

Universitat de Girona
Facultat de Ciències
Econòmiques i Empresariales

Lídia Ponsetí Rabaña (40369823-Q)

divina

DISTRIBUIDORA DE VINS I LICORS, S.L.L.



Treball Final de Grau: Comptabilitat i Finances

Tutora: Pilar Morera

Curs: 2015- 2016

Índex

Agraïments	2
1. Resum Executiu	3
2. Introducció i metodologia de treball	5
2.1 Motivació i objectiu del projecte	5
2.2 Estructura del treball i metodologia	5
2.3 Base de dades	6
3. Descripció de la idea i oportunitat de negoci	6
4. Equip promotor	7
5. Pla d'organització i Recursos Humans.....	8
Pla de Màrqueting	10
6. Anàlisi de la situació actual de Màrqueting	11
6.1 Macroentorn.....	11
a) Factors Econòmics.....	11
b) Factors Polítics-Legal	11
c) Factors Sociocultural	12
d) Factors Tecnològics	12
e) Factors Demogràfics.....	12
f) Factors Mediambientals	13
6.2 Microentorn.....	13
a) Mercat. Tendència del consum	13
b) Proveïdors i productors.....	15
c) Clients.....	17
d) Competència	18
7. Estratègia i programa d'accions	19
7.1 Màrqueting estratègic.....	19
a) Posicionament en el mercat i avantatge competitiu	19
b) Objectius de mercat i de vendes	19
c) Perfil del consumidor	20
7.2 Màrqueting mix.....	20
a) Producte o servei	20
b) Política de preus	21
c) Política de comunicació	22
d) Política de distribució	23
7.3 Fidelització dels clients.....	23
Pla Jurídic i Fiscal	24
8. Forma jurídica i procés de constitució	25
Pla Econòmic i Financer	26
9. Pla d'inversions i finançament	27
10. Ingressos d'explotació.....	28
11. Despeses d'explotació.....	30
12. Pèrdues i Guanys provisionals.....	32
13. Balanç provisionals.....	33
14. Planificació de tresoreria (Cash Flow)	33
15. Ratis.....	35
16. Viabilitat de l'empresa	36
Referències bibliogràfiques	37
Annexes	39

Agraïments

A la meva tutora, Pilar Morera, per l'ajuda prestada per poder fer possible aquest treball.

A totes aquelles persones que m'han ajudat i aconsellat, molt especialment a una íntima amiga, Meritxell Navarro Sánchez, i a l'empresa Dekantium.

A la meva família i amics pel suport moral que m'han donat al llarg de tota la carrera.

1. Resum Executiu

El present pla d'empresa pretén presentar l'estratègia comercial i econòmica de Divili.

Pla de Màrqueting

Comencem analitzant el *Macro entorn*, destacant cinc forces externes de l'empresa que ens poden afectar. **Econòmic**, destacant la crisi econòmica mundial. **Polític- legal**: l'estabilitat política, la legislació i els acords internacionals. **Soci-cultural**: els canvis en el sistema de valors, els canvis en l'estil de vida i els grups socials. **Tecnològic**: aplicació dels avanços tecnològics. **Demogràfic**: índex demogràfics de Catalunya. I per últim **Medi ambient**: les variables climatològiques són els aspectes de major importància.

Respecte al *Micro Entorn* intervenen com a factors rellevants, es **tendències del consum**: ens centrem en el consum el territori Català. **Proveïdors i productors**. El compromís amb els grups d'interès i per últim els **Clients i Situació competitiva**.

Respecte al màrqueting estratègic establim quin posicionament i avantatge competitiu volem assolir, a quin perfil de client volem arribar. Es fa una consideració d'objectius de mercat i vendes, enfocant la rendibilitat, el creixement i l'adaptació. De l'èxit d'aquests objectius, depèn la continuïtat de vida de Divili, així com l'assoliment de la resta d'objectius que puguin plantejar-se.

Fem l'estudi *del Màrqueting mix* determinant el nostre producte, distribució, comunicació i preu.

El nostre servei està creat per satisfer a un públic exigent, que no només valora un producte de qualitat sinó que es decanta per un tracte personalitzat i assessorament professional.

Detallem els diferents **canals de distribució** i de **comunicació** de Divili, com a conclusió podem dir que com a resposta als nous hàbits del consumidor, definim la nostra estratègia de gestió i presència en xarxes socials.

Preus: la metodologia seguida per determinar el preu dels nostres productes ha sigut basada en l'estudi dels factors tant interns (costos), com externs a l'empresa. La qual cosa implica considerar factors com **la corba de demanda**, així com la seva elasticitat, conclouent que tenim una corba de demanda elàstica, ja que els consumidors són més sensibles a les variacions de preu. També tenim present el **valor percebut pel client** directament relacionat amb el que estarien disposats a pagar, i finalment els **preus de la competència**.

Pla Econòmic

Comencem realitzant un *pla d'inversions inicial*, el qual ens permetrà saber, quants diners necessitem per a començar la nostra activitat.

Seguidament es fa una *previsió de vendes* segons els objectius de vendes marcats, les temporades i els preus establerts anteriorment, en el pla estratègic. Realitzant també l'Anàlisi de vendes i cobraments. Establim que el cobrament de les vendes serà al comptat pel client final, i 30 dies pel canal HORECA, per tant d'aquesta manera podem

saber com quedarà la partida del balanç de clients i la partida de cobraments del pla de tresoreria realitzat més endavant.

A continuació realitzem la previsió de les compres; establim que el pagament de les compres serà un 50% al comptat i un 50% a 30 dies. Com que serà un sistema d'aprovisionament "just in time" tindrem un estoc de seguretat mínim. Realitzant també l'anàlisi de compres i pagaments, per tant podem saber com quedarà la partida del balanç de proveïdors i la partida de pagaments del pla de tresoreria realitzat més endavant.

Un cop determinat això, podem veure com ens quedarà el compte de resultats provisional. El primer i segon any tindrem pèrdues, cosa normal, ja que som una empresa de nova creació i haurem de fer una forta inversió inicial.

Al tercer any ja preveiem que tindrem un benefici abans d'impostos positiu el qual ens permetrà compensar-nos part del resultat negatiu dels exercicis anteriors. Pensem que seria a partir del cinquè any quan es podria començar a tenir beneficis després d'impostos.

Un cop realitzat el compte de pèrdues i guanys, podem determinar els balanços de situació dels pròxims tres anys.

Realitzant una previsió de tresoreria, l'eina de gestió que ens permetrà anticipar-nos als possibles desequilibris de liquiditat que es puguin ocasionar i ens aportarà marge per gestionar-los, abans que es converteixin en problemes no reconduïts.

Un cop realitzada aquesta planificació, ens trobem que el primer any tindrem una tresoreria equilibrada gràcies el capital inicial, però que per no tenir desequilibris haurem de fer una petita ampliació de capital el segon any i demanar un préstec addicional el tercer.

L'origen d'aquestes tensions, responen a un desequilibri entre els cobraments i els pagaments que hem de realitzar.

Per tant com hem comentat anteriorment anticipar-nos als possibles desequilibris de liquiditat ens aportarà marge per gestionar-los, per tant aquest seria un punt molt important, ja que la gestió que realitzem per a resoldre-ho pot ser la diferència entre l'èxit o el fracàs de l'empresa.

Viabilitat de l'empresa

L'empresa, tal com es presenta al compte de pèrdues i guanys i als balanços podríem dir que és viable a partir del tercer any, però que en aquest moment encara no podem cobrir les pèrdues dels anys anteriors.

Seria molt important tenir molta cura amb la liquiditat, perquè en la previsió feta ens presentava problemes de tresoreria que s'han hagut de solucionar ampliant capital i demanant un préstec addicional.

Les possibles mesures que podríem prendre per tal de millorar els resultats de l'empresa són, entre d'altres:

- Renegociar el deute a llarg termini, establint una quota mensual menor, i/o un percentatge menor del tipus d'interès.
- Acordar amb els proveïdors i creditors, venciments de pagament més llunyans o imports més petits.
- Obtenir marges superiors, o bé augmentant una mica el preu de venda o negociant amb els proveïdors preus de compres inferiors.

2. Introducció i metodologia de treball

2.1 Motivació i objectiu del projecte

Quan finalment va arribar el moment de plantejar l'elaboració del Treball Final de Grau, inicialment no tenia gaire clar quin tema principal volia tractar. Després de donar-li unes quantes voltes, finalment em vaig decidir a fer un pla d'empresa relacionat amb els vins i licors de denominació d'origen (D.O.) Empordà.

La meva passió pel món dels vins i Licors de l'Empordà va sorgir quan vaig començar a conèixer i assistir als diferents tasts organitzats de diferents poblacions Gironines. Personalment crec que és un món molt interessant i que s'ha d'invertir amb els productes de la nostra terra.

Per tant l'objectiu i pretensió del present treball final de Grau és estudiar en profunditat la viabilitat del projecte, per arribar a trobar resposta a les següents qüestions:

- És viable el projecte?
- Caldria fer modificacions perquè fos viable?

2.2 Estructura del treball i metodologia

Per a poder donar resposta a les preguntes plantejades sobre la viabilitat del projecte hem començat realitzant un pla de màrqueting i un pla econòmic financer a tres anys.

Sent el pla de màrqueting l'eina bàsica de gestió que ha d'utilitzar tota empresa que vulgui ser competitiva. En la seva elaboració inicial quedaran fixades les diferents actuacions que haurem de realitzar a l'àrea de màrqueting, per aconseguir els objectius marcats. Aquest ens proporciona una visió clara de l'objectiu final i del que volem aconseguir.

Sent el pla econòmic i financer un pilar bàsic i imprescindible del pla d'empresa. Tot el que hem desenvolupat fins a aquest punt ho traduïm en termes econòmics. En aquest apartat tractem de recollir la informació de manera ordenada i temporalitzada, elaborant els següents estats financers;

- Pla d'inversions
- Pla de finançament
- Estat de tresoreria provisional
- Compte de resultats provisional
- Balanç provisional

A partir de les dades obtingudes realitzem l'anàlisi de la viabilitat econòmica del projecte, i finalitzem el treball amb la conclusió corresponent de tot el que hem analitzat. En aquest apartat redactarem la interpretació dels resultats obtinguts, la seva valoració positiva o negativa i proposarem solucions en el cas que la valoració sigui negativa.

2.3 Base de dades

Per a la realització del present treball hem utilitzat diverses fonts d'informació.

La primera i més utilitzada ha sigut la recerca de documentació per internet, sent la pàgina web de la D.O. Empordà la més significativa, ja que aquesta ens ha facilitat l'accés a molts altres enllaços de webs.

Hem comptat amb el suport de l'Associació D.O. Empordà que ens han facilitat dades que ens mancaven. També hem pogut comptar amb l'assessorament d'un expert que ha creat una empresa amb una temàtica semblant.

Per altra banda, vàrem programar una sèrie de visites a bodegues com per exemple "Hugas de Batlle" situada a Colera, "Vinyes dels Aspres" situada a Cantallops, entre d'altres.

No obstant molta font d'informació ha sigut pròpia, per alguns punts en concret del treball, tals com la distribució i comunicació, ja que és un tema bastant emergent i no massa treballat en aquests aspectes.

3. Descripció de la idea i oportunitat de negoci

Com ja hem comentat el projecte que volem presentar i portar a terme, és una empresa distribuïdora de vins i licors, denominació d'origen Empordà.

L'Empordà presenta una gran heterogeneïtat de terrenys, que majoritàriament són de textura sorrenca i pobres en matèria orgànica, idonis per a la producció de vins d'elevada qualitat. Generalment són àcids i estan situats des de nivell del mar fins a un màxim de 260 m d'altitud.



La D.O. de l'Empordà disposa de 47 cellers distribuïts entre el seu territori i amb una producció de la zona és de 75.221 Ha i una superfície de vinya de 1.770 hectàrees.

El target de clients està pensant inicialment per distribuir a restaurants, petites botigues (canal Horeca) i clients particulars.

Els clients particulars podran comprar els productes mitjançant la nostra pàgina web. Els restaurants i petites botigues, a part de comprar on-line, els dos socis fundadors faran visites mensuals per tal d'oferir una comunicació directa i poder saber que els agrada i que podem millorar.

Espanya actualment és el primer país productor de vins al món, però alhora també disposa d'excedents perquè el consum intern del país ha caigut 2 litres per persona entre els anys 2008 i 2014. Tal com es pot observar a continuació, Catalunya és la comunitat autònoma que disposa d'un consum total més alt a tot Espanya, fet que va ajudar a decidir situar l'empresa en aquesta comunitat.

Consumo per cápita de vino en hogares por comunidades autónomas (litros)

	VINOS TRANQUILDS			VINOS DE MESA			ESPUMOSOS	OTROS VINOS	TOTAL
	Tinto	Blanco	Rosado	Tinto	Blanco	Rosado			
ANDALUCÍA	1,7	0,2	0,0	1,7	2,4	0,2	0,6	1,2	8,1
ARAGÓN	1,7	0,3	0,1	3,5	0,4	1,0	0,7	1,2	8,8
ASTURIAS	3,5	0,6	0,1	3,4	1,9	0,9	0,5	1,2	12,2
BALEARES	3,4	1,7	0,7	2,0	0,8	0,6	1,0	1,4	11,7
CANARIAS	2,6	0,7	0,1	1,0	1,5	0,2	0,4	0,8	7,2
CANTABRIA	2,3	0,7	0,1	4,1	1,8	0,5	0,3	1,7	11,5
CASTILLA Y LEÓN	1,7	0,4	0,3	3,3	1,1	0,6	0,4	1,3	9,0
CASTILLA-LA MANCHA	0,9	0,3	0,0	2,3	1,7	0,8	0,3	0,6	7,0
CATALUÑA	2,4	0,7	0,2	5,0	2,2	0,5	1,2	1,3	13,6
COMUNIDAD VALENCIANA	2,1	0,7	0,1	1,7	1,1	0,4	0,5	1,0	7,6
EXTREMADURA	1,3	0,5	0,0	1,1	1,3	0,3	0,3	0,5	5,3
GALICIA	2,9	0,7	0,0	3,8	2,2	0,4	0,2	0,9	11,1
MADRID	2,4	0,6	0,1	2,5	1,3	0,6	0,4	1,1	9,0
MURCIA	1,9	0,3	0,1	1,7	0,8	0,3	0,3	1,3	6,7
NAVARRA	2,9	0,6	0,5	1,8	0,6	0,3	0,4	0,8	7,9
PAIS VASCO	4,6	0,6	0,4	2,6	1,1	0,6	0,7	1,7	12,3
LA RIOJA	1,1	0,1	0,1	1,7	0,6	1,4	0,5	1,0	6,4
TOTAL ESPAÑA	2,3	0,6	0,1	2,7	1,6	0,5	0,6	1,1	9,4

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Font: Mercasa. "Consumo de vino en España"

4. Equip promotor

L'equip emprenedor de Divili està format per dues persones amb perfils completament diferents i que es poden complementar entre ells de manera molt positiva per a l'empresa. La idea de negoci és d'un dels emprenedors però per poder dur a terme aquest projecte unirà els seus esforços i ganes amb una segona persona.

Lidia Ponsetí Rabaña:

Graduada del Grau Superior d'Administració i Finances, actualment cursant últim curs del Grau en Comptabilitat i finances a la Facultat d'econòmiques i empresarials de Girona.

Especialitzada en l'àmbit de comptabilitat amb 6 anys d'experiència com a tècnic administrativa comptable a diferents empreses del sector Gironí, sent l'actual *la Fundació Universitat de Girona: Innovació i Formació*, desenvolupant tant les tasques de facturació i comptables diàries, com les tasques d'anàlisi del resultat anual i la imputació dels costos.

Amb certa experiència realitzant el pressupost anual, per posteriorment analitzar la desviació del pressupost en el transcurs de l'exercici.

Persona polivalent capaç d'adaptar-se a entorns canviants, buscant solucions innovadores i imaginatives la qual permetrà establir els paràmetres necessaris per a prendre decisions òptimes d'inversió i finançament, i dissenyar una política comptable adequada a les necessitats de l'empresa.

Gran apassionada i coneixedora de la Sommelieria, que aportarà als clients de Divili un tracte proper i expert en els productes que distribuïrem.

Meritxell Navarro Sánchez:

Graduada del Grau en Comptabilitat i finances a la Facultat d'econòmiques i empresarials de Girona.

