

Universidad El Bosque

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Negocios Internacionales

Diplomado en Simulación Gerencial y Responsabilidad Social Empresarial

Trabajo Final Opción de Grado

Equipo Beta, Mundo 2

Calvache Ruiz Felipe

1019145797

Cuastumal Vallejos Angie Tatiana

1001316219

Vergara Arango Nataly

1015479600

Director del proyecto:

Hector Rodrigo Ospina

Bogotá D.C. Octubre de 2022

Tabla de contenidos

Lista de Figuras	2
Lista de Tablas	4
Resumen	5
Palabras clave	6
Abstract	6
Key words	7
- ¿Quiénes somos?	7
Estado de la cuestión	10
Diagnóstico de la empresa inicial	13
Análisis de contexto empresarial	18
Resultados área funcional operaciones y logística	22
Resultados área de marketing	26
Resultados área recursos humanos	61
Resultados estratégicos	64
Conclusiones y aprendizaje	69
Referencias	73

Lista de Figuras

Figura 1. Organigrama beta	10
Figura 2. Principal mercado de electrodomésticos - Tasa de crecimiento por región	13
Figura 3. Activos 2021	14
Figura 4. Pasivos 2021	15
Figura 5. Patrimonio 2021	16
Figura 6. Unidades vendidas 2021	16
Figura 7. Ventas por producto 2021	17
Figura 8. Ingresos por producto 2021	17
Figura 9. Capacidad de producción por producto 2021	18
Figura 10. Logo beta	27
Figura 11. Producto DVDs	28
Figura 12. Producto cafetera	28
Figura 13. Producto tostadora	29
Figura 14. Producto televisión domótica para el hogar	29
Figura 15. Producto televisión domótica para el hogar	30
Figura 16. Producto ordenador domótica para el hogar	30
Figura 17. Producto celular domótica para el hogar	31
Figura 18. Empaque productos	31
Figura 19. Empaque productos	32
Figura 20. Valor de marca por producto y mercado	34
Figura 21. Análisis vertical 2021	35
Figura 22. Análisis vertical 2022	36
Figura 23. Análisis vertical 2023	37
Figura 24. Análisis vertical 2024	38

Figura 25. Análisis horizontal 2023-2024	40
Figura 26. Análisis vertical del estado de resultados 2021	41
Figura 27. Análisis vertical del estado de resultados 2022	42
Figura 28. Análisis vertical del estado de resultados 2023	44
Figura 29. Análisis vertical del estado de resultados 2024	45
Figura 30. Análisis horizontal del estado de resultados 2023- 2024	47
Figura 31. Razón corriente	49
Figura 32. Capital neto de trabajo	50
Figura 33. Prueba acida	51
Figura 34. Rotación de cartera	52
Figura 35. Nivel de endeudamiento	55
Figura 36. Endeudamiento financiero	56
Figura 37. Impacto carga financiera	57
Figura 38. Cobertura de intereses	58
Figura 39. Margen bruto	60
Figura 40. Margen neto	61
Figura 41. Rendimiento del patrimonio	62
Figura 42. Valor de la compañía	69

Lista de Tablas

Tabla 1. Nivel tecnológico 2021	18
Tabla 2. Análisis coste logística	23
Tabla 3. Coste unitario logística externa Beta	24
Tabla 4. Tecnología industrial	25
Tabla 5. Costes de fabricación	26
Tabla 6. Población y renta per cápita	27
Tabla 7. Nivel de precios por compañía	32
Tabla 8. Innovación de producto comparación competencia	33
Tabla 9. Innovación de los productos	63
Tabla 10. Costes de personal	64
Tabla 11. Gestión de talento	65
Tabla 12. Posición 2021	66
Tabla 13. Posición 2022	66
Tabla 14. Posición 2023	67
Tabla 15. Posición 2024	68

Resumen

El presente informe está orientado principalmente al análisis del simulador Business Global de la compañía Beta, una empresa dedicada a la producción y venta de productos tecnológicos.

Para llevar a cabo dichos análisis, es necesario realizar diferentes tipos de decisiones y estrategias con el fin de llevar a la empresa al mayor nivel de rentabilidad. Estas decisiones se toman con base en los módulos de Marketing donde se estudian factores como segmentación, targeting y posicionamiento de la empresa, en el módulo de Finanzas se analiza el balance general, el estado de resultado e indicadores financieros de la empresa, en el módulo de Capital Humano se analizan factores de talento humano y estrategias y finalmente en el módulo de Operaciones y Logística se estudian factores de producción, localización y planta.

Por tal motivo, en este trabajo se desarrollará una profundización en cada uno de los aspectos mencionados anteriormente con el fin de analizar y comprender los efectos y las causas que se generan al tomar una decisión en el simulador.

Palabras clave: Decisiones, Estrategias, Finanzas, Innovación, Logística, Marketing, Operaciones, Tecnología.

Abstract

This report is mainly oriented to the analysis of the Business Global simulator of the company Beta, a company dedicated to the production and sale of technological products.

To carry out such analysis, it is necessary to make different types of decisions and strategies in order to take the company to the highest level of profitability. These decisions are made based on the Marketing modules where factors such as segmentation, targeting and positioning of the company are studied, in the Finance module the balance sheet, the income statement and financial indicators of the company are analyzed, in the Human Capital module human talent factors and strategies are analyzed and finally in the Operations and Logistics module production, location and plant factors are studied.

For this reason, this work will develop an in-depth study of each of the aspects mentioned above in order to analyze and understand the effects and causes that are generated when making a decision in the simulator.

Key words: Decisions, Finance, Innovation, Logistics, Marketing, Strategies, Operations, Technology.

- **¿Quiénes somos?**

La empresa Beta fue constituida en el año 2021 con 3 socios a su cargo, la compañía se fundó con el propósito de brindar la mejor tecnología a nuevos clientes, sobresaliendo en precios y calidad.

La empresa Beta se encuentra en la industria tecnológico, es por esto que tiene 3 tipos de productos los cuales son: Tecno Personas, que se divide en DVDs, conectores, mandos a distancia, antenas, Pequeño Electrodoméstico se divide en tostadoras, cafeteras, freidoras, máquinas de afeitar y Domótica para el hogar se divide en TV, ordenador, calefacción, aire acondicionado inteligente.

Beta en su creación contaba con dos fábricas Big Producer en China, sin embargo, actualmente (2024) la empresa Beta cuenta con 4 fábricas Big Producer en China, un mercado en India y un mercado en el Resto de Asia, ya que uno de los objetivos principales de la empresa era llegar a nuevos mercados en diferentes países del mundo.

- **Misión**

Beta es una compañía que se encarga de vender las tecnologías y electrodomésticos más innovadores adaptados a las necesidades de los clientes, con el objetivo de incrementar la competitividad y productividad en el mercado, para ello, implementamos soluciones prácticas adaptadas a desarrollar nuevas soluciones creativas. Nuestra misión se basa en el uso de nuevas redes, tener los mejores precios del mercado y mantenerlos para la satisfacción del cliente, manejar las plantas de fabricación con el fin de tener una tasa de producción exitosa, priorizar la aplicación de innovación y promoción en los nuevos mercados y mantener una organización administrativa con el personal.

- **Visión**

Para el año 2024 la compañía Beta será reconocida a nivel internacional, como la empresa líder en el área de tecnología, convirtiéndose en una empresa altamente confiable y competitiva, brindando a los clientes un servicio de alta calidad.

- **Valores de la empresa**

- **Liderazgo:** En Beta el liderazgo es sustancial dentro de la compañía pues es necesario que dentro del ambiente laboral se promueva la perseverancia, la firmeza, el positivismo y la dirección, para que así la toma de decisiones y las tareas se realicen de forma eficiente con el fin de llegar y cumplir los objetivos trazados por la compañía.
- **Mejoramiento continuo:** Sin lugar a dudas el mejoramiento es clave para Beta , pues día a día la compañía aspira a ser una empresa líder en el área en el que se desempeña y para esto es necesario que los trabajos realizados sean impecables y la calidad esté presente siempre en cada uno de ellos.
- **Perseverancia:** Beta, es una empresa muy enfática en la perseverancia, pues este es un valor que funciona como motor para no rendirse ante las adversidades, para crear nuevas estrategias y para volver a intentar una nueva solución después de los problemas que se lleguen a presentar.

La perseverancia dentro de Beta hace que esta prospere día a día, pues para las empresas que perseveran no existe el fracaso, sino oportunidades para aprender y evidentemente para mejorar.

- **Empatía:** Beta, tiene el valor y la característica de ser una empresa con funcionarios empáticos, es decir, saben ponerse en el lugar del otro frente a las situaciones que se lleguen a presentar tanto a corto como a largo plazo, esto es importante para realizar una excelente gestión cuando la compañía se

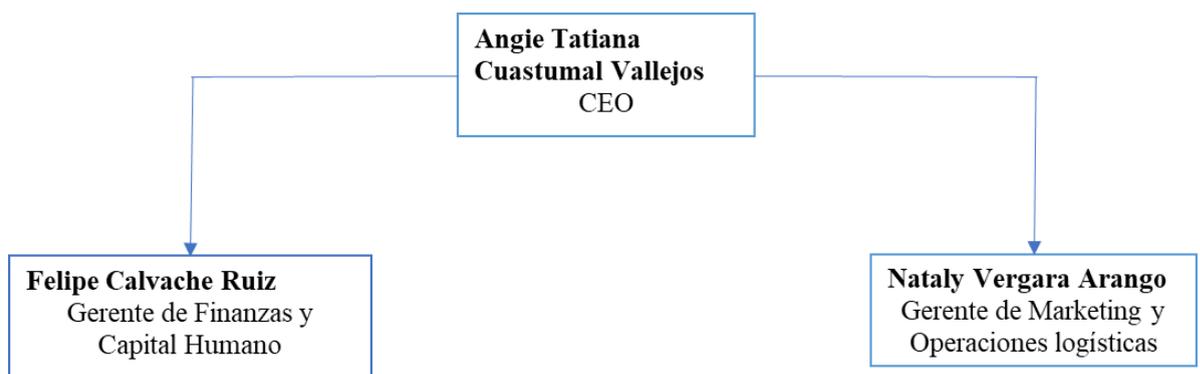
encuentre en alguna crisis, también es relevante a la hora de tomar las decisiones más beneficiosas para la mayoría y de comprender que cada persona tiene una forma distinta de asumir los momentos más difíciles.

Este valor es indispensable para entender y asimilar las necesidades de las personas, para así, con el paso del tiempo construir una red de apoyo, además es vital para mejorar las relaciones, el trabajo en equipo y la colaboración.

- Organigrama

Figura 1

Organigrama beta



Estado de la cuestión

La tecnología es la ciencia que se aplica para dar solución a los problemas que se presentan en la sociedad, en diferentes sectores y se utiliza para desarrollar alternativas que puedan ayudar a que las personas lleguen a tener una mejor vida en todo tipo de aspectos. (Equipo de Expertos en Ciencia y Tecnología, 2017), por lo tanto el avance tecnológico es una de las más importantes fuentes de crecimiento económico a largo plazo, pues las innovaciones en productos expanden las posibilidades de exportación, generando al mismo tiempo mayores niveles de demanda interna, de ingresos y de importaciones. La innovación tiene un papel fundamental en el desarrollo de nuevos productos, en el aumento del comercio de calidad y en el crecimiento de los países. (Hausmann et al.2005, como se citó en Da Silva, 2009).

Es importante resaltar que los avances tecnológicos hoy en día suceden con mucha facilidad y velocidad, esto hace que recursos que hoy pueden resultar innovadores, se conviertan en tecnologías obsoletas en un lapso de corto tiempo. (Pérez, 2005).

Mendelson (s.f) en una proyección a largo plazo, prevé que las tecnologías de información proseguirán su mejora continua de rendimiento. Asimismo, afirma que el efecto combinado de las tecnologías móviles, los dispositivos y sensores vestibles, la computación en la nube y las tecnologías de los big data mejorarán la estructura de los modelos de negocio futuros.

Por ejemplo, en un corto plazo la realidad virtual estará en el día a día ya que actualmente la cotidianidad se trata de vivir experiencias nuevas, sobre todo si es dentro del mundo digital. La invención de la realidad virtual, aumentada y mixta trae oportunidades a las empresas de entregarle al cliente múltiples experiencias a través de los productos o servicios. Otro ejemplo es el 5G, la quinta generación de redes móviles que aumentará la conectividad de las personas e industrias, siendo un avance en la tecnología del futuro ya que trae consigo

una mayor velocidad de transmisión de datos, aumento en la seguridad cibernética, eficacia energética de dispositivos, entre otras características. (Beetrack, 2020).

Es por esta razón que, muchos emprendedores deciden apostar por la creación de empresas dedicadas a la producción y comercialización de productos tecnológicos, como es el caso de la empresa Beta, pues la tecnología cada vez influye más en la vida cotidiana de las personas, a tal punto que muchas de las actividades realizadas por humanos en un futuro serán realizadas por la tecnología.

Por otro lado, es importante mencionar la clasificación de los electrodomésticos que produce la compañía Beta, pues según directiva 2002/96/CE del Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea (2003), los electrodomésticos se clasifican para promover el reciclaje, la recuperación y la reutilización. La directiva divide los electrodomésticos en categorías más detalladas. (Norte Hispana, 2021)

Sin embargo, la mayoría de empresas utilizan una clasificación más sencilla basada en cuatro gamas: electrodomésticos de línea blanca, marrón o gris y PAE o pequeños aparatos electrodomésticos. (Fersitec, 2019).

En el caso de Beta cuenta con electrodomésticos de línea blanca, marrón y gris ya que dentro de sus productos se encuentran todos los aparatos de tamaño grande que se relacionan con las tareas de cocina, limpieza y lavado, aparatos multimedia que se utilizan para el ocio y el entretenimiento y aparatos y dispositivos de pequeño tamaño que son habituales en cualquier hogar.

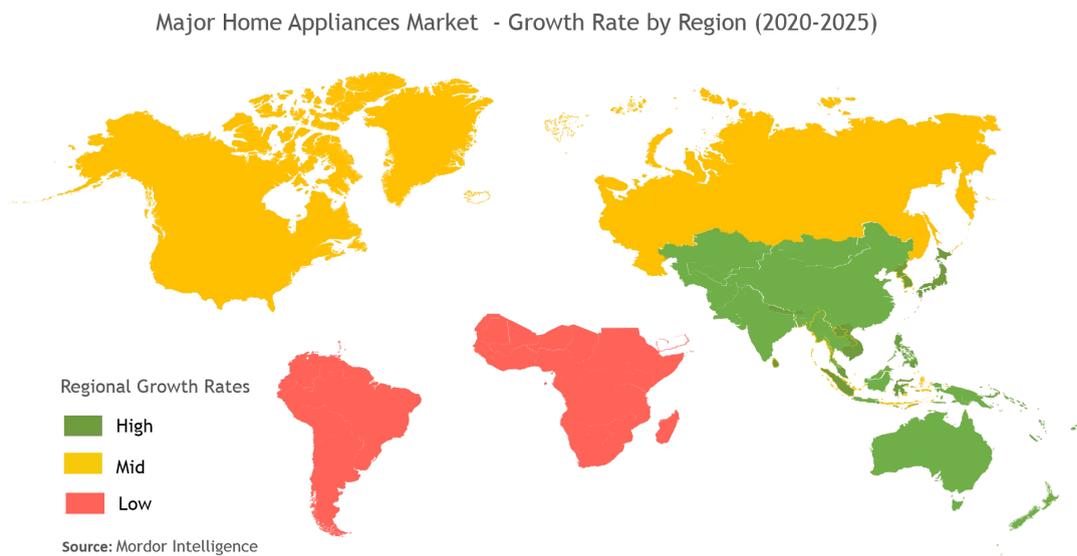
Otro aspecto relevante a resaltar es que teniendo en cuenta que Beta es una empresa con producción de electrodomésticos en Asia, se espera que el mercado de electrodomésticos inteligentes en Asia-Pacífico crezca a un ritmo rápido. Se estima que los países desarrollados como Japón, Singapur, Hong Kong e Indonesia registren un aumento en las ventas de electrodomésticos inteligentes, principalmente debido al aumento de los costos de energía y

mano de obra, el alto poder adquisitivo de los consumidores y una mayor conciencia acerca de las ciudades y las tecnologías inteligentes

Por ejemplo, China tiene la mayor demanda de acondicionadores de aire convencionales, por volumen, en todo el mundo, debido a las políticas gubernamentales que favorecen los electrodomésticos que ahorran energía, un mercado inmobiliario en crecimiento y el clima cálido. (Mercado principal de electrodomésticos: Crecimiento, Tendencias, Impacto de covid y Pronósticos (2022-2027), 2022).

