

Trabajo Fin de Grado

El Modelo Cooperativista en el Sector Vinícola Español: Un análisis Económico-Financiero de las Cooperativas del Vino

Autor

Carlos Muñiz Muñoz

Director

Raúl Serrano

Facultad de Economía y Empresa

Año 2016/2017

El Modelo Cooperativista en el Sector Vinícola Español: Un análisis Económico-Financiero de las Cooperativas del Vino

The Cooperativist Model in the Spanish Wine Sector: Financial and economic analyse of the Wine Cooperatives

Carlos Muñoz Muñoz

Director: Raúl Serrano Lázaro

RESUMEN: Dada la gran cantidad de estudios que han versado sobre si el modelo capitalista es más eficiente y rentable que el modelo cooperativo, y del enorme debate que se ha generado en torno al tema, este trabajo pretende retomarlo y darle un enfoque analítico a través del estudio de información financiera sobre los modelos a estudiar. El objeto de este trabajo es por tanto, analizar y comparar la eficiencia del modelo cooperativista con las sociedades mercantiles en un sector muy concreto y de gran tradición e importancia en nuestro país: el sector del vino.

ABSTRACT: Given the large amount of studies that have aimed at tackling the question whether the capitalist model is more efficient and profitable than the cooperative model and the enormous debate that has grown around this topic, this work focuses on approaching this subject from an analytical point of view through the study of the financial information of the aforementioned models. Therefore, the main goal of this work is to analyse and compare the efficiency of the cooperative model with the mercantile societies in a very specific sector of remarkable tradition and prominence in our country: wine.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN:	4
1.1 PRODUCCIÓN	4
1.2 EL CONSUMO DEL VINO	8
2. SITUACIÓN EMPRESARIAL DEL VINO EN ESPAÑA	13
2.1 El sector vinícola español	13
3. EL COOPERATIVISMO	15
3.1 Breve reseña histórica.	15
3.2 Papel de las Cooperativas Agrarias en la actualidad	16
3.3 Estructura de las Cooperativas. Tipología.	17
3.4 Cooperativas del vino en Aragón	19
3.5 Sociedades Cooperativas frente a Sociedades Mercantiles	19
3.5 Análisis de la propiedad	19
3.6 Análisis de la renta residual	20
3.7 Problemática del cooperativismo	20
4. ANÁLISIS DE LOS INDICADORES ECONÓMICO-FINANCIEROS ENTRE SOCIEDADES COOPERATIVAS Y SOCIEDADES MERCANTILES	22
4.2 ANÁLISIS GENERAL ENTRE COOPERATIVAS Y SOCIEDADES MERCANTILES	26
4.3 ANÁLISIS DESAGREGADO DE LA RIOJA	29
4.4 ANÁLISIS DESAGREGADO CASTILLA LA MANCHA	32
5. CONCLUSIONES GENERALES DEL TRABAJO	34

1. INTRODUCCIÓN:

El debate en torno a la mayor eficiencia de las sociedades mercantiles sobre las sociedades cooperativas continúa vigente en la actualidad. Esta forma jurídica es responsable de la mayoría de la producción en el sector del vino. Dada su importancia, es una buena oportunidad utilizar este sector para contrastar la eficiencia de este modelo asociativo y compararla con las formas tradicionales de empresas capitalistas.

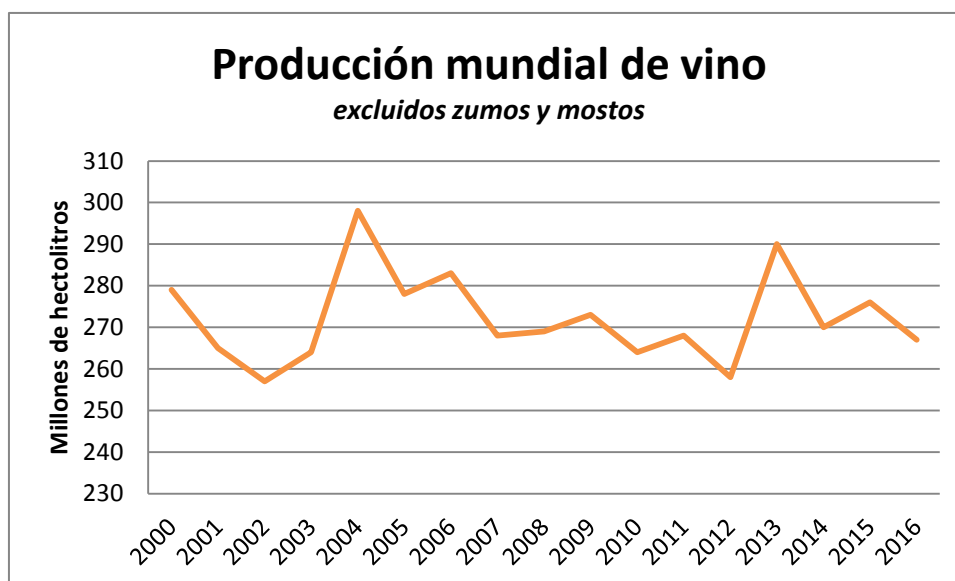
El peso de la agroindustria en nuestro país es del 8% del PIB, empleando a más de dos millones de personas. En él conviven múltiples subsectores entre los que se encuentra el vinícola, enormemente arraigado a nuestra cultura. La convivencia de distintas formas jurídicas en este subsector, entre las que destacan por su peso las cooperativas, le confieren al sector un gran interés desde el punto de vista del estudio económico. Mediante este trabajo se pretende conocer un sector relevante en España por su peso en el PIB, y descubrir una forma jurídica no muy conocida, aunque enormemente importante el sector agroindustrial.

El trabajo se compone fundamentalmente de cuatro grandes bloques. En primer lugar, se hará una aproximación del sector del vino en el mundo y en España, mediante una breve exposición de variables como producción, consumo y estrategias del mercado. A continuación, se hablará de la situación empresarial vinícola en España, para posteriormente adentrarnos en el cooperativismo. Por último, se hará un análisis económico-financiero entre sociedades cooperativas y capitalistas para comprobar de qué manera la forma jurídica influye en los resultados de las sociedades.

1.1 PRODUCCIÓN

- **Producción mundial**

Los datos más recientes de los que disponemos, referentes a 2016, cifran la producción mundial del vino en 267 millones de hectolitros, 9,3mhL menos con respecto al año anterior, es decir, un 3,37% inferior al periodo anterior. Si nos fijamos en la tendencia de la producción en los últimos quince años, ésta ha sido prácticamente lineal, alcanzando su máximo en el año 2004 con 298 Mill. hL, con un consumo medio durante este periodo de 272 Mill. hL.

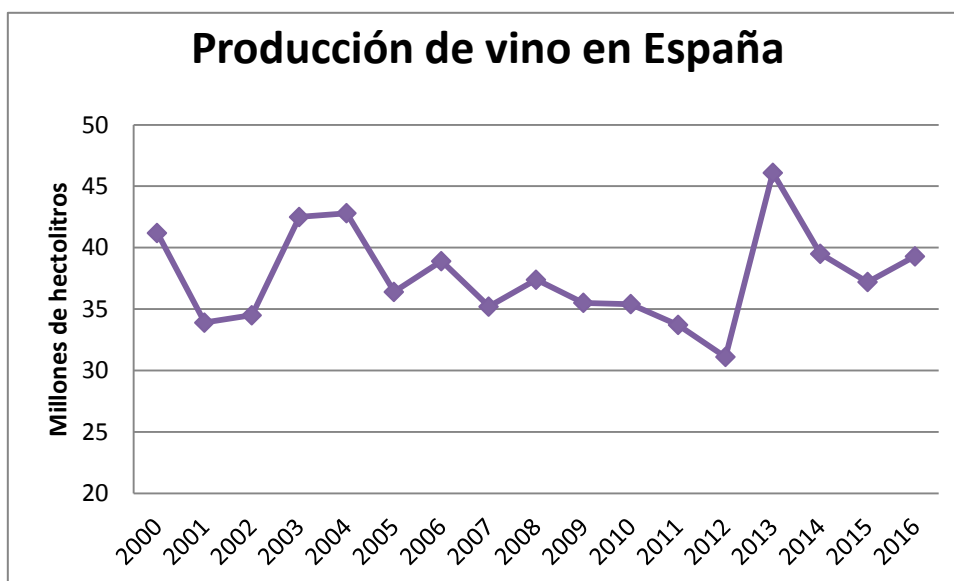


Fuente: elaboración propia, datos FEGA 2016

A nivel europeo, la comunidad europea, retrocede un 2,5% con respecto a la producción del periodo anterior, alcanzando los 162 Mill. hL en 2016. Basta con mirar el ranking de países productores para darse cuenta del aplastante dominio en la producción mundial del vino de Europa. Teniendo en cuenta que el 60,67% de la producción mundial del vino procede de nuestro continente, no resulta tan disparatado que el podio se componga exclusivamente por países europeos: Italia, Francia y España. Estos representan el 50,07% de la producción mundial, y el 82% de la producción comunitaria. Italia, con 50,9 Mill. hL y aumentando en dos puntos porcentuales su producción, continúa encabezando en solitario el ranking mundial de la producción. Le sigue Francia, con una producción total de 43,5 millones de hectolitros que empeora un 3,5% con respecto a la anterior campaña.

- **España**

En España continuamos en el último escalón del podio, con una producción, según la OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino), de 39,3 Mill. hL, que aumenta en un 4% en 2016 (1,7 Mill. hL). Nuestra producción representa casi al 15% de la producción mundial de vino, por lo que 1 de cada 7 litros producidos en el mundo son españoles. La FEGA (Fondo Español de Garantía Agraria), en su informe de la producción declarada de vino, recogió una producción de 37,2 millones de hectolitros para la campaña 2015/2016. De ellos, 20 millones son tintos o rosados (53,88%), mientras que los 17,2 millones restantes (46,12%) son de vino blanco.



Fuente: elaboración propia, datos FEGA y OIV

La comunidad que con abultada diferencia encabeza la producción nacional, es Castilla La Mancha, con un total de 18,3 millones de hectolitros, distribuidos casi a partes iguales entre vinos tintos o rosados y vinos blancos: 9,18 millones y 9,12 millones respectivamente. Sin embargo, resulta curioso que tan sólo un 13,3% de sus vinos son producidos bajo alguna DOP.

Nuestra comunidad produjo la pasada campaña 1,43 millones de hectolitros, de los cuáles 1,3 eran tintos o rosados y 140 mil hectolitros eran blancos. La mayoría de nuestros vinos cuentan con Denominación de Origen Protegida (1,23 millones, un 86%).