Especialitzada en l'àmbit de màrqueting i posicionament amb 8 anys d'experiència com a tècnic superior en gestió comercial i màrqueting a diferents empreses del sector Gironí, sent l'última a l'hotel Meliá Golf Vichy Catalán, essent la persona encarregada dels esdeveniments realitzats a l'hotel.

Ha cursat un diploma d'especialització de Sommeliers a l'Escola d'Hostaleria de Girona. A més a més, disposa de 2 anys d'experiència com a Sommelier al restaurant Siloc de Girona.

En el projecte, seria la persona encarregada de portar les relacions públiques i el departament de Màrqueting de l'empresa, cobrint totes les necessitats d'obtenció i gestió del client del sector, i encarregar-se de tota comunicació digital i presencial.

Annex 1: Pacte de socis

5. Pla d'organització i Recursos Humans

Com hem comentat en el punt anterior, aquest projecte empresarial estaria format per dos socis. Hem escollit com a denominació social *-Societat Limitada Laboral- (S.L.L.)*, que a l'apartat del Pla Jurídic i Fiscal, que es troba més endavant, explicarem el perquè de l'opció escollida i el procés de constitució.

Encara que la direcció general estarà formada pels dos socis, la gerència correspondrà a un únic soci, el qual serà l'administrador general, d'aquesta manera la presa de decisions de la gestió diària serà més àgil.

No obstant la presa de decisions finals de qualsevol tema rellevant (contractar personal, ampliació de socis, aprovació de comptes anuals, nomenament i destitució dels administradors, modificació dels estatus,...) haurà de ser acordada per la Junta General, composta pels dos socis.

Els departaments funcionals de l'empresa seran els següents:



A més a més, comptarem amb el suport d'una gestoria i assessoria jurídica fiscal per als temes fiscals i laborals.

En una fase inicial no es pretén contractar més personal, sinó treballar els dos socis conjuntament, encara que no es descarta en el futur, quan l'empresa comenci a donar els rendiments esperats, contractar a una persona que ajudaria sobretot al departament de màrqueting i vendes per tal de poder arribar a nous clients i així poder anar creixent.





Pla de Màrqueting

6. Anàlisi de la situació actual del Màrqueting

6.1 Macroentorn

a) Factors Econòmics

El problema macroeconòmic de **crisis econòmica mundial**, bàsicament centrada en els països no estalviadors amb gran dependència de finançament dels països manllevadors, a causa d'haver acumulat gran dèficit en la balança de pagaments, han portat aquests països (Espanya un d'ells) a prendre mesures econòmiques dràstiques, per continuar sent competitiu i poder generar riquesa.

Una de les mesures ha sigut, la reducció de sous i salaris, per tant, la pèrdua de poder adquisitiu de la majoria dels assalariats, clients potencials. Aquesta pèrdua, reflecteix l'empobriment d'una gran part de la població, factor que influeix en el tipus de consum.

Com que el producte que distribuïem no és de primera necessitat la pèrdua de poder adquisitiu de la població es reflecteix en el consum mitjà per persona, aquest disminueix.

b) Factors Polítics- Legal

En els segles XVIII i XIX la vinya posa en evidència la seva capacitat colonitzadora i simbolitza l'impuls agrícola traduït en un important creixement demogràfic en la seva zona de conreu i la conformació d'un paisatge propi de xiprers, tanques, barraques i feixes de pedra seca. La plaga de la fil·loxera, apareguda en una vinya de Rabós d'Empordà, abans que en cap altra vinya catalana l'any 1879, arruïna totalment aquest període pròsper dels vins empordanesos. La represa és dura; mai més recupera la terra que havia ocupat abans de la plaga.

El govern Espanyol i també el Català estan posant moltes dificultats a les bodegues sobretot les de muntanya per poder tenir la quantitat de vinyes que tenien abans de la fil·loxera. A més que els aplica diferents tributs, els exigeix documentació legal (com els drets de plantació). Aquest fet encareix el producte a alhora que limita notablement la producció.

Les zones de producció i la normativa que s'aplica es troben recollides a l'Ordre 63/2006 de 16 de febrer on s'aprova el Reglament de la Denominació d'Origen Empordà. A l'anterior reglament s'inclou els requisits de producció, mètodes d'elaboració, qualificació, característiques, registres obligatoris, entre altres.



c) Factors Sociocultural

En aquests temps en els quals l'estil de vida està canviant, la nostra societat és de caràcter consumista, influïda pels valors i creences bàsiques de les ètnies culturals que sorgeixen a la societat.

Els factors socioculturals els determina l'entorn en el qual vius; des de la teva família, el teu país, el moment de la història en el qual et trobes, etc... En el nostre cas és interessant analitzar aquests factors, ja que la gran part del nostre negoci està relacionat amb la societat. Tot i que la venda de vins ha caigut en picat en els últims anys, els consumidors són cada vegada més exigents i incorporen la qualitat com un factor a l'hora de triar un producte o un altre.

A Espanya existeix la cultura del vi, tant abans de menjar com per acompanyar àpats, aquesta cultura és més forta entre la gent de 30 i 50 anys, com veurem a l'apartat del client explicat més endavant.

Als territoris Gironins ha augmentat el consum de vins de l'Empordà, fet motivat perquè s'han començat a fer tast arreu del territori per promocionar aquest producte. Una de les més grans i conegudes és "arrels del vi" amb una edició a Sant Martí d'Empúries i una a Barcelona.

Arrels del Vi suposa una oportunitat única de tastar en un sol espai els millors vins de la DO Empordà i de comprar a preu de celler veritables joies de la viticultura empordanesa, de vegades difícils d'aconseguir en distribució tradicional.

d) Factors Tecnològics

Com ha passat en tots els sectors de l'economia, la producció de vins s'ha modernitzat gràcies a la tecnologia, fet que ha permès augmentar la producció.

Antigament es cultivaven les vinyes i una vegada el raïm estava a punt per ser recollit es recollia tot a mà, es posava a uns filtres grans on les persones ballaven sobre els raïms per extreure el líquid, després aquest suc es dipositava a les bótes per tal de què fermentes i finalment es filtrava.

Actualment tot el procés està industrialitzat, des de la planta del cep fins a l'embotellament final, l'única feina manual és la recollida del raïm i la tria.

e) Factors Demogràfics

Actualment a Catalunya hi ha 7.504.008 habitants, una xifra que va creixent molt poc any rere anys segons dades de "IDESCAT". Aquest petit increment de la població juntament amb un alt increment de la producció de vins pot produir sobreproducció de vins. Dada molt important, ja que serà necessari exportar el producte fora del país. És per això que diferents bodegues ja han iniciat projectes d'internacionalització però és un procediment lent pel fet que posen moltes condicions legals (etiquetatge, tipus de taps, etc)

f) Factors Mediambientals

La quantitat de producció i la qualitat del vi, és un factor molt relacionat amb el medi ambient, ja que el canvi climàtic pot influir molt en les “anyades”. Una tempesta a última hora podria destruir tota la producció. És un factor extern que no podem controlar nosaltres però que cal tenir-lo present.

Un altre factor que ens influeix i que afecta els conreus és el fort vent del nord anomenat “Tramuntana”, que bufa amb ratxes que sovint superen els 120 quilòmetres per hora i que té uns efectes molt beneficiosos pel bon estat sanitari de la vinya. Els hiverns suaus juntament amb els estius calorosos també ajuden a la producció de vins de qualitat.

6.2 Microentorn

a) Mercat. Tendència del consum

El consum del vi a Espanya és una constant preocupació pel sector. Hi ha estudis fets que diuen que aquest descens continuarà d’una manera interrompuda fins al 2.022 baixant el consum fins a un 40%.

Els productors no entenen com el seu esforç per millorar la qualitat en l’elaboració i comercialització no és valorat pels consumidors en la mateixa mesura. Davant aquesta tendència els productors estan buscant com a solució l’exportació, però els és una mica complicat perquè les exigències d’embotellament i etiquetatge són molt altes i diferents per cada país. Font: Visita a *Hugas de Batlle*, Setembre 2015.

No obstant això, segons una notícia publicada al Punt el 21 de març de 2015 “El vi català trepitja la competència”, segons aquesta notícia per primera vegada, els vins catalans són líders de vendes a Catalunya amb una quota de mercat del 33,7% (un creixement del 3,8% amb un any).

Segons una altra notícia publicada al Punt el 6 d’abril de 2016 en la que textualment diu:

“La DO Empordà assoleix un altre rècord de vendes i tanca l’any 2015 amb 5,6 milions d’ampolles venudes a tot el món (un 5% superior que el 2014), i manté un creixement sostingut durant deu anys consecutius.

Els bons resultats s’han aconseguit gràcies a l’esforç dels cellers, que continuen millorant els seus productes malgrat el **descens mundial en el consum del vi registrat en els darrers anys**.

Les previsions del 2016 són de 6 milions d’ampolles venudes”.

El Conseller d’Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i medi Natural destaca que els vins produïts per les denominacions catalanes manifesten una tendència de creixement i consolidació.

En la taula següent podem observar que el consum global al territori Espanyol de vi cau, però que el consum en milions d’Euros és molt superior a Catalunya comparat amb les altres comunitats autònomes.

També s'observa que el consum en euros de l'any 2014 va ser de 209,7 milions d'euros gastats, sent un dels més alt a tot Espanya. En canvi la despesa per càpita, és superior al nord de l'estat Espanyol i les Illes Balears.

Segons les últimes dades de MAGRAMA facilitades per la OEMV, Catalunya lidera el consum del vi en alimentació, amb 90,5 milions de litres consumits.

Si tenim present les dades presentades en aquesta taula, el preu mitjà és de 2,32 €/litre (209,7 milions d'euros/ 90,5 milions de litres consumits).

Pel que fa el consum per càpita, Catalunya el torna a liderar amb 12,03 litres per persona, seguit del País Basc amb 11,96 litres.

Consumo de vino en hogares por CCAA

Fuente: Datos: panel del MAGRAMA/INE; Elaboración: OeMv

MILLONES DE EUROS	Total gasto hogar		Variación		% s/total (valor)		Gasto per cápita		
	Año 2013	Año 2014	Dif 14-13	Dif %	% s/total		2013	2014	Dif %
					2013	2014			
CATALUÑA	235,24	209,74	-25,51	-10,8%	22,4%	20,4%	31,14	27,89	-10,4%
T. ANDALUCIA	144,41	140,91	-3,50	-2,4%	13,8%	13,7%	17,11	16,77	-2,0%
MADRID	135,09	126,04	-9,05	-6,7%	12,9%	12,3%	20,80	19,53	-6,1%
VALENCIA	93,62	97,68	4,06	4,3%	8,9%	9,5%	18,31	19,52	6,6%
PAIS VASCO	74,21	84,07	9,86	13,3%	7,1%	8,2%	33,86	38,41	13,4%
GALICIA	73,18	77,79	4,61	6,3%	7,0%	7,6%	26,46	28,30	7,0%
CASTILLA LEON	46,75	47,70	0,95	2,0%	4,5%	4,6%	18,55	19,12	3,1%
CANARIAS	44,61	45,63	1,02	2,3%	4,3%	4,4%	21,06	21,68	3,0%
BALEARES	40,71	40,07	-0,64	-1,6%	3,9%	3,9%	36,62	36,32	-0,8%
ASTURIAS	32,69	35,42	2,73	8,4%	3,1%	3,4%	30,60	33,36	9,0%
ARAGON	29,07	27,21	-1,86	-6,4%	2,8%	2,6%	21,58	20,53	-4,9%
MURCIA	25,74	22,29	-3,45	-13,4%	2,5%	2,2%	17,49	15,20	-13,1%
CASTILLA LA MANCHA	24,87	21,94	-2,93	-11,8%	2,4%	2,1%	11,84	10,55	-10,8%
CANTABRIA	14,96	18,37	3,41	22,8%	1,4%	1,8%	25,27	31,20	23,5%
NAVARRA	16,67	15,62	-1,05	-6,3%	1,6%	1,5%	25,87	24,38	-5,8%
EXTREMADURA	12,81	13,43	0,61	4,8%	1,2%	1,3%	11,61	12,21	5,2%
LA RIOJA	3,97	4,03	0,06	1,4%	0,4%	0,4%	12,34	12,63	2,4%
Total España	1.048,63	1.027,94	-20,68	-2,0%	100,0%	100,0%	22,33	22,06	-1,2%

Font: Observatorio Español del mercado del vino



En la següent taula, s'estudia el consum per càpita a Catalunya usant les dades disponibles dels últims anys, mes a mes, segons MAGRAMA i posteriorment es fa una mitjana anual.

El consum mensual més elevat era el desembre degut probablement a les festes nadalenques.

Per tant, amb aquesta taula, es torna a confirmar la tendència a la baixa del consum.

CONSUM DE VI PER PERSONA A CATALUNYA

Any	l/capità	Variació anual	Variació base 2000
2.000	21,86	100,00%	100,00%
2.001	18,77	85,86%	85,86%
2.002	18,56	98,88%	84,90%
2.003	16,69	89,92%	76,35%
2.004	16,99	101,80%	77,72%
2.005	16,63	97,88%	76,08%
2.006	16,05	96,51%	73,42%
2.007	14,14	88,10%	64,68%
2.008	13,87	98,09%	63,45%
2.009	13,71	98,85%	62,72%
2.010	13,29	96,94%	60,80%
2.011	13,05	98,19%	59,70%
2.012	12,78	97,93%	58,46%
2.013	12,25	95,85%	56,04%
2.014	12,03	98,20%	55,03%

Font: elaboració pròpia dades: MAGRAMA

b) Proveïdors i productors

A Catalunya trobem diferents zones productores, la majoria situades el Sud del territori Català. A continuació us adjuntem un mapa on es poden observar les diferents denominacions existents en el territori català.



Font: <http://vinsalsina.net/vins-1/d-o-catalunya/>

La regió geogràfica de producció de la denominació d'Origen Empordà, està situada a l'extrem nord oriental de Catalunya. Consta de 55 municipis situats a la Comarca de l'Alt i Baix Empordà i un total de 47 cellers embotelladors, gairebé la meitat d'aquests són de recent creació (a partir de l'any 2000).

Segons la taula següent, podem observar que la DO Empordà és una de les petites, tant en superfícies com també en nombre de viticultors i cellers embotelladors i que la producció no és molt elevada.

Observem que el total de Catalunya no coincideix amb la suma de les altres DO, aquest fet es dona perquè els productors poden estar inscrits a la DO del seu territori i també si volen a la DO Catalunya. Per inscriure's han de complir les condicions que exigeix cada agrupació. Informació verificada amb DO Empordà i Catalunya.

D.O	Superfície (HA)	Viticultors	Cellers embotelladors	Producció mitjana (hectolitres)
Alella	560	96	8	9.000
Catalunya	50.000	14.603	205	346.557
Conca de Barberà	6.000	1.100	22	6.787
Costers del Segre	4.696	633	37	53.127
Empordà	1.770	315	47	31.222
Montsant	1.900	929	68	27.760
Penedès	24.248	3.787	138	16.856
Pla de Bages	450	90	12	7.483
Priorat	1.971	600	102	6.568
Tarragona	6.598	2.067	29	33.504
Terra Alta	6.290	1.663	47	99.940

Font: INCAVI i webs de les DO. Elaboració pròpia

Segons la informació extreta de les webs dels cellers, la superfície de cultiu de vinya són més aviat petites (la gran majoria no arriba a 30 hectàrees) però hi ha 6 bodegues amb diferència molt més grans (més de 150 h) sent la més gran *Empordàlia* amb 350 hectàrees.

El fet de ser bodegues més aviat petites es nota en la producció; a excepció d'alguna bodega la producció no és massa elevada (ni en tipus de productes ni en quantitat d'ampolles). També cal destacar que la gran majoria de cellers es fan ells mateixos tot el procés (cultiu i recollida del raïm, emmagatzematge i embotellament) això ho fan per tal de disminuir costos de producció.

La gran majoria d'empreses són petites i familiars, i tenen poc personal treballant.

La nostra empresa distribuïdora, pretén poder comercialitzar els productes de tots els cellers, tenir el contacte de tots ells i poder oferir qualsevol producte de la D.O Empordà als nostres clients.

