gestió financera volem interpretar la seva evolució econòmica relacionant els moviments monetaris que realitza any rere any i així saber com es manté, evoluciona i creix una gran empresa.

Al llarg de la historia ha competit molt estretament amb Codorníu, per això en aquest treball també es comparen les trajectòries d'aquestes dues grans empreses catalanes.

Paraules clau: industria vinícola, industria agroalimentària, cava, gestió financera

TENACITY AND PERSEVERANCE.

ORGANIZATIONAL AND FINANCIAL STUDY OF FREIXENET. 1998 - 2007.

Authors: Daniel Blanco Antón i Claudia Ciscar Bellés

Tutor: M^aCarmen Barco

SUMMARY

This final work of career is a study based on Freixenet Company during the years 1998 to 2007. Revising their origins and history, we try to see how the world's leading exporter of sparkling wines has been created and also prepare a study of the organization. We also analyze the financial data of the company in order to determine the relevance of the Company in the wine and food industry in Catalonia. We have as main magnitudes: the net sales, the employed persons and the number of establishments.

By financial management we want to interpret the economic evolution of the company, taking into account the currency flows carried out each year, in order to determine how it is maintained, how it evolves and how it grows a great company.

Throughout history, the Company has competed very closely with Codorníu. That is why the trajectories of these two great Catalan Companies are also compared in this study.

Keywords: wine industry, food industry, cava, financial management

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	8
1.1.	Objetivos	8
1.2.	Materiales y métodos	9
2.	FREIXENET	10
2.1.	Historia de Freixenet	10
2.2.	Cronología de los mercados internacionales	12
2.3.	Planificación: visión y misión de la empresa.....	14
2.4.	Organigrama de Freixenet.....	15
-	Organigrama actual.....	17
2.5.	Plan estratégico de Freixenet.....	18
2.6.	Productos	21
2.7.	Empresas del mercado dentro del segmento de precios.....	28
2.8.	Innovaciones a lo largo de la historia.....	28
2.9.	Buenas prácticas y compromiso con el medioambiente	31
3.	GESTIÓN FINANCIERA.....	37
3.1.	El sistema de financiación	38
3.2.	Cuenta de resultados	40
3.4.	La autofinanciación de la empresa.....	46
3.5.	Los ratios financieros.....	47
3.6.	Otros Ratios financieros relacionados con la explotación	55
4.	INDUSTRIA VINÍCOLA EN CATALUÑA	58
4.1.	Los ingresos de explotación de la IAA y de la Industria vinícola en Cataluña	58
4.2.	Las ventas de la IAA y la Industria Vinícola en Cataluña	60
4.3.	Comparativa de ventas entre la Industria Vinícola y la IAA en Cataluña	60
4.4.	La ocupación de la IAA y la Industria Vinícola en Cataluña.....	60
4.5.	El número de establecimientos de la IAA y la Industria vinícola en Cataluña	61
4.6.	Freixenet y la Industria Vinícola en Cataluña.....	62
4.7.	Las ventas de Freixenet y la Industria Vinícola en Cataluña	62
4.8.	La Ocupación de Freixenet y la Industria Vinícola en Cataluña	63
4.9.	Ratios financieros relacionados con la explotación de la Ind.Vinícola y Freixenet	64
5.	FREIXENET vs CODORNÍU	67
5.1.	Guerra del cava	68
5.2.	Consecuencias de la guerra del cava.....	68

5.3.	Noticias relacionadas	69
5.4.	Cuenta de Resultados de Codorníu.....	71
5.5.	Ratios comparativos entre Freixenet y Codorníu	72
6.	CONCLUSIONES	80
7.	BIBLIOGRAFIA.....	82
8.	ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	83
8.1.	Índice de tablas	83
8.2.	Índice de figuras	83
9.	ANEXOS	86
9.1.	ANEXO I: Entrevista a Marta Raventós y documentación facilitada.....	86
9.2.	ANEXO II: Cuentas de Resultados y Balances (SABI)	107
9.2.1.	Cuenta de Resultados y Balances de Freixenet.....	107
9.2.2.	Cuenta de Resultados y Balances de Codorníu	118
9.3.	ANEXO III: Tablas IDESCAT	129
9.4.	ANEXO IV: Visita a Freixenet	140

1. INTRODUCCIÓN

La Industria Vinícola entre 1998 y 2007, representa el 6% de las ventas netas y de las personas ocupadas, además en años como el 2002 ha superado el 10% de los establecimientos de la industria alimentaria en Cataluña, lo cual significa que es un sector de gran importancia en esta comunidad autónoma. Es un sector que ha sabido sobrevivir a adversidades como la filoxera y mantener su volumen de ventas dentro de la Industria Agroalimentaria. La producción se centra en las comarcas del Penedés y el Priorat.

Freixenet que pertenece al sector de vinos y cavas, principal productora de vinos espumosos del mundo y número uno en exportaciones de España. Se define como una empresa familiar que es aquella que está en manos de una familia y su objetivo es, que sea la siguiente generación quien la dirija, desde sus orígenes ha mantenido una unidad familiar, defendiendo su patrimonio y su negocio, formando a sus miembros y así, dirigiéndola siempre desde casa. A lo largo de este trabajo final de carrera se explica su historia así como su evolución hasta el 2007, su organización como empresa y su forma de gestionar bienes, propiedades y beneficios, para poder concluir cual es su importancia, sus estrategias y garantías de seguir siendo líder en el futuro. No solo se preocupa por sus productos, sino que tienen un fuerte compromiso con el medioambiente y por ello ha tenido el reconocimiento de la Asociación Española de Normalización.

Desde su inicio ha estado muy pendiente de Codornú, gran productora catalana de vinos espumosos se ha convertido en su principal competencia y a cuya relación se le dedica un capítulo de este estudio, comparando la importancia de estas dos grandes empresas dentro del sector al que pertenecen. Aunque en un inicio Freixenet estaba a un nivel muy inferior a Codornú ha conseguido superar su volumen en ventas, en los últimos años han compartido los problemas que han surgido alrededor del cava como por ejemplo, el boicot a los productos catalanes que provocó pérdidas en el sector.

1.1. Objetivos

Los objetivos de este trabajo final de carrera son los siguientes:

- Estudiar una productora de vinos espumosos
- Conocer su evolución y organización
- Ver la importancia de una gran empresa catalana dentro del sector al cual pertenece
- Poder definir qué tipo de financiación practica
- Compararla con sus principales competidores

1.2. Materiales y métodos

Para poder realizar este trabajo hemos consultado:

- Documentación bibliográfica: de la cual se ha extraído la información necesaria para cada apartado del estudio, especialmente se han utilizado para poder conocer y desarrollar la historia de la empresa.
- Bases de datos: necesarias para tener acceso a los balances, cuentas de resultados y otros datos económicos de la empresa precisos para el desarrollo del trabajo que nos ocupa. Fundamentalmente la base de datos SABI.
- Datos electrónicos procedentes de las Páginas web: han sido consultadas para obtener datos del sector, noticias relacionadas e informes. Se han usado las de la Generalitat de Cataluña del Departamento de Agricultura, Alimentación y Acción Rural (DAR) correspondientes a la Industria Agroalimentaria. El Instituto de Estadística de Cataluña (Idescat) y el Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Entrevista: se han mantenido diferentes contactos con personal de la empresa Freixenet con diferentes conversaciones (vía telefónica y mail) para poder conocer de primera mano algunos temas relacionados con la historia, innovaciones y organización de la empresa. Marta Raventós ha sido nuestro contacto con la empresa, y quién nos ha respondido a nuestras preguntas y facilitado documentación de Freixenet.
- Apuntes: se han consultado temarios de asignaturas relacionadas como contabilidad, economía de la empresa, organización empresarial y gestión de la calidad.

Con los datos numéricos se ha elaborado un Excel con diferentes tablas, donde se pueden observar las cuentas anuales de Freixenet, de la Industria Vinícola y de la Industria Agroalimentaria en Cataluña, así como otras comparativas de Freixenet con Codorníu y el conjunto de la Industria Vinícola catalana. Posteriormente se han hecho gráficos explicativos para poder sacar conclusiones de los datos con mayor facilidad.

También se han realizado diagramas para explicar con mayor claridad puntos como la evolución de la empresa a lo largo de los años, citando acontecimientos importantes o como ha innovado en su proceso de producción.

En este trabajo también aparecen mapas políticos, nacionales y mundiales, con el fin de representar la situación de una forma más clara.

2. FREIXENET

2.1. Historia de Freixenet

Los primeros datos bibliográficos sobre la inauguración de Casa Sala son citados entre los años 1830-1840, fundada por Francesc Sala i Ferrés, y cuya actividad principal era la elaboración de vino. Situada en Sant Sadurní d'Anoia, provincia de Barcelona, fue la primera compañía del Penedés en exportar su producto.

Juan Sala i Tubella, hijo de Francesc Sala y quien había hecho crecer el negocio en 1961, tuvo una única hija, Dolors Sala i Vivé, a quien casó con el hijo de los propietarios de La Freixeneda, Pedro Ferrer Bosch. Con el matrimonio de su hija se aseguraba que la exportación de vinos espumosos según el *método champenoise* continuase, su familia aportaba la experiencia en el negocio y los Ferrer sus terrenos para poder plantar y construir cavas.

A Pedro Ferrer se le conocía como El Freixenet, y por este motivo en 1889 cuando se fundó la nueva empresa entre las dos familias, se llamó Freixenet. Los resultados reflejados en los primeros balances conservados demuestran que era una empresa con beneficios económicos, por este motivo en 1928, Dolors Sala decidió fundar Freixenet, S.A. junto a su marido Pedro Ferrer y su padre Juan Sala.

Pedro Ferrer quiso apostar por la publicidad, aprovechando la Exposición Universal de Barcelona en 1929 convirtió un coche de la época en una botella de cava con ruedas.



Figura II.2: Botella esmerilada
Fuente: Freixenet



Figura II.1: Coche Botella
Fuente: Fotografía propia

Además quiso que Carta Nevada tuviese un distintivo de calidad con lo que cambió la típica botella verde por una blanca con un esmerilado el cual conseguía la misma protección que la tradicional. Y con su característica visión de futuro dijo *“Esta botella un día hará ricos a mis hijos.”*

En el momento de la desaparición de Pedro Ferrer y su hijo Juan en la Guerra Civil Española, Codorníu vendía tres veces más producto que Freixenet.

Solo dos años después de la desaparición del padre y primogénito de la familia Ferrer, murió el padre de Dolors, Juan Sala i Tubella. Para aquel entonces José Ferrer Sala tenía 13 años y la familia se dedicaba a proteger las existencias que tenían en las cavas.

Dolors Sala, después de estas tres importantes pérdidas para su familia, decidió presidir la compañía para intentar llegar al nivel en el que se encontraba Codorníu. Para conseguir su objetivo la ayudó su hija Pilar y Napoleón Serra, un gestor que contrata. Dolors fue la presidenta de la empresa hasta que falleció.

Fue en 1941 cuando resurgió la idea de lanzar al mercado el Carta Nevada y la empresa registró el envase blanco esmerilado, el cual es un distintivo de calidad y diferencia al producto de otros de la competencia.

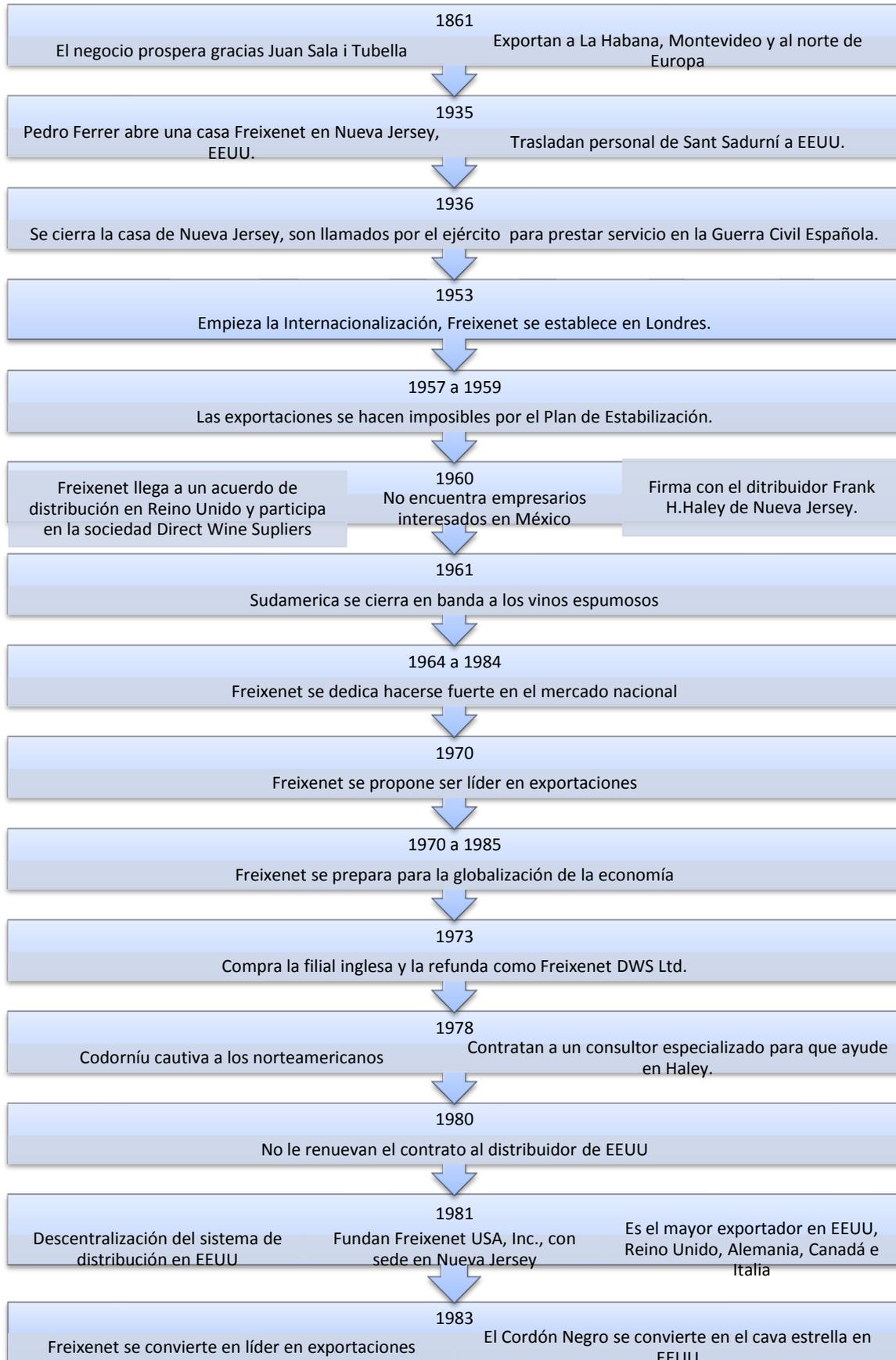
Dolors se encargó que su hijo José Ferrer Sala, junto a sus hermanos y a uno de sus nietos, aprendiese el oficio desde su adolescencia. Y en 1947 cuando su hijo se licenció en Economía, Enología y Viticultura lo incorporó al departamento de ventas, el cual estaba formado por 70 empleados.

En los años 70, Freixenet ya era una marca totalmente consolidada en el mercado español y líder en exportaciones con el Cordón Negro como producto estrella. Además intensificaron sus acciones para ampliar exportaciones y así estar mejor posicionados en el mercado internacional. Es en esta época cuando empezó la gran expansión del Grupo Freixenet, la cual todavía no ha terminado, y que la sitúa como líder mundial de vinos espumosos elaborados según el método tradicional.

En 1978 cuando José Ferrer fue nombrado presidente y director general, se repartieron las acciones de la empresa junto a su madre y sus tres hermanas. Es en el año 1994 cuando se unieron Pedro Ferrer, José Luís Bonet Ferrer, el cual después de trabajar con José Ferrer se convirtió en director general adjunto, y Enrique Hevia Ferrer.

En esta época José Ferrer quiso seguir los pasos de su padre, abriendo fronteras en mercados de otros países con el objetivo de mantener *“el Honor de Freixenet”* y superar a Codorníu.

2.2. Cronología de los mercados internacionales



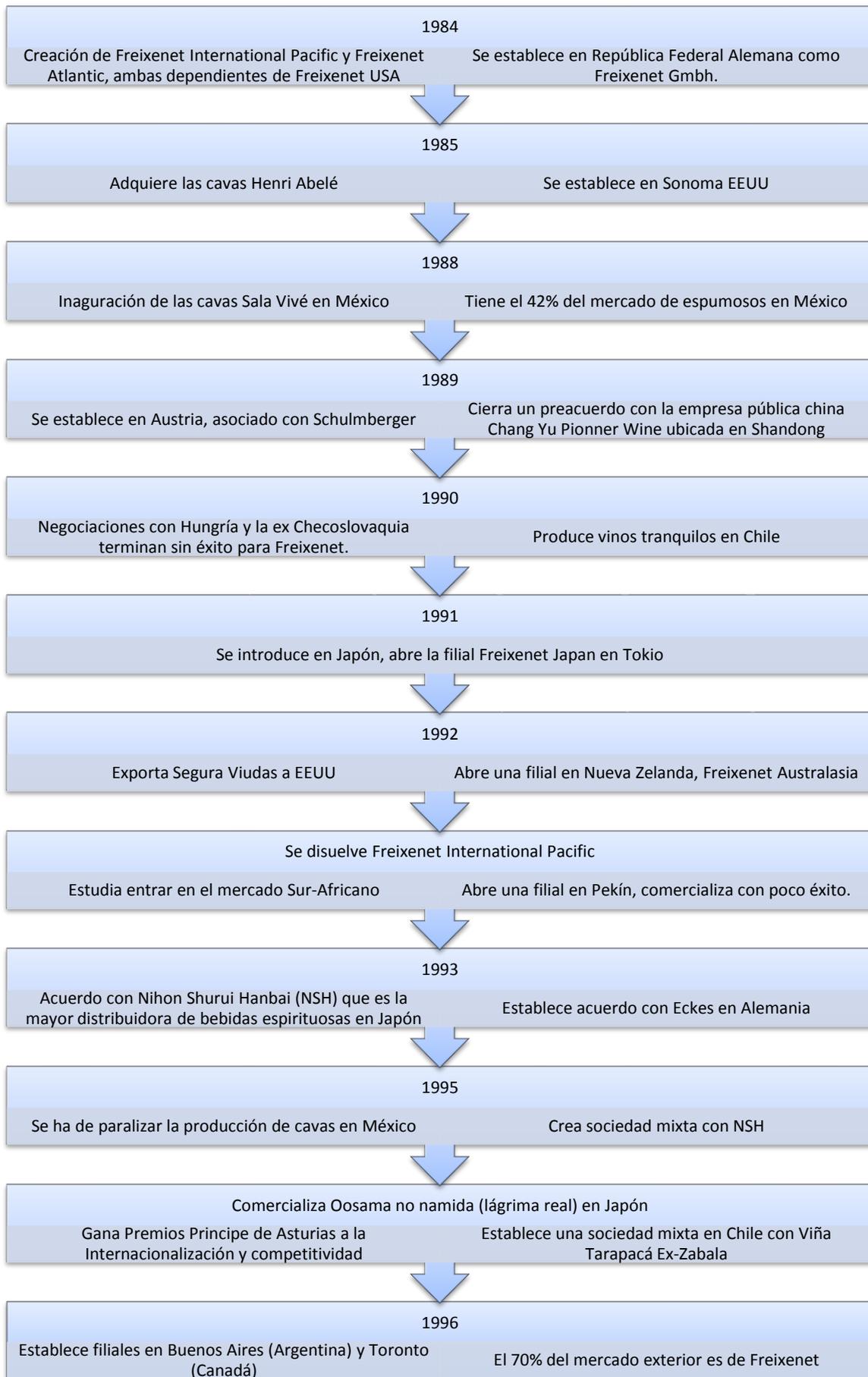




Figura II.3: Cronología de mercado
Fuente: Calzón, B. y Elaboración propia

2.3. Planificación: visión y misión de la empresa

Pedro Ferre Bosch, el Freixenet, definió como misión de la empresa:

“Crear riqueza, suministrar los bienes que me han depositado para que el país prospere y crear puestos de trabajo. Un deber con la sociedad. Quien sale con este espíritu y moral tiene muy asegurado el éxito.” (Calzón, B. 2001)

Actualmente este concepto ha ido más allá y la empresa lo define como:

“Contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas promoviendo el consumo responsable de vino y distribuyendo productos de alta calidad. Ya que el consumo responsable del vino, alarga las expectativas de vida sana, fomenta la comunicación y armonía entre las personas y mejora la calidad de vida. Además alcanzar su visión dando la máxima satisfacción a clientes, empleados, proveedores y accionistas, prestando gran atención al cuidado del entorno medioambiental.” (Anexo I)

Su visión de empresa mencionada en la misión es:

“En 2015 ser la empresa de referencia en el sector del vino a nivel global gracias al manejo de un portfolio exitoso que contenga marcas que lideren los mercados internacionales de vinos tranquilos y espumosos.” (Anexo I)

Para poder conseguirlo se debe además tener una política de calidad y seguridad alimentaria definida por 7 puntos:

- Proporcionar a sus clientes y consumidores productos que satisfagan sus requisitos y expectativas
- Tomar las medidas necesarias para asegurar que los productos suministrados son seguros y cumplen la legislación y normas de calidad y seguridad alimentaria aplicables
- Promover sus principios de calidad y seguridad alimentaria entre sus proveedores
- Actuar siempre con ética y respeto con sus Clientes, Empleados y Proveedores, basando sus relaciones en la confianza mutua.
- Establecer programas de formación y crear canales de comunicación con objeto de promover la participación de todo su personal en la mejora de la gestión de la calidad y seguridad alimentaria de los productos.
- Medir, analizar y controlar sistemáticamente sus procesos para asegurar la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión.
- Promover la innovación en todos los ámbitos de su actividad, manteniéndose fieles a los principios tradicionales de la elaboración de vinos y cavas. (Anexo I)

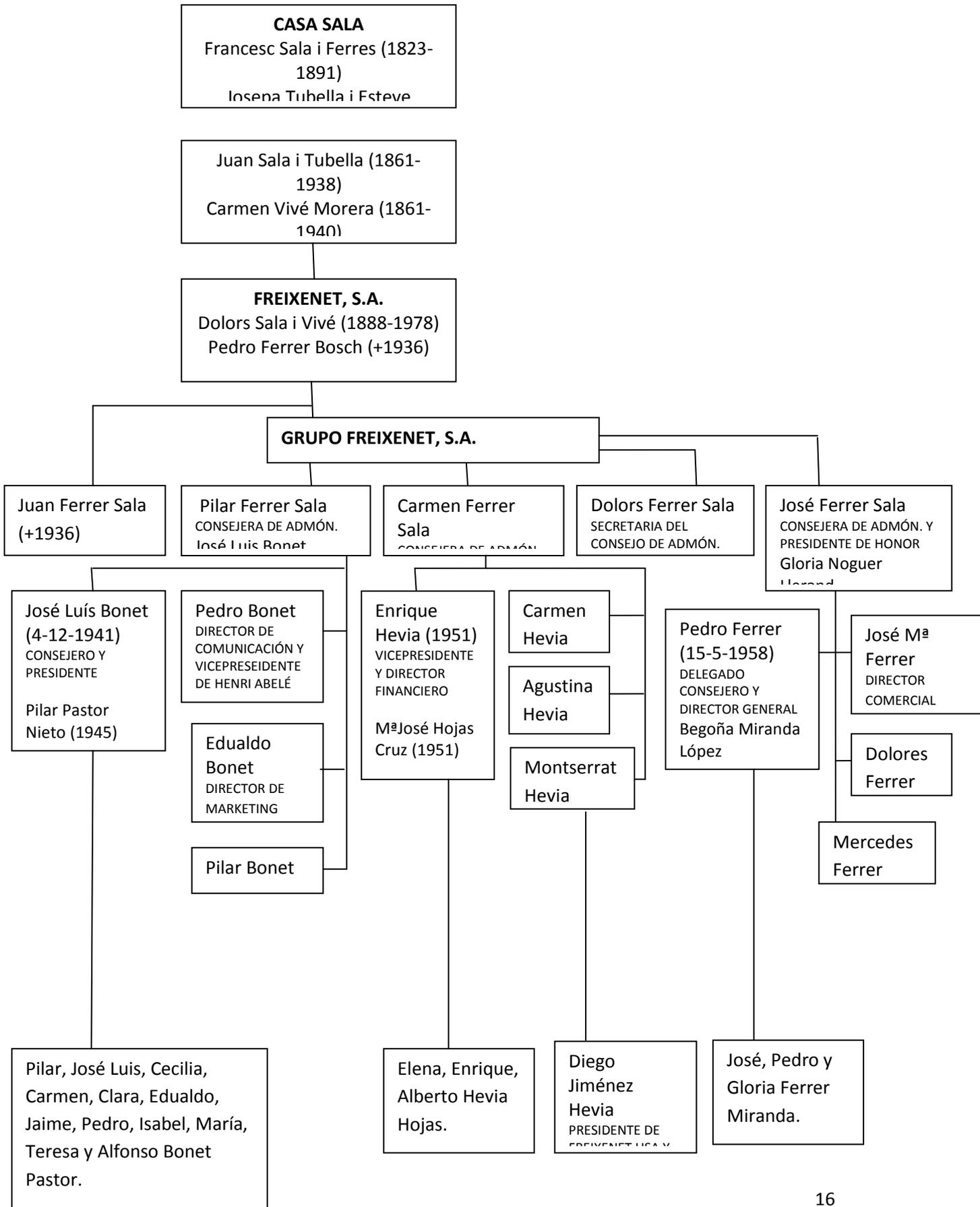
2.4. Organigrama de Freixenet

En este punto se muestran dos organigramas de la empresa Freixenet antes y después del relevo generacional, la doble incorporación al estudio es debida a las diferencias existentes entre los dos modelos.

En el primero puede observarse un organigrama más sencillo que el actual y en el que el nombre de las personas que lo forman destaca dentro del contexto organizacional, mientras que en el segundo se puede ver un organigrama mucho más técnico y desarrollado en cada una de las partes departamentales de la empresa.

- Antes del relevo

Figura II.4. Organigrama Familia Ferrer
Fuente: Calzón, B.



- Organigrama actual

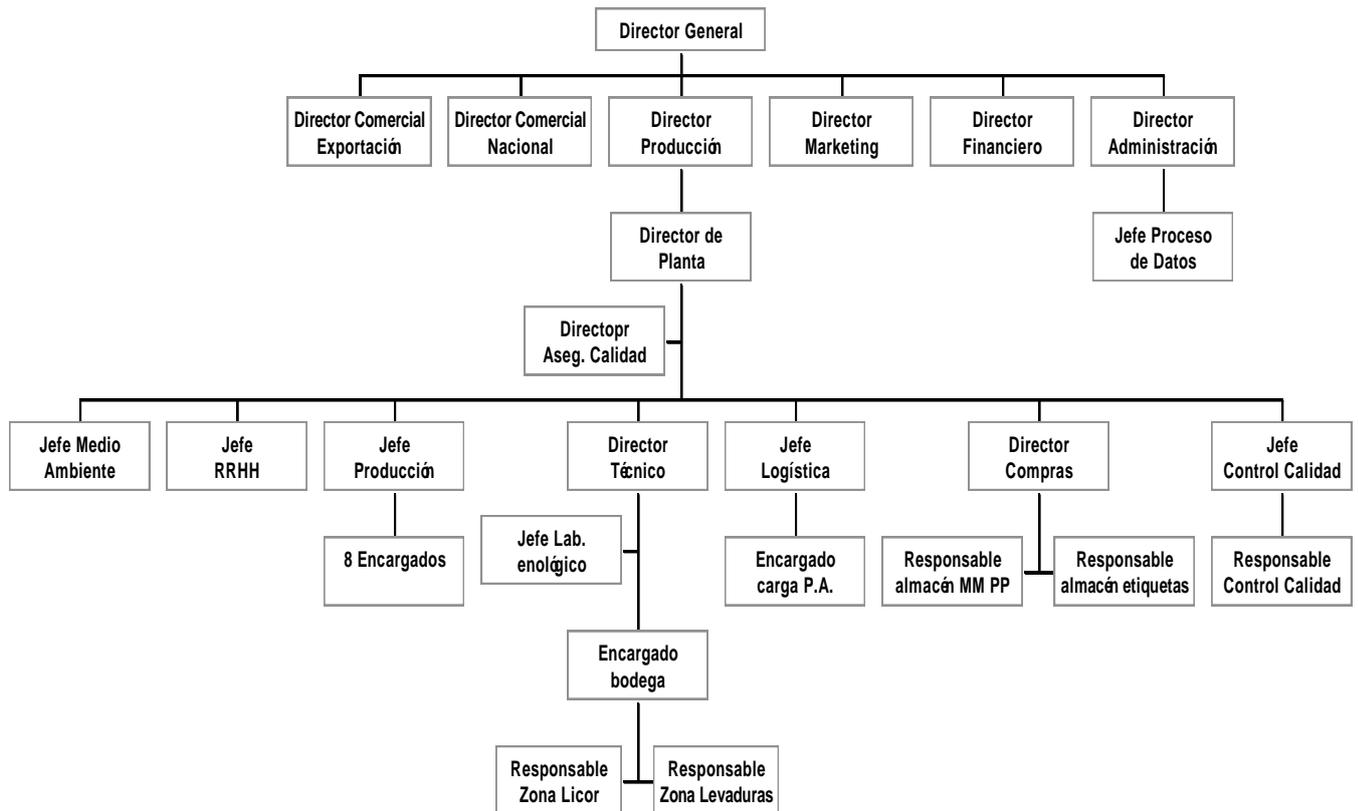


Figura II.5: Organigrama Grupo Freixenet: cedido por Freixenet
Fuente: Freixenet

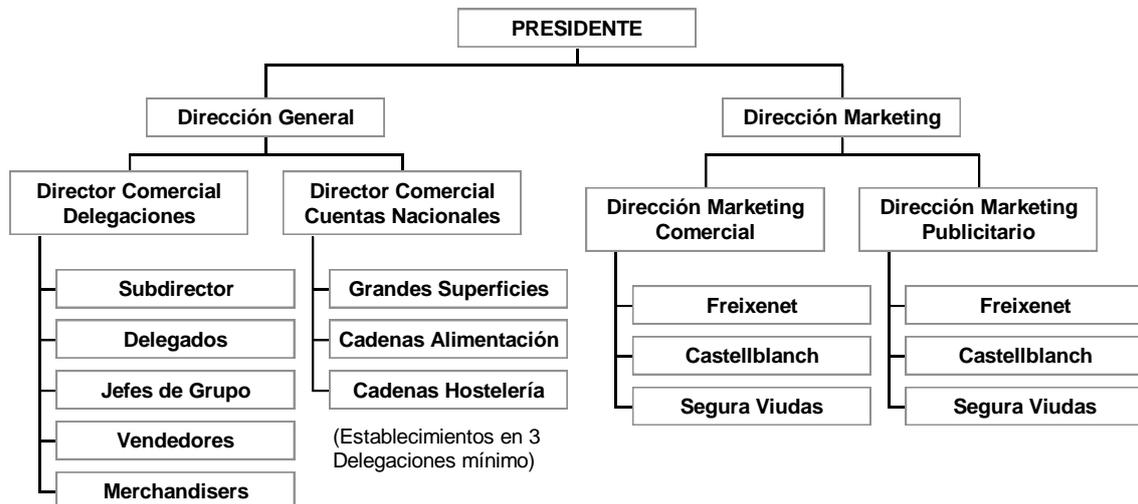


Figura II.6: Organigrama Comercial Grupo Freixenet
Fuente: Freixenet

2.5. Plan estratégico de Freixenet

La planificación estratégica de una empresa se basa en que una vez definida la misión de ella y los objetivos que esta desea alcanzar, crear un plan con visión de futuro para a la larga cumplir con todas las expectativas que se han marcado.

José Ferrer ya había desarrollado su propio plan, entre 1965 y 1984 se marcó como objetivo captar clientes en Cataluña donde el cava aun no era un producto muy consumido. Para ello decidió llevar a cabo un plan estratégico que se basaba en mantener la calidad pero siempre con precios más bajos que Codorníu. Para dar una imagen y potenciar la marca promocionó el Carta Nevada haciendo anuncios publicitarios por televisión, un medio muy moderno para su época.

En el año 1970, cuando ya había alcanzado el objetivo propuesto, decidió marcar uno nuevo, “ser líder en exportaciones” para conseguirlo vuelve a elegir la estrategia de reducción de los precios por debajo de sus competidores. Para esta ocasión escoge el Cordón Negro y lo promociona en navidad. Una vez más José Ferrer acierta con su plan estratégico y Freixenet se convierte en líder indiscutible en exportaciones del sector de vinos espumosos según el método tradicional tanto a escala nacional como internacional.

El plan de Freixenet puede concretarse en cuatro puntos fundamentales:

1. Producir productos de calidad
2. Fijar un precio adecuado al producto
3. Promocionar y presentar su producto al gran público
4. Comercialización agresiva

Actualmente Freixenet tiene delegaciones por toda España y filiales por todo el mundo (ver figuras).

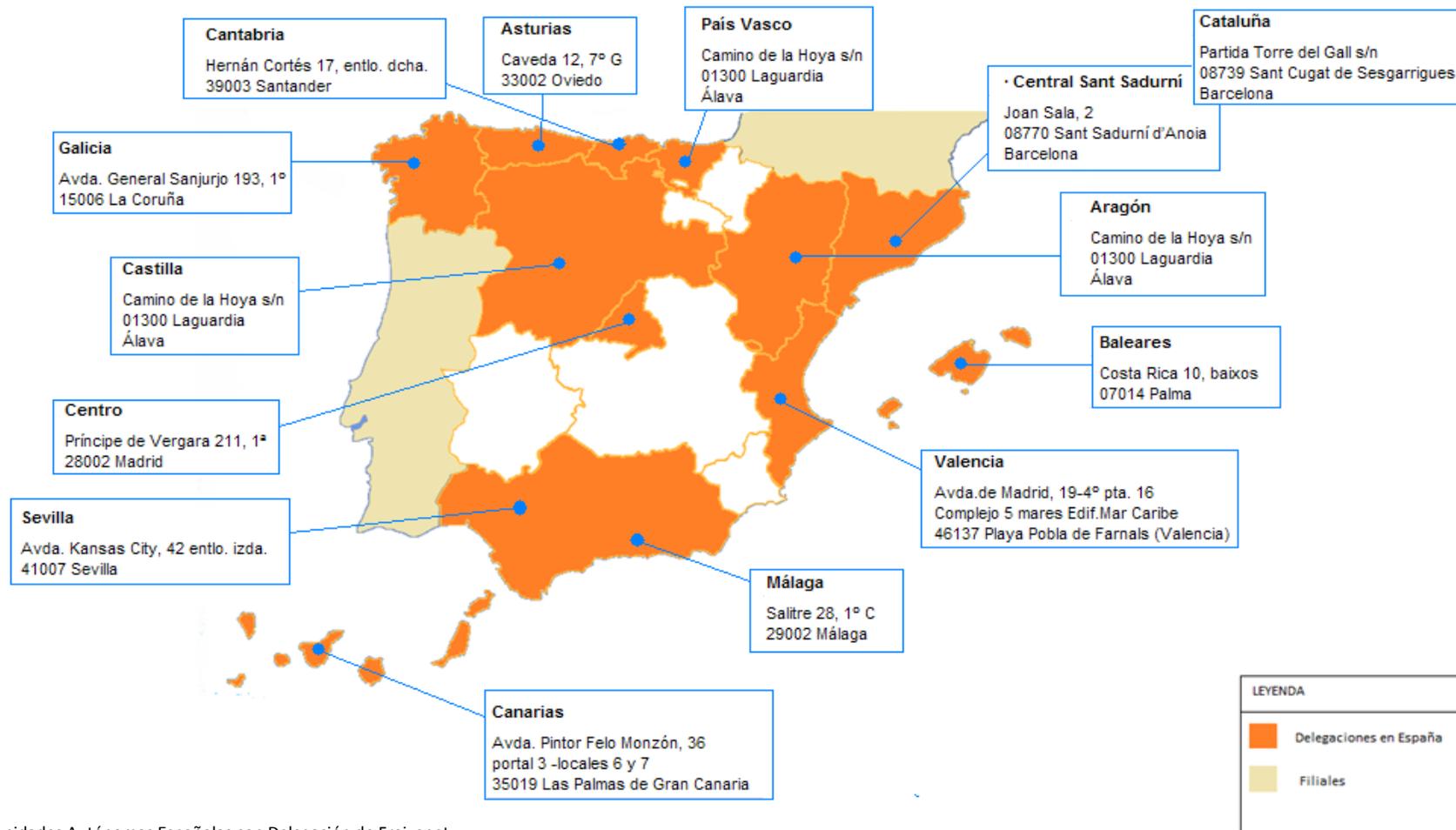


Figura II.7: Comunidades Autónomas Españolas con Delegación de Freixenet
Fuente: edu365 y elaboración propia

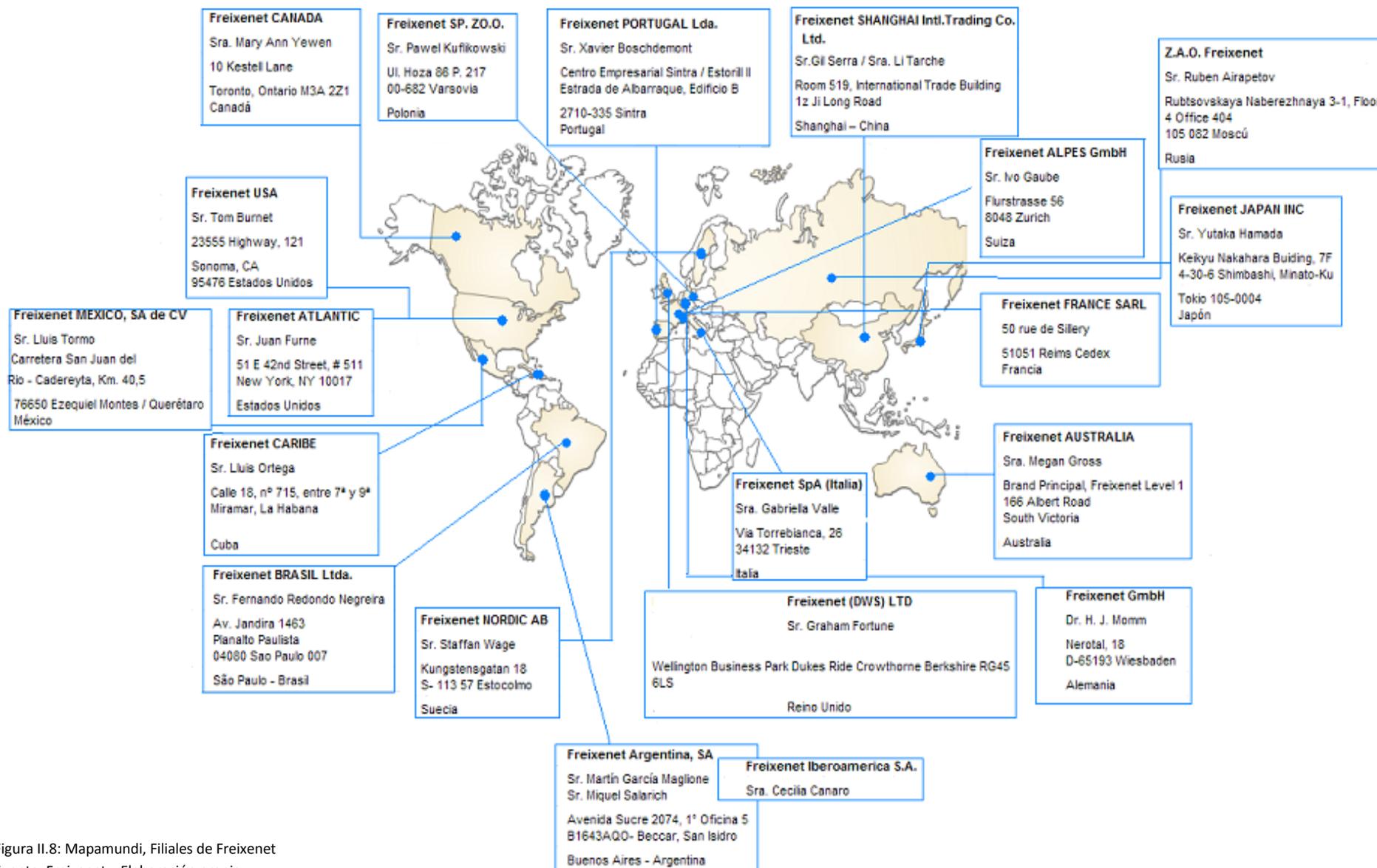


Figura II.8: Mapamundi, Filiales de Freixenet
Fuente: Freixenet y Elaboración propia