Figura 2

Principal mercado de electrodomésticos - Tasa de crecimiento por región (2020-2025)



Nota: Mordor Intelligence (2022).

Finalmente es valioso tener en cuenta la cultura organizacional, pues para Beta es muy importante contar con valores, principios, tradiciones y formas de hacer las cosas que influyen en la forma en que se actúa y en que se toman las decisiones de la empresa. (Segredo et.al, 2016).

Diagnóstico de la empresa inicial

Finanzas

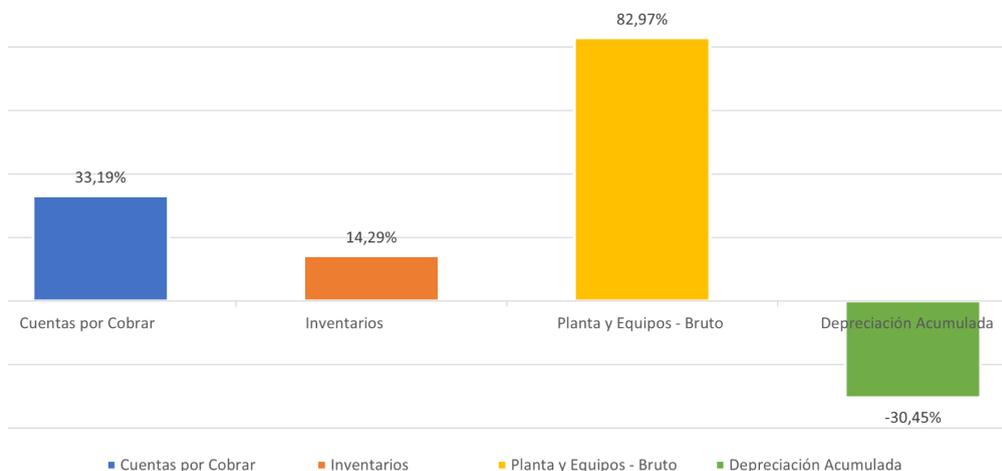
La compañía Beta para el año de su creación contaba con 2 fábricas Big Producer en China.

Sin embargo, para la decisión de este año, se creó una nueva planta en China y el ingreso de un mercado a India. Por tal motivo el activo con mayor variación fue Planta y Equipos con un 82,97%, el siguiente activo con más participación fue Cuentas por Cobrar con un 33,19% debido a que estas cuentas son una manera de fidelizar clientes existentes y atraer a clientes potenciales en el sector tecnológico para el éxito de la empresa. El tercer activo fueron los Inventarios con un 14,29% esto debido que en este primer periodo las plantas estaban con una producción del 99% y no había ventas pérdidas ni obsoletas.

No obstante, es importante mencionar que para este año la compañía tuvo una depreciación acumulada de -30,45%, es decir, que este valor, se resta con los demás activos ya que esta afecta el monto y valor de un activo a medida que pasa el tiempo, o a medida que el bien se usa y se desgasta, específicamente en el proceso de depreciación de la propiedad planta y equipo.

Figura 3

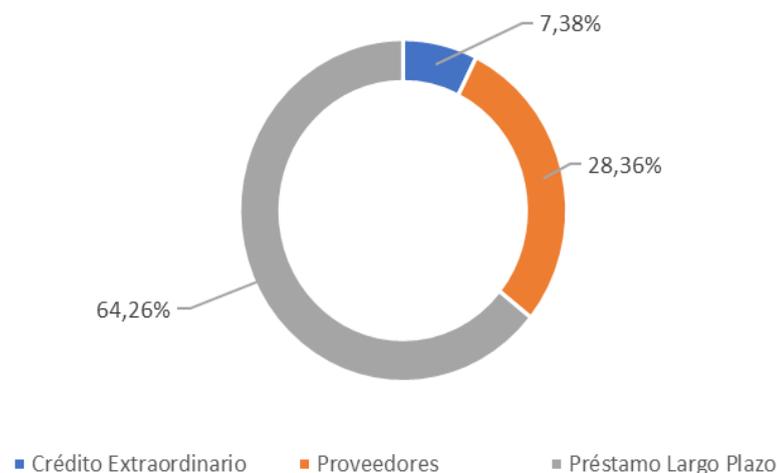
Activos 2021



Ahora bien, en cuanto los pasivos de la empresa Beta, el pasivo con mayor valor porcentual fue el préstamo a largo plazo con un 64,26% puesto que para la implementación de la nueva planta en China fue necesario obtener un préstamo para que la planta empezará a producir sin ningún problema y si nivelara el porcentaje de la tasa de ocupación. El segundo pasivo con más participación fueron los proveedores con un 28,36% debido a que al abrir la nueva fábrica la empresa adquirió deudas con los proveedores por compras que se realizaron y que todavía no se han pagado. El tercer pasivo con mayor participación fue el Crédito Extraordinario con un 7,38% debido a la falta de solvencia que tenía la compañía para la creación de nuevas plantas.

Figura 4

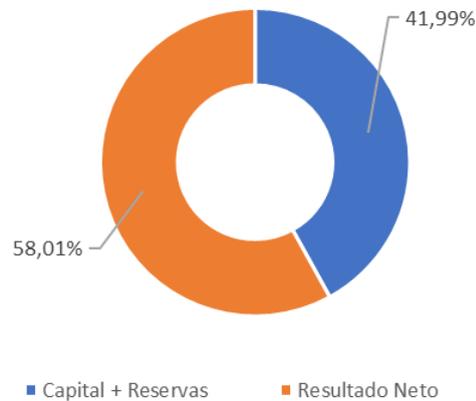
Pasivos 2021



Y finalmente, en cuanto al patrimonio de la empresa, el patrimonio con más participación fue el Resultado neto con una participación de 58,01% debido a la nueva implementación de la fábrica en China se generaron mayores ingresos y gastos en la compañía y el segundo patrimonio fue capital más reservas con un 41,99% pues teniendo en cuenta la creación de la nuevas fabrica, el objetivo fue hacer frente a las contingencias que puedan surgir en el desarrollo de la empresa sin necesidad de recurrir a una financiación.

Figura 5

Patrimonio 2021

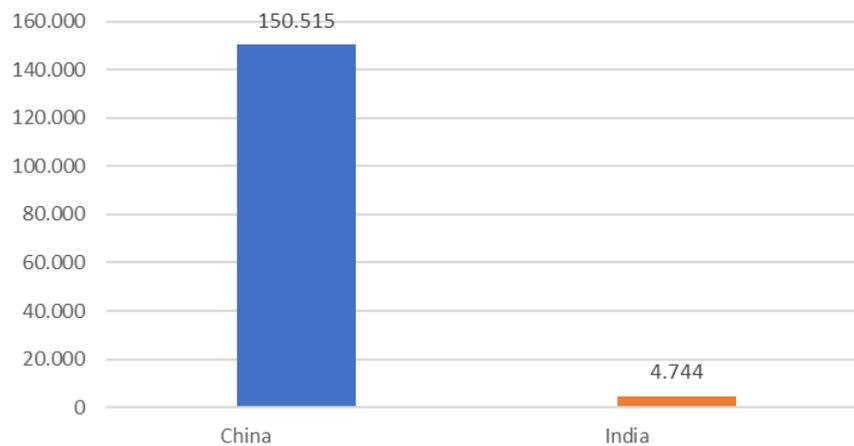


Ventas

Las ventas de Beta en el año de su entrega, teniendo en cuenta que su mercado inicial es China y la mayoría de sus fábricas se encuentran allí, 150.515 de las unidades vendidas con más variación fue en este país, e India tuvo 4.744 unidades vendidas.

Figura 6

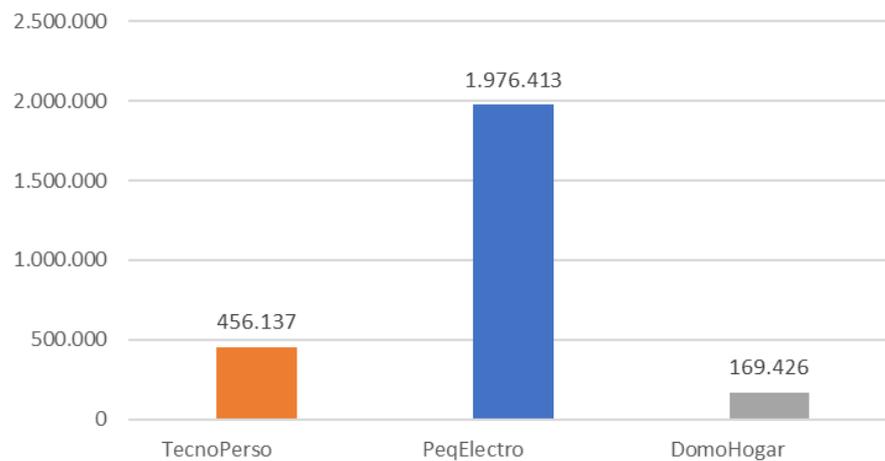
Unidades vendidas 2021



Ahora bien, en la siguiente figura se puede observar las ventas por producto en el año 2021, el producto de Peq Electro tuvo unas ventas de 1'976.413, el siguiente producto con más ventas fue TecnoPerso con un total de 456.137 y por último el producto DomoHogar con 196.426 unidades vendidas.

Figura 7

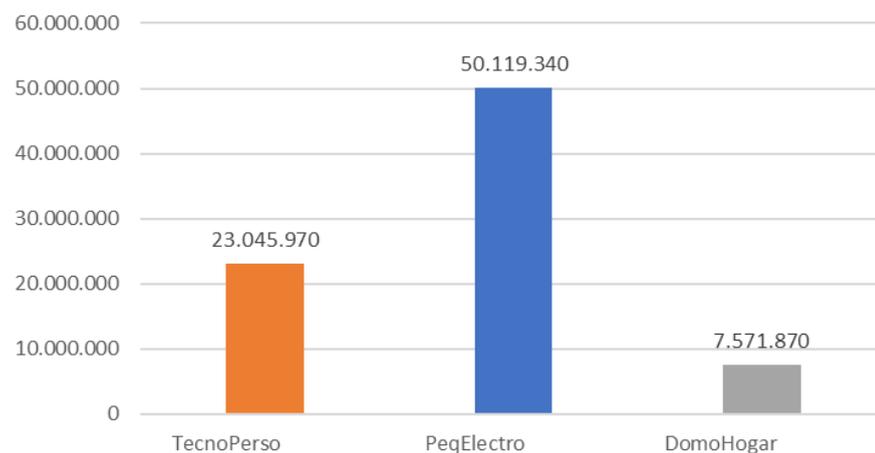
Ventas por producto 2021



En cuanto los ingresos de la compañía Beta en el año 2021, teniendo en cuenta que el producto con una cifra de ventas significativa es Peq Electro, es este mismo producto quien produce los mayores ingresos en la empresa con un total de 50'119.340, el siguiente producto con más ingresos es TecnoPerso con 23'045.970 y DomoHogar con ingresos de 7'571.870.

Figura 8

Ingresos por producto 2021



Operaciones y logística

Beta inicialmente contaba con 2 fábricas Big Producers en China, sin embargo, después de la decisión de ese mismo año, se instaló una nueva fábrica Big Producers en el mismo país, son fábricas de tamaño grande poco especializadas pero de gran producción.

Para este año, como se puede observar en la siguiente tabla, su nivel tecnológico era de 2.

Tabla 1

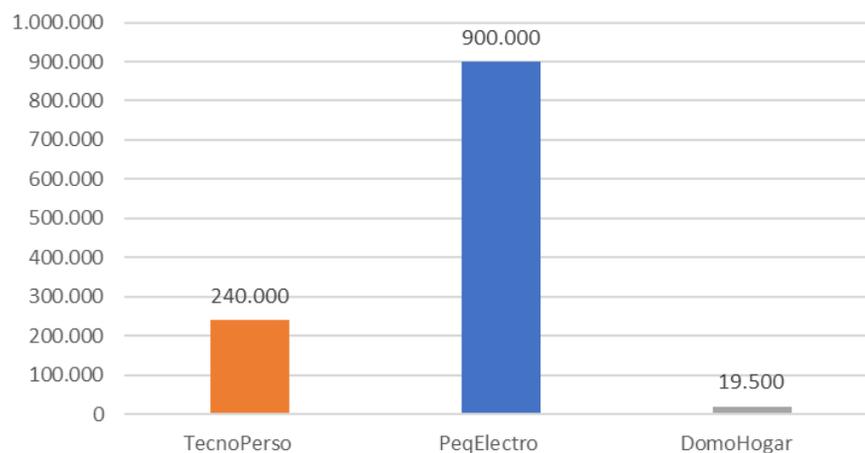
Nivel tecnológico 2021

Fábrica	Año	Nivel tecnológico
Big Producers	2021	2

La empresa Beta al tener fábricas de gran producción, la capacidad de estas fábricas son bastante extensas, como se puede observar en la siguiente figura, la capacidad de producción por producto más alta es de PeqElectro con capacidad de 900.000 unidades, la capacidad de TecnoPerso es de 240.000 unidades y de DomoHogar de 19.500.

Figura 9

Capacidad de producción por producto 2021



Análisis de contexto empresarial

“Si conoces a los demás y te conoces a ti mismo, ni en cien batallas correrás peligro; si no conoces a los demás, pero te conoces a ti mismo, perderás una batalla y ganarás otra; si no conoces a los demás ni te conoces a ti mismo, correrás peligro en cada batalla.” (Sun Tzu, 2014; pp:26-27).

El contexto empresarial es muy importante para Beta, ya que, gracias a esto, se pueden fijar y proponer objetivos, estrategias y decisiones de la mejor manera posible y sobre todo afines a la visión de la empresa, con el propósito de llevar a la compañía a alcanzar el máximo valor al final de los periodos de la toma de decisiones.

Es por esto, que a continuación se exponen los análisis correspondientes al contexto interno y externo de la compañía, teniendo en cuenta factores como: Operaciones y logística, Finanzas, Marketing y Recursos Humanos y ámbitos tales como: Ámbito político. Ámbito económico, Ámbito social y Ámbito tecnológico.

Análisis interno

- Operaciones y logística

La capacidad que tiene Beta en cuanto a las operaciones y logística es bastante notoria ya que la compañía se ha encargado de mantener sistemas efectivos para la toma de decisiones por medio de planes estratégicos de acuerdo a la necesidad de cada periodo.

Pues la empresa tiene la habilidad de dar respuesta a condiciones cambiantes con el fin de mantener estable o incrementar el valor de la compañía.

Beta también tiene la capacidad de tener un control y comunicación empresarial, pues así se consigue atraer clientes con una fidelidad incondicional y sobre todo con confianza en la empresa.

- Finanzas

A lo largo de las decisiones que se han tomado en la empresa, Beta ha desarrollado una competitividad bastante notoria financieramente ya que se encuentra en un mercado con bastante potencial, primero por la cantidad de tecnología y personas que hay en China, pues este país es potencia mundial del desarrollo tecnológico del mundo.

Por otro lado, también está la innovación y creación de nuevos productos que se generan tanto en China como en India y en el resto de Asia.

Otro factor importante, es que a pesar de que las fábricas con que cuenta la empresa son poco especializadas, su producción masiva y sus precios generan competitividad con respecto a los demás países.

- **Marketing**

Al igual que en los demás factores, la cantidad de fábricas y de nuevos mercados que tiene Beta influye mucho en las decisiones que se vayan a tomar, es por esto que en cuanto a la capacidad financiera, la empresa ha optado por generar una inversión bastante significativa en temas de promoción y marketing e innovación y tecnología industrial, pues esto es importante para lograr un posicionamiento de la mejor manera en los nuevos mercados, y también para que la producción sea efectiva y ningún inventario se pierda o quede en stock.