Annex 2: Llistat cellers

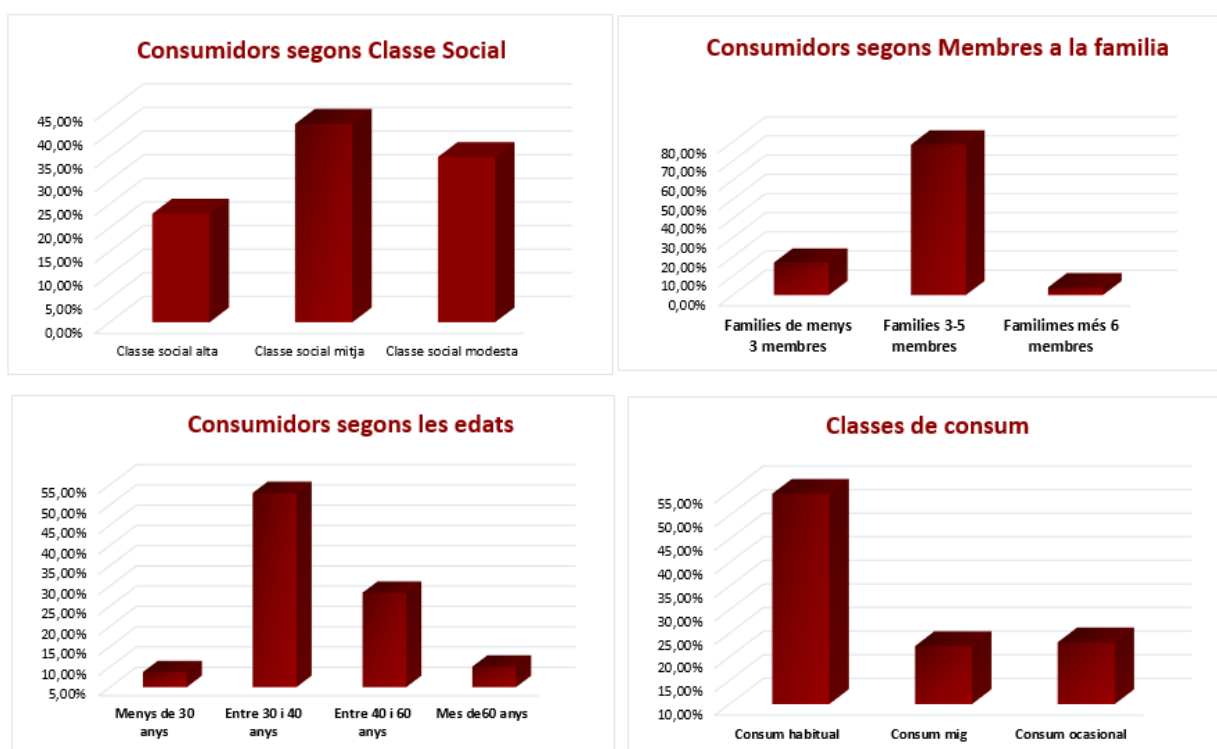
c) Clients

Els clients són l'eix del nostre negoci. El nostre objectiu és oferir sempre la millor qualitat i una atenció personalitzada i excel·lent. Realitzarem enquestes de satisfacció amb anàlisi mensual i noves eines on-line per promoure el diàleg amb els clients, els hi oferirem noves vies per informar-se i agilitar el servei.

A continuació podem observar uns gràfics que ens mostren quin seran els nostres consumidors potencials.

Els consumidors potencials de vi són persones entre 30 i 40 anys sobretot de classe social mitja. Aproximadament un 53% de la població Espanyola consumeix vi diàriament.

Pel que fa els membres a la família podem observar que les que consumeixen més vi són famílies que tenen entre 3 i 6 membres.



Font: elaboració pròpia. Dades: Upcommons

Els nostres *clients particulars* principalment consumiran els vins econòmics i mitjans, la venda de vins de preus alts no serà massa representativa.

Pel *canal HORECA*¹ principalment vins de preus mitjans, en un inici els clients potencial d'aquest canal seran restaurants de la zona del Baix Empordà, Alt Empordà i Gironès. Els restaurants que pretenem arribar seran restaurants de qualitat preu mig (on un sopar o dinar pot costar entre 25 € i 35 € per persona).

¹ HORECA és un acrònim d'Hotels, Restaurants i Càtering. El terme té el seu origen als Països Baixos i el seu ús s'ha estès a altres països Europeus. S'utilitza en el màrqueting per referir-se al públic objectiu de certes accions Comercials.

d) Competència

El domicili fiscal del negoci serà a Corçà, per tant la competència més gran seran les empreses situades a la població de la Bisbal d'Empordà i rodalia.

Després d'estudiar detalladament el mercat, s'observa que són poques les empreses que representen competència directa, oferint un producte idèntic, no obstant són més les empreses que ofereixen un producte similar.

La competència la podem classificar en 4 blocs:

Empreses distribuïdores de vins de totes les denominacions d'origen:

Espai del Vi: Empresa de la Bisbal d'Empordà més aviat petita i familiar. Es dedica a la venda i distribució de vins, caves i licors.

Comercial Matías: Empresa familiar de la Bisbal d'Empordà creada l'any 1975 que es dedica a la venda de vins i licors.

Vins i Licors Grau: Empresa familiar de Palafrugell creada el 1951. Des del 2009 també fan venda on-line on pots comprar més de 9.000 referències de vins i licors. Venda a tot Espanya i Europa.

Wine Palace: Una gran cadena a nivell Espanyol, amb més de 20 anys d'experiència en el sector. Té 19 punts de venda distribuïts a tot Espanya i disposa d'una carta molt elevada de clients per venda on-line. A part, al ser una empresa tan gran, pot comprar a preus molt més reduïts. També fan cursos de tasts professionals.

Supermercats

Els supermercats ens poden representar una forta competència. Tot i que no oferiran una atenció personalitzada i assessorament i que no tenen la quantitat de productes que disposarem nosaltres de l'Empordà, sinó una mica de cada denominació, hi ha clients que aprofiten les seves compres per comprar també aquests productes.

Bodegues

La gran majoria de bodegues, a part de tenir els seus propis distribuïdors, també venen el seu producte a la mateixa bodega, el punt positiu però és que tot i que podrien vendre el producte més econòmic que nosaltres (perquè no tenen intermediaris que poden encarir el cost) ho fan a un preu molt semblant als distribuïdors.

Grans empreses que comercialitzen on-line

Hi ha diferents empreses que venen una gran quantitat de productes per botiga on-line, com poden ser "setdevins", "uvinum" "la vinateria".

Les nostres accions per a diferenciar-nos de la competència s'obtindran mitjançant la comunicació i assessorament i la política de preus.



7. Estratègia i programa d'accions

7.1 Màrqueting estratègic

a) Posicionament en el mercat i avantatge competitiu.

És habitual que les empreses mirin de diferenciar el seu màrqueting mix per tal d'oferir un valor especial i superior als clients potencials. Si ho aconsegueixen, hauran obtingut un avantatge competitiu. Per tal d'aconseguir aquesta diferenciació respecte de la competència, cal definir prèviament quina és la posició que es vol aconseguir davant el públic objectiu.

No ens podem posicionar ni en marca ni en producte, ja que al ser una empresa distribuïdora, la competència pot tenir el producte idèntic. La diferenciació que pretenem oferir i per tant el nostre posicionament en el mercat, s'obtindrà mitjançant la comunicació i assessorament als nostres clients i mitjançant la política de preu.

Serem una empresa que oferirà el producte adient a cada moment i per cada client. El pla de posicionament complirà la funció de connectar els interessos de la nostra empresa amb els interessos dels nostres clients.

Comunicació: A través de la comunicació es buscarà produir, canalitzar i gestionar la informació de l'empresa per a la construcció del perfil públic de Divili i per reforçar el posicionament de l'empresa a llarg termini. També s'analitzarà i gestionarà la informació obtinguda a través del diàleg amb els grups d'interès. La clau estarà en el maneig fluid de la informació, en l'anticipació i capacitat de reacció, la consistència dels arguments i respostes, i l'agilitat i continuïtat en la comunicació.

Relació: A través de la relació amb els grups d'interès buscarem presentar-nos en societat com una empresa més visible, transparent, creïble, propera i millor valorada.

El **preu** serà el més ajustat possible en cada moment, oferint al client descomptes per compres elevades.

Optant així a obtenir el reconeixement i imatge de marca, entre el públic consumidor i usuaris.

b) Objectius de mercat i vendes

- Obtenir una rendibilitat a mig i a llarg termini que ens assegurï la supervivència de l'empresa.
- Oferir als treballadors qualitat de vida, tant en horaris com en retribucions.
- Proporcionar als clients el tracte i assessorament desitjat en cada moment.
- Convertir-se en referència, en tracte i qualitat com a distribuïdors en el territori d'actuació.
- Venda exclusiva de productes de qualitat.
- Crear un nom d'empresa.

- Un creixement constant i sostingut el llarg de la vida de l'empresa.
- Donar-se a conèixer a través de xarxes socials i la nostra web pròpia on es promociona l'empresa.
- Obtenir un mínim de comentaris a les pàgines webs i xarxes socials on estigui promocionada l'empresa.

c) Perfil del consumidor

Ens dirigirem als apassionats del vi, però a la vegada i, a través dels nostres tast organitzats, volem donar l'oportunitat de conèixer aquest món a persones que no hi estiguin tan familiaritzades.

El nostre perfil de consumidors, es centrarà en persones adultes d'entre 30 i 50 anys pel canal "client final" i restaurants de categoria preu mitjà pel canal Horeca.

A Divili volem fomentar molt els productes de la terra i la qualitat, perquè els nostres productes siguin tots de gran qualitat.

7.2 Màrqueting mix

a) Producte o servei

Divili es dedicarà a distribuir vins i Licors de DO Empordà, vendrà aquest producte a un preu ajustat al màxim possible i farà un seguiment acurat a cada client, per tal de poder cobrir les seves necessitats i saber la seva opinió.

La diferenciació que oferirem seran les visites rutinàries als nostres clients on la periodicitat d'aquestes, dependrà de la quantitat que ens comprin.

També s'organitzaran visites guiades a cellers i tast professionals.

Pel que fa les **visites guiades** als cellers es preveu que se'n podran fer dues al mes i que cada visita tindrà una capacitat de 12 persones. El mes de setembre coincidint amb la recollida i al mes de desembre al nadal, es farà una visita cada setmana.

Els **tasts professionals** s'organitzaran un cada mes i es faran en grups de 17 persones.



b) Política de preus

La fixació del preu d'un producte o servei és un dels aspectes de major importància a tractar. Ha de mostrar el valor del producte i el servei que l'acompanya.

El preu és el que el client està disposat a pagar, però la qüestió és quin preu estan disposats a pagar.

No podem posar un preu molt baix perquè, per una banda no cobriríem costos i per altra banda, ens arriscaríem a transmetre als clients una baixa qualitat dels nostres productes. Però tampoc podem posar els preus molt alts perquè els clients no ens comprarien a nosaltres sinó a la competència.

Per fixar els preus s'han estudiat tres variables, sent la demanda i la competència factors externs i els costos interns

Demanda: consisteix a mirar el que el client percep del producte i buscar un preu psicològic (un preu equilibrat segons la qualitat). També s'ha de tenir present l'elasticitat preu, una variable que mesura la sensibilitat de la demanda a les variacions del preu. Esperem tenir una **corba de demanda elàstica**, ja que els consumidors són més sensibles a les variacions del preu perquè no és un producte de primera necessitat.

Competència: Hem hagut de mirar el preu de venda de la competència perquè és un factor molt important. El no ser un producte propi, sinó una empresa comercialitzadora, no podem estar molt per sobre de la competència si no, no tindríem clients. L'objectiu de preu és moure's al voltant del preu mig del mercat.

Costos: s'ha començat negociant amb els proveïdors i productors el preu de compra. Després s'han mirat els costos que tindrem i finalment s'ha decidit el marge que volem obtenir.

El marge que volem obtenir és diferent segons el canal i el preu del vi. Es pot observar a la següent taula:

Vins	Marge Benefici	
	Client final	HORECA
Econòmics	35%	15% -20%
Mitjos	40-45%	25%
Alts	50%	35%

Font: Elaboració pròpia, segons la informació obtinguda i les pautes de l'empresa Dekantium

Quan parlem de vins econòmics ens referim a vins que el preu de venda al públic és inferior a 8 €, de vins mitjos els que el preu de venda al públic pot estar entre els 8 i els 20 € i de vins alts preus superiors a 20 €.

Tindrem dos preus diferents, el de venda als restaurants (canal Horeca), que serà a un preu inferior i el directe al consumidor.

La taula de preus de l'empresa serà la següent:

Vins	PREUS			MARGE	
	Preu de cost	PVP	PV Horeca	Marge 1	Marge 2
Econòmics	3,5 €	5,0 €	4,2 €	43%	20%
Econòmics	5,5 €	7,8 €	6,4 €	42%	16%
Mitjos	9,0 €	13,1 €	11,5 €	46%	28%
Mitjos	14,0 €	20,0 €	17,5 €	43%	25%
Alts	35,0 €	52,0 €	46,0 €	49%	31%

Font: Elaboració pròpia, segons la informació obtinguda i les pautes de l'empresa Dekantium

Sobre aquest preu de cost, s'han pactat amb els proveïdors descomptes que poden anar entre un 5 i un 10% en funció de la quantitat comprada.

El sistema de cobrament serà diferent, per al client final que serà al comptat i en canvi per al client del canal HORECA es cobrarà a 30 dies.

El sistema de pagament serà 50% al comptat i 50% a 30 dies.

Les visites a les bodegues tindran un cost de 8,5€/persona i el pagament serà al moment. Els altres anys s'estudiarà apujar el preu.

Els tastos professionals tindran un preu de 25€ persona i una durada de 4 hores. Els altres anys s'estudiarà apujar el preu.

c) Política de comunicació

La política de comunicació pretén despertar l'interès en el públic objectiu perquè adquireixi el producte, el provi, quedi satisfet i repeteixi.

Com que les estratègies de comunicació s'han d'adequar a la disponibilitat financera de l'empresa s'ha optat per una comunicació econòmica.

Xarxes socials i internet

Com a resposta als nous hàbits del consumidor, definirem la nostra estratègia de gestió i presència en xarxes socials i internet amb l'objectiu de recolzar-nos en les noves tecnologies per "escoltar" i fidelitzar al client.

Tindrem un perfil creat a Facebook i LinkedIn, on el responsable de màrqueting interactuarà amb els seguidors, actualitzant informació i publicant recomanacions i consells.

També tindrem una pàgina web on s'informarà el client i es podrà comprar on-line

El Boca Orella també és un sistema de comunicació, aquest bé donat a través de la comunicació d'opinió dels nostres clients a terceres persones. Per tant és important que quedin satisfets amb la nostra atenció i producte, ja que d'aquesta manera transmetran aquesta satisfacció a altres persones, que poden ser clients potencials nostres.

Promocions

De forma esporàdica es faran promocions per tal de captar i fidelitzar clients.

S'obrirà una fitxa de client a on anotarem totes les dades i se'ls farà entrega d'una targeta client, per cada compra realitzada acumularan punts que després podran bescanviar per productes.

Els clients de canal HORECA es farà un seguiment i visites per tal d'assessorar-los i donar-los a conèixer nous productes.

d) Política de distribució

A l'hora d'escollir el mitjà de distribució hem optat per tenir una distribució i contacte directe amb el client.

Les entregues a domicili les podem fer nosaltres mateixos o bé a través d'una empresa externa subcontractada, depenent de la quantitat de compra i de la distància on s'hagi d'entregar el producte. A partir de més de quinze caixes, o de més de 40km, serà l'empresa externa que s'encarregarà de fer l'entrega.

Per a les comandes que no arribin a la quantitat mínima establerta, es procedirà a cobrar els ports.

Distància	de 0km a 10km	de 11km a 30km	de 31km a 50km	+50km
Comanda mínima	6 ampolles	12 ampolles	24 ampolles	48 ampolles
Ports	5 €	12 €	18 €	0,4€ /Km

Font: Elaboració pròpia

En un inici l'àrea geogràfica de distribució serà la província del Gironès podent estudiar la possibilitat de distribuir a municipis costaners, però l'objectiu a llarg termini de l'empresa és poder donar servei a tot Catalunya.