2.6. Productos



Meritum Brut Nature

Crianza superior a 40 meses
40% xarel·lo
30% macabeo
30% parellada



Elyssia Gran Cuvée

chardonnay
macabeo
parellada
pinot noir

Premios:

- Medalla de oro
- IX Concurso Internacional de Vino Bacchus 2010 Madrid, España
- Medalla de oro
- La Selección – Internationale Shaumwein Trophy 2009 Palma de Mallorca, España



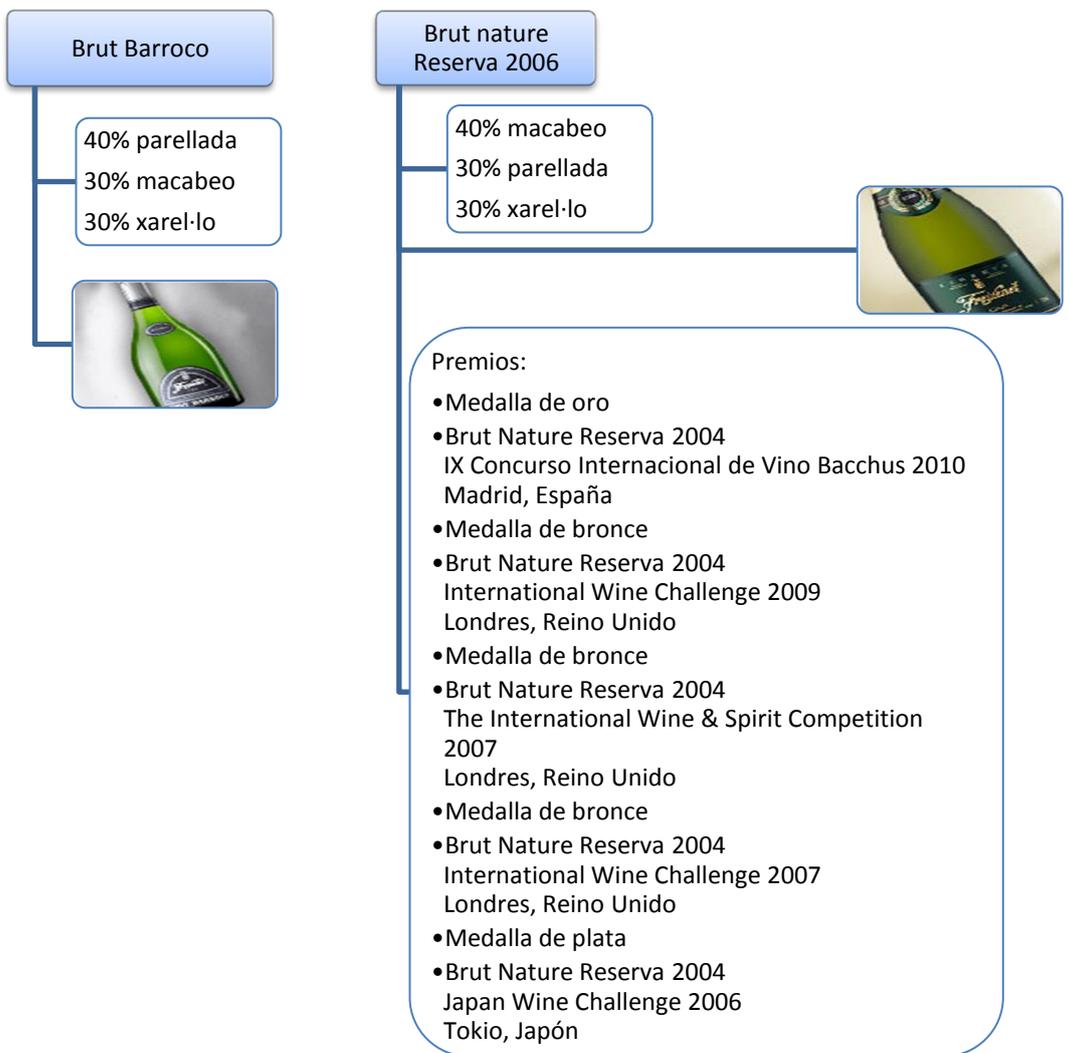
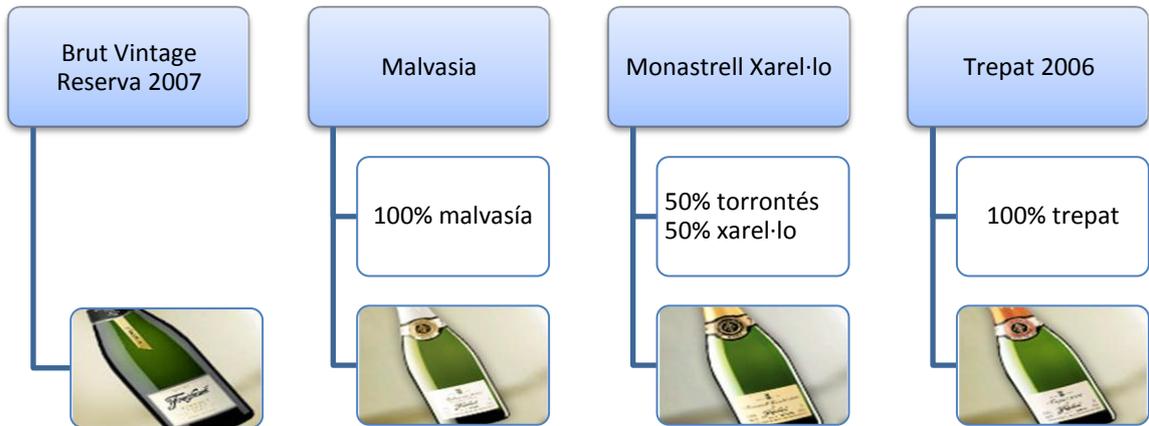
Elyssia Pinot Noir

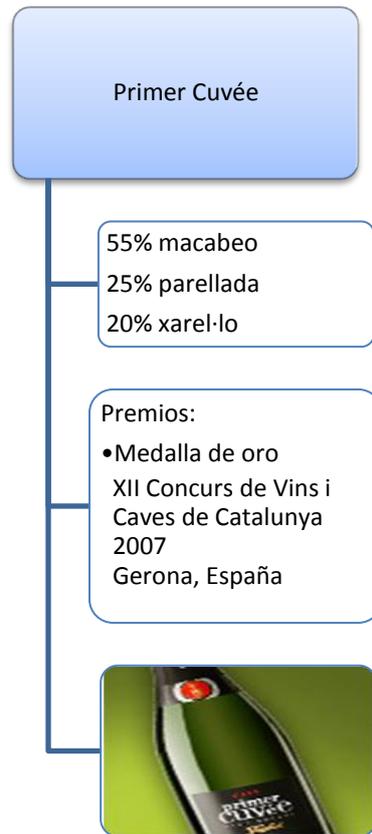
Pinot noir
Trepát

Premios:

- Medalla de oro
- Berliner Wein Trophy, 2010 Alemania
- Medalla de oro
- La Selección – Internationale Shaumwein Trophy 2009 Palma de Mallorca, España
- Medalla de plata
- Sommelier Challenge Wine Competition 2009 San Diego, USA







Gran Carta Nevada

40% xarel·lo
30 % parellada
30% macabeo



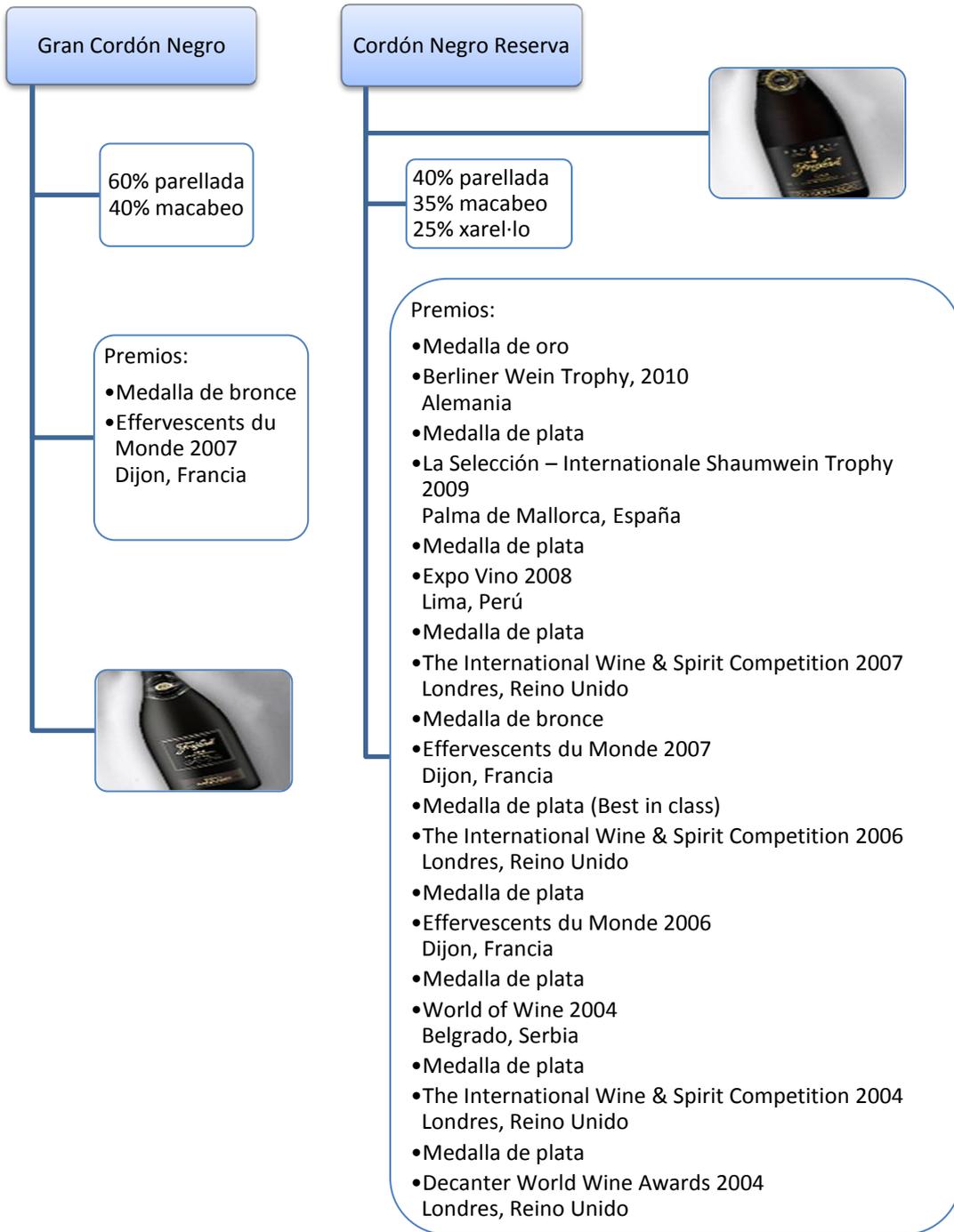
Carta Nevada Reserva

33% xarel·lo
33% parellada
33% macabeo

Premios:

- Medalla de oro
- Expo Vino 2008
Lima, Perú
- Medalla de bronce
- Ottawa Wine & Food Show
2008
Ottawa, Canadá
- Medalla de plata
- Effervescents du Monde 2005
Dijon, Francia
- Medalla de plata
- Effervescents du Monde 2004
Dijon, Francia
- Medalla de plata
- World of Wine 2004
Belgrado, Serbia





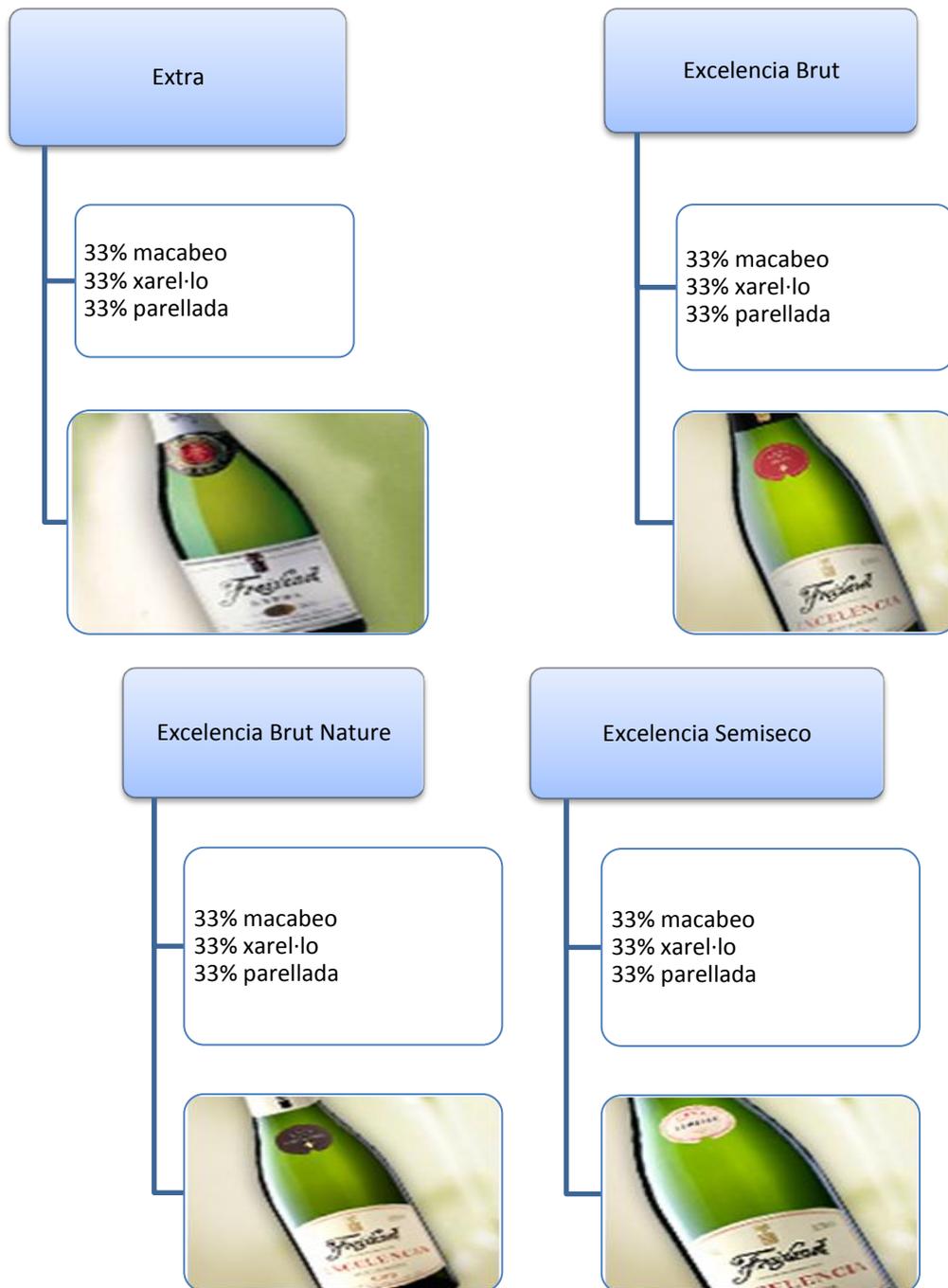


Figura II.9: Productos
Fuente: Freixenet

2.7. Empresas del mercado dentro del segmento de precios

En este apartado se han recopilado algunas de las empresas semejantes a Freixenet agrupadas sus marcas por un entorno de precios semejante.

- GRUPO FREIXENET;
 - o Freixenet: Carta Nevada, Cordón Negro, Brut Nature y Brut Rosé.
 - o Castellblanch: fundada en 1908 como un pequeño negocio familiar, la firma empezó a exportar en 1930. Aporta 10,5 millones de botellas al año. Unía Canals i Nubiola a sus marcas Gran Castell, Il Lustrós y Brut Zero.
 - o Segura Viudas: nació como marca en 1950, pero no comenzó a comercializar sus cavas hasta 1969. Aportaba 13 millones de botellas al año. Unía a su marca de cava la de Conde de Caralt.
- GRUPO CODORNÍU: Codorníu Grand Cremant y Codorníu Non Plus Ultra.
- MARTÍNI Y ROSSI: Marqués de Monistrol
- JUVÉ I CAMPS

Segmento de precios bajos:

- GRUPO FREIXENET:
 - o Freixenet: Extra (cava)
 - o Castellblanch: Castellblanch Carta de Plata y Cristal (cavas).
 - o UCSA: Dubois y L'Aixertell (granvas).
- GRUPO CODORNÍU: Rondel y Delapierre (cavas).

2.8. Innovaciones a lo largo de la historia

El sector del cava es cada vez más rico y complejo, las productoras se han de adaptar a los rápidos cambios favorecidos por la experimentación constante y para una tecnología cada vez más desarrollada, de la cual se ha de hacer uso para continuar mejorando la calidad de los vinos. (Calzón, B. 2001: 4)



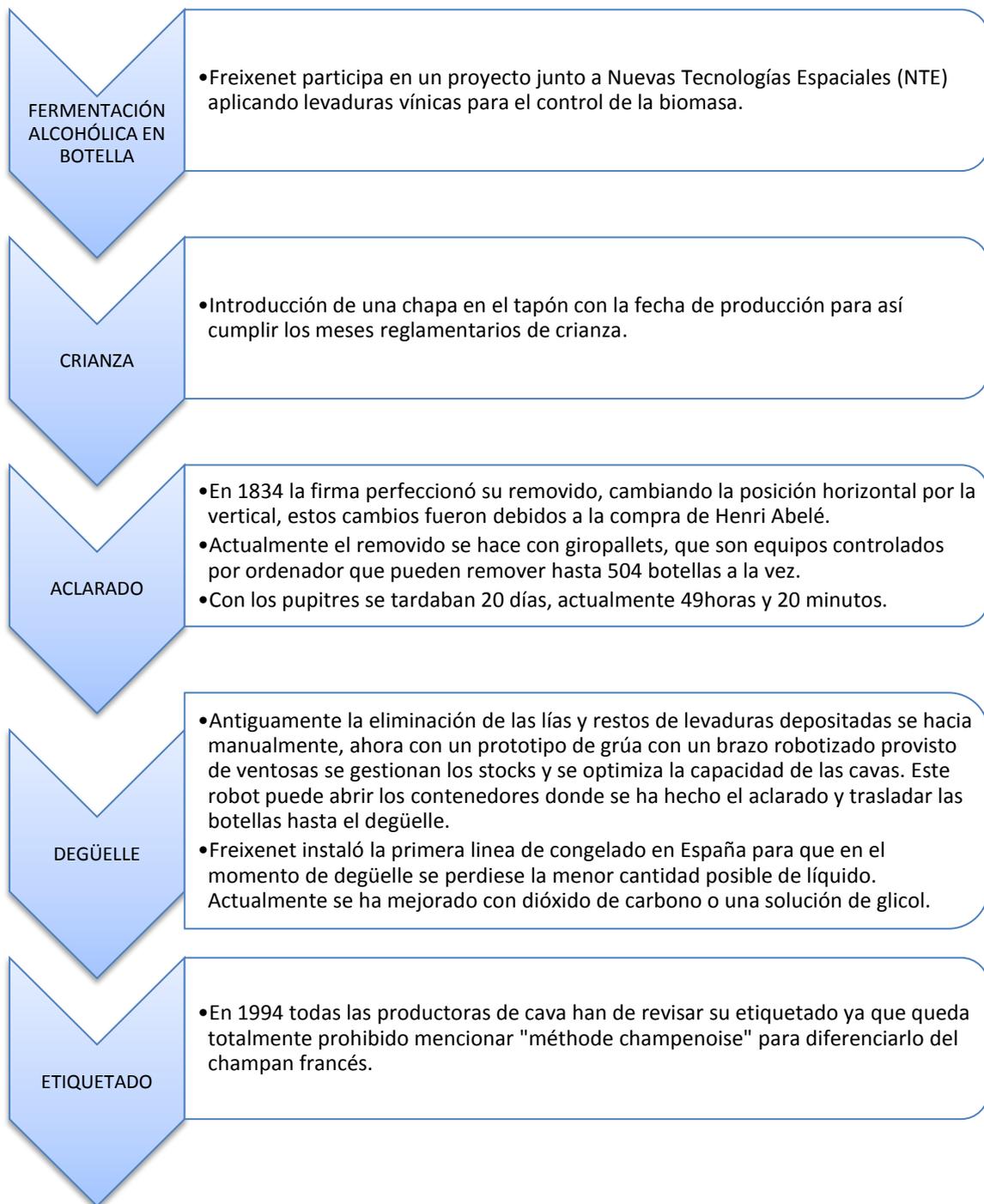


Figura II.10.: Proceso de elaboración
Fuente: Calzón, B. y elaboración propia

2.9. Buenas prácticas y compromiso con el medioambiente

Freixenet además de ser la empresa con más innovaciones en lo que se refiere a su producto y proceso de elaboración, también es pionera en la implantación de buenas prácticas medioambientales, contribuyendo así a disminuir los factores que llevan a nuestro planeta hacia el cambio climático. Esta gran productora es consciente que depende directamente de la vida, motivo por el cual estudia medidas para que su actividad tenga el menor impacto ambiental posible, y para asegurarse que estas prácticas se mantendrán en el futuro, para conseguirlo han implantado un sistema de gestión medioambiental según la norma internacional ISO 14001.

Este reconocimiento fue concedido por la Asociación Española de Normalización el 6 de Octubre de 1999, con lo cual se demuestra el compromiso de Freixenet con el medio ambiente. Ha sido la primera industria española elaboradora de vino espumoso por el método tradicional en llegar a conseguirlo.

- **Etapas para implantar un sistema de gestión medioambiental:**
 - **Compromiso de la alta dirección:** Para implantar con éxito un sistema de gestión medioambiental es imprescindible el compromiso y apoyo inicial de la alta dirección. En Freixenet este compromiso inicial se tradujo en la asignación de una serie de recursos tanto económicos como personales (contratación de consultora: PriceWaterHouseCoopers, asignación de recursos económicos para llevar a cabo los objetivos medioambientales, etc.).
 - **Evaluación medioambiental inicial:** La etapa siguiente consiste en conocer la situación respecto al medio ambiente de una organización. Esta evaluación debe ser una fotografía de la situación del centro. En Freixenet se realizó un estudio detallado proceso por proceso, en el que se identificaban TODOS los aspectos (residuos, vertidos, emisiones, consumos, etc) que se producían en la empresa.
 - **Política medioambiental:** A continuación vuelve a implicarse a la alta dirección, la cual elabora la política medioambiental que es el compromiso que la empresa adquiere con el medio ambiente y sirve como base para el desarrollo del sistema de gestión medioambiental. En Freixenet se redactó la política medioambiental que marca los principios generales de Freixenet en relación con el medio ambiente.
 - **Planificación del sistema:** Esta etapa empieza con la evaluación de todos los aspectos que teníamos identificados en la revisión inicial. El objetivo de esta evaluación es conocer cuáles son más significativos para el medio ambiente y ponerles remedio con el establecimiento de unos objetivos concretos. En Freixenet se hace esta revisión anualmente y se establece unos objetivos para eliminar o reducir al máximo aquellos aspectos más significativos.
 - **Implantación y funcionamiento:** Deben definirse la estructura y las responsabilidades de todos los niveles de la organización, la formación (fundamental para una buena implantación) y los procedimientos operacionales y de comunicación para asegurar el cumplimiento de los objetivos. En Freixenet se ha creado un Comité de medio ambiente compuesto

por directores de departamento, en cuyo seno se debaten los objetivos y se realiza el seguimiento de los mismos, y un Comité de implantación compuesto por técnicos y mandos intermedios donde se discuten los diferentes procedimientos e instrucciones que les aplican. Este Comité favorece una mayor implicación de los responsables directos de los procesos en los que se generan los aspectos significativos.

- **Control y acción correctora:** Una vez diseñado e implantado, debemos definir mecanismos de control que permitan comprobar el buen funcionamiento del sistema. Freixenet realiza anualmente auditorías internas en las que de una manera crítica se evalúa el correcto funcionamiento del sistema. Además se han establecido mecanismos de comunicación para que los colaboradores puedan informar al departamento de medio ambiente sobre cualquier desviación que detecten en su puesto de trabajo.
- **Revisión de la alta dirección:** Finalmente la alta dirección evalúa el buen funcionamiento del sistema y decide sobre la necesidad de mejorar aquellos puntos más débiles. En Freixenet para asegurar que el sistema mejora continuamente se reúne el Comité de medio ambiente y analiza todos y cada una de las etapas para corregir aquellas que necesiten una mejora.



Figura II.11: Plan de acción
Fuente: Freixenet

- **Beneficios obtenidos por Freixenet con la implantación del sistema**
 - Sistematizar todos los trabajos que se venían desarrollando desde el departamento de medioambiente.
 - Conocer y cuantificar todos y cada uno de los residuos, vertidos, emisiones atmosféricas, consumos que se generaban en la empresa, y determinar si son susceptibles de minimizarse o incluso eliminarse.
 - Mejorar la gestión interna de los residuos.
 - Identificar toda la legislación medioambiental aplicable y evaluar su cumplimiento para evitar infracciones y multas.
 - Implicar a todo el personal de la empresa y sensibilizarlo frente al problema medioambiental, ya que son conscientes que sin su ayuda e implicación este sistema no hubiera podido llegar a implantarse.
 - Asegurar la mejora continua, éste podría ser el argumento de más peso si se tiene en cuenta la evolución constante a que está sometido todo lo relacionado con el medio ambiente tanto desde el punto de vista legal, ya que la legislación cada vez exige más, como el socioeconómico, la sociedad está más sensibilizada, cada vez tienen más peso las consideraciones ambientales para la concesión de créditos, contratos seguros...
- **Medidas ambientales implantadas**
 - Disminución de la materia orgánica (bajos del vino o mosto, cristales de tartrato...) de las agua residuales
 - Recuperación efectiva de los bajos y del tartrato durante la limpieza de los depósitos y posterior venta como subproducto
 - Instalación de un filtro prensa para tratar los residuos de la limpieza de los filtros de bujías. Permite recuperar el vino que empapa las tierras usadas en la filtración
 - Bandejas para la recuperación de todas las pérdidas de vino
 - Instalación de colectores fijos para realizar los movimientos de vino, reduciendo el uso de mangueras (se reduce drásticamente el riesgo de vertidos accidentales)
 - Instalación de una centrifuga que permite reducir el 40% el uso de tierras de filtración
 - Ahorro del consumo de agua
 - Utilización de depósitos de vino de gran capacidad (600.000l y 1200.000l) para disminuir el número de limpiezas y el consumo de agua (proporcionalmente se necesita un 65% menos que en depósitos de 100.000l).
 - Instalación de dispositivos de interrupción del flujo en mangueras.
 - Reutilizar el agua de la limpieza interna de las botellas del tiraje para limpiar externamente las botellas.

- Ahorro de agua mediante fotocélulas que detectan la presencia de botellas en los puntos de consumo de agua
 - Instalación de contadores de consumo de agua en las distintas secciones productivas.
- Eliminación o minimización de residuos
 - Substitución progresiva del embalaje de material seco de un solo uso por embalaje reutilizable
 - Substitución de envases de productos especiales por envases reciclables
 - Reducción del uso de papel en oficinas fomentando el uso de la red y reduciendo el número de listados impresos
 - Instalación de una nueva encajadora y paletizadora que permite reducir el embalaje de los productos que se ponen en el mercado
 - Reducción de los envases puestos en el mercado (cartón y vidrio) fomentando el uso de cartón reciclado y los modelos de botellas ligera para los vinos tranquilos.
- Desarrollo de nuevos procesos para disminuir el impacto de nuestras actividades. Con la finalidad de una mejora continua, un desarrollo sostenible y la disminución del impacto medioambiental de nuestras actividades, se han diseñado y desarrollado nuevos procesos de producción que suponen:
 - Un aumento de la capacidad de tratamiento y de la eficacia en la depuración de las aguas residuales
 - La reducción de las emisiones atmosféricas de CO₂ mediante la utilización de Biodiesel en todos los camiones y las carretillas elevadoras de propiedad.
 - Una reducción en los productos de limpieza y desinfección mediante la instalación de nuevas máquinas espumantes.
 - Una mejora en la recogida y segregación de residuos mediante la adecuación de las zonas de recogida y la compra de prensas, contenedores y compactadoras.

Fuente: Freixenet

- **Medidas de mitigación del cambio climático**

- Medidas de reducción:
 - Mayor incorporación de vidrio y cartón reciclados en el envase final. Vidrio: Actualmente el % de vidrio reciclado en botella verde y negra en Freixenet es del orden del 40 – 45%. Lo que supone en términos generales 6043Tm (Cálculo: 30% de 15.106.960 Kg vidrio). Lo que supone un ahorro de 2432Tm de gases de efecto invernadero (Dato Ecovidrio). Aunque el % de vidrio reciclado ha ido aumentando en los últimos años, la industria del CAVA se encuentra con un problema a la hora de aumentar la utilización de este tipo de vidrio. El problema es que existen personas que depositan cerámica, porcelana, etc. en los iglús verdes. Estos materiales son un gran enemigo para el reciclado del vidrio, ya que funden a T^{as} distintas a las del vidrio y producen botellas excesivamente frágiles (debido a los infundidos) para utilizar

en la elaboración de cava que es un proceso en el que la botella debe soportar importantes presiones y manipulaciones. Cartón: Actualmente el % de cartón reciclado en Freixenet es del 70-80% en cajas de cava y del 100% en accesorios (separadores, clusters, etc...). Esto supone en términos generales 2161 tn de cartón reciclado (Cálculo 75% de 2.880.776 Kg cartón). Es decir evitamos la emisión de 3890 tn de CO2 y la tala de 6785 tn de árboles. (Fuente: www.frenaclcambioclimatico.org)

- Reducción del peso de los envases que se ponen en el mercado: Además de aumentar la cantidad de materiales reciclados en nuestros productos finales, hemos hecho un gran esfuerzo para disminuir la cantidad total de vidrio y cartón en los envases finales sin disminuir la seguridad del cliente final. En este sentido, se han implantado versiones de botellas ligeras para ciertas variedades de vino tranquilo y se ha eliminado o reducido la cantidad de cartón y accesorios de las cajas.
- Sustitución progresiva del embalaje de material seco de un solo uso por embalaje reutilizable de retorno a proveedor: En los últimos años se ha realizado un trabajo estrecho con nuestros proveedores de material seco con el objetivo de eliminar el embalaje en el que recibíamos este material. En la actualidad la mayor parte de nuestro material seco (botellas, chapas, obturadores, tapones de corcho, cápsulas) se recibe en embalaje de retorno a proveedor, eliminando una cantidad importante de cartón y plástico.
- Utilización de biodiesel en los vehículos propios: Desde marzo del 2003 toda la flota de camiones y furgonetas de Freixenet funcionan con biodiesel. Este tipo de carburante disminuye las emisiones de CO2 en un 24%.
- Utilización de lámparas de bajo consumo en toda la empresa: Freixenet ha sustituido las lámparas incandescentes por lámparas de bajo consumo. Este tipo de lámparas ahorran un 80% de energía y duran 8 veces más.
- Utilización de temporizadores en los aparatos de climatización de la empresa: Se han implantado temporizadores en los aparatos de climatización de la empresa para garantizar su apagado en horas de no producción.
- Concienciación del personal: Durante el mes de junio de 2009, a petición de la alta Dirección, se desarrolló un documento de buenas prácticas ambientales encaminadas a frenar el cambio climático mediante la concienciación del personal. Dicho documento estaba dividido en distintos apartados como iluminación, calefacción, aire acondicionado, equipos informáticos, agua, residuos y transporte. Y se daban una serie de consejos para reducir el efecto del cambio climático.

- Creación de grupos de trabajo multidisciplinar: en Freixenet se ha creado un grupo de trabajo formado por encargados y operarios de sección y técnicos con el objetivo de promover actividades de mejora en general.
 - En este sentido, para el ejercicio 2007-2008 se han propuesto 107 actividades, de las cuales 81 (el 76%) están destinadas a mejorar el medio ambiente.
 - Colaboración con expertos en cambio climático aplicado a la vid: El mes de julio de 2009 se llevó a cabo en nuestras bodegas de California (Gloria Ferrer) un seminario internacional sobre el cambio climático aplicado a la Industria Vinícola. Para dicho seminario se contó con la presencia de Pancho Campos, reconocido por sus estudios sobre los efectos del cambio climático en la Industria Vinícola.
- Próximas acciones
- Sustituir el gasoil de las calderas por gas natural para reducir las emisiones de CO₂ un 30%: Actualmente las calderas de la empresa funcionan con gasoil. Uno de los objetivos para el próximo año es sustituir el gasoil por gas natural, ya que éste emite un 30% menos de CO₂ a la atmósfera. Con este objetivo se estima una reducción del orden de 250tn de CO₂.
 - Implantación de energía solar: En los últimos años se han venido estudiando distintas propuestas para implantar energía solar fotovoltaica y térmica en el Grupo Freixenet.

Fuente: Freixenet

3. GESTIÓN FINANCIERA

La gestión financiera incluye todo aquello que consiste en conseguir, mantener y utilizar dinero. La gestión abarca las decisiones financieras que van desde las decisiones más estratégicas de política financiera y elección de inversiones, hasta las más puramente técnicas como la gestión de la tesorería. (Amat, 2005 (a))

El fin de la gestión financiera es buscar la mejora de las rentabilidades de la empresa, controlando adecuadamente la insolvencia. A su vez convierte la visión y misión de la empresa en operaciones monetarias.

Tiene varias funciones que son:

- La determinación de las necesidades de recursos financieros: plantear las necesidades, definir los recursos disponibles, previsión de los recursos liberados y cálculo de las necesidades de financiación que provienen del exterior.
- Teniendo en cuenta la estructura de la empresa, costes de financiación, plazos, etc. Sirve para prever cual será el modo de financiación que más beneficia a la empresa.
- Y finalmente, obtener una estructura financiera equilibrada que a su vez nos proporciona buenos niveles de rentabilidad y eficiencia.

El estudio de la gestión financiera de la empresa Freixenet se ha realizado a través del análisis de sus principales estados contables: el balance y la cuenta de resultados. El periodo analizado es de diez ejercicios contables.

3.1. El sistema de financiación

La presentación funcional para gestión financiera de Freixenet es la siguiente:

Tabla III.1: Neto Permanente

Miles de €	2007	2006	2005	2004	2003
ANC	160.754	162.304	154.102	146.440	136.988
FONDOS PROPIOS	138.083	126.285	115.496	108.049	98.477
PNC (deuda a largo plazo)	61.923	36.149	30.565	53.870	56.367
RECURSOS PERMANENTES	200.007	162.433	146.061	161.919	154.844
NETO PERMANENTE	39.253	129	-8.041	15.479	17.856

Miles de €	2002	2001	2000	1999	1998
ANC	131.084	104.983	100.091	81.159	67.347
FONDOS PROPIOS	88.819	72.367	60.404	53.960	36.681
PNC (deuda a largo plazo)	39.988	14.889	19.671	20.851	28.160
RECURSOS PERMANENTES	128.807	87.256	80.074	74.811	64.841
NETO PERMANENTE	-2.277	-17.727	-20.017	-6.348	-2.506

Fuente: SABI y elaboración propia

En la observación de los datos de Freixenet puede verse que la empresa no siempre ha tenido un superávit de su Neto permanente, lo que podemos comprobar a partir del 2002 y años anteriores en los que con las cantidades de dinero procedentes de sus Fondos Propios y de su Pasivo no Corriente, los Recursos Permanentes, no llega a cubrir el Activo no Corriente, el inmovilizado de la empresa.

Exceptuando el año 2005, en esta franja cronológica podemos ver que esta empresa siempre tiene suficiente dinero como para cubrir su Activo no Corriente y además muestra un superávit que puede utilizar para cubrir diferentes gastos que se produzcan relacionados con la explotación. El Neto permanente es conocido también como el Fondo de Maniobra real de la empresa.

Una vez analizado el Fondo de Maniobra real se ha pasado a estudiar el Fondo de Maniobra necesario a través de algunos de los datos del Activo Corriente y del Pasivo Corriente interconectados con la cuenta de la explotación.

Tabla III.2: Neto Circulante

Miles de €	2007	2006	2005	2004	2003
EXISTENCIAS	97.907	100.005	88.830	91.455	91.547
DEUDORES	82.282	65.999	65.179	65.522	65.835
ACTIVO DE EXPLOTACION	180.189	166.004	154.009	156.978	157.382
ACREEDORES COMERCIALES	61.610	83.230	71.314	81.915	77.833
OTROS PASIVOS CORRIENTES	65.287	44.216	62.276	47.992	61.074
TOTAL	126.897	127.445	133.590	129.907	138.907
NETO CIRCULANTE	-53.292	-38.559	-20.419	-27.071	-18.475

Miles de €	2002	2001	2000	1999	1998
EXISTENCIAS	89.901	91.510	73.971	65.813	56.570
DEUDORES	51.219	63.404	65.827	60.305	43.670
ACTIVO DE EXPLOTACION	141.119	154.914	139.798	126.118	100.240
ACREEDORES COMERCIALES	69.516	74.639	104.333	77.630	54.016
OTROS PASIVOS CORRIENTES	71.590	88.189	82.357	51.478	49.115
TOTAL	141.106	162.828	186.690	129.108	103.131
NETO CIRCULANTE	-14	7.914	46.892	2.991	2.891

Fuente: SABI y elaboración propia

La empresa muestra una tendencia a financiar más dinero del que le financian en los primeros años del análisis hasta el de 2001. En los ejercicios siguientes se observa un resultado negativo con tendencia a irse aumentando a través de los años, eso indica que la empresa está más financiada por los acreedores comerciales y los otros pasivos que lo que ella propiamente financia a través de sus existencias y las deudas de los deudores.

Este Neto circulante es el Fondo de Maniobra necesario de la empresa.

La última parte de esta representación funcional del balance se corresponde con el apartado de las cuentas financieras.

Tabla III.3: Neto Financiero

Miles de €	2007	2006	2005	2004	2003
INVERSIONES FINANCIERAS TEMPORALES	8.197	6.026	4.092	373	410
DISPONIBLE	2.427	462	451	441	1.893
	10.623	6.488	4.543	814	2.303
DEUDAS FINANCIERAS	24.663	44.918	33.003	12.406	2.922
NETO FINANCIERO	14.039	38.430	28.460	11.592	619

Miles de €	2002	2001	2000	1999	1998
INVERSIONES FINANCIERAS TEMPORALES	606	283	29.613	1.587	1.224
DISPONIBLE	859	918	2.211	900	1.216
	1.465	1.200	31.824	2.487	2.441
DEUDAS FINANCIERAS	3.757	11.013	4.949	5.845	2.055
NETO FINANCIERO	9.813	-26.875	3.358	-386	3.763

Fuente: SABI y elaboración propia

Podemos comprobar que cada año contrae una deuda financiera a corto plazo que le cubra el dinero que necesita, que es la suma del Neto permanente y el Neto circulante, sumando el disponible, ya que si utilizase este para reducir el importe del préstamo no tendría dinero líquido para hacer frente a los gastos ocasionados en el día a día de la empresa.

Las deudas financieras no presentan ninguna relación con sus inversiones financieras temporales, sino que pide dinero al banco según le interese en cada uno de los años.

3.2. Cuenta de resultados

La representación funcional de la Cuenta de Resultados muestra el crecimiento de la riqueza de los propietarios de la empresa permite determinar a través de su representación funcional los distintos niveles de la cuenta de resultados.

Tabla III.4: Cuenta de Resultados

Miles de €	2007	2006	2005	2004	2003
Ingresos explotación	242.926	250.307	257.425	245.867	238.232
Consumos	132.048	145.277	155.570	142.894	134.547
Generales	62.528	62.780	63.672	64.144	59.701
Valor añadido	48.350	42.251	38.183	38.828	43.984
Personal	19.890	19.336	20.882	19.269	18.423
Excedente Bruto Explotación	28.460	22.915	17.302	19.559	25.560
Amortizaciones	5.528	5.501	5.302	4.935	4.608
Bº Explotación BAI	22.932	17.414	12.000	14.624	20.952
Financiero	-3.026	-1.622	-2.396	-1.916	-5.288
Bº Operativo	19.906	15.792	9.604	12.709	15.664
Extraordinario	-2.433	-231	329	-1.301	-715
BAI	17.472	15.561	9.933	11.408	14.949
Impuesto	5.674	4.772	2.486	1.513	4.646
Bº Neto	11.799	10.789	7.447	9.895	10.303

Miles de €	2002	2001	2000	1999	1998	%crecimiento (2007/1998)
Ingresos explotación	228.694	194.395	249.868	201.012	170.886	38%
Consumos	118.522	101.456	130.339	108.336	98.569	31%
Generales	66.344	53.651	90.380	70.726	46.884	34%
Valor añadido	43.828	39.287	29.150	21.950	25.432	77%
Personal	16.878	16.047	17.368	12.900	12.683	60%
Excedente Bruto Explotación	26.950	23.240	11.782	9.051	12.750	94%
Amortizaciones	3.616	3.841	3.525	3.675	2.750	94%
Bº Explotación BAI	23.334	19.399	8.257	5.376	10.000	94%
Financiero	-1.199	1.412	-139	-1.937	-746	582%
Bº Operativo	22.135	20.811	8.118	3.439	9.253	54%
Extraordinario	-1.519	-3.002	835	1.711	-970	357%
BAI	20.616	17.809	8.953	5.150	8.283	19%
Impuesto	2.926	4.608	1.272	-104	1.712	62%
Bº Neto	17.689	13.201	7.681	5.254	6.571	7%

Fuente: SABI y elaboración propia

Mediante el estudio de la representación de la cuenta de resultados se puede ver como el valor añadido de esta empresa ha ido aumentando durante el periodo 1998-2002, después en 2004 y 2005 hubo una caída del crecimiento debida al incremento de los gastos generales y de consumos, los dos son causantes a porcentajes iguales, ya que ambas tuvieron un crecimiento mayor a los ingresos de la explotación.