- **Tecnología**

La capacidad tecnológica de la empresa está diseñada de acuerdo a la cantidad de fábricas que posee, ya que como se ha mencionado a lo largo del trabajo, el activo con mayor participación de Beta es Planta y Equipos, por esto es de vital importancia invertir en la innovación de toda la maquinaria para así obtener productos de la mejor calidad y satisfacer las necesidades de los clientes.

- **Recursos humanos**

Es importante resaltar que Beta, se interesa mucho por la capacitación de su personal, ya que al ser una empresa con varias fábricas de gran producción es necesario que su capital

humano tenga los conocimientos adecuados para llevar a cabo sus tareas de la mejor manera, además de sentir motivación, confianza, estabilidad, comodidad y libertad en la empresa.

Análisis externo

- Político

Con respecto al ámbito político, Beta tiene que estar sujeta a varios factores tales como: las diferentes políticas de cada gobierno, específicamente en los gobiernos de los países asiáticos, las subvenciones que puedan llegar a ocurrir si la empresa llegara a requerir una contribución financiera, la política fiscal ya que de este factor se derivan los gastos, impuestos y endeudamientos del país y por lo tanto de la empresa. Y finalmente, las modificaciones en los tratados comerciales que se realicen en cada uno de los países en el que el mercado de Beta se encuentra.

- Económico

La principal amenaza en el ámbito económico es que teniendo en cuenta que el mercado en general es cambiante, es importante resaltar que Beta al ser una empresa Big Producers, sus precios pueden ser un talón de aquiles, esto ya que los precios van a depender de cómo se encuentre el país respecto a divisas, inflación, PIB, PIB Per cápita y demás indicadores que pueden desestabilizar el mercado de Beta y su confianza con los clientes.

Otra amenaza son las variaciones que se puedan presentar en el país donde se encuentra el mercado en cuanto a las tarifas y los costes de transporte, costes de almacenaje y costes de logística.

Pues luego de la pandemia, de las guerras que se han desatado en el mundo, la recuperación económica en Asia está inestable. Según el Banco Mundial (2022), si las condiciones mundiales empeoran y las políticas nacionales aplicadas como respuesta son deficientes, el crecimiento podría reducirse al 4 %. Según los pronósticos, la economía china crecerá un 5 % en 2022. Para el resto de la región se prevé un crecimiento del 4,8 % en 2022,

0,4 puntos porcentuales por debajo de la estimación anterior, y del 4,2 % en un escenario a la baja.

- Social

Es relevante mencionar que los mercados en los que se encuentra Beta están netamente en el continente Asiático. Sin embargo, es claro que en cada país se tienen costumbres y culturas diferentes, por eso es necesario hacer previamente un estudio de mercado para así vender los productos, con características, costos y calidad afines a cada país y a cada tipo de cliente objetivo, para así crear lealtad y confianza con los consumidores satisfaciendo sus necesidades.

- Tecnológico

Beta, al ser una empresa de gran producción requiere de una tecnología avanzada en sus máquinas, sin embargo, existe la posibilidad de que al producir tantas cantidades de productos estas máquinas fallen o los productos salgan defectuosos.

Otra amenaza en el ámbito tecnológico es que, debido a la cantidad de fábricas, el consumo energético puede incrementar y generar despilfarros en los costes de la empresa, al igual que el exceso de infraestructura tecnológica. No obstante, tener una capacidad tecnológica efectiva reduce e incluso elimina estos sobrecostes que se puedan llegar a ocasionar.

Resultados área funcional operaciones y logística

- Coste logística

Tabla 2
Análisis coste logística

	2024			2023		
	Tecnooper so	Peq Electro	Domohog ar	Tecno perso	Peq Electro	Domohogar
Coste transp orte	360.167	2.293.532	102.662	421.710	2.726.594	143.078
Coste almac enami ento	2.665.936	1.762.834	20.298	3.068.891	1.744.767	20.728
Coste packin g	0	0	0	0	0	0
Total coste logísti ca	3.026.103	4.056.366	122.960	3.490.601	4.471.361	163.806

Se analiza una comparación en el análisis de costos logísticos de la empresa Beta durante los años 2021, 2022, 2023 y 2024. En el coste de transporte hay un aumento comparando los tres años, siendo el 2023 el año en cual se invirtió más en el transporte de los productos, esto se debe al volumen y cantidad.

En la línea de productos DomoHogar el costo pasó de 143.078 en el año de 2023 a 102.662 en el año 2024 a, en la línea de PeqElectro el costo pasó a 2.726.594 en el año 2023 y en el año 2024 paso a 2.293.532 y en la línea de productos de Tecno Personas paso de 100.270 a 421.710, en el año 2023 casi cuadruplicando su valor, más en el 2024 los coste de transporte bajaron notablemente a 360.167, esto se dio a que la mercancía se redujo.

En los costes de almacenamiento de la empresa Beta, también tuvieron un aumento significativo, por un mayor volumen de inventario dentro de la empresa, es así como en la línea de Domótica para el hogar paso a 20.728 en el año 2023 y en año 2024 paso a 20.298 por la disminución de la misma , en la línea de productos de PeqElectro paso a 1.744.767 en el año 2023 y en el año 2024 paso a 1.762.834, siendo este el producto mayor cambio tuvo en el almacenaje y en la línea de TecnoPerso paso a 3.068.891 en el 2023, siendo este el producto con mayor costo de almacenaje.

En los costos de packing la empresa en todos los períodos siempre obtuvo un costo de 0.

En conclusión comparando los tres años, la empresa Beta en la línea de producto Domohogar en el total de todos los costes paso 163.806 en el año 2023 y disminuyendo su coste en el 2024 a 122.960, en el costo total de la línea de producto PeqElectro la empresa pasó a 4.471.361 en el año 2023, doblando su costo total logístico, pero en el año 2024 tuvo una disminución a 4.056.366 y en la línea de TecnoPerso la empresa pasó a 3.490.601 en el año 2023 y también tuvo una disminución en el año 2024 a 3.026.103.

- Costo unitario de logística externa

Tabla 3

Coste unitario logística externa Beta

	TecnoPerso	PeqElectro	DomoHogar
Categoría 1	2.66	2.96	4.59
Categoría 2	4.00	5.18	7.99
Categoría 3	5.62	6.96	9.18
Categoría 4	6.66	8.73	10.80
Categoría 5	8.58	9.77	12.58

Los costos externos de la compañía Beta son aquellos costos extras o diferentes dependiendo del producto y cual sea el destino de este, los costos se dividen en 5 categorías, escalonadas de la categoría 1 que es la que tiene menor costo de transporte a la categoría 5 que es la que tiene mayor costo de transporte, también está dividida en cada producto que comercializa la empresa Beta.

Es así como en la línea de producto de TecnoPerso el costo mínimo de transporte es de 2.66 y el máximo es de 8.28, en la línea de producto PeqElectro el costo mínimo es de 2.96 y el máximo es de 9.77 y en la línea de producto de Domohogar el costo mínimo es de 4.59 y el máximo es de 12.58.

- Tecnología industrial compañía Beta

Tabla 4

Tecnología industrial

Año	2024	2023	2022	2021
Tecnología industrial	385	387	384	381

La compañía Beta se ha caracterizado por aumentar su inversión en la tecnología industrial de la empresa en la toma anual de cada decisión, esto hace que el proceso de producción sea más eficiente, fácil y simplifica cada paso. Combinando la inversión en la tecnología de las fábricas y siendo una empresa Big Producer las líneas de producción de la compañía logran ser más exitosas y competitivas en el mercado.

- Costes de fabricación total compañía Beta

Tabla 5

Costes de fabricación

2024	2023	2022	2021
-------------	-------------	-------------	-------------

Coste componentes	16.539.003	17.043.556	16.976.214	13.066.355
Coste energía	4.994.641	5.132.617	5.193.538	4.120.013
Coste elaboración	3.160.694	3.337.401	3.368.440	2.663.969
Costes generales	3.540.340	3.540.340	3.540.340	2.655.255
Costes depreciación	4.068.000	4.068.000	4.068.000	3.051.000
Total costes fabricación	41.141.992	42.200.436	42.328.088	32.819.086

En los costes de fabricación de la compañía Beta se analiza que en cada año de toma de decisión se ha incrementado el coste de los diferentes procesos de fabricación, esto se da debido a la creación de nuevas plantas de producción dentro de la compañía Beta, todas ubicadas en China y distribuidas a los distintos segmentos de mercado.

Se analiza que en los costes de componentes el costo inicial en el año 2021 fue de 13.006.355 y el costo del año actual 2024 su aumento llegó a 16.539.003. En los costos de energía la compañía Beta comenzó con un costo de 4.120.013 en el año 2021 y se elevó duplicando este valor en el año 2024 a 4.994.641. En los costos de elaboración la compañía también duplicó este valor pasando de 2.663.969 en el año 2021 a 3.160.694 en el año 2024. En los costos generales la compañía pasó de 2.655.255 en el año 2021 a 3.540.340 en el año 2024 y por último en los costos de depreciación la compañía duplicó este valor pasando de 3.051.000 en el año 2021 a 4.068.000 en el año 2024.

En conclusión con lo anterior dicho, se analiza el incremento notable al pasar de los años, esto dejando unos costos totales que varían desde 32.819.086 en el año 2021 a 41.141.992 en el año 2024.

Resultados área de marketing

- Logo compañía Beta

Figura 10

Logo Beta



- Áreas geográficas en las que compete la compañía Beta

La compañía Beta está ubicada principalmente en China, debido a su alta tasa poblacional se genera un enfoque de innovación con el fin de delimitar un amplio nicho de mercado, a su vez se tiene como comparación en el mercado internacional a India y el resto de Asia, que cuenta con características similares al mercado Chino, donde se desarrollan aspectos como: el rango poblacional entre países equivalente, el comprador objetivo de los tres mercados tiene como finalidad ahorrar, es por esto que se encuentran tantas similitudes en los tres regiones.

Tabla 6

Población y renta per cápita

	Población millón	Renta per cápita
China	1.300	6.950
India	1.375	3.695
Resto de Asia	1.500	3.320

- Líneas de producto

La compañía Beta comercializa 3 categorías de productos, estos van dirigidos a diferentes necesidades que tiene los clientes, estas se dividen en:

1. Tecno Personas: En esta sección la empresa vende DVDs, conectores, mandos a distancia, antenas, entre otros.

A continuación, se mostraran algunos productos:

Figura 11

Producto DVDs



2. Pequeño Electrodoméstico: En esta segunda sección la empresa vende cafeteras, máquinas tostadoras, freidoras, máquinas de afeitar, entre otros.

A continuación, se mostraran algunos productos:

Figura 12

Producto cafetera



Figura 13

Producto tostadora



3. Domótica para el hogar: En la tercera sección de productos, la empresa Beta vende todos los productos del hogar que funcionen de manera inteligente, que se puedan controlar con la voz, como un TV, ordenador, calefacción, aire acondicionado inteligente.

A continuación, se mostraran algunos productos:

Figura 14

Producto televisión domótica para el hogar



Figura 15

Producto televisión domótica para el hogar



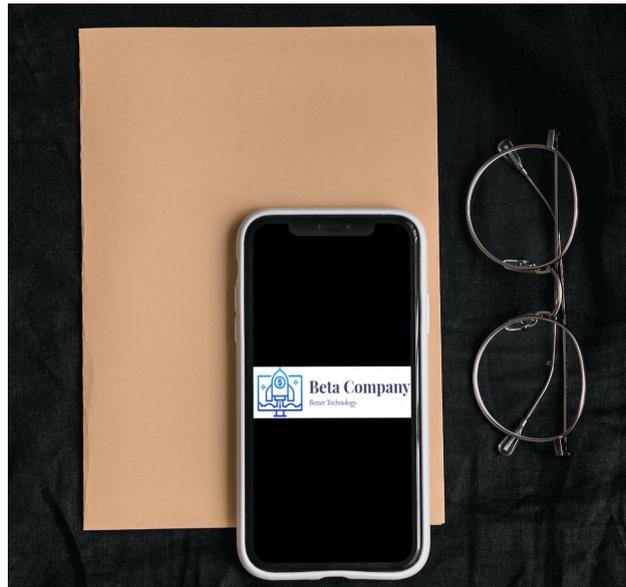
Figura 16

Producto ordenador domótica para el hogar



Figura 17

Producto celular domótica para el hogar



- Empaque

Los empaques de la compañía Beta dependen del tipo de producto, a continuación se presentaron unos ejemplos:

Figura 18

Empaque productos



Figura 19

Empaque productos



- **Segmentos de competencia y precios de venta**

Tabla 7

Nivel de precios por compañía

	Producto	Beta	Delta	Gama
China	TecnoPerso	169		
China	PeqElec	65		
China	DomoHogar	429		
India	TecnoPerso	115		115
India	PeqElec	52		40
India	DomoHogar	385		390
Resto Asia	TecnoPerso	118	115	
Resto Asia	PeqElec	45	50	
Resto Asia	DomoHogar	295	285	

Se analiza que en el mercado Chino no hay competencia, su precio de comercialización en la línea tecnológica Tecno Personas es 169, en la línea de Pequeño Electrodoméstico se registra un precio de 65 y en la línea de DomoHogar se encuentra un precio de 429.

A diferencia que en el mercado de India si hay competencia, su precio de comercialización en la línea tecnológica Tecno Personas en la compañía Beta es 115, en la línea de Pequeño Electrodoméstico se registra un precio de 52 y en la línea de Domohogar se encuentra un precio de 385. La compañía Gama radica sus precios entre diversas líneas generando competencia directa de esta manera la línea de TecnoPersonas igualan su precio, la línea de Pequeño Electrodoméstico desarrolla una tarifa de menor precio a comparación del precio fijado por Beta, su precio en comparación es de 40, en la línea de Domohogar se registra una tarifa de precios alta en comparación de la compañía Beta, su precio deriva en 390.

También en el mercado Resto de Asia hay competencia, su precio de comercialización en la línea tecnológica Tecno Personas en la compañía Beta es 118, en la línea de Pequeño Electrodoméstico se registra un precio de 45 y en la línea de DomoHogar se encuentra un precio de 295. La compañía Delta radica sus precio en la línea de TecnoPersonas con una tarifa menor a comparación de la compañía Beta, su precio en comparación es 115, en la línea Pequeño Electrodoméstico se registra un precio mayor al de la compañía Beta, su precio en comparación es 50 y en la línea DomoHogar se registra un precio menor, su precio en comparación es 285.

- Innovación

Tabla 8

Innovación de producto comparación competencia

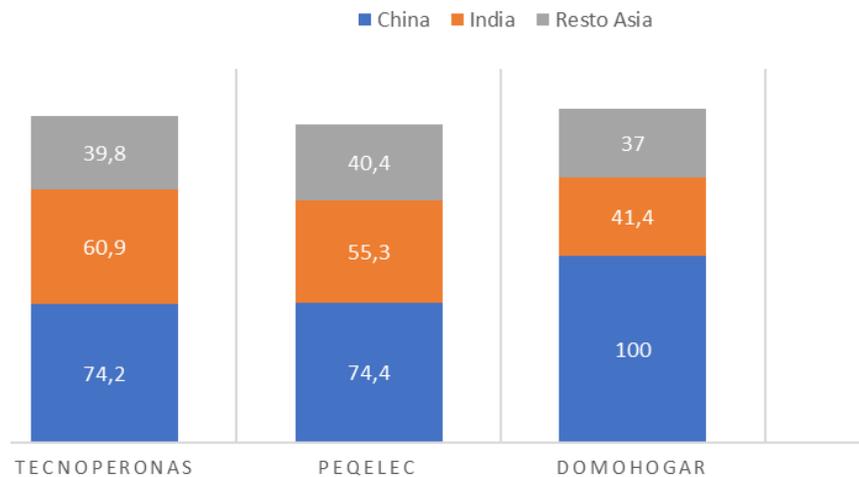
	Alfa	Beta	Delta	Gama
Innovación producto	540	610	465	539

Se registra un alto índice de inversión en el sector de la innovación a comparación de las otras empresas, esto se refleja en los índices de captación de clientes para lograr una fidelización en el embudo del segmento.