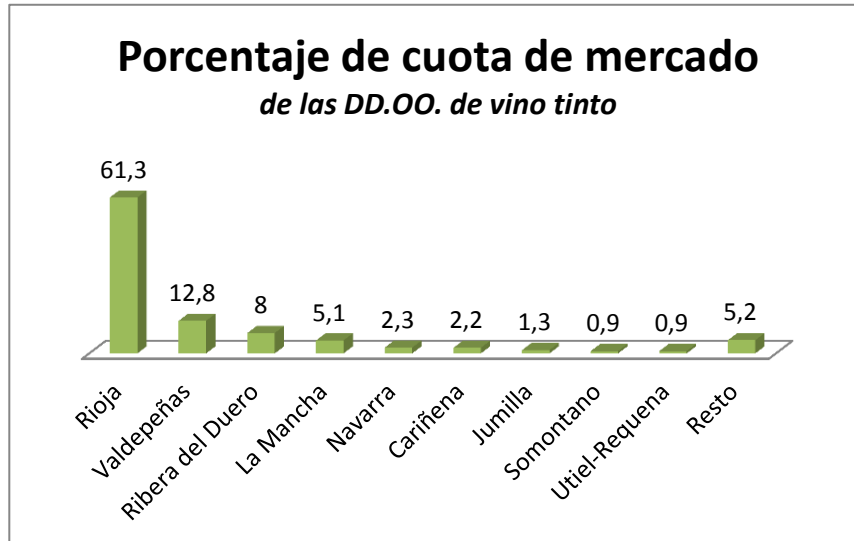
Una de las comunidades más emblemáticas en la producción de vino es La Rioja. Esta comunidad cuenta con una producción total de 2,245 millones de hectolitros, de los cuáles 2,138 millones corresponden a vinos tintos o rosados, representando al 95% de su producción. Además, la apuesta por vinos de calidad se manifiesta en la enorme presencia de vinos con DOP en su producción. Estos representan casi al 93% de la producción de la comunidad.

- **El control de la producción**

La apuesta europea ha sido utilizar las denominaciones de origen como elemento determinante para garantizar una calidad constante al consumidor. Por ello, parece necesario conocer mínimamente cómo se vertebra dicha estructuración en el sector vinícola en nuestro país.

La denominación de origen es un término vinculado a unos terrenos claramente delimitados, donde se aplican una serie de normas y se utilizan unos procedimientos de cultivo y elaboración propios para que el consumidor encuentre una constante calidad en los vinos de dicha denominación.

Las Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P), incluyen distintas categorías como los Vinos de Pago (VP), Vinos con Denominación de Origen Calificada (DOCa), Vinos de Calidad con Indicación geográfica (VC), Vinos de la Tierra con indicación geográfica protegida (IGP) y por supuesto los conocidos Vinos con Denominación de Origen (D.O). De esta forma en España identificamos los vinos de calidad diferenciada, consecuencia de las características propias que poseen debidas al medio geográfico en el que se producen las uvas, y a la influencia del factor humano con su saber hacer y tradiciones de la zona que incorpora en la elaboración del vino. En España tenemos unas 70 Denominaciones de Origen. Este gráfico ilustra las cuotas de mercado de las principales DD.OO. españolas en vino tinto criado y evidencia el aplastante dominio de La Rioja en cuanto a vino tinto se refiere.



Fuente: elaboración propia, datos Nielsen

Para obtener dicha Denominación de Origen se necesitan cumplir una serie de requisitos:

- **La procedencia de las uvas** debe ser exclusivamente de la zona geográfica que abarca la Denominación de Origen.
- Los vinos deben tener unas **características especiales** y una calidad que sólo se puedan conseguir en ese medio geográfico.

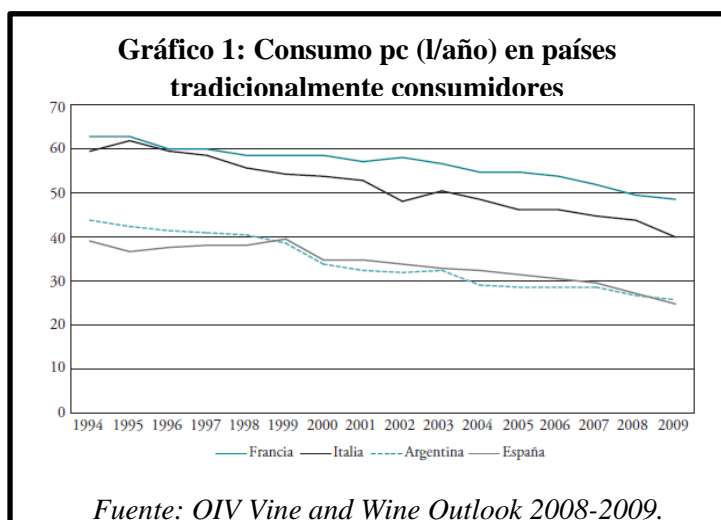
- Deben tener un **prestigio contrastado** en el mercado por su origen.
- Tendrán que transcurrir un mínimo de **cinco años** desde que se reconoció a ese vino como producto de la zona.

Hay grandes diferencias en la imagen de calidad que las distintas denominaciones de origen tienen en nuestro país, lo que justifica las grandes diferencias de precio que existen entre ellas y por lo tanto de valor. Ribera de Duero y La Rioja están en lo más alto mientras que Valdepeñas, Navarra, La Mancha, Ribeiro ocupan otros estratos más bajos.

1.2 EL CONSUMO DEL VINO

- **En distintas zonas del mundo**

Antes de empezar a comentar este apartado conviene explicar que países aparecen en el análisis y por qué. En principio se analizará el consumo en los principales países productores. En este bloque están los países mediterráneos como España, Francia, e Italia, que comparten el fuerte vínculo existente entre el consumo de vino y sus gastronomías. A éstos se les suma Argentina, país que por influencias de la emigración española e italiana se convirtió en un gran productor y consumidor de vino. También se analizará el consumo y su evolución en otros países europeos que no tienen ninguna tradición vinícola pero sí cervecera, como el caso de Holanda, Bélgica, Dinamarca, Irlanda y Reino Unido, Noruega y Suecia. Por último estarán presentes Estados Unidos y Australia como representantes de países no europeos y emergentes como exportadores de vino.

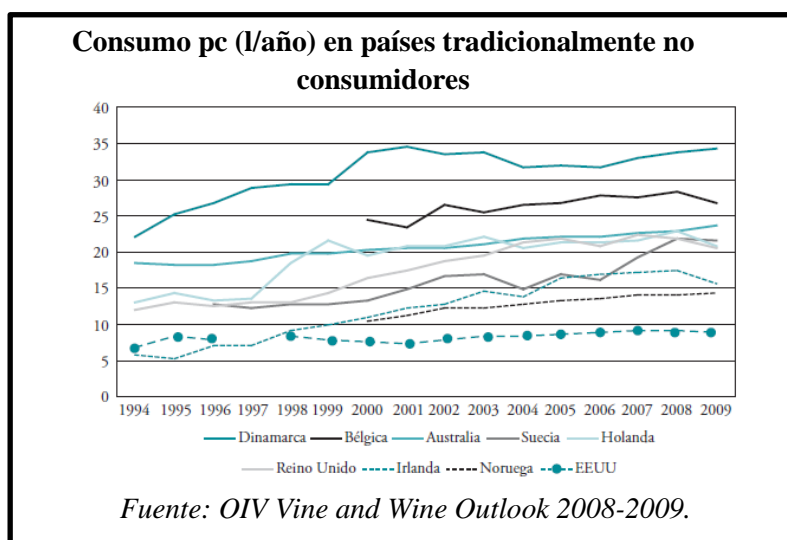


En todos los países productores del primer bloque la caída del consumo del vino es un hecho y una tendencia generalizada. Más acusada en Italia y Argentina que en España y Francia, que tienen valores muy

parecidos. Lo que era inimaginable hace unos pocos años es que los países citados centroeuropeos del segundo grupo pudieran superar en consumo per cápita a los del primer bloque. Dinamarca puede ser un buen ejemplo de esto. También se consideraba como suelo de esa caída del consumo para los países productores los 30 litros per cápita al año, y tanto España como Argentina están por debajo de ese límite.

Parece razonable al analizar el consumo del vino, relacionarlo con su participación en el consumo total de alcohol. En el grupo de países en el que está España, desde el año 1980 el consumo total de alcohol per cápita anual ha descendido entre 6 y 8 litros. En el resto de países y estableciendo subgrupos por proximidad geográfica y culturas parecidas tenemos: Bélgica y Holanda con una tendencia a la baja en el consumo global de alcohol, que se materializa en ambos en un crecimiento de la importancia del vino en el consumo de alcohol, y en un descenso en el caso de la cerveza. Es un dato relevante porque se consideran por tradición países muy cerveceros.

El caso de Reino Unido e Irlanda sigue una evolución parecida al caso anterior, ya que la tendencia en consumo de vino es creciente y la de la cerveza decreciente, pero con un creciente consumo de alcohol. Crecimiento



que comparte con países como Noruega y Suecia. Cabe reseñar que aunque la tendencia sea al alza, parten de valores mucho más bajos que en el caso de los países mediterráneos, sobre todo los dos últimos mencionados, por lo que sus cifras están aún bastante alejadas de las de dichos países. En el Reino Unido y en Noruega, el vino y la cerveza se han llegado a igualar en cuanto a consumos de alcohol, mientras que en Dinamarca y en Suecia el vino está ligeramente por encima de la cerveza.

Para finalizar con los países no europeos, tanto en Australia como en Estados Unidos, el vino está en claro auge, mientras la cerveza va a la baja, siendo más acusada en el caso australiano que en el estadounidense.

En definitiva, según los datos analizados el consumo per cápita de los países citados oscila entre los 8 y los 12 litros de alcohol (datos del año 2010). Se constata una convergencia entre los países grandes productores de vino, que por cambios producidos en su estilo de vida han ido reduciendo su consumo de alcohol, y los no productores que lo han ido aumentando.

Este aumento en el consumo que se está produciendo en países sin tradición vinícola está creando una nueva cultura del vino. Tienen una visión del vino completamente diferente, y han descubierto a través del vino un nuevo modelo de socialización que han incorporado a su estilo de vida. No lo relacionan necesariamente con la gastronomía, sino con el placer de su degustación, el momento de relajarse, la aventura, la búsqueda de nuevas sensaciones etc. Esto ha originado un desconcierto en los países exportadores mediterráneos ya que no sabían que tipos de vinos debían producir para satisfacer la demanda de los nuevos consumidores y entrar en sus canales de distribución.

