

Roger Espinosa Alegret

**AFECTACIÓ DE LA COVID-19 EN ELS COMPTES
ANUALS EN LES EMPRESES VERMUTS MIRÓ I
BODEGAS YZAGUIRRE**

TREBALL DE FI DE GRAU

Doble grau ADE + FIC



**FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili**

Reus

Curs 2021-2022

Resum

Aquest Treball de Fi de Grau es centra en dues empreses que es dediquen al sector vinícola, ubicades al camp de Tarragona, Vermuts Miró i Bodegas Yzaguirre. Aquestes són dues empreses històriques, referents i líders del sector en la producció del vermut en l'àmbit municipal. En aquest treball es busca analitzar i comparar els comptes anuals de les dues empreses per així, saber com els ha afectat la pandèmia i la posterior crisi de la Covid-19, en els resultats dels últims quatre anys, del 2017 al 2020.

Per realitzar el treball i aconseguir l'objectiu s'ha realitzat un estudi, el qual se centra en una anàlisi externa del sector vinícola. Posteriorment, a partir de la contextualització de les empreses s'han pogut elaborar dos DAFO's, els quals s'han comparat per observar en què es diferencien les dues empreses. Finalment, s'ha dut a terme una anàlisi dels estats financers de cada una d'elles que juntament amb el càlcul de les ràtios s'han pogut analitzar i comparar de quina manera van sobreviure i afrontar la pandèmia causada per la Covid-19.

Finalment, després d'estudiar els estats financers, s'ha realitzat una comparació de les dues companyies on s'ha pogut extreure diferents conclusions. En resum s'ha identificat que les afectacions de la Covid-19 han tingut efectes diferents en les dues empreses, on Vermuts Miró es troba en una situació més delicada davant l'empresa Bodegas Yzaguirre, que té uns resultats positius i no perilla la seva continuïtat.

Paraules clau: vermut, Covid-19, comparació.

Resumen

Este Trabajo de Fin de Grado se centra en dos empresas que se dedican al sector vinícola, ubicadas en el campo de Tarragona, Vermuts Miró y Bodegas Yzaguirre. Éstas son dos empresas históricas, referentes y líderes del sector en la producción del vermut en el ámbito municipal. En este trabajo se busca analizar y comparar las cuentas anuales de ambas empresas para así, saber cómo les ha afectado la pandemia y la posterior crisis de la Covid-19, en los resultados de los últimos cuatro años, de 2017 a 2020.

Para realizar el trabajo y conseguir el objetivo se ha realizado un estudio, que se centra en un análisis externo del sector vinícola. Posteriormente, a partir de la contextualización de las empresas se han podido elaborar dos DAFO's, los cuales se han comparado para observar en qué se diferencian ambas empresas. Por último, se ha llevado a cabo un

análisis de los estados financieros de cada una de ellas que junto con el cálculo de las ratios se han podido analizar y comparar cómo sobrevivieron y afrontaron la pandemia causada por la Covid-19.

Finalmente, después de estudiar los estados financieros, se ha realizado una comparación de las dos compañías en las que se han podido extraer diferentes conclusiones. En resumen se ha identificado que las afectaciones de la Covid-19 han tenido efectos diferentes en ambas empresas, donde Vermuts Miró se encuentra en una situación más delicada frente a la empresa Bodegas Yzaguirre, que tiene unos resultados positivos y no pelagra su continuidad.

Palabras clave: vermut, Covid-19, comparación.

Summary

This Final Degree Project focuses on two companies that are dedicated to the wine sector, located in the Tarragona countryside, Vermuts Miró and Bodegas Yzaguirre. These are two historical companies, benchmarks and leaders in the sector in the production of vermouth in the world. This work seeks to analyze and compare the annual accounts of both companies in order to know how the pandemic and the subsequent Covid-19 crisis have affected them, in the results of the last four years, from 2017 to 2020.

To carry out the work and achieve the objective, a study has been carried out, which focuses on an external analysis of the wine sector. Subsequently, from the contextualization of the companies, it has been possible to elaborate two SWOT's, which have been compared to observe how the two companies differ. Finally, an analysis of the financial statements of each of them has been carried out, which together with the calculation of the ratios have been able to analyze and compare how they survived and faced the pandemic caused by Covid-19.

Finally, after studying the financial statements, a comparison of the two companies has been made in which different conclusions have been drawn. In summary, it has been identified that the effects of Covid-19 have had different effects on both companies, where Vermuts Miró is in a more delicate situation compared to the company Bodegas Yzaguirre, which has positive results and its continuity is not in danger.

Keywords: vermouth, Covid-19, comparison.

ÍNDIX DE CONTINGUT

1. Introducció	6
2. Objectius i metodologia	7
3. Introducció del sector del vermut	8
4. Anàlisi externa	10
4.1 Anàlisi PEST	10
4.1.1 Factors polítics-legals	10
4.1.2 Factors econòmics	10
4.1.4 Factors tecnològics	13
4.2 Cinc forces competitives de Porter	14
5. Contextualització de les dues empreses	16
5.1 Vermuts Miró	16
5.2 Bodegas Yzaguirre	19
6. Anàlisi DAFO	23
6.1. Vermuts Miró	23
Debitats	23
6.2. Bodegas Yzaguirre	25
6.3. Comparació de DAFOs	27
7. Anàlisi financer	28
7.1 Anàlisi financer Vermut Miró	28
7.1.1 Evolució de l'actiu	28
7.1.2 Evolució del passiu i el patrimoni net	31
7.1.3 Anàlisi del fons de maniobra	32
7.1.4 Compte de pèrdues i guanys	33
7.1.5 Ràtios	35
7.2 Anàlisi Bodegas Yzaguirre	39
7.2.1 Evolució de l'actiu	39
7.2.2 Evolució del passiu i del patrimoni net	41
7.2.3 Anàlisi del fons de maniobra	43
7.2.4 Compte de pèrdues i guanys	43
7.2.5 Ràtios	45
8. Comparació financera de les dues companyies	49
9. Conclusions	54
10. Bibliografia	56

ÍNDIX DE FIGURES

<i>Figura 1: Evolució Producte Interior Brut d'Espanya</i>	11
<i>Figura 2: Tipus d'interès (Zona Euro)</i>	12
<i>Figura 3: Evolució de les vendes en línia a nivell mundial</i>	13
<i>Figura 4: Logo de Vermuts Miró</i>	17
<i>Figura 5: Productes més destacats de Vermuts Miró</i>	19
<i>Figura 6: Logo de Yzaguirre</i>	20
<i>Figura 7: Quatre marques que componen Bodegas Yzaguirre.</i>	20
<i>Figura 8: Productes més destacats de Bodegas Yzaguirre</i>	23
<i>Figura 9: Evolució d'actius (Vermuts Miró)</i>	29
<i>Figura 10: Evolució del patrimoni net (Vermuts Miró)</i>	31
<i>Figura 11: Evolució de passius (Vermuts Miró)</i>	32
<i>Figura 12: Evolució d'actius (Bodegas Yzaguirre)</i>	40
<i>Figura 13: Evolució del patrimoni net (Bodegas Yzaguirre)</i>	41
<i>Figura 14: Evolució de passius (Bodegas Yzaguirre)</i>	42

ÍNDIX DE TAULES

<i>Taula 1: Evolució de l'actiu i els percentatges verticals (Vermuts Miró)</i>	29
<i>Taula 2: Evolució del passiu i el patrimoni net i els percentatges verticals. (Vermuts Miró)</i>	31
<i>Taula 3: Evolució del fons de maniobra (Vermuts Miró).</i>	33
<i>Taula 4: Compte de pèrdues i guanys (Vermuts Miró)</i>	33
<i>Taula 5: Marge sobre vendes (Vermuts Miró)</i>	34
<i>Taula 6: Ràtio de liquiditat (Vermuts Miró)</i>	35
<i>Taula 7: Ràtio de tresoreria (Vermuts Miró)</i>	35
<i>Taula 8: Ràtio de garantia (Vermuts Miró)</i>	36
<i>Taula 9: Ràtio d'endeutament (Vermuts Miró)</i>	37
<i>Taula 10: Ràtio de la qualitat del deute (Vermuts Miró)</i>	37
<i>Taula 11: Rendibilitat econòmica (Vermuts Miró)</i>	38
<i>Taula 12: Rendibilitat financera (Vermuts Miró)</i>	38
<i>Taula 13: Evolució de l'actiu i els percentatges verticals (Bodegas Yzaguirre)</i>	39

Taula 14: Evolució del passiu i patrimoni net i els percentatges verticals (Bodegas Yzaguirre)	41
Taula 15: Evolució del fons de maniobra (Bodegas Yzaguirre)	43
Taula 16: Compte de pèrdues i guanys (Bodegas Yzaguirre)	43
Taula 17: Marge de vendes (Bodegas Yzaguirre)	44
Ràtio de liquiditat=Actiu corrent /Passiu corrent.....	45
Taula 18: Ràtio de liquiditat (Bodegas Yzaguirre)	45
Taula 19: Ràtio de tresoreria (Bodegas Yzaguirre).....	45
Taula 20: Ràtio de garantia (Bodegas Yzaguirre)	46
Taula 21: Ràtio d'endeutament (Bodegas Yzaguirre).....	47
Taula 22: Ràtio de la qualitat del deute (Bodegas Yzaguirre).....	47
Taula 23: Rendibilitat econòmica (Bodegas Yzaguirre).....	48
Taula 24: Rendibilitat financera (Bodegas Yzaguirre).....	48

1. Introducció

Avui en dia, després d'haver viscut dos anys força complicats, tant econòmicament com socialment, a causa de la pandèmia viscuda de la Covid-19, ens trobem en una situació especialment delicada pel sector terciari, ja que aquest ha sigut el que més restriccions reguladores ha patit per part del govern.

Dins del sector terciari, la gastronomia ha sigut de les més afectades, pel fet que les restriccions que es comentaven anteriorment, se centraven principalment en el tancament de locals d'oci amb la finalitat de frenar i intentar erradicar el virus. El tancament dels establiments ha provocat una significativa baixada de les vendes.

Després d'aquests dos anys difícils, sembla que actualment la situació està millorant perquè les mesures de prevenció de la Covid-19 ja s'han eliminat en aquest sector, de manera que, a poc a poc, el sector gastronòmic està aconseguint, novament, augmentar la demanda dels productes, i per tant, també la producció, assolint nivells de vendes semblants als anys previs de la pandèmia.

En aquesta investigació, s'estudiarà l'evolució de les empreses Bodegas Yzaguirre i Vermut Miró, dues grans, i reconegudes mundialment, empreses productores de vermut. També s'analitzarà i es compararà l'afectació de la pandèmia en cada una de les empreses. Més detalladament, per poder desenvolupar aquest estudi de manera eficient, i així poder assolir l'objectiu principal de la investigació, s'han seguit els següents passos:

Primerament, s'ha elaborat una anàlisi externa del sector del vermut desenvolupant una anàlisi PEST i les cinc forces competitives de Porter. Després de contextualitzar les dues empreses estudiades, s'ha elaborat una anàlisi DAFO de cadascuna d'elles, els quals posteriorment han estat comparats per poder identificar les diferències i les semblances entre les dues empreses.

Seguidament, s'ha realitzat una anàlisi financera a cadascuna de les dues companyies. Més concretament, s'ha estudiat i comentat el balanç de situació juntament amb els percentatges verticals, els comptes de pèrdues i guanys i les ràtios. Aquests estudis s'han elaborat a través de les dades extretes del Sabi.

Finalment, s'ha fet una comparació entre els estats financers de les dues empreses que ens ha mostrat una visió de la situació de les dues companyies. Per últim, analitzant els resultats aconseguits, s'ha pogut elaborar les conclusions, donant resposta als objectius de la investigació.

2. Objectius i metodologia

Objectius

El principal objectiu de la investigació és comparar l'afectació de la pandèmia de la Covid-19 en els comptes anuals de les empreses Vermuts Miró i Bodegas Yzaguirre de l'any 2017 fins al 2020.

Per poder respondre l'objectiu principal, s'han marcat uns objectius secundaris:

- Estudiar les companyies Vermuts Miró i Bodegas Yzaguirre.
- Conèixer el sector vinícola per ubicar les dues empreses en aquest.
- Estudiar les debilitats, les amenaces, les fortaleses i les oportunitats de les dues empreses mitjançant una anàlisi externa i interna del grup a través de la DAFO i realitzar una comparació entre els dos.
- Estudiar i interpretar els diferents estats financers de les dues entitats, entre ells, el balanç de situació, el compte de pèrdues i guanys i les ràtios financeres.
- Comparar la realitat econòmica i financera dels estats financers.

Metodologia

Seguidament, s'explica com s'ha obtingut la informació necessària per a l'elaboració del treball.

En primer lloc, per realitzar la part inicial del treball, on es troba la informació de les companyies, l'anàlisi externa i l'anàlisi interna de l'empresa, s'ha utilitzat diferents articles de premsa, informes anuals, pàgines web, llibres de text i informació proporcionada a través d'una entrevista a l'empresa de Vermuts Miró. L'entrevista s'ha realitzat a Eduard Pallarès, gerent d'exportacions. Respecte Bodegas Yzaguirre ha resultat impossible poder contactar amb ells, tot i que la intenció inicial fos aquesta.

En la segona part de l'estudi, s'analitzen l'evolució dels estats financers empresarials dels quatre últims anys. Tota la informació i totes les dades utilitzades s'han extret de la plataforma Sabi.

3. Introducció del sector del vermut

El Vermut és una beguda alcohòlica servida normalment abans de l'hora de dinar, als aperitius, la qual està composta per vi blanc, essència de donzell i altres substàncies amargues i tòniques. Cada vermut té la seva recepta secreta a base d'un gran llistat d'espècies, a vegades més de seixanta, que són les que proporcionen els diferents matisos. La paraula vermut prové de l'alemany; *wermut*, que és el principal botànic que té la beguda. (Novili, 2017)

Els grecs i els romans, posteriorment, van ser els primers que van començar a aromatitzar els vins per poder conservar-los millor. El grec Hipòcrates se'l coneix com l'inventor del vermut antic encara que no existeixi cap recepta de vermut com a tal, però va ser qui va experimentar la mescla de vi i botànics i va idear un nou sistema de filtratge en l'elaboració del vi especiat.

La primera recepta que va relacionar la mescla de vi amb donzell fora de l'àmbit medicinal va ser creada per l'antic Imperi Romà, la qual es va publicar un llibre de receptes on figurava una mescla de vi de bona qualitat amb herbes i botànics mediterranis, conegut com el predecessor del "vermut modern". Durant el pas dels anys, el vi donzell va desaparèixer i només es va continuar produint a Alemanya en petita quantitat, i únicament per ús medicinal. (Monti, 2016).