En la representación gráfica siguiente se pueden observar las fluctuaciones de los distintos niveles de la cuenta de resultados agrupados.

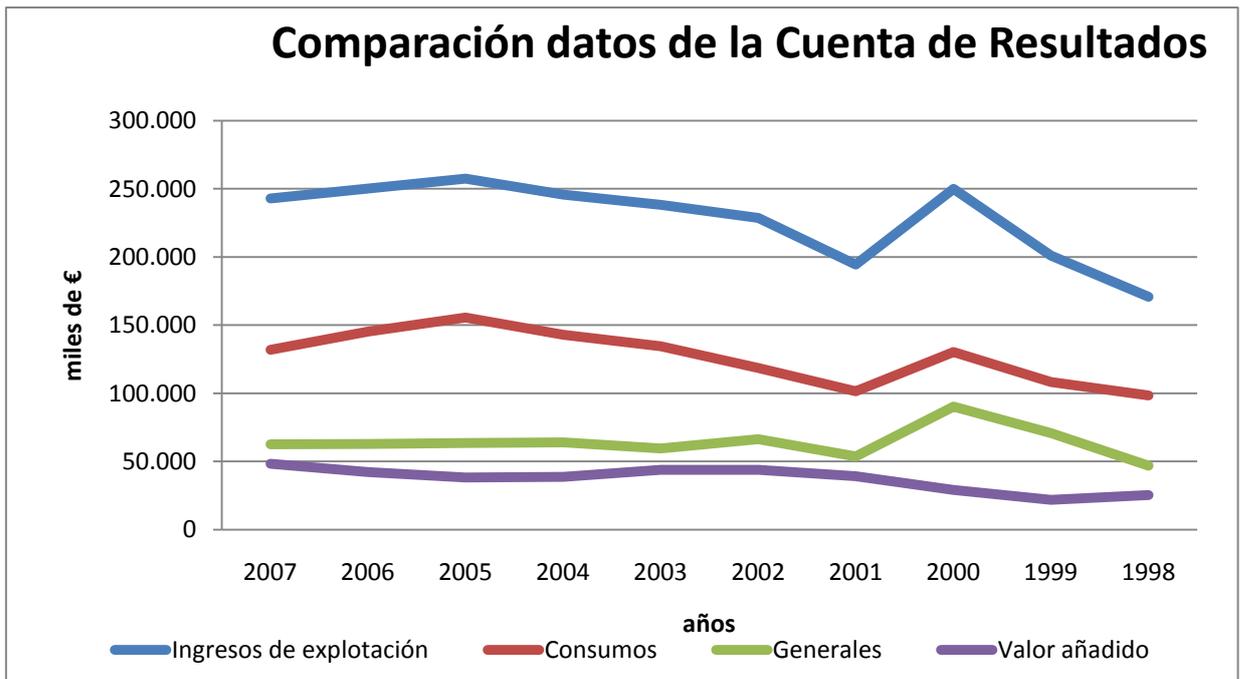


Figura III.1: Comparación datos de la Cuenta de Resultados
Fuente: SABI y elaboración propia

A pesar de las fluctuaciones existentes en el ejercicio de 2001 por una reducción de los Ingresos de explotación, se ha sabido controlar por parte de la empresa, respecto a los gastos en consumos y en gastos generales que ha conseguido que el valor añadido no sufriera la misma caída. El mismo hecho se produce en los últimos años estudiados del ejercicio ya que aunque se ha producido un descenso de los Ingresos y de los gastos en consumo de mercaderías y materias, existe un mantenimiento de los gastos generales que les ha conducido a un incremento del valor añadido.

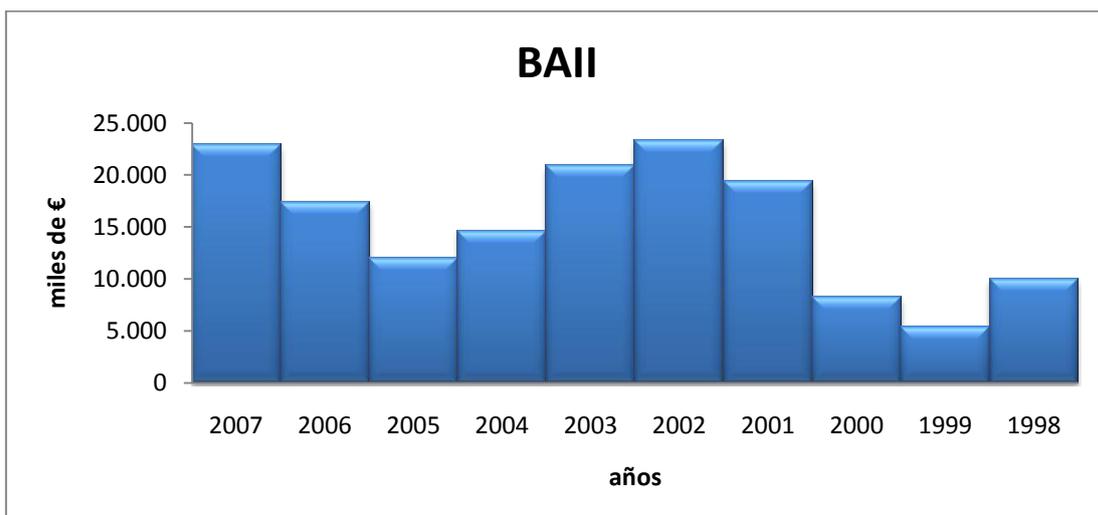


Figura III.2: BAII
Fuente: SABI y elaboración propia

Desde el ejercicio de 2001 el BAII se mantiene constante exceptuando dos reducciones producidas en los años de 2004 y de 2005, esto es causado por el aumento producido del 10% aproximadamente, de los gastos de personal.

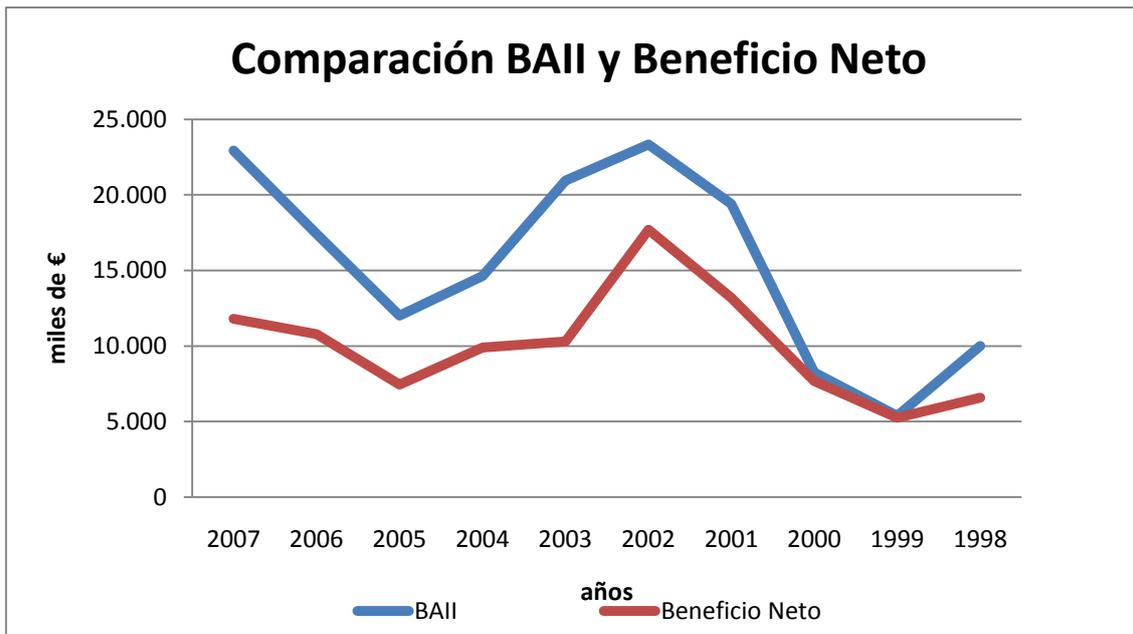


Figura III.3: Comparación BAI y Beneficio Neto
Fuente: SABI y elaboración propia

El Beneficio Neto se comporta igual que el BAI a lo largo de estos diez años. Al realizar el estudio de resultados de gestión financiera se observa una leve reducción del Beneficio Neto en el ejercicio de 2005 para años más tarde remontarse a valores superiores al ejercicio de 2003. La causa determinante de la reducción del Beneficio Neto viene producida por el resultado financiero.

3.3. Cash Flow

La capacidad de autofinanciación o Cash-flow de la empresa, mide los recursos generados por la empresa, concepto que no coincide con el de Beneficio Neto, ya que en el cálculo del Beneficio Neto se incluyen como un gasto las amortizaciones que, aunque son pérdidas para la empresa, no generan salida de dinero.

Tabla III.5: Cash Flow

Miles de €	2007	2006	2005	2004	2003
Resultado del Ejercicio	11.799	10.789	7.447	9.895	10.303
Cash flow (B+ amortizaciones)	17.327	16.290	12.748	14.830	14.911
Miles de €	2002	2001	2000	1999	1998
Resultado del Ejercicio	17.689	13.201	7.681	5.254	6.571
Cash flow (B+ amortizaciones)	21.305	17.042	11.206	8.929	9.321

Fuente: SABI y elaboración propia

A través de los datos del Cash-flow se observa el mayor incremento de este respecto al aumento del Beneficio Neto, esto nos indica que la empresa ha ido invirtiendo en el aumento de sus inmovilizados, de su Activo no Corriente. En la observación del Cash Flow la reducción de éste en el ejercicio del 2005 no ha sido tan relevante como la del resultado del ejercicio debido al incremento de amortizaciones.

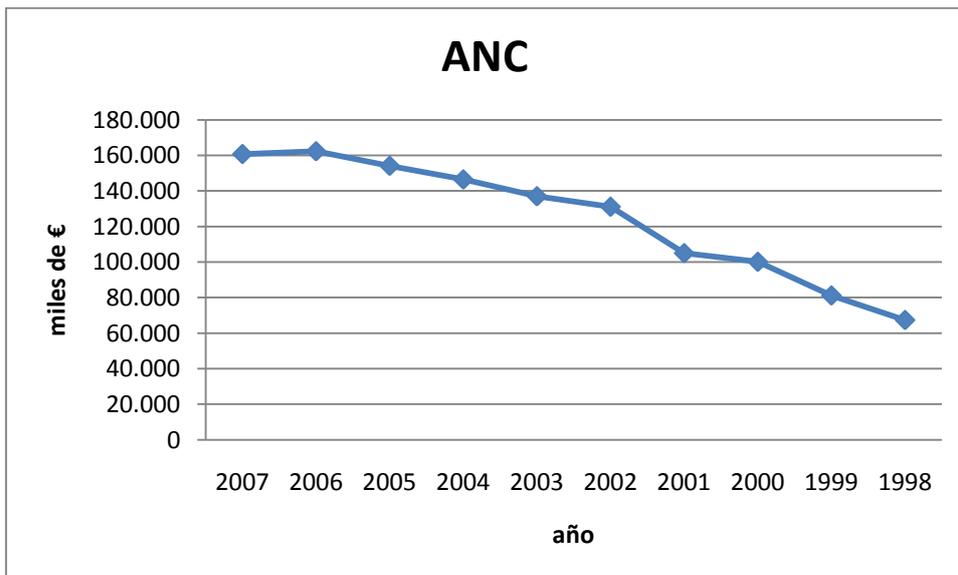


Figura III.4: Activo no corriente
Fuente: SABI y elaboración propia

En este gráfico comprobamos que a lo largo de los años el Activo no Corriente formado principalmente en esta empresa por: terrenos, maquinaria, inmuebles, instalaciones, etc. aumentan lo que significa que la empresa está invirtiendo constantemente en este tipo de bienes.

El incremento de estas inversiones se refleja en el aumento de las amortizaciones realizadas, con la realización de esta autofinanciación de mantenimiento la empresa se asegura que cuando los bienes estén totalmente desgastados tendrá un fondo de dinero con el cuál cambiar los activos necesarios para seguir con su actividad.

3.4. La autofinanciación de la empresa

La Autofinanciación, es la reinversión en la propia empresa, mediante reservas, de la totalidad o parte de los beneficios, con el fin de que a través de ellas se obtengan mayores rentabilidades futuras.

Tabla III.6: Distribución de los Fondos propios

Miles de €	2007	2006	2005	2004	2003
Fondos propios	138.083	126.285	115.496	108.049	98.477
Capital suscrito	17.197	17.197	17.197	17.197	17.197
Reservas	109.088	98.299	90.853	80.958	70.977
Resultado del Ejercicio	11.799	10.789	7.447	9.895	10.303

Miles de €	2002	2001	2000	1999	1998
Fondos propios	88.819	72.367	60.404	53.960	36.681
Capital suscrito	17.197	16.795	16.795	16.795	3.714
Reservas	53.933	42.371	35.928	31.911	26.396
Resultado del Ejercicio	17.689	13.201	7.681	5.254	6.571

Fuente: SABI y elaboración propia

En el análisis de los Fondos Propios se observa un incremento de ellos, muy importante, a lo largo de los años, sin embargo si miramos el Capital suscrito solo se incrementó en el año de 2002 (se paso de 16.795 miles de euros a 17.197) solamente ha habido una ampliación de capital reducida. Este crecimiento de los Fondos propios se debe a la reinversión, prácticamente total, de los resultados obtenidos, año tras año de los Beneficios de la empresa en reservas para posteriores aplicaciones, es decir, los beneficios obtenidos no se reparten entre los accionistas. Este hecho se denomina Autofinanciación generada. Esta tendencia se ha mantenido a lo largo de todo el periodo ya que nunca se han repartido más del 3,5% de los beneficios.

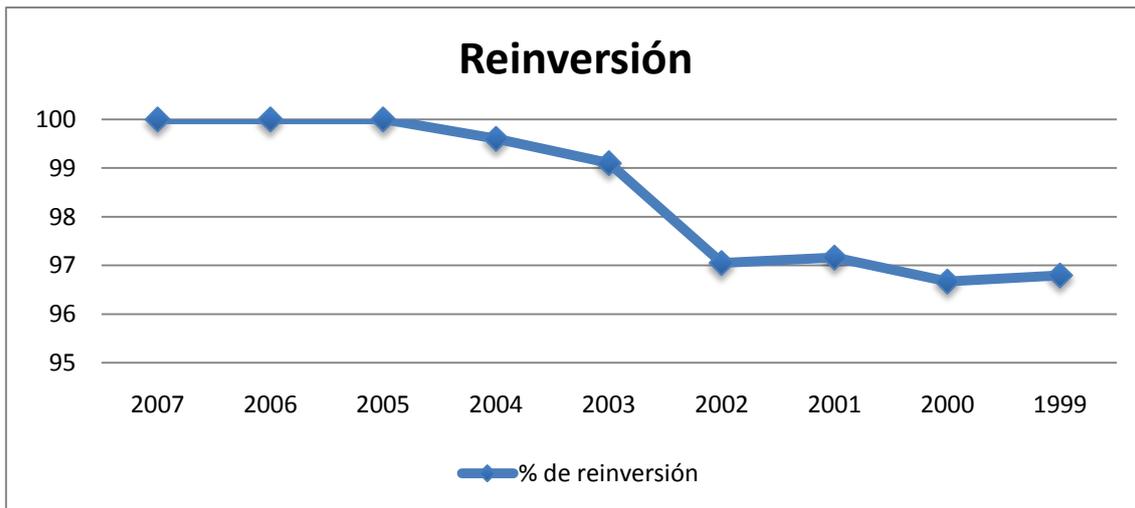


Figura III.5: Reinversión
Fuente: SABI y elaboración propia

A partir de los ejercicios de 2001 y 2002 se puede observar como los Fondos propios han tenido un gran crecimiento a lo largo de este periodo de tiempo, en porcentaje sería un 276% de aumento.

3.5. Los ratios financieros

Una buena gestión financiera se basa en la comprensión del estado de la empresa y la detección rápida de sus problemas eventuales. En este apartado se han seleccionado algunos de los principales ratios financieros que muestran las características económicas y financieras de la empresa Freixenet.

El análisis de los ratios financieros los dividiremos en tres bloques:

- Los relacionados con la liquidez
- Con la estructura financiera
- Las rentabilidades

Ratios relacionados con la liquidez.

De los ratios relacionados con la liquidez se han estudiado la propia liquidez y la capacidad que tiene la empresa para adquirirla, mediante los plazos de cobro y de pago.

Liquidez

R. de liquidez = AC/PC

Tabla III.7. Liquidez

	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998
Liquidez	1,26	1,00	0,95	1,11	1,13	0,98	0,90	0,90	0,95	0,98

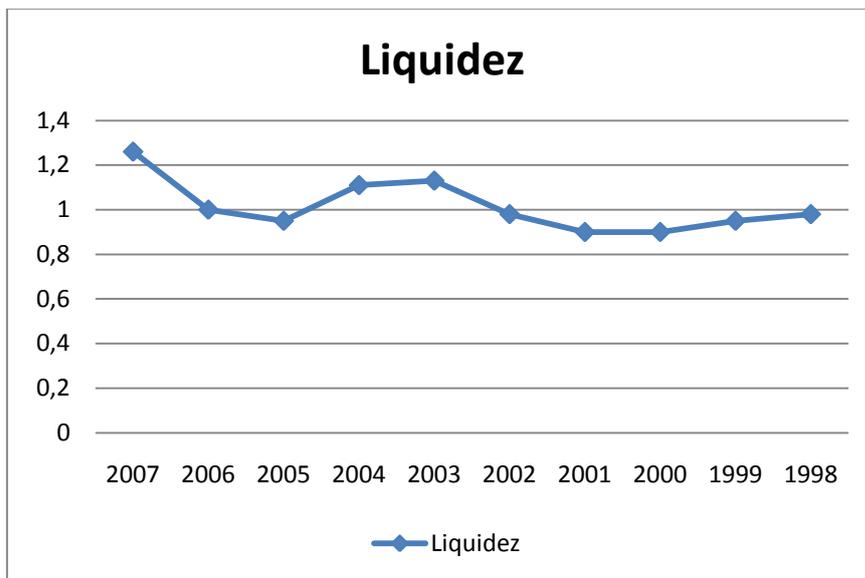


Figura III.6: Liquidez
Fuente: SABI y elaboración propia

Para que la empresa no tenga problemas de liquidez el valor del ratio de liquidez ha de ser próximo a 2, aproximadamente, o entre 1,5 y 2. En este caso como el ratio es inferior a 1,5 indica que la empresa puede tener mayor probabilidad de hacer suspensión de pagos técnica. Esta situación depende de cómo cobra y como paga la empresa, ya que en sectores en los que se cobra muy rápido y se paga muy tarde se puede funcionar sin problemas teniendo un fondo de maniobra negativo. En relación con las existencias es conveniente analizar la calidad de las mismas en cuanto a su mayor o menor facilidad para convertirse en ventas.

En el sector del cava se requiere una crianza en botella, lo cual hace que la empresa siempre tenga un gran volumen de existencias. (Amat, 2005:22(b))

En el caso de Freixenet, consultando los datos obtenidos en el SABI, podemos observar que no tiene problemas debido a la gran disponibilidad monetaria dentro de su inmovilizado financiero.

Plazo de cobro

Plazo de cobro = (Deudores/ Ingresos de explotación) x 365

Este ratio nos indica el número medio de días que se tarda en cobrar a los clientes. Cuanto menor sea indica que se cobra antes a los clientes lo cual es deseable para cualquier empresa.

Tabla III.8. Plazo de cobro

	2007	2006	2005	2004	2003
plazo de cobro	123,6	96,2	92,4	97,3	100,9

	2002	2001	2000	1999	1998
plazo de cobro	81,7	119,0	96,2	109,5	93,3

Fuente: SABI y elaboración propia

Plazo de pago

Plazo de pago = (Acreedores comerciales/ Consumo de mercaderías y materias) x 365

Refleja el promedio de días que se tarda en pagar a los proveedores, cuanto mayor sea implica que se tarda más en pagar, con lo que estos proporcionan más financiación y, por lo tanto producen un efecto positivo en la empresa. Aunque si el pago se efectúa con retraso a lo establecido crea una situación negativa y desprestigia a la empresa.

Tabla III.9. Plazo de pago

	2007	2006	2005	2004	2003
Plazo de pago	170,3	209,1	167,3	209,2	211,1

	2002	2001	2000	1999	1998
Plazo de pago	214,1	268,5	292,2	261,5	200,0

Fuente: SABI y elaboración propia

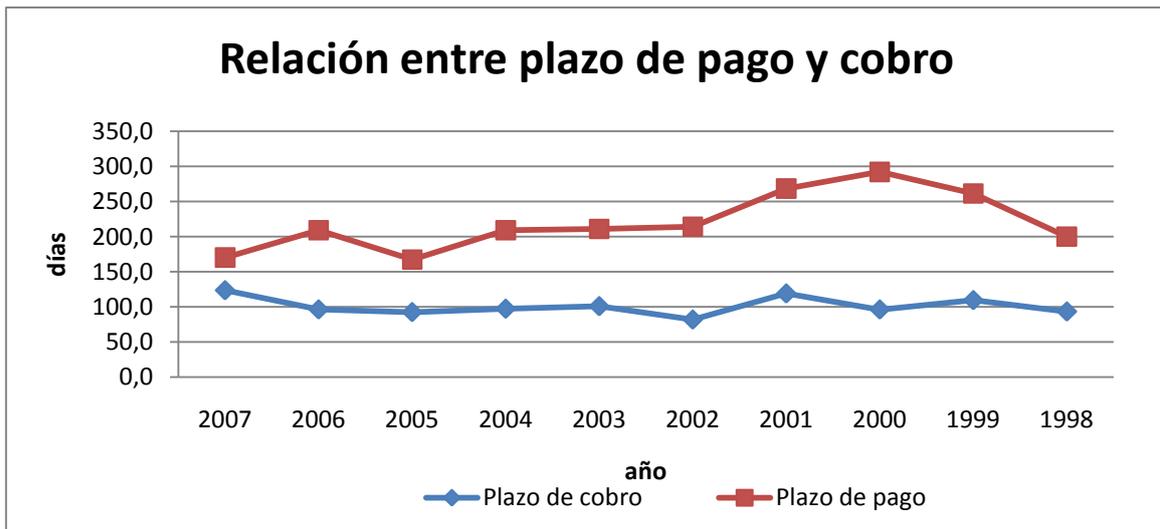


Figura III.7: Relación entre plazo de pago y cobro
Fuente: SABI y elaboración propia

En el caso de Freixenet puede observarse a través de los dos ratios de cobro y de pago así como por la grafica obtenida que el plazo de pago es superior al de cobro. Ello conlleva que aunque tuviese algún problema de liquidez este quedaría resuelto por las entradas y salidas de dinero ya que siempre las entradas se producen con anterioridad a las salidas y las entradas llevan incorporado el beneficio.

Estructura financiera

Autonomía

Autonomía = $FP / \text{Total PN Y Pasivo}$

El valor óptimo de este ratio está entre 0,3 y 0,5, de acuerdo con las proporciones propuestas para el ratio de endeudamiento.

Endeudamiento

Endeudamiento = $(PNC + PC) / \text{Total PN Y Pasivo}$

El valor óptimo de este ratio está entre 0,4 y 0,6. En caso de ser superior indica que el volumen de deudas es excesivo y la empresa está perdiendo autonomía financiera frente a terceros o, se está descapitalizando y funcionando con unas estructura financiera más arriesgada.

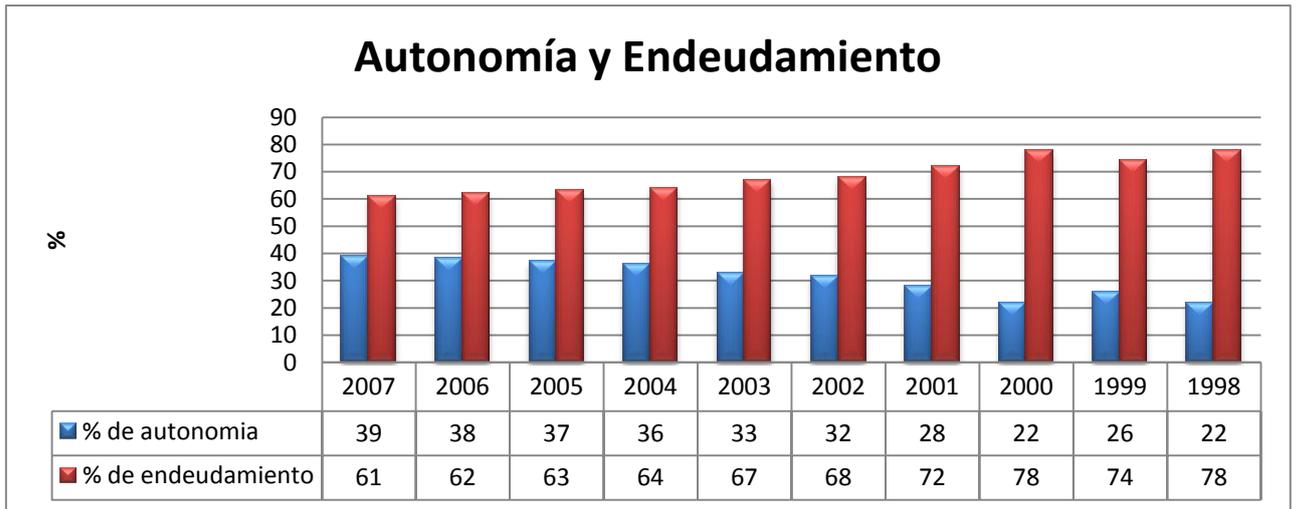


Figura III.8: Autonomía y Endeudamiento
Fuente: SABI y elaboración propia

Con este gráfico y las definiciones anteriores de los ratios a los cuales corresponden se puede ver como durante este periodo de tiempo Freixenet ha estado más endeudada de lo que se recomienda para que la empresa no tenga problemas económicos.

No obstante este hecho no hay que juzgarlo aisladamente, ya que en este periodo confluyen varios hechos económicos, en primer lugar coincide con una gran expansión de la empresa en inversiones tal como podemos ver en las tablas del Neto permanente la empresa ha pasado de tener un ANC de 67.347 miles de euros en el ejercicio de 1998 a 160.754 en el del 2007, para ello ha tenido necesidades financieras, sin embargo y en segundo lugar este incremento de la deuda se ha producido en los años en que los intereses bancarios eran muy bajos. Los valores porcentuales se encuentran en el límite óptimo.

Rentabilidades

Rentabilidad económica

Rentabilidad económica = BAI/ Activo total (en %)

Indica el rendimiento medio que obtiene una empresa como consecuencia de sus inversiones en activos.

Tabla III.10. Rentabilidad Económica

	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998
Rentabilidad económica	6,52%	5,20%	3,84%	4,81%	7,06%	8,53%	7,43%	3,04%	2,56%	5,88%

Fuente: SABI y elaboración propia

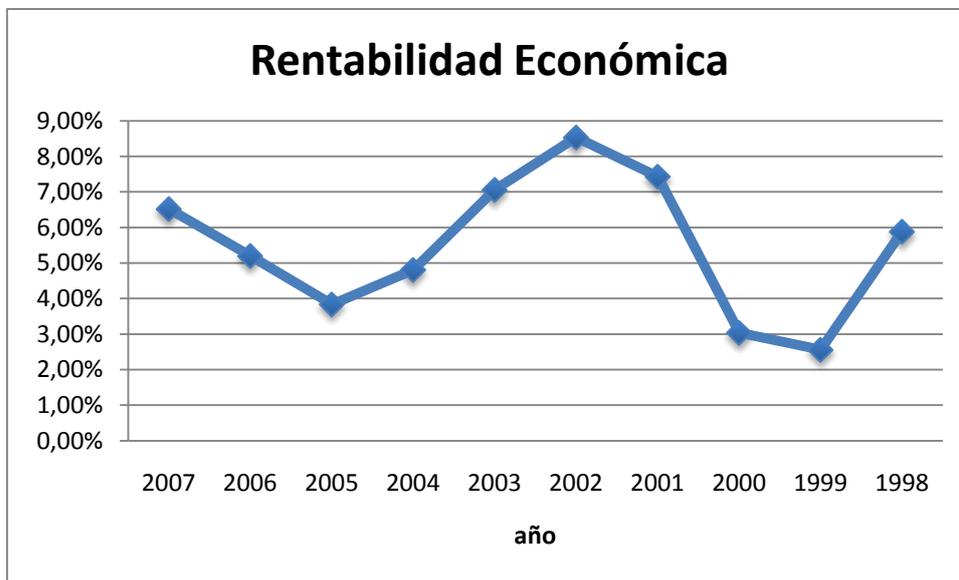


Figura III.9: Rentabilidad Económica

Fuente: SABI y elaboración propia

La rentabilidad económica va estrechamente ligada al margen de ventas, durante este periodo se ve un aumento en la rentabilidad siempre que ha habido un aumento en el margen, la rotación de activo en cambio, suele ser más baja aunque haya aumentado el margen, excepto en años puntuales como el 2002 y 1998 donde hay incremento del margen de ventas y de la rotación.

Tabla III.11. Comprobación de la Rentabilidad Económica

	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998
R. económica	6,52%	5,20%	3,84%	4,81%	7,06%	8,53%	7,43%	3,04%	2,56%	5,88%
Margen	9,44%	6,96%	4,66%	5,95%	8,79%	10,20%	9,98%	3,30%	2,67%	5,85%
Rotación	0,69	0,75	0,82	0,81	0,80	0,84	0,74	0,92	0,96	1,01
Comprobación	6,52%	5,20%	3,84%	4,81%	7,06%	8,53%	7,43%	3,04%	2,56%	5,88%

Fuente: SABI y elaboración propia

De la división en: Margen de ventas y Rotación del activo

- Margen de ventas = BAII/Ventas netas (en %)

Entre los años 1998 y 2007 el crecimiento del margen de ventas se ha incrementado en 3 puntos porcentuales lo que significa un 50%. En la figura III.9 y tabla III.11 puede verse con mayor claridad las variaciones experimentadas en el periodo.

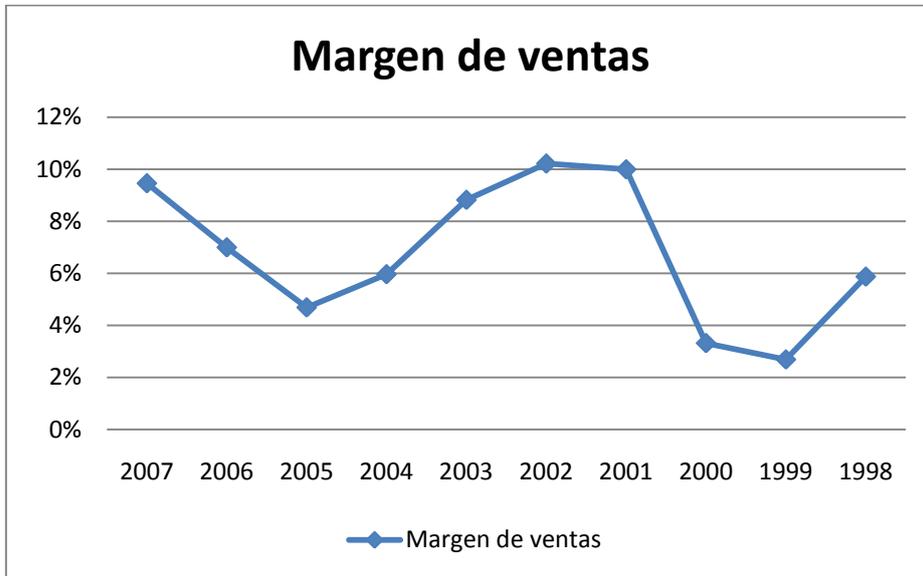


Figura III.10: Margen de ventas
Fuente: SABI y elaboración propia

- Rotación del activo = $\text{Ventas netas/ Activo total}$

La estrategia de Freixenet ha llevado a su vez un incremento también de las rotaciones de sus activos aunque no en la misma proporción que el aumento del margen. Ambos hechos les han conducido al acrecentamiento de su rentabilidad económica.

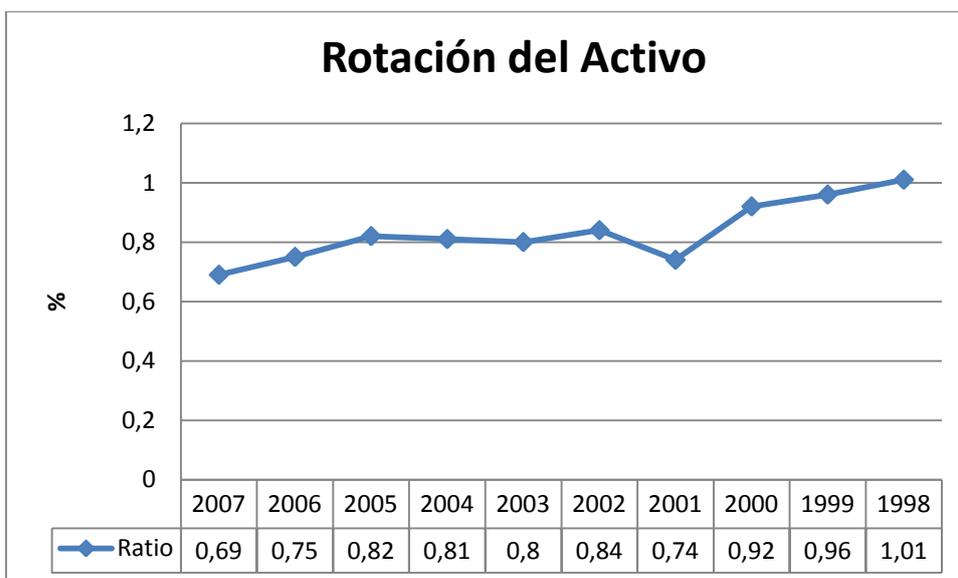


Figura III.11: Rotación del Activo
Fuente: SABI y elaboración propia

Rentabilidad Financiera

Rentabilidad Financiera = Resultado del ejercicio/ Fondos propios (en %)

Tabla III.12.Rentabilidad Financiera

	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998
Rentabilidad Financiera	8,54%	8,54%	6,45%	9,16%	10,46%	19,92%	18,24%	12,72%	9,74%	17,91%

Fuente: SABI y elaboración propia

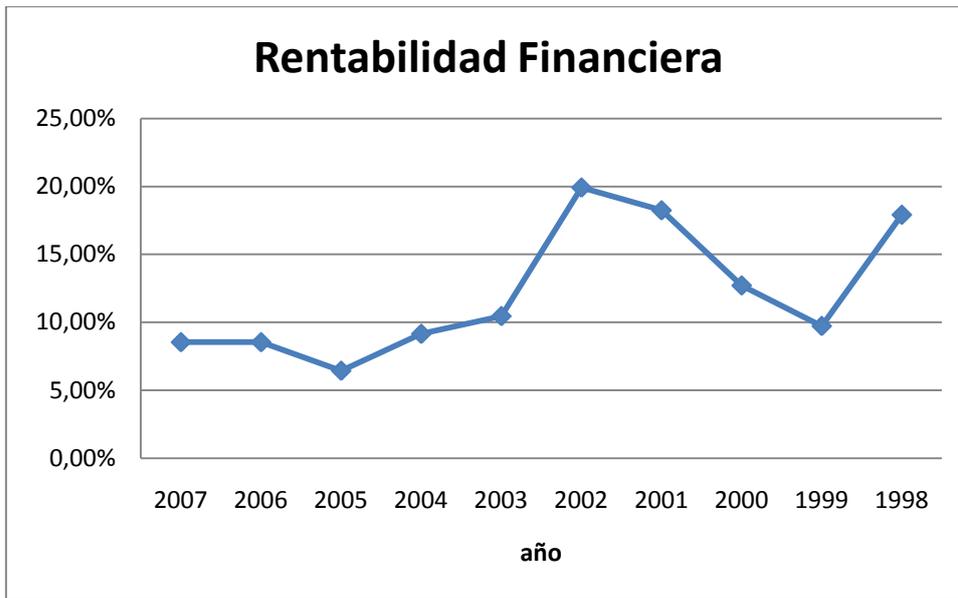


Figura III.12: Rentabilidad Financiera

Fuente: SABI y elaboración propia

3.6. Otros Ratios financieros relacionados con la explotación

- Resultado del ejercicio/ingresos de explotación

Nos marca los beneficios obtenidos respecto a los ingresos procedentes de sus ventas y otros ingresos de la explotación como comisiones, arrendamientos...

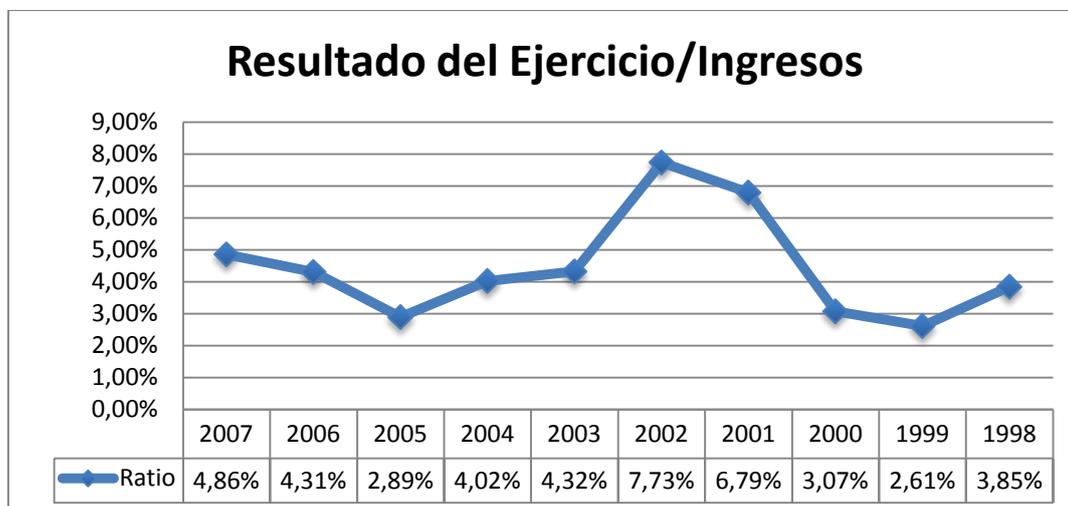


Figura III.13: Resultado del ejercicio/Ingresos
Fuente: SABI y elaboración propia

Este ratio no es estable, sino que la tendencia entre el principio y el final del periodo ha subido un punto porcentual. En el 2002 ha tenido el punto más álgido.

- Cash Flow

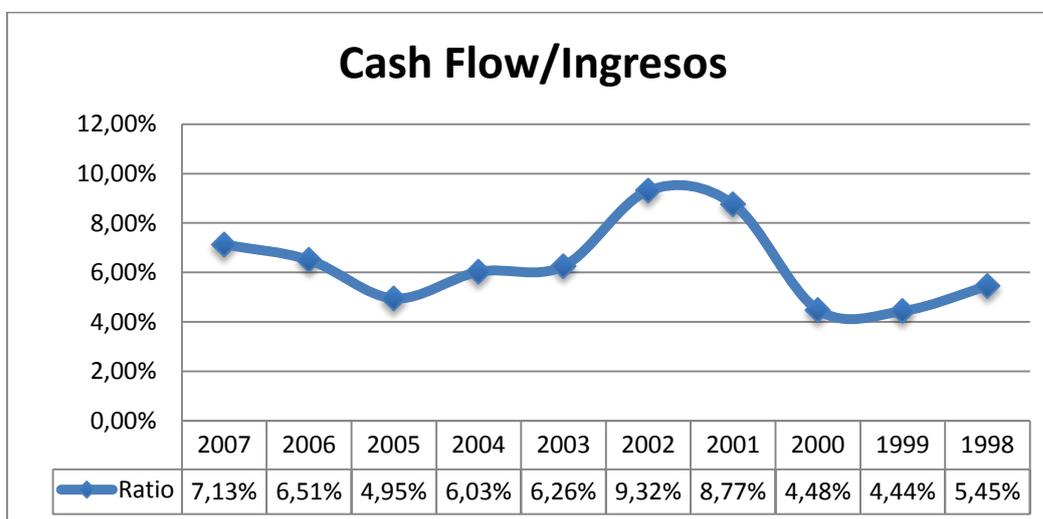


Figura III.14: Cash Flow/Ingresos
Fuente: SABI y elaboración propia

En esta gráfica podemos ver que las diferencias no son tan acusadas debido al efecto de las amortizaciones, puesto que sabemos que es una empresa que hace grandes inversiones. Durante el periodo habido un incremento de un 1,7 aproximadamente; 0,6 puntos más que en el ratio de Resultado del ejercicio entre los ingresos de explotación.