7.3 Fidelització dels clients

Actuacions de servei post venta

Volem crear un programa de fidelitat, per retenir al client habitual, i captar nous clients.

Programa "AMICS": premiar amb avantatges i privilegis exclusius la confiança dels nostres clients. Els membres del programa es beneficiaran de descomptes per a la següent compra.

És un premi a la fidelitat, i a més una forma de mantenir un contacte més personalitzat amb ells i d'estrènyer llaços.

A més a més, es duran a terme les següents actuacions:

- Visites al client amb periodicitat aproximadament mensual.
- Apartat de consultes i suggeriments a la web.
- Descomptes per volums.



Pla Jurídic i Fiscal

8. Forma jurídica i procés de constitució

Després de valorar les diferents formes jurídiques s'ha decidit que la més adient és crear una societat Limitada Laboral, perquè el capital social mínim no és massa elevat i la responsabilitat és limitada al capital aportat.

La S.L.L té com a característica diferent que l'impost de societats es redueix d'un 30% a un 25%.

Procés de constitució per formalitzar personalitat jurídica

El procediment legal a seguir per la creació d'una empresa és el següent:

Anar al banc a crear un **compte provisional de l'empresa** on cal ingressar el capital social. El banc haurà d'emetre un certificat bancari a nom dels accionistes. Per recuperar aquests diners el soci haurà de presentar les escriptures.

- En el Registre Mercantil Central: Obtenir la certificació negativa a nom de la societat. Aquest certificat serveix per verificar que el nom elegit no coincideix ni és similar a un altre ja existent. Aquesta certificació caducarà els 6 mesos.

Annex 3: Certificació negativa

- Agència tributària: per sol·licitar el número d'identificació fiscal, primer obtindrà el provisional que permetrà poder operar i finalment el definitiu. Per obtenir el NIF provisional caldrà presentar el model 036.
- Notari: per constituir les escriptures públiques, es disposa de 6 mesos des de l'obtenció de la certificació negativa del nom. Haurà de lliurar tota una sèrie de documentació.
- Consergeria d'Hisenda de la comunitat Autònoma: Impost sobre transmissions patrimonials i actes jurídics documentats (la creació però està exempta de pagament).
- Registre Mercantil: Inscriure l'empresa.
- Registre de Societats Laborals del ministre de treball i seguretat social (de la comunitat autònoma) per inscriure l'empresa.
- Agència tributària: per obtenir el número d'identificació fiscal definitiu, presentant el model 036 marcant la casella 120.



Pla Econòmic i Financer

9. Pla d'inversions i finançament

PLA D'INVERSIÓ		PLA DE FINANÇAMENT	
Actiu Fix	ANY 1	Passiu fix	ANY 1
Immobilitzat intangible	263,80 €	No exigible	18.000,00 €
Aplicacions informàtiques	263,80 €	Aportació dels socis	18.000,00 €
Immobilitzat material	13.390,29 €		
Elements de transport	12.230,00 €		
Equips informàtics	765,29 €	Exigible a ll/t	16.000,00 €
Mobiliari	395,00 €	Préstecs a ll/t	16.000,00 €
Actiu circulant			
Existències	835,00 €	Passiu circulant	
Mercaderies	835,00 €	Exigible a c/t	17.953,15 €
Realitzable	299,06 €	Préstecs a c/t	4.000,00 €
HP Deutora IVA	299,06 €	Proveïdors immobilitzat a c/t	13.953,15 €
Disponible	37.165,00 €		
Caixa i banc	37.165,00 €		
TOTAL ACTIU	51.953,15 €	TOTAL PASSIU	51.953,15 €

El balanç inicial reflecteix la situació patrimonial de l'empresa al moment precís en què estan a punt d'iniciar-se les operacions de l'empresa. És un resum de l'inventari inicial de béns, drets, obligacions i capital amb el qual comencem el nostre negoci.

Per tal de poder portar a terme el negoci, cada soci aportarà un capital inicial de 9.000€, addicionalment es demanarà un préstec de 20.000€ amb un interès d'un 8% anual a tornar mensualment (60 mensualitats) mitjançant quotes de capital constant.

Annex 4: Quadre amortització

Pel que fa l'**actiu fix** en un inici es comprarà el mínim material. Un programa informàtic, un ordinador i impressora, mobiliari d'oficina i un vehicle per tal de poder entregar les mercaderies als clients. En un inici es comprarà un vehicle de segona mà de l'any 2014 amb pocs quilòmetres, a mesura que el negoci vagi creixent es mirarà de comprar un altre vehicle.

Com que el sistema de compra als proveïdors serà "**just in time**" només tindrem un estoc de seguretat mínim. Aquest serà de 20 ampolles de les de preu baix i mig i 5 ampolles de les de preu alt.

10. Ingressos d'exploració

Vendes

Segons els objectius de vendes marcats i els preus establerts. Només s'observen les vendes de l'activitat principal, venda de vins, no s'inclou els ingressos per tast de vins, ni visites a bodegues.

Per tal de fer les previsions de vendes partim de la premissa que en un inici tindrem cinc clients del canal HORECA i del producte més senzill en comprarà vint ampolles al mes, quinze del mitjà i deu de l'alt. Les vendes aniran augmentant tant pel que fa al nombre de clients com la compra per client.

Les vendes a clients finals seran inferiors a clients de canal HORECA.

Les vendes per als primers tres anys serien les que es detallen en els quadres següents.

PRESSUPOST MENSUAL DE VENDES VALORADES EN EUROS 2017

	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
Client final													
Vins econòmics 1	135,00 €	135,00 €	140,00 €	140,00 €	150,00 €	155,00 €	175,00 €	180,00 €	185,00 €	195,00 €	210,00 €	260,00 €	2.060,00 €
Vins econòmics 2	234,00 €	234,00 €	241,80 €	241,80 €	257,40 €	273,00 €	288,60 €	304,20 €	312,00 €	327,60 €	358,80 €	374,40 €	3.447,60 €
Vins mig 1	314,40 €	314,40 €	327,50 €	343,88 €	353,70 €	366,80 €	393,00 €	419,20 €	419,20 €	432,30 €	445,40 €	471,60 €	4.601,38 €
Vins mig 2	420,00 €	400,00 €	420,00 €	441,00 €	460,00 €	480,00 €	520,00 €	540,00 €	540,00 €	560,00 €	600,00 €	640,00 €	6.021,00 €
Vins Alts	520,00 €	520,00 €	572,00 €	572,00 €	624,00 €	624,00 €	676,00 €	728,00 €	780,00 €	780,00 €	832,00 €	884,00 €	8.112,00 €
TOTAL CLIENT FINAL	1.623,40 €	1.603,40 €	1.701,30 €	1.738,68 €	1.845,10 €	1.898,80 €	2.052,60 €	2.171,40 €	2.236,20 €	2.294,90 €	2.446,20 €	2.630,00 €	24.241,98 €
Canal HORECA													
Vins econòmics 1	420,00 €	420,00 €	504,00 €	504,00 €	504,00 €	672,00 €	739,20 €	831,60 €	756,00 €	756,00 €	924,00 €	924,00 €	7.954,80 €
Vins econòmics 2	640,00 €	640,00 €	768,00 €	768,00 €	768,00 €	1.024,00 €	1.126,40 €	1.267,20 €	1.152,00 €	1.152,00 €	1.408,00 €	1.408,00 €	12.121,60 €
Vins mig 1	862,50 €	862,50 €	1.035,00 €	1.035,00 €	1.035,00 €	1.380,00 €	1.564,00 €	1.759,50 €	1.552,50 €	1.552,50 €	1.955,00 €	1.955,00 €	16.548,50 €
Vins mig 2	1.312,50 €	1.312,50 €	1.575,00 €	1.575,00 €	1.575,00 €	2.100,00 €	2.380,00 €	2.677,50 €	2.362,50 €	2.362,50 €	2.975,00 €	2.975,00 €	25.182,50 €
Vins Alts	2.300,00 €	2.300,00 €	2.760,00 €	2.760,00 €	2.760,00 €	3.680,00 €	4.416,00 €	4.968,00 €	4.140,00 €	4.140,00 €	4.968,00 €	4.968,00 €	44.160,00 €
TOTAL HORECA	5.535,00 €	5.535,00 €	6.642,00 €	6.642,00 €	6.642,00 €	8.856,00 €	10.225,60 €	11.503,80 €	9.963,00 €	9.963,00 €	12.230,00 €	12.230,00 €	105.967,40 €
TOTAL	7.158,40 €	7.138,40 €	8.343,30 €	8.380,68 €	8.487,10 €	10.754,80 €	12.278,20 €	13.675,20 €	12.199,20 €	12.257,90 €	14.676,20 €	14.860,00 €	130.209,38 €

PRESSUPOST MENSUAL DE VENDES VALORADES EN EUROS 2018

	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
Client final													
Vins econòmics 1	260,00 €	265,00 €	270,00 €	275,00 €	275,00 €	285,00 €	290,00 €	310,00 €	300,00 €	300,00 €	325,00 €	340,00 €	3.495,00 €
Vins econòmics 2	374,40 €	374,40 €	382,20 €	390,00 €	390,00 €	405,60 €	413,40 €	429,00 €	429,00 €	444,60 €	452,40 €	475,80 €	4.960,80 €
Vins mig 1	484,70 €	484,70 €	497,80 €	524,00 €	524,00 €	497,80 €	497,80 €	537,10 €	550,20 €	550,20 €	576,40 €	628,80 €	6.353,50 €
Vins mig 2	660,00 €	680,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	740,00 €	760,00 €	780,00 €	780,00 €	780,00 €	860,00 €	8.840,00 €
Vins Alts	884,00 €	884,00 €	884,00 €	884,00 €	884,00 €	936,00 €	936,00 €	936,00 €	936,00 €	988,00 €	988,00 €	988,00 €	11.128,00 €
TOTAL CLIENT FINAL	2.663,10 €	2.688,10 €	2.734,00 €	2.773,00 €	2.773,00 €	2.824,40 €	2.877,20 €	2.972,10 €	2.995,20 €	3.062,80 €	3.121,80 €	3.292,60 €	34.777,30 €
Canal HORECA													
Vins econòmics 1	924,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	840,00 €	1.008,00 €	1.108,80 €	1.108,80 €	1.008,00 €	1.008,00 €	1.201,20 €	1.201,20 €	11.928,00 €
Vins econòmics 2	1.408,00 €	1.280,00 €	1.280,00 €	1.280,00 €	1.280,00 €	1.536,00 €	1.689,60 €	1.689,60 €	1.536,00 €	1.536,00 €	1.830,40 €	1.830,40 €	18.176,00 €
Vins mig 1	1.955,00 €	1.725,00 €	1.725,00 €	1.725,00 €	1.725,00 €	2.070,00 €	2.346,00 €	2.346,00 €	2.070,00 €	2.070,00 €	2.541,50 €	2.541,50 €	24.840,00 €
Vins mig 2	2.975,00 €	2.625,00 €	2.625,00 €	2.625,00 €	2.625,00 €	3.150,00 €	3.570,00 €	3.570,00 €	3.150,00 €	3.150,00 €	3.867,50 €	3.867,50 €	37.800,00 €
Vins Alts	4.968,00 €	4.140,00 €	4.140,00 €	4.140,00 €	4.140,00 €	4.968,00 €	6.072,00 €	6.072,00 €	4.968,00 €	4.968,00 €	5.382,00 €	5.382,00 €	59.340,00 €
TOTAL HORECA	12.230,00 €	10.610,00 €	10.610,00 €	10.610,00 €	10.610,00 €	12.732,00 €	14.786,40 €	14.786,40 €	12.732,00 €	12.732,00 €	14.822,60 €	14.822,60 €	152.084,00 €
TOTAL	14.893,10 €	13.298,10 €	13.344,00 €	13.383,00 €	13.383,00 €	15.556,40 €	17.663,60 €	17.758,50 €	15.727,20 €	15.794,80 €	17.944,40 €	18.115,20 €	186.861,30 €

PRESSUPOST MENSUAL DE VENDES VALORADES EN EUROS 2019

	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
Client final													
Vins econòmics 1	345,00 €	345,00 €	340,00 €	340,00 €	345,00 €	350,00 €	360,00 €	375,00 €	375,00 €	375,00 €	390,00 €	405,00 €	4.345,00 €
Vins econòmics 2	475,80 €	475,80 €	460,20 €	460,20 €	468,00 €	483,60 €	507,00 €	507,00 €	514,80 €	507,00 €	514,80 €	530,40 €	5.904,60 €
Vins mig 1	628,80 €	641,90 €	655,00 €	687,75 €	694,30 €	720,50 €	720,50 €	759,80 €	759,80 €	759,80 €	772,90 €	786,00 €	8.587,05 €
Vins mig 2	860,00 €	840,00 €	860,00 €	860,00 €	860,00 €	900,00 €	900,00 €	920,00 €	940,00 €	980,00 €	980,00 €	1.040,00 €	10.940,00 €
Vins Alts	988,00 €	936,00 €	936,00 €	936,00 €	936,00 €	988,00 €	936,00 €	1.040,00 €	1.040,00 €	988,00 €	988,00 €	1.196,00 €	11.908,00 €
TOTAL CLIENT FINAL	3.297,60 €	3.238,70 €	3.251,20 €	3.283,95 €	3.303,30 €	3.442,10 €	3.423,50 €	3.601,80 €	3.629,60 €	3.609,80 €	3.645,70 €	3.957,40 €	41.684,65 €
Canal HORECA													
Vins econòmics 1	1.201,20 €	1.146,60 €	1.146,60 €	1.146,60 €	1.201,20 €	1.201,20 €	1.255,80 €	1.255,80 €	1.255,80 €	1.201,20 €	1.255,80 €	1.255,80 €	14.523,60 €
Vins econòmics 2	1.830,40 €	1.747,20 €	1.747,20 €	1.747,20 €	1.830,40 €	1.830,40 €	1.913,60 €	1.913,60 €	1.913,60 €	1.830,40 €	1.913,60 €	1.913,60 €	22.131,20 €
Vins mig 1	2.541,50 €	2.242,50 €	2.242,50 €	2.242,50 €	2.541,50 €	2.541,50 €	2.691,00 €	2.691,00 €	2.691,00 €	2.541,50 €	2.691,00 €	2.691,00 €	30.348,50 €
Vins mig 2	3.867,50 €	3.412,50 €	3.412,50 €	3.412,50 €	3.867,50 €	3.867,50 €	4.095,00 €	4.095,00 €	4.095,00 €	3.867,50 €	4.095,00 €	4.095,00 €	46.182,50 €
Vins Alts	5.382,00 €	4.784,00 €	4.784,00 €	4.784,00 €	5.382,00 €	5.382,00 €	5.980,00 €	5.980,00 €	5.980,00 €	5.382,00 €	5.980,00 €	5.980,00 €	65.780,00 €
TOTAL HORECA	14.822,60 €	13.332,80 €	13.332,80 €	13.332,80 €	14.822,60 €	14.822,60 €	15.935,40 €	15.935,40 €	15.935,40 €	14.822,60 €	15.935,40 €	15.935,40 €	178.965,80 €
TOTAL	18.120,20 €	16.571,50 €	16.584,00 €	16.616,75 €	18.125,90 €	18.264,70 €	19.358,90 €	19.537,20 €	19.565,00 €	18.432,40 €	19.581,10 €	19.892,80 €	220.650,45 €

Anàlisis de vendes i cobraments

Establim que els cobraments dels clients finals serà al comptat i canal HORECA a 30 dies, en els requadres següents podem veure com quedarà la partida del balanç de clients i la partida de cobraments del pla de tresoreria realitzat més endavant.