Per molts, el creador del vermut modern és Antonio Benedetto Carpano l'any 1786 quan ell tenia 22 anys, però ell no va ser el creador del vermut modern, sinó que va ser qui el va popularitzar, ja que s'han trobat receptes molt semblants al vermut amb data del 1773. Tot i això, és cert que el vermut es va fer molt popular en aquella època gràcies a Carpano. Ell va tenir una trobada amb el Duc Vittorio Amedeo III per presentar-li la seva beguda, aconseguint que el vermut fos el licor oficial de la reialesa. (Monti, 2015)

A poc a poc el vermut es va anar expandint fins a arribar a Espanya de la mà de Perucchi l'any 1860, i no va ser fins al 1871 on les primeres productores de vermut es va instal·lar a la ciutat de Reus. La capital del Baix Camp és una bona localització estratègica a l'estar envoltada per vinyes. A més, té una tradició en la producció de begudes alcohòliques. El consum de vermut espanyol va augmentar l'any 1881 gràcies al govern conservador, ja que va augmentar els aranzels de les exportacions de vins i productes derivats, fent que el preu d'aquests augmentés considerablement. (Monti, 2015)

Les marques amb més renom italià, com Martini o Cinzano, van voler seguir en el mercat espanyol i van obrir sucursals i centres de producció a Espanya, evadint així l'aranzel del govern espanyol. Per recuperar el nivell de vendes i promocionar el seu producte

van crear l'eslògan: "l'hora del vermut", que es va instaurar amb força a Espanya i va beneficiar a totes les empreses que es dedicaven a la producció de vermut.

El vermut va tenir una gran acceptació pel públic de l'època i va començar a formar part de la gastronomia italiana, convertint-se amb l'aperitiu predilecte. A banda de servir-se acompanyat d'uns glaçons de gel i pells de diferents cítrics, el vermut també s'utilitza en cocteleria, sent el negroni el còctel més conegut. El negroni és un còctel que s'elabora amb vermut, Campari (una beguda alcohòlica amarga a base d'herbes aromàtiques i ginebra).

El primer registre de l'elaboració de vermut a la ciutat de Reus va ser l'any 1892, on Joan Gili patentava la seva pròpia marca de vermut, "Gili". Un any després ho farà Enrique Yzaguirre i Josep Boule. (Monti, 2015)

A l'inici del 2000 el vermut havia passat a ser una beguda poc sol·licitada pels consumidors, solament era un reclam en zones que eren tradicionals, com a la ciutat de Reus.

En els darrers anys han sorgit noves empreses que es dediquen a la producció i a la venda de vermut, gràcies a la bona acceptació per part del públic nacional i internacional. Aquest producte s'ha consolidat en la societat per la varietat de marques que podem trobar, i sobretot, per la qualitat que ofereixen alguns cellers que, a banda de fer les receptes tradicionals, experimenten i treuen noves creacions cada vegada més interessants i especials.

4. Anàlisi externa

L'objectiu de l'anàlisi externa d'una empresa és identificar els factors que des del punt de vista social i econòmic afecten una empresa en concret. A continuació s'ha realitzat l'anàlisi PEST i les 5 forces competitives de Porter del sector del vermut català.

4.1 Anàlisi PEST

El mètode d'estudi PEST facilita la definició i analitza l'entorn en què es troben les empreses. Aquesta anàlisi consisteix a fer un seguiment de 4 factors claus diferents dins d'un ambient macroeconòmic. Aquests factors són els econòmics, socioculturals, els politicolegals i els tecnològics que afecten directe o indirectament a l'empresa (Jones-George, 2006).

4.1.1 Factors polítics-legals

En aquest apartat s'analitza els factors polítics i els legals com la legislació vigent, les lleis de medi ambient, polítiques impositives, l'estabilitat governamental, regulació sobre l'ocupació i control del comerç exterior.

En l'últim any estem vivint situacions polítiques força inestables causades especialment per: la pandèmia mundial de la Covid-19, tot i que actualment sembla que es va alleugerint la intensitat, i les afectacions causades per la guerra entre Rússia i Ucraïna, la qual involucra directament als països membre de l'OTAN. De manera que afecta la situació tant econòmica com social dels països. Aquest fet és d'elevada rellevància, ja que ens trobem davant de dues empreses que exporten els seus productes als mercats internacionals, i, per tant, han de tenir present les situacions polítiques i legals dels països en cada moment. (Coface, 2022)

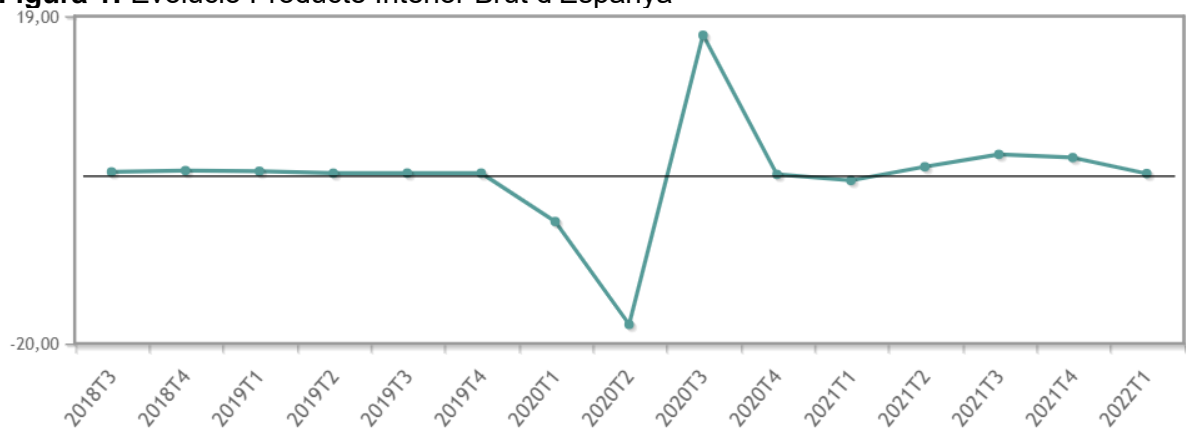
4.1.2 Factors econòmics

En aquest primer apartat de l'anàlisi es tractaran els elements econòmics que afecten directe o indirectament a l'empresa. Dins d'aquests elements s'hi troben les taxes de desocupació, les taxes de creixement, el PIB, el PIB per càpita, l'índex de preu de consum, les taxes d'inflació, el tipus de canvi de divises, entre d'altres.

Des de l'inici del 2020 la Covid-19 ha afectat a tots els països en més o menys magnitud i fins avui en dia encara patim les conseqüències de la crisi econòmica que va provocar la pandèmia. A l'inici dels 2022 va esclatar la guerra entre Rússia i Ucraïna, la qual també ha afectat un gran nombre de països, ja que ha provocat una preocupant inflació, sobretot, augmentat el preu de les energies com el gas, els carburants o les matèries primeres entre d'altres.

El producte interior brut (PIB) per càpita és un indicador efectiu del nivell de vida que té una població, la manera de calcular-ho és dividint el PIB del país entre el nombre d'habitants. En l'últim any, ha augmentat un 7,5% respecte al 2020, el poder de compra dels consumidors ha augmentat. Les empreses hauran de considerar aquesta dada a l'hora de fixar els seus preus. (INE, 2022)

Figura 1: Evolució Producte Interior Brut d'Espanya



Font: INE 2022 (https://www.ine.es/prensa/pib_prensa.htm)

Un altre factor econòmic a considerar és el tipus d'interès, el qual des de la crisi financera del 2008 s'ha situat a un nivell molt baix i la seva baixada és constant. En l'últim any, la baixada ha estat més significativa en comparació a l'època de la pandèmia, perquè els bancs centrals han recolzat l'activitat econòmica de cada país. El tipus d'interès és qui marca el valor dels diners, el cost que es paga pel préstec de diners. El fet de baixar els tipus fa que per les empreses sigui més fàcil sol·licitar préstec i sigui més accessible endeutar-se.

Figura 2: Tipus d'interès (Zona Euro)



Font: DatosMacro, n.d. (<https://datosmacro.expansion.com/tipo-interes/zona-euro>)

4.1.3 Factors Socioculturals

En els factors socioculturals s'analitzarà l'evolució demogràfica global, la distribució de la renda, els patrons culturals, entre altres. Aquests indicadors ens donaran una visió dels factors externs que té l'empresa.

La població mundial ha anat augmentant d'una manera continuada i constant en els últims anys, en el 2021 ha estat d'un total de 7,8 milions de persones. Per altra banda, un dels indicadors més importants és la taxa de natalitat, que consisteix en quants naixements hi ha en una població respecte als habitants. Aquesta taxa ha disminuït respecte a l'any anterior, això fa que cada cop la població sigui més adulta i es vegi modificada la piràmide de la població. (Alcaíde, 2021)

A conseqüència de la pandèmia de la Covid-19, la taxa de pobresa ha augmentat en els últims anys fent que més de 200 milions de persones estiguin per sota del llindar de pobresa extrema (Banco Mundial, 2022).

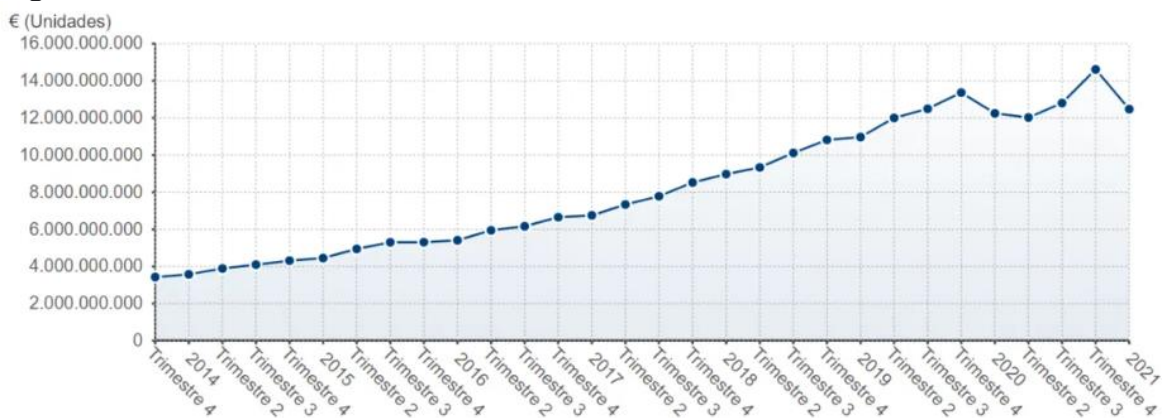
Les empreses que es dediquen a la producció i a la venda de productes alcohòlics han de tenir molt en compte la cultura i els costums de cada un dels països on exporten i, si és necessari, haurien d'adaptar el seu producte al país estranger. Hi ha alguns països que, al ser musulmans, la seva població no consumeix alcohol i és pràcticament impossible per una empresa vinícola entrar en aquests països. També hi ha alguna sèrie de nacions que tenen regulat la venda de begudes alcohòliques i són gestionades per l'estat, com per exemple Suècia, el qual pot esdevenir un problema a l'hora d'entrar en un possible mercat.

4.1.4 Factors tecnològics

La societat es troba interconnectada i automatitzada on els conceptes d'innovació, noves tecnologies, recerca d'informació i realitat virtual cada cop són més presents en l'àmbit diari. El fet d'evolucionar a aquesta velocitat fa que cada vegada prengui més pes la inversió en l'apartat d'R+D+I de les empreses, també és una manera d'aconseguir un avantatge competitiva respecte als competidors. La inversió en R+D+I suposa un cost molt elevat per les empreses que decideixen invertir.

La pandèmia ha potenciat molt el consum a través del comerç en línia i moltes empreses han hagut d'adaptar el seu model de venda al món d'internet. Una pàgina web corporativa atractiva, fàcil d'utilitzar, on els clients puguin consultar els diferents productes de la marca i que el procés de compra sigui ràpid i eficaç, ajudarà a promoure la compra entre els consumidors en línia.

Figura 3: Evolució de les vendes en línia a nivell mundial



Font: Grupo Trevenque, 2021. (<https://solucionesweb.trevenque.es/el-ecommerce-nacional-sigue-creciendo-pero-presenta-nuevos-desafios/>)

Una eina indispensable per potenciar el comerç en línia són les xarxes socials, les quals els últims anys han tingut un “boom”, on la gran majoria de la població consumeix aquestes plataformes. Les empreses utilitzen aquestes aplicacions com a canal de publicitat i de visualització de diferents maneres; una d'elles és creant-se un perfil corporatiu que sigui un lloc on informar els seus clients de les últimes novetats i l'altre és un canal més perquè l'empresa es pugui publicitar per poder arribar als seus consumidors o poder captar-ne nous.

4.2 Cinc forces competitives de Porter

El model de les cinc forces de Porter és una manera d'analitzar i investigar les oportunitats i les amenaces d'una indústria concreta, a través de la identificació de les cinc forces, investiga la rendibilitat que ha de crear una empresa en un sector determinat a partir de com està estructurat el mercat. (Porter, 1979)

Poder de negociació dels clients

Les empreses que es dediquen exclusivament a la producció i venda de vermut tenen objectius molt semblants; satisfer les necessitats dels clients, fer un producte de qualitat i que el client gaudeixi d'una experiència a través del seu producte. El client busca el producte en un lloc i en un moment indicat, ja que el vermut gairebé sempre es consumeix en una hora concreta.

Els clients són qui creen la tendència de consumir el producte i el vermut n'és un clar exemple. El vermut en els últims anys ha patit un augment de consum. El públic jove torna a consumir-lo després d'uns anys en què se l'associava a clients d'edat avançada i era considerat un producte en decadència. Els clients compren o consumeixen en quantitats molt petites fet que provoca que el poder de negociació del client final sigui alt a diferència de si les compres dels clients finals fossin més voluminoses. En canvi, quan el client és un intermediari, un supermercat o un bar, el poder de negociació sobre l'empresa augmenta, ja que el volum de la seva compra és molt més elevat.

Poder de negociació dels proveïdors

El poder de negociació de les empreses que subministren la principal matèria primera del vermut, el vi, és baixa; ja que en haver-hi una gran quantitat de cellers i cooperatives en el territori català i espanyol fa que sigui relativament fàcil canviar de proveïdor. En canvi, el o els diferents proveïdors de les diferents espècies o dels botànics tindran un poder de negociació bastant elevat, ja que hi ha alguns ingredients que són difícils d'aconseguir o s'han d'importar d'altres països.

Per un altre costat, tenim els proveïdors de l'envàs, que aquests tenen un nivell de negociació intermedi. Tenen un nivell mitjà per dos motius; primerament perquè el seu producte és fàcil d'obtenir; però el segon és que és un sistema de producció molt personalitzat al no ser una ampolla força comuna.

Amenaça de nous competidors

La creació de noves empreses competidores està relacionada amb l'augment del consum de vermut en l'última dècada. Les barreres d'entrada que es poden trobar als nous competidors són una gran inversió inicial, accés als canals de distribució i no ser una empresa tradicional.

L'amenaça de nous competidors en l'àmbit del vermut és elevada, ja que hi ha molts cellers que es dediquen a la producció i venda de vi que comencen a produir o treuen al mercat la seva pròpia marca de vermut. Les barreres amb les que es pot trobar una empresa de nova creació seria la inversió inicial en les instal·lacions i la maquinària. En canvi, les empreses que es dediquen a la producció de vi, ja disposen de la maquinària per poder produir i tenen accés als canals de distribució a través dels productes que ja comercialitzen.

Amenaça de productes substitutius

En referència a la indústria del vermut considerem productes substitutius a la gran majoria de begudes, siguin alcohòliques o no. Ho classificarem en tres varietats de característiques que defineixen els següents productes:

- Begudes alcohòliques procedents del vi

Són les begudes que es produeixen a través del raïm; un d'ells i el més popular és el vi, tant blanc com negre, també tenim el cava o xampany.

