



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Título del trabajo:

Perfil de
crecimiento y supervivencia de las
empresas vinícolas en Aragón
y la Rioja en la última década.

Profile of
growth and survival of wine companies in
Aragon
and La Rioja in the last decade

Autor:

Cristina Fernández Bescós

Director:

Yolanda Fuertes Callén

Universidad de Zaragoza / Facultad de economía (2020)

Índice:

1. Presentación y objetivos del trabajo	4
2. La riqueza de las empresas	6
3.El sector vinícola nacional.....	8
3.1.Sector vinícola en España.....	8
3.2. Sector vinícola en Aragón	9
3.3.Sector vinícola en La Rioja.....	11
4.Crisis del 2008 en el sector vinícola.....	14
5.Trabajo empírico.....	17
5.1.Muestra de las empresas y metodología	17
5.2.Análisis de las empresas del sector constituidas en Aragón y La Rioja en el periodo 2008-2019.....	19
5.3.Tasa de supervivencia de las empresas del sector vinícola creadas en el periodo 2008-2019.....	20
5.4.Características de las empresas del sector que no han sobrevivido.....	24
6.Análisis económico-financiero del sector vinícola durante el periodo 2008-2018.	26
6.1.Análisis de las masas patrimoniales	26
6.2.Análisis de la situación financiera	31
6.3.Influencia de las características empresariales en los resultados del sector.	38
6.3.1. Resultado del ejercicio en función del número de empleados.....	38
6.3.2.Resultado del ejercicio en función de la actividad exterior	40
6.3.3.Resultado en función de la pertenencia a un grupo	41
6.3.4.Resultado del ejercicio en función de la edad de la empresa.....	42
7.Conclusiones.....	44
8.Bibliografía.....	46

Resumen del trabajo

La industria del vino tiene gran relevancia en la economía de nuestro país, debido a su valor económico, social, cultural y medioambiental. España es el país con mayor superficie vitícola y el primer país productor de vino del mundo. Por ello, a pesar de haber sido afectado durante los años de la última crisis económica, continúa siendo uno de los pilares.

Este trabajo comienza exponiendo la situación del sector vinícola a nivel nacional, y en especial en las dos regiones objeto de estudio, la Rioja y Aragón, a lo largo de la última década, examinando las consecuencias de la crisis económica del 2008 en el sector. Posteriormente se lleva a cabo un análisis empírico que consta de dos partes, en la primera de ellas se analiza el perfil y tasa de supervivencia de las empresas creadas desde la crisis financiera de 2008 en Aragón y La Rioja. En la segunda parte del estudio se realiza un análisis económico financiero del sector vinícola de La Rioja y Aragón, durante el periodo 2008-2018. Por último, se analiza la influencia de determinadas características empresariales, como el tamaño, la edad, pertenencia a un grupo a la realización de actividad exterior, en los resultados obtenidos por las bodegas de Aragón y La Rioja durante el periodo analizado.

Abstract:

The wine industry has great relevance in the economy of our country, due to its economic, social, cultural and environmental value. Spain is the country with the largest wine-growing area and the first wine producing country in the world.

Therefore, despite having been affected during the years of the last economic crisis, it continues to be one of the pillars.

In this work, we begin by making reference to Adam Smith and the wealth of nations, as well as an analysis of the national, La Rioja and Aragonese sectors at present and the consequences of the crisis on the sector. We then go on to make an empirical analysis of the companies recently created after the financial crisis of 2008 in Aragon and La Rioja, also an economic and financial study of the entire wine sector of La Rioja and Aragon, not limiting ourselves to the companies created in 2008, but of any year of creation. Finally, the relationship between the results of wineries throughout Aragon and La Rioja with variables that lead to an increase in their results will be studied, thus specifying certain variables that increase the probability of growth of companies in Aragon and La Rioja throughout the period analysed.

1. Presentación y objetivos del trabajo

Este trabajo pretende analizar el sector vinícola desde una muestra representativa de dos comunidades autónomas importantes del sector, La Rioja y Aragón, tratando de analizar así cual ha sido el perfil económico financiero de sus empresas durante la última década de 2008-2018, tanto el perfil de las empresas de reciente creación como el perfil de las empresas que llevan toda una vida en el sector. El horizonte temporal del estudio abarca etapas muy diferentes en la situación económica nacional, periodo precrisis, crisis y postcrisis.

En primer lugar, comenzamos referenciando la obra de Adam Smith “La riqueza de las naciones” (la cual explica los factores de éxito y de fracaso de las naciones), haciendo una alegoría y llevándolo al terreno empresarial, y por lo tanto a los factores que provocan el éxito de las empresas que podríamos llamar: “La riqueza de las empresas”.

Este concepto resulta interesante enlazarlo con los factores de éxito y fracaso de las empresas. Consideramos que un país es como una gran empresa a menor escala, ambos buscan riqueza y un valor añadido (incremento del PIB y beneficios), tienen que tener en cuenta exportaciones e importaciones (input, output y ventas), el bienestar de su sociedad (RSC y RRHH) y atraer inversiones como método de crear riqueza.

Gran parte de la riqueza de un país proviene de la capacidad de crear riqueza y valor añadido de las empresas de dicho país; así que podemos decir que gran parte de la riqueza de un país proviene de la riqueza de sus empresas. Por lo tanto, analizar el factor de éxito de un país nos puede servir en gran medida a analizar el de una empresa. Posteriormente, analizar si un pensador clásico como Smith consigue adelantarnos, los factores que luego contrastaremos con datos históricos y variables de comportamiento, de las compañías del sector vinícola que han provocado mayor crecimiento en el sector.

Tras la explicación de la paradoja de “La riqueza de las naciones”, este trabajo presenta el panorama del sector vinícola nacional, riojano y aragonés, en la última década, en particular los efectos económicos a los que se tuvo que enfrentar el sector durante el periodo de crisis económica, y sus consecuencias.

El estudio empírico desarrollado en este trabajo se estructura en dos partes, en la primera se analizará la situación de aquellos negocios que, a pesar de la difícil situación experimentada durante el periodo de crisis financiera del 2008, apostaron por

emprender. Para ello, analizaremos las características, perfil y tasa de supervivencia de las empresas creadas en el periodo 2008-2018 en La Rioja y Aragón en el sector vinícola.

En la segunda parte del estudio analizaremos el perfil económico-financiero del conjunto de empresas vinícolas sin distinguir entre las recién creadas y las que llevan más de cincuenta años en el sector, ubicadas en Aragón y la Rioja durante el periodo 2008-2018 que se dividirán en diferentes subperiodos. Posteriormente estudiaremos la influencia de diferentes características empresariales como la edad, tamaño, pertenencia a grupo y actividad exterior en los resultados obtenidos.

En primer lugar, se hará una referencia a Adam Smith, posteriormente una introducción del sector vinícola nacional, de La Rioja y de Aragón actualmente y las consecuencias que tuvo la crisis de 2008 en este sector.

Más tarde el trabajo empírico comienza con el análisis de las empresas de Aragón y La Rioja creadas a partir del 2008, analizando las tasas de supervivencia de la muestra y las características de las que han quebrado desde 2008 hasta hoy.

En la segunda parte empírica se hace un análisis económico financiero de todas las empresas de Aragón y La Rioja con independencia del año de su nacimiento y la relación entre los resultados de las empresas de la muestra y ciertas variables que podrían ser determinantes para el crecimiento de una empresa.

Por último, se recogerán las conclusiones extraídas a lo largo de todo el trabajo.

2. La riqueza de las empresas

Adam Smith, economista y padre de la economía moderna, nos puede adelantar cuales son las principales razones por las que una empresa pasa a tener éxito, es solvente o tiene una ventaja sostenible a lo largo del tiempo. En su obra “La riqueza de las naciones” (Smith, 1776) Smith nos acerca a lo que en la época de publicación del libro es una revolución, añadiendo conceptos que hoy día son de lo más cotidiano en el mundo empresarial, conceptos como, valor añadido, especialización y ventaja competitiva.

En este apartado adelantamos cuales pueden ser las causas de éxito de una compañía desde la alegoría entre una empresa y un país.

Hay que ser conscientes de que existen variables comunes a todas las empresas y formas de actuación que se pueden extrapolar a la mayoría de sectores con el fin de obtener mayores beneficios, pero desde luego, no hay una única receta ni un santuario que llevando a cabo 10 puntos obtienes el éxito.

Existen ciertos factores que pueden ser más útiles en un sector que en otro, y por esa misma razón no todos son útiles en cualquier sector.

Como se ha explicado en la introducción, una empresa se puede asemejar mucho a un país en mayor escala y rasgos. Tienen como objetivo sacar los máximos resultados de unos recursos limitados y conseguir el mayor crecimiento a su alcance.

Los principales factores que Smith analiza como factores de éxito que se pueden aplicar al símil empresa-país son los siguientes:

- La división del trabajo como fuente de una mayor productividad que lleva consigo un incremento del valor añadido en los productos o un descenso de los costes respecto a los competidores y por lo tanto proporciona una mayor ventaja competitiva.
- Desarrollo del comercio exterior como parte fundamental de la acumulación de riqueza. En el caso vinícola, la exportación es una de las principales actividades que mayores ingresos genera a las empresas dedicadas a la comercialización de este producto.

- Desarrollo del dinero, podría asemejarse tanto a una empresa que se dedica parcialmente o principalmente a exportar o a empresas que tienen inversiones financieras externas tanto de productos financieros como inversiones en otros sectores a su principal actividad de explotación. Para esta, es necesario diversificar sus inversiones y protegerse de las posibles fluctuaciones de la divisa, ya que puede provocar incertidumbre en las futuras operaciones, por ello buscan asegurarse en mercados estables. Estos mercados estables no solo buscan la seguridad de una divisa, como ya sabemos, el riesgo político, el riesgo país riesgo crediticio, de mercado, de liquidez, de interés, operacional y otros muchos más son la clave de las empresas para posicionarse en un mercado u otro y asentar tanto sus inversiones como sus transacciones mercantiles con el objetivo de ver su dinero sólido y, en el mejor de los casos aumentado.
- Crecimiento del ahorro e inversión. Como ya sabemos el ahorro se traduce en inversión y esta inversión es uno de los elementos que posibilita hacer crecer el negocio ya sea una inversión en marketing, I+D+i o en nuevos y mejores procesos productivos.
- Equilibrio entre oferta y demanda, este concepto puede equivaler al punto muerto de una empresa, donde si la producción se excede de dicho punto puede conllevar a un aumento de los costes por unidad. Se centra en aprovechar las economías de escala, no verse perjudicado por las economías ineficientes y la no acumulación de existencias que conlleva unos costes de mantenimiento extras provocando así almacenar un producto o bienes intermedios más de lo necesario y perjudicando el resultado final de explotación.

Este tipo de variables son las que Adam Smith nos proporciona y adelanta al objetivo principal de este trabajo, y que podemos asemejar al tejido empresarial.

En los apartados posteriores de este trabajo se va a llevar a cabo el estudio empírico de la muestra de empresas vinícolas españolas (concretamente en Aragón y La Rioja) que demuestre si estas variables se pueden aplicar al sector vinícola y si existen otras variables de relevancia para el éxito empresarial de una empresa vinícola en la zona geográfica concreta del estudio.

3.El sector vinícola nacional

3.1.Sector vinícola en España

El sector vinícola español recoge el 13 por ciento del total mundial de hectáreas dedicadas a la fabricación del vino. Siendo el tercer productor mundial¹ de esta bebida tan representativa de la marca España en el mundo. A pesar de ser el tercer productor a nivel internacional, es el líder de exportaciones en los mercados internacionales².

El gran potencial que tiene este sector español frente al resto del mundo, es tan potente que el 71% de los viñedos españoles son exportadores de este producto, y los primeros en cuestión de volúmenes (hectolitros) siendo responsables de que un 25 por ciento de la producción del vino en Europa sea por parte de España³.

La fabricación de vino español afecta a las diecisiete comunidades autónomas, propiciando una barrera ante la despoblación de las zonas más rurales, no se exporta únicamente el producto si no, todo lo que lleva consigo.