- **El caso español**

La caída del consumo de vino en los hogares desde el año 2000 ha sido una constante, exceptuando dos pequeños repuntes en los años 2009 y 2012. En el año 2015 se ha situado por primera vez por debajo de los 400 millones de litros (376.611.000 litros). Es una de las mayores preocupaciones de un sector que tiene vaticinada una tendencia a la baja desde el 2012 hasta el 2022 de un 40%.

La evolución de estos consumos no es general sino que muestra comportamientos distintos según los tipos de vino. Así, los de D.O.P. (Denominación de Origen Protegida) y los de I.G.P. (Indicación Geográfica Protegida) aumentaron sus ventas y las de espumosos y vinos sin IGP por el contrario las disminuyeron. Aunque casi la mitad de los vinos consumidos fueron vinos sin D.O.P. / I.G.P. (48'6%), en términos de valor los primeros con diferencia fueron los vinos tranquilos con D.O.P. (54'8%), a continuación los vinos sin D.O.P. /I.G.P. y por último los espumosos (12'6%). El consumo medio per cápita fue de 8'45 litros año con un gasto de 21'68 €.

Según un reciente informe del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) elaborado por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV) estos vinos de D.O.P. tienen un perfil de hogar básicamente formado por jubilados, parejas con hijos mayores y parejas sin hijos. Residen en poblaciones medianas (100.000 a 500.000 habitantes) y suelen pertenecer al estrato de renta alta-media alta. Todos los vinos han experimentado una caída en su consumo excepto los vinos tranquilos con D.O.P. que han tenido un leve ascenso del 1'1%.

Este consumo de vino por hogares representó en el citado año 2015 el 72% del total consumido en España. El 28% restante es pues realizado fuera del hogar, por el canal conocido como HORECA (hoteles, restaurantes, cafeterías y bares) que en términos de valor representa nada menos que el 62'8% del gasto.

Dada la importancia señalada en el apartado anterior del canal HORECA, desarrollaremos distintos aspectos de interés relacionados con este canal. Respecto al perfil de consumo podemos aportar que:

- El vino es la segunda bebida más demandada (26'4%) por detrás de la cerveza (34'6%).
- La importancia del crecimiento del consumo de la cerveza es tal, que actualmente representa más consumo de alcohol que el proveniente del vino.
- El 72'7% consume vino fuera del hogar al menos una vez al mes, y suele ser hombre y de edad comprendida entre 30 y 49 años.
- Son las comidas y cenas los momentos de mayor consumo (49'4%), seguidas de aperitivos (23'2%) y de "tapeo" (21'5%).
- En el contexto de las relaciones sociales podemos decir que el vino se toma en reuniones familiares o con amigos en el 87'2% de los casos, en pareja un 34'4% y en reuniones de empresa en un 16'4%.
- Para los establecimientos del canal HORECA el vino tienen una gran importancia valorada como alta o muy alta en un porcentaje muy elevado, ya que un 45'3% de los mismos así lo manifiesta.

- Para bodegueros (63'5%) y distribuidores (66'2%) son los vinos de D.O. los que mayor importancia tienen (alta y muy alta) con porcentajes muy elevados que superan como vemos el 60% en ambos casos. En el caso de los vinos de mesa, estos porcentajes bajan claramente hasta el 15'3% para bodegueros y el 38'3% para los distribuidores. Es el vino tinto el más importante con diferencia, comercialmente hablando, para bodegas y distribuidores, ya que es el que mayor grado de presencia tiene en los establecimientos. También es el más apreciado por los consumidores (71'4%), le sigue el blanco con un porcentaje del 12'2% y el rosado con el 10'7% que cierra la clasificación relacionada con los gustos.
- Para el consumo en estos establecimientos juegan un papel importante tanto el ambiente del mismo (40'6%), como las relaciones sociales (37%).
- Si nos centramos en la opinión de los consumidores sobre qué factores influyen más en su decisión de compra, éstos manifiestan que es el sabor, color y olor en un 35'6%, la costumbre 33'7% y el precio 18'5%, los causantes de esa decisión. Bodegueros, distribuidores, y establecimientos son de la opinión que el vino se elige en función más bien de la moda imperante.
- Como dato curioso o anecdótico sobre las prácticas del consumo de vino en restaurantes, está que entre los que consumen vino y les sobra, el 93'2% no se lleva el sobrante de esa botella a casa. De éstos, el 20% desconocía que podía hacerlo.

Dos de los factores que se señalan como principales causantes del freno al consumo del vino en el canal HORECA según estudios realizados por PriceWaterhouseCoopers (Pwc) y otras entidades, es el incremento en el número de controles de alcoholemia (45'7%), con el correspondiente endurecimiento de las sanciones, y por otro lado la percepción que tiene el consumidor de un alto precio (23'6%). Aunque hay un consenso generalizado sobre estos dos factores, no faltan otros agentes que apuntan otros motivos como la poca o nula renovación en la imagen y momentos de consumo del vino, lo que dificulta el acercamiento de nuevos consumidores, especialmente de los jóvenes.

Propuestas a la problemática detectada

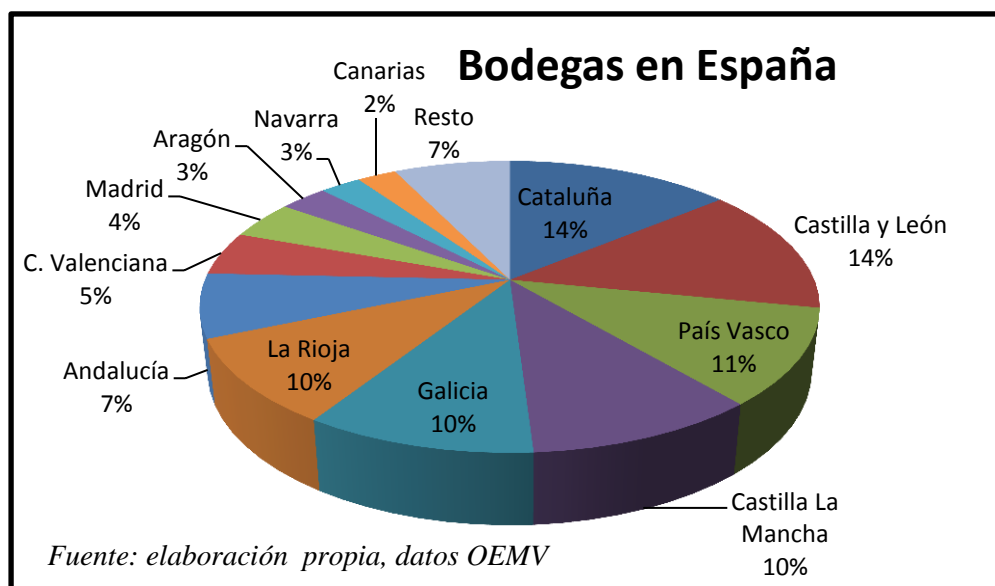
En este sentido no quiero dejar de reseñar que se han realizado toda una serie de propuestas para tratar de corregir los fallos detectados y mejorar las cifras de consumo en el sector. Entre las más importantes podemos citar:

- Cambiar esa percepción de cultura de calidad y elitismo que tanto está perjudicando las cifras de venta. Se trataría en definitiva de encontrar fórmulas estratégicas, tanto de marketing como comerciales, que sin menoscabar la actual imagen del vino ayudaran a popularizarlo. Esto podría implicar, tener que ampliar su gama de productos.
- Promover el consumo responsable entre los jóvenes buscando la participación en sus actividades de ocio y culturales, tal y como supo hacer el sector cervecero.
- Promocionar el consumo de vinos jóvenes, blancos y rosados.
- Relacionar medio ambiente, salud y el vino.
- Identificar la riquísima cultura gastronómica con la cultura del vino como algo que va indisolublemente unido y que forman parte de nuestro patrimonio cultural.
- Revisar políticas comerciales como la de precios.
- Establecer estrategias para la rotación del producto
- Aprovechar las T.I.C a través de las redes sociales, los videos online, los blogs, etc. Para acercar el consumidor al productor.
- Promover la cultura del vino acercando la bodega al consumidor con fórmulas como la del enoturismo

2. SITUACIÓN EMPRESARIAL DEL VINO EN ESPAÑA

2.1 El sector vinícola español

El sector del vino es un sector muy atomizado. Según datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (INE) a 1 de enero de 2017 en España había 4093 bodegas, lo que representa un 14% sobre el número total (29.018) de empresas de la industria de alimentación y bebidas. Por Comunidades Autónomas, Cataluña es la que cuenta con más bodegas (575), seguida de Castilla y León (574).



Es un sector en el que conviven formas empresariales de muy distinto tamaño, que van desde las pequeñas bodegas familiares, a las grandes empresas con facturaciones que superan los 100 millones de euros como son los casos de Freixenet, J. García Carrión, Félix Solís, etc. Si hacemos la distinción entre vinos y vinos espumosos (cavas, vinos de aguja y frizzantes), en el apartado vinos, la bodega J. García Carrión es indiscutiblemente la más importante, ya que facturó en el año 2015 más que las cuatro siguientes, con un total de 733.621.848€. Sin embargo en el ranking de espumosos cuyo producto más consumido (llegando hasta el 99% en el canal de alimentación) es el cava, el grupo Freixenet con una facturación próxima a los 450 millones es el que está a la cabeza superando en 270 millones a J. García Carrión.

Si nos fijamos en la capitalización, es en la mayoría de los casos de origen español. A grandes rasgos y desde el punto de vista de forma jurídica podríamos distinguir dos grupos bien diferentes: las sociedades de carácter mercantil como las sociedades anónimas, limitadas, etc. y las cooperativas agrarias dedicadas a la producción vinícola. Éstas últimas en un número que ronda las 600, representando el 15% del total citado de bodegas y aportando aproximadamente el 70% de la producción.

Respecto a cómo está configurada su estructura empresarial, en lo que se refiere al apartado relacionado con la producción podríamos distinguir:

- Las grandes empresas con bodegas en distintas zonas y una amplia oferta de vinos que van desde los vinos de mesa y de la tierra, hasta los vinos de calidad producidos en una región determinada (V.C.P.R.D), generalmente conocidos

como vinos con Denominación de Origen. A veces tienen filiales que fabrican mosto y/o bebidas de alta graduación. Éstas poseen ventajas competitivas relacionadas con su tamaño, como niveles altos de gestión, marcas introducidas y consolidadas en el mercado, políticas de marketing, etc. Algunas cotizan en el mercado de capitales. Suelen disponer de importantes redes de distribución y en algunos casos hasta con redes propias.