- Altres begudes alcohòliques

El producte substitutiu del vermut per excel·lència és la cervesa, ja que solen compartir ubicació i temps a l'hora de consumir-los. A banda, trobem la sidra, els còctels, els combinats i altres destil·lats.

- Begudes sense alcohol

Per últim, tenim les begudes que no contenen graduació alcohòlica, com poden ser refrescos, sucs, cafè, entre altres.

Rivalitat entre competidors

Aquest factor del model de Porter determina quina és la competitivitat i rivalitat de la indústria. És un dels aspectes més importants perquè engloba el posicionament de l'empresa en el mercat respecte als altres competidors. La rivalitat amb les altres empreses engloba diferents factors, per exemple, el preu, la innovació, el valor de marca, el disseny i la qualitat del producte.

Les principals barreres d'entrada en la indústria del vermut és el volum de producció, aquest ajuda a reduir les despeses. Els competidors tradicionals tenen els recursos suficients per realitzar campanyes de màrqueting o possibilitat de rebaixar el preu de venda.

5. Contextualització de les dues empreses

Per introduir les empreses seleccionades s'explicarà breument els seus inicis i les seves trajectòries, quins són els seus valors corporatius, les seves missions i visions. Finalment, es presentaran quins són els productes que comercialitzen.

5.1 Vermuts Miró

L'empresa familiar vinícola va ser fundada el 1914 a la població de Cornudella del Montsant. En els seus inicis es dedicaven a l'elaboració de vins i begudes alcohòliques típiques i característiques de la regió del Montsant. L'any 1957, Emilio Miró Salvat, va ser qui es va especialitzar en la producció de vermut i es va traslladar a la ciutat de Reus al carrer Tetuan número 21 i crear Emilio Miró Salvat, S.A. Després de vint-i-un anys l'empresa es trasllada al carrer Ample número 45. Fins que al 1975 es trasllada a la seva ubicació actual, al carrer Gual número 10 de la ciutat de Reus. (Vermuts Miró, n.d.-a)

L'any 1983 l'empresa s'especialitza en la producció de productes envasats com els seus icònics Vermouth Rosso, Bianco i Extra Dry. L'any 1990 l'empresa està en mans de la segona generació de la família i creen la marca de vermuts Miró. El 2016, l'empresa inicia una etapa de creixement i inicia de la fabricació a tercers com una marca de distribució. (Vermuts Miró, n.d.-a)

Finalment, l'any 2020, l'empresa es adquirida per l'entitat Masergrup, implementant un nou pla d'empresa d'una durada de cinc anys basat en l'expansió geogràfica, és a dir, treure nous productes al mercat i aconseguir la consolidació de la seva marca. (Diari Més, 2020).

Figura 4: Logo de Vermuts Miró



Font: Pàgina Web Oficial Vermuts Miró (<https://vermutmiro.com/>)

Missió, visió i valors

La missió, visió i valors són tres termes claus a definir dins d'una empresa, on el conjunt d'ells formen un grup d'idees decisives per l'èxit de la marca. Aquests conceptes ajuden a respondre una sèrie de preguntes importants a qüestionar-se en una empresa. A continuació es defineixen la missió, la visió i els valors de Vermuts Miró: (Vermuts Miró, n.d.-b)

La **missió** de l'empresa és produir el millor vermut del món i tenir el reconeixement de ser la marca capdavantera del sector. Aconseguint posicionar la marca Vermut Miró com la referent en el mercat domèstic i en el mercat internacional.

La **visió** de Vermut Miró és ser un referent en la qualitat del seu producte mantenint una competitivitat en els costos de la producció. Per aconseguir això milloren contínuament els processos de producció per tenir una eficiència en la productivitat. A banda, en el procés d'investigació, desenvolupament i innovació el nivell d'inversió és elevat per poder desenvolupar l'activitat de l'empresa eficientment.

Per acabar, en els **valors** de l'empresa en trobem tres diferents:

- **Tradicció:** Consisteix en l'elaboració del vermut tradicional de Reus utilitzant la base històrica de Miró, aconseguint així mantenir l'essència de l'empresa familiar i del producte que s'ofereix als consumidors.
- **Qualitat:** L'empresa té com a requisit, oferir qualitat en cada un dels productes que comercialitzen. Totes les elaboracions tenen un alt nivell de supervisió i són certificades a base dels estàndard de qualitat més exigents del sector vinícola.

- La igualtat, el respecte i la conciliació familiar i laboral són la seva marca d'identitat.

Segmentació

Vermuts Miró busca arribar a persones majors de quaranta anys que els agrada consumir aquesta beguda a l'hora popular del "vermut". A més, geogràficament parlant, tot i que és un producte nacional a nivells de territori espanyol, se centra molt a Catalunya, ja que és el seu lloc de procedència.

A més, es pot evidenciar que va dirigit a un públic de mitjana/elevada edat, perquè en les seves xarxes socials no s'hi contemplen molts seguidors ni tampoc molta participació per part de l'empresa pel fet que aquesta franja d'edat no està tan present en les xarxes socials en comparació a la més jove.

Productes Miró

Dins dels productes que té Vermuts Miró podem diferenciar dos grups. Per una banda, ofereixen vins de licor, i per l'altra també ofereixen diferents estils de vermuts, els quals són els més coneguts pels consumidors. A continuació s'esmenten i es descriuen breument els principals productes Miró: (Vermuts Miró, n.d.-c)

- Extra Dry: Vermut amb un nivell de sucre baix amb aromes a ginebre i tons afruitats. D'aspecte pàl·lid, brillant, fresc i perfumat.
- Bianco: És un vermut blanc amb un amarg característic amb notes d'herbes aromàtiques, especíes i cítrics refrescants.
- Rosso: És el vermut tradicional de la ciutat de Reus. De color vermellós amb aromes herbes i especíes. Una beguda elegant, lleugerament dolça i un gust balsàmic.
- Rosso Fusión: És un vermut en col·laboració amb el xef de renom Paco Pérez. Està madurat amb olives arbequines i plantes herbàcies autòctones del Mediterrani. En boca és sedós i amb records a regalèssia, pell de taronja i anís estrellat.
- Reserva: La recepta d'aquest vermut és la que feia servir en els inicis la família Miró, criat pel sistema de sól·leres. Ha estat envasat després d'un llarg període de maceració amb diferents plantes aromàtiques naturals. En boca és més complex i equilibrat que un vermut tradicional.

- Gran Reserva: És el vermut de gamma prèmium que té vermuts Miró. Ha estat reposat en barrils de roure francès i té un cos gruixut i està ple de matisos. Trobem aromes a fusta, licors i notes dolces que recorden a panses i moscatell.
- Orgànic: És un vermut que cuida que tots els seus ingredients siguin ecològics. És un vermut fresc i complex que ha envellit en botes de roure.
- Casero: És l'únic vermut que la seva ampolla és d'un litre i mig. Segueix el mètode de vermut tradicional, té un aspecte vermellós i un aroma intens a caramel i botànics.

Figura 5: Productes més destacats de Vermuts Miró.



Font: Reus Digital, 2022. (<https://www.reusdigital.cat/noticia/84659/vermut-miro-rep-quatre-medalles-international-wine-challenge>)

5.2 Bodegas Yzaguirre

Enrique Yzaguirre arriba a les bodegues d'Estalislau Darther, a Reus, bodegues on li van deixar aprendre i experimentar les diferents receptes a partir de vins i olis. Allí és on Enrique s'inspira i comença a crear i experimentar amb diferents receptes relacionades amb el vermut. En 1884 decideix iniciar una nova etapa, la de creació i producció de vins i olis sota el nom de Bodegas E. Yzaguirre al carrer San Luís i al carrer Gornals.

Després de l'èxit es va traslladar al carrer Riudoms número 2, aquest nou local té una dimensió de 210.000 metres quadrats, 104.000 d'aquests estan dedicats a l'envelliment dels seus vermuts. Avui en dia la direcció i el control de l'empresa és de la família Salla-Solé, que van inaugurar el Celler Sort del Castells a la localitat del Morell, on actualment elaboren i produeixen tots els seus productes. (Bodegas Yzaguirre, 2021-a)

Figura 6: Logo de Yzaguirre

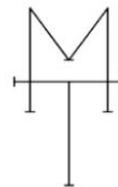


Font: Bodegas Yzaguirre, 2021. (<https://www.bodegasyzaguirre.com/es/>)

Avui en dia, Bodegas Yzaguirre està format per 4 marques diferents, que són: (Bodegas Yzaguirre, 2021-b)

1. Vermouth Yzaguirre: És la marca central de la companyia i es dedica exclusivament a la producció de vermut.
2. La Fresquita: Una marca que es dedica a la producció de sangria blanca i negra.
3. Monestir del Tallat: Són els vins i els vins de licor de la marca Yzaguirre, té una gran varietat de productes.
4. Mar & Sol: La segona marca de l'empresa que produeix sangria.

Figura 7: Quatre marques que componen Bodegas Yzaguirre.



Font: Bodegas Yzaguirre, 2021. (<https://www.bodegasyzaguirre.com/es/>)

Missió, visió i valors

La **missió** de Bodegas Yzaguirre és aconseguir l'excel·lència en el procés d'elaboració dels diferents vermuts que formen la família de Bodegas Yzaguirre, tots elaborats amb una fórmula exclusiva que combina unes 80 herbes i espècies diferents, per oferir al consumidor productes amb un sabor únic, especial i distintiu que els caracteritza. (La hora del Vermut, 2016)

A partir de les quatre marques com componen Yzaguirre obtenim diferenciar-nos en el mercat, obtenint que el nostre públic objectiu no només experimentin amb nosaltres el món del vermut sinó també entressin en el món de la sangria, el vi i els vins de licor.

Per altra banda, tenen com a **visió** enfortir, assegurar i mantenir una de les posicions líders del sector tant en l'àmbit nacional com internacional, continuant sent reconeguts, per part de la població, per la producció de begudes amb molta personalitat i d'elevada qualitat, proporcionada pel seu delicat procés d'elaboració, fet que comporta que la marca ofereixi un valor afegit als seus productes que provoca que es diferenciï de la resta de competidors. (La hora del Vermut, 2016)

Per acabar, els principals **valors** de Bodegas Yzaguirre són: (La hora del Vermut, 2016)

1. Enfocament principal als clients. Busquen oferir al client el millor servei per poder satisfer les seves necessitats i preferències, aconseguint així la fidelitat d'aquest.
2. Qualitat i productivitat. Donen molta importància a oferir productes de primera qualitat, fet que assoleixen a través d'una bona productivitat, optimitzant processos i recursos.
3. Fórmula secreta. Durant tots aquests anys han elaborat els seus productes seguint mètodes tradicionals i unes fórmules ben guardades, secret del seu exclusiu aroma i gust.
4. Constància. Treballen per oferir cada dia un servei millor. Es plantegen freqüentment objectius, els quals els ajuden a ser més competitius tant en l'àmbit nacional com internacional.
5. Excel·lència. Unint els tres valors anteriors assoleixen l'excel·lència; ofereixen un servei molt curós de cara al client afegint proporcionar un producte de qualitat. Busquen una bona posició en el mercat i sobrepassar les expectatives del client oferint dels millors vermuts de la zona.

Segmentació

El Vermut Yzaguirre és una marca de les marques més clàssiques de vermut, la qual es dirigeix a un públic major de 50 anys força senyorial. Tot i això, en els últims anys, ha estat intentant rejuvenir la imatge de la marca amb la finalitat de poder arribar a noves generacions més joves. És per aquest motiu, que Yzaguirre ha millorat i ha augmentat molt la seva participació en les xarxes socials durant l'última dècada.

Productes Yzaguirre

Bodegas Yzaguirre no només se centra en la producció de Vermuts, sinó que a través de les seves 4 marques, a més del vermut també comercialitza sangria blanca i negra, vins i vins de licor. Tot i així, al igual que Vermuts Miró, els seus productes principals són els vermuts. A continuació s'esmenten i es descriuen breument els principals productes de Bodegas Yzaguirre: (Vermouth Yzaguirre, n.d)

- Clàssic Blanc: Vermut pàl·lid amb aromes d'herbes aromàtiques i diferents espècies. Fresc, suau i equilibrat.
- Rosé: És un vermut de color rosat, agradable i delicat a l'hora de beure. És un vermut dolç, fàcil de beure i molt lleuger en boca.
- Dry Reserva: Vermut blanc amb un punt alcohòlic elevat amb caràcters àcids i agradable en boca. Notes de fusta, espècies i herbes envellides un barril de roure.
- Clàssic Vermell: És un vermut amb tonalitats vermelles i té un aroma intens a herbes aromàtiques i espècies. Té tocs balsàmics i té un aroma intens. És el vermut clàssic de Bodegas Yzaguirre.
- Vermell Reserva: És un vermut vermell envellit dotze mesos en barrils de roure, aquestes li aporten consistència i caràcter. El gust és molt equilibrat i gruixut i porta records de fruita madura.
- Blanc Reserva: És un vermut blanc molt aromàtic i agradable en el paladar. També ha reposat un any en barrils de roure francès que li aporta personalitat i caràcter.
- Selecció 1884: És un vermut considerat com la gamma prèmium de Yzaguirre. Necessita dos mesos de maceració amb diferents herbes aromàtiques i més de 80 tipus d'espècies i posteriorment passa dos anys reposant en barril roure. En boca trobem notes de fusta i tocs equilibrats entre amarg i dolç.
- Herbal Vintage: És un vermut vermell, intens i rodó. En nas conté cítrics, espècies i una alta quantitat d'herbes aromàtiques.

Figura 8: Productes més destacats de Bodegas Yzaguirre



Font: Vermuteros, 2021. (<https://www.vermuteros.com/marcas-vermut/vermut-yzaguirre/>)

6. Anàlisi DAFO

En aquest punt s'elaborarà les dues anàlisis DAFO de les dues empreses, Vermuts Miró i Bodegas Yzaguirre. S'han analitzat les debilitats, les amenaces, les fortaleses i les oportunitats de les dues companyies a partir de la informació obtinguda.

6.1. Vermuts Miró

Debilitats

-Competeix contra ella: L'empresa Vermut Miró ven el seu producte a tercers sota el nom de diverses marques competidores directes.

-Falta de publicitat: La publicitat que realitza és de caràcter local, com publicitat a mitjans de comunicació locals o patrocinant esdeveniments pròxims; també fa servir marxandatge de la marca. No té publicitat de caràcter nacional o internacional.

-Matèria primera: El vermut s'elabora a partir d'una llarga llista d'espècies i botànics, això implica que la falta d'algun d'ells fes impossible seguir amb la producció del producte.

Amenaces

- Crisi Global: La situació de crisi posterior a l'etapa de pandèmia a causa de la Covid-19 que ha afectat el consum global.
- Conflicte bèl·lic: Situació d'inestabilitat a causa de la guerra entre Rússia i Ucraïna que va esclatar al febrer del 2022.
- Competència: Cada vegada hi ha més marques emergents que treuen al mercat el seu producte. A banda, la rivalitat amb les companyies nacionals, ja establertes, o les internacionals cada vegada és més intensa en els països on exporta Vermut Miró.