En las últimas décadas hemos experimentado un turismo de calidad que está relacionado con la experiencia gastronómica y cultural que conlleva el vino español denominado “enoturismo”⁴.

¹ Véase <https://www.verema.com/blog/verema/1157612-10-mejores-regiones-productoras-vino-mundo>

² Véase https://elpais.com/economia/2018/04/26/actualidad/1524755902_232432.html

³ Véase <http://www.fev.es/sector-cifras/>

⁴ Véase https://elpais.com/economia/2019/10/24/actualidad/1571926836_472821.html y <https://www.verema.com/blog/enoturismo/1151260-enoturismo-esta-auge>

3.2. Sector vinícola en Aragón

El vino aragonés, a pesar de estar en la media española en cuanto a producción, ventas y cuota de mercado, sigue siendo un sector estratégico de la Comunidad Autónoma.

Poco apoco a pesar de sus cifras respecto a los grandes productores españoles, el vino aragonés intenta competir en el mercado y ocupar una mayor cuota.

Aragón cuenta con cuatro Denominaciones de Origen Protegidas, estas etiquetas se distinguen por territorios dentro de la misma CCAA, clasifica los vinos según el territorio donde se ha cultivado la uva, ya que las condiciones climáticas del cultivo. Estas denominaciones de origen como en el caso de La Rioja son un gran activo, ya que en el caso de Aragón suponen el 80% de sus ventas⁵.

Poco a poco Aragón está tomando un recorrido enfocado cada vez más a la exportación, a día de hoy entorno al 40% de la producción de vino en Aragón se exporta en nuestra comunidad, el gobierno autonómico también genera subvenciones para el sector vinícola, promocionadas también por la Unión Europea.

Tabla 3.2.1. Cuotas de mercado de los vinos aragoneses con D.O. en una cadena de distribución de Zaragoza (% sobre el valor de ventas)

AÑO	1997	1999
Somontano	23,66	24,41
Campo de Borja	5,27	9,13
Calatayud	1,92	4,02
Cariñena	23,31	24,28
Rioja	31,07	24,16
Otras D.O.	14,76	14
TOTAL	100	100

Fuente: Albisu, Luis Miguel; Meza, Liliana. Evaluación de la campaña de promoción "Alimentos de Aragón con Denominación de Origen y calidad certificada" realizada en 1997. Zaragoza: SIA, 1998. P.26.

⁵ Véase http://www.acenologia.com/ciencia63_02.htm

Como apreciamos en la **tabla 3.2.1**, las D.O de Aragón son preferidas en el territorio aragonés respecto al potente vino riojano, acaparando casi un 50% de las ventas los vinos de la tierra Somontano y Cariñena.

El mercado por excelencia donde las bodegas aragonesas tienen una mayor cuota de mercado es en el aragonés. Donde el cliente está cada vez más sensibilizado con las denominaciones de origen que pertenecen a las bodegas aragonesas.

Tabla 3.2.2. Percepción de los vinos de Aragón en la Comunidad Aragonesa.

Percepción del vino en la Comunidad Aragonesa (%)	Calidad muy buena	Calidad buena	Evolución favorable en los 5 años superiores	TOTAL
Calatayud	11	45	37	93
Campo de Borja	17	59	48	124
Cariñena	32	55	53	140
Somontano	40	55	70	165
TOTAL	100	214	208	522

Fuente: Albisu, Luis Miguel; Meza, Liliana. Evaluación de la campaña de promoción "Alimentos de Aragón con Denominación de Origen y calidad certificada" realizada en 1997. Zaragoza: SIA, 1998. P.26.

En la **tabla 3.2.2**. Se vuelve a ver como los aragoneses valoran el Somontano y el Cariñena como los dos mejores vinos del mercado aragonés en cuanto a calidad y evolución del vino en los últimos años. Esta valoración en el mercado aporta a dichos vinos un valor añadido que conlleva una ventaja competitiva sostenible de estas empresas fabricantes respecto al resto de competidores con otras D.O. aragonesas.

Esta ventaja competitiva se traduce en un mejor posicionamiento de los productos Somontano y Cariñena y que a su vez reporta mayores ingresos y un perfil de cliente más fiel a este tipo de D.O. que a otras del sector.

En cuanto a la inversión en I+D+i del sector está poco enfatizada, ya que de por sí, el sector vinícola es un sector tradicional y, de hecho, el producto en muchas ocasiones gana más valor cuanto más tradicional se considere la bodega. Sin embargo, la inversión en I+D+i beneficia a cualquier sector, haciéndolo más eficiente por muy tradicional que

sea. La tradición y la inversión en desarrollo no debería ser excluyente⁶, sino como una forma de producir un bien tradicional más eficientemente.

En este caso de innovación dentro de un sector tradicional, destaca la bodega Sommos en Aragón, una bodega del grupo Costa creada en 2008 y que a día de hoy es un ejemplo de innovación y competitividad que exporta a treinta países y que atrae a miles de enoturistas gracias a su visión vanguardista que ha provocado que se considere la segunda mejor bodega del mundo por la peculiaridad innovadora de sus instalaciones⁷.

3.3.Sector vinícola en La Rioja

El vino de La Rioja es uno de los más reconocidos tanto a nivel nacional como internacional.

La Rioja, a pesar de ser una de las CCAA que más fama tiene respecto a la producción y comercialización de vinos, es la quinta comunidad autónoma del ranking en producción de vinos en España⁹ y la tercera con mayor cuota de mercado en venta de vinos¹⁰ y la tercera con mayores ingresos¹¹. Por lo tanto, a pesar de que su producción e ingresos estén menos correlacionados respecto al resto de CCAA que le superan en el ranking. Lo que estos datos nos indican es que, a pesar de vender menos, su valoración monetaria en el mercado es muy superior a la del resto de comunidades, que producen mayores cantidades, pero ingresan menos.

⁶ Véase <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2016/05/08/inversion-i-riego-inteligente-permite-obtener-vinos-mas-calidad-847366-300.html>

⁷ Véase <https://www.thedrinksbusiness.com/2015/04/top-10-architectural-wonders-of-the-wine-world/3/>

⁹ Véase <https://www.vinetur.com/2015021118163/cuales-son-las-comunidades-que-producen-mas-vino.html>

¹⁰ Véase <https://www.vinetur.com/2012111310332/ranking-de-las-comunidades-autonomas-que-mas-vino-exportan.html>

¹¹ Véase <https://www.tecnovino.com/mas-ingresos-para-catorce-comunidades-autonomas-en-un-2017-record-para-las-exportaciones-de-vino-espanol/>

Ilustración 3.3.1. Valoración en euros y en volumen de litros del vino en el mercado exterior en 2017

Export. españolas de vino, mosto y vinagre Año 2017 - VALOR € Fuente: Datos AEAT; elaboración OeMv			Export. españolas de vino, mosto y vinagre Año 2017 - VOLUMEN LITROS Fuente: Datos AEAT; elaboración OeMv		
	Año 2017	Var. 16/17		Año 2017	Var. 16/17
CLM	804.352.056	17,6%	CLM	1.489.798.605	3,6%
Cataluña	627.909.850	1,5%	Valencia	337.507.350	7,6%
La Rioja	335.175.443	1,0%	Cataluña	230.143.911	0,2%
Valencia	273.174.058	20,3%	Extremadura	200.631.846	10,1%
País Vasco	211.720.936	1,0%	Murcia	161.549.087	3,6%
Murcia	190.782.328	10,5%	La Rioja	107.616.977	-4,7%
Castilla y León	176.446.799	14,3%	Andalucía	75.254.353	-9,7%
Andalucía	126.880.769	-4,4%	Aragón	64.179.959	-2,8%
Aragón	124.162.538	4,9%	País Vasco	58.799.276	-1,0%
Extremadura	102.214.357	26,9%	Navarra	34.773.670	-9,9%
Navarra	81.632.357	4,9%	Castilla y León	33.492.217	11,6%
Madrid	55.707.623	7,2%	Galicia	29.037.923	8,3%
Galicia	50.617.305	17,1%	Madrid	26.649.343	7,6%
Islas Baleares	7.855.482	17,0%	Islas Baleares	844.854	-5,8%
Islas Canarias	4.554.494	-2,3%	Islas Canarias	520.543	-6,1%
Asturias	1.325.087	-37,4%	Asturias	354.642	-41,9%
Cantabria	192.243	554,6%	Cantabria	70.379	1544,0%
Otros	11.536.630	18,1%	Otros	1.315.885	-5,3%
Total España	3.186.240.354	8,9%	Total España	2.852.540.820	3,2%

Fuente: OeMv

La Denominación de Origen (D.O.) es el sello con el que se reconoce que el producto (en este caso el vino) está elaborado bajo una serie de requisitos y garantías que aseguran la calidad del mismo.

Esta insignia del mundo del vino es bastante importante y muy valorada por expertos y consumidores, ya que se considera un sello de garantía que aporta un valor añadido al vino en cuestión respecto de los competidores sin esta peculiaridad.

Esta D.O. es tanto una ventaja de marketing como de un incremento del valor añadido del consumidor, que permite incrementar el precio de los productos con este certificado de calidad y propicia una ventaja sostenible para la empresa productora.

D.O Y D.O.Ca

En el caso de La Rioja, no solo la mayoría de sus vinos gozan del sello de garantía D.O., sino que ha llegado a alcanzar varios de ellos la D.O.Ca (Denominación de Origen Calificada), un sello aún más valorado.

Esta denominación de origen calificada requiere unos requisitos más exigentes¹² que la denominación de origen, la D.O.Ca busca premiar la excelencia por tantos años de compromiso con la calidad de ciertas bodegas.

La Rioja ha sido la primera comunidad en recibir este certificado en 1991, debido a su excelencia en la labor y dedicación como productores de vino.

Tanto de la D.O. como de la D.O.Ca , La Rioja es una de las CCAA que más se beneficia de esta seña de identidad, la cual es un gran activo intangible que proporciona miles de beneficios al año en esta industria.

Proyectos para la promoción y calidad de su vino

El Gobierno autonómico ha llevado a cabo grandes proyectos como el “Oidio detection”¹³, dedicados a una mejora de la producción invirtiendo en la mejora de herramientas para evitar el Oídio en la vid¹⁴. Tanto este proyecto como todas las ayudas a las bodegas y los movimientos culturales que promueve el gobierno autonómico son muchas de las demostraciones de como el ayuntamiento de La Rioja y toda la comarca es consciente del impacto que supone este sector en el territorio.

Toda la cultura asociada al vino, la vendimia y a la uva se puede apreciar en eventos promovidos por las administraciones públicas con el fin de atraer a cientos de personas hasta La Rioja para disfrutar de experiencias tanto gastronómicas como culturales. Algunos de estos eventos son:

¹² Los requisitos para a D.O.Ca, el vino ha tenido que ser diez años consecutivos D.O. con máximas tasas de calidad y un control del proceso ligado a unas exigencias específicas.

¹³ Oidio detection es un proyecto destinado a mejorar la calidad de la uva, para ello buscan herramientas para la detección y prevención temprana de la enfermedad de Oídio en la vid para que la cosecha sea de la mayor calidad posible y se desperdicie el menor número de hectáreas posibles por consecuencia de este hongo en la vid.

¹⁴ Enfermedad producida por un hongo, el cual estropea la cosecha debido a que pudre la uva y esta no puede ser utilizada en el proceso de vendimia.

- El pisado de la uva en San Mateo
- Riojano joven y fresco
- La batalla del vino de Haro.

Gracias al reconocimiento que la región le da al vino como motor principal de su economía y desarrollo cultural, esta CCAA pone todos los recursos posibles a su alcance en despuntar en aquello que tienen una ventaja comparativa respecto al resto.

Al ser conscientes de lo que supone el vino en su región, La Rioja se centra en innovación y proyectos dedicados al sector vinícola ya que este tipo de inversiones hacen mejorar su capacidad como principales productores, mejoran la calidad tanto de la uva como del proceso productivo centrándose en una estrategia de crecimiento especializado y apostando por un mayor valor añadido.