- Comercializadoras en origen. Bien sean cooperativas o no. Gestionan grandes cantidades de vino a granel. Aquí estaríamos refiriéndonos a las Cooperativas de segundo grado especializadas en graneles.
- Empresas destiladoras. Son pocas y la mayoría pertenece a grandes empresas vónicas.
- Empresas fabricantes de mosto. Como en el caso anterior, también son pocas y ligadas a grupos o grandes empresas del sector.

Con todas éstas citadas conviven las Cooperativas y las S.A.T. (Sociedades Agrícolas de Transformación). En este sentido cabe recordar, como se indicó anteriormente, que la mayoría de la producción vitivinícola en nuestro país se hace a través de ellas.

3. EL COOPERATIVISMO

3.1 Breve reseña histórica.

El cooperativismo tiene un papel decisivo en el sector vinícola ya que es el responsable del 70% del total producido, agrupa al 80% de los viticultores y representa el 58% de la superficie de viñedos (Datos de la Confederación General de Cooperativas Agrarias COGECA). Haciendo un breve recorrido histórico, el crecimiento del mismo en España tiene lugar en dos décadas (del 1945 al 1965), ya que hasta entonces su implantación era muy escasa y nada comparable a otros países competidores como Francia o Italia. El caso francés es el ejemplo de país con el mayor y más temprano desarrollo conocido en el mundo. Las cifras hablan por si mismas: en 1920 había 92 bodegas cooperativas, en 1933 llegaban a las 595, cifra que es prácticamente la que tenemos ahora en España, y en el año 1952 superaban las 1000 entidades. Todo ello nos da una idea comparativa de su precocidad y capacidad de desarrollo del sistema cooperativo vinícola de nuestros vecinos franceses.

En el caso español fue la crisis de los precios del vino en los años 40 y principios de los 50, el detonante que obligó al Estado a intervenir para tratar de regular el sector aunque fuera de forma indirecta, creando bodegas cooperativas que acogían a gran cantidad de viticultores. En aquella época, el Estado franquista vio en esta forma asociativa un modo de intentar resolver la crisis en las zonas rurales más afectadas por la caída de los precios, originada por la sobreproducción y saturación de los mercados.

Existe un consenso generalizado en distintos autores consultados sobre el tema (Planas, Saumell, Salvador, Pan-Montojo), en las grandes dificultades que este modelo tiene a la hora de su financiación y por ende la imposibilidad de crecimiento en el mercado, teniendo que competir con empresas capitalistas. Se aconseja que se autofinancien para reducir así costes y riesgos derivados de depender de la financiación externa, pero hay dificultades intrínsecas del propio sistema a nivel organizativo que lo impiden, y además está el hecho de no querer asumir proyectos de riesgo por parte del asociado, ya que la cooperativa supone su medio de vida. Por todo ello se hace necesaria la intervención del Estado apoyando a estas entidades y resolviendo sus problemas de capitalización. Vanek y Ben-Ner entre otros, aconsejan lo que denominan “estructuras de apoyo” y por supuesto ayudas financieras por parte del Estado. Según Fernández, las cooperativas, para los gobiernos europeos, representaron un medio para resolver la caída de los precios por el exceso de producción y evitar así la intervención directa.

3.2 Papel de las Cooperativas Agrarias en la actualidad

Las cooperativas agrarias son estructuras asociativas con una gran base social, caracterizadas por ser importantes agentes generadores de actividad, y consecuentemente de empleo, colaborando en gran medida al desarrollo sostenible de numerosas zonas rurales, tanto desde el punto de vista económico, como social o medioambiental. En el caso del sector que nos ocupa, el vinícola, su estructura empresarial presenta un alto grado de integración vertical ya que los productores son también los que elaboran y en muchos casos comercializan su producto.

Hoy en día las cooperativas se encuadran dentro de un conjunto empresarial muy diverso que es la Economía Social. Una reciente Ley de 9 de septiembre de 2015 modifica y actualiza la normativa existente en materia de autoempleo, adoptando medidas de promoción y fomento del trabajo autónomo y de la Economía Social. Como

es un concepto relativamente novedoso, voy a definirla literalmente acudiendo al propio texto legal: “Conjunto de actividades económicas y empresariales, que en el ámbito privado llevan a cabo aquellas entidades que, de conformidad con los siguientes principios, persiguen el interés general económico o social, o ambos”.

Tal y como cita la CEPES (Confederación Empresarial Española Economía Social) los principios más relevantes en los que se basa la Economía Social en España son:

- Primacía de las personas y del fin social sobre el capital, que se concreta en gestión autónoma y transparente, democrática y participativa, que lleva a priorizar la toma de decisiones más en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios prestados a la entidad o en función del fin social, que en relación a sus aportaciones al capital social.
- Aplicación de los resultados obtenidos de la actividad económica principalmente en función del trabajo aportado y servicio o actividad realizada por las socias y socios o por sus miembros y, en su caso, al fin social objeto de la entidad.
- Promoción de la solidaridad interna y con la sociedad que favorezca el compromiso con el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social, la inserción de personas en riesgo de exclusión social, la generación de empleo estable y de calidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la sostenibilidad.
- Independencia respecto a los poderes públicos.

3.3 Estructura de las Cooperativas. Tipología.

Desde el punto de vista estructural podríamos clasificar las cooperativas en tres tipos básicos.

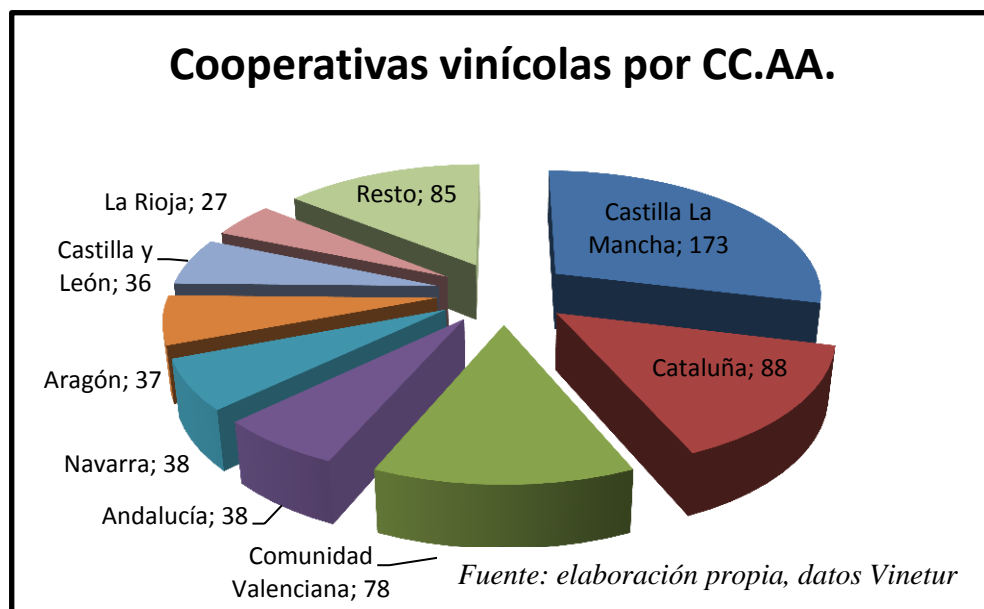
En el primer escalón estarían las cooperativas fundamentalmente productivistas. Toda su producción la venden a granel excepto lo embotellado para los socios. Nunca superan las 50.000 botellas. No suelen tener personal asalariado. A veces es el presidente de la cooperativa el que se encarga de las ventas, ya que no hay más personal. No están profesionalizadas. Nacieron con el objetivo de poder asegurarse la compra de su producción y no han evolucionado. Sí han hecho un esfuerzo por modernizar sus instalaciones, pero no han ido más allá. Básicamente son proveedoras de vino base, bien de mesa, de la tierra o de denominación de origen, a la empresa privada que es la que le añade valor comercializándolo y haciéndolo llegar al consumidor final.

En el siguiente nivel tenemos cooperativas que si comercializan vino embotellado pero en pequeñas cantidades. Superan las 50.000 botellas pero están por debajo de las 500.000. Esto indica que su principal objetivo continúa siendo la venta a granel aunque hayan iniciado la aventura de la venta del vino embotellado. Sus recursos siguen siendo muy escasos y están en un camino hacia el desarrollo. Como máximo pueden llegar a tener siete empleados y de ellos dos a funciones comerciales.

En el último segmento nos encontramos ante unas Cooperativas claramente profesionalizadas, lo que establece un elemento diferenciador con las citadas anteriormente. Comercializan la mayoría de ellas porcentajes que están por encima del 25% de su producción y esto viene a suponer superar el millón de botellas. Éstas si tienen una estructura de personal convenientemente definida, incluido el apartado comercial.

Un dato muy revelador, facilitado por los Consejos Reguladores es la vinculación de las bodegas cooperativas a las Denominaciones de Origen. Más del 94% de ellas pertenecen a alguna de éstas, y las que comercializan vino embotellado lo hacen bajo esa Denominación. De las alrededor de 600 bodegas cooperativas inscritas en los Consejos Reguladores, la supremacía de Castilla La Mancha es abrumadora. Es la región más importante a escala mundial productora de vino. A continuación se expone una clasificación por Comunidades Autónomas del número de bodegas inscritas en esos Consejos y que porcentaje representan del total. Las más importantes son:

Castilla La Mancha 173 (29%), Cataluña 88 (15%), Comunidad Valenciana 78 (13%), Andalucía y Navarra 38 (6,3%), Aragón 37(6,2%), Castilla y León 36 (6%), La Rioja 27 (4,5%)



3.4 Cooperativas del vino en Aragón

En el caso de nuestra Comunidad, hay 37 Cooperativas asociadas, de las que 19 producen vinos bajo alguna de las Denominaciones de Origen (D.O.) que tenemos. En mayor cuantía bajo las D.O. de Cariñena y Calatayud y en menor proporción bajo las de Campo de Borja y Somontano. También se están elaborando cavas. Se han hecho esfuerzos por parte del Gobierno Aragonés para favorecer la comercialización de los vinos de algunas cooperativas, constituyendo tres Sociedades Anónimas para tal fin y participando en el accionariado a través del IAF (Instituto Aragonés de Fomento). También han participado distintas Entidades Financieras, comprometiéndose a abandonar paulatinamente su participación según se vayan recuperando las inversiones realizadas.