- **Promociones de marca**

Figura 20

Valor de marca por producto y mercado



Se aprecia que en las diversas líneas de segmentación en cuanto a producción tecnológica hay un alto índice de satisfacción que va ligado directamente al valor comercial que han ganado los diversos productos. Es por esto que el valor de marca influencia el mercado porque da un posicionamiento general que logra la atracción de clientes.

- **Plaza**

Para el desarrollo de ventas en la compañía Beta se utilizará las ventas por medio de página web, mostrando así el amplio catálogo tecnológico de las tres diferentes líneas de producción.

En el siguiente link se encuentra la página web de la compañía Beta:
<https://camiplataformas.wixsite.com/beta-company>

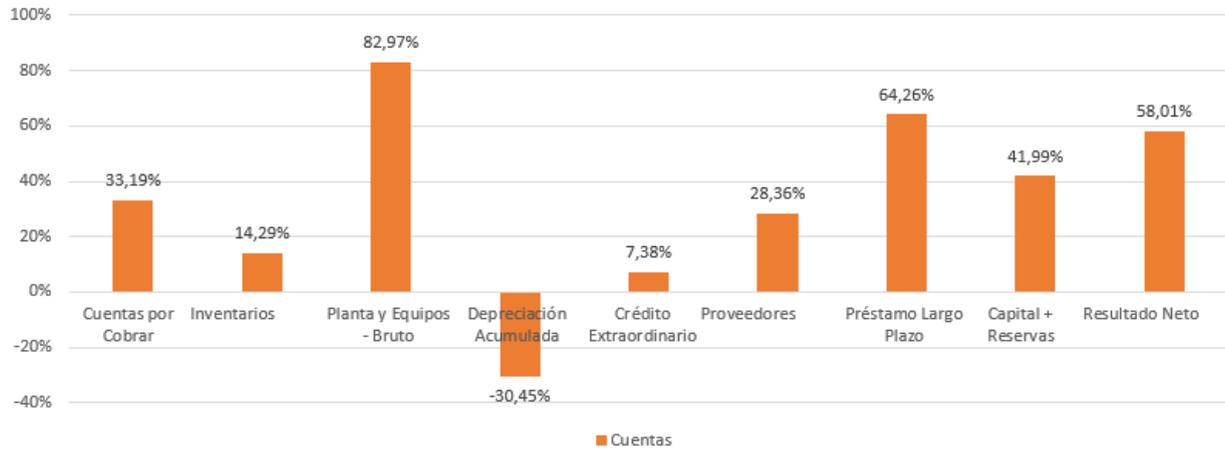
Resultados área de finanzas

- **Análisis vertical del balance general**

- Año 2021

Figura 21

Análisis vertical 2021



En el análisis vertical del año 2021 de la compañía Beta, los resultados de los datos, en cuanto a los activos se puede apreciar que el activo con más participación fue Planta y Equipos con un 82,97% debido a que la primera decisión que se tomó fue la creación de una nueva fábrica en China, es decir en ese momento la compañía Beta empezó a contar con 3 fábricas en China. El siguiente activo con más participación fue Cuentas por Cobrar con un 33,19% debido a que estas cuentas son una manera de fidelizar clientes existentes y atraer a clientes potenciales en el sector tecnológico para el éxito de la empresa. El activo fueron los Inventarios con un 14,29% esto debido que en este primer periodo las plantas estaban con una producción del 99% y no había ventas pérdidas ni obsoletas.

En cuanto a los pasivos, el pasivo con mayor valor porcentual fue el Préstamo a Largo Plazo con un 64,26% puesto que para la implementación de la nueva planta en China fue necesario obtener un préstamo para que la planta empezará a producir sin ningún problema y si nivelara el porcentaje de la tasa de ocupación. El segundo pasivo con más participación fueron los Proveedores con un 28,36% debido a que al abrir la nueva fábrica la empresa adquirió deudas con los proveedores por compras que se realizaron y que todavía no se han

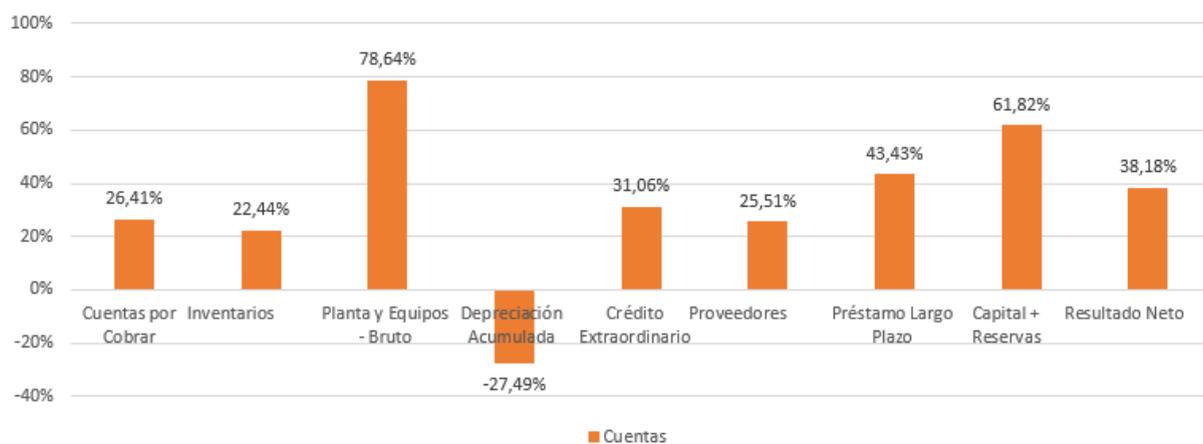
pagado. El tercer pasivo con mayor participación fue el Crédito Extraordinario con un 7,38% debido a la falta de solvencia que tenía la compañía para la creación de nuevas plantas.

Finalmente, en cuanto al patrimonio, el patrimonio con más participación fue el Resultado neto con una participación de 58,01% debido a la nueva implementación de la fábrica en China se generaron mayores ingresos y gastos en la compañía y el segundo patrimonio fue Capital más Reservas con un 41,99% pues teniendo en cuenta la creación de la nuevas fabrica, el objetivo fue hacer frente a las contingencias que puedan surgir en el desarrollo de la empresa sin necesidad de recurrir a una financiación.

- **Año 2022**

Figura 22

Análisis vertical 2022



En el análisis vertical del año 2022 de la compañía Beta, en cuanto a los activos se puede observar que el activo con más participación fue Planta y Equipos con un 78,64% debido a la creación de una nueva fábrica en China. El siguiente activo con más participación fue Cuentas por Cobrar con un 26,41% debido a las facturas emitidas a los clientes de la nueva fábrica. El tercer activo con más participación fueron los Inventarios con un 22,44% esto debido a la poca inversión de promoción e innovación al abrir un mercado nuevo que en este caso fue al Resto de Asia.

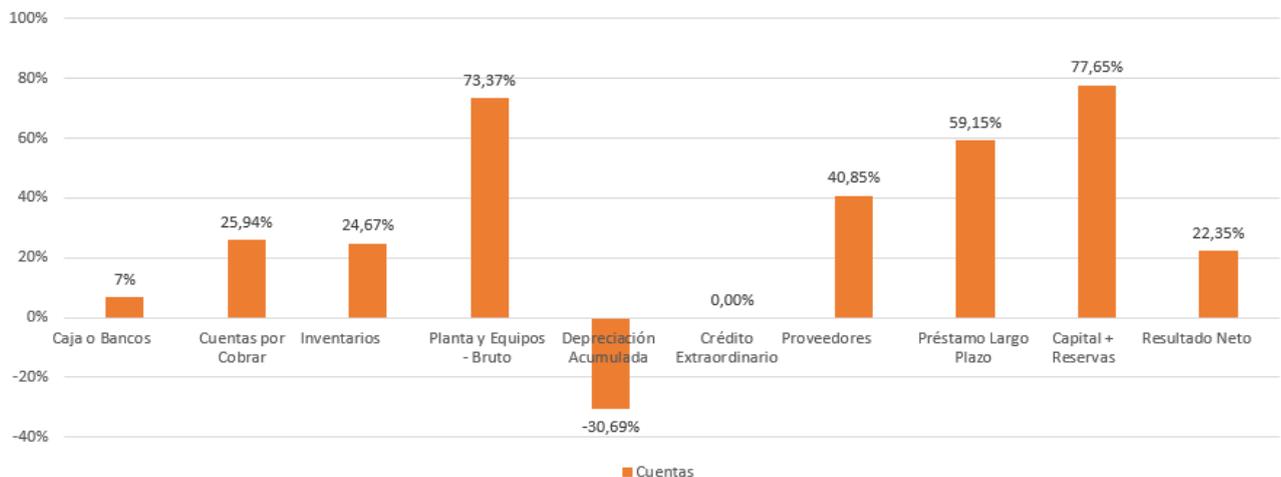
En cuanto a los pasivos, el pasivo con mayor valor porcentual fue el Préstamo a Largo Plazo con un 43,43% porque al crear una nueva fábrica se tomó la decisión de generar un préstamo para cubrir los gastos de esta nueva implementación. El segundo pasivo con más participación fue el Crédito Extraordinario con un 31,06% debido a la falta de solvencia que tenía la compañía para la creación de nuevas plantas. El tercer pasivo con mayor participación fueron los Proveedores con un 25,51% debido a que al implementar unas nuevas fábricas eran necesarios más suministros para la producción de los productos.

Finalmente, en cuanto a el patrimonio con más participación fue el Capital más Reservas con un 61,82% al ser parte de los fondos propios de la empresa, su finalidad es poder hacer frente a obligaciones con terceros que pudieran presentarse a lo largo del año.

- **Año 2023**

Figura 23

Análisis vertical 2023



En el análisis vertical del 2023 de la compañía Beta, el activo con mayor porcentaje fue planta y equipos con una cifra del 73%, esto fue causa del seguimiento de la producción en las cuatro plantas de China cumpliendo con la tasa casi completa de producción en cada una. Otro activo son las cuentas por cobrar con un 25%, esto se debe a la acumulación de las facturas emitidas de los clientes en las 4 fábricas. Así mismo, casi con el mismo porcentaje

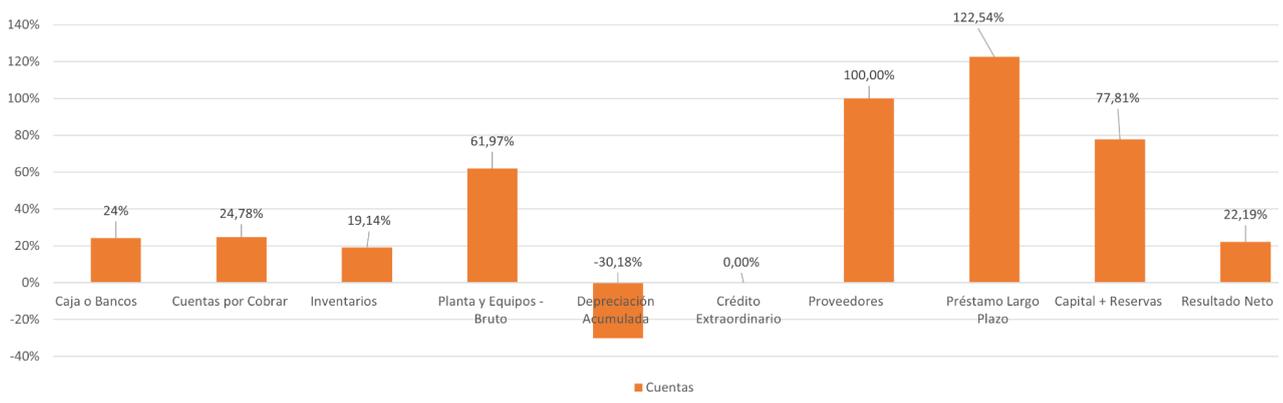
están los inventarios con un 24%, una cifra que preocupa para la sostenibilidad de los precios en los productos puesto que falta una cifra significativa en las ventas. Por último, en los activos también se encuentra caja o bancos con un 7%, esto se minimizó debido a la alta inversión en la promoción e innovación.

Para el análisis vertical en los pasivos están los préstamos a largo plazo con un 59%, esta cifra es causa de unos préstamos que se realizó por la creación de la última planta, sin embargo, es importante aclarar que tuvo una leve disminución para este año por la alta utilidad que se tuvo para cubrir una parte de esta deuda. Otro pasivo que se encuentra es la de los proveedores con un 40%, esta cifra cumple con la falta de suministros que son necesarios para la elaboración de las 4 fábricas. Para terminar, está el patrimonio de la empresa, donde el capital + reserva tiene el 77%, es decir que la empresa tiene una suma considerada para compensar las pérdidas del capital.

- **Año 2024**

Figura 24

Análisis vertical 2024



En el análisis vertical del 2024 de la compañía Beta, el activo con mayor porcentaje fue planta y equipos con una cifra del 61,97%, esto surge por la continuidad de la producción en las cuatro plantas de China cumpliendo con la tasa casi completa de producción de TecnoPerso y sobretodo DomoHogar, en cuanto al porcentaje de Peq Electro disminuyó su

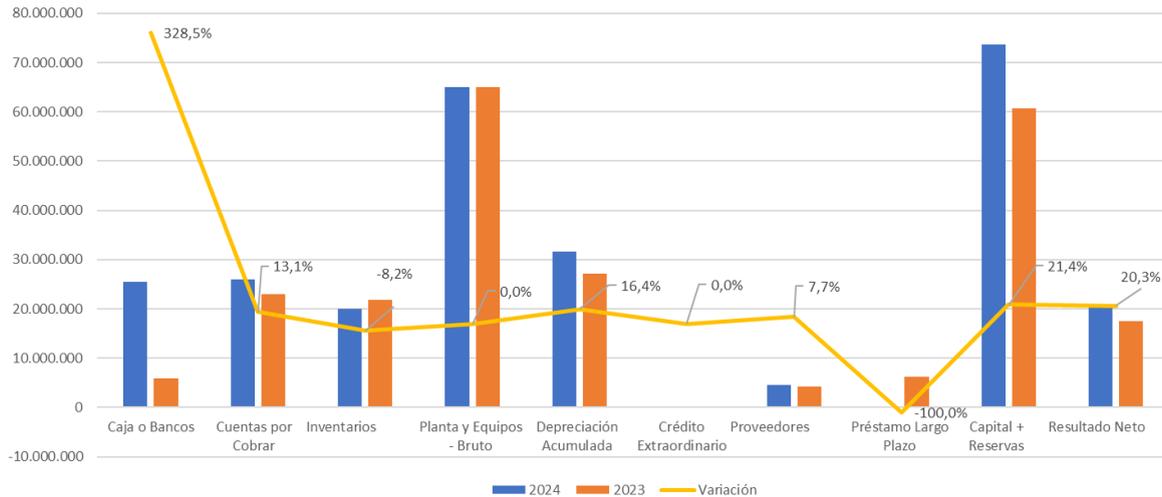
ocupación de fabricación al 84,1% debido al total de las unidades producidas, para los activos en general es un porcentaje positivo en las plantas y equipos. Otro activo son las cuentas por cobrar con un 24,78%, esto se debe a la acumulación de las facturas emitidas de los clientes en las 4 fábricas. Siguiendo el orden, están los inventarios con un 19,14%, una cifra que es directamente proporcional con el valor de planta y equipos, ya que hace referencia a la totalidad de la materia prima, productos en proceso y los productos terminados. Por último, en los activos también se encuentra caja o bancos con un 24%, que representa el efectivo de la empresa teniendo en cuenta que hay más dinero para cubrir los activos.

Para el análisis vertical en los pasivos están los proveedores con el 100% que cumple con todos los suministros que son necesarios para la determinación y elaboración de las cuatro fábricas. En cuanto al crédito extraordinario obtuvo el 0% ya que no hubo necesidad de adquirirla por el buen manejo en las inversiones de la empresa , así mismo se logró disminuir el valor del préstamo a largo plazo en un 122,54%. Para terminar, está el patrimonio de la empresa, donde el capital + reserva tiene el 77,81%, lo que quiere decir es que para este año la empresa tiene una suma considerada para compensar las pérdidas del capital.