La Rioja es consciente de todo lo que supone el sector vinícola tanto económica como culturalmente, y gracias a ello, la tierra del vino por excelencia, sabe que apostar en inversión, promoción e innovación hoy, es apostar por un futuro mejor mañana.

4.Crisis del 2008 en el sector vinícola

La crisis económica que estalló en España en 2008 afectó a todos los sectores directa o indirectamente e independientemente del tamaño de la empresa, afectó en gran medida a pequeñas y medianas empresas ya que muchas no tenían la capacidad financiera ni operativa para hacer frente a semejante crisis, no obstante las grandes empresas también se vieron perjudicadas a pesar de tener mayores herramientas para solventar la caída de sus beneficios y por eso mismo sus pérdidas fueron notables, pero no hasta el punto de quiebra de muchas de las pymes.

El vino en sí no es un producto de primera necesidad ya que no es un producto que se necesite para subsistir. Como ya conocemos, los productos de primera necesidad tienen una demanda inelástica, por lo que la crisis pudo afectar en menor medida a estos productos básicos. Sin embargo, aunque el vino no es un producto básico para la

subsistencia del ser humano, si se encuentra en el cálculo del IPC como uno de los productos esenciales de la cesta¹⁵.

Llegados a estos datos, sumando que el vino forma parte inherente de nuestra cultura gastronómica, podemos llegar a la conclusión de que, aunque no sea un bien estrictamente necesario para la supervivencia del día a día, un descenso de los ingresos provocará que los españoles compren un vino de otra marca de menor calidad, pero no dejarán de consumir por completo el producto.

Como podría pasar en otros bienes denominados de lujo o que no sean de tanta estricta necesidad.

Este hecho puede verse plasmado muy claramente con un ejemplo tan reciente como el de esta última crisis sanitaria del Covid-19, donde el consumo de bebidas alcohólicas, no se ha visto mermado, sino que el consumo se ha disparado hasta más de un 50% durante el periodo de cuarentena¹⁶.

Volviendo a la crisis financiera de 2008, las causas más específicas de que el sector vinícola se viera afectado por la recesión fueron:

La subida del precio del crudo, elemento principal para el transporte tanto de la materia prima como del producto final, así como también un material necesario para la fabricación del recipiente donde se embotella el vino. Todo esto conlleva un incremento de los costes que genera un margen de beneficios mucho menor y/o el encarecimiento del producto. Lo cual no es apropiado para la compañía de ninguna de las maneras, ya que en medio de una crisis financiera donde los consumidores descienden su consumo el aumento de precio del bien propicia una mayor caída de las ventas.

El descenso del gasto en actividades de ocio como salir a cenar, descenso de la actividad en los bares y menor actividad en los hoteles produjo un descenso aún mayor de uno de los principales canales de venta de las compañías, el sector servicios

¹⁵ Véase https://www.ine.es/prensa/ipc_base_2016.pdf y <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/espana?sc=IPC-ByT>

¹⁶ Véase https://www.antena3.com/noticias/economia/aumenta-consumo-alcohol-confinamiento-coronavirus_202004235ea1793964242d00016b43e7.html

hostelero. Estos sectores son los que cubren en mayor proporción los ingresos de las bodegas. Al verse afectados los sectores complementarios a las empresas de elaboración de bebidas alcohólicas como el vino, la principal consecuencia directa es un descenso de ingresos por parte del mismo sector.

La caída de los comercios que ofrecen este tipo de bebidas afecta a las últimas fases de la cadena de valor y, por ende, al consumidor final, ya sean minoristas o personas individuales.

El tipo de cambio de divisa, la cual durante la crisis se vio afectada debido a la apreciación del euro respecto al dólar. Este riesgo-divisa hace aún menos competitivo a los productores y distribuidores del sector nacional en el mercado internacional (recordemos que el vino español se discute entre el segundo y tercer puesto de productor mundial de vino en el mundo).

A esto se le suma que uno de sus principales mercados fuera de España es EEUU, por lo que pierde poco a poco a uno de sus mayores clientes extranjeros.

Cambio del dólar respecto al euro la depreciación del dólar respecto al euro hace a los productores europeos entre ellos España que el precio del vino sea menos competitivo siendo que EEUU es uno de los mercados con grandes fans en sus filas. El mercado entorno a los 18 años y 30 de los jóvenes españoles no toman tanto vino¹⁷, de hecho, el 50% de la producción se destina clientes mayores de 50 años.

En cambio, en mercados como EEUU y Reino Unido los consumidores habituales de vino son mucho más jóvenes que en España, donde la edad media del consumidor de vino es mucho menor, rondando los 25 años.

El último factor no es exclusivo de la crisis, pero al agravarse las consecuencias de la crisis en el sector debido a no haberlo potenciado durante los años previos a la crisis, esta herramienta no utilizada con antelación ha propiciado que las consecuencias se acrecienten. La inversión en marketing del vino español es bastante débil por lo general,

¹⁷ Véase <https://www.elindependiente.com/economia/2017/04/19/consumo-vino-espana-amenazado-rechazo-los-jovenes/>

existen ciertas campañas publicitarias puntuales (a excepción de la gran inversión en marketing de Ramón Bilbao¹⁸) pero por lo general no se invierte en marketing más que sus principales competidores italianos.

El vino español está muy valorado por los grandes expertos en materia, pero a pesar de los méritos propios del producto que hace que se venda por sí solo, las entidades no invierten la suficiente parte de su presupuesto en marketing.

Por último, gracias al programa de Apoyo al sector vinícola de la Unión Europea, la Comisión Europea ha lanzado un plan de ayudas, aprobado por el consejo de ministros, un real decreto para el sector vinícola español en el periodo 2019 a 2023 ¹⁹ . Este programa de apoyo al sector se materializa con subvenciones al sector destinadas a una mejor y más eficiente producción y comercialización exterior del vino y con el principal objetivo de hacer del sector vinícola español un sector más fuerte, próspero y competitivo en los mercados internacionales.

5.Trabajo empírico

5.1.Muestra de las empresas y metodología

En este apartado procedemos a analizar la muestra de empresas analizadas, las fuentes de información utilizadas y la metodología utilizada para llevar a cabo el estudio.

La fuente utilizada es la base de datos SABI.

El trabajo empírico se divide en dos partes:

La primera de ellas consiste en el análisis de las empresas de reciente creación en las comunidades de Aragón y La Rioja y el análisis de la supervivencia del sector en estas dos CCAA.

La población objeto de estudio se basa en las empresas creadas desde el 1/1/2008 hasta el 31/12/2019. Este horizonte temporal se subdivide en dos, el primero de 2008 a 2013

¹⁸ Véase <https://www.marketingenpersona.com/como-se-consigue-ser-una-de-las-marcas-de-vino-mas-vendidas-caso-de-exito-ramon-bilbao/>

¹⁹ Véase https://www.mapa.gob.es/es/prensa/191025cmmejorasprogramaapoyosectorvitivinicola2019-2023_tcm30-520286.pdf

como periodo de crisis y recuperación y el segundo subperiodo como años 2104 a 2019 como años posteriores a la crisis.

De ellas hemos filtrado aquellas compañías que tienen como actividad de explotación la elaboración de vinos (sector vinícola) con el código de actividad CNAE 1102 “Elaboración de vinos”, registradas en las Comunidades Autónomas de Aragón y la Rioja.

Tras aplicar estos filtros tenemos una muestra final de 81 empresas vinícolas creadas en dicho periodo de tiempo en Aragón y la Rioja, de las cuales 22 son de Aragón y 59 de La Rioja.

En primer lugar, desglosamos la muestra entre aquellas empresas que, habiéndose creado durante el periodo analizado, han quebrado y aquellas que siguen operativas. Con ello queremos analizar la tasa de supervivencia del sector para compañías de reciente creación.

Posteriormente, llevaremos a cabo un análisis de las principales variables financieras para ambas muestras (quebradas y no quebradas) centrándonos principalmente en las causas de las empresas que no han sobrevivido hasta el momento actual.

En la segunda parte del trabajo, nos centraremos en el análisis económico financiero del sector vinícola en las regiones de Aragón y la Rioja, tomando como muestra todas las empresas del sector vinícola con el CNAE 1102 “Elaboración de vinos”, con el filtro en el que al inicio de nuestro estudio (2008) tuvieran como mínimo un empleado, ya que los datos proporcionados por SABI sin el filtro de empleado, las variables a analizar en muchos de los casos no había información existente.

La muestra se compone de 201 empresas, de las cuales 34 no están activas al final del periodo analizado, por cierre de hoja registral, extinguidas o disueltas.

Tras el análisis del perfil económico-financiero del sector se tratará de establecer los cambios que experimenta el resultado de las empresas de la muestra a lo largo del periodo teniendo en cuenta distintas variables como la edad, número de empleados actividad exterior o pertenencia a un grupo.

5.2. Análisis de las empresas del sector constituidas en Aragón y La Rioja en el periodo 2008-2019

Comenzamos la primera parte del trabajo empírico, observando la distribución del peso de la muestra por CCAA, **gráfico 5.2.1**, desglosado en dos subperiodos desde el año 2008 hasta el 2013 y del 2014 al 2019.

Gráfico 5.2.1. Evolución del peso de las CCAA de la muestra



Fuente: Elaboración propia con datos sacados de SABI

Como observamos en el **gráfico 5.2.1** las empresas riojanas han ganado peso desde el primer subperiodo (2008-2013) al segundo subperiodo (2014-2019). Esta evolución indica que, a pesar de que 7 de las 9 empresas quebradas del total (casi un 80%) se encuentren situadas en La Rioja, a su vez también se han creado más bodegas de las quebradas en la Comunidad Autónoma, incrementando así su porcentaje de presencia en el mercado de un periodo a otro.

Por otro lado, las empresas aragonesas se han visto más afectadas ya que a pesar de tener un porcentaje muy bajo de empresas quebradas respecto a La Rioja, la presencia de las bodegas aragonesas ha menguado.

Estas dos reflexiones nos dejan concluir que, las bodegas riojanas tienen mayor tasa de quiebra, pero a su vez, mayor tasa de empresas creadas y supervivencia. En cambio, las bodegas aragonesas tienen menor tasa de éxito y a la vez menor tasa de fracaso.

Por lo que podemos concluir que las bodegas de la Rioja tienen una mayor sensibilidad o dinamismo ante los cambios en el mercado, y que las empresas vinícolas aragonesas tienen menor sensibilidad y son menor en cuantía, pero son menos sensibles al mercado.

En la siguiente **tabla 5.2.2.** se agrupan los datos medios de las variables divididas en ambos subperiodos por las CCAA de La Rioja y Aragón, de la suma de ambas y del sector nacional en su conjunto.

Tabla 5.2.2. Datos medios del sector nacional y de las CCAA analizadas subdivididos en periodos (%)

Localización	ARAGÓN		LA RIOJA		LA RIOJA Y ARAGÓN		SECTOR NACIONAL	
	2008-2013	2014-2019	2008-2013	2014-2019	2008-2013	2014-2019	2008-2013	2014-2019
Ingreso de explotación medio(millones €)	0,28	1,00	0,37	0,47	0,34	0,62	0,61	1,03
Número de empleados	2	10	2	3	2	5	4	6
Activo medio	0,83	2,89	0,62	1,08	0,67	1,58	1,24	1,63
EBITDA medio (millones €)	-0,03	0,07	0,01	0,04	0,00	0,05	0,02	0,07
ROA medio	-11,77	-0,35	-13,07	-6,58	-12,75	-5,00	-11,09	-7,48

Fuente: Elaboración propia con datos sacados de SABI.

Podemos destacar como Aragón en el primer subperiodo (2008-2013) es la CCAA con peores cifras respecto a los niveles nacionales y en comparación con La Rioja, y sin embargo, en el subperiodo siguiente (2014-2019) despunta claramente no solo respecto a la Rioja sino también en comparación a los datos medios del sector nacional.

Por otro lado, La Rioja se mantiene más constante en ambos periodos, siempre por debajo de la media nacional.