Fortaleses

- Marca centralitzada: Tots els productes comercialitzats per la marca, vermut i vins de licor, estan sota la marca Miró, fent que siguin fàcil de relacionar i tinguin una imatge de marca consolidada.
- Preu: Davant dels seus competidors de marques tradicionals, Miró ofereix un preu més assequible que la seva competència.
- Comerç internacional: Vermuts Miró té la seva marca operant en més de 30 països diferents; s'ha sabut adaptar a la seva cultura i satisfer als consumidors internacionals.
- Relacions comercials amb tercers: Un dels ingressos que té l'empresa és gràcies a la producció de vermut d'algunes grans superfícies.
- Disposa de maquinària: En tenir instal·lacions pròpies tenen màxima llibertat en el procés productiu i capacitat d'augmentar el volum de producció si ho desitja.

Oportunitats

- Col·laboracions: Com a millora de qualitat i de difusió, l'empresa va col·laborar amb el prestigiós xef de diverses estrelles Michelin per elaborar un vermut junts.

- Sostenibilitat: Potencia i dona suport als productes i el moviment ecològic; aconseguint elaborar un producte que tots els seus ingredients siguin 100% ecològics.
- Responsabilitat Social: Sosté activament el Pacte Mundial de les Nacions Unides realitzant diferents activitats que contribueixen als Objectius de Desenvolupaments Sostenible.
- Reconeixements: Gairebé tots els seus vermuts han estat guardonats en diferents competicions internacionals, diferents premis en la Frankfurt Internacional o l'IWSC a Londres.
- Turisme: Espanya és un dels països que rep més turisme; el consum, la venda i la projecció del vermut als turistes és important a l'hora d'incrementar les vendes de Miró.
- Producte local: Potenciar el consum de vermut català i intentar arribar als màxims clients locals.
- Globalització: Expansió en mercats emergents en què Vermuts Miró encara no tingui representació.
-

6.2. Bodegas Yzaguirre

Debilitats

- Preu: Ofereix un producte amb un preu situat per sobre de la majoria dels seus competidors directes, fet que redueix lleugerament les possibilitats de venda respecte als competidors.
- Matèria primera: El vermut s'elabora a partir d'una llarga llista d'espècies i botànics, això implica que la falta d'algun d'ells fes impossible seguir amb la producció del producte.

Amenaces

- Crisi Global: La situació de crisi posterior a l'etapa de pandèmia a causa de la Covid-19 que ha afectat el consum global.
- Conflicte bèl·lic: Situació d'inestabilitat a causa de la guerra entre Rússia i Ucraïna que va esclatar al febrer del 2022.
- Competència: Cada vegada hi ha més marques emergents que treuen al mercat el seu producte. A banda, la rivalitat amb les companyies nacionals, ja establertes, o les internacionals cada vegada és més intensa en els països on exporta Yzaguirre.

Fortaleses

- Multimarca: És un grup empresarial format per un total de quatre marques diferents, tots els productes relacionats amb el sector vinícola.
- Comerç internacional: Bodegas Yzaguirre està present amb les seves marques en 35 països d'arreu del món.
- Disposa de maquinària: En tenir instal·lacions pròpies tenen màxima llibertat en el procés productiu i capacitat d'augmentar el volum de producció si ho desitja.
- Publicitat: Compta amb una bona campanya de màrqueting en l'àmbit nacional; realitza diferents anuncis televisius a televisions estatals i en mitjans locals.

Oportunitats

- Turisme: Espanya al ser un dels països que rep més turisme; el consum, la venda i la projecció del vermut als turistes és important a l'hora d'incrementar les vendes de Yzaguirre.
- Globalització: Expansió en mercats emergents en què Bodegas Yzaguirre encara no tingui representació.
- Producte local: Potenciar el consum de vermut català i intentar arribar als màxims clients locals.

6.3. Comparació de DAFOs

Debilitats: La principal debilitat que té Vermut Miró respecte a Bodegas Yzaguirre és que competeix contra ella mateixa, ja que Miró a banda de produir la seva pròpia marca de vermut produeix per tercers, com supermercats i grans superfícies. També la publicitat de Miró en el panorama nacional és molt escassa perquè se centra especialment en la publicitat local i això li resta posicionament nacional. Una debilitat que comparteixen les dues empreses és la possible falta de matèries primeres per la llarga llista d'elements que formen una recepta de vermut. Bodega Yzaguirre té una debilitat respecte a la competència, que és el seu preu, ja que està per sobre de la mitja de marques de vermut que podem trobar en la gran majoria d'establiments.

Amenaces: Les dues empreses comparteixen les amenaces que poden impedir el seu normal funcionament i poden ficar el perill els seus interessos. Primerament, tenim la situació post pandèmica, que ha afectat a totes les economies i s'ha vist minvat el consum en general. Per altra banda, tenim la inestabilitat política entre Rússia i Ucraïna, un conflicte bèl·lic que afecta a tots els països de la Unió Europea; ha augmentat el cost de la majoria de matèries primeres perquè s'han encarit els combustibles o s'han vist reduïdes les exportacions de diferents productes. Finalment, l'entrada de noves empreses competidores en els últims anys que fan el mercat més competitiu i la quota de mercat és més baixa.

Fortaleses: Una de les diferències entre les companyies és l'estratègia de marca; Miró la seva marca està centralitzada en Vermut Miró i tots els seus productes surten al mercat sota el nom de la marca; Bodegas Yzaguirre té una oferta segmentada amb quatre marques diferents i amb més varietat de productes. Les dues marques tenen molta presència en el mercat internacional i totes dues tenen vies comercials obertes en més de 30 països. A banda de l'alt nivell d'exportació, les dues empreses disposen d'unes instal·lacions i una maquinària pròpia per poder elaborar lliurement la quantitat de producció que desitgin. Una de les fortaleses de Vermut Miró és la competitivitat en el preu de venda, és més assequible que la resta de competidors perquè té un alt volum de producció gràcies a produir per tercers a banda de la seva marca pròpia. Per l'altre costat, Bodegas Yzaguirre compta amb una potent campanya de màrqueting en l'àmbit nacional i té més facilitat per arribar a nou públic.

Oportunitats: Les oportunitats que comparteixen ambdues companyies són el turisme, la globalització i el producte local. A Espanya, la principal activitat econòmica és el

turisme, ja que és un dels països que més en rep a escala mundial, això és una oportunitat a l'hora d'augmentar les vendes i projectar el producte i el consum de vermut a l'estranger. A banda del consum estranger, les dues empreses no deixen enrere el fet de potenciar un consum d'un producte local a l'estat espanyol. Per acabar, com s'ha comentat, les dues companyies tenen presència internacional, per això han d'anar expandint-se per poder entrar en nous mercats els països emergents. Dues maneres que utilitza Vermut Miró per promocionar-se són les col·laboracions i els reconeixements internacionals i nacionals. L'any 2015 van treure un vermut en col·laboració amb Paco Pérez, això aporta un segell de qualitat i una imatge publicitària; els reconeixements serveixen com a segell de qualitat de cara als experts i els consumidors. Per acabar, Miró és una empresa amb molta responsabilitat social, ja que té consciència d'un desenvolupament sostenible i ha tret un producte 100% ecològic. En canvi, Bodegas Yzaguirre té una línia més clàssica.

7. Anàlisi financer

L'anàlisi financera dels comptes anuals de l'empresa és un estudi on l'empresa té una imatge de la seva situació patrimonial, a partir d'aquesta pot prendre decisions per millorar i augmentar el valor de l'empresa i dona la informació necessària de la situació de la companyia de cara als inversors de la societat. El balanç és l'assentament financer en què l'empresa mostra la seva situació actual; el balanç està dividit en dos blocs, l'actiu que és el que està format per la inversió i els béns que són propietat de l'empresa i el passiu més el patrimoni net que són els recursos que necessita l'empresa. Posteriorment, es realitzarà el compte de pèrdues i guanys de les dues empreses i les ràtios pertinents.

7.1 Anàlisi financer Vermut Miró

Amb la informació extreta dels comptes de l'empresa Vermut Miró s'han elaborat els càlculs dels indicadors que permeten avaluar la situació financera en la qual es troba l'empresa. Les dades que s'han utilitzat en aquest estudi són de l'any 2017 al 2020, els quals s'han extret de la base de dades del Sabi. (Sabi, 2021a)

7.1.1 Evolució de l'actiu

En la taula 1 s'observen diferents partides que formen l'actiu de la companyia Vermut Miró i el percentatge que té cada compte dins d'aquest.

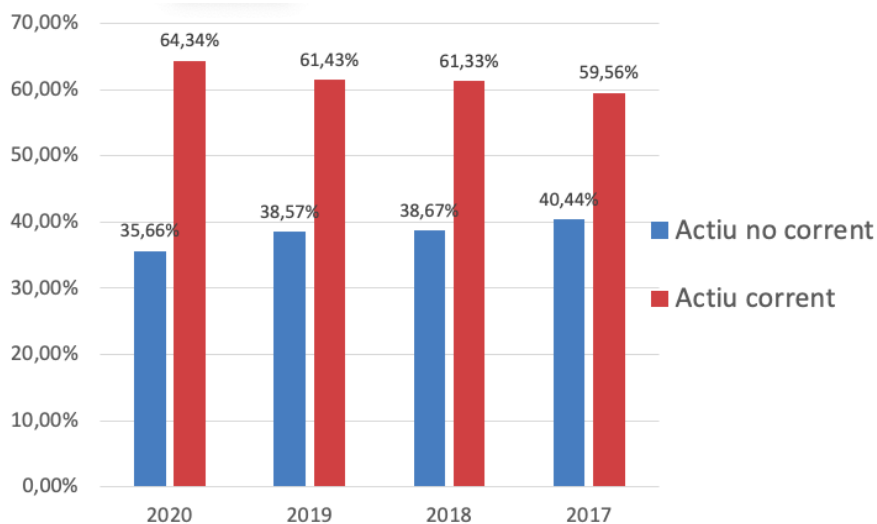
Taula 1: Evolució de l'actiu i els percentatges verticals (Vermuts Miró)

	2020		2019		2018		2017	
	€	%	€	%	€	%	€	%
Actiu no corrent	2.381.510	35,7%	1.830.886	38,6%	1.850.664	38,7%	1.954.752	40,4%
Immobilitzat intangible	0	0,0%	-367	0,0%	-2.410	-0,1%	-24.984	-0,5%
Immobilitzat material	2.334.162	35,0%	1.750.965	36,9%	1.772.221	37,0%	1.898.649	39,3%
Altres actius fixes	47.348	0,7%	80.288	1,7%	80.853	1,7%	81.088	1,7%
Actiu corrent	4.296.355	64,3%	2.916.457	61,4%	2.935.034	61,3%	2.878.428	59,6%
Existències	708.160	10,6%	1.550.470	32,7%	1.505.092	31,4%	1.483.976	30,7%
Deutors	799.319	12,0%	1.157.434	24,4%	1.321.657	27,6%	1.276.600	26,4%
Altres actius líquids	2.788.876	41,8%	208.553	4,4%	108.285	2,3%	117.853	2,4%
Tresoreria	1.813.837	27,2%	4.929	0,1%	3.910	0,1%	63.433	1,3%
TOTAL ACTIU	6.677.865	100,0%	4.747.343	100,0%	4.785.698	100,0%	4.833.180	100,0%

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi)

En aquesta companyia es treballa tant el sector productiu com el sector comercial, per això podem observar que en el balanç els comptes amb més volum són l'immobilitzat material i les existències i deutors. L'immobilitzat material, que pertany a l'actiu no corrent, és elevat perquè l'empresa té les seves pròpies instal·lacions i la seva maquinària. El compte d'existències és elevat perquè molt del seu producte està reservat al seu magatzem per ser distribuït i els deutors tenen pes perquè és la seva principal font d'ingressos. A banda tenim la partida de tresoreria que ha augmentat en l'últim període.

Figura 9: Evolució d'actius (Vermuts Miró)



Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi).

Observant la figura 9 anterior, podem veure com hi ha una diferència notable respecte l'actiu corrent i actiu no corrent que es manté durant els quatre anys. En l'últim any, l'actiu corrent representa un 35,7% davant d'un 64,3% de l'actiu no corrent, una variació constant en els quatre anys.

Dins de l'actiu no corrent, gairebé tot el pes recau en l'immobilitzat material, que com s'ha comentat amb anterioritat, correspon a les instal·lacions i la maquinària que posseeix l'empresa per desenvolupar la seva tasca productiva. En l'últim any, s'ha vist incrementat en uns 580.000 € el compte de l'immobilitzat material gràcies a la inversió i la millora de la flota de transport pròpia de l'empresa i la construcció d'una nova nau industrial. Aquest augment s'ha reflectit també en l'actiu no corrent, que ha augmentat en gairebé la mateixa quantitat respecte als tres anys anteriors.

L'apartat de l'actiu corrent, trobem les existències, que representen al voltant d'un 30% del total de l'actiu, més o menys 1.500.000 € cada un dels anys excepte en el 2020 que s'han vist reduïdes a la meitat. En l'actiu corrent també trobem la partida de tresoreria, que en l'últim any s'ha vist augmentada en un 27% amb una xifra d'1.813.837 €; això és donat a la injecció de liquiditat que ha propulsat l'annexió amb el grup Masergrup.

7.1.2 Evolució del passiu i el patrimoni net

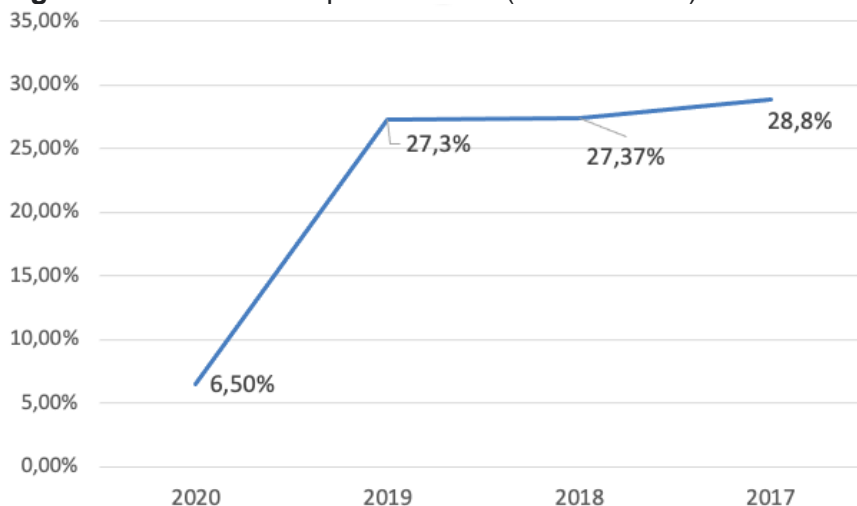
En la taula 2 s'observen les diferents partides que formen el patrimoni net i el passiu de la companyia Vermut Miró i el percentatge que té cada compte dins d'aquest.