- Análisis horizontal del balance general

Figura 25

Análisis horizontal 2023-2024



En el análisis horizontal entre el año 2023 y 2024 en la compañía Beta, principalmente en los activos se tuvo la variación más significativa superando el 100% que fue la de caja o bancos, teniendo en cuenta el periodo pasado y el actual la empresa logró contar con más presupuesto o efectivo beneficiado para poder tener una mayor inversión en el mercado, la variación fue de 328,5%. Continuando, se encuentra la segunda variación que fue de 13,1% en las cuentas por cobrar, esta variación significa que para este año hubo un aumento en el número de cuentas que tuvieron su facturación por cada una de las cuatro fábricas.

Adicionalmente se presenta una variación en los activos del inventario con un -8,2 %, una cifra negativa ya que la empresa tomó la decisión de no tener el 100% de la tasa de producción en los tres tipos de productos ya que estaba quedando una serie alta en el stock de los productos de TecnoPerso. El activo faltante es planta y equipos que no tuvo ninguna variación para este periodo, manteniendo la misma cifra de producción.

Ahora se analiza los pasivos, iniciando con el más alto que es el de los proveedores con un 7,7% de variación, esto ocurre ya que se generó la necesidad de cubrir más suministros para llegar a la producción estándar y así mismo tener la cantidad de productos suficientes en el mercado.

En el patrimonio entre las variables del 2023 al 2024 existen dos, una es el capital + reserva que obtuvo una variación del 21% ya que se implementó una inversión bastante

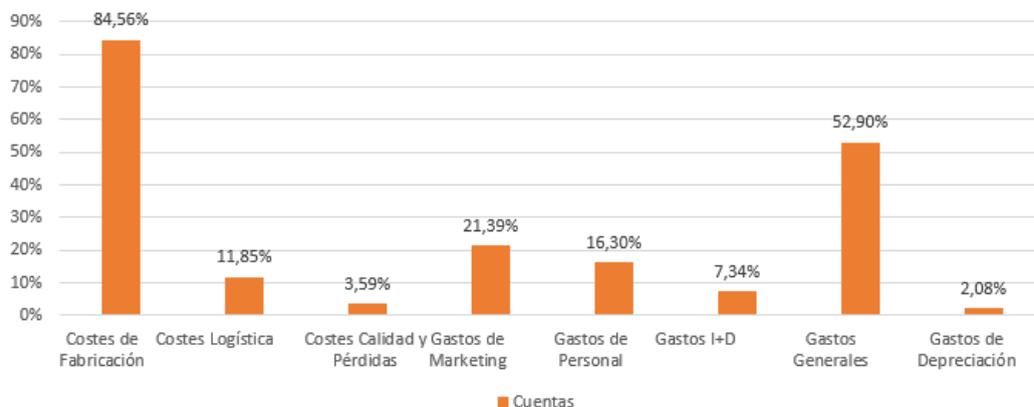
significativa en la innovación y promoción de los productos, así mismo el aumento de presupuesto en los gastos de su producción e inversión. Por último, está la variable del resultado neto, que tuvo una variación del 20%, esta cifra implica que subió el número de activos que superan al pasivo.

- **Análisis vertical del estado de resultados**

- **Año 2021**

Figura 26

Análisis vertical del estado de resultados 2021



En el análisis vertical del año 2021 de la compañía Beta, con respecto a los ingresos totales, en este año se tenían 80'737.184, ahora bien, en cuanto a los costes de ventas se puede evidenciar que los costes de fabricación tuvieron más participación en el mercado con un 84,56% debido a la implementación de una nueva fábrica en China y un nuevo mercado en India, es decir la compañía Beta en el periodo 2021 tenía 3 fábricas en China e ingreso a un nuevo país, teniendo en cuenta esto el valor de la materia prima, el pago de la mano de obra directa, la supervisión de la mano de obra, el mantenimiento de los equipos aumentó. El siguiente coste con más participación fueron los costes de logística con un 11,85% debido a que, al aumentar la producción, el proceso logístico tiene que ser más minucioso, es decir, se debe tener en cuenta las cadenas de suministro como el aprovisionamiento, producción, distribución y retorno. El tercer coste con más participación fueron los costes de calidad y

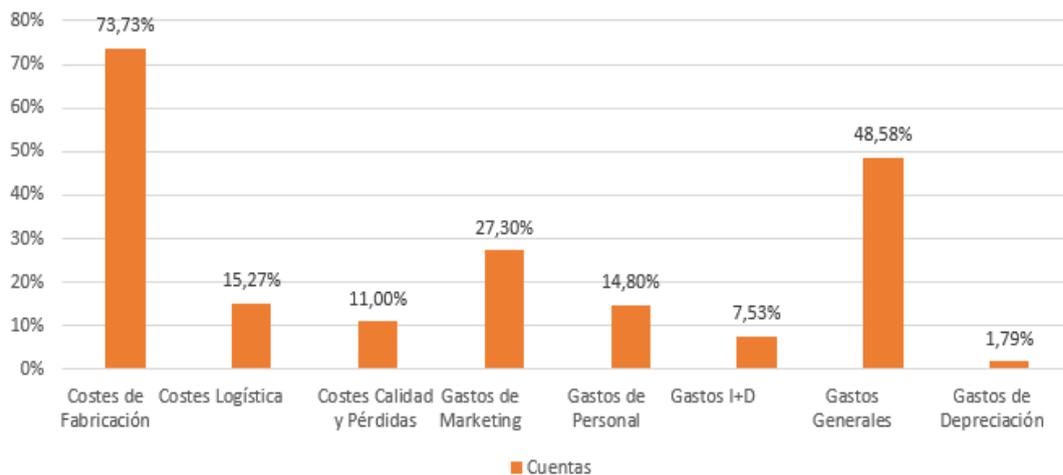
pérdidas con un 3,59%, es importante resaltar que debido a que la empresa es big producer, la competencia en cuanto a calidad es mayor, sin embargo, en este periodo no hubo pérdidas de inventarios ni productos obsoletos.

En cuanto al total de los gastos de estructura, el gasto con mayor valor porcentual fueron los gastos generales con un 52,90% porque al crear una nueva fábrica, los gastos de producción, de materiales, de ventas y administrativos aumentaron. El segundo gasto con más participación fueron los gastos de Marketing con un 21,39% ya que en este periodo se aumentó el presupuesto para la sección de promoción, innovación y tecnología. El tercer gasto con mayor participación fueron los gastos de personal con un 16,30% debido a que al ingresar a un nuevo mercado era necesario invertir en la capacitación y desarrollo del personal.

- **Año 2022**

Figura 27

Análisis vertical del estado de resultados 2022



En el análisis vertical del año 2022 de la compañía Beta, sus ingresos totales estaban en 88'566.656 y en cuanto a los costes de ventas se puede evidenciar que los costes de fabricación tuvieron más participación en el mercado con un 73,73% debido a que el total de costo de materiales, fabricación, y demás procesos empleados en la producción de la

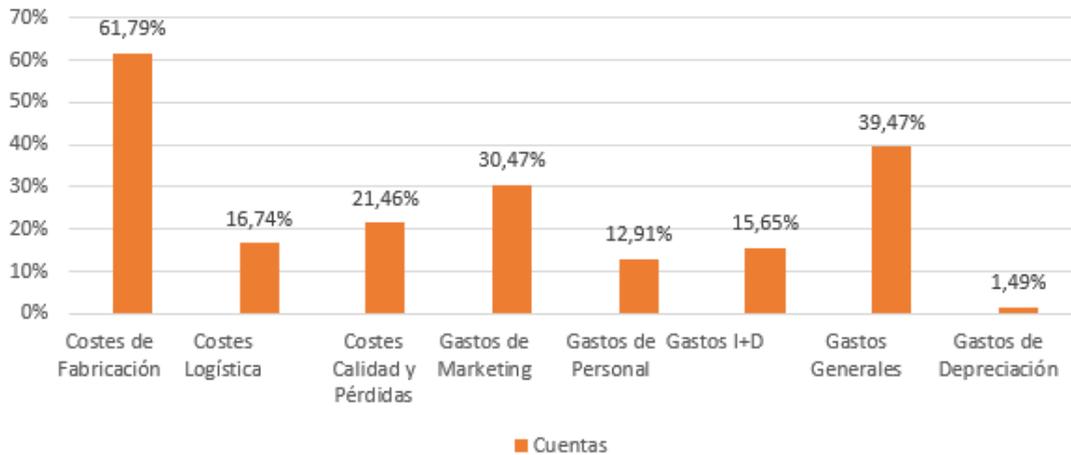
mercancía vendida en un la empresa incrementaron gracias a la introducción en los países en los que se abrieron nuevas fábricas como en el Resto de Asia, junto con la asignación apropiada de gastos administrativos y generales. El siguiente coste con más participación fueron los costes de logística con un 15,27% debido a que teniendo en cuenta que la empresa cuenta con 4 fábricas en China y mercado en India y el Resto de Asia los gastos incurridos en el transporte del producto, desde la obtención de materias primas hasta la entrega de los pedidos de los clientes y todos los pasos intermedios incrementaron. El tercer coste con más participación fueron los costes de calidad y pérdidas con un 11,00% esto debido a que la empresa en este periodo los gastos incurridos en la obtención y aseguramiento de una calidad satisfactoria se evidencio que se originaron pérdidas por la cantidad de inventario en stock.

En cuanto al total de los gastos de estructura, el gasto con mayor valor porcentual fueron los gastos generales con un 48,58% porque al crear una nueva fábrica, los gastos que la empresa debe pagar se originan independientemente al nivel de producción. El segundo gasto con más participación fueron los gastos de Marketing con un 27,30% ya que en este periodo se destinó dinero a las estrategias de publicidad y marketing para así cumplir con los objetivos comerciales y para ayudar a posicionarse en el mercado del sector tecnológico, sin embargo, se pudo evidenciar que la parte de promoción no fue exitosa ya que un gran porcentaje del inventario no se vendió. El tercer gasto con mayor participación fueron los gastos de personal con un 14,80% debido a que a la cantidad de fábricas que posee la empresa y los nuevos mercados implementados, se debe satisfacer la retribución al personal.

- **Año 2023**

Figura 28

Análisis vertical del estado de resultados 2023



El análisis vertical del año 2023 en el estado de resultados de la compañía Beta, sus ingresos totales eran de 93 '231.312. Este análisis se basa en costes y gastos, inicialmente se presentan los costes de fabricación que presentó el 61%, esto se debe a que en su totalidad son costos de materiales, fabricación y otros elementos necesarios para la producción de los productos y su venta en el mercado tanto en China como en India y el resto de Asia.

Posteriormente, se presentan los costos de logística que tuvieron el 16%, una cifra no muy alta pero que garantiza la adquisición de todos los recursos de distribución y entrega del producto en China, India y el resto del mundo. Por último, se encuentran los costes de calidad y pérdidas que obtuvo el 21% de las ventas, a causa de una obtención y aseguramiento de la calidad satisfactoria al cliente, pero que tuvo varias pérdidas por las cifras que muestra el inventario para este año.

En relación a los gastos se evidencian los gastos de marketing donde tuvo un 30%, esto representa que para este año se tomó la decisión de brindar un presupuesto extenso en el área de innovación y promoción para tener el control de los tres mercados en los que se interactúa.

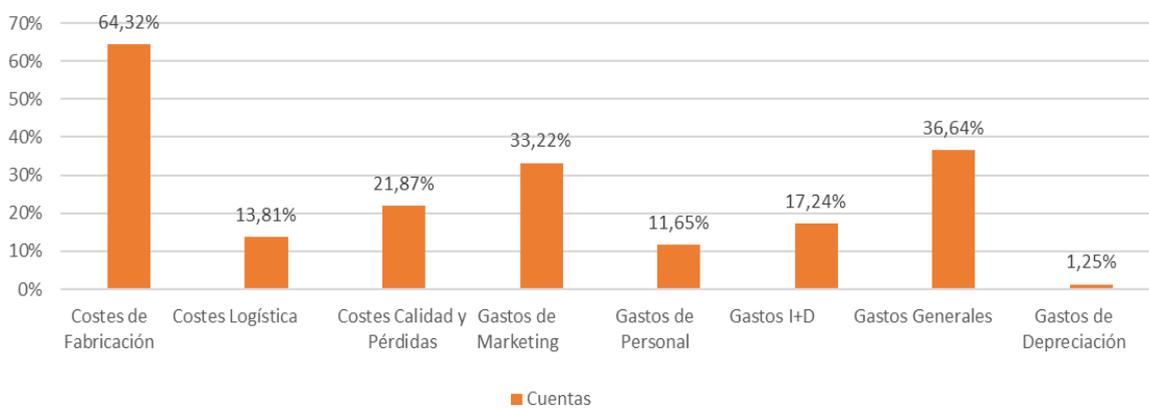
El gasto del personal fue de un 12% ya que se optó por seguir con potencia de fabricación en las plantas y así mismo de las ventas en los tres mercados, por ende, se sigue requiriendo de sueldos y salarios para sostener el personal necesario. Los gastos I+D que tuvieron el 15% de las ventas, sucedieron debido a la inversión en el desarrollo tecnológico

en las fábricas y su elaboración del producto. Por último, los gastos generales con un 39% de las ventas, que hacen parte de casi todos los gastos de la compañía como nómina, administración, financieros, mantenimiento, tecnología, entre otros que han ayudado esencialmente a la producción de los productos.

- **Año 2024**

Figura 29

Análisis vertical del estado de resultados 2024



En el análisis vertical del año 2024 de la compañía Beta, con respecto a los ingresos totales, en este año se tenían 105 '452.864 una cifra bastante alta en comparación a los anteriores periodos.

En cuanto a los costes de ventas se puede evidenciar que los costes de fabricación tuvieron más participación en el mercado con un 64,32% debido a que se mantuvo el margen de producción en las cuatro plantas, pero teniendo en cuenta esto el valor de la materia prima, el pago de la mano de obra directa, la supervisión de la mano de obra, el mantenimiento de los equipos aumentó. El siguiente coste con más participación fueron los costes de logística con un 13,81% debido a que al mantener estándar la producción, el proceso logístico tiene que ser más minucioso, es decir, se debe tener en cuenta las cadenas de suministro como el aprovisionamiento, producción, distribución y retorno. El tercer coste con participación fueron los costes de calidad y pérdidas con un 21,87%, es importante resaltar que debido a

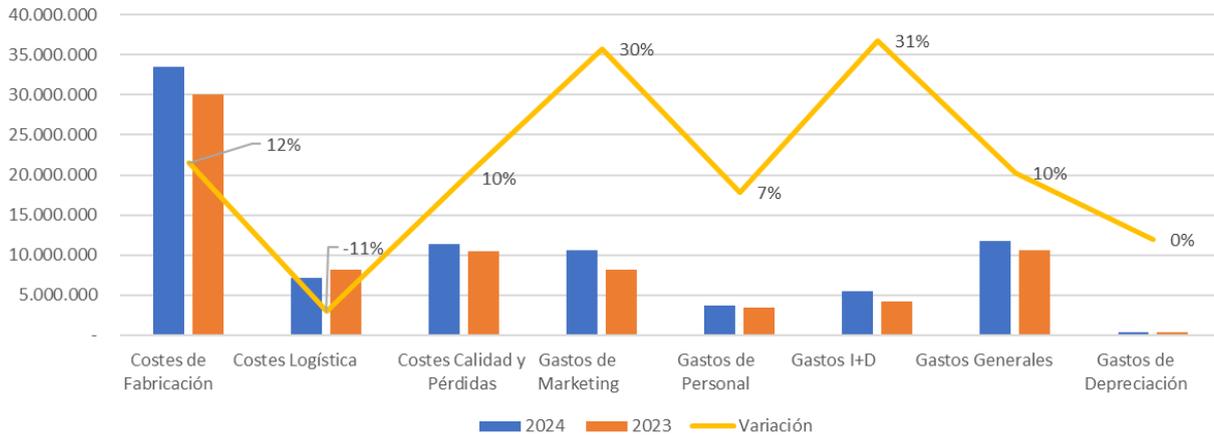
que la empresa es big producer, la competencia en cuanto a calidad es mayor, sin embargo, en este periodo hubo pérdidas de inventarios pero no significantes para generar productos obsoletos.