3.5 Sociedades Cooperativas frente a Sociedades Mercantiles

Dado lo arraigado que está el modelo asociativo en el sector vinícola, inevitablemente aparece la necesidad de comparar su eficiencia productiva con las otras formas jurídicas representadas por las sociedades mercantiles que comparten dicho sector. Es decir comparar en definitiva la forma organizativa capitalista con la sociedad cooperativa. No es algo nuevo, ya en los años treinta (1932) Berle y Means estudiaron los efectos de la separación entre propiedad y control sobre el resultado empresarial. Desde entonces ha habido muchos trabajos fundamentalmente teóricos, defendiendo en su mayoría la superioridad capitalista nunca demostrada a la vista de los resultados obtenidos. Es por tanto una superioridad mucho más teórica que real.

3.5 Análisis de la propiedad

Otro análisis económico interesante es el de la propiedad y los derechos que se derivan de la misma. En ambas, el órgano decisorio corresponde a los socios, en el caso de las sociedades mercantiles a través de La Junta General y en el caso de las cooperativas por medio de la Asamblea General. Hasta ahí no encontramos diferencia alguna respecto a quien ejerce el derecho, pero si existe en qué proporción se lleva a cabo. En las cooperativas, los socios ejercen su derecho de participación de forma democrática, todos tienen el mismo derecho independientemente de su aportación. Un socio un voto.

En las capitalistas es proporcional al capital invertido. La transmisión de las aportaciones está regulada por la Ley de Cooperativas y son los Estatutos los que tienen que establecer los requisitos necesarios para adquirir la condición de socio. En las sociedades capitalistas es el desembolso total del precio de la acción/participación lo que confiere dicha condición y existe la libre transmisibilidad de las mismas en el caso de sociedades anónimas. Así pues está más limitada y regulada en las cooperativas la participación como socio.

3.6 Análisis de la renta residual

Otro elemento diferencial muy importante es el reparto de la renta residual. En el ámbito de las sociedades capitalistas lo podemos identificar con el beneficio repartible y en el caso de las cooperativas con los excedentes o retorno cooperativo. En las primeras se hace en proporción al capital invertido (dividendo por acción), mientras que en las segundas se distribuye en función de la actividad realizada por el cooperativista. Buscando más diferencias, es en el beneficio/retorno cooperativo no repartible donde encontramos un fondo en las cooperativas que no tienen equivalente en las capitalistas, me refiero al Fondo de Educación y Promoción. Su propio nombre está indicando su finalidad: educación y formación de los cooperativistas, promoción cultural y profesional, y promoción de las relaciones intercooperativas. Por supuesto que tiene carácter obligatorio como el otro fondo, el llamado Fondo de Reserva, cuya finalidad es la capitalización por la vía de la autofinanciación para la consolidación y continuidad de la propia cooperativa. Éste sí que lo podríamos identificar con la Reserva Legal en las sociedades capitalistas, tanto por su función como por su carácter obligatorio.

3.7 Problemática del cooperativismo

Estas diferencias reseñadas, directamente relacionadas con el modo de desarrollar los derechos de propiedad en la empresa cooperativa, suele ser la causa que utilizan los estudiosos del tema para justificar las posibles ineficiencias de este modelo asociativo. Los estudios resumen en cinco los problemas más generalizados encontrados. Merece la pena describir brevemente cada uno de ellos.

El problema del horizonte. Se refiere al horizonte temporal de la inversión realizada por un socio cooperativista. En el largo plazo, al no existir un mercado de valoración de esas participaciones, no existe una garantía de recuperación de la inversión u obtención de plusvalía en el momento de abandonar la cooperativa. El socio se centra en el tiempo que tiene que permanecer para recuperar su inversión. Esto supone un freno importante a la inversión a largo plazo y sobremanera si son inversiones en activos inmateriales como en I+D+I.

El problema derivado de la propiedad común. La libre adhesión, siempre que se reúnan los requisitos establecidos en los estatutos, incluyen las aportaciones establecidas. Al no ser éstas equivalentes al valor de los beneficios recibidos por los socios, pueden dar lugar a que los nuevos socios se beneficien de todo el capital acumulado hasta su entrada. Esto vuelve a ser una consecuencia más de la inexistencia de un mercado que pudiera valorar la participación de un socio en la cooperativa.

El problema de la cartera de inversiones. Por muy lego que uno sea en materia de inversiones, el consejo de la diversificación a la hora de invertir, escenificado a nivel popular como “no poner todos los huevos en la misma cesta”, lo ha oído hasta la saciedad. Efectivamente con la diversificación se busca una disminución del riesgo. La estrategia contraria de la concentración en busca de una alta rentabilidad, es otra opción que ofrece el mercado y que se manifiesta de muy diferente forma en las cooperativas y en las sociedades capitalistas. La concentración está más limitada por ley en las cooperativas ya que los socios no pueden aportar más de un tercio del capital social. Las limitaciones a libre transferibilidad de las participaciones, sumado a la necesaria localización de las explotaciones agrarias, hace que la opción diversificación sea muy complicada para un socio cooperativista, por lo que no podrá hacer una buena gestión del riesgo inversor. En las Sociedades Anónimas la transmisión de las acciones es libre y en el caso de que cotice en Bolsa tienen una gran liquidez. En algunos casos y siempre que así se contemple en los estatutos, pueden establecerse limitaciones para el caso de acciones nominativas. En las sociedades limitadas también existe un protocolo de transmisibilidad establecido por ley.

El problema del control. Es indudable que en las cooperativas existe una separación mucho más leve entre la propiedad y la gestión que en las sociedades capitalistas. Es la gestión la que en definitiva va a suponer ejercer un control sobre la entidad, por lo que

deberíamos fijarnos en quien realiza la gestión, porque será quien tenga el control de la misma. Efectivamente el órgano de gestión (Consejo Rector) está formado por socios cooperativistas. En muchos casos no poseen la cualificación necesaria para llevar a cabo dicha función y se ven abocados a contratar la participación de un agente para tal fin. Desde el momento en que el principal (la cooperativa) encarga la realización de una tarea al agente, pueden surgir conflictos debidos a la disparidad de intereses que cada uno de ellos tiene y los distintos beneficios que pretenden obtener de la relación. La separación entre propiedad y control puede provocar la existencia de intereses contrapuestos y hacer que surjan conflictos y problemas.

El problema de los costes de influencia. Puede darse que dentro de la cooperativa haya socios que tengan intereses particulares egoístas y que debido a su grado de influencia en los responsables de la gestión consigan una asignación de recursos no todo lo eficiente que se podría realizar, con las consiguientes pérdidas para la entidad.

4. ANÁLISIS DE LOS INDICADORES ECONÓMICO-FINANCIEROS ENTRE SOCIEDADES COOPERATIVAS Y SOCIEDADES MERCANTILES

- **Objeto del estudio**

Se va a proceder a analizar y a comparar las sociedades cooperativas y capitalistas, para determinar si la forma jurídica de una sociedad tiene incidencia en los indicadores económico-financieros. En el primer apartado se analizará las sociedades cooperativas y las mercantiles en de Castilla-La Mancha y La Rioja. Éstas han sido elegidas por ser dos Denominaciones de Origen con modelos de negocio completamente distintos, aunque representativos de dos estrategias muy diferenciadas. Por un lado tenemos Castilla-La Mancha: líder indiscutible en producción, con una estrategia basada en el bajo coste y que pelea por hacerse un hueco entre aquellas bodegas capaces de ofrecer un vino de mayor valor. Por el otro lado, tenemos a La Rioja: referente dentro y fuera de España como marca representativa de vinos de calidad, y con un dominio en el mercado interno incuestionable.

Por último, se va a realizar un análisis desagregado de cada Comunidad Autónoma, estudiando de forma individualizada el caso de cada región, comparando el modelo cooperativista y el capitalista.

- **Metodología del estudio**

Para el estudio, se ha recurrido a la base de datos *Sabi*, en la que se ha hecho una selección de las sociedades, filtrando por actividad, -elaboración de vino-, por forma jurídica, -distinguiendo entre cooperativas y sociedades capitalistas-, y finalmente por los indicadores y ratios financieros de los años que se han considerado más interesantes para un análisis posterior.

Los datos que se han incluido en las tablas de *Sabi*, para su posterior análisis, han sido: Ingresos de explotación por empleado, Activo total, número de empleados y margen de beneficio. Además, también se ha considerado interesante a analizar, las rentabilidades económicas y financieras. En vez de obtener ambas rentabilidades directamente de la base de datos, se ha optado por incluir en las tablas los datos de Resultado antes de impuestos, Resultado del ejercicio y Fondos propios, por un motivo. Se ha comprobado que en muchas ocasiones el dato contenido en el apartado de “rentabilidad económica” no se correspondía con lo resultante de aplicar la fórmula habitual de *Rentabilidad económica* = $\frac{R^o \text{ antes de impuestos}}{TOTAL \text{ ACTIVO}}$.

Se han exportado desde *Sabi* cuatro tablas: las cooperativas de La Rioja, las sociedades capitalistas de La Rioja, las cooperativas de Castilla La Mancha y por último las sociedades capitalistas de Castilla la Mancha.

Tras obtener la selección deseada de las distintas partidas contables de las sociedades en cuestión, ha sido necesario hacer una minuciosa criba de las mismas, ya que mayoritariamente en el caso de las cooperativas (aunque también en las empresas capitalistas), tanto riojanas como castellano manchegas, muchas no incluían la información que se requería, o contenían datos erróneos, o extremos, que desvirtuaban en gran medida la representatividad de la muestra.

La primera tabla resultante, ha sido la de las cooperativas vinícolas de La Rioja, con un total de veinticinco. De éstas, nueve se tuvieron que eliminar por el problema ya expuesto y que incidía enormemente en la representatividad de la muestra. La tabla obtenida, resultante de los promedios de las dieciséis cooperativas estudiadas fue la siguiente:

Cooperativas vinícolas La Rioja

Ingresos de explotación por empleado mil EUR 2015	Ingresos de explotación por empleado mil EUR 2006	Total activo mil EUR 2015	Total activo mil EUR 2006	Pasivo fijo mil EUR 2015	Pasivo fijo mil EUR 2006	Pasivo líquido mil EUR 2015	Pasivo líquido mil EUR 2006	Fondos propios mil EUR 2015	Fondos propios mil EUR 2006	Resultado del Ejercicio mil EUR 2015
673,7	364,9	10.055,9	3.323,0	2.266,7	198,5	4.719,5	832,4	3.211,4	2.292,1	60,0
Resultado del Ejercicio mil EUR 2006	Result. ordinarios antes Impuestos mil EUR 2015	Result. ordinarios antes Impuestos mil EUR 2006	Número empleados 2015	Número empleados 2006	Margen de beneficio (%) 2015	Margen de beneficio (%) 2006	Ingresos de explotación mil EUR 2015	Ingresos de explotación mil EUR 2006	Rent. Eco	Rent. Finan
124,0	71,7	170,9	12,5	4,0	1,5	11,7	6.555,8	1.459,6	0,58%	0,79%

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

Los años que se han elegido para el análisis han sido 2016 y 2007, con el fin de ver una evolución de los mismos durante una década. El primero de ellos se ha elegido por ser el último año contable disponible, y 2007, por ser el último año previo a la crisis, tratando así de evitar las distorsiones propias de tal coyuntura y de comprobar como han atravesado esta situación las sociedades objeto de estudio.