- Todos los gastos de explotación



Figura III.15: Todos los gastos de explotación/Ingresos
Fuente: SABI y elaboración propia

El total de gastos respecto a los ingresos se sitúa en el 90%, ha ido bajando el porcentaje hasta el 90,6%.

Se ha efectuado el desglose entre consumos y otros gastos para poder determinar cuál ha sido la causa más importante en la formación de los gastos totales.

- Consumos

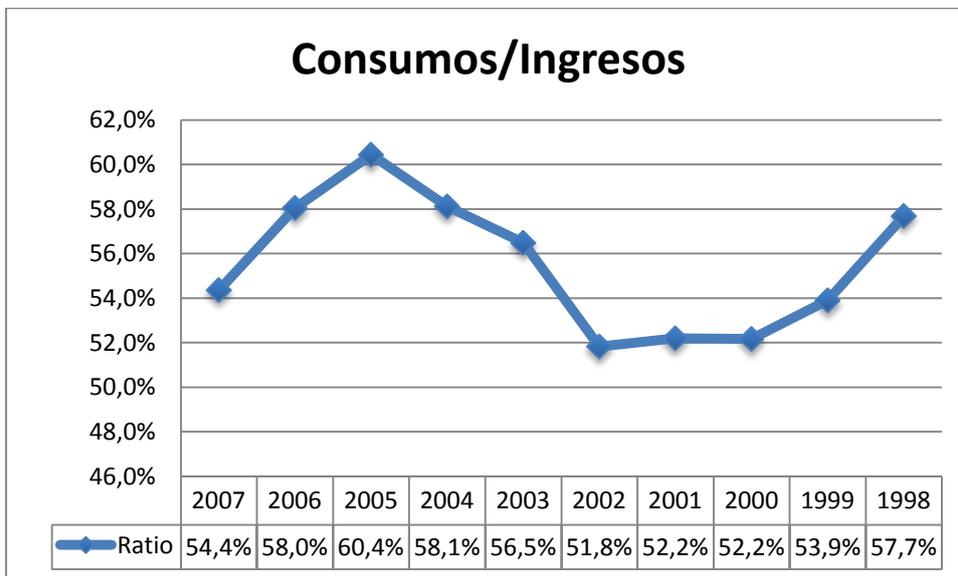


Figura III.16: Consumos/Ingresos
Fuente: SABI y elaboración propia

Freixenet durante este periodo ha ido incrementando sus ventas y reduciendo los gastos en consumos de mercaderías y materias.

- Otros gastos de explotación/ingresos de explotación

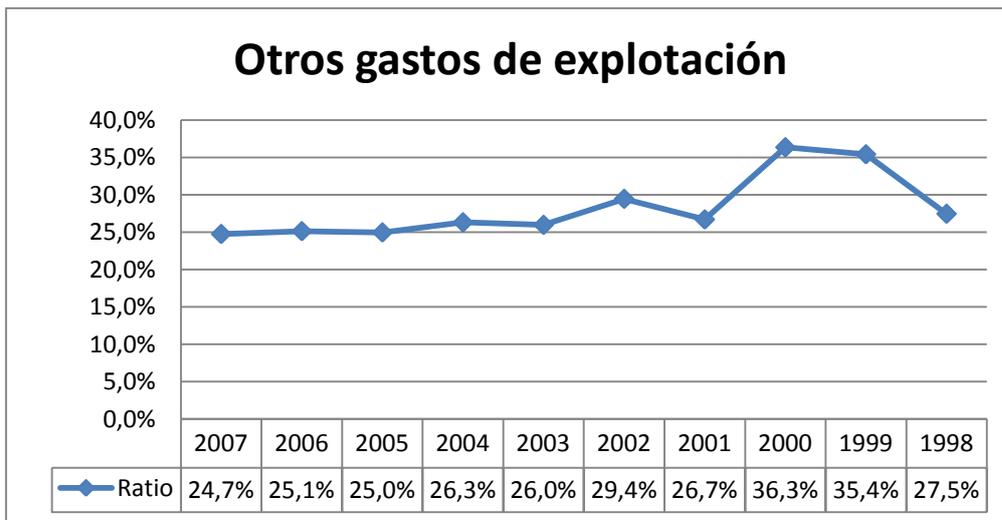


Figura III.17: Otros gastos de explotación
Fuente: SABI y elaboración propia

Los consumos se han ido reduciendo pero el conjunto de los otros gastos de explotación: servicios generales, amortizaciones y personal, se han incrementado en una proporción inferior a la reducción de los consumos.

En la cuenta de resultados podemos ver que la causa fundamental del incremento durante este periodo han sido las amortizaciones (con un 94% de acrecentamiento) las que los han aumentado, seguido de los gastos de personal (con un 60%).

4. INDUSTRIA VINÍCOLA EN CATALUÑA

En este apartado se ha pretendido desarrollar algunas de las variables principales de la Industria Vinícola en Cataluña centrando el estudio en los ingresos de explotación, ventas netas, personas ocupadas y número de establecimientos. Los datos obtenidos han servido para realizar un análisis comparativo con la Industria Agroalimentaria (IAA) catalana.

Cabe destacar la importancia de la Industria vinícola catalana dentro del conjunto de toda la Industria vinícola en España, ya que representa la primera en ventas de productos con un porcentaje del 21 % sobre el total, seguida muy de cerca por la comunidad de Castilla la Mancha con un 19,4% y La Rioja con un 18,2%. Estas tres comunidades son las líderes de ventas en el sector, con valores porcentuales muy por encima del resto (Informe, 2007:72).

4.1. Los ingresos de explotación de la IAA y de la Industria vinícola en Cataluña

En primer lugar se han estudiado los ingresos de explotación a través de su evolución anual. El crecimiento interanual de la industria vinícola en Cataluña, obtenida por el cociente entre los diferentes ingresos de explotación de años consecutivos.

Para poder calcular el crecimiento interanual real hemos tenido en cuenta la variación del IPC en cada fragmento de tiempo, para la comunidad autónoma de Cataluña. Para su explicación y posterior análisis comparativo, se ha elaborado la siguiente tabla:

Tabla IV.1: Variación del IPC en Cataluña

ene-98	dic-99	4,9 %
ene-99	dic-00	7,4 %
ene-00	dic-01	6,6 %
ene-01	dic-02	7,6 %
ene-02	dic-03	7,6 %
ene-03	dic-04	7,1 %
ene-04	dic-05	8,7 %
ene-05	dic-06	7,8 %
ene-06	dic-07	7,5 %

Fuente: INE y elaboración propia

En el gráfico siguiente (figura IV.1.) podemos comprobar que el crecimiento interanual real ha sido siempre inferior al calculado sin tener en cuenta la variación del IPC, ya que en todos los años se ha producido inflación.

Solo en los ejercicios de 1999/98, 2002/01 y 2004/03, hubo realmente un crecimiento en los ingresos de explotación. Puede observarse que en los años 2000/99, 2003/02 y 2007/06 aunque ha existido un crecimiento de los ingresos, la inflación ha sido superior a este crecimiento lo que provoca realmente una reducción.

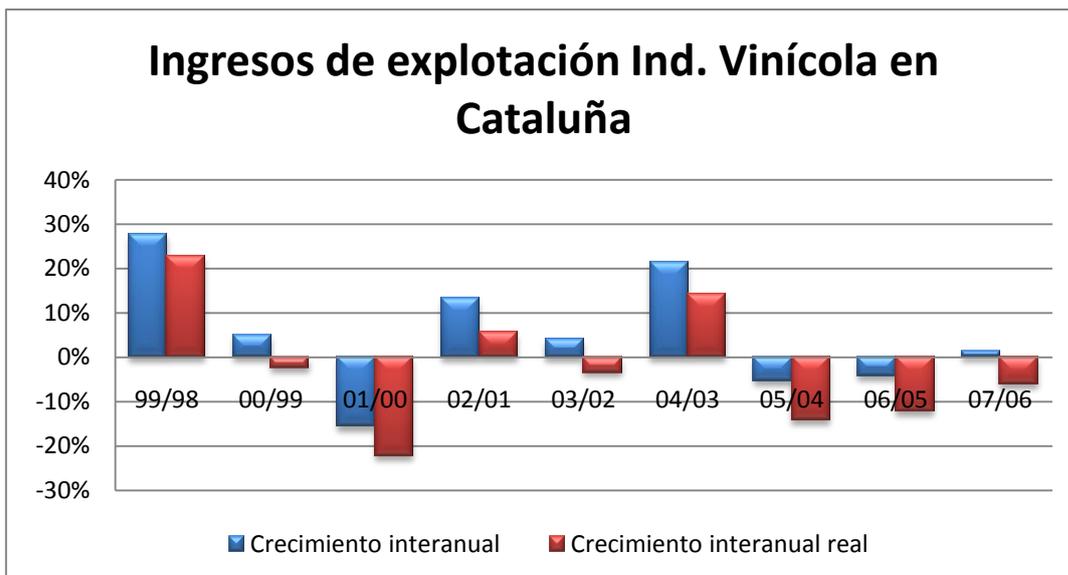


Figura IV.1: Ingresos de Explotación
Fuente: IDESCAT y elaboración propia

En el caso del total de los ingresos de explotación de la IAA, la tabla comparativa del crecimiento interanual de la industria agroalimentaria en Cataluña se ha elaborado siguiendo el mismo método que la que representa los resultados de la industria vinícola.

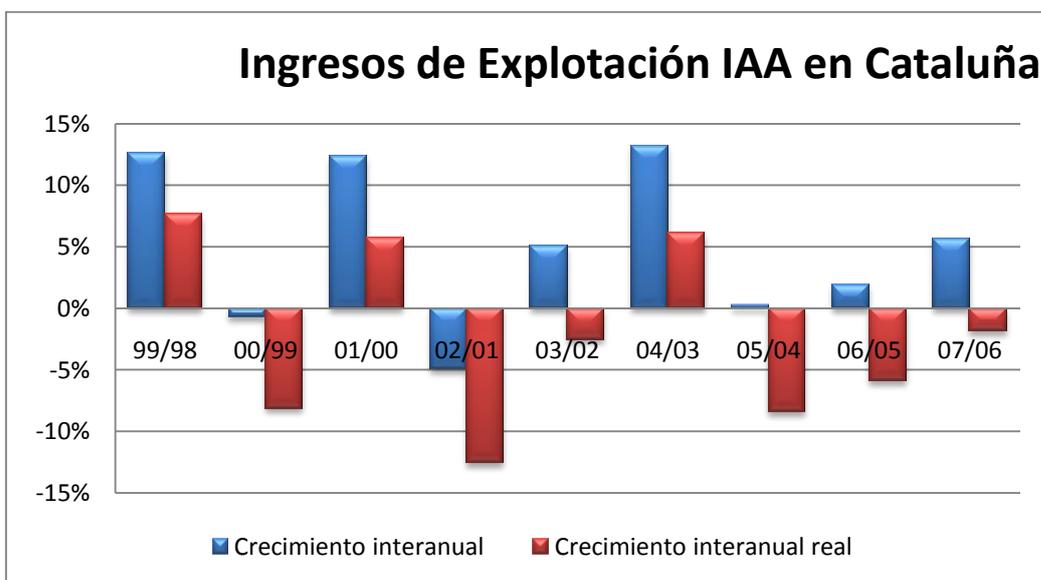


Figura IV.2: Ingresos de Explotación
Fuente: IDESCAT y elaboración propia

Se observan diferencias con la industria vinícola, la industria agroalimentaria en Cataluña, no obstante, coinciden los crecimientos en 1999/98 y 2004/03.

4.2. Las ventas de la IAA y la Industria vinícola en Cataluña

La Industria Agroalimentaria en Cataluña, cada vez más importante y con más dinamismo, en los últimos años ha representado aproximadamente un 16% de todo el complejo industrial catalán y se mantiene como primer sector de la industria.

A nivel estatal el sector agroalimentario catalán encabeza la clasificación de comunidades autónomas en ventas y en trabajadores respecto al total.

La Industria Vinícola representa el sexto puesto dentro de la Industria Agroalimentaria catalana.

4.3. Comparativa de ventas entre la Industria vinícola y la IAA en Cataluña

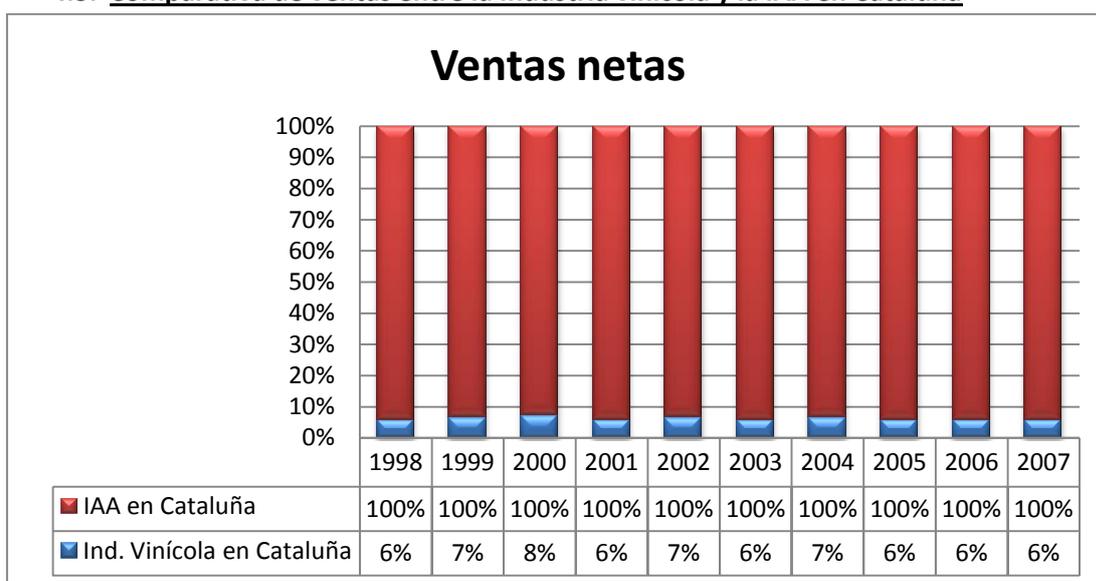


Figura IV.3: Comparación de Ventas Netas entre IAA y Ind.Vinícola en Cataluña
Fuente: IDESCAT y elaboración propia

La participación de la industria vinícola a lo largo de estos diez años se ha mantenido constante respecto al volumen de ventas netas que representa dentro de la industria agroalimentaria, situándose de media sobre el 7% del total. Solamente en el año de 2000 se produjo un incremento con un porcentaje del 8% correspondiente al incremento de ventas por el efecto milenium.

4.4. La ocupación de la IAA y la Industria vinícola en Cataluña

Respecto al número de personas ocupadas trabajando en la industria del vino y cavas y la IAA en Cataluña podemos decir que en el análisis de la ocupación los resultados son semejantes a los de las ventas Cataluña es líder con un peso 19,7%. Seguidamente, se sitúan las comunidades de Castilla la Mancha, con un 14,9% y La Rioja con 11,6%.

El número de trabajadores en el sector se incrementa un 2,8%.(Informe 2007).

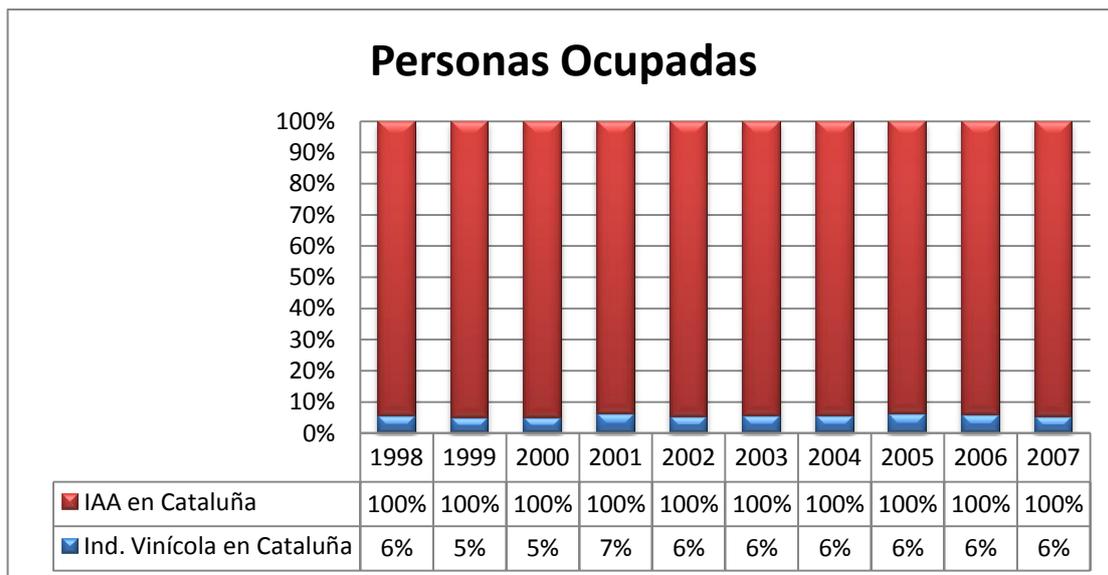


Figura IV.4: Comparación de Personas Ocupadas entre IAA y Ind.Vinícola en Cataluña
Fuente: IDESCAT y elaboración propia

El número de personas ocupadas se ha ido manteniendo a lo largo de este segmento así que podríamos decir que pese a que hay años mejores que otros en el sector no habido grandes crisis que desencadenen el despido de los trabajadores.

4.5. El número de establecimientos de la IAA y la Industria vinícola en Cataluña

Para poder conocer el número de establecimientos de cada sector se usa como principal fuente de información el directorio central de empresas (DIRCE) del INE. Este directorio forma parte de un proyecto global de integración de diferentes registros y directorios económicos de origen administrativo y enmarca reglamentos europeos. El DIRCE contiene información que proviene de IAE, de retenedores de la Administración Tributaria, así como los de los centros de cotización de la Seguridad Social. (Informe 2007).

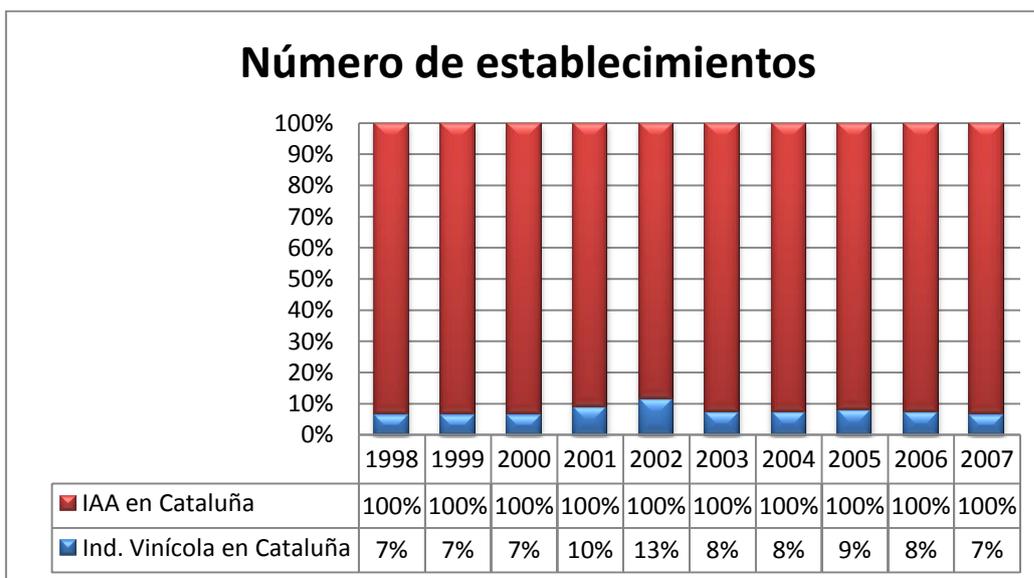


Figura IV.5: Comparación del Número de establecimientos entre IAA y Ind.Vinícola en Cataluña
Fuente: IDESCAT y elaboración propia

El sector vinícola es el que cuenta con mayor número de establecimientos respecto a sus ventas dentro del conjunto de la IAA catalana. Esto es debido al gran número de pequeños empresarios, un 85%, sobre todo en la zona del Alt Penedés que se dedican principalmente a la elaboración de vinos y cavas. Es en esta misma zona donde se encuentran las principales empresas de este sector (Informe 2007).

En la figura puede apreciarse que el porcentaje de establecimientos se ha mantenido entre el principio y el fin del periodo de diez años que se ha estudiado con un 7% de participación pero que tuvo un crecimiento en los años 2001 y 2002 principalmente. La reducción se ha producido por dos causas, el cierre de algunas pequeñas empresas y la fusión o absorción por parte de otras.

4.6. Freixenet y la Industria Vinícola en Cataluña

Las ventas y el consumo de cava son muy superiores en Cataluña sobre el resto de las comunidades autónomas españolas. Esto viene también favorecido por la ubicación de las principales empresas productoras y la tradición existente. En contrapartida respecto al consumo de las otras bebidas alcohólicas este porcentaje es inferior en la comunidad catalana.

Freixenet se ha consolidado como la empresa líder en ventas de este sector en Cataluña.

4.7. Las ventas de Freixenet y la Industria Vinícola en Cataluña

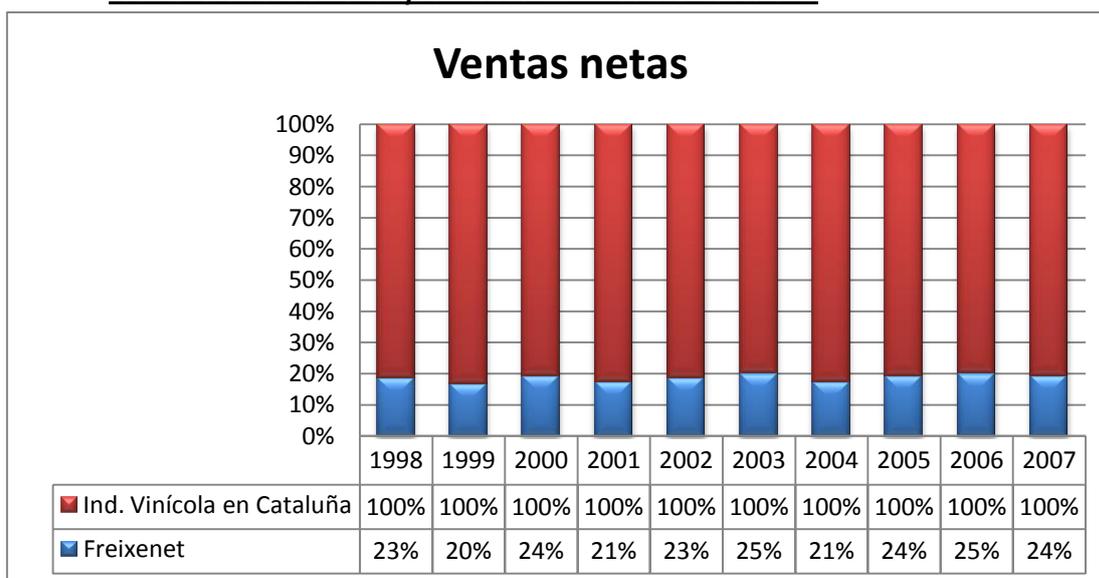


Figura IV.6: Comparación de Ventas netas entre Freixenet y Ind.Vinícola en Cataluña
Fuente: IDESCAT, SABI y elaboración propia

En este gráfico podemos observar la importancia de Freixenet, ya que representa casi un cuarto de todas las ventas netas de la industria vinícola catalana. Observándolo vemos que sus mejores años fueron en 2003 y 2006 aunque no muy alejados de los ejercicios de 2000, 2005 y 2007.

Su volumen de ventas se ha mantenido estable respecto a las ventas totales del sector. Un porcentaje elevado de sus ventas se dedican a la exportación siendo la mayor empresa exportadora de vinos y cavas de Cataluña. Hay que tener en cuenta que casi un 45% de las

ventas se exportan, un 36% se quedan en Cataluña para su consumo y el 19% se venden en España.

Freixenet exporta un 60% de sus ventas, según el Anexo I.

Como conjunto de sector la Industria vinícola tiene una balanza comercial muy positiva, mayor volumen de exportaciones que de importaciones. Destinadas las ventas sobre todo a la Unión Europea y a los Estados Unidos.

4.8. La Ocupación de Freixenet y la Industria Vinícola en Cataluña

En el apartado del conjunto de la Industria vinícola se ha citado el incremento de ocupación registrado en el sector sobre el total de la IAA. Este hecho se produce también para Freixenet con un incremento del número de trabajadores.

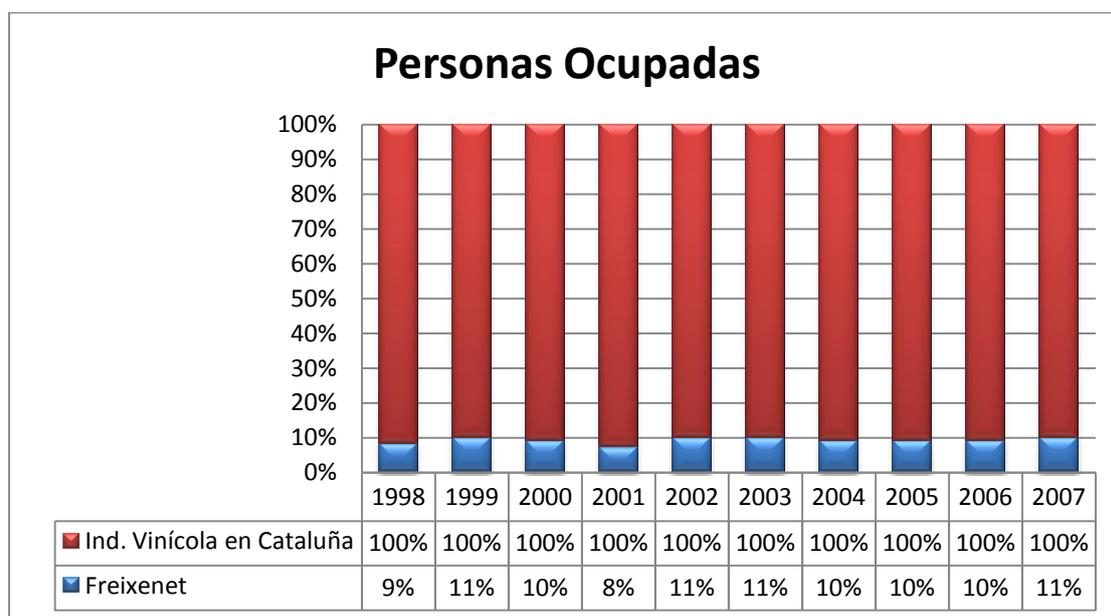


Figura IV.7: Comparación de Ocupación entre Freixenet y Ind.Vinícola en Cataluña
Fuente: IDESCAT, SABI y elaboración propia

Si observamos el porcentaje de participación vemos que entre el año de 1998 a 2007 se ha producido un incremento de dos puntos porcentuales de crecimiento de la ocupación pasando de un 9 a un 11%. Valor este último que se ha ido repitiendo a lo largo de los años.

Si comparamos los datos del incremento de personas trabajando en Freixenet con el aumento total de personas en el sector y los datos de la gráfica anterior, cabe decir que la empresa ha sido la que mayor porcentaje de ocupación ha tenido.

Sobre el 10% de las personas que se dedican a la industria vinícola en Cataluña están contratadas por Freixenet, lo cual reafirma el gran potencial que tiene la marca dentro del sector.

4.9. Ratios financieros relacionados con la explotación de la Industria Vinícola y Freixenet

- Resultado del ejercicio

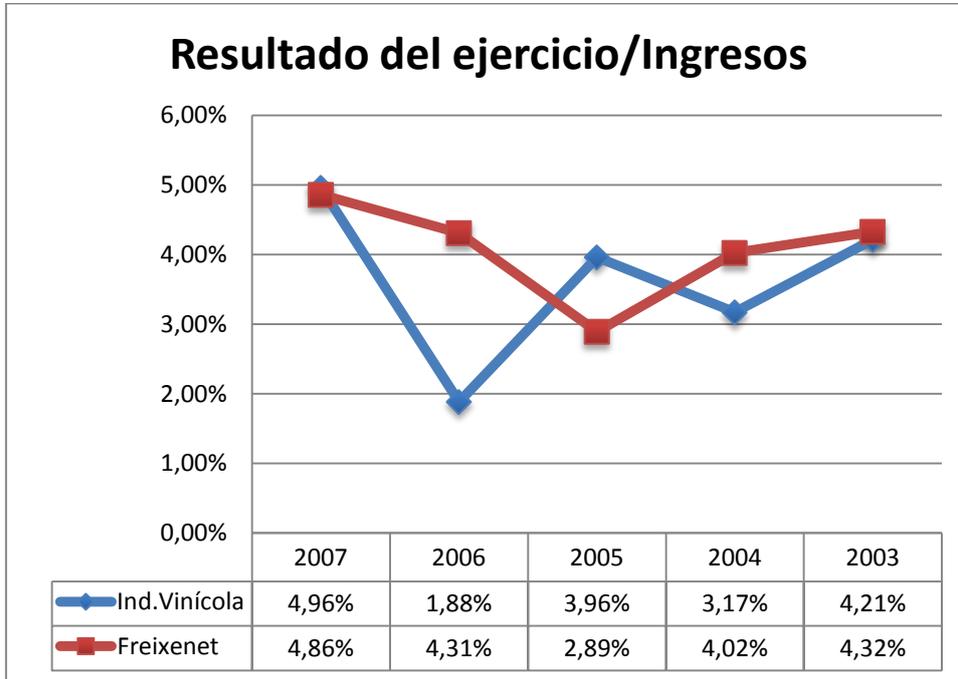


Figura IV.8: Resultado del ejercicio
Fuente: IDESCAT, SABI y elaboración propia

- Cash Flow

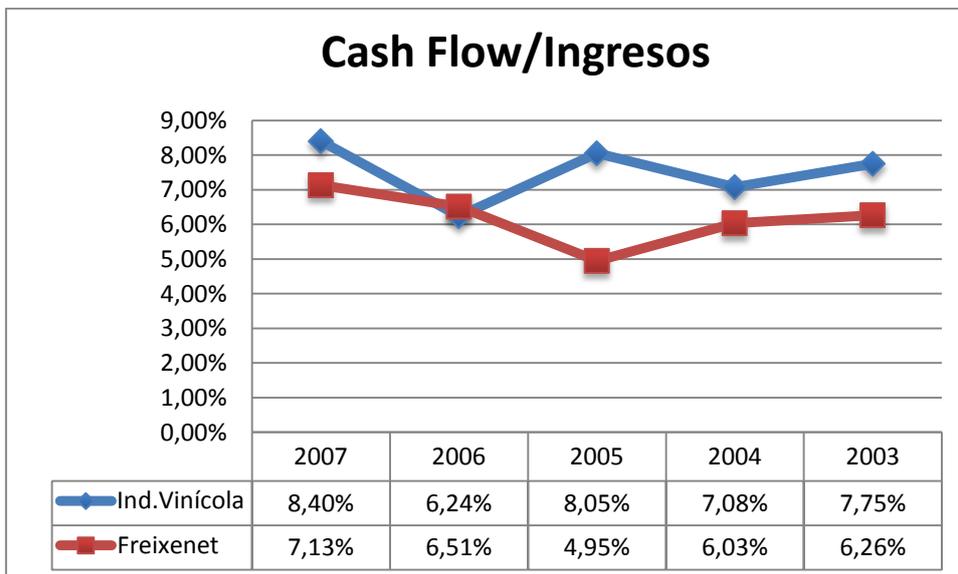


Figura IV.9: Cash Flow/Ingresos
Fuente: IDESCAT, SABI y elaboración propia

Con el gráfico de este ratio podemos ver que exceptuando el 2005, Freixenet tiene un Cash Flow similar al del de la Industria Vinícola, incluso en 2006 tiene la productora tiene un valor superior, esto indica que invirtió más en inmovilizado.

- Total gastos de Explotación

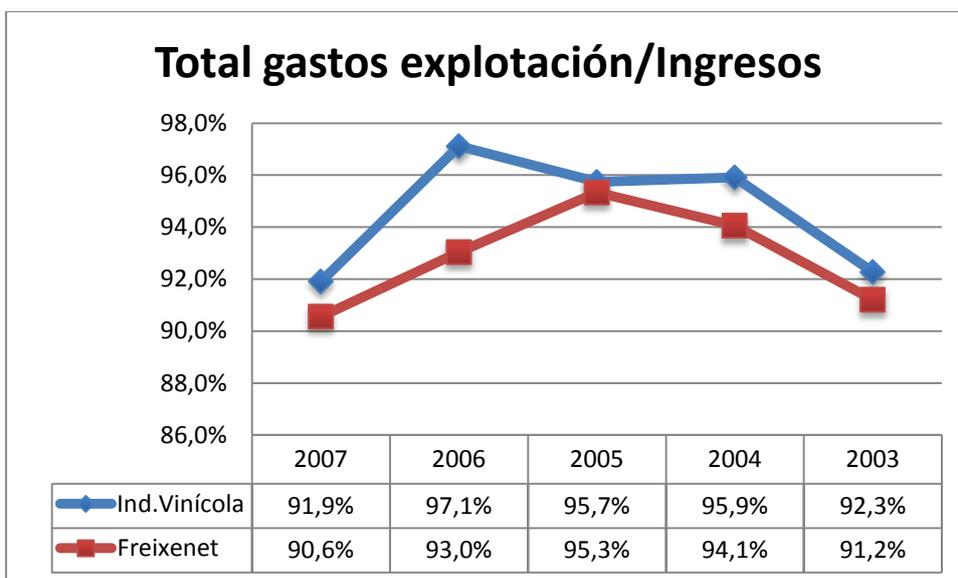


Figura IV.10: Total gastos explotación
Fuente: IDESCAT, SABI y elaboración propia

Los gastos totales son inferiores en Freixenet que en el resto de la Industria Vinícola catalana en la mayoría de los ejercicios estudiados exceptuando el de 2005 en el que tienen un valor muy similar. Igual que en el punto correspondiente a la gestión financiera se ha mirado cual ha sido la causa: los consumos o los otros gastos de explotación.

- Consumos

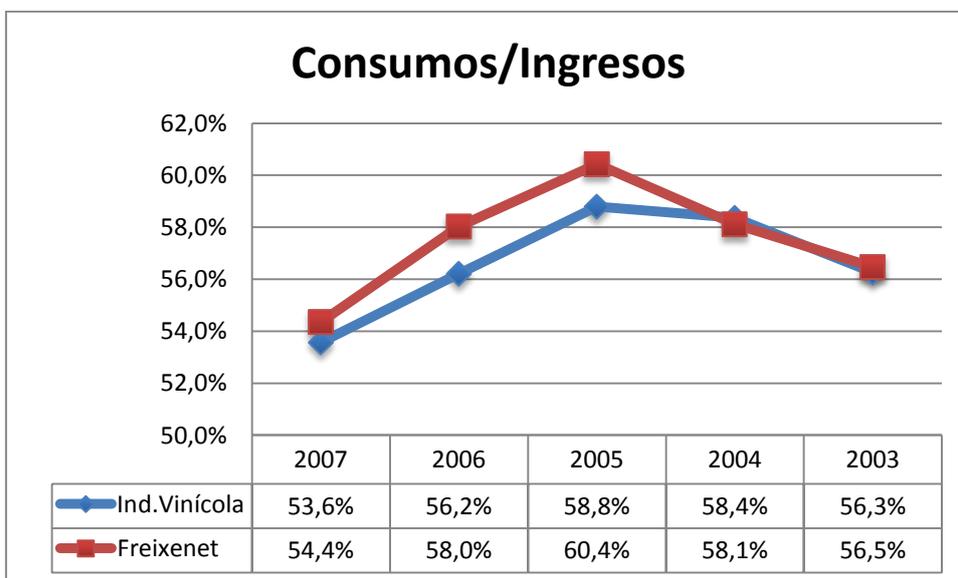


Figura IV.11: Consumos
Fuente: IDESCAT, SABI y elaboración propia

Freixenet tiene mayores gastos en los consumos de mercaderías y materias para la fabricación de sus productos respecto al total de la Industria Vinícola en Cataluña.

- Otros gastos de explotación

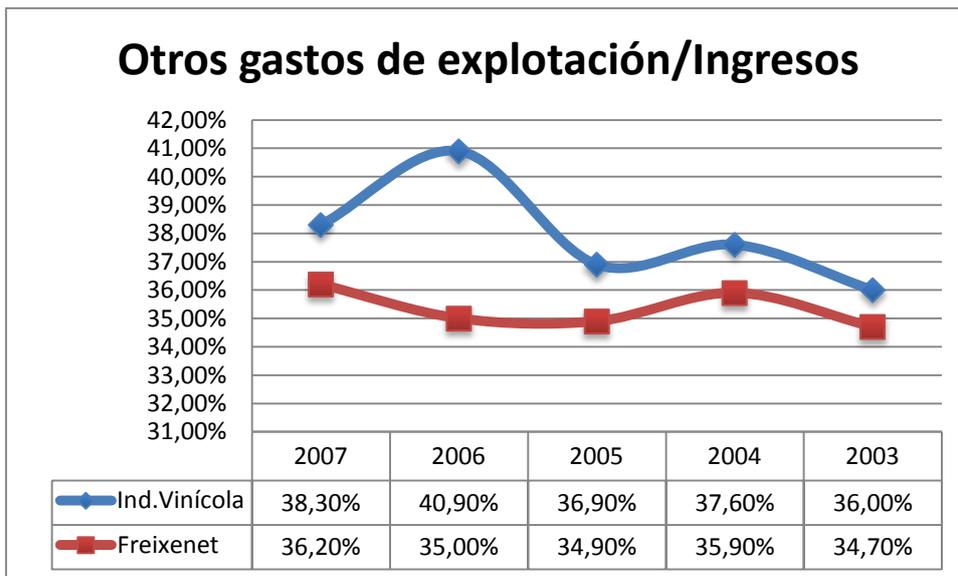


Figura IV.12: Otros gastos explotación
Fuente: IDESCAT, SABI y elaboración propia

En el estudio de los otros gastos de explotación se determina que estos son inferiores al conjunto de la Industria Vinícola. Este hecho es el causante de que el total de gastos generales de Freixenet sea inferior al del sector de vinos y cavas.

Con el estudio y observación de estos ratios se puede observar que Freixenet invierte en mercaderías, materia primera y otros aprovisionamientos, y reduce los otros gastos, estos datos nos confirman que es una productora que prioriza la calidad de su producto ante todo.

5. **FREIXENET vs CODORNÍU**

Anna de Codorníu, se casó con un miembro de la familia Raventós, uno de cuyos descendientes, Josep Raventós, nacido en 1824, cambió su negocio de mistelas por el espumoso que empezó a elaborar siguiendo el método de la Champaña. Así nació Codorníu, marca pionera en el mundo del cava.

El primer espumoso español al estilo champañés fue fabricado por Josep Raventós i Fatjó y Anna de Codorníu en 1872. Junto a él, el Institut Agrari Català de Sant Isidre, apuestan por elaborarlo con uva autóctona y así diferenciarlo del champagne francés. Por lo que podemos decir que el gran rival de Freixenet fue quien inventó el cava basándose en los estudios de dom Pérignon.

Años más tarde en 1968 cuando las dos empresas ya estaban en funcionamiento tuvieron que apostar por la calidad y definir cuál sería su proceso de elaboración para poder adaptarse al consumo de los españoles que estaba evolucionando junto a su aumento de nivel de vida.

Freixenet, que a lo largo de la historia lo ha reafirmado, vio una gran oportunidad en la publicidad y empezó hacer fuertes campañas por televisión.