5.3.Tasa de supervivencia de las empresas del sector vinícola creadas en el periodo 2008-2019

En primer lugar comenzaremos analizando la tasa de supervivencia de las empresas creadas en Aragón y La Rioja desde 2008 hasta la actualidad.

Esta tasa de supervivencia (y por lo tanto también tasa de fracaso) nos marcará desde un primer momento si el sector vinícola es un sector seguro y estable para nuevas inversiones, teniendo en cuenta que el periodo de creación de muchas de ellas se produjo en momentos de crisis e incertidumbre.

Nuestra muestra está compuesta por 81 empresas, el total de empresas creadas desde el año 2008 hasta el periodo actual (2019 últimos años recogidos).

Para ello, en la **tabla 5.3.1.** se desglosa por años el número de empresas creadas a lo largo del periodo de estudio, a su vez en la tercera columna se indica el número de empresas que no sobrevivieron (cierre de hoja registral) o se han extinguido.

Tabla 5.3.1. Empresas creadas desde 2008 hasta 2019 y estado de actividad

AÑO	TOTAL DE EMPRESAS	EMPRESAS QUE HAN SOBREVIVIDO	EMPRESAS QUEBRADAS
2008	7	5	2
2009	6	5	1
2010	10	9	1
2011	6	5	1
2012	7	6	1
2013	10	8	2
2014	6	6	0
2015	12	11	1
2016	13	13	0
2017	3	3	0
2018	1	1	0
2019	0	0	0
TOTAL	81	72	9

Fuente: Elaboración propia , fuente base de datos SABI

A partir de los datos de la **tabla 5.3.1.**, se puede calcular la tasa de “supervivencia” y “fracaso” de las empresas de reciente creación vinícolas de Aragón y la Rioja por años.

La tasa de supervivencia se calcula como la probabilidad dentro de ese mismo año de que las empresas creadas dicho año sobrevivan a día de hoy.

Ecuación 1: Tasa de fracaso de las empresas en el año n

$$\text{Tasa de fracaso año } n = \frac{\text{Empresas creadas en año } n}{\text{Empresas extinguidas creadas en el año } n} \times 100$$

Tabla 5.3.2. Tasas medias de fracaso/ supervivencia, años 2008 al 2019

AÑO	Tasa de media de fracaso	Tasa de media de supervivencia
2008	28,57%	71,4%
2009	16,67%	83,3%
2010	10,00%	90,0%
2011	16,67%	83,3%
2012	14,29%	85,7%
2013	20,00%	80,0%
2014	0,00%	100,0%
2015	8,33%	91,7%
2016	0,00%	100,0%
2017	0,00%	100,0%
2018	0,00%	100,0%
2019	0,00%	100,0%
Tasa media	9,54%	90,46%

Fuente: Elaboración propia con datos sacados de la base de datos de SABI.

Como se puede observar en la **tabla 5.2.2**, el periodo 2008 a 2012 es el horizonte temporal en el que la tasa de fracaso es más elevada. Concretamente en el año 2008 se aprecia el máximo porcentaje de fracaso, coincidiendo con el estallido de la crisis financiera en España.

Desde el 2008 se observa una tendencia a la baja del porcentaje de empresas quebradas, exceptuando dos repuntes importantes, uno en el 2013 (salida de la crisis) con una tasa de variación del 0.4% donde llega a la tasa de fracaso más elevada desde el 2008. El otro gran repunte se encuentra en el 2015 respecto al 2014 donde el sector pasa de tener un 0% de tasa de fracaso a tener un más de un 8%.

A partir de ese último repunte de 2015 hasta los últimos datos recogidos de 2018, la tasa de supervivencia ha sido un éxito al haber experimentado un crecimiento sostenido manteniendo el 100% de empresas en funcionamiento desde su creación. Del 2019 no se puede hablar de tasa de éxito ni de fracaso ya que en ese año no se ha registrado ninguna empresa creada ni quebrada.

Una vez aplicada la **ecuación 1** de la tasa de fracaso de cada año, podemos saber cuál es la tasa de éxito de cada año ya que es el porcentaje restante.

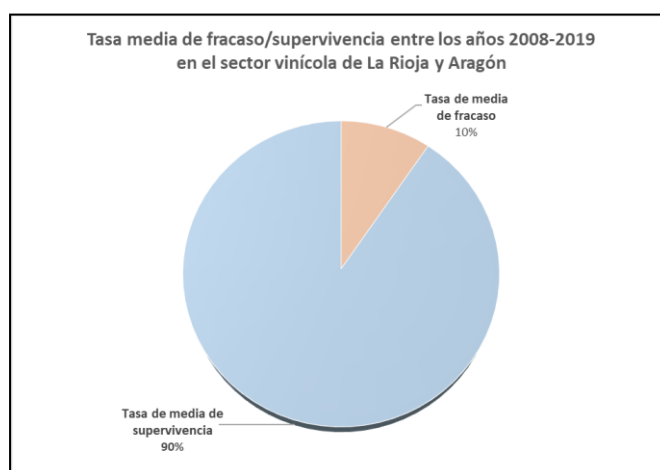
Ecuación 2. Tasa de supervivencia del año n

$$Tasa\ de\ supervivencia\ año\ n = 100\% - Tasa\ de\ fracaso\ del\ año\ n$$

Con ambas tasas por cada año se puede calcular la tasa media de fracaso o de supervivencia en el sector vinícola en Aragón y La Rioja durante los años 2008 a 2019 haciendo una media ponderada de los resultados obtenidos durante el periodo.

Dibujo 5.3.3: Tasa media de fracaso/ supervivencia

Como resultado esquemático, en el **dibujo 5.3.3**. Tenemos que, la tasa media de fracaso de las empresas vinícolas desde el 2008 hasta día de hoy en Aragón y La Rioja es del 10% y la tasa de supervivencia de las empresas creadas en este periodo hasta hoy, de una 90% de probabilidades de supervivencia.



Fuente: Elaboración propia con datos de SABI

Podemos deducir con respecto a la **tabla 5.3.2.** y al **dibujo 5.3.3**, que el 10% de la tasa de fracaso entre los años 2008 a 2019 en Aragón y La Rioja, se concentra en los años de

estallido de la crisis (2008) y de la recesión postcrisis (2009 a 2014), hasta el año 2014 que comienza a tener resultados con un porcentaje de quiebra prácticamente nulo a excepción de un año en concreto, 2015. Situando el 90% de tasa de éxito en los años a partir de la recuperación económica (2014-2015).

5.4. Características de las empresas del sector que no han sobrevivido

Una vez identificadas las empresas que fracasaron durante el periodo analizado, continuamos nuestro estudio examinando las siguientes variables con el fin de obtener su perfil:

1. Cifra de ventas
2. Número de empleados
3. Activo en millones de euros
4. Actividad exterior
5. Edad de la compañía al extinguirse
6. Localización de la compañía
7. Perteneciente a un grupo corporativo

Tabla 5.4.1. Características de las empresas que no han sobrevivido

CIFRA DE VENTAS (millones)	% media años activa	EMPLEADOS	% media años activa	ACTIVO (mill)	% media años activa
<10	100%	<50	100%	>10	100%
10 y 50	0%	50-250	0%	10 y 43	0%
>50	0%	>250	0%	>43	0%

Actividad exterior	% media años activa	EDAD	%
Importadoras	11,11%	<5	66,7%
No realizan actividad exterior	77,78%	5 a 10	33,3%
Exportadoras	11,11%	>10	0,0%

LOCALIZACIÓN	%	PERTENECIENTES A GRUPO CORPORATIVO	%
La Rioja	88,89%	Si	22,22%
Zaragoza	0%	No	78%
Huesca	11%		
Teruel	0%		

Fuente: Elaboración propia con datos de SABI.

Como observamos en la **tabla 5.4.1**, las empresas que se han extinguido en el periodo analizado comparten ciertas características, como que todas son pequeñas empresas, ya que no tienen una cifra de ventas, número de empleados y activo en millones de euros superiores a los límites establecidos para clasificar el tamaño de las compañías como medianas o grandes.

Como se aprecia en la **tabla 5.2.2**, las 81 empresas tanto de Aragón y La Rioja como el total de las empresas nacionales creadas en el mismo periodo, se encuentran en los mismos límites en cuanto a tamaño. La media tanto nacional como la suma de las dos CCAA no supera los 50 empleados, ni los 10 millones de euros en activo ni tampoco una cifra de ventas superior al límite. Por lo que tanto las empresas quebradas como las que no, tanto a nivel autonómico de la muestra como nacional, su media no supera los límites, lo que nos muestra que el factor “tamaño de una compañía” no es determinante en este sector, ya que la gran mayoría de las bodegas españolas son pequeñas empresas.

Se puede apreciar que cuantos menos años tiene la compañía, mayor es su probabilidad de fracaso, ya que aproximadamente el 67% de las compañías extinguidas se disolvieron antes de los cinco años de su nacimiento. Esto se debe a que una compañía recién creada tiene mayores dificultades puesto que no cuenta con los recursos financieros suficientes y la madurez para desempeñar grandes inversiones y a su vez compensar la inversión inicial que implica la constitución de una sociedad.

En los datos recogidos de la base de datos de SABI, aunque no salga en la tabla 5, se observa que las empresas que realizan actividad en los mercados exteriores, en concreto las exportadoras, pertenecen a las empresas que han tenido una duración de más de cinco años. Por otro lado, la única empresa que solo se dedicaba a importar se encuentra en el grupo de empresas que no han llegado a los 5 años de hecho, apenas duró activa un año.

6. Análisis económico-financiero del sector vinícola durante el periodo 2008-2018.

A continuación, llevamos a cabo la segunda parte de nuestro estudio empírico. Con el fin de poder tomar una fotografía de la salud económico financiera de las empresas del sector en Aragón y la Rioja durante el periodo 2008-2018 llevamos a cabo un análisis de las principales magnitudes y ratios financieros. Consideraremos a su vez la influencia de determinadas características empresariales, tales como la edad, el tamaño, pertenencia a grupo y realización de actividad exterior.

Comenzamos con las principales masas patrimoniales posteriormente, las principales ratios financieras como ratio de solvencia, liquidez, rentabilidad, endeudamiento y productividad. Con estos ratios y evolución de las masas patrimoniales se puede ver de manera general y resumida el estado de salud financiera que tiene el sector vinícola nacional durante el periodo analizado.

6.1. Análisis de las masas patrimoniales

Tabla 6.1.1: Peso de las masas patrimoniales por años (%)

	PRIMER PERIODO				SEGUNDO PERIODO				TERCER PERIODO		CUARTO PERIODO	
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
% DE ACTIVO C s/ activo total	0,57	0,58	0,55	0,54	0,58	0,59	0,54	0,56	0,56	0,57	0,56	
% DE ACTIVO N.C. (s/activo total)	0,43	0,42	0,45	0,45	0,42	0,43	0,46	0,47	0,45	0,44	0,44	
TOTAL	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
% PASIVO C. (s/ pasivo total)	0,62	0,60	0,59	0,66	0,61	0,57	0,60	0,62	0,60	0,60	0,60	
% PASIVO N.C. (s/ pasivo total)	0,38	0,40	0,41	0,34	0,39	0,43	0,40	0,38	0,40	0,40	0,40	
TOTAL	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
% PN (s/ p.n. + pasivo)	0,42	0,43	0,47	0,57	0,54	0,48	0,54	0,55	0,56	0,56	0,54	
% PASIVO (s/ p.n. + pasivo)	0,58	0,57	0,53	0,43	0,46	0,52	0,46	0,45	0,44	0,44	0,46	
TOTAL	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
%PNC (s/ pn+ pasivo)	0,22	0,23	0,22	0,15	0,18	0,23	0,18	0,17	0,18	0,18	0,18	
%PC s/ (pn+ pasivo)	0,36	0,34	0,31	0,28	0,28	0,30	0,28	0,28	0,26	0,27	0,28	
% TOTAL PASIVO	0,58	0,57	0,53	0,43	0,46	0,52	0,46	0,45	0,44	0,44	0,46	

Fuente: Elaboración propia con datos de SABI

En la **tabla 6.1.1.** observamos que el peso del pasivo corriente es mayor que el activo corriente en todos los años a excepción el año 2013. Esto significa que el sector en general no podría hacer frente a sus deudas a corto plazo con su activo a corto plazo, esto afectará al fondo de maniobra y al ratio de liquidez.