Sociedades Capitalistas La Rioja

Ingresos de explotación por empleado mil EUR 2015	Ingresos de explotación por empleado mil EUR 2006	Total activo mil EUR 2015	Total activo mil EUR 2006	Pasivo fijo mil EUR 2015	Pasivo fijo mil EUR 2006	Pasivo líquido mil EUR 2015	Pasivo líquido mil EUR 2006	Fondos propios mil EUR 2015	Fondos propios mil EUR 2006	Resultado del Ejercicio mil EUR 2015
285,8	276,6	6.630,3	7.374,9	1.097,4	1.895,7	1.669,7	2.491,9	4.025,8	3.363,2	173,8
Resultado del Ejercicio mil EUR 2006	Result. ordinarios antes Impuestos mil EUR 2015	Result. ordinarios antes Impuestos mil EUR 2006	Número empleados 2015	Número empleados 2006	Margen de beneficio (%) 2015	Margen de beneficio (%) 2006	Ingresos de explotación mil EUR 2015	Ingresos de explotación mil EUR 2006	Rent. Eco	Rent. Finan
101,6	231,3	110,5	10,3	11,3	1,6	-8,6	2.819,1	2.822,9	2,47%	2,86%

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

La segunda tabla que se ha exportado de la base de datos ha sido la de las sociedades capitalistas riojanas, obteniendo un total de 269, de las cuales 162 han formado parte la muestra final analizada. Las excluidas generaban los mismos problemas que se han expuesto con anterioridad y por ello han sido eliminadas. La tabla resultante ha sido la siguiente:

A continuación se han obtenido las tablas de Castilla La Mancha. La primera de ellas, la correspondiente a las cooperativas. En el caso manchego, el total de este tipo de

sociedades ha sido de 113, de las cuáles, tras realizar la criba pertinente, tan sólo 29 han sido objeto de estudio ya que, tal y como comentamos antes, al tratarse de cooperativas, muchas de ellas no disponían de los datos que precisábamos, y otras los presentaban de forma claramente errónea y carente de interés para el análisis. La tabla resultante del promedio de las 29 cooperativas es la que sigue:

Cooperativas Vinícolas Castilla la Mancha										
Ingresos de explotación por empleado mil 2015	Ingresos de explotación por empleado mil 2006	Total activo mil EUR 2015	Total activo mil EUR 2006	Pasivo fijo mil EUR 2015	Pasivo fijo mil EUR 2006	Pasivo líquido mil EUR 2015	Pasivo líquido mil EUR 2006	Fondos propios mil EUR 2015	Fondos propios mil EUR 2006	Resultado del Ejercicio mil EUR 2015
554,0	427,7	10.103,2	5.674,6	1.650,8	304,9	5.441,7	3.272,7	3.124,6	2.097,0	23,9
Resultado del Ejercicio mil EUR 2006	Result. ordinarios antes Impuestos mil EUR 2015	Result. ordinarios antes Impuestos mil EUR 2006	Número empleados 2015	Número empleados 2006	Margen de beneficio (%) 2015	Margen de beneficio (%) 2006	Ingresos de explotación mil EUR 2015	Ingresos de explotación mil EUR 2006	Rent. Eco	Rent. Finan
68,4	28,3	40,8	17,1	5,3	0,2	2,2	8.266,3	5.600,3	0,21%	0,67%

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

La última tabla obtenida de la base de datos, ha sido la correspondiente a las sociedades capitalistas de Castilla la Mancha. Un total de 268, de las que 122 se eliminaron del listado. La tabla resultante de la media de las 145 empresas es la siguiente:

Sociedades Capitalistas Castilla La mancha										
Ingresos de explotación por empleado mil 2015	Ingresos de explotación por empleado mil 2006	Total activo mil EUR 2015	Total activo mil EUR 2006	Pasivo fijo mil EUR 2015	Pasivo fijo mil EUR 2006	Pasivo líquido mil EUR 2015	Pasivo líquido mil EUR 2006	Fondos propios mil EUR 2015	Fondos propios mil EUR 2006	Resultado del Ejercicio mil EUR 2015
270,2	277,7	8.046,6	8.438,6	1.655,8	1.879,7	2.221,4	3.677,5	4.614,7	3.320,5	176,5
Resultado del Ejercicio mil EUR 2006	Result. ordinarios antes Impuestos mil EUR 2015	Result. ordinarios antes Impuestos mil EUR 2006	Número empleados 2015	Número empleados 2006	Margen de beneficio (%) 2015	Margen de beneficio (%) 2006	Ingresos de explotación mil EUR 2015	Ingresos de explotación mil EUR 2006	Rent. Eco	Rent. Finan
11,5	246,1	260,0	14,1	17,1	0,6	-2,4	5.873,7	5.030,8	1,61%	6,50%

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

4.2 ANÁLISIS GENERAL ENTRE COOPERATIVAS Y SOCIEDADES MERCANTILES

- **Activos**

	Total activo mil EUR 2015	Total activo mil EUR 2006
Cooperativas La Rioja	10.055,93	3.322,95
Sociedades La Rioja	6.630,26	7.374,87
Cooperativas La Mancha	10.103,19	5.674,58
Sociedades La Mancha	8.046,59	8.438,55
Cooperativas	10.086,39	5.282,64
Sociedades	7.299,21	7.851,00

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

Se aprecia una gran igualdad entre los activos de las cooperativas de ambas DD.OO, así como un crecimiento muy notable de los mismos desde el 2006. Crecimiento más acusado en la D.O. Rioja que en Castilla-La Mancha. Lo que es perfectamente coherente con el incremento del endeudamiento a largo plazo ocasionado en las dos DD.OO. Sin duda se corresponde con un período de fuertes inversiones en la modernización y ampliación de las estructuras productivas durante esos años. Inversiones valientes y arriesgadas ya que se acometieron en plena etapa de crisis económica. Las sociedades por contra se vieron obligadas a reducir su tamaño con la consecuente disminución de trabajadores y en el 2015 no habían recuperado los niveles de inversión del 2006, tal y como reflejan sus activos.

- **Número de empleados**

	Número empleados 2015	Número empleados 2006
Cooperativas La Rioja	12,50	4,00
Sociedades La Rioja	10,27	11,30
Cooperativas La Mancha	17,13	5,33
Sociedades La Mancha	14,09	17,14
Cooperativas	15,38	5,00
Sociedades	12,04	13,91

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

Aquí tal y como se adelantaba en el apartado anterior se dan dos situaciones totalmente diferentes. Mientras las cooperativas triplicaban el número de empleados tras las ampliaciones de sus estructuras productivas, las empresas se veían obligadas a

disminuirlo en algo menos del 20% para afrontar la crisis. Existe una estrecha relación como indicamos en los análisis desagregados entre crecimiento empresarial (tamaño) y crecimiento de empleo. Aquí en las cifras globales medias nos indican que creciendo el doble se triplican los empleados.

- **Rentabilidad Económica**

A través de este ratio relacionaremos el beneficio antes de intereses e impuestos con el Activo total. Es decir, compararemos el beneficio bruto con el valor de toda la estructura productiva materializada y valorada contablemente en el Activo.

	Rent. Eco 2015	Margen 2015
Cooperativas La Rioja	0,58%	1,09%
Sociedades La Rioja	2,47%	8,21%
Cooperativas La Mancha	0,21%	0,34%
Sociedades La Mancha	1,61%	4,19%
Cooperativas	0,34%	0,58%
Sociedades	2,07%	5,60%

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

De las cifras analizadas, se desprende una rentabilidad sobre el activo total mayor en las SS.MM (2'07%) que en las SS.CC. (0'34%). Viniendo del ratio anterior en el que habíamos comprobado una ampliación del activo en ambos bloques de cooperativas, podemos inferir que esas ampliaciones han dado sus frutos en forma de unas mejoras en sus rentabilidades. También se desprende que esa gran diferencia de tamaño redunda en una rentabilidad mayor. Es decir la gran empresa es capaz de obtener mayores cotas de rentabilidad en este sector.

Una de las tesis que se ven reflejadas en estos datos, aconsejadas por estudiosos del sector vinícola, apuntaban como estrategia del éxito el tamaño y la internacionalización (T+I). También existe una relación directa entre el tamaño y la internacionalización, ya que las grandes empresas tienen muchos más medios e incorporan profesionales del marketing para crear toda una serie de estrategias que les permitan abordar mercados internacionales.

Si desglosamos el ratio por margen y rotación tenemos:

$$Rent. Eco. = \frac{B^o \text{ antes de Impuestos}}{Total ACTIVO} = \frac{B^o \text{ antes de Impuestos}}{Ventas} \times \frac{Ventas}{Total ACTIVO} = \text{Margen} \times \text{Rotación}.$$

En los datos que nos ocupan, encontramos una gran diferencia en los márgenes. En las SS.MM el margen (5'598%), es mucho más alto que en las cooperativas (0'575%) y las rotaciones están en ambos casos dentro de la media del sector, siendo algo más elevada en las cooperativas (0'759) que en las SS.MM (0'583).

En el apartado de la rentabilidad económica siempre han estado por delante las sociedades mercantiles. La clave reside en los diferentes márgenes de unos y otros, mayores siempre en las empresas. Aunque los ingresos sean mayores en las cooperativas, esos márgenes tan bajos les hacen caer las rentabilidades y estar continuamente por debajo de las empresas. Consecuentemente deducimos que las cooperativas tienen un gran recorrido de mejora en la rentabilidad si son capaces de incrementar su margen.

Estos resultados sobre rentabilidades son perfectamente coherentes con la tradición y razón de ser de unas y otras. Mientras las SS.MM. son claramente capitalistas y persiguen el beneficio como objetivo principal, las SS.CC. tienen un carácter marcadamente social y pretenden atender las necesidades de sus socios, dejando el plano económico en un segundo término. Forman parte integradora de la denominada economía social.