COBRAMENTS I CLIENTS 2017

	VENDES	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	CLIENTS
Gener	7.158,40 €	1.623,40 €	5.535,00 €											5.535,00 €
Febrer	7.138,40 €		1.603,40 €	5.535,00 €										5.535,00 €
Març	8.343,30 €			1.701,30 €	6.642,00 €									6.642,00 €
Abril	8.380,68 €				1.738,68 €	6.642,00 €								6.642,00 €
Maig	8.487,10 €					1.845,10 €	6.642,00 €							6.642,00 €
Juny	10.754,80 €						1.898,80 €	8.856,00 €						8.856,00 €
Juliol	12.278,20 €							2.052,60 €	10.225,60 €					10.225,60 €
Agost	13.675,20 €								2.171,40 €	11.503,80 €				11.503,80 €
Setembre	12.199,20 €									2.236,20 €	9.963,00 €			9.963,00 €
Octubre	12.257,90 €										2.294,90 €	9.963,00 €		9.963,00 €
Novembre	14.676,20 €											2.446,20 €	12.230,00 €	12.230,00 €
Desembre	14.860,00 €												2.630,00 €	12.230,00 €
COBRAMENTS	1.623,40 €	7.138,40 €	7.236,30 €	8.380,68 €	8.487,10 €	8.540,80 €	10.908,60 €	12.397,00 €	13.740,00 €	12.257,90 €	12.409,20 €	14.860,00 €		

COBRAMENTS I CLIENTS 2018

	VENDES	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	CLIENTS
Anterior		12.230,00												12.230,00
Gener	14.893,10 €	2.663,10 €	12.230,00 €											12.230,00 €
Febrer	13.298,10 €		2.688,10 €	10.610,00 €										10.610,00 €
Març	13.344,00 €			2.734,00 €	10.610,00 €									10.610,00 €
Abril	13.383,00 €				2.773,00 €	10.610,00 €								10.610,00 €
Maig	13.383,00 €					2.773,00 €	10.610,00 €							10.610,00 €
Juny	15.556,40 €						2.824,40 €	12.732,00 €						12.732,00 €
Juliol	17.663,60 €							2.877,20 €	14.786,40 €					14.786,40 €
Agost	17.758,50 €								2.972,10 €	14.786,40 €				14.786,40 €
Setembre	15.727,20 €									2.995,20 €	12.732,00 €			12.732,00 €
Octubre	15.794,80 €										3.062,80 €	12.732,00 €		12.732,00 €
Novembre	17.944,40 €											3.121,80 €	14.822,60 €	14.822,60 €
Desembre	18.115,20 €												3.292,60 €	14.822,60 €
COBRAMENTS	14.893,10 €	14.918,10 €	13.344,00 €	13.383,00 €	13.383,00 €	13.434,40 €	15.609,20 €	17.758,50 €	17.781,60 €	15.794,80 €	15.853,80 €	18.115,20 €		

COBRAMENTS I CLIENTS 2019

	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	CLIENTS
Anterior	14.822,60 €												14.822,60 €
Gener	18.120,20 €	3.297,60 €	14.822,60 €										14.822,60 €
Febrer	16.571,50 €	3.238,70 €	13.332,80 €										13.332,80 €
Març	16.584,00 €		3.251,20 €	13.332,80 €									13.332,80 €
Abril	16.616,75 €			3.283,95 €	13.332,80 €								13.332,80 €
Maig	18.125,90 €				3.303,30 €	14.822,60 €							14.822,60 €
Juny	18.264,70 €					3.442,10 €	14.822,60 €						14.822,60 €
Juliol	19.358,90 €						3.423,50 €	15.935,40 €					15.935,40 €
Agost	19.537,20 €							3.601,80 €	15.935,40 €				15.935,40 €
Setembre	19.565,00 €								3.629,60 €	15.935,40 €			15.935,40 €
Octubre	18.432,40 €									3.609,80 €	14.822,60 €		14.822,60 €
Novembre	19.581,10 €										3.645,70 €	15.935,40 €	15.935,40 €
Desembre	19.892,80 €											3.957,40 €	15.935,40 €
COBRAMENTS	18.120,20 €	18.061,30 €	16.584,00 €	16.616,75 €	16.636,10 €	18.264,70 €	18.246,10 €	19.537,20 €	19.565,00 €	19.545,20 €	18.468,30 €	19.892,80 €	

11. Despeses d'explotació

Compres

Per poder fer front aquestes vendes, caldrà comprar els productes, les compres per als primers tres anys serien les que es detallen en els quadres següents:

PRESSUPOST MENSUAL DE COMPRES VALORADES EN EUROS 2017

PRODUCTE	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
Vins econòmics 1	444,50 €	444,50 €	518,00 €	518,00 €	525,00 €	668,50 €	738,50 €	819,00 €	759,50 €	766,50 €	917,00 €	952,00 €	8.071,00 €
Vins econòmics 2	715,00 €	715,00 €	830,50 €	830,50 €	841,50 €	1.072,50 €	1.171,50 €	1.303,50 €	1.210,00 €	1.221,00 €	1.463,00 €	1.474,00 €	12.848,00 €
Vins mig 1	891,00 €	891,00 €	1.035,00 €	1.046,25 €	1.053,00 €	1.332,00 €	1.494,00 €	1.665,00 €	1.503,00 €	1.512,00 €	1.836,00 €	1.854,00 €	16.112,25 €
Vins mig 2	1.344,00 €	1.330,00 €	1.554,00 €	1.568,70 €	1.582,00 €	2.016,00 €	2.268,00 €	2.520,00 €	2.268,00 €	2.282,00 €	2.800,00 €	2.828,00 €	24.360,70 €
Vins Alts	2.100,00 €	2.100,00 €	2.485,00 €	2.485,00 €	2.520,00 €	3.220,00 €	3.815,00 €	4.270,00 €	3.675,00 €	3.675,00 €	4.340,00 €	4.375,00 €	39.060,00 €
TOTAL	5.494,50 €	5.480,50 €	6.422,50 €	6.448,45 €	6.521,50 €	8.309,00 €	9.487,00 €	10.577,50 €	9.415,50 €	9.456,50 €	11.356,00 €	11.483,00 €	100.451,95 €

PRESSUPOST MENSUAL DE COMPRES VALORADES EN EUROS 2018

PRODUCTE	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
Vins econòmics 1	952,00 €	885,50 €	889,00 €	892,50 €	892,50 €	1.039,50 €	1.127,00 €	1.141,00 €	1.050,00 €	1.050,00 €	1.228,50 €	1.239,00 €	12.386,50 €
Vins econòmics 2	1.474,00 €	1.364,00 €	1.369,50 €	1.375,00 €	1.375,00 €	1.606,00 €	1.743,50 €	1.754,50 €	1.622,50 €	1.633,50 €	1.892,00 €	1.908,50 €	19.118,00 €
Vins mig 1	1.863,00 €	1.683,00 €	1.692,00 €	1.710,00 €	1.710,00 €	1.962,00 €	2.178,00 €	2.205,00 €	1.998,00 €	1.998,00 €	2.385,00 €	2.421,00 €	23.805,00 €
Vins mig 2	2.842,00 €	2.576,00 €	2.590,00 €	2.590,00 €	2.590,00 €	3.010,00 €	3.374,00 €	3.388,00 €	3.066,00 €	3.066,00 €	3.640,00 €	3.696,00 €	36.428,00 €
Vins Alts	4.375,00 €	3.745,00 €	3.745,00 €	3.745,00 €	3.745,00 €	4.410,00 €	5.250,00 €	5.250,00 €	4.410,00 €	4.445,00 €	4.760,00 €	4.760,00 €	52.640,00 €
TOTAL	11.506,00 €	10.253,50 €	10.285,50 €	10.312,50 €	10.312,50 €	12.027,50 €	13.672,50 €	13.738,50 €	12.146,50 €	12.192,50 €	13.905,50 €	14.024,50 €	144.377,50 €

PRESSUPOST MENSUAL DE COMPRES VALORADES EN EUROS 2019

PRODUCTE	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	TOTAL
Vins econòmics 1	1.242,50 €	1.197,00 €	1.193,50 €	1.193,50 €	1.242,50 €	1.246,00 €	1.298,50 €	1.309,00 €	1.309,00 €	1.263,50 €	1.319,50 €	1.330,00 €	15.144,50 €
Vins econòmics 2	1.908,50 €	1.837,00 €	1.826,00 €	1.826,00 €	1.903,00 €	1.914,00 €	2.002,00 €	2.002,00 €	2.007,50 €	1.930,50 €	2.007,50 €	2.018,50 €	23.182,50 €
Vins mig 1	2.421,00 €	2.196,00 €	2.205,00 €	2.227,50 €	2.466,00 €	2.484,00 €	2.601,00 €	2.628,00 €	2.628,00 €	2.511,00 €	2.637,00 €	2.646,00 €	29.650,50 €
Vins mig 2	3.696,00 €	3.318,00 €	3.332,00 €	3.332,00 €	3.696,00 €	3.724,00 €	3.906,00 €	3.920,00 €	3.934,00 €	3.780,00 €	3.962,00 €	4.004,00 €	44.604,00 €
Vins Alts	4.760,00 €	4.270,00 €	4.270,00 €	4.270,00 €	4.725,00 €	4.760,00 €	5.180,00 €	5.250,00 €	5.250,00 €	4.760,00 €	5.215,00 €	5.355,00 €	58.065,00 €
TOTAL	14.028,00 €	12.818,00 €	12.826,50 €	12.849,00 €	14.032,50 €	14.128,00 €	14.987,50 €	15.109,00 €	15.128,50 €	14.245,00 €	15.141,00 €	15.353,50 €	170.646,50 €

Anàlisi de Compres i pagament

Establim que els pagaments seran un 50% al comptat i un 50% a 30 dies vista, en els requadres següents podem veure com quedarà la partida del balanç de proveïdor i la partida de pagament del pla de tresoreria realitzat més endavant.

PAGAMENTS I PROVEIDORS 2017													
	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	PROVEIDORS
Gener	5.494,50 €	2.747,25 €	2.747,25 €										2.747,25 €
Febrer	5.480,50 €	2.740,25 €	2.740,25 €										2.740,25 €
Març	6.422,50 €		3.211,25 €	3.211,25 €									3.211,25 €
Abril	6.448,45 €			3.224,23 €	3.224,23 €								3.224,23 €
Maig	6.521,50 €				3.260,75 €	3.260,75 €							3.260,75 €
Juny	8.309,00 €					4.154,50 €	4.154,50 €						4.154,50 €
Juliol	9.487,00 €						4.743,50 €	4.743,50 €					4.743,50 €
Agost	10.577,50 €							5.288,75 €	5.288,75 €				5.288,75 €
setembre	9.415,50 €								4.707,75 €	4.707,75 €			4.707,75 €
octubre	9.456,50 €									4.728,25 €	4.728,25 €		4.728,25 €
novembre	11.356,00 €										5.678,00 €	5.678,00 €	5.678,00 €
desembre	11.483,00 €											5.741,50 €	5.741,50 €
PAGAMENTS	2.747 €	5.488 €	5.952 €	6.435 €	6.485 €	7.415 €	8.898 €	10.032 €	9.997 €	9.436 €	10.406 €	11.420 €	

PAGAMENTS I PROVEIDORS 2018													
	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	PROVEIDORS
Anterior		5.741,50											5.741,50
Gener	11.506,00 €	5.753,00 €	5.753,00 €										5.753,00 €
Febrer	10.253,50 €	5.126,75 €	5.126,75 €										5.126,75 €
Març	10.285,50 €		5.142,75 €	5.142,75 €									5.142,75 €
Abril	10.312,50 €			5.156,25 €	5.156,25 €								5.156,25 €
Maig	10.312,50 €				5.156,25 €	5.156,25 €							5.156,25 €
Juny	12.027,50 €					6.013,75 €	6.013,75 €						6.013,75 €
Juliol	13.672,50 €						6.836,25 €	6.836,25 €					6.836,25 €
Agost	13.738,50 €							6.869,25 €	6.869,25 €				6.869,25 €
setembre	12.146,50 €								6.073,25 €	6.073,25 €			6.073,25 €
octubre	12.192,50 €									6.096,25 €	6.096,25 €		6.096,25 €
novembre	13.905,50 €										6.952,75 €	6.952,75 €	6.952,75 €
desembre	14.024,50 €											7.012,25 €	7.012,25 €
PAGAMENTS	11.494,50 €	10.879,75 €	10.269,50 €	10.299,00 €	10.312,50 €	11.170,00 €	12.850,00 €	13.705,50 €	12.942,50 €	12.169,50 €	13.049,00 €	13.965,00 €	

PAGAMENTS I PROVEIDORS 2019													
	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE	PROVEIDORS
Anterior		7.012,25											7.012,25 €
Gener	14.028,00 €	7.014,00 €	7.014,00 €										7.014,00 €
Febrer	12.818,00 €	6.409,00 €	6.409,00 €										6.409,00 €
Març	12.826,50 €		6.413,25 €	6.413,25 €									6.413,25 €
Abril	12.849,00 €			6.424,50 €	6.424,50 €								6.424,50 €
Maig	14.032,50 €				7.016,25 €	7.016,25 €							7.016,25 €
Juny	14.128,00 €					7.064,00 €	7.064,00 €						7.064,00 €
Juliol	14.987,50 €						7.493,75 €	7.493,75 €					7.493,75 €
Agost	15.109,00 €							7.554,50 €	7.554,50 €				7.554,50 €
setembre	15.128,50 €								7.564,25 €	7.564,25 €			7.564,25 €
octubre	14.245,00 €									7.122,50 €	7.122,50 €		7.122,50 €
novembre	15.141,00 €										7.570,50 €	7.570,50 €	7.570,50 €
desembre	15.353,50 €											7.676,75 €	7.676,75 €
PAGAMENTS	14.026,25 €	13.423,00 €	12.822,25 €	12.837,75 €	13.440,75 €	14.080,25 €	14.557,75 €	15.048,25 €	15.118,75 €	14.686,75 €	14.693,00 €	15.247,25 €	

Annex 5: Fitxa de magatzem



12. Pèrdues i guanys provisionals

COMpte DE PÈRDUES I GUANYS			
	2017	2018	2019
INGRESSOS			
Vendes	107.611,05 €	154.430,83 €	182.355,74 €
Altres ingressos	6.575,21 €	7.051,24 €	7.467,77 €
TOTAL INGRESSOS	114.186,26 €	161.482,07 €	189.823,51 €
DESPESES			
Compres i variació d'existències	83.018,14 €	119.320,25 €	141.030,17 €
Compres mercaderies	83.018,14 €	119.320,25 €	141.030,17 €
Serveis externs	8.534,00 €	10.364,58 €	11.284,29 €
Arrendaments	1.190,08 €	1.190,08 €	1.190,08 €
Subministres aigua	121,82 €	121,82 €	121,82 €
Subministrament electricitat	416,53 €	416,53 €	416,53 €
Comunicacions internet	771,36 €	771,36 €	771,36 €
Material oficina	297,52 €	347,11 €	376,86 €
Publicitat i propaganda	297,52 €	342,98 €	396,69 €
Transports i comunicacions	3.272,73 €	4.909,09 €	5.727,27 €
Primes d'assegurances	1.340,00 €	1.340,00 €	1.325,00 €
Reparacions i conservació	826,45 €	925,62 €	958,68 €
Amortitzacions	1.519,77 €	1.519,77 €	1.519,77 €
Amortit immobilitzat intangible	65,95 €	65,95 €	65,95 €
Amortit immobilitzat material	1.453,82 €	1.453,82 €	1.453,82 €
Despeses de personal	32.760,00 €	32.760,00 €	32.760,00 €
Sous i salaris	25.200,00 €	25.200,00 €	25.200,00 €
Seguretat Social	7.560,00 €	7.560,00 €	7.560,00 €
Despeses financeres	1.402,62 €	1.093,79 €	784,95 €
Interessos préstec	1.402,62 €	1.093,79 €	784,95 €
TOTAL DESPESES	127.234,54 €	165.058,39 €	187.379,18 €
RESULTAT ABANS IMPOSTOS	-13.048,28 €	-3.576,32 €	2.444,33 €
COMPENSACIÓ BASES NEGATIVES			2.444,33 €
Impost de societats (15%)	-1.957,24 €	-536,45 €	366,65 €
RESULTAT DESPRES IMPOSTOS	-11.091,03 €	-3.039,87 €	2.077,68 €

Tal com podem observar el primer any tenim unes pèrdues bastant elevades, el segon van baixant i seria a partir de l'any 3 quan podríem començar a tenir beneficis. Cap dels tres anys pagarem impost de societats perquè tenim una partida de crèdits per pèrdues a compensar. Apliquem un impost de societats del 15% perquè la normativa actual ens permet aplicar aquest impost a les empreses de nova creació.

Les despeses són bastant constants, i van augmentant en relació directa als ingressos, per això veiem que les despeses creixents són les compres i també els serveis externs.