También se aprecia que, en todos los años, el activo corriente es mayor en porcentaje que el activo no corriente.

En cuanto al pasivo, se aprecia el mayor peso de la deuda a corto plazo. Todos los años el peso del pasivo corriente supera en más del 50% el pasivo total.

La relación entre Patrimonio Neto y Pasivo total es bastante igualada, en torno al 50% en todos los años.

Una vez analizada la distribución de las masas patrimoniales y su peso, procedemos a analizar la evolución de las masas patrimoniales durante el periodo de estudio.

Tabla 6.1.2: Evolución del activo corriente y del activo no corriente

ACTIVO CORRIENTE (Miles de €)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIA	5445,77	5303,78	5139,36	5170,03	5163,18	5266,64	4101,01	4498,11	4882,68	5266,31	5200,62	-
MEDIANA	1255,89	1321,16	1373,11	1284,02	1369,12	1343,94	1222,06	1326,68	1545,42	1624,01	1550,94	-
T.V. media por periodo		-5,6%			1,9%			19,1%			-1,2%	
T.V. mediana por periodo		9,3%			4,7%			26,5%			-4,5%	
T.V. interanual	-	-2,6%	-3,1%	0,6%	-0,1%	2,0%	-22,1%	9,7%	8,5%	7,9%	-1,2%	

ACTIVO NO CORRIENTE (miles de €)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIA	4080,64	3811,99	4262,73	4298,91	3757,15	3836,29	3462,79	3840,29	3917,59	4068,21	8986,27	-
MEDIANA	1280,33	1244,08	1386,66	1300,30	1146,22	1123,34	1062,46	1190,61	1174,93	1092,90	6009,69	-
T.V. media por periodo		4,46%			-10,76%			13,13%			120,89%	-
T.V. mediana por periodo		8,30%			-13,61%			10,59%			449,88%	-
T.V. interanual	-	-6,58%	11,82%	0,85%	-12,60%	2,11%	-9,74%	10,90%	2,01%	3,84%	120,89%	-

Fuente: Elaboración propia con datos sacados de SABI

En la **tabla 6.1.2.** observamos los valores medios y medianos del activo corriente y del activo no corriente, así como sus tasas de variación por periodo e interanuales.

Se aprecia con bastante claridad la diferencia que existe entre los valores medios y medianos, y como esa diferencia se traslada a las tasas de variación dependiendo si se tiene en cuenta los valores medios o medianos, sobre todo en la masa del activo corriente. Si nos fijamos en las tasas de variación medianas el análisis es bastante positivo exceptuando el último periodo

Vemos que el año 2018 todos los indicadores de crecimiento son negativos, independientemente de que tasa de variación escojamos, por lo que podríamos decir que es el año que peor ha ido en cuanto a todas las variables coinciden en que el crecimiento es negativo.

En otros años los valores medios son positivos en cambio los medianos negativos o viceversa y por lo tanto existe una diferencia entre estas medidas debido a que la media recoge los datos de las empresas que se encuentran con valores en los extremos y hace oscilar la media en función también de esos valores extremos y que, en ocasiones no describe la realidad.

Por ello la mediana es un valor calculado para regular las posibles oscilaciones de la media respecto a valores que se encuentren en los extremos.

Por lo tanto, cuanto mayor distancia exista entre los valores medios y medianos podemos decir que existen en la muestra una mayor dispersión entre los valores más bajos y más altos y cuanto menor la diferencia, se refiere a que la mayoría de los valores se centran en el punto medio de la muestra.

Volviendo a la tabla del activo corriente, como hemos comentado antes, el cuarto periodo es el año con las peores tasas de variación y las tasas de variación del tercer periodo, uno de los mejores en cuanto a crecimiento. Sin embargo, en cuanto al activo no corriente, el año 2018 es el año con unas tasas de variación bastante elevadas, por lo que se han traspasado los pesos de las partidas en ese año en la mayoría de empresas o que la mayoría de empresas han decidido invertir en activos no corrientes, por lo que aumenta esta partida, pagada en parte con activos corrientes que hace disminuir a su vez esta partida.

El año 2019 no se encuentra en la mayoría de tablas ya que SABI proporciona apenas datos de ese año al ser muy reciente, y al tener solo datos de menos de 5 empresas en una muestra de 201 empresas se ha decidido no incluir datos del 2019 ya que no son cercanos a la realidad del conjunto de la muestra.

Tabla 6.1.3. Evolución del pasivo corriente y del pasivo no corriente

PASIVO CORRIENTE (miles de €)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	MEDIA	3443,42	3133,41	2921,02	2677,98	2540,86	2663,02	2119,56	2281,82	2257,08	2438,75	2574,21
MEDIANA	806,74	644,03	711,36	624,05	611,40	776,00	595,87	604,52	690,93	720,79	752,37	-
T.V. media por periodo		-15,17%			-0,56%			6,49%			5,55%	-
T.V. mediana por periodo		-11,82%			24,35%			15,95%			4,38%	-
T.V. interanual	-	-9,00%	-6,78%	-8,32%	-5,12%	4,81%	-20,41%	7,66%	-1,08%	8,05%	5,55%	-
T.V. interanual mediana	-	-20,17%	10,45%	-12,27%	-2,03%	26,92%	-23,21%	1,45%	14,29%	4,32%	4,38%	-

PASIVO NO CORRIENTE (miles de €)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIA	2090,29	2048,32	2069,89	1384,47	1600,29	2044,77	1386,58	1390,59	1533,27	1606,75	1686,46	-
MEDIANA	569,86	585,66	606,53	449,71	509,41	545,52	425,90	381,75	423,32	398,85	377,95	-
T.V. media por periodo		-0,98%			47,69%			10,58%			4,96%	-
T.V. mediana por periodo		6,44%			21,31%			-0,61%			-5,24%	-
T.V. interanual media	-	-2,01%	1,05%	-33,11%	15,59%	27,77%	-32,19%	0,29%	10,26%	4,79%	4,96%	-
T.V. interanual mediana	-	2,8%	3,6%	-25,9%	13,3%	7,1%	-21,9%	-10,4%	10,9%	-5,8%	-5,2%	-

Fuente: Elaboración propia con datos sacados de SABI

En la **tabla 6.1.3.** destaca que la tasa de variación media y mediana del pasivo corriente del segundo periodo tiene bastante diferencia entre el valor medio y mediano. Por lo general se ve que el pasivo corriente, el primer periodo ha descendido pero en el resto de año se ha ido incrementando. La tasa de variación interanual del pasivo corriente nos muestra su crecimiento tanto en valores medios como en medianos a partir del año 2012, exceptuando la fuerte caída de la tasa de variación del año 2014.

La tasa del pasivo no corriente refleja a partir del 2012 un incremento de esta masa patrimonial a excepción también del año 2014.

A partir del 2012 el conjunto de empresas se ha ido endeudando, tanto a largo como a corto plazo. En el año 2014 se pudo hacer frente a muchas de sus deudas por lo que el pasivo disminuye notablemente.

Tabla 6.1.4.: Evolución del Patrimonio Neto

PATRIMONIO NETO (Miles de €)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIO	3952,10	3914,19	4388,02	5454,24	4786,03	4291,67	4057,65	4421,92	4908,76	5114,22	5008,15	-
MEDIANO	1492,67	1457,79	1715,54	1965,14	1788,05	1616,25	1754,15	1886,64	2018,94	2197,61	2043,01	-
T.V. media por periodo		11,03%			-21,31%			20,98%			-2,07%	-
T.V. mediana por periodo		14,93%			-17,75%			15,09%			-7,03%	-
T.V. interanual media	-	-0,96%	12,11%	24,30%	-12,25%	-10,33%	-5,45%	8,98%	11,01%	4,19%	-2,07%	-
T.V. interanual mediana	-	-2,34%	17,68%	14,55%	-9,01%	-9,61%	8,53%	7,55%	7,01%	8,85%	-7,03%	-

Fuente: Elaboración propia con datos sacados de SABI

En la **tabla 6.1.4.** observamos que la evolución del patrimonio neto a lo largo del periodo no ha experimentado una tendencia constante, sino que ha ido oscilado durante los diez años, en cuestión de tasas de variación tanto medias como medianas por periodos se alternan valores positivos y negativos teniendo la variación del primer periodo negativa, del segundo positiva y así sucesivamente.

En cuanto a las tasas interanuales medias y medianas también experimentan una evolución sin ninguna tendencia clara. Un dato destacable también se encuentra en el 2014, donde la tasa interanual media de un año a otro es negativa y la tasa de variación mediana positiva.

Tabla 6.1.5: Evolución del fondo de maniobra

FONDO DE MANIOBRA (Miles de €)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIA	3990,13	3887,43	3896,44	3851,65	3798,03	3620,46	2764,67	2938,47	3126,79	3351,71	3517,07	
MEDIANA	807,19	749,41	914,67	834,54	863,06	798,95	758,38	828,14	905,14	866,66	899,56	
T.V. media por periodo		-2,3%			-6,0%			13,1%			4,9%	
T.V. mediana por periodo		13,3%			-4,3%			19,4%			3,8%	
T.V. interanual media	-	-2,6%	0,2%	-1,1%	-1,4%	-4,7%	-23,6%	6,3%	6,4%	7,2%	4,9%	
T.V. interanual mediana	-	-7,2%	22,1%	-8,8%	3,4%	-7,4%	-5,1%	9,2%	9,3%	-4,3%	3,8%	

Fuente: Elaboración propia con datos sacados de SABI

En la **tabla 6.1.5.** se observa la evolución del fondo de maniobra, el cual es la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente y representa la parte del del activo corriente que está financiado con pasivo no corriente, es decir, deuda a largo plazo. Esta diferencia de masas ayuda a anticipar la liquidez y solvencia de una empresa en un momento dado.

Un mayor fondo de maniobra significa que la empresa es más capaz de hacer frente a sus deudas a corto plazo.

En la tabla observamos que, en ningún momento del periodo analizado, ni en valores medios ni medianos, el fondo de maniobra es igual o menor que cero, por lo tanto, esto indica que la muestra se encuentra en una situación favorable en cuanto a hacer frente a sus obligaciones de pago a corto plazo.

Las tasas de variación en los dos últimos periodos tanto medias como medianas han sido positivas, lo que significa que existe mayor margen del que ya había. Por último, en cuanto a las tasas de variaciones interanuales, desde el 2009 hasta el 2014 han sido por lo general negativas o con un crecimiento muy bajo y a partir del 2014 un notable crecimiento interanual respecto a los años anteriores. Esto significa no que el margen de maniobra haya sido negativo, sino que ha descendido, pero con cifras igualmente positivas, esto es consecuencia de la crisis, ya que, a raíz de la crisis financiera de 2008, la salud financiera de las compañías se debilita y tienen menor margen a hacer frente a sus pagos y a partir del 2014 que comienza la recuperación económica comienza a incrementar este margen, proporcionando un mayor colchón financiero para evitar futuros problemas de impagos.

6.2. Análisis de la situación financiera

En este apartado se procederá a estudiar los ratios básicos de un análisis financiero del sector vinícola durante el periodo 2008 a 2019 para observar la salud financiera del sector en Aragón y La Rioja.