En cuanto al total de los gastos de estructura, el gasto con mayor valor porcentual fueron los gastos generales con un 36,64% porque los gastos de producción, de materiales, de ventas y administrativos tuvieron un crecimiento, pero no muy relevante al tomar la decisión de mantener el margen de la empresa en los gastos de las fábricas e inversión en los mercados. El segundo gasto con más participación fueron los gastos de Marketing con un 33,22% ya que en este periodo se aumentó el presupuesto para la sección de promoción, innovación y tecnología en los productos y fábricas para suplir a más ventas sobre todo en el tipo de TecnoPerso. El tercer gasto con mayor participación fueron los gastos I+D que tuvieron el 17% de las ventas, sucedieron debido a la inversión en el desarrollo tecnológico en las fábricas y su elaboración del producto. El cuarto gasto con mayor participación fueron los gastos de personal con un 11,65% ya que al aumentar el presupuesto de capacitación era necesario contar con el suficiente personal capacitado para mantener los precios en el mercado y generar una promoción de los productos más constante.

- Análisis horizontal del estado de resultados

Figura 30

Análisis horizontal del estado de resultados 2023-2024



En el análisis horizontal del 2023 al 2024 de la compañía Beta, hubo una variable notable que siempre tuvo una incrementación en los costes de las ventas, pues los costes de fabricación obtuvieron un 12%, pues a pesar de que se realizaron cambios en el manejo de la tasa de producción, se observa una cifra leve de crecimiento en los costes de fabricación a comparación con los anteriores años. Otra variable fue el de costes de calidad y pérdidas con un 10%, ya que en el último año se tomó la opción de invertir un monto bastante significativo en la innovación del producto, esto para generar alta calidad en los productos pero que así mismo interfiera para mejorar los errores producidos como pérdidas. En los costes de logística se obtuvo una variación negativa de -11%, esta disminución genera que el margen de ahorro de la empresa pueda manifestarlo y beneficiarlo a los clientes con el propósito de reforzar los precios y generar la competitividad en los diferentes mercados y a su vez un buen uso de distribución del producto.

Por último, los costes de fabricación tuvieron una variable relevante, a un 12%, ya que la empresa optó por mejorar las tasas de producción y generar una totalidad importante en el número de productos en Tecno Perso, Peq Electro y DomoHogar, debido a que se estaba identificado una gran pérdida y estancamiento de productos de TecnoPerso por la numerosa cifra de producción, además es necesario mantener el proyecto y tener un mercado estándar.

En la variación de los gastos se encuentran los gastos I+D, que fue el que tuvo el porcentaje más alto con un 31% ya que la última decisión tomada para el 2024 fue la alta inversión en el desarrollo tecnológico en las fábricas con el objetivo de mejorar los costes, capacidad productiva y fiabilidad.

Los gastos de marketing con una variación del 30%, se analizó que al brindar una gran cifra de presupuesto a la promoción de la marca se logra un éxito en el marketing de los productos en cada uno de los mercados y el beneficio de priorización en el área de capacitación en el marketing y comercialización.

Además, están los gastos de personal que no tuvo una variación determinante ya que fue del 7%, pero que aun así se tomó la decisión de invertir en mejorar las capacidades organizativas de la compañía por área. Para finalizar, están los gastos generales que se evidenció una variación con una cifra del 10% ya que se mejoró en el control de los gastos operativos y pérdida o ganancia del producto.

- **Análisis de los indicadores de liquidez**

Los indicadores financieros de liquidez son aquellos que indican cómo asumir las responsabilidades de la empresa en corto plazo, define si la compañía se encuentra en riesgo y establece con qué facilidad o dificultad se pueden pagar los pasivos corrientes con los activos corrientes.

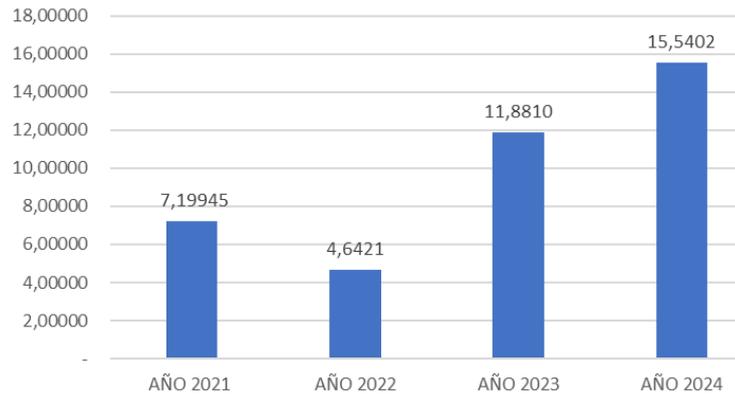
Los indicadores de liquidez se dividen en:

- **Razón corriente:**

Este indicador tiene como objetivo verificar las probabilidades que tiene una empresa en afrontar sus responsabilidades en el corto plazo.

Figura 31

Razón corriente



El indicador de liquidez razón corriente está basado en 4 periodos activos de la compañía Beta. Es así como, en el año 2021 la compañía por cada millón en deuda que mantenía, tenía la capacidad de 7.199.000 para poder efectuar el pago; en el año 2022 por cada millón en deuda, la compañía tenía 4.642.000 para efectuar el pago; en año 2023 por cada millón en deuda, la compañía tenía 11.881.000 millones para saldar la deuda; y por último en el año 2024 por cada millón en deuda, la compañía tenía 15.540.200 millones para saldar su deuda.

En el año 2022 la reducción de la capacidad de pago fue de 2.557.000 millones, esto se debe a la decisión errónea de crear una nueva fábrica sin el capital suficiente, es ahí donde se le asigna a la empresa un crédito a largo plazo incrementando su nivel de endeudamiento.

Para el año 2023 la estrategia que se aplicó fue tener una mayor concentración en la promoción e innovación de los tres productos (Tecnopersonas, domótica para el hogar y pequeño electrodoméstico) para así de esta forma generar mayores ventas en los mercados en los cuales está involucrada, centrándose principalmente en el resto de Asia ya que allí fue donde menores ventas se obtuvieron y poder de esta manera saldar la mayor cantidad de deuda que tiene la empresa e incrementar los activos totales.

Para el periodo 2024 la estrategia principal de la empresa fue continuar con el proceso de promoción e innovación en los productos, ya que se demostró que aplicando esta técnica el

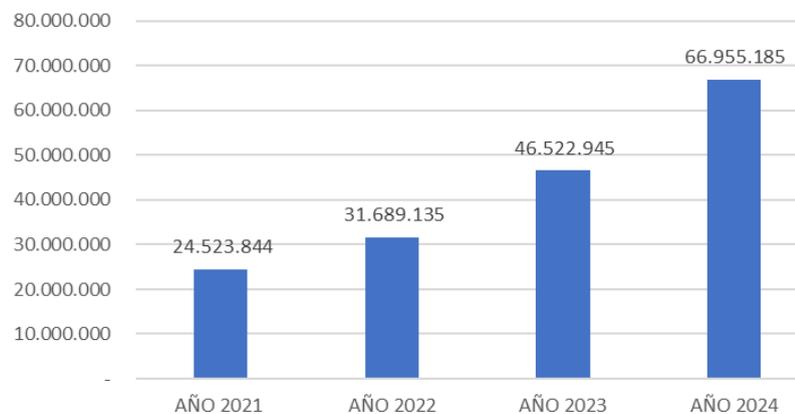
inventario logró reducirse drásticamente dejando ganancias en la compañía, que han ayudado en el proceso de pago de deuda, es así como su capacidad de pago aumentó 3.659.200.

- Capital neto de trabajo:

Este indicador tiene como objetivo establecer la cantidad de dinero que tiene la empresa para mantener sus funciones correctamente después de pagar sus obligaciones a corto plazo.

Figura 32

Capital neto de trabajo



El capital de trabajo de la compañía Beta se analiza en cuatro periodos de tiempo distintos. En primer lugar, en el año 2021 la empresa contaba con 24.523.844 millones para la ejecución de sus actividades normales, en el año 2022 la compañía tuvo un aumento en la capacidad monetaria para poder cumplir con sus actividades contando con un capital de 31.689,135, este aumento se dio debido al préstamo que se adquirió para poder sustentar las obligaciones, en el año 2023 la compañía siguió su proceso de aumento llegando a 46.522.945 millones para las funciones de la compañía después de pagar las deudas a corto plazo, esta valorización se dio gracias a las ventas ejecutadas en las tres regiones principales, vendiendo gran cantidad del inventario, bajando la producción ya que en el periodo 2022 la empresa obtuvo pérdidas por falta de venta y comercializando los productos faltante.

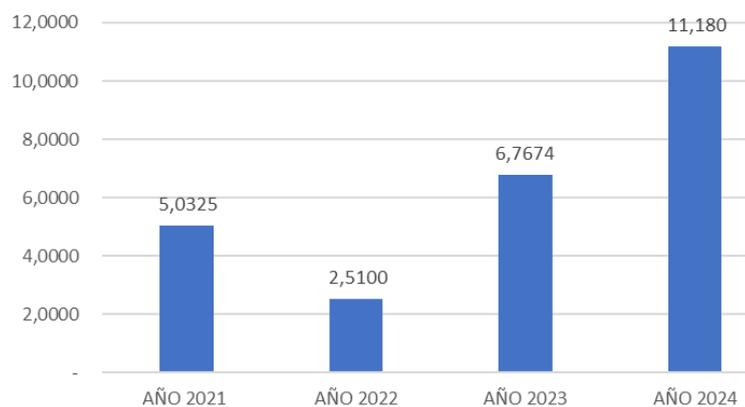
La estrategia para el periodo 2024 fue enfocarse en la promoción e innovación de los productos para terminar de vender el stock faltante que tenía la empresa, además de esto la estrategia también estuvo en la mejora de la tecnología industrial de las fábricas y en el desarrollo de las capacidades del personal, es así como la compañía tuvo un aumento significativo para seguir ejecutando sus labores normales, llegando a 66.955.185.

- Prueba acida

Este indicador tiene como objetivo determinar cuál es la capacidad que tiene la empresa para poder solventar sus deudas excluyendo el inventario. Se determina en cuanto al dinero que se tiene en las cuentas de caja, bancos, cuentas por cobrar, inversiones, etc.

Figura 33

Prueba acida



Este indicador se calcula tomando los activos corrientes menos el inventario sobre los pasivos corrientes, al hacer esta operación se demostró que durante el año 2021 la compañía Beta contaba con 6.767.400 millones en sus activos para poder sustentar sus actividades, más en el año 2022 estos activos tuvieron un cambio drástico bajando a 2.510.000 millones, esto se debe a que los productos no se vendieron y se quedaron en el stock, además de esto una gran cantidad el inventario se dañó ya que estuvo mucho tiempo almacenado; en el año 2023 tuvo un alza de los activos llegando a 6.767.400, en este año la inversión que se hizo fue en

promoción en los tres mercados, lo que ayudó a tener más visualización en los productos y lograr vender parte del inventario que se tenía guardado.

Como estrategia en el periodo 2024 el objetivo fue vender todo el inventario para así poder tener más dinero en caja y/o bancos y aumentar los activos, esto se vio reflejado en el alza de la capacidad de pagar sus obligaciones, llegando a 11.180.000 millones.

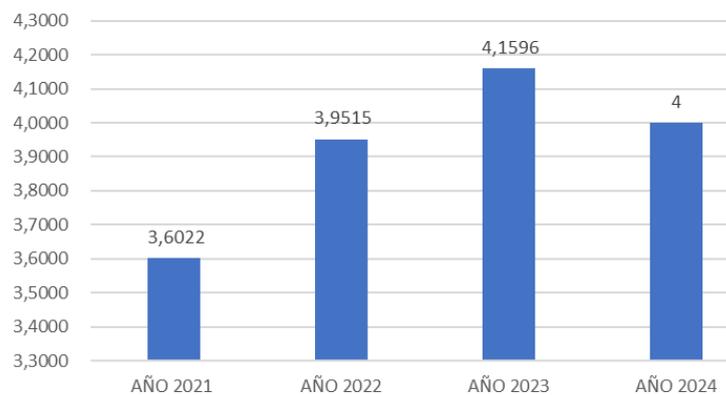
- **Análisis de los indicadores de actividad**

Los indicadores de actividad son aquellos que miden la eficiencia en cuanto a la administración de los activos de una empresa, también determina la inversión necesaria para la mejora de la producción.

- **Rotación de cartera**

Figura 34

Rotación de cartera



El indicador de actividad rotación de cartera determina el número de que las cuentas por cobrar se convierten en efectivo. Para determinar la rotación de cartera de la empresa Beta, primero analizó el promedio de cuentas por cobrar que se tiene, dando un resultado de 24.495.309, esta es la cantidad de dinero que la empresa tiene por cobrar. Como estrategia se plantea minimizar los préstamos a largo plazo, planteando otras opciones de financiación.

Obteniendo el valor de las cuentas por cobrar de la compañía, ahora este valor se debe dividir en las ventas a crédito. Es así como en el año 2021 la compañía tenía un valor de 3,2

días en cuentas por cobrar, en el año 2022 tenía un valor de 3,6 días, en el año 2023 la compañía contaba con un valor de 3,8 días en cuentas por cobrar y por último en el año 2024 la empresa contaba con 4 días en cuentas por cobrar. La variación del año 2021-2022 fue menos de 1 día en promedio, más la diferencia del año 2022-2023 fue prácticamente de 0,2, por último en comparación al año 2021 con relación al 2024, la variación fue de aproximadamente 1 día. Esta es la cantidad de días que la empresa Beta cobra por año.

La estrategia principal que se implementó en el año 2024 fue la promoción e innovación de los productos en las distintas regiones para así poder aumentar las ventas en la compañía, generando más días para poder cobrar y que este cobro se vuelva efectivo.

- Periodo promedio cobro

Este indicador tiene como objetivo determinar cada cuanto la empresa Beta puede cobrar a sus clientes. Este valor se analizó multiplicando las cuentas por cobrar promedio por los 365 días del año, sobre las ventas a crédito, al realizar este cálculo se determinó que la empresa cuenta con 84 días en promedio para poder cobrar. En cuanto a la estrategia, la empresa recurrió a reducir los pagos en largo plazo de las facturas además de optar por tener un depósito inicial en cuanto a la venta de los productos.

- Inventario promedio de mercancía

Este indicador tiene como objetivo determinar el valor del inventario de la empresa en los distintos períodos, es así como durante el periodo 2021-2022 la compañía contó con un valor de 13.561.669 unidades en el inventario, esto se debe a la decisión de ampliar la tasa de producción ya que se entró a un nuevo mercado, pero la baja promoción de este hizo que los productos se quedaran en el stock y muchos de ellos se perdieran, además de un aumento significativo en los precios. Para el año 2022-2023 el inventario aumentó a 20.207.600, esto se debe a la cantidad de inventario que ya se tenía en años anteriores sumándole la nueva producción de estos; a pesar de su aumento en cuanto al inventario también se vio un

aumento en las ventas de los productos, ayudando a minimizar la cantidad de inventario que se fabricó.

En resultado de los anteriores años, en el 2024, la compañía Beta terminó 20.969.926 con un inventario promedio de mercancía.

La estrategia tomada de la compañía Beta para el año 2024, fue bajar los precios de los productos para así poder animar a los clientes a adquirir la mercancía, además de mejorar su promoción e innovación, esto generando mejores ventas.

- **Rotación inventario 1**

Este primer indicador de rotación de inventario determina cuántas veces la rotación se vuelve efectiva. Es así como en la compañía Beta dos veces al año esta se vuelve líquido, este cálculo se determinó dividiendo el costo de las mercancías vendidas sobre el inventario promedio de mercancías y este último se determina sumando los dos inventarios de los últimos años sobre 2.

Esta actividad se lleva a cabo cuando se necesita renovar el inventario y como consecuencia se genera un alza en los activos y en las ventas, además de indicar un buen manejo de los productos. La estrategia de la compañía Beta para el año 2024 fue aumentar la promoción e innovación de los productos, para así poder acabar con el inventario más rápido, que este no se pierda y que los ingresos sean más constantes.

- **Rotación inventario 2**

El segundo indicador de rotación de inventario determina cada cuantos días la compañía debe renovarlo. Como resultado la compañía obtuvo que en promedio cada 146 días, la compañía debe renovar su inventario. Es decir, aproximadamente cada 5 meses esto se debe efectuar. Como estrategia para el 2024 la compañía planteó la misma estrategia del indicador de rotación 1, aumentar la promoción e innovación de los productos, para que así se generen mayores ventas y el inventario se renueve constantemente.