Taula 2: Evolució del passiu i el patrimoni net i els percentatges verticals. (Vermuts Miró)

	2020		2019		2018		2017	
	€	%	€	%	€	%	€	%
Patrimoni net	433.354	6,5%	1.295.901	27,3%	1.309.751	27,37%	1.392.725	28,8%
Capital social	862.435	12,9%	862.435	18,2%	862.435	18,02%	862.435	17,8%
Altres fons propis	-429.081	-6,4%	433.466	9,1%	447.316	9,35%	530.290	11,0%
Passiu no corrent	3.876.968	58,1%	704.860	14,8%	349.655	7,31%	372.160	7,7%
Creditors a ll/t	3.843.693	57,6%	704.860	14,8%	349.655	7,31%	372.160	7,7%
Altres passius fixos	33.275	0,5%	0	0,0%	0	0,00%	0	0,0%
Proveïdors	0	0,0%	0	0,0%	0	0,00%	0	0,0%
Passiu corrent	2.367.542	35,5%	2.746.582	57,9%	3.126.292	65,33%	3.068.294	63,5%
Deutes financers	942.334	14,1%	1.792.421	37,8%	1.520.324	31,77%	1.039.055	21,5%
Creditors comercials	252.693	3,8%	0	0,0%	126.988	2,65%	146.720	3,0%
Altres passius líquids	1.172.516	17,6%	954.161	20,1%	1.478.980	30,90%	1.882.520	38,9%
TOTAL PASSIU I PN	6.677.865	100,0%	4.747.343	100,0%	4.785.698	100,00%	4.833.180	100,0%

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi)

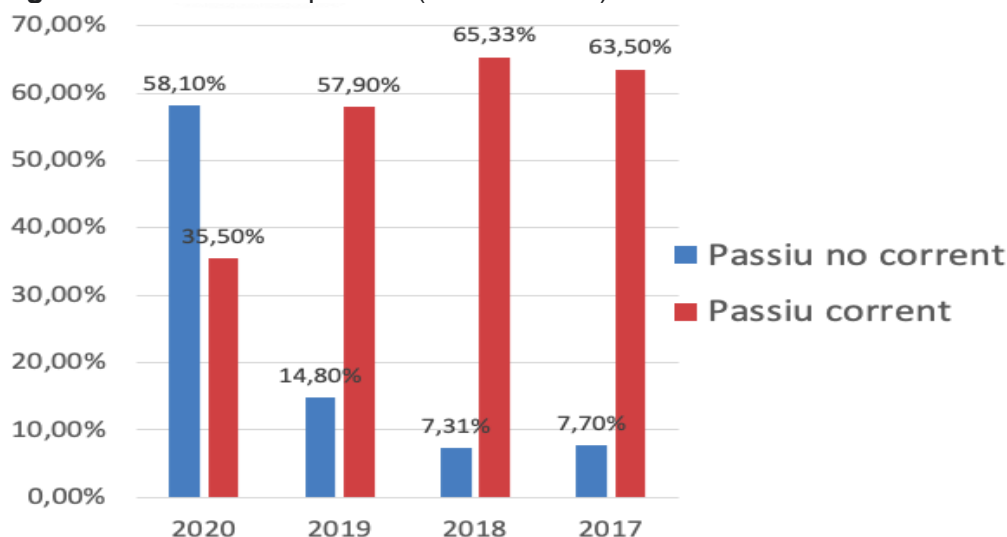
Figura 10: Evolució del patrimoni net (Vermuts Miró)



Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi).

En el patrimoni net veiem una evolució constant els tres primers anys, en canvi, en el 2020 on veiem que disminueix un 20% respecte als anys anteriors, això és atès que en el compte d'altres fons propis hi ha un resultat negatiu de -429.081 €.

Figura 11: Evolució de passius (Vermuts Miró).



Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi)

La gran part del finançament de Vermut Miró la trobem en el passiu no corrent, ja que ha augmentat molt en l'últim any, el qual passa de tenir un volum entre el 7% i el 14% al 58% en el darrer exercici. Aquest augment ve provocat pels creditors a llarg termini, que augmenten considerablement triplicant el seu valor, 3.834.693 €; el deute empresarial a llarg termini augmenta considerablement. Aquest increment és a causa de l'adquisició de l'empresa pel grup empresària Masergrup, que ha concedit un crèdit a llarg termini.

Al passiu corrent passa el contrari que en el no corrent, del 2017 al 2019 tenia un pes al voltant del 60% del patrimoni net més el passiu, però en l'últim any ha disminuït fins al 35%; en termes de capital, com s'ha comentat en el paràgraf anterior, per un augment del passiu no corrent.

7.1.3 Anàlisi del fons de maniobra

Calculant el fons de maniobra d'una empresa podem analitzar quin risc té per fer front als seus deutes a curt termini. El fons de maniobra és la diferència entre l'actiu a curt termini i els deutes a curt termini, aquest s'ha de controlar perquè d'ell depenen equilibri entre les inversions i el finançament. Seguidament, calcularem el fons de maniobra de Vermut Miró.

Fons de maniobra = Actiu Corrent - Passiu Corrent

Taula 3: Evolució del fons de maniobra (Vermuts Miró).

	2020	2019	2018	2017
Actiu corrent	4.296.355	2.916.457	2.935.034	2.878.428
Passiu corrent	2.367.542	2.746.582	3.126.292	3.068.294
Fons de maniobra	1.928.813	169.875	-191.258	-189.866

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi).

Com s'observa a la taula 3 el fons de maniobra comença amb un valor negatiu de -189.866 al 2017 i finalitza amb una xifra positiva d'1.928.813 €. Els resultats dels primers anys ens indiquen que el finançament és superior a les inversions fent que l'empresa pogués tenir un excés de liquiditat. En canvi, els dos últims anys el fons de maniobra és positiu, això ens indica que l'actiu corrent té la capacitat de fer front als requeriments del passiu corrent. L'augment del fons de maniobra de l'últim any és a causa de la creixuda de la partida de tresoreria, que ha augmentat al voltant d'1.800.000 €. Aquesta variació és per la injecció de capital aportat per l'empresa matriu Masergrup.

7.1.4 Compte de pèrdues i guanys

En el compte de pèrdues i guanys es reflecteixen tots els ingressos i totes les despeses que ha tingut Vermut Miró en un exercici fins a obtenir el resultat net de l'exercici.

Taula 4: Compte de pèrdues i guanys (Vermuts Miró)

	2020	2019	2018	2017
	€	€	€	€
Import net de la xifra de negocis	6.283.871	5.441.210	5.681.097	5.643.477
Consum de mercaderies	3.535.373	2.782.146	3.206.272	3.023.264
Despesa de personal	814.408	965.505	833.768	872.684
Amortitzacions	189.939	145.678	152.339	153.474
Altres conceptes d'explotació	946.465	1.161.380	1.057.446	1.218.794
Resultat d'explotació	797.686	386.500	431.273	375.261
Ingressos financers	607	483	623	820
Despeses financeres	-146.771	-176.655	-206.086	-252.692
Resultat financer	-146.165	-176.172	-205.462	-251.872
Resultat abans d'impostos	651.521	210.328	225.811	123.389
Impost de societats	61.601	61.343	64.531	31.319
Resultat del exercici	589.920	148.986	161.280	92.070

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermut Miró (Sabi)

En la taula 4 podem observar la partida de l'import net de la xifra de negocis, on en el 2020 augmentarà fins a la xifra de 6.283.871 d'euros. També es veu que el consum de mercaderies ha augmentat respecte als anys anteriors i té una xifra de 3.535.373 d'euros; on és normal perquè ha crescut el volum de vendes. En la despesa de personal veiem que ha disminuït en l'últim any perquè la plantilla es va veure lleugerament reduïda, van passar de 18 a 16 treballadors.

El resultat d'explotació l'obtenim de la diferència de l'import net de la xifra de negocis i totes les despeses que té l'empresa, excepte les financeres i els interessos. Tots els anys estudiats tenen un resultat d'explotació positiu, això evidencia que Vermut Miró té un volum d'ingressos superior al volum de despeses. El resultat d'explotació ha anat augmentant fins a arribar a la xifra de 797.686 €.

Els ingressos financers són bastant insignificants i tenen un valor molt reduït durant els quatre anys, en canvi, la partida de despeses financeres té un valor més elevat, però s'ha anat reduint, l'any 2017 tenia un valor de -252.872 € fins a arribar a -146.771 € en el 2020.

En últim lloc, observem el resultat de l'exercici, que en els quatre anys analitzats, l'empresa Vermut Miró té un resultat positiu. Si ens fixem en la trajectòria veiem que ha augmentat en l'últim any respecte dels anteriors aconseguint una xifra de 589.920 €.

El marge sobre les vendes ens proporciona conèixer el benefici que s'ha obtingut pel producte que s'ha venut i l'obtenim dividint el resultat de l'exercici entre les vendes, s'han obtingut aquests resultats.

Taula 5: Marge sobre vendes (Vermuts Miró)

	2020	2019	2018	2017
Marge sobre vendes	9,39%	2,74%	2,84%	1,63%

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi).

Els marges sobre les vendes de Vermut Miró tenen un valor positiu, això indica que de cada 100 euros venuts l'empresa obté aquell tant per cent, és a dir, el 2020, l'empresa obtenia 9,39 € per cada 100 de vendes.

7.1.5 Ràtios

Les ràtios financeres són els indicadors que ens mostren la situació de l'empresa, la seva comparació durant un període ajuda a una bona gestió de la companyia per poder fer front a possibles canvis i solucionar problemes financers. A continuació es presentaran i s'analitzaran les ràtios considerades més significatives de Vermuts Miró.

Situació de liquiditat

Per poder saber en quina situació de liquiditat es troba l'empresa farem servir dos indicadors diferents, la ràtio de liquiditat i la ràtio de tresoreria. Amb aquests càlculs podrem conèixer si l'empresa pot fer front a les obligacions més properes.

$$\text{Ràtio de liquiditat} = \text{Actiu corrent} / \text{Passiu corrent}$$

Taula 6: Ràtio de liquiditat (Vermuts Miró)

	2020	2019	2018	2017
Actiu corrent	4.296.355	2.916.457	2.935.034	2.878.428
Passiu corrent	2.367.542	2.746.582	3.126.292	3.068.294
Ràtio de liquiditat	1,81	1,06	0,94	0,94

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi)

El resultat òptim estaria comprès entre 1,5 i 2, és a dir, que els deutes a curt termini siguin inferiors a l'actiu corrent. Com podem comprovar en els tres primers anys la ràtio de liquiditat és inferior o propera a 1, fent que els deutes a curt termini siguin superiors a l'actiu corrent. En canvi, en l'últim any, la ràtio de liquiditat es troba dins del valor òptim i no tindria cap dificultat per poder pagar els deutes còmodament a curt termini.

$$\text{Ràtio de tresoreria} = (\text{Realitzable} + \text{Disponible}) / \text{Passiu corrent}$$

Taula 7: Ràtio de tresoreria (Vermuts Miró)

	2020	2019	2018	2017
Realitzable+disponible	1.172.516	954.161	1.478.980	1.882.520
Passiu corrent	2.367.542	2.746.582	3.126.292	3.068.294
Ràtio de tresoreria	0,50	0,35	0,47	0,61

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi)

Amb la ràtio de tresoreria sabem si la companyia pot pagar els seus deutes a curt termini d'una manera immediata. En analitzar els resultats calculats es veu que en tots els quatre anys la ràtio de tresoreria és inferior a 1, això és sinònim d'una situació negativa per què la seva liquiditat actual és inferior als seus deutes a curt termini. Si aquesta situació és constant i disminueix el suficient, pot provocar que l'empresa estigui davant d'una possible suspensió de pagaments.

Situació de solvència a llarg termini

La ràtio de garantia ens indica en quina situació es troba l'empresa per poder fer front a totes les seves obligacions, tant a curt com a llarg termini. Perquè sigui un resultat òptim l'actiu sempre ha de ser superior al passiu, és a dir, superior a 1. L'actiu ha de poder fer front als seus deutes, però si el primer és massa superior respecte al segon l'empresa podria estar desaprofitant una oportunitat per ampliar-se.

$$\text{Ràtio de garantia} = \text{Actiu/Passiu}$$

Taula 8: Ràtio de garantia (Vermuts Miró)

	2020	2019	2018	2017
Total actiu	6.677.865	4.747.343	4.785.697,77	4.833.180,21
Total passiu	6.244.511	3.451.442	3.475.946,53	3.440.454,89
Ràtio de garantia	1,07	1,38	1,38	1,40

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi)

En els tres primers períodes té una situació favorable perquè la ràtio de garantia es troba bastant per sobre d'1 i no tindria cap problema per afrontar els deutes totals còmodament. En canvi, en el 2020, la situació és complicada, per molt que encara estigui per sobre d'1 ho està per molt poc; en augmentar considerablement el passiu fa que en un futur l'empresa estigui en una situació arriscada per poder pagar el seu deute.

Situació d'endeutament

En una empresa es necessita finançament per poder realitzar diferents inversions en el seu actiu. El finançament pot ser tant intern com extern i perquè la situació sigui òptima ha de tenir un risc nul i un cost baix.

La situació ideal d'endeutament és que el capital i els fons propis es trobin al voltant del 40% i del 60% del total del passiu. El valor òptim d'aquesta ràtio és entre el 0,60 i el 0,4.

En calcular la ràtio comparem el deute total amb els fons propis de finançament, amb el resultat avaluarem l'equilibri i en nivell de dependència de tercers.

$$\text{Ràtio d'endeutament} = \text{Passiu} / \text{Patrimoni net}$$

Taula 9: Ràtio d'endeutament (Vermuts Miró)

	2020	2019	2018	2017
Passiu	6.244.511	3.451.442	3.475.947	3.440.455
PN	433.354	1.295.901	1.309.751	1.392.725
Ràtio d'endeutament	14,41	2,66	2,65	2,47

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi)

En la taula 9 es veu que el volum d'endeutament de Vermut Miró és molt superior al valor òptim, desorbitat. El resultat de la ràtio d'endeutament en l'any 2020 és preocupant, la manera de finançament de l'empresa és a través de deute. L'empresa pot estar en perill si els seus creditors sol·licitessin el cobrament del seu deute.

$$\text{Qualitat del deute} = \text{Deutes a curt termini} / \text{Deutes totals}$$

Taula 10: Ràtio de la qualitat del deute (Vermuts Miró)

	2020	2019	2018	2017
Deutes a curt termini	2.367.542	2.746.582	3.126.292	3.068.294
Passiu + PN	6.244.511	3.451.442	3.475.947	3.440.455
Qualitat del deute	0,38	0,80	0,90	0,89

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi).

El resultat de la qualitat del deute com més proper a zero sigui més favorable serà per l'empresa. En la taula 10 veiem com els tres primers anys, la ràtio era molt propera a 1, això indica que la meitat del deute del grup és a curt termini i haurà de fer front als pagaments en menys d'un any. En canvi, l'any 2020 la qualitat del deute és més favorable, ja que ha augmentat el volum de passiu no corrent respecte els anys anteriors.

Anàlisi de la rendibilitat

La rendibilitat és la relació entre els resultats econòmics i els mitjans utilitzats per aconseguir-los. Es poden diferenciar dos tipus de rendibilitat, l'econòmica i la financera.

L'econòmica mesura la rendibilitat que obté la companyia pels seus actius i la financera és la capacitat de generar guanys pels seus accionistes.

Rendibilitat econòmica (ROA)

$$\text{Rendibilitat econòmica} = \text{Benefici abans d'impostos} / \text{actiu total}$$

Taula 11: Rendibilitat econòmica (Vermuts Miró)

	2020	2019	2018	2017
Benefici abans d'impostos	651.521	210.328	225.811	123.389
Actiu total	6.677.865	4.747.343	4.785.698	4.833.180
Rendibilitat econòmica	10%	4%	5%	3%

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi)

El valor òptim de la rendibilitat econòmica, és a dir que la seva situació sigui rendible, ha de ser superior al 5%. En el cas de Vermuts Miró, com es pot observar en la taula 11, durant els primers tres anys la situació de la companyia Vermuts Miró no era viable, en canvi, l'últim any la situació és diferent, fent que l'empresa obtingui un resultat de la rendibilitat econòmica del 10%. Les entitats bancàries, a l'hora de concedir un préstec, es fixen en el resultat de la rendibilitat econòmica, en el cas de Vermuts Miró, tindria problemes per poder sol·licitar un crèdit a alguna entitat bancària durant els tres primers anys. Com més elevat sigui el resultat de la rendibilitat econòmica més favorable és per l'empresa.