1. LIQUIDEZ

El ratio de liquidez a diferencia del ratio de solvencia, nos indica la habilidad de la empresa para hacer frente a sus deudas a corto plazo con su activo más líquido, el activo corriente. La fórmula se desarrolla mediante la división del activo corriente entre el pasivo corriente y el valor óptimo es entorno al 1%

Tabla 6.2.1. Evolución del ratio de liquidez

RATIO DE LIQUIDEZ (%)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIA	1,95	2,73	2,80	2,64	3,00	2,65	2,76	3,02	3,43	6,05	4,58	-
MEDIANA	1,52	1,73	1,76	1,84	1,84	1,87	1,86	2,00	2,15	2,24	2,16	-
T.V. media por periodo		43,53%			0,22%			24,05%			-24,28%	-
T.V. mediana por periodo		16,07%			1,71%			15,41%			-3,38%	-
T.V. interanual media	-	39,49%	2,89%	-5,73%	13,42%	-11,64%	4,31%	9,12%	13,68%	76,55%	-24,28%	-
T.V. interanual mediana	-	13,80%	2,00%	4,51%	-0,08%	1,79%	-0,53%	7,09%	7,77%	4,05%	-3,38%	-

Fuente: Elaboración propia con datos de SABI

La **tabla 6.2.1** nos muestra como el ratio de liquidez a lo largo del periodo, tanto en valores medios como, ha estado siempre por encima de uno. Lo que indica que puede hacer frente a sus deudas a corto plazo.

Las tasas de variación medias y medianas por periodos, así como las tasas de variación medias y medianas interanuales son por lo general también positivas con algunos datos destacables como el 2017 que también hemos observado en el ratio de solvencia salvo en el año 2018 que a pesar de tener el ratio medio y mediano por encima de lo óptimo, ha descendido claramente sus distintas tasas de variación.

Tanto en el ratio de solvencia como en el de liquidez, excederse del valor óptimo también es una señal de que se están desperdiciando recursos que podrías ser utilizados de forma más aprovechada.

Las elevadas cifras de crecimiento del año 2017 se deben a que hubo un repentino aumento de ventas del vino español bastante notorio en todo el mundo²⁰, alcanzando cifras récord, y que afectó a todo el sector, tanto de bodegas grandes como pequeñas. Algunos lo llegaron a llamar “El año del vino español”. “Las ventas de vino español en 2017 han experimentado un gran aumento, así las exportaciones aumentaron un 8,9% hasta superar los 3.186 millones de euros.” (Tecnovino, Marzo 2018).

Tras este año excepcional, es natural que el 2018 casi siempre tenga cifras de crecimiento negativas ya que fue un año de gran volumen de ventas, pero puntual.

²⁰ Véase: <https://www.tecnovino.com/cifras-record-en-las-ventas-de-vino-espanol-en-2017-se-superan-los-3-186-millones-de-euros/> y https://elpais.com/economia/2017/09/01/actualidad/1504263936_086950.html

2. SOLVENCIA

El ratio de solvencia indica la capacidad de una compañía para hacer frente a sus deudas a medio y largo plazo, y se calcula como el cociente entre el activo total y el pasivo total.

Tabla 6.2.2. Evolución del ratio de solvencia.

RATIO DE SOLVENCIA (%)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIA	2,0	2,7	2,8	2,6	3,0	2,6	2,8	3,0	3,4	6,1	4,6	-
MEDIANA	1,5	1,7	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9	2,0	2,2	2,2	2,2	-
T.V. media por periodo		0,4			0,0			0,2			-0,2	-
T.V. mediana por periodo		0,2			0,0			0,2			0,0	-
T.V. interanual media	-	0,4	0,0	-0,1	0,1	-0,1	0,0	0,1	0,1	0,8	-0,2	-
T.V. interanual mediana	-	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	-

Fuente: 1 Elaboración propia con datos de SABI

La **tabla 6.2.2.** nos muestra la evolución del ratio de solvencia. El valor óptimo de un ratio de solvencia a largo plazo debería ser por lo menos mayor que 1, ya que eso indica que es capaz de hacer frente a su deuda total (largo y corto plazo) con todo su activo (corriente e inmovilizado). El valor óptimo del ratio de solvencia suele establecerse en torno al 1,5, cifra que indica que por cada euro de deuda cuenta con 1,5 euros en su activo.

En nuestra muestra de empresas en ningún año el ratio se encuentra por debajo de 1,5, ni en media ni mediana, sus tasas de variación medias son casi todas positivas a excepción del último periodo y del segundo, donde no ha experimentado variación ninguna y las tasas de variación medianas por periodos crecen en todos los periodos menos en el último.

La tasa de variación interanual media se encuentra casi siempre en valores positivos, entre ellos destaca el de 2017, en el que crece un 77%, con excepciones en los años 2011, 2013 y 2018.

La tasa de variación interanual mediana es por lo general positiva pero con valores que conllevan una menor fluctuación, en el año 2017 donde la tasa interanual media crece un 77% la tasa de variación mediana es de solo un 4%, esto indica que ha habido unas

pocas empresas con un crecimiento del ratio muy elevado pero los valores centrales han crecido entorno al 4%.

Aunque los ratios están en todos los años por encima del valor óptimo, que se sobrepasen demasiado del valor tampoco es bueno (año 2017), eso significa que tienen exceso de activos improductivos y que podrían invertir en actividades por las que se obtengan una mayor rentabilidad.

3. ENDEUDAMIENTO

El ratio de endeudamiento nos indica la relación entre la financiación propia y la financiación ajena, el cálculo del ratio se mide con el cociente entre pasivo y el patrimonio neto, los valores óptimos del ratio de endeudamiento se encuentran entre el 40% y el 60% dependiendo del sector.

Tabla 6.2.3. Evolución del ratio de endeudamiento

RATIO DE ENDEUDAMIENTO (%)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIA	62,54	60,96	59,63	56,24	54,10	53,39	54,20	52,53	49,76	49,19	48,91	-
MEDIANA	63,49	61,69	59,96	53,24	51,77	49,56	50,14	46,64	44,76	44,53	44,77	-
T.V. media por periodo		-4,66%			-5,07%			-8,19%			-0,57%	-
T.V. mediana por periodo		-5,56%			-6,92%			-10,74%			0,53%	-
T.V. interanual media	-	-2,54%	-2,18%	-5,69%	-3,80%	-1,32%	1,52%	-3,07%	-5,28%	-1,15%	-0,57%	-
T.V. interanual mediana	-	-2,85%	-2,79%	-11,21%	-2,77%	-4,27%	1,18%	-6,99%	-4,03%	-0,51%	0,53%	-

Fuente: Elaboración propia con datos sacados de SABI

En la **tabla 6.2.3.** observamos como a lo largo del periodo la evolución del ratio ha sido descendente con valores que oscilan desde el 63% en 2008 hasta el 44% en 2018.

Por lo que durante todo el periodo observamos que los valores se encuentran en el intervalo de valores óptimos del ratio.

Entre los valores medios y medianos de la muestra no se aprecian grandes distancias, por lo que nos indica que en cuanto al ratio de endeudamiento están la mayoría concentradas en los mismos valores, sin muchas compañías que incrementen los valores del ratio de endeudamiento medio con cifras extremas.

En cuanto a las tasas de variación media y mediana por periodos e interanuales, también son variaciones prácticamente similares ya que vienen de los datos medios y medianos,

donde hemos observado que apenas tampoco había diferencias. Prácticamente todas las variaciones son negativas menos las del año 2017 que como hemos mencionado fue un caso excepcional y el caso de la tasa de variación interanual mediana del 2018.

4. APALANCAMIENTO OPERATIVO

El apalancamiento operativo mide el grado de sensibilidad que generan los costes fijos de la sociedad al resultado del ejercicio, por lo que determina el grado de impacto de un cambio en las ventas sobre la rentabilidad operacional.

Tabla 6.2.4. Evolución del apalancamiento operativo

APALANCAMIENTO OPRATIVO (%)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIA	1638,15	-32,94	1325,00	393,28	126,91	107,21	107,21	120,25	137,87	132,33	91,04	89,15
MEDIANA	61,40	49,57	53,91	38,06	31,84	29,34	29,34	25,88	18,64	28,67	27,14	30,40
T.V. media por periodo (%)		-0,19			-0,73			0,29			-0,33	
T.V. mediana por periodo (%)		-0,12			-0,23			-0,36			0,06	
T.V. interanual media (%)		-1,020	-41,22	-0,70	-0,68	-0,16	0	0,12	0,15	-0,04	-0,31	-0,02
T.V. interanual mediana (%)		-0,193	0,088	-0,294	-0,164	-0,078	0,000	-0,118	-0,280	0,538	-0,053	0,120

Fuente: Elaboración propia con datos de SABI

Durante todo el periodo de estudio, el apalancamiento operativo arroja valores positivos, a excepción del año 2009 (periodo de crisis), pero la evolución ha sido negativa en los dos primeros periodos, de 2008 a 2013 de los valores medios y medianos. Fijándonos en los valores medianos, que muestran una mayor estabilidad, el apalancamiento ha ido incrementándose a partir del 2017 con una tendencia al alza donde se empiezan a recuperar los datos del segundo periodo.

Este cambio brusco del apalancamiento, sobre todo en los primeros subperiodos se debe a que, al encontrarse en una situación de crisis e incertidumbre, las empresas deciden reestructurar sus costes fijos en función de una posible baja de ingresos importante, para evitar futuros problemas financieros que los puedan llevar a una suspensión de pagos.

5. RENTABILIDAD

RENTABILIDAD ECONÓMICA (ROA)

La rentabilidad económica mide la relación entre el beneficio obtenido antes de impuestos con los recursos utilizados para ese beneficio (activo total). Este ratio se calcula como el cociente entre el beneficio bruto y el activo total de la empresa.

Los valores óptimos de la ROA se consideran que tiene que superar el 5%

Tabla 6.2.5. Evolución de la ROA

RENTABILIDAD ECONÓMICA (%)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIA	-1,41	-2,67	-1,56	-1,32	-0,75	-1,09	0,50	1,84	2,51	2,51	2,32	-
MEDIANA	0,21	-0,42	0,06	0,04	0,18	0,30	0,54	0,87	1,43	1,43	1,83	-
T.V. media por periodo		10,55%			-17,17%			407,57%			-7,53%	-
T.V. mediana por periodo		-72,73%			687,01%			163,60%			27,89%	-
T.V. interanual media	-	0,892	-0,42	-0,16	-0,43	0,45	-1,4536346	2,72	0,36	0,00	-0,08	-
T.V. interanual mediana	-	-3,005	-1,136	-0,325	3,701	0,674	0,795	0,590	0,658	0,000	0,279	-

Fuente: Elaboración propia con datos de SABI

La **tabla 6.2.5.** se observa que en ningún caso (ni en el 2017) los valores medios ni medianos superan el 5% para considerar que la empresa tiene rentabilidad económica, se aprecia que los valores medianos son más alentadores que los medios, lo que quiere decir que en cuestión de rentabilidad económica la muestra ha tenido muchas empresas con una ROA muy baja que ha hecho tirar hacia abajo la media, pero que los valores centrales se encuentran un poco más arriba, llegando a ser positivos casi en todos los periodos.

En cuanto a las tasas de variaciones medias y medianas por periodos, destacan los valores tan extremos que experimentan cada tres años. Las tasas de variación interanuales experimentan crecimiento o decrecimiento, pero rondando las mismas cifras y sin cambios tan bruscos como las tasas por periodos.

Cabe destacar el año 2017 en el que no se aprecia ningún crecimiento ni decrecimiento de la rentabilidad media ni mediana a pesar de ser el año con mayores cifras de ventas.

Para mejorar la cifra de rentabilidad económica, las empresas pueden optar por incrementar el margen de beneficios (reduciendo costes o aumentando precios) o decidir extender la rotación de activos.

RENTABILIDAD FINANCIERA (ROE)

El ratio de rentabilidad financiera relaciona los beneficios de una inversión financiera con los recursos que se han utilizado para esta.

Este rendimiento se calcula como el cociente entre la cantidad de dinero que se ha obtenido por la inversión y el dinero que se ha invertido. Los valores óptimos giran en torno a las expectativas que se espera obtener de la inversión, como mínimo debe ser positiva o igual a cero o un mínimo teniendo en cuenta el tipo de interés al horizonte temporal de la inversión.