Codorníu en cambio quiso mantener su imagen ligada a su imagen de marca, la cual se ha visto reforzada por ser la primera elaboradora española de cava. Esta empresa ha sido muy bien vista a nivel español por su espíritu innovador, marcado por dos grandes hechos históricos; el primero fue a principios del siglo XX cuando consiguieron remontar la economía del Penedés después del desastre provocado por la filoxera y el segundo fue en los sesenta cuando empezaron a experimentar para obtener variedades de uva más resistentes a las enfermedades.

Otro valor añadido a Codorníu es que desde 1897 fue nombrado proveedor exclusivo de la Casa Real. (Calzón. B, 2001)

En 1898 los Raventós convocaron un concurso de carteles para publicitar su producto en el que participaron artistas tan destacados como Casas, Urtrillo, Tubilla, Junyent o Riquer.

Manuel Raventós, en los inicios del siglo XX, mostró su afán por publicitar su marca. Con este objetivo se iba a Barcelona los fines de semana montado en un carromato repleto de botellas. “Dicen que conducía contra dirección para provocar el caos y así acaparar la atención. Más de una vez salió en la prensa la noticia de que un carro cargado de botellas de champán Codorniu había ocasionado un desastre circulatorio.”

Las diferentes generaciones de la familia Raventós tienen rasgos en común: “El rigor y la seriedad, seguir una línea y no salirse jamás del camino es algo que ellos tienen en común. Todo el mundo sabe que cuando un Raventós dice algo, lo va a cumplir”.

A diferencia de sus vecinos franceses, que siempre vendieron a la perfección la exquisitez y el lujo del champán, a los Raventós como la mayoría de las familias del cava, nunca les sedujo el glamour. Eran gentes que siempre habían elaborado en casa vino y aceite y se fueron convirtiendo en empresarios de un modo natural, casi sin darse cuenta.

Esfuerzo, constancia, pasión, son las normas que define Mar Raventós, la actual presidenta de Codorniu, como las bases que hicieron posible a su familia, pionera en la industria del cava, levantar su empresa y popularizar el consumo del espumoso catalán. “Siempre surgen problemas, y si fuimos capaces de sobreponernos a la filoxera, con esfuerzo podemos salir de otros. Mi padre me contaba que la perseverancia es fundamental.”

A diferencia de Freixenet que se define como una empresa familiar, la cual está dirigida mayoritariamente o en su totalidad por miembros de la familia, en Codorniu sólo cuatro miembros de la familia pueden trabajar en la empresa. Para ello deben reunir algunos requisitos: “Hablar inglés, haber cursado una carrera universitaria, tener un máster, acumular cinco años de experiencia profesional fuera de la empresa y poseer dotes de mando”.

Codorniu además de ser pionera en la producción del cava lo sigue siendo en sus procesos de producción como por ejemplo, el control por satélite de los viñedos, el tratamiento con feromonas de los insectos que atacan las cepas o la capacidad de activar o no la fermentación maloláctica (sólo utilizan este proceso para los cavas jóvenes, en los que así reducen acidez) son algunos de los factores que, según el enólogo, hacen que la empresa sea puntera. (Magazine 20 de junio de 2010:64-71)

5.1. Guerra del cava

En 1995 Ferrer como hizo una gran inversión publicitaria en Estados Unidos y decidió comunicarlo a la prensa que según la consultora Nielsen sobre las ventas de espumosos, se veía reflejado que Freixenet por primera vez en la historia había superado a Codorniu en ventas nacionales, lo cual no gustó a la competencia ya que en el mercado español la venta de cava había decaído un 13% desde el año 1990. A raíz de esta publicación se desató un continuo de acusaciones entre las dos compañías y la conocida, Guerra del cava. (Calzón. B, 2001)

5.2. Consecuencias de la guerra del cava

CIFRAS DEL SECTOR

El consejo regulador del cava afirma que su cometido es exclusivamente registrar la producción y exportación del conjunto del sector, a efectos de los cómputos a los que obliga el Ministerio de Industria. Se niegan a facilitar los datos más básicos de las compañías del sector, tan siquiera de las dos principales, o a ofrecer una dimensión del mercado internacional del cava respecto a otros productos, como el champaña.

La sensibilidad del sector después de cuatro largos años de guerra entre Codorniu y Freixenet es evidente. Así lo admite Gabriel Giró, secretario general del Consejo Regulador, cuando explica: “El consejo, del que forma parte Freixenet, me tiene absolutamente prohibido facilitar cifras de mercado, porque en ocasiones anteriores ello ha dado pie a disputas legales entre los principales productores”. (Calzón. B, 2001)

5.3. Noticias relacionadas

- Noticia publicada en 1999;

El duro enfrentamiento que mantienen Codorníu y Freixenet estalló en enero de 1996. El director general de Codorníu, Jordi Raventós, denunció públicamente entonces que el Consejo Regulador de la denominación de origen Cava había ocultado unas actas de inspección que sus funcionarios habían abierto a Freixenet y a una de sus filiales, Castellblanch, por comercializar 21 millones de botellas de cava fraudulentas.

La denuncia iba dirigida contra el presidente del Consejo, que en aquel momento era el entonces director general de Freixenet y actual presidente de la firma Josep Lluís Bonet. La denuncia fue el inicio de una serie de hostilidades que se mantuvieron durante años. El Ministerio de Agricultura abrió un expediente a Freixenet y sancionó finalmente a la firma a mediados de 1997. Pero, para entonces ambas compañías ya habían llevado sus enfrentamientos a los tribunales.

Codorníu presentó la demanda por competencia desleal contra Freixenet en el Juzgado de Primera Instancia número 2 de Vilafranca del Penedès. Pero Freixenet también contraatacó. Acusó en los tribunales a Codorníu de plagiar la botella blanca esmerilada de Freixenet Carta Nevada. La Audiencia de Barcelona obligó a Codorníu a dejar de utilizar la botella en sus productos e inmovilizó parte de la producción de la firma.

- Artículo publicado en Fomento de producción, Revista de economía en el número 1253, de 1 y 15 de enero de 2006

Codorniu y Freixenet, empresas con problemáticas similares, las ventas crecieron en ambas un 1,2 por ciento.

Las dos sufrieron los efectos negativos del boicot al cava, redujeron el beneficio e impulsaron las exportaciones.

Las dos grandes empresas españolas elaboradoras de cava, *Freixenet* y *Codorniu*, evolucionaron durante el ejercicio del 2005 con algunas características comunes. Por ejemplo, ambas aumentaron la cifra de negocio un porcentaje similar, del 1,22 en el caso de la empresa del grupo *Raventós* (de 206 a 208 millones de euros) y del 1,29 por ciento en la compañía propiedad de los *Ferrer* (de 511 a 518 millones). También las dos redujeron Beneficios netos consolidados al pasar los de Codorniu de 12,3 a 3,8 millones (prácticamente un 70% de decremento) y los de Freixenet de 19,3 a 16,3 (un 16% aproximado de reducción). No obstante los porcentajes de bajada de Beneficio son muy diferentes entre sí. Otro punto en común fue el efecto negativo que tuvo sobre las ventas el peso del boicot al cava provocado por el político republicano *Carod-Rovira* al oponerse a la candidatura olímpica de Madrid. En las navidades de 2004 los efectos del boicot los calcularon tanto Codorniu como Freixenet en torno a un 4 por ciento en el mercado español.

Javier Pagés, director general de Codorniu, rehusó dar opiniones políticas sobre el tema del boicot en el acto de presentación de los resultados del grupo y se limitó a hablar de empresa,

esfuerzo y trabajo. Así, afirmó que “si las ventas retroceden, no será porque nosotros no nos dediquemos de lleno a intentar fomentarlas, pero dado el ambiente que existe en torno al consumo de nuestros cavas, la comercialización es más difícil”. Quedó claro que Pagés no quiso comprometerse en nada “pese a que tengo mis propias ideas sobre la política”, según recalcó. Al ser preguntado directamente por la valoración que hacía del boicot, volvió a echar balones fuera y respondió que “Codorniu es una compañía y como tal, lo que tiene que hacer es fomentar continuamente sus productos, darlos a conocer a los consumidores y dedicarse a lo que siempre se ha dedicado, que es intentar elaborar productos con la mejor calidad posible y aumentar el prestigio de sus marcas”. Un ejemplo de las consecuencias del boicot lo vive la propia Codorniu en su cava riojano *Royal Carlton*, elaborado por la filial *Bodegas Bilbaínas*, que en las pasadas navidades ha agotado todas las existencias. Este cava fue el primero que se elaboró en España fuera de Cataluña.

La presidenta de Codorniu, *María del Mar Raventós*, explicó que en su día se decidió designar a un buen profesional ajeno a la compañía para llevar la dirección general del grupo, en alusión a *José Forroll*. Y añadió a continuación que “este director general estructuró un plan de actuación tal como se le había marcado, pero surgieron diferencias en la estrategia a seguir y fue entonces cuando el consejo de administración decidió cambiarlo y buscar otro profesional y fue Javier Pagés quien reunía el perfil adecuado para ocupar este cargo en las condiciones actuales”.

En el grupo Codorniu el negocio de vino tranquilo representa actualmente el 32 por ciento del total de las ventas. El beneficio antes de impuestos bajó de 15,1 a 6,4 millones y las ganancias netas pasaron de 12,3 a 3,8 millones. Las exportaciones pasaron de 53 a 62 millones de euros. Codorniu posee bodegas en Sant Sadurn d’Anoia (*Codorniu*), Raimat, Haro (*Bodegas Bilbaínas*), Belver del Cinca (*Nuviana*), Curiel del Duero (*Legaris*), Cervelló (*Rondel*), Sant Esteve Sesrovires (*Bach*), Scala Dei, Poblet, Napa en California (*Artesa*) y Mendoza en Argentina (*Bodega Séptima*).

- Noticia publicada EUROPA PRESS, El Economista: 17/11/2006

Codorniu vende su sede central en Barcelona a Hoteles Catalonia por 32,8 millones. El Grupo Codorniu ha cerrado la venta del edificio que alberga su sede social en la Gran Vía de Barcelona a Hoteles Catalonia por un importe de 32,8 millones de euros, informó la firma vitivinícola catalana. La operación forma parte de su plan de desprenderse de activos no estratégicos.

La compañía explicó en un comunicado que el edificio "era poco operativo para albergar unas oficinas de elaboración de vinos y cavas, siendo además necesaria una gran inversión para adecuarlo a las necesidades del grupo".

El histórico edificio, situado entre el Paseo de Gracia y Pau Claris, había sido objeto de varias ofertas en los últimos meses por parte de numerosos grupos hoteleros, grandes compañías e inversores, explicaron a Europa Press fuentes de Codorniu.

La compañía que dirige Xavier Pagès descartaba, en principio, desprenderse de este activo, aunque ha decidido finalmente venderlo ante la buena oferta recibida aprovechando el momento alcista del mercado inmobiliario.

Codornú aún no ha decidido donde ubicará sus nuevas oficinas centrales, que, en todo caso, se mantendrán en la ciudad de Barcelona. El traslado se materializará a lo largo del próximo año 2007.

Hoteles Catalonia es la cadena líder en Barcelona, donde dispone actualmente de 20 establecimientos y 5.000 plazas, 2.000 de las cuales ubicadas en el centro histórico comercial de la ciudad.

Recientemente, la cadena, que tiene un total de 52 hoteles, acaba de inaugurar el Catalonia Ramblas, un establecimiento de cuatro estrellas ubicado en el conjunto de edificios entre las calles Pelai y Tallers que había sido la sede de La Vanguardia.

5.4. Cuenta de Resultados de Codornú

Tabla V.1 Cuenta de resultados funcional de Codornú

	2007	2006	2005	2004	2003
Ingresos explotación	210.469	187.141	195.116	192.186	198.145
consumos	82.745	68.037	69.822	69.408	77.092
generales	90.808	95.067	86.985	74.933	73.224
Valor añadido	36.916	24.037	38.310	47.845	47.829
Personal	21.350	21.636	24.264	22.510	22.350
Excedente BE	15.566	2.401	14.045	25.335	25.479
amortizaciones	6.035	6.424	6.769	6.869	6.698
ERExplotacio BAI	9.531	-4.023	7.276	18.465	18.781
financiero	-5.605	-10.822	-4.962	-5.123	-7.168
R. Operativo	3.926	-14.845	2.314	13.342	11.613
Extraordinario	31.706	-726	2.739	-9.793	-9.050
BAI	35.632	-15.571	5.053	3.550	2.563
Impuesto Sociedades	5.156	-6.582	1.438	562	-1.789
B. Neto	30.476	-8.989	3.615	2.988	4.352

Fuente: SABI y elaboración propia

5.5. Ratios comparativos entre Freixenet y Codorníu

- Liquidez

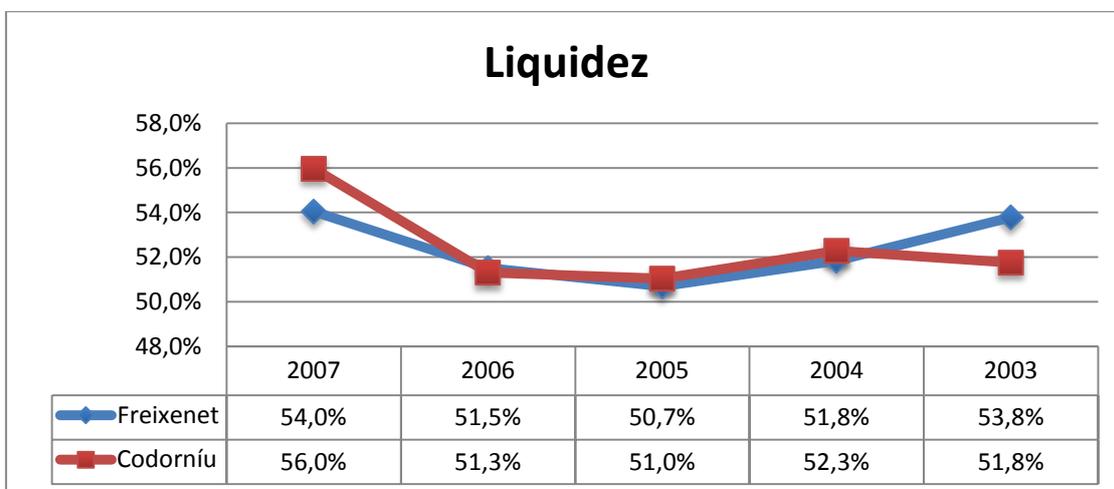


Figura V.1: Liquidez

Fuente: SABI y elaboración propia

Con este gráfico podemos observar como en ambas productoras ha habido un incremento de la liquidez a lo largo de este periodo de cinco años, Freixenet ha tenido un aumento de un 0,2% en total, ya que de 2004 a 2006 sufrió un descenso, mientras que Codorníu se ha mantenido más estable teniendo un fuerte incremento en 2007, este cambio lo podemos justificar con la venta de un edificio en Barcelona que supone un fuerte ingreso de dinero para la empresa y por lo tanto un aumento de su liquidez.

- Autonomía y Endeudamiento

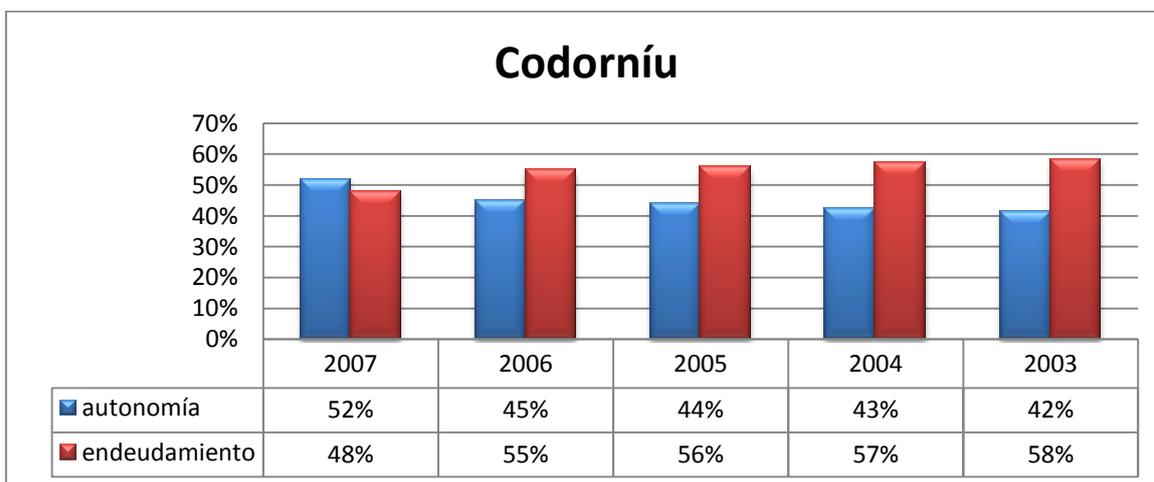


Figura V.2: Codorníu: Autonomía y Endeudamiento

Fuente: SABI y elaboración propia

Codorníu es una empresa que a lo largo del periodo ha ido disminuyendo su endeudamiento y aumentando su autonomía con un 1% año tras años, exceptuando 2007 que vemos como su autonomía incrementa un 7% y su endeudamiento disminuye en la misma proporción.

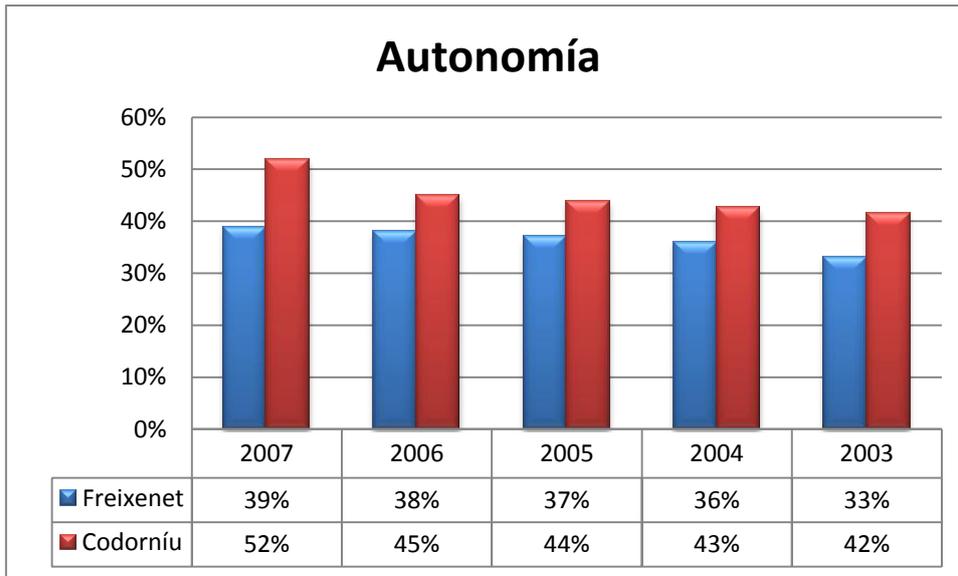


Figura V.3: Comparación de la Autonomía de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

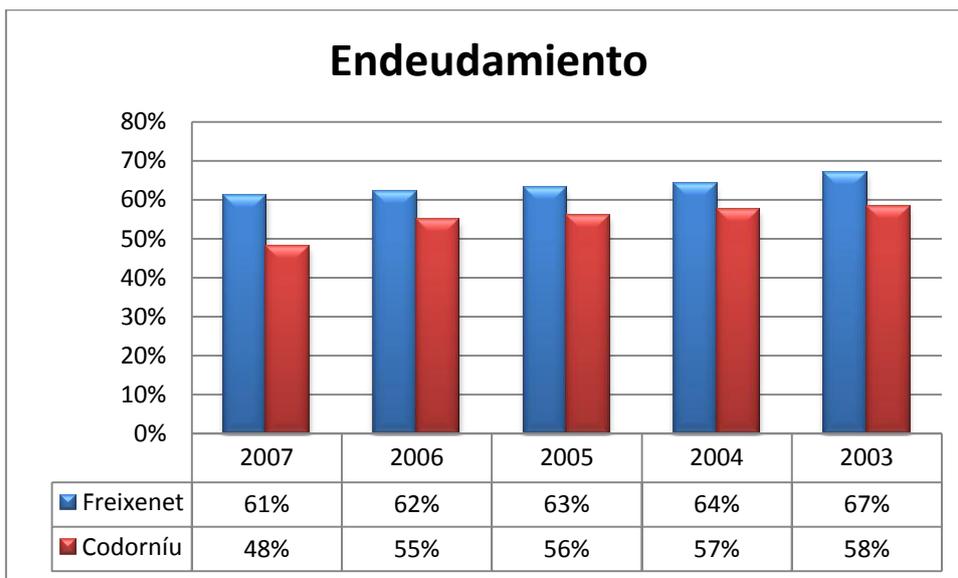


Figura V.4: Comparación del Endeudamiento de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

Las dos figuras anteriores demuestran que Codorníu tiene una mayor autonomía que Freixenet y como consecuencia, la familia Raventós tiene un menor endeudamiento.

- Rentabilidad económica

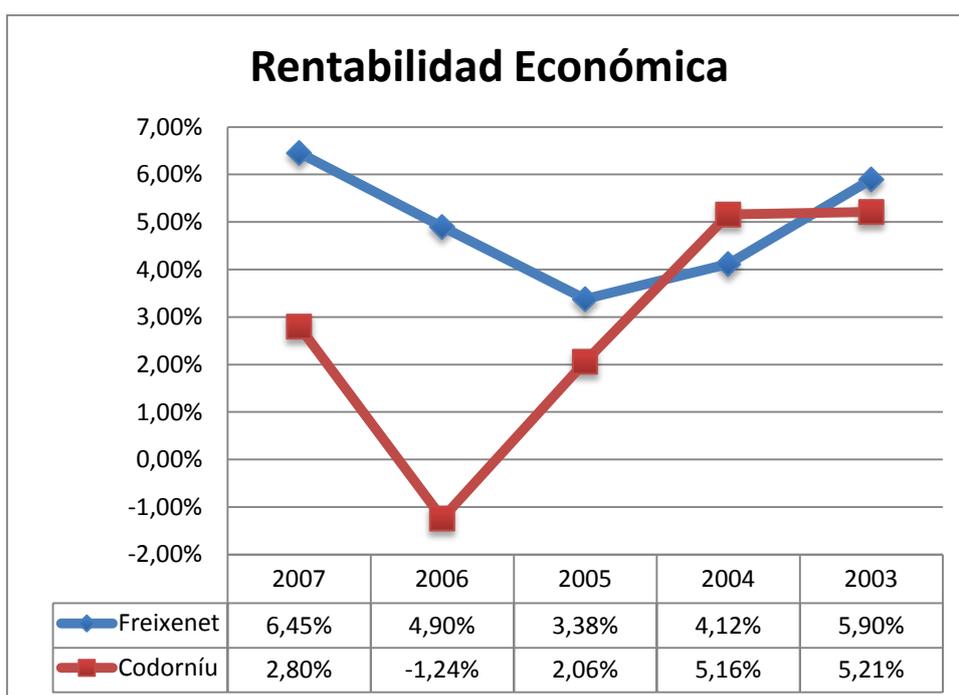


Figura V.5 Comparación de la Rentabilidad Económica de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

Respecto a la rentabilidad económica podemos ver que Freixenet es una empresa mucho más estable, con variaciones de unos 1,5 puntos de máxima, pero que a lo largo del periodo ha incrementado su rentabilidad. Mientras que Codorníu presenta picos muy marcados como el de 2006, y durante estos cinco años ha disminuido su rentabilidad económica un 2,5% aproximadamente.

Tabla V.2. Desglose de la Rentabilidad económica de Codorníu

COMPROBACIÓN				
Rotación Activo	0,61	0,57	0,55	0,54
Margen Ventas	4,58%	-2,18%	3,78%	9,65%
Comprobación	2,80%	-1,24%	2,06%	5,21%
Rentabilidad Económica	2,80%	-1,24%	2,06%	5,21%

Fuente: SABI y elaboración propia

- Margen de ventas

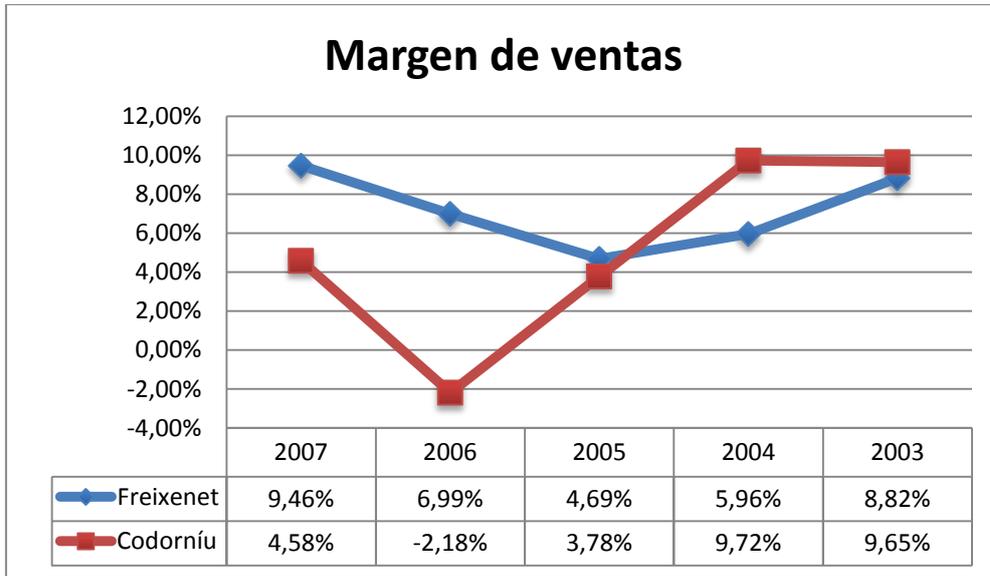


Figura V.6: Comparación del Margen de ventas de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

- Rotación del activo

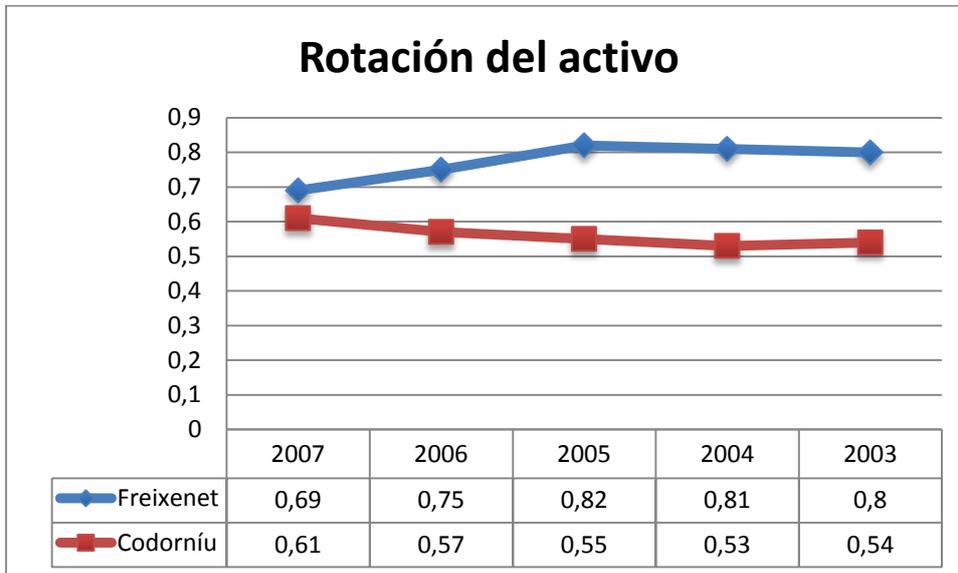


Figura V.7: Comparación de la Rotación del activo de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

El margen de ventas y la rotación del activo son más estables y superiores en Freixenet que en Codorníu, lo que afectará directamente en la rentabilidad económica de estas dos productoras.

- Rentabilidad Financiera

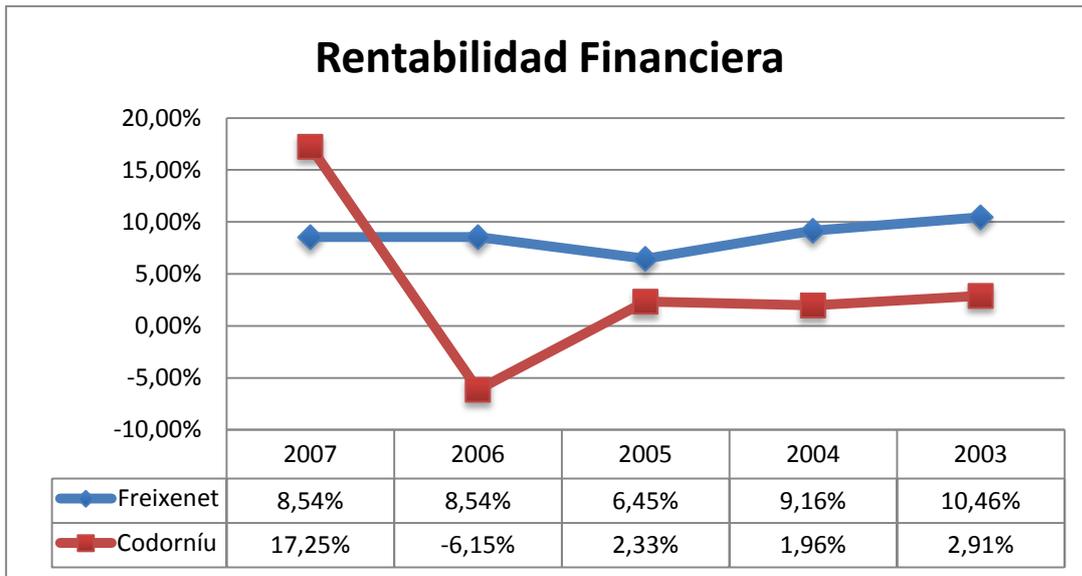


Figura V.8: Comparación de la Rentabilidad Financiera de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

El gran incremento de la rentabilidad financiera de Codorníu no viene por la explotación financiera de su actividad sino por el extraordinario, la venta del edificio por 32,8 millones de euros en Barcelona en el año 2006.

- Resultado del ejercicio

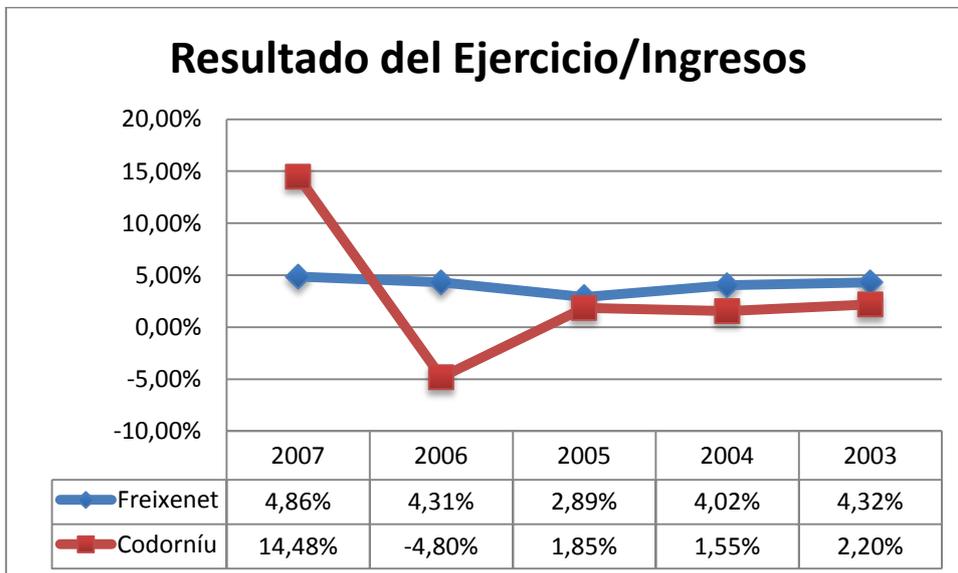


Figura V.9: Comparación del Resultado del ejercicio/Ingresos de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

En este ratio observamos que Freixenet mantiene una estabilidad, exceptuando 2005 donde hay un leve descenso, mientras Codorníu presenta dos picos muy pronunciados, en 2006 donde baja la rentabilidad casi 6 puntos y en 2007 donde sube unos 19 puntos aproximadamente. Aunque se haya producido un incremento no es aconsejable para ninguna

empresa tener una inestabilidad así, ya que puede crear inseguridad en los accionistas, los beneficios finales vienen condicionados por el extraordinario.

- Cash Flow

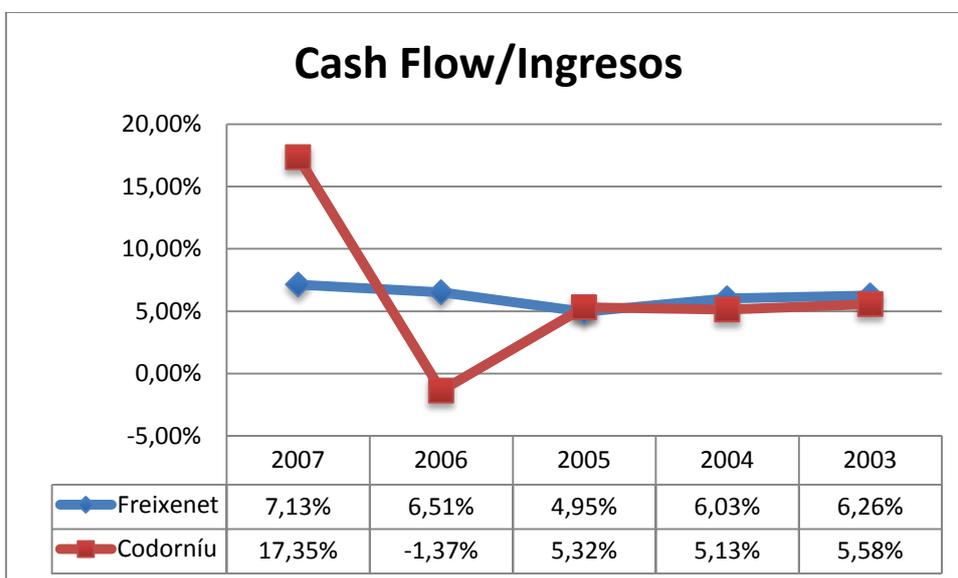


Figura V.10: Comparación del Cash Flow/Ingresos de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

En este ratio observamos que los porcentajes son superiores a los del ratio anterior debido a la diferencia producida en Codorníu por la venta de parte de su inmovilizado (Noticia publicada EUROPA PRESS, El Economista: 17/11/2006) tal como ha quedado explicado en este mismo apartado.

El efecto de las amortizaciones no ha condicionado el valor del ratio.

- Total gastos de explotación

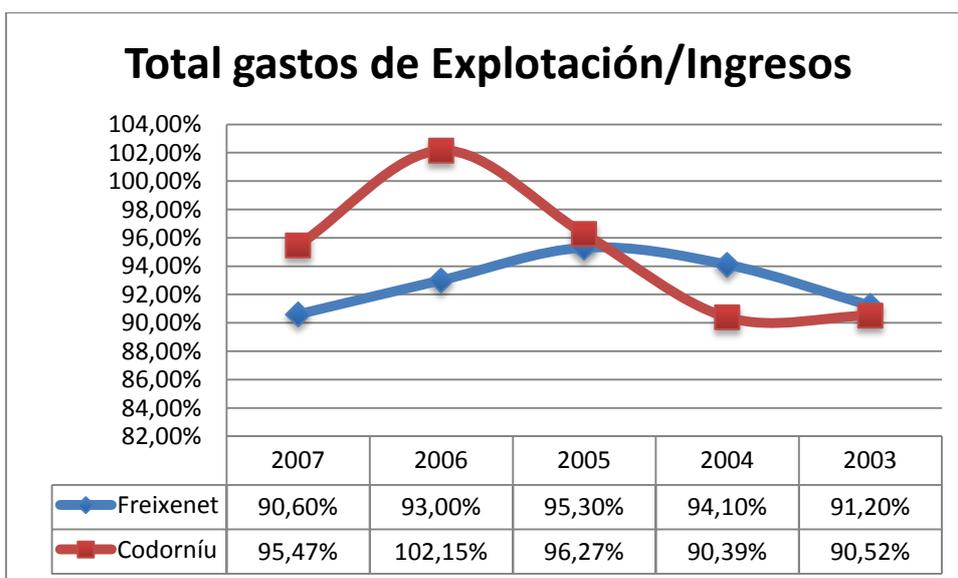


Figura V.11: Comparación del Total de gastos de explotación/Ingresos de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

Podemos observar que el total de gastos de explotación es superior en Codorníu exceptuando los ejercicios de 2004 y 2003.

En 2006 observamos un total de gastos de explotación en Codorníu supera el 100%, observando el BAII, el cual es negativo, se confirma que en este año la empresa tiene pérdidas económicas.

Se ha efectuado el desglose entre consumos y otros gastos para poder determinar cuál ha sido la causa más importante en la formación de los gastos totales.

- Consumos

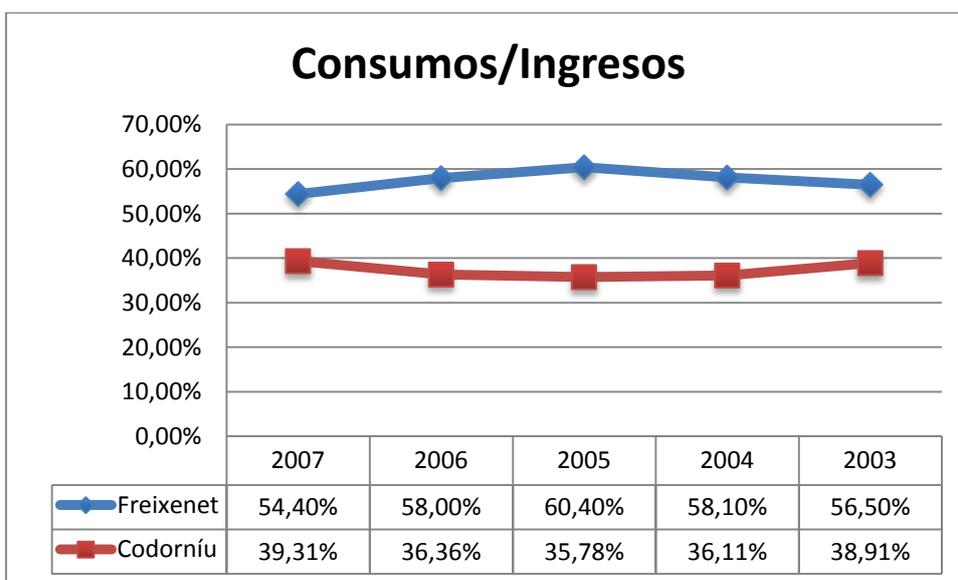


Figura V. 12: Comparación de los Consumos/Ingresos de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

- Otros gastos de explotación

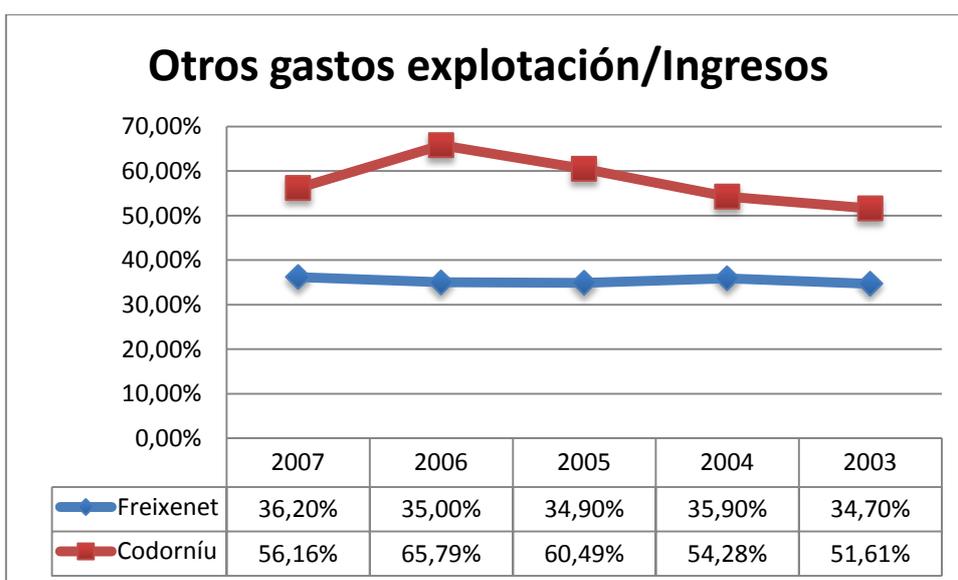


Figura V.13: Comparación de Otros gastos de explotación/Ingresos de Freixenet y Codorníu
Fuente: SABI y elaboración propia

En la observación del conjunto de este periodo se muestra un comportamiento similar, por ello tomamos como referencia el año 2007. Los gastos de consumos de mercaderías y materias de la Industria Vinícola tiene un valor alrededor de un 56% respecto a los ingresos de la explotación, mientras que para Freixenet este porcentaje es de un 54%, y Codorníu un 39% lo que demuestra el menor gasto de estos últimos en el conjunto de materias primas, mercaderías y otros aprovisionamientos. Cabe pensar de este resultado que Freixenet procura la máxima calidad para la fabricación de sus productos.