Rendibilitat financera (ROE)

$$\text{Rendibilitat financera} = \text{Benefici abans d'impostos} / \text{actiu total}$$

Taula 12: Rendibilitat financera (Vermuts Miró)

	2020	2019	2018	2017
Benefici net	589.920	148.986	161.280	92.070
Fons pròpis	433.354	1.295.901	1.309.751	1.392.725
Rendibilitat financera	136%	11%	12%	7%

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Vermuts Miró (Sabi)

Com més elevat sigui el resultat del ROE major serà la rendibilitat que ofereix l'empresa depenent dels seus recursos propis. En l'últim any, és on s'ha obtingut un resultat molt

favorable on els propietaris o els accionistes de la societat han obtingut una rendibilitat del 136%.

Si comparem les dues rendibilitats, durant els exercicis estudiats veiem que el ROE, és superior al ROA. Això deriva que l'efecte palanquejament sigui positiu, és a dir que part de l'actiu s'ha finançat amb deute fent créixer així la rendibilitat financera.

7.2 Anàlisi Bodegas Yzaguirre

Amb la informació extreta dels comptes de l'empresa Bodegas Yzaguirre s'han realitzat els càlculs dels indicadors que permeten avaluar la situació financera en què es troba l'empresa. Les dades que s'han utilitzat en aquest estudi són de l'any 2017 al 2020, els quals s'han extret de la base de dades del Sabi. (Sabi, 2021b).

7.2.1 Evolució de l'actiu

En la taula 13 s'observen les diferents partides que formen l'actiu de la companyia Bodegas Yzaguirre i el percentatge que té cada compte dins d'aquest.

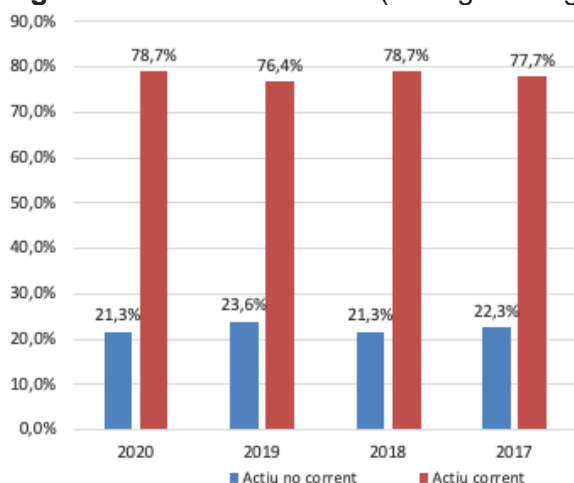
Taula 13: Evolució de l'actiu i els percentatges verticals (Bodegas Yzaguirre)

	2020		2019		2018		2017	
	€	%	€	%	€	%	€	%
Actiu no corrent	1.718.870	21,3%	1.871.014	23,6%	1.643.939	21,3%	1.481.574	22,3%
Immobilitzat intangible	107.287	1,3%	156.109	2,0%	211.172	2,7%	251.427	3,8%
Immobilitzat material	1.536.065	19,1%	1.647.489	20,8%	1.365.344	17,7%	1.171.814	17,6%
Altres actius fixes	75.519	0,9%		0,0%	67.423	0,9%	58.333	0,9%
Actiu corrent	6.334.852	78,7%	6.061.600	76,4%	6.056.626	78,7%	5.161.253	77,7%
Existències	2.816.113	35,0%	2.976.344	37,5%	2.856.774	37,1%	2.934.219	44,2%
Deutors	2.970.641	36,9%	2.998.572	37,8%	3.078.488	40,0%	2.104.967	31,7%
Altres actius líquids	548.098	6,8%	86.684	1,1%	121.364	1,6%	122.067	1,8%
Tresoreria	326.416	4,1%	66.122	0,8%	84.499	1,1%	88.263	1,3%
TOTAL ACTIU	8.053.722	100,0%	7.932.615	100,0%	7.700.565	100,0%	6.642.827	100,0%

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

En l'empresa Bodegas Yzaguirre, igual que l'empresa anterior, es desenvolupa activitat productiva i comercial, dins de l'actiu, els comptes amb més pes de la companyia són l'immobilitzat material, les existències i els deutors. L'immobilitzat material té un pes elevat perquè l'empresa disposa d'instal·lacions productives pròpies; les existències i els deutors són les principals fonts d'ingressos de l'empresa i tenen un valor destacable dins del balanç.

Figura 12: Evolució d'actius (Bodegas Yzaguirre)



Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

Observant la figura 12, podem veure com hi ha una diferència notable respecte l'actiu corrent i actiu no corrent que es manté durant els quatre anys. En l'últim any, l'actiu corrent representa un 35,7% davant d'un 64,3% de l'actiu no corrent, una variació constant en els quatre anys.

En l'actiu no corrent, el compte més significatiu és l'immobilitzat material que representa al voltant del 20% del total del balanç. Bodegas Yzaguirre produeix tots els seus productes en les seves pròpies instal·lacions, per això el compte d'immobilitzat material és tan elevat gràcies a la maquinària i les instal·lacions de producció.

Per l'altra banda, l'actiu corrent ha tingut una creixuda constant en els darrers quatre anys fins a arribar a un valor de 6.334.852 €. Dins de l'actiu corrent les partides més significatives són les existències i els deutors. El compte d'existències representa un 35% del balanç amb una xifra de 2.816.113 € que ha disminuït respecte al primer any de l'estudi. Els deutors representen el 36,9% amb una xifra de 2.970.641 €, en el primer any de l'estudi va haver-hi un augment de gairebé el 50% i els pròxims tres anys s'ha mantingut constant. La partida de tresoreria té un valor reduït encara que l'últim any ha augmentat exponencialment respecte als anteriors.

7.2.2 Evolució del passiu i del patrimoni net

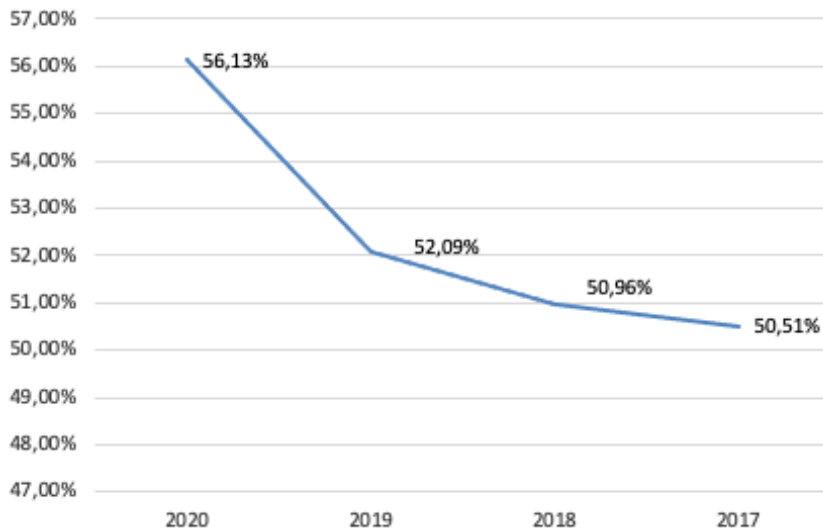
En la taula 14 s'observen les diferents partides que formen el patrimoni net i el passiu de la companyia Bodegas Yzaguirre i el percentatge que té cada compte dins d'aquest.

Taula 14: Evolució del passiu i patrimoni net i els percentatges verticals (Bodegas Yzaguirre)

	2020		2019		2018		2017	
	€	%	€	%	€	%	€	%
Patrimoni net	4.520.353	56,1%	4.132.402	52,1%	3.924.332	51,0%	3.355.491	50,5%
Capital social	1.006.375	12,5%	1.006.375	12,7%	1.006.375	13,1%	1.006.375	15,1%
Altres fons propis	3.513.977	43,6%	3.126.026	39,4%	2.917.956	37,9%	2.349.116	35,4%
Passiu no corrent	2.396.033	29,8%	360.808	4,5%	560.723	7,3%	475.892	7,2%
Creditors a ll/t	2.392.921	29,7%	351.471	4,4%	461.885	6,0%	370.829	5,6%
Altres passius fixos	3.113	0,0%	9.338	0,1%	98.838	1,3%	105.063	1,6%
Proveïdors	0	0,0%	0	0,0%	83.276	1,1%	83.276	1,3%
Passiu corrent	1.137.336	14,1%	3.439.405	43,4%	3.215.510	41,8%	2.811.444	42,3%
Deutes financers	157.729	2,0%	2.577.531	32,5%	2.331.287	30,3%	1.500.978	22,6%
Creditors comercials	204.230	2,5%	182.169	2,3%	189.196	2,5%	371.771	5,6%
Altres passius líquids	775.376	9,6%	679.705	8,6%	695.027	9,0%	938.695	14,1%
TOTAL PASSIU I PN	8.053.722	100,0%	7.932.615	100,0%	7.700.565	100,0%	6.642.827	100,0%

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

Figura 13: Evolució del patrimoni net (Bodegas Yzaguirre)

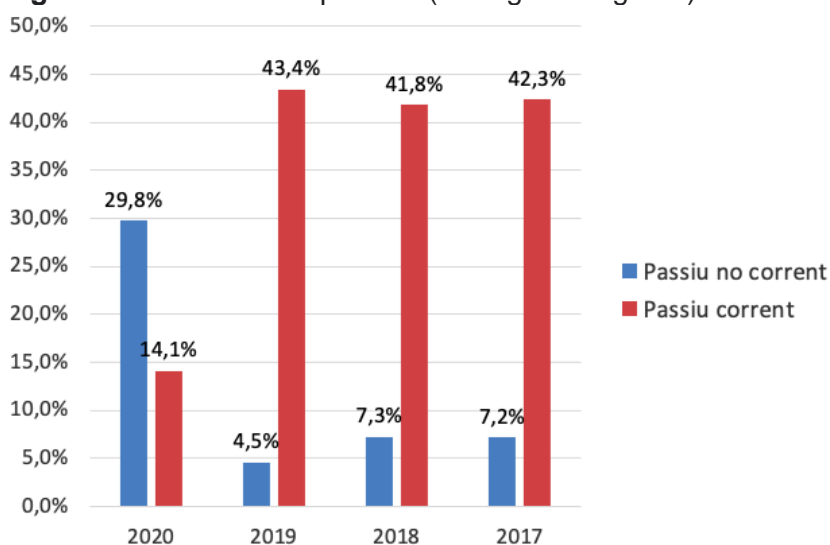


Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodega Yzaguirre (Sabi)

Dins de la composició del passiu i el patrimoni net veiem que el patrimoni net té un valor superior que el passiu, en l'últim any té un valor de 56,1%, un 29,8% el passiu no corrent i un 14,1% el passiu corrent. A diferència del 2020, els altres anys, la composició del passiu és diferent; el passiu corrent té un valor molt superior respecte el passiu no corrent, al voltant d'un 40% i 5% respectivament.

Dins del patrimoni net, el compte del capital social és d'1.006.375 €, que es manté fix els quatre anys. També trobem la partida d'altres fons propis on té un valor del 43,6% l'últim any i una xifra de 3.513.977 € que ha anat augmentant progressivament els darrers anys.

Figura 14: Evolució de passius (Bodegas Yzaguirre)



Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodega Yzaguirre (Sabi).

En l'apartat del passiu no corrent, veiem la partida de creditors, que en el 2020 té un valor del 29,7% i una xifra de 2.392.921 €. Com s'ha comentat amb anterioritat hi ha una variació significativa del 2019 al 2020 en els creditors, això és a causa d'un traspàs de deute de curt termini a llarg termini, com veurem més endavant en el passiu corrent.

Per acabar, al passiu corrent passa el contrari que en el passiu no corrent; el compte de deute financer es veu reduïda del 32% al 2% en els dos últims anys. Els creditors comercials tenen un valor reduït al voltant del 2% i altres passius líquids tenen un valor constant aproximadament del 9%.

7.2.3 Anàlisi del fons de maniobra

El fons de maniobra és la diferència entre l'actiu a curt termini i els deutes a curt termini, aquest s'ha de controlar perquè d'ell depenen equilibri entre les inversions i el finançament. Seguidament, calcularem el fons de maniobra de Bodegas Yzaguirre.

Taula 15: Evolució del fons de maniobra (Bodegas Yzaguirre)

	2020	2019	2018	2017
Actiu corrent	6.334.852	6.061.600	6.056.626	5.161.253
Passiu corrent	1.137.336	3.439.405	3.215.510	2.811.444
Fons de maniobra	5.197.516	2.622.196	2.841.116	2.349.809

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

Durant cada any de l'estudi, el fons de maniobra és positiu, ens indica que l'actiu corrent té la capacitat de fer front als requeriments del passiu corrent. Però en el 2020 aquest és molt superior respecte els altres anys perquè s'ha vist reduït el passiu corrent.

7.2.4 Compte de pèrdues i guanys

En el compte de pèrdues i guanys es reflecteixen tots els ingressos i totes les despeses que ha tingut Bodegas Yzaguirre en un exercici fins a obtenir el resultat net de l'exercici.

Taula 16: Compte de pèrdues i guanys (Bodegas Yzaguirre)

	2020	2019	2018	2017
	€	€	€	€
Import net de la xifra de negocis	9.644.414	9.026.853	9.280.808	8.599.736
Consum de mercaderies	3.821.762	3.797.310	3.826.810	3.674.618
Despesa de personal	2.135.751	2.044.162	1.983.488	1.850.192
Amortitzacions	334.004	324.289	299.755	240.318
Altres conceptes d'explotació	2.539.877	-2.370.304	2.177.004	2.230.553
Resultat d'explotació	813.020	490.788	993.750	604.055
Ingressos financers	17	57.246	1.368	3.018
Despeses financeres	46.297	39.716	74.948	50.165
Resultat financer	-46.280	17.530	-73.580	-47.147
Resultat abans d'impostos	766.740	508.318	920.171	556.908
Impost de societats	224.444	153.273	233.272	164.684
Resultat activitats extraordinàries	-8.875	247.455	1.829	-84.444
Resultat del exercici	533.421	602.500	688.728	307.780

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodega Yzaguirre (Sabi)

En la taula 16 s'observa que l'import net de xifra de negocis que ha tingut un augment constant durant els anys, fins a arribar a la xifra de 9.644.414 d'euros. També el consum de mercaderies, aquest ha tingut un valor similar durant els últims tres anys, en canvi, el 2017 era una mica inferior. La partida de despesa de personal ha augmentat perquè la plantilla ha crescut en el 2020, han passat de 24 treballadors a 26.

El resultat d'exploració, com s'ha comentat amb anterioritat, l'obtenim de la diferència de l'import net de la xifra de negoci i totes les despeses que té l'empresa, excepte les financeres i els interessos. Tots els anys analitzats han tingut un resultat positiu, el primer any de la mostra va tenir un valor de 604.005 €, en el següent any va doblar el seu valor fins a arribar a 993.750 €. L'any 2019 va patir una reducció fins que l'any 2020 va tornar a augmentar fins a arribar a una xifra de 813.020 €.