Tabla 6.2.6. Evolución del ROE

RENTABILIDAD FINANCIERA (%)	PRIMER PERIODO			SEGUNDO PERIODO			TERCER PERIODO			CUARTO PERIODO		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
MEDIA	-255,42	1,78	-10,67	19,82	-6,89	4,02	-4,12	-9,52	4,52	-113,96	15,60	-
MEDIANA	1,12	0,33	0,78	0,51	0,60	1,23	1,42	2,16	3,29	3,23	3,38	-
T.V. media por periodo		-95,82%			-79,74%			-209,56%			-113,69%	-
T.V. mediana por periodo		-29,94%			140,73%			131,41%			4,84%	-
T.V. interanual media	-	-100,70%	-698,40%	-285,79%	-134,75%	-158,31%	-202,66%	130,87%	-147,46%	-2622,68%	-113,69%	-
T.V. interanual mediana	-	-70,51%	137,58%	-35,01%	16,98%	105,79%	16,02%	51,55%	52,70%	-2,06%	4,84%	-

Fuente: Elaboración propia con datos sacados de SABI

En la **tabla 6.2.6.** destaca a primera vista lo negativa que es la ROE media en el 2008 y que el valor mediano sea una cifra positiva, esto se podría explicar debido a que la crisis afectó en gran medida a activos financieros en lo que seguramente muchas de las bodegas tendrían inversiones, los famosos “activos tóxicos”, y debido a ello y a los malos resultados de dichos activos muchas de las empresas pudieron perder gran parte de sus inversiones, provocando que si estas rentabilidades hubieran sido muy desorbitadas, haga que la media resulte tan negativa y en cambio, la distancia que existe entre los valores medios y la medianos se acrecienta.

Los valores medios en general, son muy cambiantes, no existe ninguna continuidad positiva en ninguno de los periodos, siendo un año positivo y al siguiente muy negativo.

Estos valores tan extremos en tan poco tiempo, se ven reflejados en la tasa de variación media, en la que se llegan a ver tasas de variaciones de un año a otro del 600%.

Los valores medianos, sin embargo, experimentan datos positivos durante los diez años y con variaciones notables, pero sin llegar a ser desorbitadas, con un crecimiento

positivo a partir de la mitad del segundo periodo para delante, lo que choca bastante con los datos medios del sector.

6.3. Influencia de las características empresariales en los resultados del sector.

En este apartado relacionaremos ciertas características empresariales con los resultados medios y medianos de la muestra, para observar si existe alguna relación entre el tamaño, actividad exterior, pertenencia a un grupo y edad de la compañía con el resultado obtenido.

6.3.1. Resultado del ejercicio en función del número de empleados

Las siguientes tablas recogen los resultados de explotación medianos en función del número de empleados.

Tablas 6.3.1.1. Resultado del ejercicio en función del número de empleados

Valores medios

Número de empleados	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Media del resultado
<10	14,58	93,54	53,40	173,82	388,95	214,92	216,53	336,88	402,86	331,33	337,81	233,15
10 a 50	437,5	-23,65	-28,9	-40,32	-87,8	-70,54	123,7	219,50	-13,3	267,68	356,3	103,65
50 a 100	95,5	38,56	13,9	20,33	12,0	0,81	0,4	-4,72	3,3	-14,85	63,1	20,76
>100	2129,2	44,65	65,7	21,07	1,4	-10,12	0,0	0,00	0,0	5,40	21,0	207,11

Valores medianos

Número de empleados	2008	2009	2010	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Media del resultado
<10	0,53	-14,35	-7,65	-11,79	-3,68	-2,01	-11,64	1,09	2,96	2,22	-4,43
10 a 50	23,43	6,14	34,32	16,08	49,61	52,11	16,69	94,25	123,00	125,36	54,10
50 a 100	-8,47	-30,99	-6,83	-4,20	-4,13	-20,48	-6,82	9,00	0,99	-14,52	-8,65
>100	8,61	1,87	4,58	7,34	2,44	8,41	16,69	31,72	6,74	7,17	9,56

Fuente: Elaboración propia con datos sacados de SABI.

En el 2008 vemos que, tanto en los valores medios como medianos, cuanto mayor es el número de empleados mayor es el resultado de explotación.

En los valores medios, destaca que a partir del segundo año analizado las empresas con mejores resultados de explotación coinciden con las empresas que tienen entre 10 y 50 empleados y las que son más de 100 empleados. No siguiendo una relación directa entre el número de empleados y el resultado, aunque sí se puede apreciar que en los últimos años, sobre todo en los valores medios la cifra del resultado para las compañías que han tenido menos de 10 empleados ha incrementado, pero sin embargo provocando una

distancia muy grande entre el resultado medio y mediano entre las empresas con menos de 10 empleados.

En la categoría de 10 a 50 empleados, el resultado medio de la mediana de todo el periodo estudiado es el mayor resultado respecto a las otras categorías, en cambio en el promedio de los años de los resultados medios la categoría de 10 a 50 empleados se encuentra en el tercer puesto.

El rango de 50 a 100 empleados se encuentra con los peores resultados de la evolución promedio de los resultados tanto medios como medianos, llegando a ser en el caso de la mediana, casi todos los datos negativos.

Por último, las empresas con más de 100 empleados, no tienen malos resultados, pero tampoco son los mejores resultados, por lo que se podría decir que el mayor número de empleados no implica necesariamente un aumento del resultado de explotación, ni para valores medios ni medianos.

Esto por un lado, se debe a que cuantos más ingresos tiene una compañía y crece más, necesita mayor número de empleados, al contar con mayor número de empleados se puede producir más para satisfacer la demanda, por lo que eso conlleva un incremento de los ingresos mayor que el coste del incremento de empleados (en el caso de un aumento del resultado, ya que si el ingreso por el aumento de la producción fuera igual que el coste de los nuevos empleados el resultado del ejercicio no variaría) lo que provoca un incremento del resultado del ejercicio.

Por lo que el aumento de la mano de obra puede deberse en un primer momento a la necesidad de ampliar la producción para satisfacer a la máxima demanda posible, pero eso genera un círculo virtuoso en el que la empresa acaba teniendo resultados aún mayores a pesar de incrementar los costes en contratación.

Un incremento del resultado con un aumento del número de empleados, si la productividad o el aumento de ingresos (gracias a una mayor demanda a la que satisfacer) no agrandan, el resultado de explotación no tiene por qué incrementar de por sí por un incremento de empleados. De hecho, un aumento de empleados al conllevar mayores costes, los ingresos vía productividad o aumento de la cifra de ventas tendrán que ser mayores que gastos de personal para que los ingresos contrarresten dicho aumento de costes.

6.3.2.Resultado del ejercicio en función de la actividad exterior

Tablas 6.3.2.1. Resultado del ejercicio en función de la actividad exterior

Valores medios

Tipo de actividad exterior	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Media del resultado
EXPORTA	361,63	354,70	397,24	5,35	73,86	154,65	140,33	236,58	379,28	447,52	265,52	256,06
IMPORTA	-46,89	-160,67	-62,12	-177,05	-58,57	-112,76	-106,92	-93,57	-36,49	1,79	61,94	-71,94
IMP Y EXP	315,05	118,86	-136,43	117,29	439,40	107,06	170,45	324,47	396,82	338,65	388,08	234,52
NO REALIZA ACTIVIDAD	-36,27	-54,48	-38,05	-16,95	9,92	-30,35	25,55	60,36	106,60	61,29	-20,39	6,11

Valores medianos

Tipo de actividad exterior	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Media del resultado
EXPORTA	12,97	0,00	0,99	0,00	2,93	9,79	1,77	17,96	33,14	26,83	18,28	11,33
IMPORTA	-22,2	-126,02	-7,8	-43,35	-6,4	4,81	23,3	31,14	17,9	43,74	64,2	-1,87
IMP Y EXP	43,3	14,73	18,0	16,08	5,3	16,35	5,3	90,44	126,3	101,79	41,0	43,50
NO REALIZA ACTIVIDAD	2,3	-11,26	0,0	0,00	0,1	0,03	1,7	1,43	3,0	4,18	5,3	0,62

Fuente: Elaboración propia con datos de SABI

En ambas tablas observamos que la explotación ofrece la oportunidad de tener mejores resultados, ya que en los valores medios la media de la partida de exportaciones es la que tiene mejor resultado y en los valores medianos, la segunda con mejores resultados.

En siguiente lugar tendríamos las actividades de exportaciones e importaciones que también se aprecia que en los valores medianos se encuentra como la partida con mejor resultado de media y en cuanto a valores medios la segunda.

Sin embargo, las empresas que solo se dedican a importar tienen las peores cifras de resultados en comparación al resto de categorías. Por lo que se deduce que la exportación de por sí, incrementa el resultado de explotación al dirigirse a otros mercados fuera de los nacionales, un mercado más amplio que le da la ocasión a la compañía de mejorar sus rendimientos. Lo mismo pasa al combinar exportaciones e importaciones, sin embargo, a diferencia de las exportaciones, las empresas que se dedican únicamente a la importación, no es actividad suficiente para unos mejores efectos.

Por último, las compañías que no realizan ninguna actividad al exterior se encuentran con unos resultados medios de los resultados medios y medianos sin llegar a tener los mejores resultados, pero tampoco los peores.

En cuanto a la actividad exterior, la tabla indica lo esencial que puede llegar a ser para el resultado de una compañía, y se puede apreciar una relación directa entre las

actividades que conllevan la exportación a sus resultados medios y medianos y las que no.

6.3.3.Resultado en función de la pertenencia a un grupo

Tabla 6.3.3.1. Resultado en función de la pertenencia a un grupo

Valores medios

Pertenece a un grupo/ No pertenece	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Media del resultado
NO GRUPO	-6,79	-42,26	-56,76	-71,38	-72,77	-38,35	-5,82	46,58	83,90	108,54	67,25	1,10
GRUPO	507,45	438,29	416,01	187,33	487,59	245,34	274,88	407,63	585,83	498,96	289,58	394,44

Valores medianos

Pertenece a un grupo/ No pertenece	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Media del resultado
NO GRUPO	3,78	-5,11	0,00	0,00	0,00	1,06	0,17	2,56	6,99	4,52	2,06	1,46
GRUPO	8,6	0,00	0,2	0,00	0,6	3,67	4,2	5,10	10,4	25,65	9,1	6,13

Fuente: Elaboración propia con datos de SABI

En la **tabla 6.3.3.1.** se puede apreciar claramente como la pertenencia a un grupo corporativo hace que la empresa obtenga mejores resultados tanto en valores medios como medianos. Se observa también que existe mayor diferencia de resultados entre la variable “grupo” y la “no grupo” en los valores que tienen en cuenta los resultados promedios que en los que tienen en cuenta los valores medios.

Destacar que en los años 2010 a 2012 los valores medianos, apenas tienen diferencia entre los resultados de las empresas que pertenecen a un grupo y las que no. Las que pertenecen tiene un mínimo resultado respecto a las que no, a excepción del año 2011, donde a las empresas no les afectaba al resultado el hecho de ser de un grupo o no serlo.

Pero como norma general, la pertenencia a un grupo hace que los resultados sean más positivos respecto a las sociedades que no se encuentran dentro de uno.

Esto en gran medida se debe a que la empresa matriz y las dependientes suelen tener participaciones indirectas entre ellas, por lo que el resultado financiero hace engordar el resultado del ejercicio y asimismo las dependientes cuentan con un colchón financiero que evita que puedan caer bruscamente. En algunos casos hasta las mismas filiales

pertenecen a la propia cadena de valor de la empresa vinícola por lo que las transacciones entre estas filiales del mismo grupo o entre matriz y filial pueden beneficiar al resultado del ejercicio final.