Siguiendo la metodología del comentario anterior vemos: respecto a los otros gastos, es decir, (gastos de personal, dotaciones a las amortizaciones y gastos generales) que Codorníu con un 56,16% tiene unos gastos muy superiores a Freixenet con un 36,2%.

Desglosando estos gastos, Codorníu muestra un porcentaje de gastos generales más elevado que Freixenet (esto puede deberse a un gran gasto en publicidad, dietas de viaje, transporte, etc). Respecto a los gastos de personal se mantiene más o menos estable en las dos empresas, mientras que las dotaciones a las amortizaciones son valores más constantes en Codorníu, mientras que en Freixenet el aumento es progresivo debido a que invierten mucho en inmovilizado.

6. CONCLUSIONES

El último capítulo de este trabajo lo dedicamos a nombrar y explicar las conclusiones que se pueden obtener después del estudio hecho sobre Freixenet, su comparación con la Industria Vinícola catalana y con Codorníu.

Queremos destacar que antes de iniciar este trabajo y poder empezar a ver datos reales, teníamos la idea preconcebida, como la mayoría de la población en Cataluña, que Codorníu era una empresa con mucho más nombre y por lo tanto, mucho más importante que Freixenet. Nos ha sorprendido especialmente comprobar que no es así, sino todo lo contrario.

Freixenet se muestra como una empresa sólida, estable y bien gestionada, mientras que Codorníu, quién ha ido generando pérdidas económicas, muestra una inestabilidad preocupante en su gestión, en nuestra opinión es esencial no darlo todo por hecho con una imagen de marca y un nombre, ya que el saber financiarse, planificar y gestionar bien es básico.

A continuación nombramos las distintas conclusiones principales extraídas de este estudio:

- Desde 1929 Freixenet ha demostrado el poder que tiene la publicidad, así enseña como es imprescindible captar a los consumidores de una forma atractiva, que relacionen el producto con un momento en concreto para así asegurar ventas y poder crecer como empresa.
- Abrir mercados por todo el mundo, certifica que cuando un país tiene problemas internos, como una guerra civil, poder salir de este para seguir vendiendo en los demás. Además se puede aprovechar el tipo de cliente para variar el precio, y aunque por ejemplo en España una botella de Carta Nevada va alrededor de 4,95€ en Japón se está comercializando a unos 30€. Esto permite obtener por un mismo producto, mayor cantidad de beneficios.
- Tener una gran variedad de productos permite llegar a un gran número de consumidores, ya que Freixenet demuestra que según el país se comercializa mejor unos cavas u otros, mientras en España y Japón triunfa el Carta Nevada, en EEUU se comercializa con gran éxito el Cordón Negro. Sin esta gama no sería posible llegar a tantos hogares.
- Las innovaciones y saber corregir errores de pleito, son puntos clave para una empresa, sin ellas no es posible adaptarse al volumen de producción que exige el mercado, es por esto que Freixenet siempre ha estudiado como rentabilizar al máximo su proceso, un ejemplo fue con la llegada del gyropallet, decidieron dejar las botellas toda la crianza preparadas en los palets, al almacenarlas en las cavas se dieron cuenta del enorme espacio que se perdía al substituir la tradicional rima y la limitación volumétrica que tienen las cuevas, por eso decidieron dar un paso atrás para evitar este problema, almacenando las botellas en rima como se hacía antiguamente y una vez finalizada esta etapa de segunda fermentación en botella, se preparan los palets en los que se hará el girado a la botella usando las últimas tecnologías del sector.
- Respetar el medioambiente se ha convertido en otra arma para seducir al consumidor ya que cada vez la sociedad está más sensibilizada con este tema, además la empresa, aunque ha de hacer una inversión inicial, acaba beneficiándose en todos los sentidos:

- gestiona mejor sus residuos, reduce el consumo de materiales y reutiliza una gran parte de ellos.
- Freixenet tiene un Fondo de Maniobra real lo suficientemente grande como para hacer frente a su activo no corriente, lo que demuestra que en todo momento dispone del dinero necesario para la realización de sus inversiones.
 - La primera productora mundial de vinos espumosos, aunque al inicio del periodo estudiado no era así, en los últimos años tiende a tener más financiación de sus proveedores y acreedores que la financiación que da ella a sus clientes, lo cual da margen a poder pagar con seguridad a todos ellos. En ningún momento Freixenet tendrá de adelantar dinero ya que cobra antes de sus clientes de pagar a sus proveedores.
 - Observando el Cash Flow podemos decir que Freixenet es una empresa que invierte cada año en Activo no Corriente: terrenos, maquinaria, etc , lo cual está muy ligado a lo que anteriormente hemos mencionado sobre las innovaciones y además permite a la empresa tener una autofinanciación de mantenimiento, aumentando siempre este activo e impidiendo que este pierda valor manteniéndolo actualizado. Así que esta empresa siempre podrá seguir con su actividad ya que dispondrá de la maquinaria necesaria o del dinero para poder adquirirla.
 - Los fondos propios aumentan considerablemente año tras años, si los desglosamos observamos que el capital suscrito se ha mantenido estable, durante prácticamente todo el periodo, esto nos permite afirmar que Freixenet no reparte los beneficios entre sus accionistas, o reparten menos del 4%, sino que los reinvierte en la propia empresa, con lo que realizan una Autofinanciación generada.
 - Aunque su liquidez no tiene los valores óptimos podemos decir que no es una empresa con problemas ya que tiene una gran disponibilidad monetaria dentro de su inmovilizado financiero.
 - Freixenet representa casi un cuarto de las ventas de toda la Industria Vinícola catalana, lo que demuestra las grandes dimensiones de esta productora que se dedica fundamentalmente al cava, ya que el sector incluye también el vino. Además un 10% de las personas ocupadas en el sector están contratadas por esta gran empresa.
 - El estudio de los gastos de explotación respecto a los ingresos, y su posterior desglose, nos permite afirmar que Freixenet invierte más en mercaderías, materia prima y otros aprovisionamientos que lo que invierte la media de la Industria Vinícola y Codorníu, lo que nos demuestra que prioriza la calidad de sus productos reduciendo los gastos que no estén relacionados con ella.
 - A favor de Freixenet podemos decir que sus beneficios son producidos por su actividad vinícola, en cambio Codorníu en años como 2006 consigue remontar su estado financiero con la venta de inmovilizado, con lo que no ha conseguido mejorar su actividad como productora de cava.

Finalizamos este capítulo afirmando que Freixenet se ha convertido en la primera productora mundial de vinos espumosos gracias a su visión de futuro, su constancia y la gran gestión financiera y organizacional que ha llevado a cabo durante toda su trayectoria.

7. BIBLIOGRAFIA

Libros consultados:

- Amat, O et albi, 2005(a). Anàlisi d'empreses. Accid Deusto Barcelona
- Amat, O, 2005 (b). Anàlisi econòmic-financiero. Gestió 2000 Barcelona
- Calzón, B, 2001. Freixenet: las raíces del mundo. Pirámide Madrid
- Grupo Freixenet, 2000. Los tiempos de Freixenet. Comercial Grupo Freixenet Barcelona
- Pérez-Carballo, A, 1997. Principios de gestión financiera de la empresa. Alianza Madrid

Recursos electrónicos:

- <http://www.idescat.cat/cat/economia/industria/>
- <http://www.freixenet.es>
- <http://www.crcava.es/bodegas.htm>
- <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/105158/11/06/Economia-Empresas-Codorniu-vende-su-sede-central-en-Barcelona-a-Hoteles-Catalonia-por-328-millones.html>
- <http://www.edu365.cat/eso/muds/socials/index.htm>
- <http://www20.gencat.cat/>

Bases de datos:

- SABI (Servicio de Análisis de Balances Ibéricos), cuentas de resultados y balances de Freixenet y Codorníu
- IDESCAT (Institut d'Estadística de Catalunya)
- INE (Instituto Nacional de Estadística)

8. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

8.1. Índice de tablas

III.1. Neto Permanente	38
III.2. Neto Circulante	39
III.3. Neto Financiero	40
III.4. Cuenta de Resultados	41
III.5. Cash Flow	45
III.6. Distribución de los Fondos Propios	46
III.7. Liquidez	48
III.8. Plazo de cobro	49
III.9. Plazo de pago	49
III.10. Rentabilidad Económica	52
III.11. Comprobación de la Rentabilidad Económica	52
III.12. Rentabilidad Financiera	54
IV.1. Variación del IPC en Cataluña	58
V.1. Cuenta de Resultados funcional de Codorníu	71
V.2. Desglose de la Rentabilidad Económica de Codorníu	74

8.2. Índice de figuras

II.1. Coche Botella	10
II.2. Botella esmerilada	10
II.3. Cronología de mercado	12
II.4. Organigrama familia Ferrer	16
II.5. Organigrama Grupo Freixenet	17
II.6. Organigrama Comercial Grupo Freixenet	17
II.7. Comunidades Autónomas Españolas con Delegación de Freixenet	19
II.8. Mapamundi: Filiales de Freixenet	20
II.9. Productos	21

II.10. Proceso de elaboración.....	29
II.11. Plan de acción.....	32
III.1. Comparación de los datos de la Cuenta de Resultados.....	43
III.2. BAI.....	43
III.3. Comparación del BAI y Beneficio Neto.....	44
III.4. Activo no Corriente.....	45
III.5. Reinversión.....	47
III.6. Liquidez.....	48
III.7. Relación entre plazo de pago y cobro.....	50
III.8. Autonomía y Endeudamiento.....	51
III.9. Rentabilidad Económica.....	52
III.10. Margen de ventas.....	53
III.11. Rotación del activo.....	53
III.12. Rentabilidad Financiera.....	54
III.13. Resultado del ejercicio / Ingresos.....	55
III.14. Cash Flow / Ingresos.....	55
III.15. Todos los gastos de explotación / Ingresos.....	56
III.16. Consumos / Ingresos.....	56
III.17. Otros gastos de explotación.....	57
IV.1. Ingresos de Explotación de la Industria Vinícola.....	59
IV.2. Ingresos de Explotación de la Industria Agroalimentaria.....	59
IV.3. Comparación de Ventas Netas entre IAA e Industria Vinícola en Cataluña.....	60
IV.4. Comparación de Personas Ocupadas entre IAA e Industria Vinícola en Cataluña.....	61
IV.5. Comparación de Número de establecimientos entre IAA e Ind Vinícola en Cataluña.....	61
IV.6. Comparación de Ventas Netas entre Freixenet e Industria Vinícola.....	62
IV.7. Comparación de Ocupación entre Freixenet e Industria Vinícola.....	63
IV.8. Resultado del Ejercicio.....	64

IV.9. Cash Flow / Ingresos.....	64
IV.10. Total gastos de Explotación.....	65
IV.11. Consumos.....	65
IV.12. Otros gastos de Explotación.....	66
V.1. Liquidez: Comparación entre Freixenet y Codorníu.....	72
V.2. Codorníu: Autonomía y Endeudamiento.....	72
V.3. Comparación de la Autonomía de Freixenet y Codorníu.....	73
V.4. Comparación del Endeudamiento de Freixenet y Codorníu.....	73
V.5. Comparación de la Rentabilidad Económica de Freixenet y Codorníu.....	74
V.6. Comparación del Margen de Ventas de Freixenet y Codorníu.....	75
V.7. Comparación de la Rotación de activo de Freixenet y Codorníu.....	75
V.8. Comparación de la Rentabilidad Financiera de Freixenet y Codorníu.....	76
V.9. Comparación de Resultado del Ejercicio / Ingresos de Freixenet y Codorníu.....	76
V.10. Comparación de Cash Flow / Ingresos de Freixenet y Codorníu.....	77
V.11. Comparación de Total de gastos de Explotación /Ingresos de Freixenet y Codorníu.....	77
V.12. Comparación de Consumos / Ingresos de Freixenet y Codorníu.....	78
V.13. Comparación de Otros gastos de Explotación / Ingresos de Freixenet y Codorníu.....	78

9. ANEXOS

9.1. ANEXO I: Entrevista a Marta Raventós y documentación facilitada.

A continuación adjuntamos el formulario de cuestiones que nos respondió Marta Raventós, vía mail.

Iniciamos este cuestionario informándonos sobre la situación actual de la empresa,

- Actualmente, ¿cuál es la visión y misión que tiene Freixenet como empresa?
- Disponemos de un organigrama familiar que nos puede dar una idea sobre la estructura de la dirección de la empresa, ¿nos podrías facilitar el organigrama actual?

Seguidamente empezamos a buscar información sobre temas medioambientales y tecnológicos,

- El cambio climático es un hecho que nos afecta a todos, como empresa que depende principalmente de la tierra ¿han tomado medidas para poder reducir el impacto que tiene su producción sobre el planeta?
- La sociedad cada vez está más concienciada que el medioambiente es algo que sin duda, hay que tener en cuenta. ¿Freixenet tiene algún plan de mejora relacionado con este tema?
- Siguiendo el plan de buenas prácticas medioambientales, ¿cuáles son las medidas implantadas? ¿Y aquellas que quieren poner en marcha en un futuro?
- En relación a lo que responde en la pregunta anterior, ¿la empresa sale beneficiada de la implantación de este plan?
- Sin adaptarse a las nuevas tecnologías es realmente difícil seguir adelante con la producción ya que estamos ante un mercado cada vez más grande y más exigente. ¿Qué innovaciones ha implantado la empresa para no quedarse atrás?

Observando su historia, vemos que Freixenet es una empresa pionera en abrir mercados por todo el mundo, por esto nos gustaría saber, ¿cuál es el porcentaje de exportaciones respecto a las ventas de la primera productora mundial de vinos espumosos?

Cada vez más a las empresas se les valora o exige que sigan normas internacionales para llevar a cabo sus procesos, ¿Freixenet sigue alguna ISO?

Finalmente, queremos agradecer la información facilitada por Freixenet y el tiempo de dedicación que Marta Raventós ha invertido en contestar y adjuntar los documentos necesarios para responder las preguntas formuladas en esta entrevista.



Misión

Freixenet quiere contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas promoviendo el consumo responsable de vino y distribuyendo productos de alta calidad.

En consumo responsable y medurado del vino

- Alarga las expectativas de vida sana
- Fomenta la comunicación y armonía entre las personas
- Mejora la calidad de vida

Queremos alcanzar nuestra visión dando la máxima satisfacción a clientes, empleados, proveedores y accionistas, prestando gran atención al cuidado de nuestro entorno medioambiental.

Visión

Freixenet quiere ser, en 2015, la empresa de referencia del sector del vino a nivel global gracias al manejo de un portfolio exitoso que contenga marcas que lideren los mercados internacionales de vinos tranquilos y espumosos.

POLÍTICA DE
CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA
DEL
GRUPO
Freixenet

El Grupo Freixenet, empresa líder en la elaboración de vinos y cavas, conscientes de nuestra responsabilidad hacia los consumidores, hemos asumido el compromiso de establecer y mantener un Sistema de gestión para garantizar la calidad y seguridad alimentaria de nuestros productos.

De acuerdo con este compromiso, aplicamos en todas nuestras actividades los siguientes principios:

- 1 Proporcionar a nuestros clientes y consumidores productos que satisfagan sus requisitos y expectativas.
- 2 Tomar las medidas necesarias para asegurar que los productos suministrados son seguros y cumplen la legislación y normas de calidad y seguridad alimentaria aplicables.
- 3 Promover nuestros principios de calidad y seguridad alimentaria entre nuestros proveedores.
- 4 Actuar siempre con ética y respeto con nuestros Clientes, Empleados y Proveedores, basando nuestras relaciones en la confianza mutua.
- 5 Establecer programas de formación y crear canales de comunicación con objeto de promover la participación de todo nuestro personal en la mejora de la gestión de la calidad y seguridad alimentaria de los productos.
- 6 Medir, analizar y controlar sistemáticamente nuestros procesos para asegurar la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión.
- 7 Promover la innovación en todos los ámbitos de nuestra actividad, manteniéndonos fieles a los principios tradicionales de la elaboración de vinos y cavas.

Consideramos que el éxito en la implantación de esta política se fundamenta en nuestro compromiso para asignar los recursos necesarios y transmitir a toda la organización la importancia de su implantación y responsabilidad en el mantenimiento del sistema de gestión de la calidad y seguridad alimentaria.



PERE FERRER NOGUER
Consejero Delegado

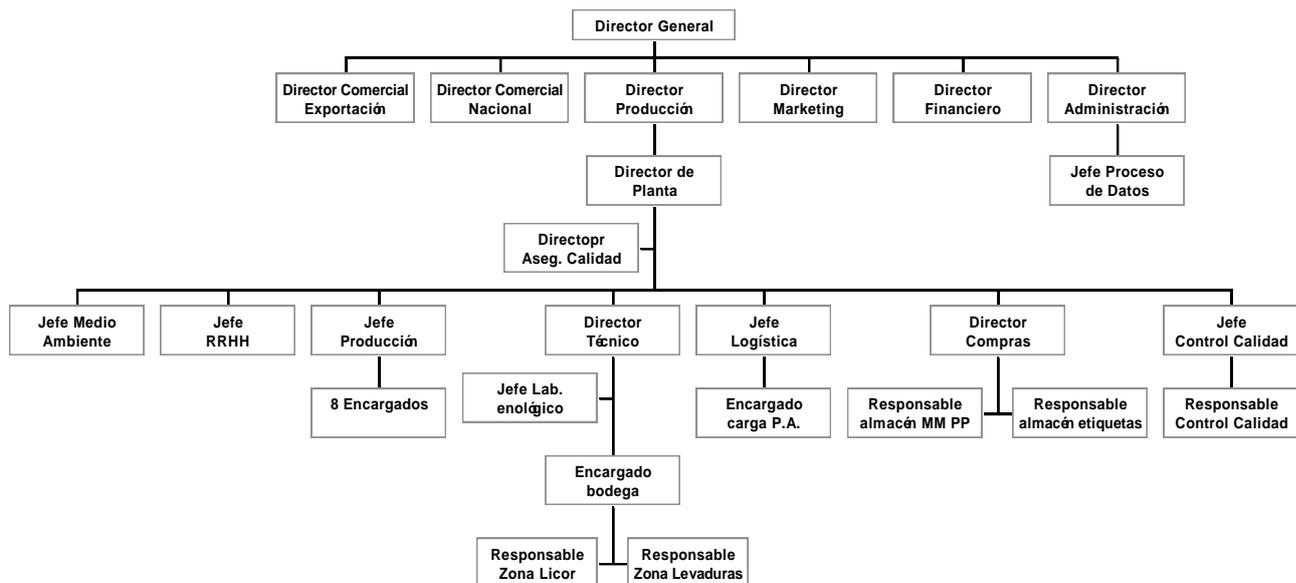


Figura 2.2.: Organigrama Grupo Freixenet

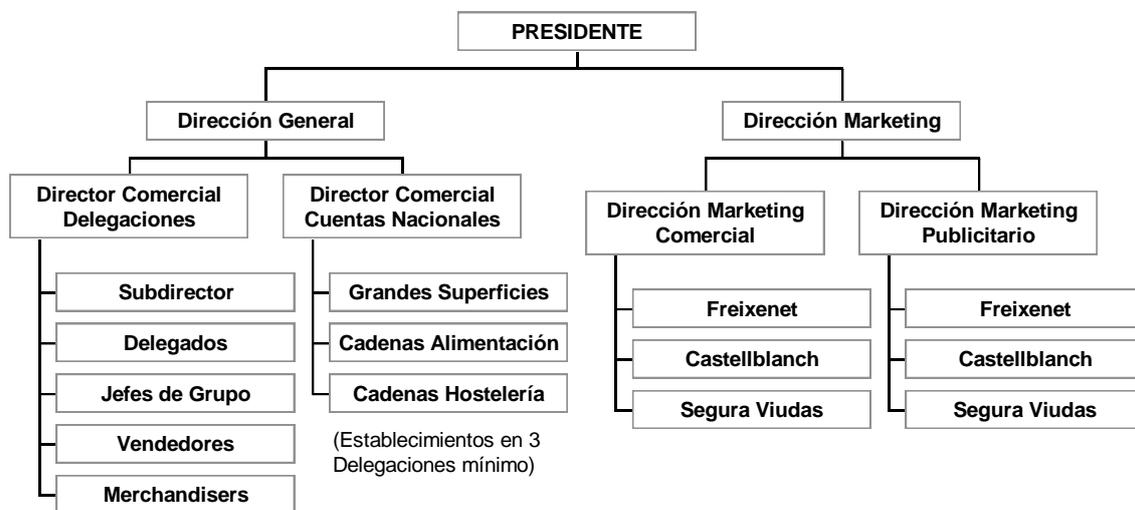


Figura 2.3.: Organigrama Comercial Grupo Freixenet.

EL SISTEMA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN FREIXENET

El pasado 6 de Octubre de 1999 AENOR (Asociación Española de Normalización) concedió a Freixenet el certificado de gestión medioambiental según la ISO 14001, con lo cual demostramos nuestro gran compromiso con el medio ambiente.

Freixenet, S.A ha sido la primera industria española elaboradora de vino espumoso por el método tradicional en conseguir este importante reconocimiento medioambiental.

INTRODUCCIÓN:

En las últimas décadas la sociedad ha evolucionado mostrando una mayor sensibilidad por los temas medioambientales, que han adquirido una gran relevancia para la opinión pública, y por tanto para el mundo empresarial en todos sus sectores, y para las administraciones públicas. En la actualidad el concepto de desarrollo va indefectiblemente ligado al concepto de sostenibilidad. La actividad de todos los sectores productivos se nutre en mayor o menor medida de los recursos naturales, y, paradójicamente, un crecimiento irresponsable puede llevar al agotamiento de estos recursos y en consecuencia limitar el desarrollo económico.

El largo proceso de elaboración de nuestros cavas nace de la tierra, de la vid, y es por tanto lógica nuestra mayor sensibilidad por el medio natural. Es por ello que Freixenet es pionera en el estudio e implantación de sistemas de mejora en el ámbito de su proceso productivo, cuyo objetivo es la disminución del impacto ambiental de sus actividades. El resultado de este esfuerzo es que cada día somos más respetuosos con el medio que nos rodea, ya que la mayor parte de los residuos generados en la elaboración del cava se valorizan como subproductos, y muchos retornan a la tierra para su aplicación agrícola como fertilizantes.

Para asegurar que el esfuerzo desarrollado hasta ahora tendrá una continuidad en el futuro hemos implantado un Sistema de gestión Medioambiental según la norma internacional ISO 14001, y somos la primera empresa española del sector que ha obtenido esta certificación. En el marco del sistema se ha definido y aprobado la Política medioambiental, un compromiso firme y responsable que contempla la prevención y la minimización del impacto de nuestra actividad, el estricto cumplimiento legal, la integración y participación de nuestros colaboradores como parte fundamental del sistema, la promoción de nuestros principios medioambientales entre nuestros proveedores y la colaboración con organizaciones públicas y gubernamentales para la búsqueda de soluciones a problemas medioambientales. La colaboración con universidades mediante convenios para realizar proyectos de investigación en el campo de la depuración de aguas es un esfuerzo importante para la organización, que está fructificando y aportando sensibles mejoras para el entorno.

Nuestro empeño es trabajar para la mejora continua de nuestra relación con el medio ambiente, una apuesta de futuro y un factor de competitividad que adquiere mayor importancia día a día.

Josep Palau Caselles
Director de Planta y responsable de
medio ambiente de Freixenet, S.A.
josep.palau@freixenet.es
mediambient@freixenet.es

Sant Sadurní d'Anoia. Diciembre 1999

ANTECEDENTES:

El sistema de gestión medioambiental (SGMA) de Freixenet es el resultado final de muchos años de observación, estudio, análisis y minimización o eliminación de nuestros residuos y emisiones.

De los primeros estudios sobre efluentes finales se percibió la necesidad de caracterizarlos en su origen. Disponer de esta información permite desarrollar soluciones en cada una de las distintas etapas del proceso productivo con el objetivo de minimizar los aspectos medioambientales ligados a cada actividad, lo que conlleva una racionalización de las mismas.

ETAPAS PARA IMPLANTAR UN SISTEMA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL:

1º Compromiso de la alta dirección: Para implantar con éxito un sistema de gestión medioambiental es imprescindible el compromiso y apoyo inicial de la alta dirección. En Freixenet este compromiso inicial se tradujo en la asignación de una serie de recursos tanto económicos como personales (contratación de consultora: PriceWaterHouseCoopers, asignación de recursos económicos para llevar a cabo los objetivos medioambientales, etc.).

2º Evaluación medioambiental inicial: La etapa siguiente consiste en conocer la situación respecto al medio ambiente de una organización. Esta evaluación debe ser una fotografía de la situación del centro. En Freixenet se realizó un estudio detallado proceso por proceso, en el que se identificaban TODOS los aspectos (residuos, vertidos, emisiones, consumos, etc) que se producían en la empresa. (ver figura1).

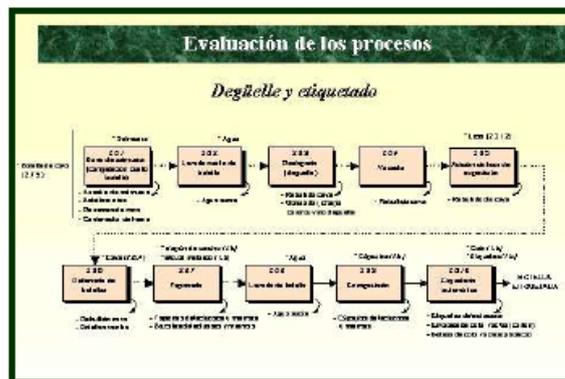


Fig1: Se identificaron y cuantificaron todas las materias primas y los aspectos que se generan en todos los procesos productivos.

3º Política medioambiental: A continuación se vuelve a implicar a la alta dirección, la cual elabora la política medioambiental que es el compromiso que la empresa adquiere con el medio ambiente y sirve como base para el desarrollo del sistema de gestión medioambiental. En Freixenet se redactó la política medioambiental que marca los principios generales de Freixenet en relación con el medio ambiente.

4º Planificación del sistema: Esta etapa empieza con la evaluación de todos los aspectos que teníamos identificados en la revisión inicial. El objetivo de esta evaluación es conocer cuales son más significativos para el medioambiente y ponerles remedio con el establecimiento de unos objetivos concretos. En Freixenet hacemos esta revisión anualmente y establecemos unos objetivos para eliminar o reducir al máximo aquellos aspectos más significativos.

5º Implantación y funcionamiento: Deben definirse la estructura y las responsabilidades de todos los niveles de la organización, la formación (fundamental para una buena implantación) y los procedimientos operacionales y de comunicación para asegurar el cumplimiento de los

objetivos. En nuestro caso se ha creado un Comité de medio ambiente compuesto por directores de departamento, en cuyo seno se debaten los objetivos y se realiza el seguimiento de los mismos, y un Comité de implantación compuesto por técnicos y mandos intermedios donde se discuten los diferentes procedimientos e instrucciones que les aplican. Este comité favorece una mayor implicación de los responsables directos de los procesos en los que se generan los aspectos significativos.

6º Control y acción correctora: Una vez diseñado e implantado, debemos definir mecanismos de control que permitan comprobar el buen funcionamiento del sistema. Freixenet realiza anualmente auditorías internas en las que de una manera crítica evaluamos el correcto funcionamiento de nuestro sistema. Además hemos establecido mecanismos de comunicación para que nuestros colaboradores puedan informar al departamento de medio ambiente sobre cualquier desviación que detecten en su puesto de trabajo.

7º Revisión de la alta dirección: Finalmente la alta dirección evalúa el buen funcionamiento del sistema y decide sobre la necesidad de mejorar aquellos puntos más débiles. En Freixenet para asegurar que el sistema mejora continuamente se reúne el Comité de medio ambiente y analiza todos y cada una de las etapas para corregir aquellas que necesiten una mejora.



Fig2. El desarrollo y la implantación de un SGMA implican la realización de una serie de actividades que englobadas por etapas se presentan en la figura.

BENEFICIOS OBTENIDOS POR FREIXENET CON LA IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA

Los beneficios que la empresa ha conseguido Freixenet con la implantación del sistema de gestión medioambiental son los siguientes:

1. Sistematizar todos los trabajos que se venían desarrollando desde el departamento de medioambiente de Freixenet.
2. Conocer y cuantificar todos y cada uno de los residuos, vertidos, emisiones atmosféricas, consumos que se generaban en la empresa, y determinar si son susceptibles de minimizarse o incluso de eliminarse.
3. Mejorar la gestión interna de todos nuestros residuos.



Con la recogida selectiva se obtiene un beneficio económico y se evita que muchos residuos que pueden valorizarse se tiren a un vertedero. En el año 99 se redujeron los residuos que se tiraban a vertedero a la mitad y aumentó la cantidad de residuos que podemos valorizar.

4. Identificar toda la legislación medioambiental aplicable y evaluar su cumplimiento para evitar infracciones y multas.
5. Implicar a todo el personal de la empresa y sensibilizarlo frente al problema medioambiental. Somos conscientes que sin su ayuda e implicación este sistema no hubiera podido llegar a implantarse.
6. Asegurar la mejora continua, quizá el argumento de más peso si se tiene en cuenta la evolución constante a que está sometido todo lo relacionado con el medio ambiente tanto desde el punto de vista legal (mayores exigencias legales), como del socioeconómico (mayor sensibilización social, cada día tienen más peso las consideraciones ambientales en el entorno empresarial para la concesión de créditos, contratos de seguros,...)

MEDIDAS MEDIOAMBIENTALES IMPLANTADAS:

Freixenet ha adoptado el criterio de minimizar la generación de aspectos (residuos, aguas residuales, emisiones, consumos) proceso por proceso, reduciendo la incorporación de materia orgánica a las aguas residuales, con lo cual la disminución de la contaminación ha sido de un 65%, y también reduciendo el uso de embalajes en el suministro de materiales. A continuación se detallan las acciones tomadas:

1. Disminución de la materia orgánica (bajos del vino o mosto, cristales de tartrato...) de las aguas residuales.

- Recuperación efectiva de los bajos y del tartrato durante la limpieza de los depósitos y posterior venta como subproducto.
- Instalación de un filtro prensa para tratar los residuos de la limpieza de los filtros de bujías. Permite recuperar el vino que empapa las tierras usadas en la filtración.
- Bandejas para la recuperación de todas las pérdidas de vino
- Instalación de colectores fijos para realizar los movimientos de vino, reduciendo el uso de mangueras (se reduce drásticamente el riesgo de vertidos accidentales)
- Instalación de una centrifuga que nos permite reducir en un 40% el uso de tierras de filtración.



Con la instalación de bandejas de recogida de goteos en las líneas se ha reducido mucho la contaminación de las aguas.



Con la instalación del filtro prensa hemos recuperado el vino que quedaba impregnado en las tierras de filtración de los filtros de bujías, utilizados para filtrar el vino.

2. Ahorro del consumo de agua:

- Utilización de depósitos de vino de gran capacidad (600.000l y 1200.000l) para disminuir el número de limpiezas y el consumo de agua (proporcionalmente se necesita un 65% menos que en depósitos de 100.000l).
- Instalación de dispositivos de interrupción del flujo en mangueras.
- Reutilizar el agua de la limpieza interna de las botellas del tiraje para limpiar externamente las botellas.
- Ahorro de agua mediante fotocélulas que detectan la presencia de botellas en los puntos de consumo de agua.
- Instalación de contadores de consumo de agua en las distintas secciones productivas.

3. Eliminación o minimización de residuos:

- Substitución progresiva del embalaje de material seco de un sólo uso por embalaje reutilizable.

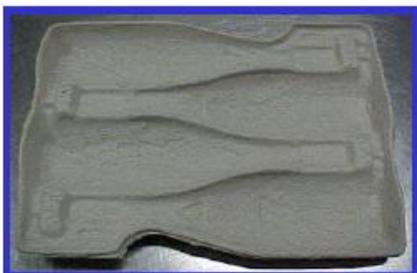


Freixenet ha acordado con sus proveedores la eliminación del embalaje de un sólo uso (cartón, plástico, etc) por envases reutilizables. De momento se ha aplicado en las chapas, los obturadores, las cápsulas y los taponos de corcho.

- Substitución de envases de productos especiales por envases reciclables.



- Reducción del uso de papel en oficinas fomentando el uso de la red y reduciendo el nº de listado impresos.
- Instalación de una nueva encajadora y paletizadora que permite reducir el embalaje de los productos que se ponen en el mercado.



Con la instalación de la nueva encajadora se pasó de encajar las botellas en horizontal para pasarlas a vertical. Esto permitió eliminar los alveolos y sustituirlos por separadores.
Peso alveolos caja 12: 330g
Peso separadores caja 12: 135g

- Reducción de los envases puestos en el mercado (cartón y vidrio) fomentando el uso de cartón reciclado y los modelos de botellas ligeras para los vinos tranquilos.

4. Desarrollo de nuevos procesos para disminuir el impacto de nuestras actividades.

Con la finalidad de una mejora continua, un desarrollo sostenible y la disminución del impacto medioambiental de nuestras actividades, se han diseñado y desarrollado nuevos procesos de producción que suponen:

- Un aumento de la capacidad de tratamiento y de la eficacia en la depuración de las aguas residuales.
- La reducción de las emisiones atmosféricas de CO₂ mediante la utilización de Biodiesel en todos los camiones y las carretillas elevadoras de propiedad.
- Una reducción en los productos de limpieza y desinfección mediante la instalación de nuevas máquinas espumantes.
- Una mejora en la recogida y segregación de residuos mediante la adecuación de las zonas de recogida y la compra de prensas, contenedores y compactadoras.

MEDIDAS DE MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN FREIXENET

**FREIXENET, S.A.
SEPTIEMBRE 2007**

1 MEDIDAS DE REDUCCIÓN

1.1 Mayor incorporación de vidrio y cartón reciclados en el envase final

Vidrio

Actualmente el % de vidrio reciclado en botella verde y negra en Freixenet es del orden del 40 – 45%. Lo que supone en términos generales 6043Tm (Cálculo: 30% de 15.106.960 Kg vidrio). Lo que supone un ahorro de 2432Tm de gases de efecto invernadero (Dato Ecovidrio).

Aunque el % de vidrio reciclado ha ido aumentando en los últimos años, la industria del CAVA se encuentra con un problema a la hora de aumentar la utilización de este tipo de vidrio. El problema es que existen personas que depositan cerámica, porcelana, etc. en los iglús verdes. Estos materiales son un gran enemigo para el reciclado del vidrio, ya que funden a T^{as} distintas a las del vidrio y producen botellas excesivamente frágiles (debido a los infundidos) para utilizar en la elaboración de cava que es un proceso en el que la botella debe soportar importantes presiones y manipulaciones.

Dato: El reciclado del vidrio se puso en marcha en España en 1982, recogándose 3575Tn de vidrio. Hoy 25 años después los hornos vidrieros han absorbido 840.131tn de vidrio y la tasa de reciclado se ha situado en el 51% (aumenta año tras año).

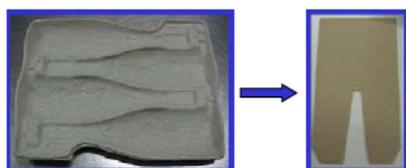
Dato: Con el vidrio reciclado en 2006 se evitó la sustracción de 1000millones de Kg de materias primas, la combustión de 110.000tn de petróleo y se evitó la emisión de 338000 de Tn de gases de efecto invernadero.

Cartón

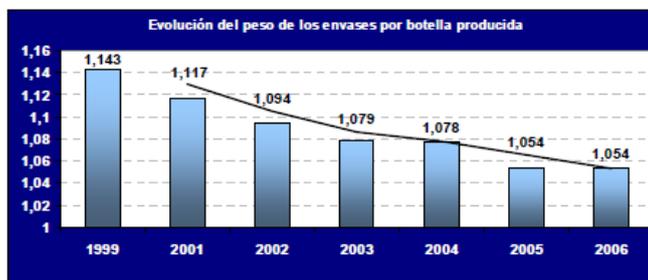
Actualmente el % de cartón reciclado en Freixenet es del 70-80% en cajas de cava y del 100% en accesorios (separadores, clusters, etc...). Esto supone en términos generales 2161 tn de cartón reciclado (Cálculo 75% de 2.880.776 Kg cartón). Es decir evitamos la emisión de 3890 tn de CO₂ y la tala de 6785 tn de árboles. (Fuente: www.frenaclcambioclimatico.org)

1.2 Reducción del peso de los envases que se ponen en el mercado

Además de aumentar la cantidad de materiales reciclados en nuestros productos finales, hemos hecho un gran esfuerzo para disminuir la cantidad total de vidrio y cartón en los envases finales sin disminuir la seguridad del cliente final. En este sentido, se han implantado versiones de botellas ligeras para ciertas variedades de vino tranquilo y se ha eliminado o reducido la cantidad de cartón y accesorios de las cajas.



Ejemplo de reducción de cartón en los separadores de botellas



Evolución del peso de los envases puestos en el mercado por botella producida. Reducción des del 1999 del 7.9%

1.3 Sustitución progresiva del embalaje de material seco de un sólo uso por embalaje reutilizable de retorno a proveedor.

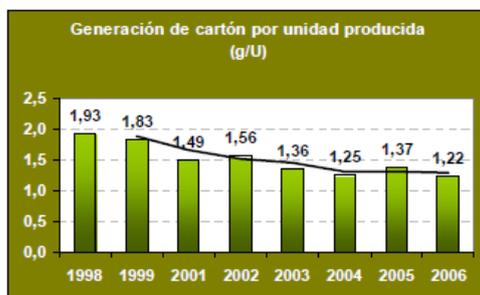
En los últimos años se ha realizado un trabajo estrecho con nuestros proveedores de material seco con el objetivo de eliminar el embalaje en el que recibíamos este material. En la actualidad la mayor parte de nuestro material seco (botellas, chapas, obturadores, tapones de corcho, cápsulas) se recibe en embalaje de retorno a proveedor, eliminando una cantidad importante de cartón y plástico.

A modo de ejemplo, cada contenedor de chapas reutilizable equivale a 20 cajas de cartón. Y cada contenedor de tapones de corcho reutilizable equivale a 12 cajas de cartón con su bolsa



Ejemplo de eliminación de embalaje de material seco por contenedores reutilizables

Gracias a acciones como esta hemos conseguido disminuir la cantidad de cartón generado en nuestras instalaciones de 1,93 gr por unidad producida en 1998 a 1,22 en 2006, lo que supone una reducción del 37% de cartón por botella producida. Es decir se ha evitado la emisión de 70,5 tn de CO₂.



Ejemplo de evolución de la generación de cartón por unidad producida

1.4 Utilización de biodiesel en los vehículos propios

Desde marzo del 2003 toda la flota de camiones y furgonetas de Freixenet funcionan con biodiesel. Este tipo de carburante disminuye las emisiones de CO₂ en un 24%.

1.5 Utilización de lámparas de bajo consumo en toda la empresa

Freixenet ha sustituido las lámparas incandescentes por lámparas de bajo consumo. Este tipo de lámparas ahorran un 80% de energía y duran 8 veces más.

1.6 Utilización de temporizadores en los aparatos de climatización de la empresa

Se han implantado temporizadores en los aparatos de climatización de la empresa para garantizar su apagado en horas de no producción.

1.7 Concienciación del personal

Durante el pasado mes de junio, a petición de la alta Dirección, se desarrolló un documento de buenas prácticas ambientales encaminadas a frenar el cambio climático mediante la concienciación del personal. Dicho documento estaba dividido en distintos apartados como iluminación, calefacción, aire acondicionado, equipos informáticos, agua, residuos y transporte. Y se daban una serie de consejos para reducir el efecto del cambio climático.

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

ILUMINACIÓN

- Apaga las luces cuando no sean necesarias. No dejes encendidas las luces en zonas que no se estén utilizando como salas de reuniones, lavabos, etc.
- Siempre que se pueda, aprovecha la iluminación natural.
- ¿Sabías que las tradicionales bombillas incandescentes solo aprovechan en iluminación un 5% de energía el 95% se transforma en calor? Las lámparas de bajo consumo, para un mismo nivel de iluminación ahorran hasta un 80% de energía y duran 8 veces más que las incandescentes.

LA CALEFACCIÓN

- En invierno, una temperatura de 20°C es suficiente para la gran mayoría de las personas. Por cada grado que aumentemos, se incrementa el consumo de energía en un 7%.
- Siempre que puedas, cierra los porticones o cortinas por la noche y el fin de semana, evita las importantes pérdidas de calor.
- Si tienes estufas individuales apágalas o reduce el termostato por la noche.
- ¿Sabías que la calefacción puede representar casi la mitad de la energía que gastamos en nuestras casas y oficinas?
- ¿Sabías que si te dejas una sola estufa encendida por la noche, el consumo al final del invierno supone 3660KW, es decir 1,8tn de CO₂?