13. Balanç provisional

	2017	2018	2019		2017	2018	2019
Actiu No Corrent				Patrimoni net	6.908,97 €	7.869,09 €	9.946,77 €
Intangible	197,85 €	131,90 €	65,95 €	Aportació dels socis	18.000,00 €	22.000,00 €	22.000,00 €
Aplicacions informàtiques	263,80 €	263,80 €	263,80 €	Resultat de l'exercici	-11.091,03 €	-3.039,87 €	2.077,68 €
Amortització	-65,95 €	-131,90 €	-197,85 €	Resultats negatius ex. Anteriors		-11.091,03 €	-14.130,91 €
Material	11.936,47 €	10.482,64 €	9.028,82 €	Passiu no corrent	12.000,00 €	8.000,00 €	6.000,00 €
Elements de transport	12.230,00 €	12.230,00 €	12.230,00 €	Préstecs a llit	12.000,00 €	8.000,00 €	6.000,00 €
Equips informàtics	765,29 €	765,29 €	765,29 €	Passiu corrent	12.689,06 €	14.277,98 €	15.166,79 €
Mobiliari	395,00 €	395,00 €	395,00 €	Préstecs a c/t	4.000,00 €	4.000,00 €	4.000,00 €
Amortització	-1.453,82 €	-2.907,64 €	-4.361,47 €	Proveïdors	5.741,50 €	7.012,25 €	7.676,75 €
Actiu Corrent				HP Creditora per IVA	1.624,56 €	1.942,73 €	2.167,04 €
Existències	835,00 €	835,00 €	835,00 €	Organismes de SS Creditors	756,00 €	756,00 €	756,00 €
Mercaderies	835,00 €	835,00 €	835,00 €	HP Creditora per IRPF	567,00 €	567,00 €	567,00 €
Realitzable	14.187,24 €	17.316,29 €	18.062,44 €	TOTAL ACTIU	31.598,02 €	30.147,08 €	31.113,56 €
Clients	12.230,00 €	14.822,60 €	15.935,40 €	TOTAL PN I PASSIU	31.598,02 €	30.147,08 €	31.113,56 €
Crèdit per pèrdues a compensar	1.957,24 €	2.493,69 €	2.127,04 €				
Disponible	4.441,46 €	1.381,24 €	3.121,34 €				
Caixa i banc	4.441,46 €	1.381,24 €	3.121,34 €				

Annex 6: quadre liquidació l'IVA

14. Planificació de tresoreria (Cash Flow)

ANY 2017													
	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre	TOTAL
COBRAMENTS													
Clients	1.623,40 €	7.138,40 €	7.236,30 €	8.380,68 €	8.487,10 €	8.540,80 €	10.908,60 €	12.397,00 €	13.740,00 €	12.257,90 €	12.409,20 €	14.860,00 €	117.979,38 €
visites bodegues	204,00 €	204,00 €	204,00 €	204,00 €	204,00 €	204,00 €	204,00 €	204,00 €	408,00 €	204,00 €	204,00 €	408,00 €	2.856,00 €
Tast de vins	425,00 €	425,00 €	425,00 €	425,00 €	425,00 €	425,00 €	425,00 €	425,00 €	425,00 €	425,00 €	425,00 €	425,00 €	5.100,00 €
TOTAL COBRAMENTS	2.252,40 €	7.767,40 €	7.865,30 €	9.009,68 €	9.116,10 €	9.169,80 €	11.537,60 €	13.026,00 €	14.573,00 €	12.886,90 €	13.038,20 €	15.693,00 €	125.935,38 €
PAGAMENTS													
Mercaderies	2.747,25 €	5.487,50 €	5.951,50 €	6.435,48 €	6.484,98 €	7.415,25 €	8.898,00 €	10.032,25 €	9.996,50 €	9.436,00 €	10.406,25 €	11.419,50 €	94.710,45 €
Compres mercaderies	2.747,25 €	5.487,50 €	5.951,50 €	6.435,48 €	6.484,98 €	7.415,25 €	8.898,00 €	10.032,25 €	9.996,50 €	9.436,00 €	10.406,25 €	11.419,50 €	94.710,45 €
Despeses serveis exteriors	9.760,93 €	682,78 €	862,78 €	667,78 €	587,78 €	3.999,28 €	592,78 €	659,78 €	869,78 €	667,78 €	607,78 €	4.025,28 €	23.984,50 €
arrendaments	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	120,00 €	1.440,00 €
subministres aigua			30,00 €			37,00 €			37,00 €				134,00 €
Subministrament electricitat		100,00 €		85,00 €		67,00 €		67,00 €		85,00 €			504,00 €
Subministrament internet	77,78 €	77,78 €	77,78 €	77,78 €	77,78 €	77,78 €	77,78 €	77,78 €	77,78 €	77,78 €	77,78 €	77,78 €	933,35 €
Material oficina	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	360,00 €
Publicitat i propaganda	25,00 €	25,00 €	25,00 €	25,00 €	30,00 €	30,00 €	35,00 €	35,00 €	25,00 €	25,00 €	50,00 €	30,00 €	360,00 €
Transports i comunicacions	330,00 €	330,00 €	330,00 €	330,00 €	330,00 €	330,00 €	330,00 €	330,00 €	330,00 €	330,00 €	330,00 €	330,00 €	3.960,00 €
Primes d'assegurances	1.340,00 €												1.340,00 €
Reparacions i conservació			250,00 €			250,00 €			250,00 €				1.000,00 €
Proveïdors immobilitzat	7.838,15 €					3.057,50 €							13.953,15 €
Personal	1.785,00 €	2.541,00 €	2.541,00 €	3.108,00 €	2.541,00 €	2.541,00 €	3.108,00 €	2.541,00 €	2.541,00 €	3.108,00 €	2.541,00 €	2.541,00 €	31.437,00 €
Sous i salaris	1.785,00 €	2.541,00 €	2.541,00 €	3.108,00 €	2.541,00 €	2.541,00 €	3.108,00 €	2.541,00 €	2.541,00 €	3.108,00 €	2.541,00 €	2.541,00 €	31.437,00 €
seguretat social empresa		630,00 €	630,00 €	630,00 €	630,00 €	630,00 €	630,00 €	630,00 €	630,00 €	630,00 €	630,00 €	630,00 €	6.930,00 €
Seguretat Social treballador		126,00 €	126,00 €	126,00 €	126,00 €	126,00 €	126,00 €	126,00 €	126,00 €	126,00 €	126,00 €	126,00 €	1.386,00 €
IRPF				567,00 €		567,00 €				567,00 €			1.701,00 €
Despeses financeres	462,01 €	459,87 €	457,72 €	455,58 €	453,44 €	451,29 €	449,15 €	447,00 €	444,86 €	442,71 €	440,57 €	438,42 €	5.402,62 €
Quotes préstec	333,33 €	333,33 €	333,33 €	333,33 €	333,33 €	333,33 €	333,33 €	333,33 €	333,33 €	333,33 €	333,33 €	333,33 €	4.000,00 €
Interessos préstec	128,68 €	126,54 €	124,39 €	122,25 €	120,10 €	117,96 €	115,81 €	113,67 €	111,52 €	109,38 €	107,23 €	105,09 €	1.402,62 €
Hisenda Pública creditora per IVA				571,41 €		1.050,16 €				1.502,78 €			3.124,35 €
TOTAL PAGAMENTS	14.755,19 €	9.171,15 €	9.813,00 €	11.238,24 €	10.067,19 €	14.406,82 €	14.098,08 €	13.680,03 €	13.852,14 €	15.157,27 €	13.995,60 €	18.424,20 €	155.534,56 €
SALDO MES	-12.502,79 €	-1.403,75 €	-1.947,70 €	-2.228,57 €	-951,09 €	-5.237,02 €	-2.560,48 €	-654,03 €	720,86 €	-2.270,37 €	-957,40 €	-2.731,20 €	4.441,46 €
SALDO ANTERIOR	37.165,00 €	24.662,21 €	23.258,46 €	21.310,76 €	19.082,19 €	18.131,10 €	12.894,08 €	10.333,60 €	9.679,57 €	10.400,43 €	8.130,06 €	7.172,67 €	4.441,46 €
SALDO ACUMULAT	24.662,21 €	23.258,46 €	21.310,76 €	19.082,19 €	18.131,10 €	12.894,08 €	10.333,60 €	9.679,57 €	10.400,43 €	8.130,06 €	7.172,67 €	4.441,46 €	4.441,46 €

període de temps. Això ens permetrà anticipar-nos a possibles desequilibris de liquiditat i ens aportarà marge per gestionar-los, abans que es converteixin en problemes no reconduïts.

Una vegada realitzada la planificació, ens trobem que sobretot el primer any les despeses seran molt superiors als ingressos i que podrem fer front els pagaments gràcies al saldo de tresoreria inicial que tenim. El segon any haurem de fer una aportació de capital extra de 4.000€, i demanar un préstec addicional de 2.000€ a l'inici del segon any.

Caldria vigilar la liquiditat d'aquest projecte doncs amb la previsió de vendes fetes no seria viable. Per tal de poder quadrar la tresoreria i no presentar dèficit s'ha hagut de retocar els sous i salaris dels socis treballadors.

15. Ratis

		2017	2018	2019
Solvència	AC / PC	1,5339	1,3680	1,4518
Test àcid	(AC - Existències) / PC	1,4681	1,3095	1,3967
Liquiditat	Tresoreria / PC	0,3500	0,0967	0,2058
Garantia	Actiu / (PNC + PC)	1,2798	1,3532	1,4699
Fermesa	ANC / PNC	1,0112	1,3268	1,5158
Relació endeutament	(PNC + PC) / (PN+ PASSIU)	0,7813	0,7390	0,6803
Qualitat del deute	PNC / (PC + PNC)	0,4860	0,3591	0,2835

Font: elaboració pròpia

El rati de solvència, test àcid i liquiditat, ens mesuren la capacitat que té l'empresa per fer front els pagaments a curt termini. Els dos primers, per anar bé haurien de ser superiors a 1, per tant podem verificar que a curt termini no tenim problemes per fer front els pagaments. El valor òptim del rati de liquiditat és 0,3 el segon i el tercer any és massa just. Hauríem de mirar de renegociar deutes a curt termini per no patir un desequilibri de tresoreria.

Els altres ratis són a llarg termini, tant el de garantia com fermesa, per anar bé haurien de ser superiors a 1, cosa que es compleix, podem verificar que amb tot l'actiu podríem pagar tots els deutes i que amb l'actiu no corrent els deutes a llarg termini.

El rati de relació d'endeutament, ens indica el percentatge de deute respecte a tot el patrimoni net i passiu. El valor òptim és entre 0,5 i 0,6; podríem dir que el tenim massa alt, però és normal a l'inici de vida d'un projecte, doncs encara no tenim beneficis.

La qualitat del deute ens indicia la categoria del nostre deute, com més alt sigui millor, aniria bé tenir aquest valor una mica més alt, doncs ens indica que tenim molt de deute a curt termini.

16. Viabilitat de l'empresa

Un cop estudiades i analitzades totes les variables oportunes podem donar resposta a les qüestions plantejades a l'inici del present treball.

L'objectiu i pretensió d'aquest projecte era estudiar en profunditat la viabilitat de l'empresa, per tant, podem concloure:

És viable el projecte?

L'empresa tal com es presenta al compte de pèrdues i guanys i als balanços podríem dir que és viable a partir del tercer any, però que en aquest moment encara no podem cobrir les pèrdues dels anys anteriors.

Seria molt important tenir molta cura amb la liquiditat, perquè en la previsió feta ens presentava problemes de tresoreria que s'han hagut de solucionar ampliant capital i demanant un préstec addicional.

Les possibles mesures que podríem prendre per tal de millorar els resultats de l'empresa son, entre d'altres les que presentem a continuació.

Caldria fer modificacions perquè fos viable?

- Renegociar el deute a llarg termini, establint una quota mensual menor, i/o un percentatge menor del tipus d'interès.
- Acordar amb els proveïdors i creditors, venciments de pagament més llunyans o imports més petits.
- Obtenir marges superiors, o bé augmentant una mica el preu de venda o negociant amb els proveïdors preus de compres inferiors.



Referències Bibliogràfiques

Articles i webs

- Dekantium (2014). *Dekantium*. Recuperat de: <http://dekantium.com/>
- DO Empordà (2015) *Empordà. Consell Regulador de la denominació d'Origen*. Recuperat de: <http://www.doemporda.cat/>
- El punt Avui (2016). *La DO Empordà assoleix un altre rècord de vendes*. Recuperat de: <http://www.beta.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/955888-la-do-emporda-assoleix-un-altre-record-de-vendes.html>
- El punt Avui (2016). *El vi Català trepitja la Competència*. Recuperat de: <http://www.elpuntavui.cat/article/4-economia/18-economia/834429-el-vi-catala-trepitja-la-competencia.html>
- Hearst España S.L. (2016). *Una tienda de pura cepa*. Recuperat de: <http://www.emprendedores.es/var/em/storage/original/application/21c46c8e11a73d5e046c9ce2e0d17a6f.pdf>
- Mercasa (2013) *Consumo de vino en España*. Recuperat de: http://www.mercasa.es/files/multimedios/1372262928_Consumo_de_vino_espana_54-59.pdf
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2016) *Balance del vino*. Recuperat de: <http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-agrarias/agricultura/balance-del-vino/>
- Universitat Pompeu Fabra Barcelona (2016) *Unitat d'Innovació UPF Business Shuttle*. Recuperat de: https://www.upf.edu/innovacio/pla_empresa/guia_metodologica.html#.VzC
- VGSC (2015) *Cataluña lidera el consumo del vino en alimentación*. Recuperat de: <https://www.vinetur.com/2015061819914/cataluna-lidera-el-consumo-de-vino-en-alimentacion.html>



Annexes

Annex 1: Pacte de socis

CONTRACTE ENTRE SOCIS DE DIVILI SLL

A Girona a 10 de Desembre de 2016,

D'una part, la Sra. Lídia Ponsetí Rabaña, major d'edat, amb domicili al carrer del Sol, número 14, Corçà, i DNI número 40369823Q. Actua en el seu propi nom i representació i així mateix en nom i representació de Divili, S.L.L (en endavant, la "Companyia"), societat de responsabilitat limitada laboral domiciliada a Corçà, al carrer del Sol, número 14, i CIF número B61248548, constituïda mitjançant escriptura pública atorgada en data 1 de Desembre de 2016, davant el Notari de Girona, Sr. José Maria Estropá Torres.

D'una altra part, la Sra. Meritxell Navarro, major d'edat, amb domicili a Urb. Els Cisnes nº 7 Caldes de Malavella, i amb DNI número 40371432-S. Actua en el seu propi nom i representació.

D'una altra part, la societat Divilim S.L.L. societat de responsabilitat limitada Laboral domiciliada a Corçà, al carrer del Sol, número 14, i CIF número B61248548, constituïda mitjançant escriptura pública atorgada en data 1 de desembre de 2016, davant el Notari de Girona, Sr. José María Estrepà Torres. Actua degudament representada per la Sra. Meritxell Navarro en la seva qualitat de Consellera, d'acord amb el nomenament que figura a l'escriptura de constitució de la societat.

En endavant, tots ells, a excepció de la Companyia i la societat Divili es denominaran conjunta i indistintament els "Socis", i individualment qualsevol d'ells, el "Soci".

Els Socis, la Companyia i la Societat Divili, es denominaran conjuntament i indistintament les "Parts", i individualment qualsevol d'ells, la "Part".

Les Parts, en la qualitat que intervenen, asseguruen tenir la capacitat legal necessària per a obligar-se en els termes del present contracte (en endavant, indistintament el "Contracte entre Socis" o el "Contracte") i, en virtut d'això,

EXPOSEN

I. Que en data 1 de Desembre de 2016, la Sra. Navarro juntament amb la Sra. Ponsetí a la Universitat de Girona, varen constituir la societat Divili.

II. Que la finalitat per la qual ha estat constituïda la Companyia és la inversió i tinença de participacions de la societat, l'objecte del qual és la distribució de vins de la Denominació d'Origen Empordà, oferint qualitat i diversificació als clients.

III. Que la Companyia té, en l'actualitat, un capital social de divuit mil euros (18.000€), íntegrament subscrit i desemborsat, dividit en 2 parts iguals.