6.3.4. Resultado del ejercicio en función de la edad de la empresa

Tabla 6.3.4.1. Resultado del ejercicio en función de la edad

Valores medios

EDAD	RESULTADO PROMEDIO DE EXPLOTACIÓN EN FUNCIÓN DE LA EDAD											Media del resultado
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
<15 años	32,59	-28,49	7,00	15,78	-20,40	23,39	75,77	2,20	73,52	88,42	47,86	28,9
Entre 15 a 25 años	-1,95	-84,38	-167,08	-158,62	19,25	-69,76	-12,57	20,75	101,89	50,49	74,52	-20,7
Entre 25 y 40 años	57,96	-383,96	29,65	50,87	25,93	39,92	41,49	211,77	161,57	137,74	142,37	46,8
Entre 40 a 50 años	116,10	-63,55	224,17	317,58	386,92	186,18	88,87	170,98	761,48	526,58	-319,84	217,8
>50 años	217,89	209,29	218,15	180,25	227,39	307,12	442,45	376,84	452,99	1052,79	277,88	360,3

Valores medianos

EDAD	RESULTADO MEDIANO DE EXPLOTACIÓN EN FUNCIÓN DE LA EDAD											Media del resultado
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
<15 años	0,57	-1,41	0,81	0,00	0,42	3,30	4,96	1,28	2,24	9,57	2,34	2,2
Entre 15 a 25 años	4,10	-11,60	-0,10	0,00	0,00	0,00	0,73	3,32	7,85	6,07	7,68	1,6
Entre 25 y 40 años	10,44	-1,36	3,18	-0,53	0,00	3,11	0,17	12,63	8,77	9,29	6,36	4,7
Entre 40 a 50 años	25,98	0,00	2,56	1,61	163,13	0,06	0,00	0,00	43,23	97,89	5,07	30,9
>50 años	8,61	4,98	4,21	10,27	9,68	36,40	16,69	31,72	112,42	75,10	2,69	28,4

Fuente: Elaboración propia con datos de SABI

En la tabla destacan los valores medios y medianos de la categoría “entre 15 y 25 años”, donde la media de las empresas arrojan los peores valores, aunque cabe decir que esta categoría ha ido mejorando con el paso de los años, comenzando con valores negativos hasta llegar a los últimos años con valores positivos.

Las categorías que mayores resultados han obtenido en función del número de años activas comprenden los dos últimos escalones, las que tienen de vida entre 40 y 50 años o más, son aquellas que se encuentran en los dos mejores resultados dentro de las 5 clasificaciones en ambos valores. En el caso de las empresas que llevan activas de 40 a

50 años ocupan el mejor puesto en los valores medianos y en términos de valores medios, el mejor puesto lo ocupan las compañías con una edad de más de 50 años.

El tercer mejor puesto en valores medios y medianos en cuanto a resultados lo ocupan las empresas que tienen entre 25 y 40 años.

Resumidamente, la trayectoria de los resultados de las bodegas a lo largo del tiempo sería que los primeros 15 años se llegan a tener valores ni muy altos ni muy bajos, y más o menos estables a excepción del 2009 y 2012 en valores medios y medianos y se le suma el 2011 en términos medianos.

A partir de los 15 años hasta los 25 años de nacimiento, bajan sus resultados sustancialmente, llegando a ser la media de la categoría los mínimos valores tanto medios como medianos de todas las medias de los resultados por categorías recogidos.

Tras este periodo de bajada, a partir de los 25 años en adelante los resultados medios por tramos de años van creciendo a medida que pasan los años, hasta llegar a un máximo en los años posteriores a los 50 años de nacimiento.

La variable “años de edad de la empresa” podría decirse que, a excepción del intervalo de años entre los 15 y los 25, donde la muestra baja sus resultados notablemente, el resto de años van aumentando sus resultados progresivamente respecto a los años que lleva activa.

7. Conclusiones

El objetivo principal de este trabajo ha sido analizar el perfil de las empresas con mayor crecimiento del sector vinícola en Aragón y La Rioja durante la última década. La década estudiada abarca desde el estallido de la crisis, pasando por el periodo de recesión hasta la recuperación económica y llega hasta el momento actual. Este horizonte temporal que abarca tantas fases nos arroja el comportamiento que han experimentado estas empresas durante el periodo de crisis, como de preparadas estaban ante una posible recesión económica y como han respondido ante ella dentro de las variables que estas podían controlar.

Como hemos podido observar durante el estudio de las empresas creadas en Aragón y La Rioja desde el 2008, en plena fase de crisis, ha habido mayor tasa de supervivencia a pesar de la crisis, la tasa de éxito ha sido mayor en La Rioja que en Aragón, sin embargo, el número de empresas quebradas también ha sido mayor en La Rioja. Esto se debe a que, La Rioja ha creado más bodegas que Aragón, y por lo tanto han sobrevivido muchas más pero también La Rioja ha sido la Comunidad Autónoma donde más han quebrado las empresas creadas desde 2008. No obstante, el balance ha sido positivo, siendo mucho mayor la tasa de supervivencia que el cierre en el total de la muestra.

En cuanto al estudio de las características de las empresas que se han creado a partir del 2008 y que no han conseguido estar activas a día de hoy, comparten rasgos comunes entre ellas, como que todas tienen menos de 50 empleados, y más de la mitad una edad de menos de 5 años y de entre 5 y 10 años un 30% de las que no han sobrevivido.

También se aprecia que más del 70% de las empresas que no han seguido adelante no realizaban ninguna actividad exterior ni tampoco pertenecían a ningún grupo corporativo.

Respecto a la segunda parte del trabajo, hemos podido observar que en todo el periodo estudiado el pasivo circulante supera al activo circulante, por lo que refleja la limitada capacidad de hacer frente a las deudas a corto plazo. En cambio, la relación entre recursos propios y recursos ajenos es bastante equilibrada. En los pasivos, encontramos un pasivo a corto plazo que incrementa en los últimos años a costa de un pasivo no corriente que desciende en los mismos últimos dos años, reestructurando así la deuda debido a la falta de margen de hacer frente a sus deudas a corto plazo como se ve la relación entre el activo corriente y el pasivo corriente durante los primeros años vista

anteriormente, esto se observa mejor en el fondo de maniobra y ratio de liquidez, que a lo largo de los últimos 4 años empiezan a tener constantes tasas de variación positivas. Esto también se ve con claridad en la evolución del ratio de endeudamiento.

En cuanto a los ratios de rentabilidad, por un lado la rentabilidad económica empieza a recuperarse pronto, a partir del 2011 e incrementar poco a poco hasta llegar a cifras máximas en los últimos años, mientras que la rentabilidad financiera se ha visto más afectada en cuanto a las oscilaciones entre periodos e interanuales y con una recuperación menos sostenida.

Se observan siempre tasas de variación muy elevadas en el año 2017 debido al incremento de la cifra de ventas ese año y como afectó tanto a las masas patrimoniales como a los ratios.

Como hemos podido observar a lo largo del trabajo, Adam Smith ya nos adelantaba alguna de las características que son tan válidas como para países como para empresas, en las que éstas pueden aprovechar para tener unos mejores resultados y un mayor valor añadido respecto a sus competidores, una de estas características sería la importancia de las exportaciones al resultado de una compañía. Durante el análisis hemos encontrado más características que son determinantes a la hora de aumentar su resultado como la pertenencia a un grupo o la edad de la compañía.

Por otro lado, se ha podido apreciar la relevancia del sector vinícola en un país como España, así como el impacto en las comunidades autónomas de La Rioja y Aragón ya no solo como parte del tejido empresarial, sino como un atractivo turístico, sector importante para el PIB español. El estudio de la tasa de supervivencia de las empresas de reciente creación en Aragón y la Rioja revela que en La Rioja es una mejor Comunidad Autónoma para crear una empresa frente a Aragón, debido al gran impacto e importancia que esta Comunidad le da al vino.

8. Bibliografía.

ACE Revista de Enóloga - CIENCIA. (2003, 23 julio). Recuperado 30 de abril de 2020, de http://www.acenologia.com/ciencia63_02.htm

Aumenta el consumo de alcohol en un 85% durante el confinamiento por coronavirus. (2020, 23 abril). Recuperado 3 de mayo de 2020, de https://www.antena3.com/noticias/economia/aumenta-consumo-alcohol-confinamiento-coronavirus_202004235ea1793964242d00016b43e7.html

Castro, C. (2017, 19 abril). El consumo de vino en España, amenazado por el rechazo de los jóvenes. Recuperado 6 de mayo de 2020, de <https://www.elindependiente.com/economia/2017/04/19/consumo-vino-espana-amenazado-rechazo-los-jovenes/>

«Cómo se consigue ser una de las marcas de vino más vendidas (Caso de éxito: Ramón Bilbao)» (Bernabé, Eva, entrevista personal, 12 de junio, 2018). Recuperado 6 de mayo de 2020, de <https://www.marketingenpersona.com/como-se-consigue-ser-una-de-las-marcas-de-vino-mas-vendidas-caso-de-exito-ramon-bilbao/>

Eads, L. (2015, 14 abril). Top 10 architectural wonders of the wine world. Recuperado 3 de mayo de 2020, de <https://www.thedrinksbusiness.com/2015/04/top-10-architectural-wonders-of-the-wine-world/3/>

El Sector del Vino en cifras. (s. f.). Recuperado 2 de mayo de 2020, de <http://www.fev.es/sector-cifras/>

elEconomista Aragón. (2019, 31 octubre). La Guía Peñín destaca 12 vinos de Bodega SOMMOS. Recuperado 4 de mayo de 2020, de <https://www.eleconomista.es/aragon/noticias/10173805/10/19/-La-Guia-Penin-destaca-12-vinos-de-Bodega-SOMMOS.html>

Fernández, M. V. M. (2017, 2 septiembre). El buen momento del vino español. Recuperado 9 de mayo de 2020, de https://elpais.com/economia/2017/09/01/actualidad/1504263936_086950.html

Galán, I., González, M. J., & Valencia-Martín, J. L. (2014). Patrones de consumo de alcohol en España: un país en transición. *Revista Española de Salud Pública*, 88(4), 529-540. <https://doi.org/10.4321/s1135-57272014000400007>

INE (Instituto Nacional de Estadística). (2017, 9 febrero). *Principales características del IPC base 2016* [Comunicado de prensa]. Recuperado de https://www.ine.es/prensa/ipc_base_2016.pdf

Infografía: Los países que importan más vino. (2019, 30 septiembre). Recuperado 9 de mayo de 2020, de <https://es.statista.com/grafico/19503/principales-paises-importadores-de-vino/>

Liñán, J. D. M. A. A. (2018, 30 abril). El vino en el mundo: Italia el que más produce, España el que más vende y EE UU donde se lo beben. Recuperado 7 de mayo de 2020, de https://elpais.com/economia/2018/04/26/actualidad/1524755902_232432.html

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN. (2019, 25 octubre). *El Consejo de Ministros aprueba mejoras en el Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola Español para el periodo 2019-2023* [Comunicado de prensa]. Recuperado de <https://www.mapa.gob.es/es/prensa/ultimas-noticias/el-consejo-de-ministros-aprueba-mejoras-en-el-programa-de-apoyo-al-sector-vitivin%C3%ADcola-espa%C3%B1ol-para-el-periodo-2019-2023--/tcm:30-520287>

Ruiz, I. (2014, 13 enero). Las 10 mejores regiones productoras de vino del mundo. Recuperado 2 de mayo de 2020, de <https://www.verema.com/blog/verema/1157612-10-mejores-regiones-productoras-vino-mundo>

Tecnovino.com. (2018, 19 abril). Más ingresos para catorce comunidades autónomas en un 2017 récord para las exportaciones de vino español. Recuperado 6 de mayo de 2020, de <https://www.tecnovino.com/mas-ingresos-para-catorce-comunidades-autonomas-en-un-2017-record-para-las-exportaciones-de-vino-espanol/>

Tecnovino.com. (2018a, marzo 1). Cifras récord en las ventas de vino español en 2017: se superan los 3.186 millones de euros. Recuperado 8 de mayo de 2020, de <https://www.tecnovino.com/cifras-record-en-las-ventas-de-vino-espanol-en-2017-se-superan-los-3-186-millones-de-euros/>

Vinetur.com. (2015, 11 febrero). ¿Cuáles son las comunidades que producen más vino? Recuperado 4 de mayo de 2020, de <https://www.vinetur.com/2015021118163/cuales-son-las-comunidades-que-producen-mas-vino.html>

Zaragoza, E. (2016, 8 mayo). La inversión en I+D+i en riego inteligente permite obtener vinos de más calidad. Recuperado 5 de mayo de 2020, de

<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2016/05/08/inversion-i-riego-inteligente-permite-obtener-vinos-mas-calidad-847366-300.html>