- **Ingresos de explotación por empleado**

La evolución de los ingresos de explotación por empleado siempre ha sido mucho mayor en las cooperativas. En las empresas se ha mantenido con un crecimiento imperceptible del Con el aumento de las inversiones y el empleo se ha incrementado el rendimiento por trabajador en un 45'46%. En el 2015 estos ingresos por trabajador doblaban a los de las empresas. Seguramente esa modernización de la producción cooperativa hace que las cifras de productividad del factor trabajo se vean favorecidas.

	Iº de explo. empleado mil, 2015	Iº de explo. empleado mil, 2016
Cooperativas La Rioja	673,66	364,91
Sociedades La Rioja	285,81	276,61
Cooperativas La Mancha	554,04	427,73
Sociedades La Mancha	270,17	277,74
Cooperativas	599,30	412,02
Sociedades	278,55	277,11

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

4.3 ANÁLISIS DESAGREGADO DE LA RIOJA

- **Volumen de Activo**

	Total activo mil EUR 2015	Total activo mil EUR 2006
Cooperativas La Rioja	10.055,93	3.322,95
Sociedades La Rioja	6.630,26	7.374,87
Cooperativas La Mancha	10.103,19	5.674,58
Sociedades La Mancha	8.046,59	8.438,55
Cooperativas	10.086,39	5.282,64
Sociedades	7.299,21	7.851,00

Fuente: elaboración propia, datos sabi

Se aprecia una diferencia notable entre el volumen del activo de las Cooperativas y el de las sociedades mercantiles a favor de las primeras. Esto sólo puede entenderse por la gran atomización existente en el sector vinícola riojano, en el que hay una gran cantidad de pequeños productores particulares que no alcanzan el medio millón de litros.

Concretamente y según los datos facilitados por el propio Consejo Regulador de la D.O. Rioja, son 430 el número de estas pequeñas bodegas que representan el 85'6% del total de bodegas. Por contra, no hay ninguna cooperativa que se pueda encuadrar en ese rango de producción, ya que el grueso de ellas está en producciones que van de los 5 a los 10 millones de litros, y las más pequeñas están en la banda de entre un millón y tres millones de litros.

Otro dato relevante relacionado con el activo, es ver cómo han afrontado la crisis económica las empresas privadas y las cooperativas. En el caso de las cooperativas se ha producido un importante crecimiento en la cifra del activo si comparamos el dato del año 2006 con el año 2015, donde prácticamente se ha triplicado esa cifra. Es decir han aumentado sus inversiones y por tanto su capacidad productiva. Han dado un gran salto y han revertido la situación existente. Efectivamente, en el 2006 era más del doble el activo de las sociedades que el de las cooperativas, y en el 2015 es al revés. Es llamativo comprobar como la crisis ha afectado mucho más a las empresas, que han visto reducidas sus inversiones y el volumen de su activo. Esta situación descrita también se hace presente si nos fijamos en los niveles de deuda a largo plazo (pasivo fijo). Las cooperativas incrementaron enormemente el nivel de la deuda, mientras que las empresas lo disminuyeron.

- **Número de empleados**

	Número empleados 2015	Número empleados 2006
Cooperativas La Rioja	12,50	4,00
Sociedades La Rioja	10,27	11,30
Cooperativas La Mancha	17,13	5,33
Sociedades La Mancha	14,09	17,14
Cooperativas	15,38	5,00
Sociedades	12,04	13,91

Fuente: elaboración propia, datos sabi

En este apartado volvemos a comprobar el crecimiento experimentado por las cooperativas en todo el período de la crisis y post-crisis, en cifras que se triplican desde el 2006 hasta el 2015. Es un crecimiento que discurre paralelo a los incrementos experimentados en las inversiones realizadas. Están en este caso en la misma relación, se multiplicó por tres el activo en ese período, y también se triplicó el número de empleados. En las empresas sucedió lo contrario, la crisis redujo el tamaño de las empresas y casi en la misma proporción el empleo. La realidad de estas cifras nos hace inferir que en estos casos analizados existe una correlación casi matemática entre el tamaño y el empleo.

- **Rentabilidad Económica**

La Rentabilidad Económica, como ya hemos adelantado anteriormente, es un ratio muy importante para medir la gestión empresarial pues determina el rendimiento de sus activos independientemente de la financiación que haya tenido

	Rent. Eco 2015	Margen 2015
Cooperativas La Rioja	0,58%	1,09%
Sociedades La Rioja	2,47%	8,21%
Cooperativas La Mancha	0,21%	0,34%
Sociedades La Mancha	1,61%	4,19%
Cooperativas	0,34%	0,58%
Sociedades	2,07%	5,60%

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

Se observa a la vista de los datos que la rentabilidad económica es cuatro veces mayor en las sociedades mercantiles que en las cooperativas riojanas (2,47% frente a 0,58%). De este dato se desprende, al igual que en la media de las dos Comunidades Autónomas,

que la diferencia de tamaño incide en mayores rentabilidades, por lo que en este sector la empresa capitalista puede obtener mayores niveles de rentabilidad.

Este dato también evidencia que las empresas vinícolas de La Rioja son un 53,4% más rentables que las de Castilla La Mancha (2,47% frente a 1,61%). Esto se justifica por el mayor margen y la imagen de calidad que tienen en el mercado tanto nacional e internacional la D.O Rioja. Justifican su precio a través de una calidad percibida por todos los consumidores. Detrás de esto hay esfuerzo del Consejo Regulador en la promoción de la Denominación en todo el mundo, destinando más del 65% su presupuesto en dicho fin.

La rentabilidad económica puede calcularse como el producto entre margen y rotación.

En este aspecto, desde el punto de vista del margen, se aprecia una abultada diferencia entre SS.MM. y SS.CC en La Rioja. Los márgenes de las primeras es del 8,21% mientras que el de las segundas del 1,09%. Esto se debe a la explicación que he ofrecido en el anterior párrafo relativa a la política de precios y calidad de las empresas capitalistas riojanas.

- **Ingresos de explotación por empleado**

	lº de explo. empleado mil, 2015	lº de explo. empleado mil, 2016
Cooperativas La Rioja	673,66	364,91
Sociedades La Rioja	285,81	276,61
Cooperativas La Mancha	554,04	427,73
Sociedades La Mancha	270,17	277,74
Cooperativas	599,30	412,02
Sociedades	278,55	277,11

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

Salen unos ingresos por empleado muy superiores en las cooperativas, que se justifican porque la cifra de negocios ha sido mucho mayor en éstas que en las empresas. Más del doble han representado los ingresos en las cooperativas que en las empresas en el año 2015, mientras que la diferencia en el número de trabajadores era solo un 20% mayor en las cooperativas. En el año 2006 esa diferencia era mucho menos acusada, y aquí los ingresos eran el doble en las empresas, pero también tenían más del doble de empleados. El indicador seguía siendo más favorable a las cooperativas, demostrando así una mayor productividad del factor trabajo.

4.4 ANÁLISIS DESAGREGADO CASTILLA LA MANCHA

- **Activo**

	Total activo mil EUR 2015	Total activo mil EUR 2006
Cooperativas La Rioja	10.055,93	3.322,95
Sociedades La Rioja	6.630,26	7.374,87
Cooperativas La Mancha	10.103,19	5.674,58
Sociedades La Mancha	8.046,59	8.438,55
Cooperativas	10.086,39	5.282,64
Sociedades	7.299,21	7.851,00

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

Al igual que sucedía en La Rioja las cooperativas tienen un mayor volumen de activo que las empresas capitalistas. Experimentan un fuerte crecimiento desde el 2006 hasta el 2015 llegando a doblar casi la cifra de ese año. Las empresas por el contrario mantienen un poco a la baja la cifra del 2006. Parece que sea un fenómeno interregional pero ha sido un hecho que se ha producido en la misma medida en el análisis anterior dedicado a La Rioja. En los años de la crisis y siguientes, las cooperativas aprovecharon para aumentar sus inversiones productivas a costa de un mayor endeudamiento, mientras que las empresas redujeron plantillas, tamaño y redujeron también el nivel de deuda.

- **Número de empleados**

	Número empleados 2015	Número empleados 2006
Cooperativas La Rioja	12,50	4,00
Sociedades La Rioja	10,27	11,30
Cooperativas La Mancha	17,13	5,33
Sociedades La Mancha	14,09	17,14
Cooperativas	15,38	5,00
Sociedades	12,04	13,91

Fuente: elaboración propia, datos sabi

Reflejan estos datos las consecuencias del análisis anterior en el que veíamos que las cooperativas crecían en ese periodo que va desde el 2006 al 2015, mientras que las empresas privadas disminuían su tamaño y reducían plantilla. Igual que sucedió en las cooperativas riojanas, aquí también se triplico la cifra de empleados pasando de 5'3 a 17'1, mientras que con la reducción en las empresas se pasó de 17'1 a 14'1. También en

esta ocasión hay un paralelismo casi matemático entre tamaño y empleo, ya que el activo se multiplicó por 3'45 y el número de empleados por 3'15.

- **Rentabilidad Económica**

	Rent. Eco 2015	Margen 2015
Cooperativas La Rioja	0,58%	1,09%
Sociedades La Rioja	2,47%	8,21%
Cooperativas La Mancha	0,21%	0,34%
Sociedades La Mancha	1,61%	4,19%
Cooperativas	0,34%	0,58%
Sociedades	2,07%	5,60%

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

Tras analizar los datos, se aprecia, al igual que en el caso riojano, una superioridad en término de rentabilidad de las empresas frente a las cooperativas. Mientras que las primeras ofrecen una rentabilidad del 1,61%, las segundas del 0,21%, casi ocho veces menos. Esto se debe a que las cooperativas castellano manchegas, son fundamentalmente productivistas, y vendedoras en su mayoría de vino a granel. El peso del vino a granel en las ventas de las SS.CC. de Castilla La Mancha, incide directamente en los bajos márgenes obtenidos por su venta y a su vez estos en las bajas rentabilidades.

Como también ocurría en La Rioja, de esta diferencia puede deducirse que la empresa capitalista es capaz de generar mayores rentabilidades en el sector vinícola, por lo que la diferencia de tamaño repercute en las rentabilidades de las sociedades.

Vamos a analizar la rentabilidad a través del margen. Tal y como comenté anteriormente, esta puede calcularse como el producto entre Margen y Rotación.

Se observa una abultada diferencia de los márgenes de las SS.MM. frente al de las SS.CC. Las sociedades capitalistas castellano manchegas tienen unos márgenes del 4,19% mientras que las cooperativas del 0,34%. Esto tal y como avanzamos anteriormente se debe a los bajos márgenes que obtienen las cooperativas por el vino a granel frente a los márgenes que obtienen las sociedades capitalistas de Castilla La Mancha, en las que el vino embotellado (capaz crear más valor y por consiguiente mayores márgenes) tiene más peso.