SOCIS	PERCENTATGE
Meritxell Mavarro	50 %
Lídia Ponsetí	50%
Total	100%

IV. Que als efectes de regular les seves relacions com a socis de la Companyia i els seus respectius drets i obligacions en el funcionament, govern i gestió de la mateixa,

han convingut atorgar el present Contracte entre Socis, de conformitat amb les següents:

CLÀUSULES

1. OBJECTE DEL CONTRACTE

El present Contracte entre Socis té per objecte regular la inversió en la societat Divili; i les relacions jurídiques entre les Parts, en tant que socis titulars del cent per cent (100%) del capital social de la Companyia, així com el govern i administració de la mateixa, tot atenent als termes i condicions continguts en el present document.

2. INVERSIÓ A DIVILI

2.1. Els Socis de la Companyia, acorden realitzar cada un, una inversió de nou mil euros (9.000-€) en la societat, via aportació de capital.

2.2. Com a conseqüència de l'adquisició de la condició de soci en el capital social de la Companyia s'adherirà al seu contracte entre socis signat en data 1 de Desembre de 2016. Els Socis, mitjançant la signatura d'aquest Contracte, manifesten conèixer el contingut dels referits acords i es comprometen a què en l'exercici dels seus drets com a Socis, donaran compliment als pactes continguts als referits acords entre socis de Divili.

3. JUNTA GENERAL DE SOCIS

Les Parts acorden que, per a l'adopció d'acords la competència dels quals correspongui a la Junta General, es requerirà l'aprovació per les majories establertes a la Llei, sense perjudici del disposat a la clàusula 5, per als que es requerirà l'aprovació per part de 2/2 parts dels vots corresponents a les participacions en què es divideixi el capital social.

4. ÒRGAN D'ADMINISTRACIÓ

4.1. La Companyia es regeix mitjançant una Administradora Única, càrrec que recaurà, inicialment, en la Sra. Lídia Ponsetí.

4.2. L'Administradora Única de la Companyia haurà d'informar semestralment, als Socis de la Companyia de la marxa de la seva activitat.

4.3. En el supòsit que en un futur la Junta General de Socis optés per organitzar l'administració de la Companyia mitjançant un Consell d'Administració, a aquest li seran d'aplicació les següents previsions:

(a) Composició: El Consell d'Administració de la Companyia estarà integrat per un mínim de dos i un màxim de dos consellers.

(b) Reunions: El Consell d'Administració es reunirà, al domicili social, quan els interessos de la Companyia ho facin aconsellable o a petició de qualsevol conseller de la Companyia.

(c) Convocatòries: Les reunions del Consell seran convocades per correu electrònic o escrit pel president del Consell d'Administració, amb una antelació mínima de cinc dies naturals.

(d) Adopció d'acords: L'adopció d'acords del Consell d'Administració requerirà el vot favorable de la majoria simple dels consellers presents. Així mateix, la votació per escrit i sense sessió serà vàlida si cap conseller s'hi oposa.

(e) Secretari del Consell d'Administració: El mateix Consell d'Administració designarà el Secretari i/o, en cas de considerar-ho convenient, el Vicesecretari del Consell d'Administració. Aquests càrrecs podran recaure en persones que no ostentin la condició de consellers, cas en el qual podran assistir a les reunions del Consell d'Administració amb veu però sense vot.

5. MAJORIES QUALIFICADES

5.1. Les Parts acorden que, per a l'adopció dels acords descrits a continuació, es requerirà el vot favorable dels dos socis.

(a) Acords d'augment de capital, reducció, fusió, escissió, dissolució, transformació, liquidació, o exclusió del dret de subscripció preferent a les ampliacions de capital.

(b) Modificació dels Estatuts Socials de la Companyia;

(c) Modificació de la composició de l'Òrgan d'Administració o de la forma d'administrar la Companyia.

(d) La retribució dels administradors.

(e) Autorització per a la realització per part dels administradors d'activitats que impliquin competència directa per a la Companyia.

(f) Celebració de negocis amb socis, administradors i/o persones o entitats vinculades.

(g) Separació i exclusió de socis.

(h) Aprovació dels Comptes Anuals, aplicació del resultat i distribució de dividends.

6. RÈGIM DE TRANSMISSIÓ DE PARTICIPACIONS

6.1. El règim de transmissió de participacions socials serà l'establert per Llei, sent lliure la transmissió de participacions entre els Socis, i subjecte en tot cas al disposat en el present Contracte.

6.2. Les transmissions a favor d'un tercer competidor directe o indirecte de la Companyia, requeriran en tot cas l'autorització de l'Òrgan d'Administració de la societat. En aquells supòsits en què hi hagi un dubte raonable de si el tercer és o no un competidor directe o indirecte de la Companyia, qui ho decidirà serà l'Òrgan d'Administració.

7. DRET D'ADQUISICIÓ PREFERENT

7.1. En el supòsit que qualsevol Soci pretengui transmetre inter vivos les seves participacions de la Companyia a tercers, la resta de Socis, i en el seu defecte la pròpia Companyia, ostentaran un dret d'adquisició preferent sobre les mateixes, de conformitat amb el règim legal previst a l'article 107 de la Llei de Societats de Capital.

7.2. Els Socis podran adquirir aquestes participacions en les mateixes condicions contingudes a l'oferta de compra rebuda pel Soci que es proposi la transmissió per part del tercer interessat en l'adquisició.

7.3. Les participacions ofertes corresponents als Socis de la Companyia que no desitgin exercitar aquest dret acreixeran proporcionalment a la resta de Socis.

8. DRET D'ACOMPANYAMENT (TAG-ALONG RIGHT)

8.1. En el supòsit que qualsevol dels Socis rebi una oferta per a l'adquisició, total o parcial, de la seva participació en el capital social per part d'un tercer aliè a la Companyia, i sense perjudici del dret d'adquisició preferent conferit en la clàusula anterior, la resta de Socis tindran dret a transmetre part de les seves participacions conjuntament, al mateix preu i condicions, i en una proporció equivalent a la seva participació en el capital social de cadascun dels Socis interessats en la transmissió, obligant al soci venedor a incloure en el paquet que es transmeti les participacions del soci que ho sol·liciti en la proporció corresponent.

8.2. En conseqüència, el soci venedor reduirà el seu nombre de participacions a transmetre, adherint-se a la venda els Socis que així ho sol·licitin, a prorrata de la seva participació en el capital social de la Companyia.

9. DRET DE MILLOR FORTUNA

9.1. En cas que un soci transmeti, total o parcialment, a altre soci les seves participacions socials i, aquest últim faci una transmissió de les seves participacions durant un termini d'un (1) any a un tercer aliè a la Companyia per un preu superior, el primer soci transmissor tindrà dret a percebre del segon soci adquirent la meitat del guany patrimonial, això és, la meitat de la diferència entre el valor de transmissió i el valor d'adquisició, obtinguda per aquest com a conseqüència de la transmissió al tercer aliè a la Companyia.

10. NOUS SOCIS

10.1. Qualsevol nou soci de la Companyia, amb independència del títol en virtut del qual hagués adquirit les seves participacions socials, haurà de complir i respectar íntegrament totes les obligacions establertes en aquest Contracte i d'altres que regeixin entre les Parts i adherir-se plenament al present Contracte entre Socis, subrogant-se, en cas de no haver-se realitzat un augment de capital, en totes les obligacions del soci transmissor.

10.2. Les Parts en aquest sentit, s'obliguen a no transmetre participacions de la Companyia, ni a acceptar l'entrada de cap nou soci, sense que aquest hagi acceptat de forma prèvia, expressa i escrita el contingut del present Contracte.

11. INCOMPLIMENT DEL CONTRACTE

En cas d'incompliment per part de qualsevol de les Parts de les obligacions establertes en el present Contracte entre Socis, sense que hagi estat esmenat en el termini d'un mes des de la comunicació per part de qualsevol Part informant de l'incompliment, la Companyia adquirirà les participacions en poder de la part o parts incomplidores, per un preu total d'un euro (1 €).

12. OBLIGATORIETAT I CARÀCTER PRIORITARI DEL CONTRACTE ENTRE SOCIS

12.1. Les Parts es comprometen a complir fidelment totes les clàusules d'aquest Contracte entre Socis amb referència a les matèries que en el mateix es contemplen, i a regular les seves relacions en aquelles matèries no contingudes en aquest Contracte entre Socis de conformitat amb l'esperit del mateix.

12.2. Les Parts es comprometen a fer ús de forma activa dels seus drets com a socis de la Companyia a l'efecte de permetre el compliment del disposat en el present Contracte entre Socis.

12.3. Les Parts acorden que, en cas de discòrdia entre el present Contracte entre Socis i els Estatuts Socials de la Companyia vigents a cada moment, independentment que es trobin o no inscrits en el Registre Mercantil, aquest Contracte entre Socis prevaldrà entre les Parts enfront del contingut dels referits Estatuts.

13. CONFIDENCIALITAT

13.1. Les Parts s'obliguen a no divulgar i mantenir sota estricta confidencialitat i secret el contingut del present Contracte entre Socis, incloent la informació relativa a les altres Parts o obtinguda de les altres Parts amb motiu del present Contracte entre Socis i els seus annexos, així com dels contractes connexos o accessoris al mateix, i la informació que poguessin obtenir amb motiu del desenvolupament de l'activitat de la Companyia.

13.2. Així mateix, les Parts s'obliguen a no publicar, comunicar, divulgar, revelar o utilitzar aquesta informació confidencial o qualsevol altra informació obtinguda en virtut del present Contracte entre Socis, sense obtenir el consentiment previ i per escrit de la resta de les Parts, tret que es prevegi expressament el contrari en el present Contracte entre Socis.

13.3. Les disposicions d'aquesta clàusula continuaran en ple vigor i seran vinculants per a les Parts independentment de la resolució del present Contracte entre Socis.

14. DADES DE CARÀCTER PERSONAL

14.1. Per al tractament, automatitzat o no, de les dades de caràcter personal de qualsevol de les Parts, amb qualsevol finalitat, així com per a la cessió de les referides dades a terceres empreses o persones, la Part que pretengui el tractament o la cessió de dades haurà de recaptar, cas per cas, l'autorització prèvia i expressa de les altres Parts.

14.2. Per a la difusió per qualsevol de les Parts i per qualsevol mitjà d'informació relativa a alguna de les altres Parts, la Part que pretengui la difusió haurà de recaptar, cas per cas, l'autorització prèvia i expressa de les altres Parts.

15. NOTIFICACIONS

15.1. Totes les notificacions i comunicacions que es formulin, a l'efecte del present Contracte entre Socis, es faran per escrit i de manera fefaent, i es dirigiran a les adreces que consten a l'encapçalament del present Contracte.

15.2. Les Parts podran variar les adreces que figuren en l'apartat anterior, comunicant-ho a les altres Parts per escrit, en la forma indicada en l'apartat immediatament anterior.

16. CONTRACTE ENTRE SOCIS ÚNIC

El contingut del present Contracte entre Socis substitueix a qualsevol altres acords o Contracte entre Socis existents entre totes o algunes de les Parts, verbals o per escrit, que queden sense valor o sense efecte a partir del dia d'avui.

17. ELEVACIÓ A PÚBLIC

Les Parts s'obliguen a aixecar a públic el present Contracte a requeriment, en aquest sentit, de qualsevol de les Parts.

18. CONSERVACIÓ

18.1. Si qualsevol clàusula d'aquest Contracte entre Socis fos declarada, total o parcialment, nul·la o ineficaç, tal nul·litat o ineficàcia afectarà tan sols a aquesta disposició o a la part de la mateixa que resulti nul·la o ineficaç, subsistint el Contracte entre Socis en tota la resta, tenint-se tal disposició o la part de la mateixa que resulti afectada per no posada.

18.2. A tals efectes, el Contracte entre Socis només deixarà de tenir validesa exclusivament respecte a la disposició nul·la o ineficaç, i cap altra part o disposició del present Contracte entre Socis quedarà anul·lada, invalidada, perjudicada o afectada per tal nul·litat o ineficàcia. En aquest cas les Parts negociaran de bona fe una nova clàusula que sigui vàlida, eficaç i exigible a l'efecte de substituir aquella que no ho fos, en els termes més semblats als originals.

19. TÍTOLS

Els títols dels apartats i de les Clàusules d'aquest Contracte entre Socis estan inserits per facilitar la seva lectura, però no formen part integrant del mateix.

20. JURISDICCIÓ I LLEI APLICABLE

20.1. Les Parts acorden que per a la solució de qualsevol litigi sorgit com a conseqüència de la interpretació, execució i compliment del present Contracte entre Socis, se sotmetran a la jurisdicció dels jutjats i tribunals de la ciutat de Girona.

20.2. El present Contracte entre Socis es regirà i interpretarà d'acord amb les lleis espanyoles.

I, EN PROVA D'ACCEPTACIÓ I CONFORMITAT, les Parts subscriuen el present Contracte entre Socis, al lloc i la data esmentats a l'encapçalament

Meritxell Navarro

Lídia Ponsetí

Annex 2: llistat de Cellers

Agullana

Còsmic Vinyaters

Plaça Maria Teresa Pallejà, 3
<http://www.cosmic.cat/>

Cadaqués

Celler Martín Faixó

Passeig Marítim, 7
<http://www.cellermartinfaixo.com/>

Calonge

Bodegas Clos d'Agon

C/ Afores, s/n
<http://www.closdagon.com/>

Celler Mas Eugeni

Paratge del Ronquillo s/n
<http://www.cellermaseugeni.com/>

Cantallops

Masia Serra

Carrer dels Solés, 20
<http://es.masiasserra.com/>

Vinyes dels Aspres

Carrer Requesens, 7
<http://www.vinyesdelsaspres.cat/>

Campmany

Aldea de Buscarós

Carretera de Darnius, Km. 2,5
<http://www.aldeadebuscaros.es/index.html>

Castillo de Campmany

Plaça del Fort, 8
<http://castillodecampmany.es/>

Celler Arché Pagès

Carrer Sant Climent, 31
<http://es.cellerarcheapages.com/>

Celler Marià Pagès

Pujada, 6
<http://www.cellermpages.com/es>

Cellers Santamaria

Plaça Major, 5

Oliveda, S.A

La Roca. 3
<http://www.grupoliveda.com/>

Oliver Conti, S.L

Puignau, s/n
<http://www.oliverconti.com/Catala/Inici.html>

Pere Guardiola

Ctra. GI-602, km 2,9
<http://www.pereguardiola.com/>

Vinyes d'Olivardots

Paratge d'Olivardots, s/n
<http://www.olivardots.com/?lang=es>

Cistella

Bodegas Mas Vida

Afores, S/n
<http://www.bodegamasvida.com/es/>

Colera

Celler Hugas de Batlle

C/ Francesc Rivera, 28-30
www.cellerhugasdebatlle.com/

Cruïlles

Sota els Àngels

Afores, s/n
<http://www.sotaelsangels.com/>

Espolla

Celler Cooperativa d'Espolla

Ctra de Roses, s/n
<http://cellerespolla.cat/>

Setzevins Celler

Relliquer, 11
<http://www.setzevins.cat/>

Fonteta

Celler Mas Anglada

Camí de Fitor, S/n

Celler Mas Patiràs

Jardins de l'Empordà- Jardí botànic
<http://www.jardinsemporda.com/es/celler-mas-patiras/>

Garriguella

Bodegues Trobat

Castelló, 10
<http://www.bodegastrobat.com/>

Cooperativa Agrícola de Garriguella

Carretera de Roses, s/n
<http://es.cooperativagarriguella.com/>

Mas Llunes

Ctra de Vilajuiga, s/n – Paratge El Pla
<http://masllunes.es/>

Masetplana

Paratge dels Pedreguers, s/n
<http://www.masetplana.com/index.php/ca>

Masarac

Castell de Biart

Ctra de Vilarnadal a Peralada, km 1,8
<http://www.castelldebiart.es/>

Mollet de Peralada

***Lavinyeta**

Carretera de Mollet a Masarac
<http://www.lavinyeta.es/es/>

Roig Parals

Garriguella, 8
<http://www.roigparals.cat/>

Vinícola del nord

Espolla, 9

Palamós

Celler Bell- Lloc

Finca Bell- Lloc
<http://www.fincabell-lloc.com/la-bodega/>

Palau Saverdera

Celler Mas Romeu

c/ Gregal, 1
<http://www.cellermasromeu.cat/>

Pau

Empordàlia

Carretera de Roses, s/n
<http://www.empordalia.com/>

Peralada

Castell de Peralada

Sant Joan, 9
<http://www.perelada.com/es/>

Rabós d'Empordà

Celler d'en Guilla

Camí de Peralada, 1 – Barri de Delfià
<http://www.cellersdenguilla.com/>

Sant Climent Sescebas

Celler Martí Fabra

Vic, 26

Terra Remota

Els Tallats, s/n
<http://www.terraremotacom/>

Torrent

Mas Oller

Ctra. GI- 652, Km 0,235
<http://www.masoller.es/>

Vall-Llobrega

Can Sais

Raval de Dalt, 10
<http://www.cellercansais.com/>

Vilajuiga

Espelt Viticultors

Mas Espelt
<http://www.espeltviticultors.com/ca>

Vilamaniscle

Av Bodeguers

Baldiri, s/n
<http://avbodeguers.com/>

Annex 3: Certificació negativa



REGISTRO MERCANTIL CENTRAL
SECCION DE DENOMINACIONES

ADVERTENCIAS
1º ES ACONSEJABLE SOLICITAR AL MENOS 3 DENOMINACIONES DISTINTAS
2º NO SE CURSARAN PETICIONES QUE NO SEAN CLARAMENTE LEGIBLES

C/ PRINCIPE DE VERGARA, Nº 94
Tfno.- 902.88.44.42 Fax.- 91.563.69.26
28006 - MADRID

SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN (VER NOTAS AL DORSO)

BENEFICIARIO DE LA DENOMINACION SOCIAL

A) En caso de CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD, indíquese el nombre y apellidos o denominación social, de uno de los socios fundadores.