En la partida d'ingressos financers tenen un valor reduït excepte l'any 2019 que té una xifra de 57.246 €, un augment considerable respecte els altres anys. En les despeses financeres la xifra és més elevada perquè prové dels interessos de préstec bancaris sol·licitats per l'empresa, el valor més elevat és -73.580 €.

Per finalitzar, analitzarem el valor del resultat de l'exercici, que en els quatre períodes que s'han estudiat ha donat positiu. En el 2017 el resultat va ser inferior als altres anys al no haver-hi un volum tan gran de vendes; en els següents dos anys va augmentar més del doble respecte el primer any de la mostra; i en el 2020 va assolir la xifra de 533.421 €.

Com s'ha comentat anteriorment, el marge sobre les vendes ens proporciona conèixer el benefici que s'ha obtingut pel producte que s'ha venut i l'obtenim dividint el resultat de l'exercici entre les vendes, s'han obtingut aquests resultats.

Taula 17: Marge de vendes (Bodegas Yzaguirre)

	2020	2019	2018	2017
Marge sobre vendes	5,53%	6,67%	7,42%	3,58%

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodega Yzaguirre (Sabi)

Els marges de vendes de Bodegas Yzaguirre tenen un valor positiu tots els anys que s'han seleccionat, això ens indica que per cada 100 euros que s'han ingressat per les vendes l'empresa obté aquest tant per cent. Per exemple, en el 2020, la companyia ingressa 5,53 € per cada 100 en vendes.

7.2.5 Ràtios

En aquest apartat es calcularan les ràtios de la companyia Bodegas Yzaguirre en la situació de liquiditat, situació de solvència a llarg termini, situació d'endeutament i l'anàlisi de la rendibilitat.

Situació de liquiditat

Mitjançant aquests càlculs podrem conèixer si l'empresa Bodegas Yzaguirre pot fer front a les obligacions a curt termini.

$$\text{Ràtio de liquiditat} = \text{Actiu corrent} / \text{Passiu corrent}$$

Taula 18: Ràtio de liquiditat (Bodegas Yzaguirre)

	2020	2019	2018	2017
Actiu corrent	6.334.852	6.061.600	6.056.626	5.161.253
Passiu corrent	1.137.336	3.439.405	3.215.510	2.811.444
Ràtio de liquiditat	5,57	1,76	1,88	1,84

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

El resultat òptim seria que els deutes a curt termini siguin inferiors a l'actiu corrent, fent que la ràtio de liquiditat tingui un valor comprès entre 1,5 i 2. Com es pot veure durant els quatre anys de l'estudi la ràtio de liquiditat és positiva i l'empresa no tindrà cap complicació per poder pagar els seus deutes a curt termini. El fet que el 2020 sigui molt superior a 2 significa que hi ha un excés de recursos que no s'estan explotant i no s'està obtenint tota la rendibilitat que podrien generar. Aquest problema de rendibilitat es podria solucionar realitzant diverses d'inversions dins de l'empresa.

$$\text{Ràtio de tresoreria} = (\text{Realitzable} + \text{Disponible}) / \text{Passiu corrent}$$

Taula 19: Ràtio de tresoreria (Bodegas Yzaguirre)

	2020	2019	2018	2017
Realitzable+disponible	775.376	679.705	695.027	938.695
Passiu corrent	1.137.336	3.439.405	3.215.510	2.811.444
Ràtio de tresoreria	0,68	0,20	0,22	0,33

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

Analitzant els resultats veiem com en cap any la ràtio de tresoreria és superior a 1, aquest resultat és negatiu per l'empresa perquè la seva liquiditat immediata és inferior

als seus deutes a curt termini. Si aquesta situació és prolongada pot convertir-se en una situació de suspensió de pagaments.

Situació de solvència a llarg termini

Per poder conèixer en quina situació es troba Bodegas Yzaguirre per poder fer front a totes les seves obligacions, tant a curt com a llarg termini, utilitzarem la ràtio de garantia.

$$\text{Ràtio de garantia} = \text{Actiu/Passiu}$$

Taula 20: Ràtio de garantia (Bodegas Yzaguirre)

	2020	2019	2018	2017
Total actiu	8.053.722	7.932.615	7.700.565	6.642.827
Total passiu	3.533.369	3.800.213	3.776.233	3.287.336
Ràtio de garantia	2,28	2,09	2,04	2,02

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

La situació de la companyia per poder fer front a les seves obligacions és molt favorable perquè el resultat de la ràtio de garantia és molt superior a 1, que és el resultat òptim. La companyia podrà respondre davant dels seus deutes amb els seus actius, que aquests dupliquen el seu valor respecte al passiu.

Situació d'endeutament

En una empresa es necessita finançament per poder realitzar diferents inversions en el seu actiu. El finançament pot ser tant intern com extern i perquè la situació sigui òptima ha de tenir un risc nul i un cost baix.

$$\text{Ràtio d'endeutament} = \text{Passiu} / \text{Patrimoni net}$$

Taula 21: Ràtio d'endeutament (Bodegas Yzaguirre)

	2020	2019	2018	2017
Passiu	3.533.369	3.800.213	3.776.233	3.287.336
PN	4.520.353	4.132.402	3.924.332	3.355.491
Ràtio d'endeutament	0,78	0,92	0,96	0,98

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

En la ràtio d'endeutament de Bodegas Yzaguirre es troba per sobre del valor òptim. Una gran part dels seus actius són finançats a través de deute i l'empresa fa un ús excessiu d'aquest. Una situació financera deficient dificulta molt una possible nova financiació per l'empresa. És veritat que en el cas de Bodegas Yzaguirre la trajectòria de la ràtio és positiva, com podem veure en la taula 21 el progrés s'apropa al valor òptim de la ràtio que és entre el 0,6 i el 0,4.

Qualitat del deute=Deutes a curt termini/Deutes totals

Taula 22: Ràtio de la qualitat del deute (Bodegas Yzaguirre)

	2020	2019	2018	2017
Deutes a c/t	1.137.336	3.439.405	3.215.510	2.811.444
Deutes totals	3.533.369	3.800.213	3.776.233	3.287.336
Qualitat del deute	0,32	0,91	0,85	0,86

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

Per l'empresa és positiu com més reduït sigui el resultat de la qualitat del deute, ja que l'interessa tenir més deutes a llarg termini que a curt, perquè si és a llarg la companyia té marge per poder trobar una solució financera. En Bodegas Yzaguirre, els tres primers anys té la ràtio amb un resultat bastant elevat però, en l'últim any el redueix fins a tenir una bona qualitat del deute.

Anàlisi de la rendibilitat

Com s'ha comentat anteriorment, la rendibilitat és la relació entre els resultats econòmics i els mitjans utilitzats per aconseguir-los. Es poden diferenciar dos tipus de rendibilitat: l'econòmica i la financera.

Rendibilitat econòmica (ROA)

Rendibilitat econòmica= Benefici abans d'impostos / actiu total

Taula 23: Rendibilitat econòmica (Bodegas Yzaguirre)

	2020	2019	2018	2017
Benefici abans d'impostos	766.740	508.318	920.171	556.908
Actiu total	8.053.722	7.932.615	7.700.565	6.642.827
Rendibilitat econòmica	10%	6%	12%	8%

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

Com s'ha comentat anteriorment, el valor òptim de la rendibilitat econòmica és superior al 5%. Com es pot veure en la taula 23, els resultats de les rendibilitats econòmiques de Bodegas Yzaguirre durant els quatre anys és superior al valor òptim, fent que la seva situació sigui favorable durant els anys estudiats. Bodegas Yzaguirre no tindrà cap problema en sol·licitar un préstec bancari, ja que l'entitat bancària veurà que la situació de l'empresa és viable. El resultat més favorable és l'any 2018, amb un 12%.

Rendibilitat financera (ROE)

Rendibilitat financera= Benefici abans d'impostos / actiu total

Taula 24: Rendibilitat financera (Bodegas Yzaguirre)

	2020	2019	2018	2017
Benefici net	533.421	602.500	688.728	307.780
Fons pròpis	4.520.353	4.132.402	3.924.332	3.355.491
Rendibilitat financera	12%	15%	18%	9%

Font: Elaboració pròpia a partir dels comptes anuals de l'empresa Bodegas Yzaguirre (Sabi)

Com s'ha comentat amb anterioritat, com més elevat sigui el resultat del ROE major serà la rendibilitat que ofereix l'empresa depenent dels seus recursos propis. Com es pot veure en la taula 24, en els quatre anys estudiats, el resultat de la rendibilitat financera és positiva i té un resultat favorable per l'empresa de cara als seus accionistes o dels seus propietaris. L'any que el resultat és més favorable és en el 2018, on és del 18%, és a dir que per cada euro invertit es rebran 18 cèntims.

Al comparar les dues rendibilitats, veiem que coincideix amb l'empresa anterior, Vermuts Miró, el resultat del ROE és superior al del ROA, i així va provocar que l'efecte palanquejament sigui positiu. Una part de l'actiu s'ha finançat amb el deute fent que hi hagi un augment de la rendibilitat financera.

8. Comparació financera de les dues companyies

En aquest apartat compararem els estats financers que s'han comentat en els punts anteriors de les empreses Vermuts Miró i Bodegas Yzaguirre durant quatre anys, des del 2017 al 2020. Es buscarà quines són les semblances i les diferències entre els balanços de situació, les ràtios i els comptes de pèrdues i guanys i es discutiran els resultats de les dues companyies.

En primer lloc, es compararan els balanços, si ens centrem en el total de cadascun s'observa que tenen un resultat bastant semblant. El resultat de Bodegas Yzaguirre, 8.053.722 €, és superior davant al de Vermuts Miró que és de 6.677.865 €. La composició dels dos balanços és gairebé igual exceptuant algunes partides en alguns anys que no tenen cap valor.

Dins de l'actiu, veiem que les dues empreses tenen una composició molt semblant en l'actiu corrent i l'actiu no corrent. És veritat que Bodegas Yzaguirre té un volum bastant descompensat en l'actiu, tres quartes parts constitueixen l'actiu corrent i la restant a l'actiu no corrent; en canvi, a Vermuts Miró, també segueix sent molt superior l'actiu corrent, però en menor mesura en comparació amb Yzaguirre, el seu actiu corrent és dos cops més gran que l'actiu no corrent.

En l'actiu no corrent veiem que les dues empreses centren la seva inversió en l'immobilitzat material, com s'ha comentat anteriorment les dues empreses compten amb una instal·lació productiva pròpia. En Vermuts Miró és bastant superior perquè la seva capacitat productiva és major, ja que com ens ha dit l'Eduard, és la segona empresa amb un volum de producció més alt d'Espanya. L'alt nivell de producció d'aquesta és perquè produeix vermut per tercers com s'ha comentat anteriorment i en l'últim any ha tingut una inversió significativa de més de mig milió d'euros, segons l'entrevistat, per l'ampliació de la nau industrial i la renovació de la flota de vehicles de la companyia.

Per acabar amb l'actiu, compararem les partides dels actius corrents. La partida d'existències, té un pes elevat en les dues empreses, sobretot en Bodega Yzaguirre, que durant els quatre anys té un valor constant i molt significatiu. Vermuts Miró, en el 2020, té una baixada de la meitat d'existències respecte al 2019. En la partida de deutors passa el mateix que en la d'existències, en les dues empreses tenen una xifra similar durant els quatre anys, excepte Vermuts Miró, que en el 2020 té un descens de la xifra de deutors. Fent referència a la partida de tresoreria, en el 2020 en la companyia Vermuts Miró, trobem un augment causat per l'annexió de l'empresa al grup empresarial Masergrup.

La composició de les dues companyies, pel que fa al passiu i al patrimoni net, és diferent. Per un costat tenim Vermuts Miró, que centra tot el volum del passiu més patrimoni net en el passiu no corrent, més del 50% del total. El patrimoni net en comparació amb el total del passiu és molt reduït, exceptuant l'últim any. Per l'altra banda, Bodegas Yzaguirre, centra gran part del volum del passiu més patrimoni net el volum en el patrimoni net, on recau més del 50% del total, la segona partida amb més volum és el passiu no corrent seguit del passiu corrent.

En el patrimoni net s'observa que la companyia Bodegas Yzaguirre té un volum més elevat davant de Vermuts Miró, això indica que la primera empresa es finança majoritàriament amb capital propi, a diferència de Miró que veu reduït la xifra del patrimoni net durant el 2020 a causa del valor negatiu d'altres fons propis. La xifra de capital social és similar en les dues empreses i té un valor igual en els quatre anys analitzats.

En el passiu no corrent, la partida més significativa en les dues empreses és la de creditors a llarg termini, que conforma gairebé tot el total del passiu no corrent. En les dues empreses s'observa un augment significatiu en l'últim any, en els tres primers anys era completament diferent i el deute a llarg termini era menys quantios. Aquest augment tan significatiu és a causa de l'excepcionalitat provocada per la Covid-19; moltes entitats bancàries van prolongar els pagaments dels crèdits a causa de la poca activitat econòmica que va haver-hi durant l'any de la pandèmia. Gràcies a això moltes empreses han pogut subsistir a la crisi i s'ha anat recuperant la seva activitat econòmica.

La realitat del passiu corrent és diferent del passiu no corrent en les dues empreses. A Yzaguirre, en els tres primers anys, té un volum elevat, però en el 2020 es veu reduït; en canvi, Vermuts Miró, té un volum constant durant cada exercici. La decisió de Bodegas Yzaguirre és correcta, al traspassar els seus deutes a curt termini a llarg per

poder solucionar els seus problemes de pagaments immediats. En canvi, Vermuts Miró també ha traspassat deute de curt a llarg termini però, el seu deute total s'ha vist incrementat respecte al volum dels anys.

Les dues empreses han realitzat una reestructuració del deute a causa de les conseqüències de la Covid-19. Aquesta reestructuració implica transformar el deute a curt termini a llarg termini, l'empresa guanya temps per poder solucionar els seus problemes financers i evitar possibles situacions concursals. En el cas de Yzaguirre es veu el canvi en el balanç, en canvi, en Vermuts Miró, és veritat que ha augmentat la partida del passiu no corrent però també ho ha fet el passiu corrent.

Seguidament, es realitzarà la comparació dels comptes de pèrdues i guanys de les dues empreses on es veuran les variacions en l'import net de la xifra de negocis, resultat d'explotació, entre altres.

Les dues empreses han patit un augment en el volum de vendes en l'any 2020, arribant així a la xifra més alta que han tingut en l'import de la xifra de negocis en els quatre anys estudiats. En el consum de mercaderies Yzaguirre ha sigut constant al llarg del temps, en canvi, Vermuts Miró, ha tingut un augment l'últim any degut a l'augment de producció que ha tingut.

Respecte a la despesa de personal, Bodegas Yzaguirre la té molt elevada en comparació amb la seva competidora, és veritat que existeix una diferència en el personal en les dues empreses, però no justifica aquesta diferència en aquesta partida.

En la partida d'altres conceptes d'explotació, podem trobar les despeses de subministrament o el pagament de lloguers, veiem que Bodegas Yzaguirre la té més elevada que Vermuts Miró. En el resultat d'explotació les dues empreses, tenen un resultat positiu durant tots els anys, on en el 2020 les dues companyies aconseguixen el resultat més elevat dels quatre anys que s'han seleccionat.