- **Ingresos de explotación por empleado**

Aquí las cooperativas doblan con creces a las sociedades mercantiles. La productividad en las sociedades ha bajado mínimamente en el 2015 respecto al 2006. Mientras que en las cooperativas se ha incrementado un 29'5% en las empresas ha disminuido un 2'7%. Las cooperativas consiguen unos ingresos mucho más altos que las sociedades (un 40'73%) con un número ligeramente mayor de trabajadores (21'27%) y eso es lo que aleja el dato de productividad de unas y otras.

	lº de explo. empleado mil, 2015	lº de explo. empleado mil, 2016
Cooperativas La Rioja	673,66	364,91
Sociedades La Rioja	285,81	276,61
Cooperativas La Mancha	554,04	427,73
Sociedades La Mancha	270,17	277,74
Cooperativas	599,30	412,02
Sociedades	278,55	277,11

Fuente: elaboración propia, datos Sabi

5. CONCLUSIONES GENERALES DEL TRABAJO

- **Principales limitaciones encontradas en la realización del trabajo**

Una de las primeras limitaciones con las que me encontré en la realización del Trabajo Fin de Grado fue la búsqueda de información relacionada con el mismo. Es cierto que se trata de un sector conocido, y por ello, la información estadística relativa a producción, consumo, exportaciones o importaciones a lo largo de la historia, es amplia. Por otro lado, las cooperativas, aunque no son comparables al caso de las sociedades capitalistas, hay una amplia bibliografía sobre las mismas. Sin embargo, cuando traté de adentrarme en el cooperativismo vinícola, la cantidad de información disponible se reducía exponencialmente. La bibliografía era escasa, y la existente estaba en su mayoría desfasada. Ello impedía poder incluirla en el trabajo y sacar conclusiones que se ajustasen a la realidad actual. La forma en la que tuve que afrontar esta dificultad fue acudiendo a otras fuentes de información. Telefónicamente solicité informes relacionados con las cooperativas del vino al Ministerio de Agricultura y también a los consejos reguladores. Ambos disponen de gran cantidad de información que no publican en la web por considerar que ésta carece de un interés general, pero que previa solicitud envían al quien la requiera.

La segunda gran limitación del trabajo, fue la contenida en los balances de la base de datos *Sabi*. Tras hacer una selección de las empresas que eran de interés para el análisis, se obtuvieron unas tablas de Excel, a través de las cuáles se iban a extraer las conclusiones del estudio. Muchas de ellas contenían partidas de balance vacías, o con información errónea o extrema que en definitiva tergiversaban los promedios que iban a ser objeto de estudio. La forma en la que se abordó este problema fue eliminando una a una, las empresas que contenían este tipo de información, obteniendo una muestra más depurada, con la que se podía trabajar y concluir de una manera más ajustada a la realidad. Esto fue un proceso costoso, teniendo en cuenta que la muestra total sin depurar contenía a 675 empresas de las cuales 330 fueron eliminadas.

- **Conclusiones del estudio**

Como he comentado en repetidas ocasiones a lo largo del trabajo, el debate que enfrenta la eficiencia y el modo de gestionar las sociedades mercantiles capitalistas con las sociedades cooperativas es amplio y lejano en la historia. Son numerosos los autores y estudiosos que se han adentrado en este análisis y yo, desde mi posición de estudiante de Administración y Dirección de Empresas, he tratado de comprender la forma en que cada tipo de forma jurídica opera en el mercado, y de qué manera su gestión incide en sus resultados financieros. Tras esto, he comparado los indicadores económico-financieros de empresas capitalistas y cooperativas, obteniendo las siguientes conclusiones:

Las cooperativas son unas estructuras organizativas que pueden competir perfectamente con otros modelos productivos, condicionadas únicamente por la estructura productiva necesaria del sector en el que operen. El sector vinícola es un claro ejemplo de la viabilidad y eficiencia productiva de las mismas, ya que aportan más producción a dicho sector que todas las demás formas jurídicas juntas. En sectores de gran concentración de capital, no serían obviamente la fórmula aconsejable.

Del estudio de los datos antes de la crisis y después, se desprende el esfuerzo inversor realizado en una época especialmente difícil, y cómo de la necesidad surge la virtud, creciendo y creando empleo cuando las condiciones eran más adversas. Sin duda han superado la crisis y se han adaptado a ella mejor que las sociedades mercantiles en su conjunto.

El tema de las rentabilidades, desde mi visión particular, hay que relativizarlo en gran medida, y por supuesto relacionarlo con los objetivos de unas y otras. No tienen mucho sentido obsesionarse con la rentabilidad de una cooperativa, sino con la viabilidad y continuidad de la misma, ya que en muchos casos constituye el medio de vida de sus socios. Estamos hablando de un sector muy vertical a nivel productivo, y en las cooperativas esto se ve reflejado en que los socios cooperativistas son viticultores y buscan en esta forma asociativa asegurarse la venta de su producción. Es una situación muy diferente a la del socio capitalista, que persigue una rentabilidad a su inversión, pero que no tiene esa dependencia vital de la sociedad en la que participa. Además tiene que dotar obligatoriamente unos fondos que no existen en las sociedades mercantiles y que rebajan notablemente el retorno cooperativo. Me estoy refiriendo al Fondo de Educación, Formación, y Promoción. Son rentabilidades más bajas fundamentalmente por operar con márgenes más pequeños. En este sentido y siendo las responsables de la mayor parte de la venta de vino a granel, que trabaja con márgenes muy reducidos, se pueden entender esos resultados. De todas formas muchas de ellas en la actualidad han optado por ir desarrollando paralelamente la actividad embotelladora, al darse cuenta de la creación de valor de la misma, y están compitiendo con éxito con bodegas particulares.

Sus activos como se desprende del estudio, se han triplicado en una década. Han sabido modernizar y evolucionar la producción de sus vinos, y las que tienen mayor tamaño están “copiando” modelos de gestión de las sociedades capitalistas, incorporando o contratando los servicios de profesionales del marketing para mejorar su posicionamiento en los mercados.

También tienen unas cifras mejores relacionadas con la productividad que las SS.MM y medidas a través de los ingresos de explotación por empleado, lo que da una idea de la eficiencia productiva.

No quiero concluir el análisis sin hacer hincapié en esa labor social de las cooperativas. Las sociedades cooperativas han demostrado sobradamente ser capaces de competir con otras estructuras productivas, cumpliendo además una función social, creando empleo y sostenibilidad en el ámbito rural.

BIBLIOGRAFÍA

- FEGA (2016): “Producción declarada de vino campaña 2015/2016”
- NIELSEN (2015): “Las preferencias de los consumidores hacia los vinos de calidad”
- LUIS MIGUEL ALBISU Y GABRIELA ZEBALLOS (2014): “Consumo de vino en España: tendencias y comportamiento del consumidor” *La economía del vino en España y en el mundo*
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA)
- EUGENIA RUBIO (2016): “Nuevo descenso del consumo en los hogares” *Portal vivir el vino*.
- MARM, Ministerio Medio Ambiente Rural y Marino
- OEMV Observatorio Español Mercado del Vino
- FEHR, Federación Española de Hostelería
- Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Diagnóstico y Análisis Estratégico del Sector Agroalimentario Español (MAPAMA).
- Confederación General de Cooperativas Agrarias COGECA
- FRANCISCO J. MEDINA-ALBADALEJO (2016): “Intervención estatal del sector vitivinícola español durante el Franquismo” *Old and New Worlds: the Global Challenges of Rural History*
- CONFEDERACIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS DE ESPAÑA: “Estudio sobre la comercialización agroalimentaria en el sector cooperativo español”. *Capítulo IV. Comercialización de vino embotellado por bodegas cooperativas*.
- IDANA SALAZAR TERRENOS Y CARMEN GALVE GÓRRIZ (2008): “Empresa cooperativa vs. Capitalista. ¿Afecta la forma de gobierno a la eficiencia productiva?”
- Base de datos SABI
- JOSÉ ANTONIO SALVADOR INSÚA (2016): “Tesis doctoral: Mercado internacional del vino. Intentos de modelización y estrategias territoriales de comercialización en España”
- OIV, Organización Internacional de la Viña y el Vino (2017): “Aspectos de la coyuntura mundial”

- CONSEJO REGULADOR DE LA D.O. RIOJA (2017): “Estadísticas 2016. El Rioja en cifras”
- ALICIA LANGREO NAVARRO (2002): “Los mercados del vino y las estrategias de las bodegas españolas”
- MAGDA VAN DER WEIJ CAÑIGUERAL (2013): TFG “Análisis, tendencia e innovación del mercado del vino en España”
- M^a BELÉN ÁLVAREZ, PILAR ARBESÚ Y CECILIA FÉ (2000): “Las cooperativas en el marco de la teoría de la agencia” *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm. 34, abril, 2000, pp. 169-188
- ANGÉLICA DIÁZ DE LA ROSA: “La sociedad cooperativa como estructura jurídica de empresa, una reflexión a propósito del anteproyecto del código mercantil”
- CONFEDERACIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS DE ESPAÑA (2004): “Comercialización de vino embotellado por bodegas cooperativas” *Estudio sobre la comercialización agroalimentaria en el sector cooperativo español Capítulo IV*
- ICEX, España Exportación e Inversiones (2014): “El Vino en Cifras”
- AMPARO MELIÁN NAVARRO Y GENOVEVA MILLÁN DE LA TORRE: “El cooperativismo vinícola en España. Un estudio exploratorio de la Denominación de Origen de Alicante” p.39-67
- MARM, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2009): “La comercialización del vino en la restauración española”
- OEMV, Observatorio Español del Mercado del Vino (2017): “Número de bodegas en España a 1 de enero de 2017”
- SECRETARÍA GENERAL DE AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN (2016): “Datos declarados de producción de vino”
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (2004): “Diagnóstico y Análisis Estratégico del Sector Agroalimentario Español”
- NURIA TARRAZÓ ROLDÁN (2012): “Caracterización económico-financiera del sector vitivinícola en España a través de ratios. La situación de las cooperativas”

WEBGRAFÍA

- <http://www.oiv.int/public/medias/5288/oiv-noteconjmars2017-es.pdf>
[22/8/2017]
- <http://www.oiv.int/oiv/info/esstatistiquessecteurvitivinicole#secteur> [22/8/2017]
- http://www.cepes.es/social/econ_social_que_es [4/10/2017]