Lidia Ponsetí Rabaña

B) En caso de CAMBIO DE DENOMINACIÓN o ADAPTACIÓN DE SOCIEDADES YA CONSTITUIDAS, indíquese el nombre actual de la sociedad.

DENOMINACIONES SOLICITADAS (1):

PRIMERA DENOMINACIÓN DIVILI
SEGUNDA DENOMINACIÓN EMPOQUALITY
TERCERA DENOMINACIÓN DISTRIBUCIONS EMPORDÀ

FORMA SOCIAL: S.L.L

PRESENTANTE DE LA SOLICITUD:

A Corçà a 15 de Novembre de 2016

Firma del presentante

FACTURA A NOMBRE DE { BENEFICIARIO } N.I.F.: 40369823Q
 { PRESENTANTE }

c/ Tarragona, 34-36

POBLACIÓN Corçà c.P.:17121

PROVINCIA: Girona PAIS: España

TELEFONO : 666 444 000

E-MAIL : lponseti@divili.cat

Annex 4: Quadre d'amortització del préstec (3 primers anys)

mensualitat	quota intere	Quota capita	Quota total	capital amortitzat	Capital pendent
0					20.000,00 €
1	128,68 €	333,33 €	462,01 €	333,33 €	19.666,67 €
2	126,54 €	333,33 €	459,87 €	666,67 €	19.333,33 €
3	124,39 €	333,33 €	457,72 €	1.000,00 €	19.000,00 €
4	122,25 €	333,33 €	455,58 €	1.333,33 €	18.666,67 €
5	120,10 €	333,33 €	453,44 €	1.666,67 €	18.333,33 €
6	117,96 €	333,33 €	451,29 €	2.000,00 €	18.000,00 €
7	115,81 €	333,33 €	449,15 €	2.333,33 €	17.666,67 €
8	113,67 €	333,33 €	447,00 €	2.666,67 €	17.333,33 €
9	111,52 €	333,33 €	444,86 €	3.000,00 €	17.000,00 €
10	109,38 €	333,33 €	442,71 €	3.333,33 €	16.666,67 €
11	107,23 €	333,33 €	440,57 €	3.666,67 €	16.333,33 €
12	105,09 €	333,33 €	438,42 €	4.000,00 €	16.000,00 €
13	102,94 €	333,33 €	436,28 €	4.333,33 €	15.666,67 €
14	100,80 €	333,33 €	434,13 €	4.666,67 €	15.333,33 €
15	98,66 €	333,33 €	431,99 €	5.000,00 €	15.000,00 €
16	96,51 €	333,33 €	429,84 €	5.333,33 €	14.666,67 €
17	94,37 €	333,33 €	427,70 €	5.666,67 €	14.333,33 €
18	92,22 €	333,33 €	425,55 €	6.000,00 €	14.000,00 €
19	90,08 €	333,33 €	423,41 €	6.333,33 €	13.666,67 €
20	87,93 €	333,33 €	421,27 €	6.666,67 €	13.333,33 €
21	85,79 €	333,33 €	419,12 €	7.000,00 €	13.000,00 €
22	83,64 €	333,33 €	416,98 €	7.333,33 €	12.666,67 €
23	81,50 €	333,33 €	414,83 €	7.666,67 €	12.333,33 €
24	79,35 €	333,33 €	412,69 €	8.000,00 €	12.000,00 €
25	77,21 €	333,33 €	410,54 €	8.333,33 €	11.666,67 €
26	75,06 €	333,33 €	408,40 €	8.666,67 €	11.333,33 €
27	72,92 €	333,33 €	406,25 €	9.000,00 €	11.000,00 €
28	70,77 €	333,33 €	404,11 €	9.333,33 €	10.666,67 €
29	68,63 €	333,33 €	401,96 €	9.666,67 €	10.333,33 €
30	66,48 €	333,33 €	399,82 €	10.000,00 €	10.000,00 €
31	64,34 €	333,33 €	397,67 €	10.333,33 €	9.666,67 €
32	62,20 €	333,33 €	395,53 €	10.666,67 €	9.333,33 €
33	60,05 €	333,33 €	393,38 €	11.000,00 €	9.000,00 €
34	57,91 €	333,33 €	391,24 €	11.333,33 €	8.666,67 €
35	55,76 €	333,33 €	389,09 €	11.666,67 €	8.333,33 €
36	53,62 €	333,33 €	386,95 €	12.000,00 €	8.000,00 €

Annex 5: Fitxa de magatzem

Article Coma de vaixell
 Proveïdor Hugas de Batlle



Estoc màxim 10
 Estoc mínim 8

Data	Concepte	Compres / entrades			Vendes / Sortides			Existències		
		Quantitat	Preu	Import	Quantitat	Preu	Import	Quantitat	Preu	Import
01/01/2017	Estoc inicial							3	8,50 €	25,50 €
05/02/2017	Compres	8	8,50 €	68,00 €				11	8,50 €	25,50 €
17/02/2017	Vendes				7	8,50 €	59,50 €	4	8,50 €	25,50 €

Annex 6: Quadre liquidació IVA

2017

	Trimestre 1			Trimestre 2			Trimestre 3			Trimestre 4		
	base imposable	IVA	Total Fra	base imposable	IVA	Total Fra	base imposable	IVA	Total Fra	base imposable	IVA	Total Fra
Compres mercaderies	14.378,10 €	3.019,40 €	17.397,50 €	17.585,91 €	3.693,04 €	21.278,95 €	24.363,64 €	5.116,36 €	29.480,00 €	26.690,50 €	5.605,00 €	32.295,50 €
Arrendaments	297,52 €	62,48 €	360,00 €	297,52 €	62,48 €	360,00 €	297,52 €	62,48 €	360,00 €	297,52 €	62,48 €	360,00 €
Subministres aigua	27,27 €	2,73 €	30,00 €	33,64 €	3,36 €	37,00 €	33,64 €	3,36 €	37,00 €	27,27 €	2,73 €	30,00 €
Subministrament electricitat	82,64 €	17,36 €	100,00 €	125,62 €	26,38 €	152,00 €	55,37 €	11,63 €	67,00 €	152,89 €	32,11 €	185,00 €
Subministrament internet	192,84 €	40,50 €	233,34 €	192,84 €	40,50 €	233,34 €	192,84 €	40,50 €	233,34 €	192,84 €	40,50 €	233,34 €
Material oficina	74,38 €	15,62 €	90,00 €	74,38 €	15,62 €	90,00 €	74,38 €	15,62 €	90,00 €	74,38 €	15,62 €	90,00 €
Publicitat i propaganda	61,98 €	13,02 €	75,00 €	70,25 €	14,75 €	85,00 €	78,51 €	16,49 €	95,00 €	86,78 €	18,22 €	105,00 €
Transports i comunicacions	818,18 €	171,82 €	990,00 €	818,18 €	171,82 €	990,00 €	818,18 €	171,82 €	990,00 €	818,18 €	171,82 €	990,00 €
Reparacions i conservació	206,61 €	43,39 €	250,00 €	206,61 €	43,39 €	250,00 €	206,61 €	43,39 €	250,00 €	206,61 €	43,39 €	250,00 €
Proveïdors immobilitzat	1.424,09 €	299,06 €	1.723,15 €									
Venda de mercaderies	18.710,83 €	3.929,27 €	22.640,10 €	22.828,57 €	4.794,00 €	27.622,58 €	31.531,07 €	6.621,53 €	38.152,60 €	34.540,58 €	7.253,52 €	41.794,10 €
Altres ingressos	1.559,50 €	327,50 €	1.887,00 €	1.559,50 €	327,50 €	1.887,00 €	1.728,10 €	362,90 €	2.091,00 €	1.728,10 €	362,90 €	2.091,00 €
	IVA REPERCUTIT	4.256,77 €		IVA REPERCUTIT	5.121,50 €		IVA REPERCUTIT	6.984,43 €		IVA REPERCUTIT	7.616,42 €	
	IVA SOPORTAT	3.685,36 €		IVA SOPORTAT	4.071,34 €		IVA SOPORTAT	5.481,65 €		IVA SOPORTAT	5.991,86 €	
	LIQUIDACIÓ IVA	-571,41 €		LIQUIDACIÓ IVA	-1.050,16 €		LIQUIDACIÓ IVA	-1.502,78 €		LIQUIDACIÓ IVA	-1.624,56 €	

2018

	Trimestre 1			Trimestre 2			Trimestre 3			Trimestre 4		
	base imposable	IVA	Total Fra	base imposable	IVA	Total Fra	base imposable	IVA	Total Fra	base imposable	IVA	Total Fra
Compres mercaderies	26.483,47 €	5.561,53 €	32.045,00 €	26.985,54 €	5.666,96 €	32.652,50 €	32.692,15 €	6.865,35 €	39.557,50 €	33.159,09 €	6.963,41 €	40.122,50 €
arrendaments	297,52 €	62,48 €	360,00 €	297,52 €	62,48 €	360,00 €	297,52 €	62,48 €	360,00 €	297,52 €	62,48 €	360,00 €
subministres aigua	27,27 €	2,73 €	30,00 €	33,64 €	3,36 €	37,00 €	33,64 €	3,36 €	37,00 €	27,27 €	2,73 €	30,00 €
Subministrament electricitat	82,64 €	17,36 €	100,00 €	125,62 €	26,38 €	152,00 €	55,37 €	11,63 €	67,00 €	152,89 €	32,11 €	185,00 €
Subministrament internet	192,84 €	40,50 €	233,34 €	192,84 €	40,50 €	233,34 €	192,84 €	40,50 €	233,34 €	192,84 €	40,50 €	233,34 €
Material oficina	86,78 €	18,22 €	105,00 €	86,78 €	18,22 €	105,00 €	86,78 €	18,22 €	105,00 €	86,78 €	18,22 €	105,00 €
Publicitat i propaganda	74,38 €	15,62 €	90,00 €	82,64 €	17,36 €	100,00 €	90,91 €	19,09 €	110,00 €	95,04 €	19,96 €	115,00 €
Transports i comunicacions	1.227,27 €	257,73 €	1.485,00 €	1.227,27 €	257,73 €	1.485,00 €	1.227,27 €	257,73 €	1.485,00 €	1.227,27 €	257,73 €	1.485,00 €
Reparacions i conservació	231,40 €	48,60 €	280,00 €	231,40 €	48,60 €	280,00 €	231,40 €	48,60 €	280,00 €	231,40 €	48,60 €	280,00 €
Venda de mercaderies	34.326,61 €	7.208,59 €	41.535,20 €	34.977,19 €	7.345,21 €	42.322,40 €	42.272,15 €	8.877,15 €	51.149,30 €	42.854,88 €	8.999,52 €	51.854,40 €
altres ingressos	1.673,55 €	351,45 €	2.025,00 €	1.673,55 €	351,45 €	2.025,00 €	1.852,07 €	388,93 €	2.241,00 €	1.852,07 €	388,93 €	2.241,00 €
	IVA REPERCUTIT	7.560,03 €		IVA REPERCUTIT	7.696,66 €		IVA REPERCUTIT	9.266,09 €		IVA REPERCUTIT	9.388,46 €	
	IVA SOPORTAT	6.024,75 €		IVA SOPORTAT	6.141,58 €		IVA SOPORTAT	7.326,96 €		IVA SOPORTAT	7.445,72 €	
	LIQUIDACIÓ IVA	-1.535,28 €		LIQUIDACIÓ IVA	-1.555,07 €		LIQUIDACIÓ IVA	-1.939,13 €		LIQUIDACIÓ IVA	-1.942,73 €	

2019

	Trimestre 1			Trimestre 2			Trimestre 3			Trimestre 4		
	base imposable	IVA	Total Fra	base imposable	IVA	Total Fra	base imposable	IVA	Total Fra	base imposable	IVA	Total Fra
Compres mercaderies	32.787,19 €	6.885,31 €	39.672,50 €	33.892,15 €	7.117,35 €	41.009,50 €	37.376,03 €	7.848,97 €	45.225,00 €	36.974,79 €	7.764,71 €	44.739,50 €
Arrendaments	297,52 €	62,48 €	360,00 €	297,52 €	62,48 €	360,00 €	297,52 €	62,48 €	360,00 €	297,52 €	62,48 €	360,00 €
subministres aigua	27,27 €	2,73 €	30,00 €	33,64 €	3,36 €	37,00 €	33,64 €	3,36 €	37,00 €	27,27 €	2,73 €	30,00 €
Subministrament electricitat	82,64 €	17,36 €	100,00 €	125,62 €	26,38 €	152,00 €	55,37 €	11,63 €	67,00 €	152,89 €	32,11 €	185,00 €
Subministrament internet	192,84 €	40,50 €	233,34 €	192,84 €	40,50 €	233,34 €	192,84 €	40,50 €	233,34 €	192,84 €	40,50 €	233,34 €
Material oficina	94,21 €	19,79 €	114,00 €	94,21 €	19,79 €	114,00 €	94,21 €	19,79 €	114,00 €	94,21 €	19,79 €	114,00 €
Publicitat i propaganda	86,78 €	18,22 €	105,00 €	95,04 €	19,96 €	115,00 €	103,31 €	21,69 €	125,00 €	111,57 €	23,43 €	135,00 €
Transports i comunicacions	1.431,82 €	300,68 €	1.732,50 €	1.431,82 €	300,68 €	1.732,50 €	1.431,82 €	300,68 €	1.732,50 €	1.431,82 €	300,68 €	1.732,50 €
Reparacions i conservació	239,67 €	50,33 €	290,00 €	239,67 €	50,33 €	290,00 €	239,67 €	50,33 €	290,00 €	239,67 €	50,33 €	290,00 €
Venda de mercaderies	42.376,61 €	8.899,09 €	51.275,70 €	43.807,73 €	9.199,62 €	53.007,35 €	48.314,96 €	10.146,14 €	58.461,10 €	47.856,45 €	10.049,85 €	57.906,30 €
Altres ingressos	1.762,81 €	370,19 €	2.133,00 €	1.762,81 €	370,19 €	2.133,00 €	1.971,07 €	413,93 €	2.385,00 €	1.971,07 €	413,93 €	2.385,00 €
	IVA REPERCUTIT	9.269,28 €		IVA REPERCUTIT	9.569,81 €		IVA REPERCUTIT	10.560,07 €		IVA REPERCUTIT	10.463,78 €	
	IVA SOPORTAT	7.397,39 €		IVA SOPORTAT	7.640,83 €		IVA SOPORTAT	8.359,43 €		IVA SOPORTAT	8.296,74 €	
	LIQUIDACIÓ IVA	-1.871,89 €		LIQUIDACIÓ IVA	-1.928,99 €		LIQUIDACIÓ IVA	-2.200,64 €		LIQUIDACIÓ IVA	-2.167,04 €	

darid

DISTRIBUIDORA DE VINS I LICORS, S.L.L.