En la partida de resultat financer, es pot veure que la situació d'Yzaguirre és més favorable que la de Miró, on aquesta última té una quantitat elevada de despeses financeres, que són les comissions o interessos de préstecs bancaris. La situació de l'empresa morellenca varia depenent de l'any, en el 2019 té beneficis, en canvi, en els altres té un valor negatiu.

Finalment, en el resultat de l'exercici, veiem que les dues empreses tenen un resultat positiu, és a dir, en tots els anys les companyies obtenen beneficis semblants al final de l'exercici.

La principal diferència en el fons de maniobra és el volum que té una companyia sobre l'altra. Bodegas Yzaguirre tots els fons de maniobra calculats ha obtingut un resultat positiu i tindrà la suficient liquiditat per poder fer front a tots els seus deutes a curt termini. Per l'altra banda Vermuts Miró dos dels resultats són negatius i l'empresa no generarà fons suficients per fer els pagaments a curt termini, en canvi, els dos últims anys obté un resultat positiu.

En la ràtio de liquiditat veiem que Yzaguirre no tindrà problemes per fer front als seus deutes a curt termini en cap dels anys, en canvi, en el 2020 la ràtio és molt elevada provocant que tingui un excés de liquiditat. Tot el contrari en Vermuts Miró que en els tres primers anys tindrà falta de liquiditat, en canvi, l'últim any recuperarà el valor òptim i podrà fer front als deutes a curt termini si fos necessari.

A la ràtio de tresoreria les dues empreses coincideixen en situació de liquiditat immediata perquè les dues es troben per sota del valor òptim, i pot haver-hi dificultat a l'hora d'efectuar els pagaments immediats.

En la ràtio de garantia s'observen dues realitats molt diferenciades sobretot en l'últim any de l'estudi. Bodegas Yzaguirre té una situació molt favorable, fins i tot té excés de solvència en algun any; en canvi, la situació de Miró és bastant preocupant sobretot l'últim any, ja que el valor de la ràtio és proper a 1, si té un valor inferior a 1 no podria fer fronts als deutes ni venent tot el seu actiu i hi hauria risc de fallida.

Les dues entitats tenen una ràtio d'endeutament superior al valor òptim. La situació de Vermuts Miró és preocupant per l'alt valor d'aquesta ràtio, l'empresa pot estar en perill per un possible concurs de creditors.

Al comparar la qualitat del deute durant els quatre anys, les empreses han tingut uns valors molt similars. Els tres primers anys les dues empreses es troben amb una gran quantitat de deute a curt termini i una mala qualitat del deute, en canvi, en l'últim any les dues companyies tenen una bona qualitat del seu deute.

En la comparació de la rendibilitat econòmica (ROA) de les dues companyies es pot observar que la realitat en l'any de la pandèmia ha estat positiva i per sobre del valor òptim (5%). El resultat que han obtingut ha estat el mateix, un 10% en les dues entitats.

Cap de les dues companyies tindrà cap problema per sol·licitar un préstec bancari en l'any de la pandèmia. En canvi, la realitat dels tres primers anys ha estat diferent en Vermuts Miró. Aquesta ha obtingut resultats per sota del valor òptim i segurament ha patit dificultats a l'hora de sol·licitar préstecs bancaris durant els tres primers anys que s'han seleccionat.

Finalment, els resultats de les dues rendibilitats financeres del 2017 al 2019, són resultats bastant similars en les dues companyies i sempre són positius, és veritat que Bodegas Yzaguirre en aquests primers anys ha tingut un resultat més favorable que al de Vermuts Miró. En canvi, en l'any de la Covid-19, l'empresa reusenca ha vist incrementada la seva rendibilitat financera fins a arribar a un 136% a diferència de la seva competidora que ha continuat la tendència dels anys anteriors.

9. Conclusions

El propòsit del treball ha estat l'anàlisi i la comparació dels comptes anuals de dues empreses productores de vermut, Vermuts Miró i Bodegas Yzaguirre, des de l'any 2017 al 2020, coincidint amb la pandèmia de la Covid-19 en el 2020 i conèixer de quina manera els ha afectat.

A partir d'un estudi detallat de la situació actual de l'entorn i del sector vinícola, juntament amb l'anàlisi i la comparació de les dues entitats a través dels seus estats financers ens ha permès extreure conclusions per respondre tant a l'objectiu principal com els secundaris.

La primera conclusió que he extret correspon a la comparació realitzada de l'anàlisi dels DAFOs de les dues companyies. Podem observar que les dues entitats tenen moltes semblances, ja que pertanyen al mateix sector. Un dels trets més diferenciats és l'estratègia de marca de cada empresa, Vermuts Miró segueix una estratègia de marca única a diferència de Bodegas Yzaguirre que segueix una estratègia multi marca. L'estratègia que realitza Bodegas Yzaguirre considero que és millor que la que utilitza l'empresa reusenca, ja que ha creat diferents marques que deriven d'un mateix producte, el raïm. Seguint aquesta estratègia multi marca dona una imatge de varietat i pot arribar a molt de més públic oferint una oferta de productes molt més amplia que la seva competidora.

També tenim la competència de preus de les dues companyies, en la que Vermuts Miró té un dels preus més competitius del mercat gràcies al nivell de producció elevat que té al produir vermut per diferents marques de diferents superfícies. Però aquest factor també té un efecte negatiu per aquesta companyia, ja que al produir terceres marques fa que aquestes es tornin competidores seves. Per Yzaguirre és molt complicat entrar en una guerra de preus al nivell de Vermuts Miró, perquè el volum de producció no és tan elevat per molt que després el volum de vendes sigui més elevat el de Bodegas Yzaguirre.

Els resultats obtinguts en l'anàlisi econòmica dels últims quatre anys de les companyies, he pogut avaluar la situació actual i he obtingut les següents conclusions de l'afectació de les empreses davant de la Covid-19. El benefici net de les dues empreses en l'any 2020, afectat per les restriccions de la Covid-19, ha sigut favorable respecte els anys anteriors, arribant al seu màxim en el volum de vendes. En el sector on es troben les dues companyies, el del vermut, en l'any de la pandèmia, les dues empreses van

saber com mantenir el seu nivell de vendes. El volum de vendes no solament es va mantenir sinó que en els exercicis del 2020, les dues empreses van establir el record de vendes de les dues entitats.

El nivell d'endeutament de Vermuts Miró és preocupant perquè en l'últim exercici l'increment del deute és desorbitat, ja que si els creditors sol·licitessin el cobrament del deute l'empresa estaria en problemes, ja que es veuria davant d'un concurs de creditors i perillaria la seva existència. L'empresa Vermuts Miró, segons la ràtio de garantia ens indica que no és solvent i existeix un risc elevat de fallida si la situació s'allarga durant els pròxims períodes. En l'últim exercici Vermuts Miró hauria de vendre gairebé tot el seu actiu per poder fer front a la totalitat del seu deute, fent que l'empresa estigui en una situació alarmant amb una possible fallida. La situació de Bodegas Yzaguirre és oposada a la de la seva empresa competidora, ja que gairebé tots els resultats de les seves ràtios són favorables. Exceptuant la ràtio de tresoreria, que ens mostra que l'empresa es podria trobar davant d'una possible suspensió de pagaments als seus proveïdors. Per l'altre costat la situació d'endeutament encara no es troba dins del resultat òptim, però segueix una tendència positiva.

En conclusió, l'aparició de la Covid-19 ha tingut diferents conseqüències en les estructures financeres de les dues companyies. La que s'ha vist més afectada ha estat Vermuts Miró, en la situació que es troba actualment és delicada i si no pren accions radicals es podria veure abocada en una fallida total per culpa del gran deute que té acumulat. En canvi, les conseqüències per Bodegas Yzaguirre no han sigut negatives, ja que s'ha sabut adaptar a les necessitats actuals i té uns comptes viables i no perilla la seva continuïtat actualment, sempre i quan no es trobi en una situació de suspensió de pagaments.

Les dues empreses han presentats uns resultats que les deus són rendibles econòmicament i financerament en l'any de la pandèmia aconseguint uns resultats positius en els dos casos. En resum, tenint en compte la part teòrica i la pràctica del treball s'ha pogut observar que dues empreses dedicades al mateix sector poden reaccionar d'una manera completament diferent davant d'una crisi econòmica. Hem pogut observar diferents variacions entre les dues entitats al llarg dels quatre anys i s'ha comprovat que l'any que ha marcat més diferència en els estats financers de les dues empreses ha estat l'any de la Covid-19.

10. Bibliografia

ALCAÍDE, V. (2021, Setembre 13). La población mundial aumenta en 2021 pero no tanto como se esperaba. Recuperat el 15 de maig de 2022 de: https://www.mundo-geo.es/conocimiento/poblacion-mundial-aumenta-en-2021-pero-no-tanto-como-se-esperaba_242042_102.html

BANCO MUNDIAL. (2022, Abril 26). Pobreza: Panorama general. Recuperat el 11 de maig de 2022 de: <https://www.bancomundial.org/es/topic/poverty/overview#1>

BODEGAS YZAGUIRRE. (2021A). Historia Bodegas Yzaguirre. Recuperat el 13 de març de 2022 a: <https://www.bodegasyzaguirre.com/es/content/1-historia>

BODEGAS YZAGUIRRE. (2021B). Inicio -- Bodegas Yzaguirre 1884. Recuperat el 13 de març de 2022 a: <https://www.bodegasyzaguirre.com/es/>

BODEGAS YZAGUIRRE. (2022). Noticias-blog. -- Bodegas Yzaguirre 1884. Recuperat el 21 de març de 2022 a: <https://www.bodegasyzaguirre.com/es/blog>

COFACE. (2022). Analizamos las consecuencias económicas del conflicto Rusia - Ucrania. Recuperat el 3 d'abril de 2022 de: <https://www.coface.es/actualidad-economica-financiera/noticias-economicas/Analizamos-las-consecuencias-economicas-del-conflicto-Rusia-Ucrani>

DATOSMACRO. (N.D.). Tipos del BCE - Banco Central Europeo | datosmacro.com/Expansión. 2020. Recuperat el 20 de maig de 2022 de: [from https://datosmacro.expansion.com/tipo-interes/zona-euro](https://datosmacro.expansion.com/tipo-interes/zona-euro)

DIARI MÉS. (2020, SETEMBRE 4). L'empresa reusenca Masergrup compra Vermuts Miró. Recuperat el 3 d'abril de 2022 de: https://www.diarimes.com/noticies/reus/2020/09/05/l_empresa_reusenca_masergrup_compra_vermuts_miro_88505_1092.html

GRUPO TREVENQUE. (2021, OCTUBRE 21). El ecommerce nacional sigue creciendo, pero presenta nuevos desafíos. <https://solucionesweb.trevenque.es/el-ecommerce-nacional-sigue-creciendo-pero-presenta-nuevos-desafios/>

INE. (2022). Sección prensa / Contabilidad Nacional (PIB). 2022. Recuperat el 7 d'abril de 2022 de: https://www.ine.es/prensa/pib_prensa.htm

JONES, G I GEORGE, J. (2006). Contemporary Management. Forth Edition. Estats Units: McGraw-Hill Irwin.

LA HORA DEL VERMUT. (2016). Yzaguirre, una de las marcas de vermutos más antiguas de España – LA HORA DEL VERMUT. Recuperat el 11 d'abril de 2022 a: <https://lahoradelvermut.wordpress.com/2016/09/21/yzaguirre-la-marca-de-vermut-mas-antigua-de-espana/>

MONTI, F. (2015). El gran libro del Vermut (S.A. EDICIONES B).

MONTI, F. (2016). Historia del vermut | Blog Vila Viniteca. Recuperat el 10 de març de 2022 de: <https://www.vilaviniteca.es/blog/es/historia-del-vermut/>

NOVILI. (2017). La historia del Vermouth: Un recorrido para conocer más de este aperitivo. Recuperat el 10 de març de 2022 de: <https://novili.com.co/blog/la-historia-del-vermouth/>

PORTER, M. (1979). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press. New York

REUSDIGITAL. (2021). Vermuts Miró rep quatre medalles a l'International Wine Challenge | ReusDigital. Recuperat el 3 d'abril de 2022 de: <https://www.reusdigital.cat/noticia/84659/vermut-miro-rep-quatre-medalles-international-wine-challenge>

SABI. (2021A). Sabi - Informe Emilio Miro Salvat SA -- Vermuts Miró // SABIDI.URV.CAT. Recuperat el 2 de maig de 2022 a: https://sabi-bvdinfo-com.sabidi.urv.cat/Search.QuickSearch.serv?_CID=198&context=KMRXKG0JWZV55IW

SABI. (2021B). Sabi - Informe Bodegas Yzaguirre SL // SABIDI.URV.CAT. Recuperat el 2 de maig de 2022 a: https://sabi-bvdinfo-com.sabidi.urv.cat/Search.QuickSearch.serv?_CID=73&context=KMRXKG0JWZV55IW

VERMOUTH YZAGUIRRE. (N.D.). Creaciones - Vermut Yzaguirre. Recuperat el 23 d'abril de 2022 a: from <https://vermutyzaguirre.com/creaciones/>

VERMUTEROS. (2021). Vermut Yzaguirre: Los Mejores Vermuts de Reus > Vermuteros. <https://www.vermuteros.com/marcas-vermut/vermut-yzaguirre/>

VERMUTS MIRÓ. (N.D,A). ¿Quiénes Somos? Recuperat el 15 de març de 2022 a: <https://vermutmiro.com/quienes-somos/>

VERMUTS MIRÓ. (N.D.B). VERMUTS MIRÓ REUS - TRADICIÓN CON CARÁCTER REMARCADO. Recuperat el 13 de maig de 2022 de: <https://vermutmiro.com/>

VERMUTS MIRÓ. (N.D.C). Productos Miró | Fórmula Vermut Miró de Reus. Recuperat el 3 d'abril de 2022 a: from <https://vermutmiro.com/productos/>

ANNEX 1: Guió de l'entrevista realitzada a l'Eduard Pallarès, gerent d'exportacions de Vermuts Miró.

- 1-. Quins són els motius perquè Vermuts Miró va centrar-se en la producció de Vermut en comptes de qualsevol altra varietat del món vinícola?**
- 2-. Quin és el segment de l'empresa?**
- 3-. Qui són els propietaris actualment de l'empresa?**
- 4-. Quins són els valors que teniu més interioritzats els treballadors?**
- 5-. Quants treballadors té Vermuts Miró?**
- 6-. Com ha afectat l'empresa la fusió amb l'empresa Masergrup?**
- 7-. Quins plans de futur de l'empresa en els pròxims 5 anys?**
- 8-. Quin volum de venda ha tingut l'empresa aquest últim any?**
- 9-. En quins països exporta Vermuts Miró?**
- 10-. Quin és el nivell de producció?**
- 11-. Quines conseqüències té produir per a tercers?**
- 12-. Quins són els principals competidors de Vermuts Miró?**
- 13-. Com s'ha tractat el deute de l'empresa?**
- 14-. Que aporta l'empresa Masergrup?**
- 15-. Que us diferencia de la competència?**
- 16-. Solament es dedica a la producció de vermut o també produeix les matèries primeres?**
- 17-. Quins són els principals proveïdors de la companyia?**
- 18-. Podries explicar com s'estructura l'empresa respecte els costos anuals?**
- 19-. Quina és l'estructura dins de l'empresa?**
- 20-. Com és que ofereix productes diferents del Vermut?**