- **Análisis de los indicadores de endeudamiento**

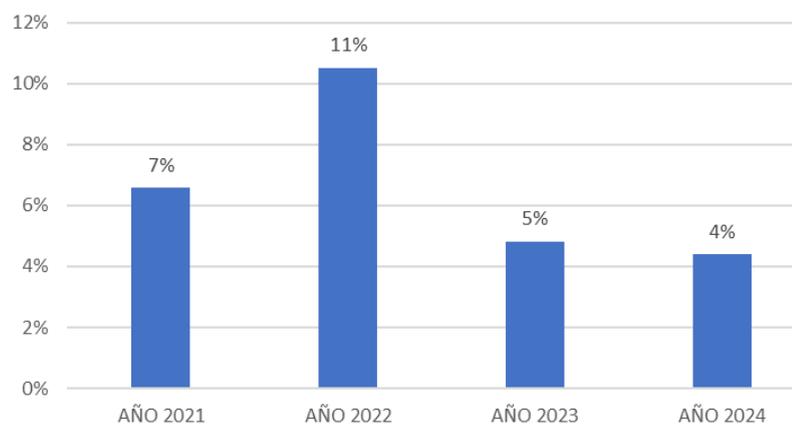
Los indicadores de endeudamiento son aquellos que miden cual es el grado de participación de los acreedores dentro de la compañía, además de determinar también en qué nivel de riesgo se encuentra la empresa. El resultado se determina a partir de la situación financiera, los márgenes de rentabilidad y las tasas de interés, estas se dividen en: tasa de interés de colocación (monto que cobran los bancos por un préstamo) y tasa de interés de captación (tasa de retorno de inversiones). Los indicadores de endeudamiento se calculan a corto plazo (liquidez) y largo plazo (proyecciones, estados financieros, capacidad para generar recursos).

- **Nivel de endeudamiento**

Este indicador tiene como objetivo determinar el porcentaje del capital que corresponde a la deuda de la empresa.

Figura 35

Nivel de endeudamiento



El nivel de endeudamiento de la compañía Beta se determinó en 4 periodos de tiempo, calculados en el total de pasivos (pasivos corrientes y no corrientes) sobre el total de los activos. Es así como en el año 2021 el porcentaje del patrimonio de la compañía Beta en deuda era del 7%, en el año 2022 la deuda era del 11%, esto refleja un aumento en las deudas de la compañía, ya que, al tomar la decisión de crear una nueva fábrica de producción sin el

capital necesario, se le otorgó un crédito a largo plazo y un crédito extraordinario, esto hizo que la empresa tuviera un gran porcentaje de sus activos en pagar las deudas. En el año 2023 este porcentaje bajó significativamente a un 5% y se dio gracias al aumento de las ventas en los tres mercados por invertir en la promoción, marketing e innovación de los productos, además de bajar los precios para poder ser más competitivos. Con esta estrategia la compañía logró saldar su crédito extraordinario y así bajar sus deudas en gran medida.

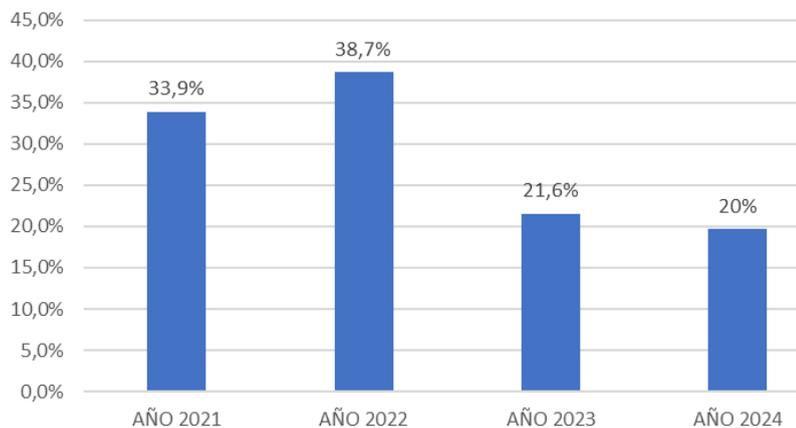
La estrategia de la compañía Beta para el año 2024 fue la promoción de sus productos y el ajuste de sus precios, es así como el porcentaje del patrimonio de la compañía Beta logró reducirse al 4%.

- **Endeudamiento financiero**

Este indicador tiene como objetivo determinar el grado de participación de los acreedores dentro de la empresa.

Figura 36

Endeudamiento financiero



Este análisis también se divide en 4 periodos de tiempo, en el año 2021 el porcentaje que tenían los acreedores dentro de la empresa Beta fue del 33,9%, en el año 2022 el porcentaje fue de 38%, este aumento se dio por el crédito a largo plazo y el crédito extraordinario que se le asignó a la empresa para poder seguir con sus operaciones normales, en el año 2023 este porcentaje bajó exponencialmente a 21% ya que en este momento el

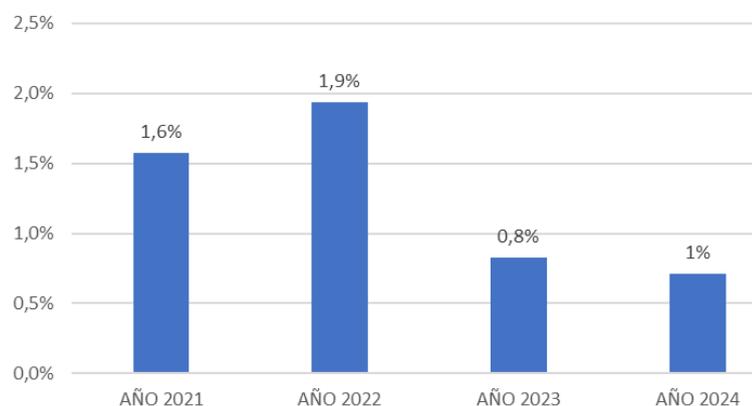
crédito extraordinario se saldó gracias al aumento de las ventas, pero aun así la compañía sigue teniendo el crédito a largo plazo de la última fábrica creada. La empresa Beta durante el 2024 tuvo como objetivo seguir implementando la estrategia anterior en cuanto a la promoción e innovación de sus productos, para así poder saldar todos sus créditos y tener mayores ganancias a capital, es así como el porcentaje de los acreedores dentro de la empresa logró bajar al 20%.

- Impacto de carga financiera

Este indicador está compuesto por todas las cargas en deuda que tiene la empresa (prestamos, tarjetas de crédito, créditos financieros, etc.). Es decir, establece el grado que tienen los gastos financieros sobre los ingresos en una empresa.

Figura 37

Impacto carga financiera



Este indicador se determina en cuatro periodos de tiempo, es así como en el año 2021 los gastos financieros representan el 1,6%, es decir que de las ventas hay que destinar el 1,6% cada año para pagar los gastos financiero, en el año 2022 los gastos financieros fueron de 1,9% y en el año 2023 lo gastos financieros fueron de 0,8%. Esta reducción se debe a que la empresa pudo saldar el crédito extraordinario que debía y es así como los gastos financieros también se dieron a la baja.

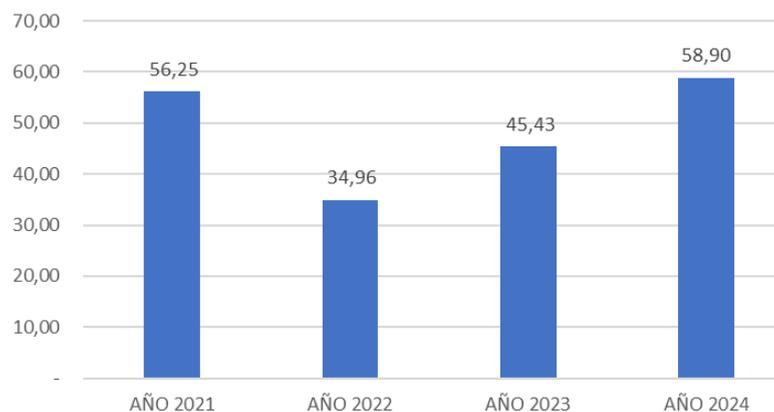
La estrategia de la compañía para el 2024 fue aumentar sus ventas para que el porcentaje de gastos financieros sea menor, esto se logró apoyándose en el aumento del marketing y promoción, además de mantener sus precios por debajo de la competencia, gracias a ello el porcentaje de los gastos financieros de la empresa finalizó en 1%.

- Cobertura de intereses

Este indicador mide el número de veces que la utilidad operacional (quitando los intereses e impuestos) cubre los gastos de intereses brutos.

Figura 38

Cobertura de intereses



Este indicador se mide en los 4 periodos de tiempo de la compañía, en el año 2021 la compañía Beta por cada peso en interés puede asumir esa responsabilidad con 56 pesos, en el año 2022 por cada peso en interés la compañía lo podía asumir con 34 pesos, esta reducción se dio por el nivel de endeudamiento que tenía la empresa, eso ocasionó una disminución en sus activos para poder saldar las deudas, y en el año 2023 por cada peso en interés la compañía tiene 45 pesos con que saldar la deuda, este incremento se dio gracias al aumento en las ventas de este periodo, permitiéndole a la empresa tener mayor capacidad para pagar sus deudas. Como estrategia para el 2024 la empresa continuó implementado la inversión en el marketing y promoción de sus productos, para así poder generar más ingresos y al mismo

tiempo bajar las deudas, generando una mayor capacidad de pago, gracias a esta estrategia por cada peso en deuda la compañía tenía 58,90 pesos para poder responder.

- Análisis indicador crisis

Teniendo en cuenta los porcentajes obtenidos en el periodo 2024 en cuanto cobertura de intereses, impacto de carga financiera y endeudamiento financiero, la empresa Beta no debe tomar ninguna decisión de crisis como: reestructuración, capitalización o liquidación, ya que los resultados obtenidos en el endeudamiento financiero fueron de 0,11% y este debe estar por debajo de 30%, es decir la compañía se encuentra bien; en impacto de carga financiera el porcentaje normal es menor al 10% y la compañía se encuentra en el 0,8% y por último en cobertura de intereses lo normal es mayor o igual a 1 y la compañía tiene la capacidad de pago de 56,2.

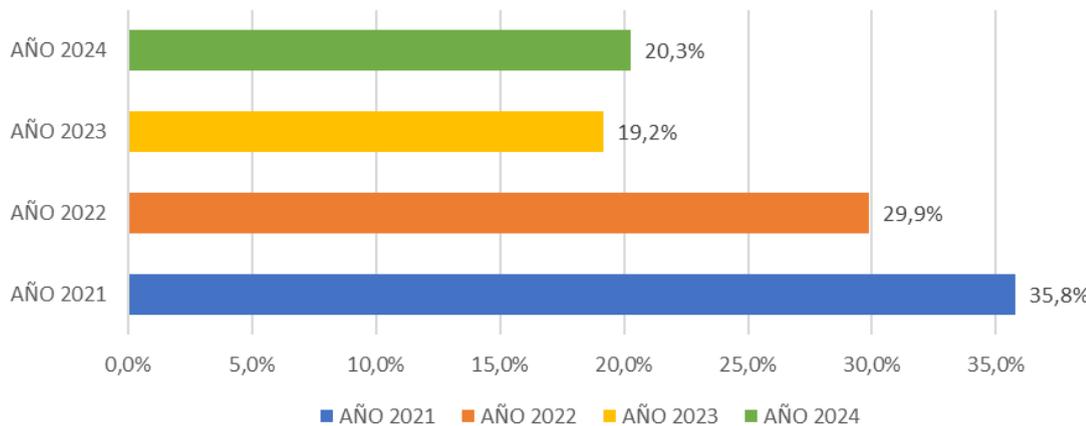
Se analiza que en el periodo 2022-2021 la compañía Beta si debía tomar una decisión de crisis ya que en el endeudamiento financiero en estos años fue de 38,7% en el año 2022 y de 33,9% en el año 2021, esto se debe al crédito extraordinario y el préstamo a largo plazo. Esta decisión se pudo evitar en el año 2023 y 2014, gracias al aumento de las ventas en la compañía y con este poder saldar el crédito extraordinario que tenía.

- Análisis de los indicadores de rentabilidad

- Margen bruto

Figura 39

Margen bruto

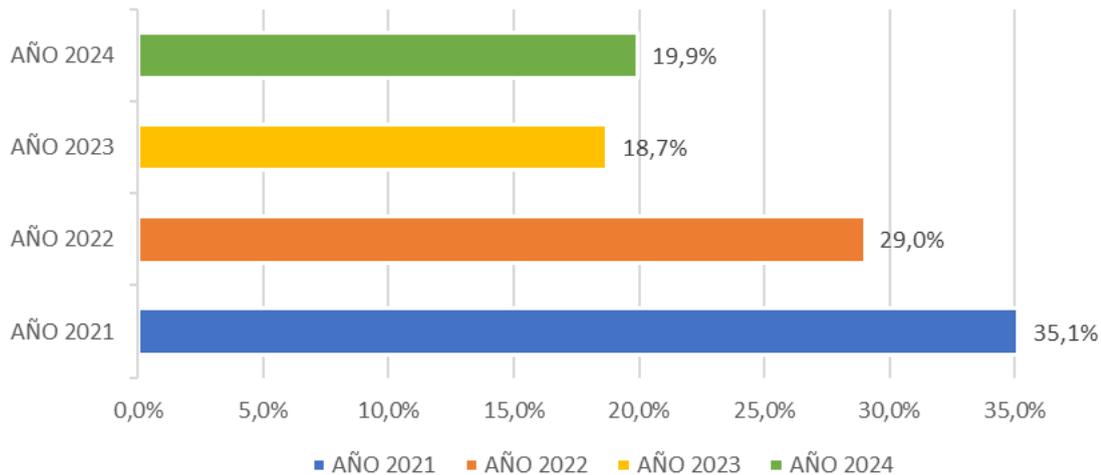


Al ser la fórmula del margen bruto, la utilidad bruta dividido entre las ventas netas, se puede analizar que para el año 2021, el beneficio que reporta la actividad principal de la empresa, antes de descontar impuestos, intereses y gastos generales es de 35,8%; para el año 2022, igualmente se puede analizar que el beneficio de las ventas neta para este año fue del 29,9%, para el año 2023, el 19,2% representa la parte de los ingresos que la compañía puede mantener como beneficio y por último para el año 2024, el margen bruto fue de 20,3%, esto quiere decir que tanto en el 2023 y en el 2024 la empresa Beta disminuyó su rentabilidad ya que este porcentaje representa los ingresos totales por ventas que la compañía retiene después de incurrir en los costos directos asociados con la producción de los bienes y servicios vendidos.

- **Margen neto**

Figura 40

Margen neto



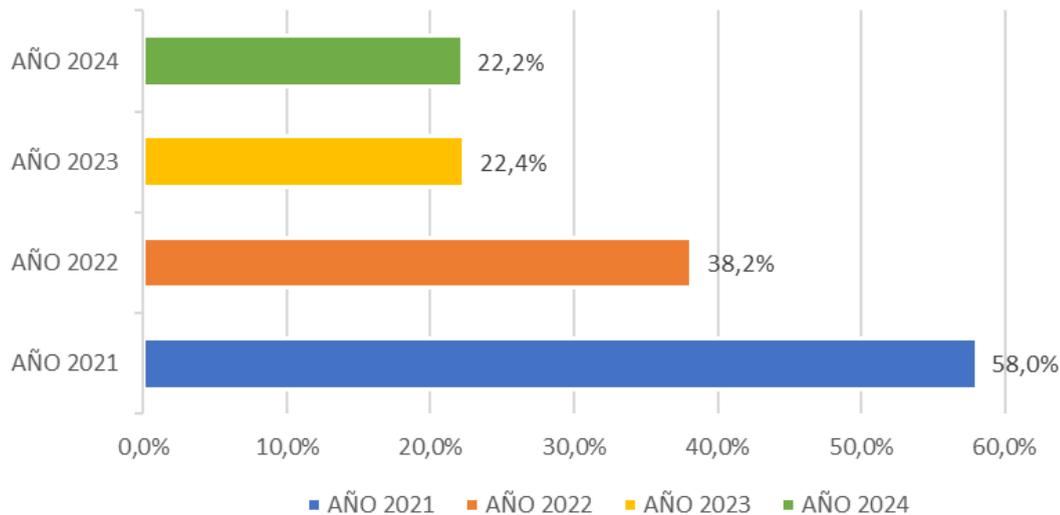
Teniendo en cuenta que la fórmula del margen neto es la utilidad neta dividida entre las ventas netas, a través del este grafico se demuestra que la empresa en el año 2021 el 35,1% cubre el costo de los fondos que se paga en concepto de los productos de ahorro y de otras fuentes de fondos, así como en concepto de gastos operativos; la empresa para el año 2022 el 29% cubre sus costos de fondos y gastos operativos con sus ganancias en concepto de sus activos, para el año 2023 el porcentaje de la cantidad de efectivo que quedó en el beneficio bruto después de restar todos los gastos de operación y todos los demás gastos, como impuestos e intereses pagados sobre deudas fue de 18,7% y finalmente para el año 2024, el porcentaje del beneficio obtenido fue de 19,9% de los ingresos, es decir, de 100 unidades monetarias de ingresos, descontando todos los costes, las ganancias son 19,9.