EL AIRE ACONDICIONADO

- En verano, una temperatura de 25°C es suficiente para la gran mayoría de las personas.
- Si tienes aparatos acondicionados individuales apágales por la noche.
- Al encender el aire acondicionado no ajustes el termostato a una temperatura más baja de la normal no enfriará la sala más rápido.
- Si está encendido el aire y tienes frío, no abras la ventana. Si hay problemas de regulación avisa a mantenimiento.
- ¿Sabías que si olvidas apagar un aire acondicionado individual por la noche, al final del verano habrás consumido 4392KW, es decir 2,13tn de CO₂?

LOS EQUIPOS OFIMÁTICOS

- Apaga completamente el ordenador, también la pantalla e impresora, cuando prevayas ausencias prolongadas superiores a 30min. Cuando no vayas a utilizar el ordenador durante periodos cortos puedes apagar solamente la pantalla.
- ¿Sabías que en el Grupo Freixenet hay 7229PC que si se dejan en modo Stand By por la noche suponen un consumo aproximado de 47435KW al año, es decir 23,47 tn de CO₂?
- ¿Sabías que el telepantallas que menos energía consume es el de color negro?

EL AGUA

- Racionaliza el consumo de agua. No dejes grifos abiertos inútilmente.
- Si detectas fugas o goteos en los grifos avisa al departamento de mantenimiento.
- Si en tu inodoro hay instalado un sistema de doble pulsador o descarga parcial de la cisterna, utilízalo correctamente. No utilices el inodoro para eliminar residuos.
- ¿Sabías que el ahorro de agua supone un gran ahorro energético, debido a que el agua debe ser impulsada mediante bombas que consumen energía? Además el agua requiere el consumo de materias primas para descalcificarse, clorarse, etc.
- ¿Sabías que un grifo abierto consume alrededor de 6l por minuto?

LOS RESIDUOS

- Racionaliza el consumo de papel. Imprime los documentos cuando sea realmente necesario y si puedes en blanco y negro. Utiliza los recursos informáticos cuando puedas sustituir los documentos en papel.
- Siempre que puedas fotocopia e imprime a doble cara.
- Reutiliza las caras en blanco de los documentos impresos para tomar notas, imprimir borradores, etc.
- Recicla correctamente el papel depositándolo en las papeleras habilitadas para este fin. Por cada folio que se recicla se ahorra el equivalente al funcionamiento, durante una hora de dos bombillas incandescentes de 100W.
- Recicla correctamente los tóneres, cartuchos de tinta y disquets, entregándolos al responsable de informática.
- ¿Sabías que para fabricar una tn de papel se necesitan entre 12 y 16 árboles de tamaño medio, unos 50.000L de agua y más de 300Kg de petróleo?
- ¿Sabías que además de los árboles, el reciclado de papel disminuye el consumo de agua en un 86% y el de energía en un 65%?
- ¿Sabías que en Freixenet consumimos 3200 paquetes de hojas de 500, en Segura Viudas 600 y en Castellblanch 800?

EL TRANSPORTE

- Siempre que puedas procura venir a la empresa a pie, en bicicleta, transporte público o compartiendo coche. El sector transporte es el mayor consumidor de energía (39%) en España.
- ¿Sabías que según datos del Instituto Nacional de Estadística de 2004 el 13,7% del presupuesto familiar se destina al transporte?
- ¿Sabías que en viajes cortos, el incremento medio de consumo es de un 60%?

Fuente: IZAE

En esta misma línea, se repartió el documental "Una verdad Incómoda" entre los Directores de Departamento de Freixenet.

1.8 Creación de grupos de trabajo multidisciplinar

En Freixenet se ha creado un grupo de trabajo formado por encargados y operarios de sección y técnicos con el objetivo de promover actividades de mejora en general.

En este sentido, para el ejercicio 2007-2008 se han propuesto 107 actividades, de las cuales 81 (el 76%) están destinadas a mejorar el medio ambiente.

1.9 Colaboración con expertos en cambio climático aplicado a la vid

El pasado mes de julio se llevó a cabo en nuestras bodegas de California (Gloria Ferrer) un seminario internacional sobre el cambio climático aplicado a la industria vinícola. Para dicho seminario se contó con la presencia de Pancho Campos, reconocido por sus estudios sobre los efectos del cambio climático en la industria vinícola.



En este sentido también hemos colaborado en la elaboración de un documental sobre el cambio climático y la vid, realizado por National Geographic durante el mes de septiembre del 2007.



Grabación del documental sobre el cambio climático realizado por National Geographic

2 PRÓXIMAS ACCIONES

2.1 Sustituir el gasoil de las calderas por gas natural para reducir las emisiones de CO2 un 30%

Actualmente las calderas de la empresa funcionan con gasoil. Uno de los objetivos para el próximo año es sustituir el gasoil por gas natural, ya que éste emite un 30% menos de CO2 a la atmósfera. Con este objetivo se estima una reducción del orden de 250tn de CO2.

2.2 Implantación energía solar

En los últimos años se han venido estudiando distintas propuestas para implantar energía solar fotovoltaica y térmica en el Grupo Freixenet.

BUREAU VERITAS
Certification



Certificación

Concedida a

FREIXENET, S.A.

BARCELONA

C/ JOAN SALA 2, 08770 SANT SADURNÍ D'ANOIA,

Bureau Veritas certifica que el Sistema de Gestión de dicha Organización ha sido auditado y encontrado conforme con las exigencias de la norma:

NORMA

ISO 9001:2000

El Sistema de Gestión se aplica a:

ELABORACIÓN DE VINOS ESPUMOSOS POR EL MÉTODO TRADICIONAL (V.E.C.P.R.D.)
D.O. CAVA

Fecha de certificación inicial: **21 octubre 2005**

Siempre que se mantengan las condiciones de aplicación del Sistema de Gestión, este certificado es válido hasta el:

29 agosto 2011

Para comprobar la validez del certificado puede llamar al teléfono: 91 270 22 00

Para cualquier aclaración sobre el alcance del certificado y la aplicación de los requisitos del Sistema de Gestión pueden ponerse en contacto con la organización.

Número del Certificado 8002140

Fecha

29 agosto 2008

Managing office: BUREAU VERITAS CERTIFICATION ESPAÑA
Issuing office: BUREAU VERITAS CERTIFICATION ESPAÑA
C/ Valportillo Primera 22-24
Edificio Casba, Pol. Ind. La granja
28108 Alcobendas Madrid



ENAC
CERTIFICACIÓN
N° 04/C-SC004

Medio Ambiente

En todas las bodegas del Grupo Freixenet se elabora en el máximo respeto al medio ambiente. Hecho reconocido y avalado por la obtención de la ISO 14001 en 1999, siendo el primer grupo vitivinícola en conseguirlo.

AENOR Asociación Española de Normalización y Certificación *Copia*



CERTIFICADO DE GESTIÓN AMBIENTAL ENVIRONMENTAL MANAGEMENT CERTIFICATE

GA-1999/0132

La Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) certifica que el Sistema de Gestión Ambiental adoptado por: *The Spanish Association for Standardization and Certification (AENOR) certifies that Environmental Management System adopted by:*

FREIXENET, S.A.

Que se aplica a: *Applicable to:*

ELABORACIÓN DE VINOS ESPUMOSOS POR EL MÉTODO TRADICIONAL (V.E.C.P.R.D)- CAVA.

PRODUCTION OF SPARKLING WINES ACCORDING TO THE TRADITIONAL METHOD (V.E.C.P.R.D)- CAVA.

que se realiza/n en o desde el establecimiento:
which is/are carried out in or from the establishment:

CL. JOAN SALA, 2
08716 - SANT SADURN D'ANOIA
(BARCELONA)

es conforme a las exigencias de la Norma Española UNE-EN ISO 14001:2004 Sistemas de Gestión Ambiental. Requisitos con orientación para su uso. *Complies with the requirements of the Standard UNE-EN ISO 14001:2004 Environmental Management Systems. Requirements with guidance for use.*

El presente Certificado es válido salvo suspensión, expiración o retirada notificada en tiempo por AENOR. *The Certificate is valid unless it is suspended, cancelled or withdrawn upon AENOR'S written notification.*

Fecha de emisión: 1999-10-06 Fecha de renovación: 2005-10-06 Fecha de modificación: 2006-02-10 Fecha de expiración: 2008-10-06
Issued on Renewed on Modified on Expires on

El Director General de AENOR
General Manager of AENOR



AENOR es miembro de la RED IQNet (Red Internacional de Certificación), cuyos miembros operan de acuerdo con la norma europea EN 45012. *AENOR is a member of the IQNet NETWORK (The International Certification Network). The members of which operate in accordance with the EN 45 012 European standard.*

AENOR - CI Ginebra, 6 - 28004 MADRID(España) - Teléfono: (+34) 914 728 090 - Telefax: (+34) 913 104 518 - www.aenor.es

Entidad de certificación acreditada por ENAC con acreditación n° 01/C-MA001



Mecenazgo

Uno de los compromisos sociales de Freixenet a lo largo de su historia ha sido el mecenazgo propiamente dicho y también los patrocinios de diversa naturaleza. La familia Ferrer Sala ha querido impulsar esta actividad a través de Freixenet consolidándola así en su cultura de empresa no tan sólo como un elemento de comunicación cualitativo

y específico, sino también como un compromiso con la sociedad que tan bien acoge sus elaborados.

Freixenet en el ejercicio de esta actividad de mecenazgo ha sido sensible a todos los niveles siendo consciente de que con su ayuda conseguía que se llevaran a cabo acciones de índole diversa y en distintos lugares, acciones que sin ese apoyo no se hubieran realizado o no se hubieran podido realizar con la misma perfección.

La evolución del mecenazgo en Freixenet ha corrido pareja a la del propio desarrollo de la empresa. Comenzó con los pequeños patrocinios locales en Sant Sadurní d'Anoia iniciados en su día por sus fundadores como ayuda a la educación y a la cultura a través del Col·legi Sant Josep (cuyo patronato preside D. José Ferrer Sala) y de las entidades culturales de la villa o el soporte para que el deporte local por excelencia, el hoquei, pudiera desarrollarse en toda su amplitud y llegar a los 18 equipos desde el alevín al profesional que milita en la división de honor y ha sido ganador en varias ocasiones del Campeonato de Liga e incluso una vez de la Copa de Europa para gran satisfacción de todo un pequeño pueblo como es Sant Sadurní d'Anoia. Sin olvidar la constante preocupación y sensibilidad por la conservación del medio ambiente realizando continuas replantaciones y colaborando con organizaciones que intentan preservar nuestro entorno.

A medida que Freixenet fue creciendo lo hizo también su mecenazgo de tal modo que ha llegado a colaborar con instituciones tan atípicas para una empresa española como son el MOMA de San Francisco o el MET de Nueva York, correspondiendo así a la brillante introducción de sus cavas a partir de los años 70 en Estados Unidos. Por supuesto en Catalunya y en España ha volcado la mayor parte de su patrocinio. Destacan desde hace años las colaboraciones al Centro de Arte Reina Sofía, La Escuela Superior de Música Reina Sofía, MACBA, MNAC, Gran Teatre del Liceu o al Palau de la Música Catalana, Premio Sent Soví y Premio "Llavor de Lletres" sin olvidar las que en ocasiones históricas realizó como fueron el soporte a la Candidatura Olímpica de Barcelona y el COOB 92.

Plan de igualdad y protocolo para la prevención y tratamiento del acoso sexual y por razón de sexo

Freixenet S.A. está plenamente comprometida con el establecimiento de la Igualdad de oportunidades real en la empresa y en consecuencia en la sociedad, y para ello ha desarrollado un Plan de Igualdad. Asimismo, Freixenet trabaja con la convicción y el compromiso de conseguir un entorno de trabajo productivo, seguro y respetuoso para todas las personas y por ello ha desarrollado un Protocolo específico para la prevención y el tratamiento del acoso sexual y por razón de sexo con el objetivo de prevenir situaciones no adecuadas y prestar apoyo a las personas que puedan potencialmente padecer estas situaciones y que no se ajusten a este compromiso.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Freixenet es socio fundador de la Asociación Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (ASEPAM). El Pacto Mundial es una iniciativa propuesta por Naciones Unidas con el objetivo de conseguir un compromiso voluntario de las empresas y otras entidades en responsabilidad social. Este compromiso se expresa a través de la implantación de Diez Principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.

www.pactomundial.org

9.2. ANEXO II: Cuentas de Resultados y Balances (SABI)

9.2.1. Cuenta de Resultados y Balances de Freixenet

PERFIL

	No cons. 30/04/2007 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2006 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2005 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2004 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2003 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2002 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2001 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2000 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/1999 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/1998 12 meses Salvedades EUR Local GAAP
Ingresos de explotación	242.925.832	250.307.028	257.424.958	245.866.521	238.231.997	228.693.912	194.394.880	249.868.430	201.012.150	170.885.510
Result. ordinarios antes Impuestos	19.905.858	15.791.560	9.604.012	12.708.541	15.663.782	22.135.139	20.810.930	8.117.640	3.438.820	9.253.180
Total Activo	351.566.820	334.796.522	312.654.248	304.232.184	296.673.134	273.668.917	261.097.370	271.712.400	209.763.860	170.027.550
Fondos propios	138.083.389	126.284.678	115.495.906	108.049.338	98.476.721	88.818.511	72.366.820	60.403.630	53.960.160	36.681.150
Rentabilidad económica (%)	3,36	3,22	2,38	3,25	3,47	6,46	5,06	2,83	2,50	3,86
Rentabilidad financiera (%)	8,54	8,54	6,45	9,16	10,46	19,92	18,24	12,72	9,74	17,91
Liquidez general	1,26	1,00	0,95	1,11	1,13	0,98	0,90	0,90	0,95	0,98
Endeudamiento (%)	60,72	62,28	63,06	64,48	66,81	67,55	72,28	77,77	74,28	78,43
Número empleados	463	481	526	475	512	487	434	418	455	416

BALANCES DE SITUACIÓN									
Inmovilizado	160.754.094	162.304.429	154.102.254	146.440.330	136.987.704	131.084.115	104.982.630	100.090.710	81.159.050
Inmovilizado inmaterial	2.339.476	2.360.693	2.493.157	2.646.161	2.781.967	2.133.199	2.111.460	2.198.940	2.187.130
Inmovilizado material	42.865.066	42.726.772	43.073.278	45.238.868	44.630.434	40.997.696	31.453.890	28.728.350	21.385.510
Otros activos fijos	115.549.552	117.216.964	108.535.819	98.555.301	89.575.303	87.953.220	71.417.280	69.163.420	57.586.410
Activo circulante	190.812.726	172.492.093	158.551.994	157.791.855	159.685.430	142.584.802	156.114.730	171.621.680	128.604.820
Existencias	97.907.455	100.005.083	88.830.067	91.455.381	91.547.003	89.900.588	91.510.070	73.971.270	65.812.980
Deudores	82.281.799	65.999.000	65.178.812	65.522.172	65.834.952	51.218.775	63.404.310	65.826.780	60.304.910
Inversiones financieras temporales	8.196.714	6.025.701	4.091.813	373.275	410.277	606.090	282.630	29.613.080	1.586.500
Disponible	2.426.758	462.309	451.302	441.027	1.893.198	859.349	917.720	2.210.550	900.430
Total activo	351.566.820	334.796.522	312.654.248	304.232.184	296.673.134	273.668.917	261.097.370	271.712.400	209.763.860
Fondos propios	138.083.389	126.284.678	115.495.906	108.049.338	98.476.721	88.818.511	72.366.820	60.403.630	53.960.160
Capital suscrito	17.196.560	17.196.560	17.196.560	17.196.560	17.196.560	17.196.560	16.794.930	16.794.930	16.794.930
Reservas y resultados anteriores	109.088.118	98.299.346	90.852.778	80.957.726	70.977.079	53.932.607	42.371.030	35.927.570	31.911.070
Resultado del Ejercicio	11.798.711	10.788.772	7.446.568	9.895.052	10.303.082	17.689.344	13.200.860	7.681.130	5.254.160
Pasivo fijo	61.923.261	36.148.620	30.565.044	53.870.122	56.367.276	39.988.339	14.889.070	19.670.500	20.850.590
Acreeedores a L. P.	61.923.261	36.148.620	29.663.526	52.968.604	55.465.758	39.086.821	12.897.670	17.531.200	16.013.900
Otros pasivos fijos	n.d.	n.d.	901.518	901.518	901.518	901.518	1.991.400	2.139.300	4.836.690
Provisiones	n.d.	n.d.	901.518	901.518	901.518	901.518	1.991.400	2.139.300	4.836.690
Pasivo líquido	151.560.171	172.363.225	166.593.297	142.312.724	141.829.137	144.862.067	173.841.480	191.638.260	134.953.110

Deudas financieras	24.662.923	44.917.762	33.003.489	12.406.073	2.922.260	3.756.564	11.013.350	4.948.570	5.844.670
Acreedores comerciales	61.609.908	83.229.738	71.314.170	81.914.546	77.832.926	69.515.974	74.639.070	104.333.180	77.630.230
Otros pasivos líquidos	65.287.340	44.215.725	62.275.638	47.992.105	61.073.951	71.589.529	88.189.060	82.356.510	51.478.210
Total pasivo y capital propio	351.566.820	334.796.522	312.654.248	304.232.184	296.673.134	273.668.917	261.097.370	271.712.400	209.763.860
Fondo de maniobra	118.579.346	82.774.345	82.694.709	75.063.007	79.549.029	71.603.389	80.275.310	35.464.870	48.487.660
Número empleados	463	481	526	475	512	487	434	418	455

CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	36,2%	35,0%	34,9%	35,9%	34,7%	38,0%	37,8%	44,5%	43,4%	36,5%
	No cons.									
	30/04/2007	30/04/2006	30/04/2005	30/04/2004	30/04/2003	30/04/2002	30/04/2001	30/04/2000	30/04/1999	30/04/1998
	12 meses									
	Aprobado	Salvedades								
	EUR									
	Local GAAP									
Ingresos de explotación	242.925.832	250.307.028	257.424.958	245.866.521	238.231.997	228.693.912	194.394.880	249.868.430	201.012.150	170.885.510
Importe neto de Cifra de Ventas	242.481.221	248.971.864	256.134.326	245.317.030	237.545.156	228.398.596	194.108.870	249.368.250	200.351.560	170.401.230
Consumo de mercaderías y de materias	132.048.292	145.276.587	155.569.752	142.894.005	134.546.588	118.521.771	101.456.210	130.338.620	108.335.900	98.569.130
Resultado bruto	110.877.540	105.030.441	101.855.206	102.972.516	103.685.409	110.172.141	92.938.670	119.529.810	92.676.250	72.316.380
Otros gastos de explotación	87.946.000	87.616.717	89.855.188	88.348.469	82.733.324	86.837.694	73.539.620	111.272.680	87.300.300	62.316.820
Resultado Explotación	22.931.540	17.413.724	12.000.018	14.624.047	20.952.085	23.334.447	19.399.050	8.257.130	5.375.950	9.999.560
Ingresos financieros	2.843.657	2.426.528	2.049.428	2.632.854	1.752.807	4.777.654	3.694.560	2.794.200	1.828.460	1.626.580
Gastos financieros	5.869.338	4.048.691	4.445.434	4.548.359	7.041.109	5.976.962	2.282.670	2.933.690	3.765.600	2.372.960
Resultado financiero	-3.025.682	-1.622.164	-2.396.006	-1.915.506	-5.288.302	-1.199.308	1.411.890	-139.490	-1.937.130	-746.370
Ingresos extraordinarios	427.971	287.609	337.410	647.868	1.651.487	4.440.984	426.810	728.980	2.072.060	1.436.360
Gastos extraordinarios	2.861.444	518.625	8.664	1.948.852	2.366.437	5.960.395	3.428.570	-106.490	360.850	2.406.240
Resultados actividades extraordinarias	-2.433.473	-231.016	328.746	-1.300.984	-714.950	-1.519.411	-3.001.760	835.470	1.711.210	-969.880
BAI	17.472.385	15.560.544	9.932.758	11.407.557	14.948.833	20.615.728	17.809.180	8.953.110	5.150.030	8.283.310
Impuestos sobre sociedades	5.673.675	4.771.772	2.486.190	1.512.503	4.645.751	2.926.385	4.608.310	1.271.980	-104.110	1.712.150
Resultado del Ejercicio	11.798.711	10.788.772	7.446.568	9.895.052	10.303.082	17.689.344	13.200.860	7.681.130	5.254.160	6.571.160

Materiales	132.048.292	145.276.587	155.569.752	142.894.005	134.546.588	118.521.771	101.456.210	130.338.620	108.335.900	98.569.130
Gastos de personal	19.890.326	19.335.760	20.881.698	19.269.027	18.423.486	16.878.395	16.047.460	17.368.180	12.899.740	12.682.940
Dotaciones para amortiz. de inmovil.	5.528.033	5.501.210	5.301.757	4.935.112	4.608.356	3.615.649	3.840.700	3.524.920	3.674.710	2.749.990
Gastos financieros y gastos asimilados Generales	3.893.641	2.624.040	2.279.837	2.519.730	3.695.591	3.349.964	1.514.170	879.270	1.360.580	1.762.940
Cash flow	62.527.641	62.779.747	63.671.733	64.144.330	59.701.482	66.343.650	53.651.460	90.379.580	70.725.850	46.883.890
Valor agregado	17.326.744	16.289.982	12.748.325	14.830.164	14.911.438	21.304.993	17.041.560	11.206.050	8.928.870	9.321.150
EBIT	46.784.386	43.021.554	38.396.050	38.131.424	41.676.266	44.459.737	39.211.500	30.725.480	23.085.080	25.479.180
EBITDA	22.931.540	17.413.724	12.000.018	14.624.047	20.952.085	23.334.447	19.399.050	8.257.130	5.375.950	9.999.560
EBITDA	28.459.573	22.914.934	17.301.775	19.559.159	25.560.441	26.950.096	23.239.750	11.782.050	9.050.660	12.749.550

BALANCES DE SITUACIÓN

ACTIVO

	No cons. 30/04/2007 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2006 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2005 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2004 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2003 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2002 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2001 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2000 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/1999 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/1998 12 meses Salvedades EUR Local GAAP
A. Accionistas por desembolsos no exigidos	0	0	0	n.d.	0	0	n.d.	n.d.	n.d.	0
B. Inmovilizado	160.754.094	162.304.429	154.102.254	146.440.330	136.987.704	131.084.115	104.982.630	100.090.710	81.159.050	67.346.840
Gastos de establecimiento	n.d.	0	n.d.	0	0	0	0	0	0	0
Inmovilizado inmaterial	2.339.476	2.360.693	2.493.157	2.646.161	2.781.967	2.133.199	2.111.460	2.198.940	2.187.130	2.528.480
Inmovilizado material	42.865.066	42.726.772	43.073.278	45.238.868	44.630.434	40.997.696	31.453.890	28.728.350	21.385.510	17.353.510
Inmovilizado financiero	115.549.553	117.216.964	108.535.818	98.555.301	89.575.303	87.953.220	71.417.280	69.163.420	57.586.410	47.464.850
Acciones propias a L. P.	n.d.	0	n.d.	0	0	0	0	0	0	0
Deudores por oper. de tráfico a L/P	n.d.	0	n.d.	0	0	0	0	0	0	0
C. Gastos a distribuir en varios ejercicios	813.232	17.179	37.393	60.893	131.737	204.257	340.060	278.920	424.990	619.390
D. Activo Circulante	189.999.494	172.474.914	158.514.601	157.730.962	159.553.693	142.380.545	155.774.670	171.342.760	128.179.830	102.061.320

Accionistas por desembolsos exigidos	0	0	0	0	0	0	n.d.	n.d.	0	n.d.
Existencias	97.907.455	100.005.083	88.830.067	91.455.381	91.547.003	89.900.588	91.510.070	73.971.270	65.812.980	56.570.190
Deudores	82.281.799	65.999.000	65.178.812	65.522.172	65.834.952	51.218.775	63.404.310	65.826.780	60.304.910	43.669.710
Inversiones financieras temporales	8.196.714	6.025.701	4.091.813	373.275	410.277	606.090	282.630	29.613.080	1.586.500	1.224.380
Acciones propias a C. P.	0	0	0	0	0	0	n.d.	n.d.	0	n.d.
Tesorería	620.762	248.961	239.202	212.812	1.139.229	316.194	82.460	1.593.020	51.170	43.620
Ajustes por periodificación	992.764	196.169	174.707	167.322	622.232	338.898	495.210	338.620	424.270	553.410
Total Activo	355.340	355.340	355.340	355.340	355.340	355.340	355.340	355.340	355.340	355.340

PASIVO

	No cons. 30/04/2007	No cons. 30/04/2006	No cons. 30/04/2005	No cons. 30/04/2004	No cons. 30/04/2003	No cons. 30/04/2002	No cons. 30/04/2001	No cons. 30/04/2000	No cons. 30/04/1999	No cons. 30/04/1998
	12 meses									
	Aprobado	Salvedades								
	EUR									
	Local GAAP									
A. Fondos propios	138.083.389	126.284.678	115.495.906	108.049.338	98.476.721	88.818.511	72.366.820	60.403.630	53.960.160	36.681.150
Capital suscrito	17.196.560	17.196.560	17.196.560	17.196.560	17.196.560	17.196.560	16.794.930	16.794.930	16.794.930	3.714.270
Prima de emision	10.927.517	10.927.517	10.927.517	10.927.517	10.927.517	10.927.517	11.329.140	11.329.140	11.329.140	4.020
Reservas y resultados ejerc. anterior.	98.160.602	87.371.830	79.925.261	70.030.209	60.049.563	43.005.089	31.041.880	24.598.430	20.581.930	26.391.690
Resultado (Pérdidas y Ganancias)	11.798.711	10.788.772	7.446.568	9.895.052	10.303.082	17.689.344	13.200.860	7.681.130	5.254.160	6.571.160
Divid. a cuenta entregado en el ejerc.	n.d.	n.d.	0	0	n.d.	n.d.	n.d.	0	0	n.d.
Acciones propias para red. de cap.	n.d.	n.d.	0	0	n.d.	n.d.	n.d.	0	0	n.d.
B. Ingresos a distribuir en varios ejercicios	1.022.973	1.283.219	1.168.747	1.355.750	1.065.642	1.316.020	1.455.440	1.861.120	2.158.550	1.947.950
C. Provisiones para riesgos y gastos	n.d.	n.d.	901.518	901.518	901.518	901.518	1.991.400	2.139.300	4.836.690	5.952.060
D. Acreedores a L. P.	61.923.261	36.148.620	29.663.526	52.968.604	55.465.758	39.086.821	12.897.670	17.531.200	16.013.900	22.207.950
E. Acreedores a C. P.	150.537.198	171.080.006	165.424.550	140.956.974	140.763.495	143.546.047	172.386.040	189.777.140	132.794.560	103.238.440

Deudas financieras	24.662.923	44.917.762	33.003.489	12.406.073	2.922.260	3.756.564	11.013.350	4.948.570	5.844.670	2.055.030
Acreeedores comerciales	61.609.908	83.229.738	71.314.170	81.914.546	77.832.926	69.515.974	74.639.070	104.333.180	77.630.230	54.016.090
Otras deudas no comerciales	2.456.315	3.027.450	3.331.812	2.936.355	7.442.033	4.274.101	6.205.880	4.992.300	1.301.530	3.655.210
Ajustes por periodificación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	1	n.d.	1.750	2.540	3.970
F. Provisiones para riesgos y gastos a C/P	n.d.	n.d.	n.d.	0	0	0	0	n.d.	0	0
Total Pasivo y Fondos Propios	351.566.820	334.796.522	312.654.248	304.232.184	296.673.134	273.668.917	261.097.370	271.712.400	209.763.860	170.027.550
Número empleados	463	481	526	475	512	487	434	418	455	416

CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	No cons. 30/04/2007 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2006 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2005 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2004 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2003 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2002 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2001 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/2000 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/1999 12 meses Aprobado EUR Local GAAP	No cons. 30/04/1998 12 meses Salvedades EUR Local GAAP
Gastos explotación										
Consumos de explotación	132.048.292	145.276.587	155.569.752	142.894.005	134.546.588	118.521.771	101.456.210	130.338.620	108.335.900	98.569.130
Gastos de personal	19.890.326	19.335.760	20.881.698	19.269.027	18.423.486	16.878.395	16.047.460	17.368.180	12.899.740	12.682.940
Dotaciones para amortiz. de inmovil.	5.528.033	5.501.210	5.301.757	4.935.112	4.608.356	3.615.649	3.840.700	3.524.920	3.674.710	2.749.990
Var. provis. tráfico y perd. créditos incob.	2.426.227	-94.984	-558.549	-528.999	-2.146.202	-989.700	1.763.890	-432.810	-444.450	-25.700
Otros gastos de explotación	60.101.415	62.874.729	64.230.283	64.673.329	61.847.685	67.333.352	51.887.580	90.812.390	71.170.310	46.909.590
Ingresos explotación										
Importe neto de Cifra de Ventas	242.481.221	248.971.864	256.134.326	245.317.030	237.545.156	228.398.596	194.108.870	249.368.250	200.351.560	170.401.230
Otros ingresos de explotación	444.611	1.335.164	1.290.632	549.491	686.841	295.316	286.010	500.180	660.590	484.280
Resultado Explotación	22.931.540	17.413.724	12.000.018	14.624.047	20.952.085	23.334.447	19.399.050	8.257.130	5.375.950	9.999.560
Gastos financieros										
Gastos financieros y gastos asimilados	3.893.641	2.624.040	2.279.837	2.519.730	3.695.591	3.349.964	1.514.170	879.270	1.360.580	1.762.940
Var. prov. de inversiones financieras	n.d.	n.d.	0	n.d.	0	0	0	0	n.d.	-140

Diferencia negativa de cambio	1.975.697	1.424.651	2.165.597	2.028.629	3.345.518	2.626.998	768.500	2.054.420	2.405.020	610.160
Ingresos financieros										
Ingresos financieros	2.340.964	1.100.725	1.567.900	1.282.781	443.413	3.428.789	345.570	558.420	419.900	450.450
Diferencia positiva de cambio	502.693	1.325.803	481.528	1.350.073	1.309.394	1.348.865	3.348.990	2.235.780	1.408.560	1.176.130
Resultado financiero	-3.025.682	-1.622.164	-2.396.006	-1.915.506	-5.288.302	-1.199.308	1.411.890	-139.490	-1.937.130	-746.370
Resultado Actividades Ordinarias	19.905.858	15.791.560	9.604.012	12.708.541	15.663.782	22.135.139	20.810.930	8.117.640	3.438.820	9.253.180
Gastos extraordinarios	2.861.444	518.625	8.664	1.948.852	2.366.437	5.960.395	3.428.570	-106.490	360.850	2.406.240
Ingresos extraordinarios	427.971	287.609	337.410	647.868	1.651.487	4.440.984	426.810	728.980	2.072.060	1.436.360
Resultados actividades extraordinarias	-2.433.472	-231.017	328.746	-1.300.985	-714.950	-1.519.409	-3.001.770	835.470	1.711.230	-969.880
Resultados antes de Impuestos	17.472.386	15.560.544	9.932.758	11.407.555	14.948.832	20.615.730	17.809.170	8.953.100	5.150.040	8.283.310
Impuestos sobre sociedades	5.673.675	4.771.772	2.486.190	1.512.503	4.645.751	4.750.948	4.608.310	1.271.980	-104.110	1.712.150
Otros impuestos	0	0	0	0	n.d.	-1.824.563	0	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado del Ejercicio	11.798.711	10.788.772	7.446.568	9.895.052	10.303.082	17.689.344	13.200.860	7.681.130	5.254.160	6.571.160

9.2.2. Cuenta de Resultados y Balances de Codorníu

PERFIL

	No cons. 30/06/2007 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2006 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2005 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2004 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2003 12 meses Salvedades EUR Local GAAP
Ingresos de explotación	210.468.987	187.140.795	195.116.211	192.186.374	198.144.997
Result. ordinarios antes Impuestos	3.925.660	-14.845.077	2.314.070	13.342.329	11.612.982
Total Activo	340.304.548	324.739.379	352.865.478	357.830.488	360.343.061
Fondos propios	176.663.890	146.187.972	155.176.926	152.498.359	149.767.700
Rentabilidad económica (%)	8,96	-2,77	1,02	0,84	1,21
Rentabilidad financiera (%)	17,25	-6,15	2,33	1,96	2,91
Liquidez general	1,58	1,41	1,62	1,53	1,53
Endeudamiento (%)	48,09	54,98	56,02	57,38	58,44
Número empleados	508	489	489	508	515

FORMATO GLOBAL

	No cons. 30/06/2007 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2006 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2005 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2004 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2003 12 meses Salvedades EUR Local GAAP
BALANCES DE SITUACIÓN					
Inmovilizado	149.232.506	157.315.343	172.634.678	170.567.426	173.660.268
Inmovilizado inmaterial	435.352	538.361	749.137	848.962	835.771
Inmovilizado material	42.027.040	45.223.270	46.104.733	47.912.687	49.848.926
Otros activos fijos	106.770.114	111.553.712	125.780.808	121.805.777	122.975.571
Activo circulante	191.072.042	167.424.036	180.230.800	187.263.063	186.682.793
Existencias	91.460.908	99.217.415	102.922.789	105.454.417	100.506.053
Deudores	70.526.856	66.994.576	76.769.695	80.925.349	82.146.373
Otros activos líquidos	29.084.278	1.212.045	538.316	883.297	4.030.367
Tesorería	28.103.488	336.415	334.725	707.391	3.812.416
Total activo	340.304.548	324.739.379	352.865.478	357.830.488	360.343.061
Fondos propios	176.663.890	146.187.972	155.176.926	152.498.359	149.767.700
Capital suscrito	32.323.350	32.323.350	32.323.350	32.323.350	32.323.350
Otros fondos propios	144.340.540	113.864.622	122.853.576	120.175.009	117.444.350
Pasivo fijo	42.589.881	60.008.640	86.101.479	83.196.644	88.507.400

Acreeedores a L. P.	39.321.738	56.783.019	65.887.040	63.926.794	70.523.745
Otros pasivos fijos	3.268.143	3.225.621	20.214.439	19.269.850	17.983.655
Provisiones	3.268.143	3.225.621	20.214.439	19.269.850	17.983.655
Pasivo líquido	121.050.777	118.542.768	111.587.073	122.135.486	122.067.961
Deudas financieras	33.733.972	49.901.612	49.851.443	56.687.504	60.107.673
Acreeedores comerciales	40.922.081	33.743.690	25.403.675	25.547.523	24.747.854
Otros pasivos líquidos	46.394.724	34.897.466	36.331.955	39.900.459	37.212.434
Total pasivo y capital propio	340.304.548	324.739.379	352.865.478	357.830.488	360.343.061
Fondo de maniobra	121.065.683	132.468.301	154.288.809	160.832.243	157.904.572
Número empleados	508	489	489	508	515

**CUENTAS DE
PÉRDIDAS Y
GANANCIAS**

	No cons. 30/06/2007 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2006 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2005 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2004 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2003 12 meses Salvedades EUR Local GAAP
Ingresos de explotación	210.468.987	187.140.795	195.116.211	192.186.374	198.144.997
Importe neto de Cifra de Ventas	208.037.892	184.632.298	192.439.317	189.881.632	194.708.703
Consumo de mercaderías y de materias	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado bruto	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado Explotación	9.531.094	-4.022.988	7.275.979	18.465.364	18.781.407
Ingresos financieros	236.855	320.769	306.405	456.532	254.657
Gastos financieros	5.842.289	11.142.858	5.268.315	5.579.567	7.423.082
Resultado financiero	-5.605.434	-10.822.089	-4.961.909	-5.123.035	-7.168.425
Result. ordinarios antes Impuestos	3.925.660	-14.845.077	2.314.070	13.342.329	11.612.982
Impuestos sobre sociedades	5.155.893	-6.582.215	1.438.233	561.544	-1.789.272
Resultado Actividades Ordinarias	-1.230.233	-8.262.862	875.837	12.780.785	13.402.254
Ingresos extraordinarios	36.529.628	2.780.794	4.043.803	91.727	815.569
Gastos extraordinarios	4.823.476	3.506.886	1.304.731	9.884.301	9.865.514

Resultados actividades extraordinarias	31.706.152	-726.092	2.739.072	-9.792.574	-9.049.945
Resultado del Ejercicio	30.475.919	-8.988.954	3.614.909	2.988.212	4.352.309
Materiales	82.744.710	68.036.791	69.821.883	69.408.058	77.092.012
Gastos de personal	21.350.311	21.635.607	24.264.436	22.510.405	22.349.654
Dotaciones para amortiz. de inmovil.	6.034.788	6.424.198	6.769.405	6.869.487	6.697.594
Gastos financieros y gastos asimilados	5.032.517	4.579.322	4.696.624	5.215.967	6.977.160
Cash flow	36.510.707	-2.564.756	10.384.314	9.857.699	11.049.903
Valor agregado	68.049.428	17.067.958	40.783.607	38.145.615	38.587.445
EBIT	9.531.094	-4.022.988	7.275.979	18.465.364	18.781.407
EBITDA	15.565.882	2.401.210	14.045.384	25.334.851	25.479.001

BALANCES DE SITUACIÓN

ACTIVO

	No cons. 30/06/2007 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2006 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2005 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2004 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2003 12 meses Salvedades EUR Local GAAP
A. Accionistas por desembolsos no exigidos	0	0	0	n.d.	0
B. Inmovilizado	149.232.506	157.315.343	172.634.678	170.567.426	173.660.268
Gastos de establecimiento	14.626	36.566	58.506	80.446	102.385
Inmovilizado inmaterial	420.726	501.795	690.631	768.516	733.386
Inmovilizado material	42.027.040	45.223.270	46.104.733	47.912.687	49.848.926
Inmovilizado financiero	106.770.115	111.553.712	125.780.808	121.805.778	122.975.571
Acciones propias a L. P.	n.d.	0	0	n.d.	0
Deudores por oper. de tráfico a L/P	n.d.	0	0	n.d.	0
C. Gastos a distribuir en varios ejercicios	628.829	820.630	153.591	173.626	193.659

D. Activo Circulante	190.443.213	166.603.406	180.077.209	187.089.437	186.489.134
Accionistas por desembolsos exigidos	0	0	0	0	0
Existencias	91.460.908	99.217.415	102.922.789	105.454.417	100.506.053
Deudores	70.526.856	66.994.576	76.769.695	80.925.349	82.146.373
Inversiones financieras temporales	23.000.000	0	0	0	0
Acciones propias a C. P.	0	0	0	0	0
Tesorería	5.103.488	336.415	334.725	707.391	3.812.416
Ajustes por periodificación	351.961	55.000	50.000	2.280	24.292
Total Activo	340.304.548	324.739.379	352.865.478	357.830.488	360.343.061

PASIVO

	No cons. 30/06/2007 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2006 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2005 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2004 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2003 12 meses Salvedades EUR Local GAAP
A. Fondos propios	176.663.890	146.187.972	155.176.926	152.498.359	149.767.700
Capital suscrito	32.323.350	32.323.350	32.323.350	32.323.350	32.323.350
Prima de emision	8.044.828	8.044.828	8.044.828	8.723.619	8.723.619
Reservas y resultados ejerc. anterior.	105.819.793	114.808.747	111.193.839	108.463.179	104.368.423
Resultado (Pérdidas y Ganancias)	30.475.919	-8.988.954	3.614.909	2.988.212	4.352.309
Divid. a cuenta entregado en el ejerc.	0	n.d.	0	n.d.	n.d.
Acciones propias para red. de cap.	0	n.d.	0	n.d.	n.d.
B. Ingresos a distribuir en varios ejercicios	1.426.737	1.175.903	1.293.763	1.119.911	920.692
C. Provisiones para riesgos y gastos	3.268.143	3.225.621	20.214.439	19.269.850	17.983.655
D. Acreedores a L. P.	39.321.738	56.783.019	65.887.040	63.926.794	70.523.745

E. Acreedores a C. P.	119.624.040	117.366.865	110.293.310	121.015.575	121.147.269
Deudas financieras	33.733.972	49.901.612	49.851.443	56.687.504	60.107.673
Acreedores comerciales	40.922.081	33.743.690	25.403.675	25.547.523	24.747.854
Otras deudas no comerciales	27.815.301	21.494.766	21.127.764	24.462.873	23.127.847
Ajustes por periodificación	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
F. Provisiones para riesgos y gastos a C/P	0	n.d.	0	n.d.	0
Total Pasivo y Fondos Propios	340.304.548	324.739.379	352.865.478	357.830.488	360.343.061
Número empleados	508	489	489	508	515

**CUENTAS DE
PÉRDIDAS Y
GANANCIAS**

	No cons. 30/06/2007 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2006 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2005 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2004 12 meses Salvedades EUR Local GAAP	No cons. 30/06/2003 12 meses Salvedades EUR Local GAAP
Gastos explotación					
Consumos de explotación	82.744.710	68.036.791	69.821.883	69.408.058	77.092.012
Gastos de personal	21.350.311	21.635.607	24.264.436	22.510.405	22.349.654
Dotaciones para amortiz. de inmovil.	6.034.788	6.424.198	6.769.405	6.869.487	6.697.594
Var. provis. tráfico y perd. créditos incob.	-1.382.981	1.863.574	3.794.619	77.596	155.896
Otros gastos de explotación	92.191.065	93.203.614	83.189.889	74.855.465	73.068.434
Ingresos explotación					
Importe neto de Cifra de Ventas	208.037.892	184.632.298	192.439.317	189.881.632	194.708.703
Otros ingresos de explotación	2.431.095	2.508.497	2.676.894	2.304.742	3.436.294
Resultado Explotación	9.531.094	-4.022.988	7.275.979	18.465.364	18.781.407
Gastos financieros					
Gastos financieros y gastos asimilados	5.032.517	4.579.322	4.696.624	5.215.967	6.977.160
Var. prov. de inversiones financieras	0	6.102.196	571.691	0	0

Diferencia negativa de cambio Ingresos financieros	809.772	461.340	n.d.	363.600	445.922
Ingresos financieros	129.978	167.482	136.665	292.966	192.851
Diferencia positiva de cambio	106.877	153.287	169.740	163.566	61.806
Resultado financiero	-5.605.434	-10.822.089	-4.961.909	-5.123.035	-7.168.425
Resultado Actividades Ordinarias	3.925.660	-14.845.077	2.314.070	13.342.329	11.612.982
Gastos extraordinarios	4.823.476	3.506.886	1.304.731	9.884.301	9.865.514
Ingresos extraordinarios	36.529.628	2.780.794	4.043.803	91.727	815.569
Resultados actividades extraordinarias	31.706.152	-726.092	2.739.072	-9.792.573	-9.049.945
Resultados antes de Impuestos	35.631.812	-15.571.169	5.053.142	3.549.756	2.563.037
Impuestos sobre sociedades	5.155.893	-6.582.215	-395.070	-1.198.016	-1.789.272
Otros impuestos	0	0	1.833.303	1.759.560	0
Resultado del Ejercicio	30.475.919	-8.988.954	3.614.909	2.988.212	4.352.309

9.3. ANEXO III: Tablas IDESCAT

Quadre 3.9.1 Evolució de les magnituds de la indústria vinícola a Catalunya (MPTA)

Principals magnituds	1999	1998	99/98 (%)
Ingressos d'explotació	176.163	137.651	28,0
Vendes netes de productes	164.544	124.147	32,5
Persones ocupades	4.091	4.499	-9,1
Nombre d'establiments	362	306	18,3
Inversió en actius materials	8.081	7.694	5,0
Valor afegit brut (cost factors) ⁽¹⁾	35.253	34.077	3,5

⁽¹⁾ No descomptat IAE

Font: IDESCAT

Quadre 3.9.1 Evolució de les magnituds de la indústria vinícola a Catalunya (milers €)

Principals magnituds	2000	1999	00/99 (%)
Ingressos d'explotació	1.111.049	1.058.761	4,9
Vendes netes de productes	1.031.024	988.929	4,3
Persones ocupades	4.219	4.091	3,1
Nombre d'establiments	332	362	-8,3
Inversió en actius materials	54.570	48.568	12,4
Valor afegit brut (cost factors) ⁽¹⁾	231.750	211.875	9,4

⁽¹⁾ No descomptat IAE

Font: IDESCAT

Quadre 6.9.1 Evolució de les magnituds de la indústria vinícola a Catalunya (milers €)

Principals magnituds	2003	2002	03/ 98-02 ⁽¹⁾ (%)
Ingressos d'explotació	1.107.203	1.062.590	104,4
Vendes netes de productes	947.732	980.180	101,2
Persones ocupades	4.500	4.298	101,0
Nombre d'establiments	391	412	111,0
Inversió en actius materials	69.619	53.238	121,1
Consum de primeres matèries	332.251	354.897	123,5
Despeses de Personal	122.873	120.423	60,5
Valor afegit brut (cost factors) ⁽²⁾	258.825	241.182	106,4

⁽¹⁾ Mitjana període 1998-2002

⁽²⁾ No descomptat IAE

Font: IDESCAT i elaboració pròpia

Quadre 3.9.1 Evolució de les magnituds de la indústria vinícola a Catalunya (milers €)

Principals magnituds	2004	2003	04/03 (%)
Ingressos d'explotació	1.344.06	1.107.203	21,4
Vendes netes de productes	1.155.88	947.732	22,0
Persones ocupades	4.600	4.500	2,2
Nombre d'establiments	357	391	-8,7
Inversió en actius materials	72.568	69.619	4,2
Despeses de personal	149.489	332.251	-55,0
Consum de primeres matèries	407.012	122.873	231,2
Valor afegit brut (cost factors) ⁽¹⁾	263.184	258.825	1,7

⁽¹⁾ No descomptat IAE

Font: IDESCAT

Quadre 3.9.1 Evolució de les magnituds de la indústria vinícola a Catalunya (milers €)

Principals magnituds	2005	2004	05/04 (%)
Ingressos d'explotació	1.272.274	1.344.065	-5,3
Vendes netes de productes	1.053.701	1.155.881	-8,8
Persones ocupades	5.100	4.600	10,9
Nombre d'establiments	389	357	9,0
Inversió en actius materials	75.414	72.568	3,9
Despeses de personal	143.113	149.489	-4,3
Consum de primeres matèries	351.881	407.012	-13,5
Valor afegit brut (cost factors) ⁽¹⁾	254.123	263.184	-3,4

⁽¹⁾ No descomptat IAE

Font: IDESCAT

Quadre 3.9.1 *Evolució de les magnituds de la indústria vinícola a Catalunya (milers €)*

Principals magnituds	2006	2005	06/05 (%)
Ingressos d'exploració	1.217.557	1.272.274	-4,3%
Vendes netes de productes	1.000.993	1.053.701	-5,0%
Persones ocupades	4.900	5.100	-3,9%
Nombre d'establiments	334	389	-14,1%
Despeses de personal	—	143.113	—
Consum de primeres matèries	—	351.881	—
Valor afegit brut (cost factors) ⁽¹⁾	249.824	254.123	-1,7%

⁽¹⁾ No descomptat IAE.

Font: IDESCAT

Quadre 3.9.1 *Evolució de les magnituds de la indústria vinícola a Catalunya (milers €)*

Principals magnituds	2007	2006	07/06 (%)
Ingressos d'exploració	1.234.991	1.217.557	1,4
Vendes netes de productes	1.019.523	1.000.993	1,9
Persones ocupades	4.300	4.900	-12,2
Nombre d'establiments	284	334	-15,0
Despeses de personal	156.534	153.136	2,2
Consum de primeres matèries	273.663	276.331	-1,0
Valor afegit brut (cost factors) ⁽¹⁾	294.189	249.824	17,8

⁽¹⁾ No descomptat IAE

Font: IDESCAT

3.1.02 Alimentació, begudes i tabac. 2000.

Principals resultats de l'agrupació i de les seves branques.

Milers d'euros

	Indústries càrnies	Indústries làcties	Pa, sucre i cacau	Altr. alim. i tabac	Begudes	Vins i caves	Total agrupació
Nombre d'establiments (*)	740	119	2 025	920	124	332	4 260
Persones ocupades (*)	21,4	4,0	26,4	18,2	5,5	4,2	79,8
Hores treballades (*)	38 459	7 171	47 584	32 364	9 568	7 475	142 620
Ingressos d'explotació	3 924 370	1 005 779	2 242 467	5 913 112	1 830 868	1 111 049	16 027 644
volum de negoci	3 903 865	990 416	2 207 249	5 851 923	1 737 328	1 102 911	15 793 692
vendes netes de productes	3 528 138	785 668	1 858 778	4 608 703	1 423 073	1 031 025	13 235 386
vendes netes de mercaderies	274 988	199 090	328 572	1 148 719	301 214	61 748	2 314 331
prestacions de serveis	100 739	5 658	19 899	94 500	13 041	10 138	243 975
altres ingressos	20 505	15 363	35 218	61 189	93 540	8 137	233 952
Variació d'existències	67 764	-2 752	2 628	4 713	27 729	49 157	149 239
primeres matèries i mercaderies	22 897	917	-2 251	10 329	23 416	14 578	69 886
productes	44 868	-3 669	4 878	-5 616	4 313	34 579	79 353
Despeses d'explotació	3 875 527	931 614	2 133 019	5 689 769	1 654 952	1 048 400	15 333 280
consums i treb. fets per alt. empreses	3 001 704	542 298	1 038 459	4 089 927	921 182	643 772	10 237 342
consum de primeres matèries	2 587 800	355 214	652 198	2 985 205	535 376	438 962	7 554 756
consum d'altres proveïments	94 935	83 443	110 910	206 209	135 114	150 170	780 781
consum de mercaderies	243 984	93 786	248 655	822 782	238 339	47 100	1 694 645
treballs fets per altres empreses	74 985	9 856	26 695	75 730	12 354	7 539	207 160
despeses de personal	413 064	132 035	524 552	533 898	228 868	106 177	1 938 594
sous i salaris	317 860	90 877	387 109	401 841	170 681	80 476	1 448 844
indemnitzacions i càrregues socials	95 204	41 158	137 443	132 057	58 187	25 701	489 750
serveis exteriors	386 566	217 210	488 425	910 974	445 901	267 791	2 716 868
dotacions amortització d'immobilitzat	74 193	40 070	81 584	154 970	59 000	30 659	440 476
Inversió en actius materials	177 897	48 443	93 977	148 036	81 989	54 570	604 912
per tipus d'operació							
adquisicions, prod. pròpia i millores	165 595	54 908	92 463	163 665	93 076	54 236	623 942
adquisicions mitjançant lising	23 430	1 036	8 475	13 792	5 534	2 929	55 196
vendes d'actius (-)	11 129	7 501	6 961	29 420	16 621	2 595	74 226
per classe de béns							
terrenys, béns naturals i construccions	53 633	5 952	6 983	12 845	6 672	16 265	102 349
maquinària, equipament i altres	124 264	42 491	86 994	135 192	75 317	38 305	502 563
Impostos sobre l'activitat productiva	-22 697	-1 717	-30 787	-14 013	133 429	-12 873	51 342
IVA liquidat (règim simplificat)	..	649	873	1 082	24	262	2 889
IVA transferit (règim general)	279 952	73 368	129 261	410 296	243 340	80 672	1 216 888
IVA suportat (règim general) (-)	308 730	78 065	166 857	435 193	272 323	96 812	1 357 980
impostos especials de fabricació	230	158 312	690	159 231
IAE i altres impostos	6 082	2 332	5 936	9 573	4 077	2 315	30 314
Resultat de l'exercici	41 147	37 171	60 185	147 971	102 347	46 804	435 624

(*) El nombre d'establiments s'expressa en unitats; les persones ocupades i les hores treballades, en milers.

3.1.02 Alimentació, begudes i tabac. 2001.

Principals resultats de l'agrupació i de les seves branques.

Milers d'euros

	Indústries càrnies	Indústries làcties	Pa, sucre i cacau	Altr. alim. i tabac	Begudes	Vins i caves	Total agrupació
Nombre d'establiments (*)	740	81	1 174	904	88	350	3 337
Persones ocupades (*)	22,1	4,1	21,2	18,2	5,4	5,2	76,1
Hores treballades (*)	40 185	7 454	37 832	32 055	9 383	8 849	135 757
Ingressos d'explotació	5 145 146	1 185 657	2 234 322	6 295 648	1 953 783	1 241 425	18 055 982
volum de negoci	5 126 385	1 165 712	2 202 316	6 219 005	1 838 578	1 226 521	17 778 519
vendes netes de productes	4 617 239	1 041 059	1 891 780	4 658 255	1 746 946	937 855	14 893 134
vendes netes de mercaderies	316 651	112 739	296 277	1 459 316	78 371	276 398	2 539 751
prestacions de serveis	192 496	11 915	14 259	101 434	13 261	12 268	345 633
altres ingressos	18 760	19 945	32 006	76 643	115 205	14 903	277 463
Variació d'existències	27 288	12 043	4 259	34 878	16 806	27 198	122 472
primeres matèries i mercaderies	10 024	4 045	4 104	31 804	12 744	18 609	81 330
productes	17 264	7 998	155	3 074	4 061	8 589	41 141
Despeses d'explotació	4 911 627	1 101 087	2 045 506	6 000 948	1 779 986	1 100 780	16 939 934
consums i treb. fets per alt. empreses	3 959 007	617 148	1 016 286	4 323 781	974 491	666 631	11 557 343
consum de primeres matèries	3 500 762	437 772	713 198	3 064 870	759 316	287 375	8 763 293
consum d'altres proveïments	104 546	105 798	81 275	233 449	146 165	159 026	830 259
consum de mercaderies	262 810	65 534	203 563	964 757	57 268	194 399	1 748 332
treballs fets per altres empreses	90 889	8 044	18 250	60 705	11 742	25 830	215 460
despeses de personal	437 399	141 214	448 884	563 952	244 220	141 482	1 977 151
sous i salaris	335 865	100 720	344 734	408 610	182 833	108 454	1 481 217
indemnitzacions i càrregues socials	101 534	40 494	104 150	155 342	61 387	33 027	495 934
serveis exteriors	434 602	297 923	493 974	947 307	498 304	254 453	2 926 563
dotacions amortització d'immobilitzat	80 619	44 802	86 361	165 909	62 971	38 214	478 876
Inversió en actius materials	140 366	47 838	105 332	132 195	72 201	84 871	582 804
per tipus d'operació							
adquisicions, prod. pròpia i millores	136 972	53 344	128 031	148 057	84 626	74 809	625 840
adquisicions mitjançant l'asing	17 216	533	6 714	7 778	1 538	13 391	47 170
vendes d'actius (-)	13 822	6 039	29 413	23 640	13 963	3 329	90 207
per classe de béns							
terrenys, béns naturals i construccions	29 750	5 178	38 273	24 342	3 093	34 339	134 974
maquinària, equipament i altres	110 617	42 660	67 059	107 853	69 109	50 532	447 830
Impostos sobre l'activitat productiva	-27 237	5 022	-15 637	-22 475	224 168	6 903	170 745
IVA liquidat (règim simplificat)	992	9 629	4 480	4 707	..	5	19 813
IVA transferit (règim general)	343 842	107 237	133 482	426 861	267 795	110 417	1 389 635
IVA suportat (règim general) (-)	380 276	114 974	159 523	463 557	245 263	117 386	1 480 978
impostos especials de fabricació	365	197 019	11 190	208 574
IAE i altres impostos	8 205	3 130	5 923	9 149	4 617	2 676	33 701
Resultat de l'exercici	97 785	58 588	94 724	178 171	103 818	56 992	590 078

(*) El nombre d'establiments s'expressa en unitats; les persones ocupades i les hores treballades, en milers.

3.1.02 Alimentació, begudes i tabac. 2002.

Principals resultats de l'agrupació i de les seves branques.

Milers d'euros

	Indústries càrnies	Indústries làcties	Pa, sucre i cacau	Altr. alim. i tabac	Begudes	Vins i caves	Total agrupació
Nombre d'establiments (*)	682	119	976	834	87	412	3 110
Persones ocupades (*)	23,6	3,7	20,3	17,2	5,8	4,3	75,0
Hores treballades (*)	42 757	6 760	36 593	30 026	9 806	7 685	133 627
Ingressos d'explotació	4 878 970	1 281 529	1 980 721	5 846 220	2 019 143	1 062 590	17 069 172
volum de negoci	4 858 606	1 257 170	1 956 927	5 757 739	1 914 012	1 050 602	16 795 055
vendes netes de productes	4 300 022	1 032 745	1 735 207	4 497 913	1 603 718	980 180	14 149 785
vendes netes de mercaderies	320 583	216 218	195 802	1 160 596	301 815	62 178	2 257 191
prestacions de serveis	238 001	8 207	25 918	99 230	8 479	8 244	388 079
altres ingressos	20 364	24 359	23 794	88 481	105 131	11 988	274 117
Variació d'existències	10 604	-3 278	16 715	32 651	-1 986	-17 301	37 407
primeres matèries i mercaderies	12 021	-7 429	7 371	23 903	-7 309	-6 278	22 279
productes	-1 416	4 151	9 345	8 748	5 323	-11 022	15 128
Despeses d'explotació	4 662 077	1 232 372	1 916 867	5 589 767	1 828 283	964 654	16 194 020
consums i treb. fets per alt. empreses	3 562 830	715 936	923 074	4 025 800	993 950	579 467	10 801 057
consum de primeres matèries	3 052 490	450 648	706 436	2 820 313	416 660	354 897	7 801 444
consum d'altres proveïments	142 951	96 937	90 532	252 263	262 402	168 713	1 013 797
consum de mercaderies	254 464	157 591	112 169	883 963	302 108	48 924	1 759 218
treballs fets per altres empreses	112 925	10 759	13 938	69 262	12 780	6 934	226 598
despeses de personal	491 468	150 271	445 312	524 491	236 439	120 423	1 968 402
sous i salaris	379 689	98 486	337 072	393 424	178 911	93 343	1 480 925
indemnitzacions i càrregues socials	111 779	51 785	108 240	131 067	57 527	27 079	487 477
serveis exteriors	511 277	298 112	470 545	890 271	529 153	227 470	2 926 828
dotacions amortització d'immobilitzat	96 503	68 054	77 936	149 205	68 741	37 294	497 733
Inversió en actius materials	167 436	29 564	77 516	141 302	84 684	53 238	553 739
per tipus d'operació							
adquisicions, prod. pròpia i millores	148 811	32 720	77 816	161 416	91 766	64 330	576 859
adquisicions mitjançant lasing	31 856	493	9 288	5 508	3 230	2 748	53 123
vendes d'actius (-)	13 231	3 649	9 588	25 622	10 312	13 840	76 242
per classe de béns							
terrenys, béns naturals i construccions	34 550	3 405	8 415	27 310	20 868	21 449	115 996
maquinària, equipament i altres	132 886	26 159	69 101	113 993	63 816	31 789	437 744
Impostos sobre l'activitat productiva	-35 098	-8 666	-32 899	-39 268	203 234	4 865	92 168
IVA liquidat (règim simplificat)	7	15	623	364	1 009
IVA transferit (règim general)	333 774	93 744	144 975	370 167	258 839	84 226	1 285 724
IVA suportat (règim general) (-)	377 291	104 643	184 908	419 570	222 319	89 606	1 398 337
impostos especials de fabricació	373	161 973	6 796	169 141
IAE i altres impostos	8 412	2 217	6 412	9 399	4 742	3 448	34 630
Resultat de l'exercici	112 517	20 567	9	58 262	138 941	28 428	358 724

(*) El nombre d'establiments s'expressa en unitats; les persones ocupades i les hores treballades, en milers.

3.1.02 Alimentació, begudes i tabac. 2003.

Principals resultats de l'agrupació i de les seves branques.

Milers d'euros

	Indústries càrnies	Indústries làcties	Pa, sucre i cacau	Altr. alim. i tabac	Begudes	Vins i caves	Total agrupació
Nombre d'establiments (*)	670	83	921	671	85	391	2 821
Persones ocupades (*)	24,9	3,5	19,6	16,6	5,9	4,5	75,0
Hores treballades (*)	44 999	6 339	34 873	29 698	10 210	7 964	134 083
Ingressos d'explotació	5 152 989	1 163 097	2 016 978	6 533 974	2 131 201	1 107 203	18 105 442
volum de negoci	5 132 944	1 146 061	1 983 651	6 429 839	2 014 465	1 093 327	17 800 286
vendes netes de productes	4 449 537	893 934	1 746 906	5 093 798	1 739 342	947 732	14 871 249
vendes netes de mercaderies	422 343	248 890	219 632	1 225 217	264 663	134 827	2 515 572
prestacions de serveis	261 064	3 237	17 112	110 823	10 461	10 768	413 465
altres ingressos	20 045	17 036	33 327	104 136	116 736	13 876	305 156
Variació d'existències	27 764	-4 803	3 224	78 235	4 464	22 468	131 352
primeres matèries i mercaderies	8 347	544	1 499	47 581	-2 932	8 504	63 542
productes	19 417	-5 347	1 725	30 654	7 396	13 964	67 810
Despeses d'explotació	4 982 747	1 072 088	1 937 376	6 229 049	1 943 673	1 021 638	17 186 571
consums i treb. fets per alt. empreses	3 744 224	615 085	929 412	4 532 643	1 025 082	622 907	11 469 353
consum de primeres matèries	3 110 172	419 552	723 328	3 287 904	530 485	332 251	8 403 692
consum d'altres proveïments	148 268	72 828	73 525	234 729	197 243	167 294	893 887
consum de mercaderies	341 336	114 666	117 768	883 825	268 290	114 762	1 840 647
treballs fets per altres empreses	144 448	8 039	14 791	126 185	29 063	8 600	331 126
despeses de personal	558 357	132 985	444 661	545 446	268 692	122 873	2 073 015
sous i salaris	434 259	93 476	341 997	407 628	194 143	94 740	1 566 243
indemnitzacions i càrregues socials	124 098	39 510	102 664	137 818	74 549	28 133	506 771
serveis exteriors	575 791	269 636	484 534	989 855	566 265	236 662	3 122 743
dotacions amortització d'immobilitzat	104 375	54 382	78 768	161 105	83 634	39 197	521 461
Inversió en actius materials	210 956	29 872	108 494	208 075	96 077	69 619	723 093
per tipus d'operació							
adquisicions, prod. pròpia i millores	191 687	37 397	110 395	221 795	98 214	68 664	728 152
adquisicions mitjançant l'asing	34 366	510	11 358	11 557	3 662	5 950	67 404
vendes d'actius (-)	15 097	8 035	13 259	25 277	5 799	4 996	72 463
per classe de béns							
terrenys, béns naturals i construccions	59 899	-1 321	20 365	67 006	16 189	21 966	184 104
maquinària, equipament i altres	151 058	31 193	88 129	141 069	79 888	47 653	538 989
Impostos sobre l'activitat productiva	-22 621	-7 844	-39 630	-44 929	202 542	-2 021	85 496
IVA liquidat (règim simplificat)	386	168	..	10	565
IVA transferit (règim general)	356 890	83 159	148 284	418 301	267 836	90 016	1 364 485
IVA suportat (règim general) (-)	388 189	93 607	193 009	473 655	234 642	96 839	1 479 941
impostos especials de fabricació	394	163 693	2 019	166 105
IAE i altres impostos	8 678	2 604	4 709	9 863	5 655	2 773	34 282
Resultat de l'exercici	82 529	64 066	41 742	109 811	149 645	46 609	494 402

(*) El nombre d'establiments s'expressa en unitats; les persones ocupades i les hores treballades, en milers.

3.1.02 Alimentació, begudes i tabac. 2004.

Principals resultats de l'agrupació i de les seves branques.

Milers d'euros

	Indústries càrnies	Indústries làcties	Pa, sucre i cacau	Abr. alm. i tabac	Begudes	Vins i caves	Total agrupació
Nombre d'establiments (*)	683	106	955	793	95	357	2 980
Persones ocupades (*)	25,6	4,1	19,4	17,8	5,7	4,6	77,3
Hores treballades (*)	46 003	7 202	34 674	31 500	10 001	8 553	137 933
Ingressos d'exploitació	5 681 875	1 270 400	2 173 641	7 440 294	2 214 168	1 344 065	20 124 443
volum de negoci	5 655 097	1 250 358	2 142 338	7 338 041	2 098 077	1 331 744	19 811 651
vendes netes de productes	5 054 833	990 373	1 854 523	5 887 100	1 885 734	1 155 881	16 828 444
vendes netes de mercaderies	362 514	254 718	277 269	1 315 258	198 954	160 172	2 568 885
prestacions de serveis	237 750	5 265	10 544	133 683	11 389	15 691	414 322
altres ingressos	28 778	20 043	31 305	104 253	118 091	12 322	312 792
Variació d'existències	9 533	5 707	3 062	37 909	13 700	14 770	84 681
primeres matèries i mercaderies	-2 424	5 009	5 334	34 162	8 842	4 263	55 187
productes	11 957	698	-2 272	3 747	4 858	10 507	29 495
Despeses d'exploitació	5 533 207	1 168 778	2 066 774	7 101 971	2 026 668	1 289 197	19 186 593
consums i treb. fets per alt. empreses	4 103 433	646 968	981 119	5 175 517	1 065 728	734 410	12 847 175
consum de primeres matèries	3 600 209	424 749	733 534	3 750 084	580 734	407 012	9 496 312
consum d'altres proveïments	164 753	87 416	79 682	289 701	311 615	240 037	1 153 203
consum de mercaderies	275 661	128 507	147 898	1 004 059	164 640	125 229	1 843 993
treballs fets per altres empreses	152 810	8 297	20 006	151 673	8 749	12 132	353 667
despeses de personal	587 335	153 508	454 859	611 385	258 942	149 489	2 215 518
sous i salaris	455 068	110 364	351 042	459 886	189 879	114 974	1 681 211
indemnitzacions i càrregues socials	132 269	43 144	103 817	151 499	69 063	34 515	534 306
serveis exteriors	637 227	307 183	541 157	1 136 378	619 974	302 721	3 543 637
dotacions amortització d'immobilitzat	115 211	61 116	89 640	179 693	82 025	52 577	589 263
Inversió en actius materials	176 713	51 839	84 851	213 019	116 424	72 568	715 415
per tipus d'operació							
adquisicions, prod. pròpia i millores	154 244	53 180	81 633	216 082	118 714	68 667	690 520
adquisicions mitjançant lliçing	40 990	1 504	29 888	26 201	6 809	13 886	110 276
vendes d'actius (-)	18 521	2 844	17 668	29 263	9 090	7 965	85 380
per classe de béns							
tanmenys, béns naturals i construccions	32 217	6 984	6 401	59 973	22 839	32 938	161 411
maquinària, equipament i altres	144 496	44 856	78 450	153 046	93 585	39 571	554 004
Imposos sobre l'activitat productiva	-42 842	-14 436	-20 969	-37 573	240 446	-12 525	112 100
IVA líquida: (règim simplificat)	-	-	503	996	-	-	1 500
IVA transferit (règim general)	394 969	86 414	141 859	545 408	312 324	86 718	1 567 783
IVA suportat (règim general) (-)	446 279	103 933	168 031	505 134	261 682	108 837	1 683 895
imposos especials de fabricació	-	-	-	328	184 873	5 336	190 538
IAE i altres impostos	8 468	3 082	4 700	10 738	4 930	4 257	36 175
Resultat de l'exercici	115 738	60 615	103 030	130 952	189 008	42 583	612 925

(*) El nombre d'establiments s'expressa en unitats, les persones ocupades i les hores treballades, en milers.

3.1.02 Alimentació, begudes i tabac. 2005.

Principals resultats de l'agrupació i de les seves branques.

Milers d'euros

	Indústries càrnies	Indústries làcties	Pa, sucre i cacau	Altr. alim. i tabac	Begudes	Vins i caves	Total agrupació
Nombre d'establiments (*)	673	111	881	843	98	389	2 995
Persones ocupades (*)	27,4	3,9	18,7	18,2	5,5	5,1	78,7
Hores treballades (*)	49 111	6 864	32 881	32 308	9 844	8 320	139 328
Ingressos d'explotació	6 223 367	1 255 159	2 127 837	7 169 824	2 314 800	1 272 274	20 363 262
volum de negoci	6 188 044	1 242 605	2 099 954	7 045 691	2 193 270	1 252 651	20 022 216
vendes netes de productes	5 329 090	991 180	1 867 044	5 578 610	2 049 761	1 053 701	16 869 385
vendes netes de mercaderies	625 653	244 879	222 749	1 337 075	132 640	182 937	2 745 934
prestacions de serveis	233 301	6 546	10 161	130 006	10 869	16 013	406 896
altres ingressos	35 323	12 554	27 883	124 133	121 530	19 623	341 046
Variació d'existències	24 945	307	-3 976	64 491	-24 978	11 152	71 942
primeres matèries i mercaderies	12 553	1 716	-2 863	24 805	-14 894	854	22 171
productes	12 392	-1 409	-1 113	39 686	-10 084	10 298	49 771
Despeses d'explotació	6 002 118	1 148 735	2 011 259	6 819 485	2 136 907	1 218 071	19 336 575
consums i treb. fets per alt. empreses	4 559 220	655 271	938 083	4 923 271	1 056 492	748 073	12 880 410
consum de primeres matèries	3 701 520	442 883	737 269	3 444 892	603 229	351 881	9 281 673
consum d'altres proveïments	148 084	85 487	73 134	248 481	331 908	241 165	1 128 260
consum de mercaderies	528 363	124 658	112 047	1 072 092	111 101	142 283	2 090 545
treballs fets per altres empreses	181 253	2 243	15 633	157 805	10 254	12 744	379 933
despeses de personal	650 224	150 510	445 281	635 933	273 542	143 113	2 298 602
sous i salaris	504 481	110 833	342 381	480 777	190 645	108 681	1 737 798
indemnitzacions i càrregues socials	145 742	39 677	102 900	155 156	82 897	34 432	560 804
serveis exteriors	664 447	293 683	545 131	1 075 737	718 233	274 827	3 572 059
dotacions amortització d'immobilitzat	128 226	49 272	82 765	184 544	88 640	52 057	585 504
Inversió en actius materials	189 005	39 980	79 038	170 907	121 881	75 414	676 224
per tipus d'operació							
adquisicions, prod. pròpia i millores	171 088	46 088	73 764	205 274	161 897	74 319	732 430
adquisicions mitjançant lísing	29 127	1 340	12 069	10 551	8 819	2 770	64 676
vendes d'actius (-)	11 210	7 449	6 795	44 918	48 835	1 675	120 882
per classe de béns							
terrenys, béns naturals i construccions	41 437	3 608	14 845	28 178	42 364	23 719	154 151
maquinària, equipament i altres	147 567	36 372	64 193	142 729	79 517	51 695	522 073
Impostos sobre l'activitat productiva	-70 832	-14 481	-19 333	-36 246	113 529	-4 598	-31 962
IVA liquidat (règim simplificat)	224	100	323
IVA transferit (règim general)	417 715	89 836	138 609	449 699	260 075	87 863	1 443 796
IVA suportat (règim general) (-)	497 458	107 366	162 356	499 907	302 338	100 832	1 670 257
impostos especials de fabricació	299	149 038	2 822	152 159
IAE i altres impostos	8 912	3 049	4 190	13 564	6 753	5 549	42 017
Resultat de l'exercici	131 128	54 583	43 560	217 449	157 084	50 388	654 191

(*) El nombre d'establiments s'expressa en unitats; les persones ocupades i les hores treballades, en milers.

3.1.02 Alimentació, begudes i tabac. 2006.

Principals resultats de l'agrupació i de les seves branques.

Milers d'euros

	Indústries càrnies	Indústries làcties	Pa, sucre i cacau	Altr. alim. i tabac	Begudes	Vins i caves	Total agrupació
Nombre d'establiments (*)	633	114	930	769	96	334	2 876
Persones ocupades (*)	26,3	3,9	18,9	18,3	5,8	4,9	78,2
Hores treballades (*)	47 144	7 105	33 195	32 590	10 143	8 532	138 709
Ingressos d'explotació	6 390 889	1 255 693	2 332 734	7 608 267	2 387 871	1 217 557	21 193 010
volum de negoci	6 353 185	1 241 198	2 306 655	7 450 077	2 282 325	1 207 259	20 840 699
vendes netes de productes	5 309 664	1 019 294	2 034 487	5 641 214	2 137 153	1 000 993	17 142 805
vendes netes de mercaderies	820 490	216 969	259 552	1 648 138	129 551	194 101	3 268 801
prestacions de serveis	223 030	4 935	12 616	160 725	15 621	12 165	429 094
altres ingressos	37 704	14 495	26 079	158 190	105 546	10 298	352 311
Variació d'existències	26 609	-1 503	1 634	16 989	39 481	32 650	115 860
primeres matèries i mercaderies	6 474	-7 342	173	8 587	1 066	19 768	28 725
productes	20 136	5 839	1 461	8 402	38 415	12 882	87 135
Despeses d'explotació	6 142 535	1 154 376	2 182 052	7 176 329	2 197 755	1 182 447	20 035 495
consums i treb. fets per alt. empreses	4 719 797	663 852	1 016 366	5 137 159	1 004 893	684 379	13 226 447
consum de primeres matèries	3 641 464	464 464	793 392	3 464 140	701 657	276 331	9 341 447
consum d'altres proveïments	169 433	85 524	84 616	266 207	193 605	252 305	1 051 689
consum de mercaderies	688 251	110 793	121 013	1 252 813	91 440	140 702	2 405 012
treballs fets per altres empreses	220 650	3 071	17 346	153 999	18 191	15 041	428 298
despeses de personal	639 013	164 277	483 490	672 021	309 089	153 136	2 421 026
sous i salaris	502 352	115 586	369 977	508 818	202 247	115 441	1 814 423
indemnitzacions i càrregues socials	136 661	48 690	113 513	163 203	106 842	37 695	606 604
serveis exteriors	660 568	279 248	582 328	1 176 097	785 600	291 871	3 775 712
dotacions amortització d'immobilitzat	123 156	46 999	99 868	191 052	98 173	53 061	612 309
Inversió en actius materials	181 046	-15 175	97 406	173 680	997 612	39 352	1 473 921
per tipus d'operació							
adquisicions, prod. pròpia i millores	163 244	43 561	99 280	210 110	1 002 289	40 555	1 559 040
adquisicions mitjançant l'asing	35 016	1 297	11 949	13 035	13 088	3 976	78 361
vendes d'actius (-)	17 214	60 033	13 823	49 465	17 765	5 180	163 480
per classe de béns							
terrenys, béns naturals i construccions	39 503	-52 291	16 156	18 656	78 437	12 715	113 176
maquinària, equipament i altres	141 543	37 116	81 250	155 024	919 175	26 637	1 360 745
Impostos sobre l'activitat productiva	-63 905	-1 768	-26 614	-52 662	236 710	-5 791	85 970
IVA liquidat (règim simplificat)	23	23
IVA transferit (règim general)	428 341	99 343	146 593	497 023	350 316	87 020	1 608 636
IVA suportat (règim general) (-)	501 227	103 859	177 874	562 514	247 984	99 203	1 692 662
impostos especials de fabricació	52	127 692	2 027	129 771
IAE i altres impostos	8 982	2 749	4 644	12 777	6 686	4 365	40 203
Resultat de l'exercici	147 245	70 844	10 104	176 733	170 414	22 923	598 264

(*) El nombre d'establiments s'expressa en unitats; les persones ocupades i les hores treballades, en milers.

3.1.02 Alimentació, begudes i tabac. 2007.

Principals resultats de l'agrupació i de les seves branques.

Milers d'euros

	Indústries càrnies	Indústries làcties	Pa, sucre i cacau	Altr. alim. i tabac	Begudes	Vins i caves	Total agrupació
Nombre d'establiments (*)	628	98	841	767	98	284	2 716
Persones ocupades (*)	27,2	3,5	17,6	17,4	5,6	4,3	75,7
Hores treballades (*)	49 001	6 219	31 070	31 287	9 883	7 845	135 306
Ingressos d'explotació	6 669 483	1 161 245	2 453 256	8 314 854	2 578 884	1 234 991	22 412 713
volum de negoci	6 629 863	1 152 525	2 420 909	8 199 489	2 458 010	1 214 874	22 075 670
vendes netes de productes	5 399 923	1 019 256	2 148 839	6 285 388	2 236 896	1 019 523	18 109 825
vendes netes de mercaderies	950 951	128 429	257 642	1 738 605	205 537	183 085	3 464 248
prestacions de serveis	278 989	4 840	14 428	175 496	15 577	12 266	501 597
altres ingressos	39 621	8 720	32 347	115 365	120 874	20 117	337 043
Variació d'existències	57 326	12 396	15 946	101 728	44 052	2 353	233 801
primeres matèries i mercaderies	27 868	9 445	10 882	47 897	20 467	3 243	119 801
productes	29 458	2 952	5 063	53 831	23 585	- 890	113 999
Despeses d'explotació	6 362 522	1 071 100	2 309 221	8 089 852	2 274 318	1 135 085	21 242 099
consums i treb. fets per alt. empreses	4 784 286	640 066	1 079 752	6 058 242	1 026 206	661 617	14 250 168
consum de primeres matèries	3 614 065	450 948	852 145	4 077 562	700 630	273 663	9 969 014
consum d'altres proveïments	185 031	80 714	96 140	357 584	158 067	235 927	1 113 462
consum de mercaderies	778 483	104 864	111 600	1 472 682	143 523	137 177	2 748 328
treballs fets per altres empreses	206 707	3 540	19 868	150 413	23 986	14 850	419 364
despeses de personal	702 140	123 850	487 852	675 846	300 181	156 534	2 446 403
sous i salaris	552 471	91 784	373 659	504 581	216 689	119 210	1 858 394
indemnitzacions i càrregues socials	149 669	32 066	114 193	171 265	83 492	37 324	588 008
serveis exteriors	736 016	269 464	627 437	1 168 904	842 845	274 418	3 919 084
dotacions amortització d'immobilitzat	140 080	37 720	114 181	186 860	105 087	42 516	626 444
Inversió en actius materials	268 787	-34 438	67 848	172 168	196 380	48 953	719 698
per tipus d'operació							
adquisicions, prod. pròpia i millores	220 484	32 453	97 824	189 045	224 136	61 662	825 604
adquisicions mitjançant l'asing	69 533	417	16 379	18 872	11 115	2 761	119 077
vendes d'actius (-)	21 230	67 307	46 355	35 749	38 871	15 470	224 983
per classe de béns							
terrenys, béns naturals i construccions	84 044	-56 610	5 581	36 743	1 153	18 556	89 466
maquinària, equipament i altres	184 743	22 172	62 267	135 425	195 227	30 397	630 232
Impostos sobre l'activitat productiva	-65 737	-2 739	-34 207	-43 681	164 635	6 400	24 672
IVA liquidat (règim simplificat)	152	63	215
IVA transferit (règim general)	446 478	94 843	164 087	529 106	299 624	96 642	1 630 779
IVA suportat (règim general) (-)	521 996	100 576	203 433	587 030	278 838	95 628	1 787 500
impostos especials de fabricació	136 634	1 509	138 144
IAE i altres impostos	9 781	2 994	4 987	14 180	7 215	3 877	43 034
Resultat de l'exercici	155 351	106 344	29 331	137 853	126 744	61 232	616 855

(*) El nombre d'establiments s'expressa en unitats; les persones ocupades i les hores treballades, en milers.

9.4. ANEXO IV: Visita a Freixenet

Benvingut

a

Freixenet

Vol submergir-se en el món màgic de les bombolles?

A Freixenet el convidem a passejar-se pel cor de les nostres caves, en les quals podrà descobrir els secrets que envolten una llarga tradició familiar dedicada al món vitivinícola.

Durant la visita, d'1h 30 min. de durada aproximada, podrà gaudir de:

- Audiovisual
- Visita a les caves
- Degustació Cava Freixenet
- Visita botiga "Dolores Ferrer by Freixenet"

Hora de la visita:.....



Instruccions de seguretat durant la visita

Segueixi les instruccions del guia en tot moment.

Resti sempre unit al grup.

No toqui ampolles ni cap altre material.

Durant el trajecte en tren mantinguis dins del perímetre de la cabina sense treure els braços.



Freixenet - c/ Joan Sala, 2 - Sant Sadurní d'Anoia - Barcelona - Tel. 93 891 70 96



Descubra la tradición y la cultura del mágico mundo del Cava

Claudia Ciscar

España

Sant Sadurní d'Anoia, a 24/06/2010

Asunto: Confirmación de reserva

Estimado/a Señor/a,

De acuerdo con su solicitud para realizar una visita a nuestras cavas, pasamos a comunicarle los datos de su reserva. Por favor, compruebe que son correctos:

Nº de reserva: 11952

Idioma visita: Castellano

Fecha	Hora	Actividad	Tarifa	Precio	Nº Pers.	Importe
25/06/2010	11:00	Visita Enoturística Freixenet		6,00	2	12,00
Importe total reserva.....						12,00

Tel.: 677372856
Forma de pago: Cash

IMPORTANTE:

Para garantizar el buen funcionamiento de nuestra programación, rogamos nos avise de cualquier cambio en los datos de su reserva.

Agradeciéndole de antemano que tenga presente estas indicaciones, esperamos que disfrute de la visita.

Atentamente,

Freixenet Departamento de Enoturismo

C/ Joan Sala, 2
08770 – Sant Sadurní d'Anoia
(Barcelona)
Tel: 938917096 Fax: 938917077 E.mail: enoturismo@freixenet.es