Este indicador es muy importante ya que ayuda a la empresa a determinar lo que ganará una vez que haya pagado todos sus gastos

Rendimiento del patrimonio

Figura 41

Rendimiento del patrimonio



Debido a que la ecuación de la rentabilidad del patrimonio es la utilidad neta dividida entre el patrimonio, la compañía para el año 2021 contaba con un 58% de capacidad de generar beneficios a partir del capital más reservas de la empresa. Para el año 2022, la empresa contaba con un 38,2%, es decir la rentabilidad de Beta tiene ese porcentaje de recursos propios para financiarse, en el año 2023 contaba con un 22,4%, es decir que en el año por cada peso se obtuvo una ganancia o rentabilidad de 0,224 pesos, y para finalizar, en el año 2024, la rentabilidad fue de un 2,2%, esto permite determinar la capacidad que tiene la empresa para remunerar y devolver beneficios a sus inversionistas.

Este indicador es importante ya que con sus datos se puede identificar si el capital invertido está dando los frutos deseados o si será necesario realizar ciertos ajustes para asegurar la rentabilidad, en este caso el patrimonio.

Resultados área recursos humanos

- Innovación

La innovación del producto de la compañía Beta ha tenido un desarrollo de inversión importante en el modelo de producto para los cuatro períodos. Según la siguiente tabla, se

identifica que hay una variedad de cambios y cifras entre el 2021, 2022, 2023 y 2024, entre los productos en general.

Tabla 9

Innovación de los productos

Año	2024	2023	2022	2021
	Valor	Valor	Valor	Valor
Innovación de los productos	613	610	603	578

El primer valor de inversión que tuvo la empresa es de 578 sobre el valor de la compañía en el 2021, esto se debe a que en el primer periodo de decisión hubo un poco conocimiento de la importancia que tiene la inversión en los productos de la compañía Beta y la inversión fue baja, aunque tuvo un resultado positivo en el mercado de China, lugar asignado y el primero en el que se incorporó la innovación. Para el 2022, la inversión en la innovación se incrementó en cada uno de los productos al 603 sobre el valor de la compañía, esto se aplica porque la compañía Beta tomó la decisión para este año de abrir un nuevo mercado en el exterior, un país en el que ninguno de los miembros de la plataforma había invertido y era un indicador clave para tener una buena campaña de venta, India. Para el siguiente periodo 2023, la compañía Beta optó por mantener la innovación de los productos, ya que, al tener inconvenientes con algunos problemas crediticios y endeudamiento con la plataforma, no tenía el presupuesto necesario para cubrir con una inversión mayor al periodo pasado, por ende, el valor fue de 610 sobre el valor de la compañía.

Para el último periodo 2024, la compañía beta continuó con el valor significativo de incentivar y mantener la inversión de la innovación en los productos para que Beta tenga un mercado estable en la calidad de sus productos y asegurar el progreso de la empresa, razón por la cual el valor fue de 613.

- Costes de personal

En los costes del personal se encuentra toda la inversión que tiene la compañía Beta con el personal que lo compone, siguiente se muestra la tabla de los costes de personal en las cuatro decisiones que son del 2021, 2022, 2023 y el 2024:

Tabla 10

Costes de personal

Año	2024	2023	2022	2021
Costes personal	de 8'839.315	9'078.522	9'190.555	7'262.494

En el año 2021 la compañía Beta tuvo una inversión de 7'262.494 para iniciar con el mercado situado en China, donde cumplía con un personal en la gestión de las dos fábricas que existían en ese periodo, su administración en la interacción de logística y otro personal encargado en el marketing para intervenir la promoción e innovación del producto.

En el periodo 2022 se obtuvo una cifra de 9 '190.555 de inversión en el personal en la compañía, esto fue causa a la inauguración de un nuevo mercado en India y la apertura de una nueva planta en China. Para el 2023, la compañía beta tuvo varios intermitentes que causaron una falta de inversión a comparación a los anteriores periodos, esto se debe a que en el 2022 se perdieron muchos productos en el stock y se generó una extensa deuda extraordinaria que limitó el presupuesto, por ende, la inversión fue de 9'078.522, una cifra muy baja para cubrir las labores de cuatro plantas y tres distintos mercados. Para el 2024, debido a que hubo una leve disminución en las tasas de producción de los productos, el número de costes de personal se mantuvo con una cifra poco diferenciada con el anterior año, lo cual fue de 8 '839.315.

Adicionalmente, es importante identificar que, para representar la efectividad de los costes de personal, se debe relacionar con los ingresos, por ello a continuación se encuentran

los valores de los costos de personal sobre ingresos en los periodos de 2021, 2022, 2023 y 2024.

- **Costes de capacitación**

Tabla 11

Gestión de talento

Año	2024	2023	2022	2021
Gestión de talento	8.0	7.0	6.7	5.0

Las organizaciones en la capacitación de la compañía Beta siempre será un beneficio importante para crecer en cada área, desde la asignación de presupuesto que desea para mejorar las capacidades organizacionales.

En cada segmento de la capacitación en la empresa, se toma decisiones de cuáles tienen más priorización que otras, entre esas está el área es Gestión del Talento con una priorización del %, que al ser analizado se estima un promedio 5.0 para el periodo de 2021, para el 2022 aumento al 6,7 debido a la apertura de nuevos mercados y plantas como se ha dicho en distintos análisis anteriores y el 7,0 en el 2023 para sostener la capacitación de la compañía para que tenga la evolución en cada uno de sus segmentos y potencialice a la compañía Beta y 8,0 en el 2024 para asegurar el margen de productividad, innovación y promoción de la compañía Beta.

Resultados estratégicos

Los resultados estratégicos de la empresa Beta se medirán a través de la comparación de cada una de las jugadas, de las decisiones tomadas en cada periodo en el simulador ya sean equívocas o asertivas y de la posición que se ocupó en cada año.

- **Año 2021**

En el año inicial 2021, el objetivo de la empresa Beta fue conocer el mercado en el que se encontraba que era China y teniendo en cuenta que la tasa de ocupación de las fábricas en ese momento era del 99%, se tomó la decisión de abrir otra fábrica en dicho país. Por otra parte, como se mencionó anteriormente en la visión, la idea es llevar el mercado a nuevos países, por tal motivo, se decidió implementar un nuevo mercado en India, esto teniendo en cuenta que en ese momento en India no existía ninguna competencia.

Para este año la compañía Beta ocupó el primer lugar con un valor de compañía de 3.552.

Tabla 12

Posición 2021

Compañía	Año	Valor	Diferencia
Beta	2021	3.552	401

- Año 2022

En el año 2022, al analizar que el mercado en China cada vez es más exigente y que las tasas de ocupación seguían aproximadamente con el 90%, se tomó la decisión de abrir otra fábrica en el país y continuando con el objetivo de crecer a nivel internacional, se creó un nuevo mercado en el Resto de Asia, esto teniendo en cuenta que en ese entonces tampoco había competencia.

Para este año la compañía Beta ocupó el primer lugar con un valor de compañía de 3.655.

Tabla 13

Posición 2022

Compañía	Año	Valor	Diferencia
Beta	2022	3.655	103

- **Año 2023**

En el año 2023, las decisiones que se tomaron fueron basados a los análisis de los indicadores financieros realizados, puesto que se evidencio que había inventario perdido y además había un alto porcentaje de endeudamiento, por tal motivo, el objetivo de este año fue invertir dinero en promoción, innovación y tecnología de los productos, con el fin de que las ventas e ingresos incrementen y así poder solventar los créditos extraordinarios y los préstamos a largo plazo, pues se determinó que en el periodo anterior se tomó una decisión equivocada, ya que no se tuvo en cuenta el capital que se tenía disponible y se abrió una nueva fábrica sin dinero, es por esto que la empresa generó un crédito extraordinario y un préstamo a largo plazo.

Sin embargo, tras la decisión de este año, se logró pagar el crédito extraordinario y bajar el endeudamiento del préstamo.

Para este año la compañía Beta ocupó el primer lugar con un valor de compañía de 3.704.

Tabla 14

Posición 2023

Compañía	Año	Valor	Diferencia
Beta	2023	3.704	49

- **Año 2024**

Para el año 2024, teniendo en cuenta que la empresa Beta aún seguía quedando con inventario en stock, se decidió disminuir la producción de los tres tipos de productos que se manejan para así mismo disminuir la cantidad de productos perdidos u obsoletos.

Por otra parte se decidió mantener los precios que se manejaron en el periodo anterior, puesto que al bajar la producción los precios no podían disminuir, esto también considerando que los precios de la competencia eran muy similares.

Adicionalmente, se tomó la decisión de no abrir más fábricas ni mercados en este periodo, ya que se tenían deudas por pagar y no era financieramente rentable abrir más sucursales de la compañía.

También, se tomó la decisión de invertir un porcentaje significativo del presupuesto en el sector de promoción, marketing y publicidad, innovación y tecnología.

No obstante, se observó que la tasa de ocupación de las fábricas disminuyó un 3,7% a diferencia del año anterior, es por esta razón que el valor de marca igualmente disminuyó un 7%.

En cuanto al préstamo de largo plazo que se creó en periodos anteriores, al igual que el año pasado, se logró disminuir su valor en 547.915 a diferencia del periodo pasado, sin embargo no fue posible saldar el costo del préstamo completamente quedando así una deuda de 5.642.984.

Para este año la compañía Beta ocupó el primer lugar con un valor de compañía de 3.697.

Tabla 15

Posición 2024

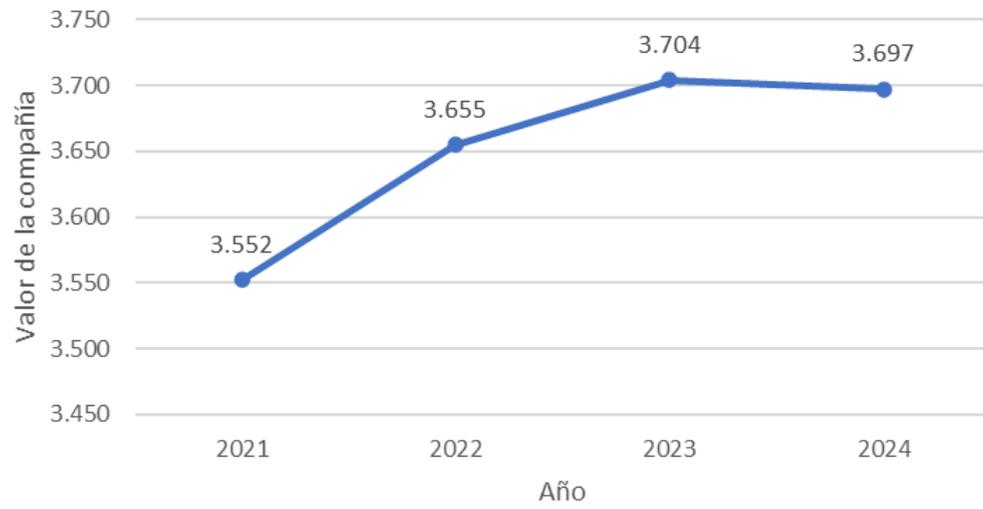
Compañía	Año	Valor	Diferencia
Beta	2024	3.697	-7

Crecimiento del valor de la compañía

Como se observa en la siguiente figura así ha sido el crecimiento del valor de la compañía Beta teniendo en cuenta las decisiones tomadas cada periodo.

Figura 42

Valor de la compañía



Conclusiones y aprendizaje

La empresa Beta, a lo largo de los periodos en los que participó en el mercado, como en todas las compañías, se identificaron decisiones erróneas que afectaron al valor de la empresa.

Una de las decisiones que más problemas representó, fue la falta de análisis y de conocimiento sobre la creación de nuevas fábricas, pues Beta creó fábricas sin tener el capital disponible para realizar dichas actividades, y por esta razón se generaron créditos extraordinarios y préstamos a largo plazo que impactaban fuertemente las finanzas de la compañía.

Sin embargo, se tomaron las decisiones respectivas para poder solventar y por supuesto disminuir el valor de endeudamiento de la empresa.

Por otra parte, se logró identificar que hoy en día es de vital importancia la promoción, innovación y marketing de los productos, pues Beta al estar en un mercado con tanta competencia, y al ser una empresa de alta producción, tenía que invertir gran cantidad de su capital, en la promoción de sus productos para que no se generaran pérdidas o para que los productos no se quedarán en stock.

Adicionalmente, es pertinente mencionar que para la junta directiva e inversionistas de la compañía Beta fue positiva su inversión en la empresa, esto se debe a las estrategias que se tomaron en los diferentes sectores, por ejemplo, en cuanto a la innovación del producto, al transcurrir los años, esta innovación fue aumentando con cifras comparativas de 578 en el 2021, 603 en el 2022, 610 en el 2023 y 613 en el 2024, esta fue una variable determinante para asignar los precios y promocionar el producto en el mercado de China, India y Resto de Asia.

Por otro lado, para incentivar la promoción y manejo de los tres diferentes mercados en la que interactuaba la compañía Beta, se optó por invertir en la gestión de marketing con el

resultado positivo del 30% en promedio de inversión en los 4 periodos con el fin de tener un presupuesto en la promoción de los productos, tener capacitaciones para el personal para así lograr una fidelidad con los clientes y así mismo la inversión en la comercialización y su tecnología para suplir más ventas.

Y por último, se tomó la decisión de priorizar la inversión con los proveedores ya que al tener un papel importante en la determinación de obtener los suficientes suministros para el desarrollo de la producción en las plantas de fabricación, teniendo porcentajes tales como, en el 2021 un 28%, 2022 un 21%, 2023 con una variación más comprometedor de 40% junto a al periodo del 2024 un 100%.

Por estas razones estratégicas y por los datos financieros con los que finalizó la empresa Beta, la junta directiva e inversionistas tomaron una buena decisión al invertir en la compañía, pues la empresa tras los 4 años de decisiones finalizó con unos ingresos de 105'452.865.

Es por esto, que para nosotros como estudiantes de Negocios Internacionales, próximos a empezar la vida profesional, es muy gratificante adquirir estos conocimientos empresariales, pues hoy en día todas las empresas requieren de la toma asertiva de decisiones, adaptación a los diferentes roles, la capacidad de liderazgo, la capacidad de trabajar en equipo, la capacidad de resolver y solucionar conflictos, la capacidad de generar ideas, innovación, adaptación al cambio, creatividad, buena comunicación, capacidad de análisis, evaluación de riesgos y la implementación de nuevas estrategias con el fin de llevar a la empresa a un nivel óptimo, a un posicionamiento en el nicho de mercado nacional e internacional y sobretodo afines a su misión, visión y objetivos.

De igual manera, se entendió que es fundamental conocer y estudiar a fondo el tipo de mercado, de clientes, consumidores y proveedores de la empresa, pues de esto depende su éxito y su efectividad a la hora de tomar decisiones, debido a que todas las personas y países

tienen diferentes necesidades, culturas y costumbres a la hora de comprar un producto tecnológico.

Igualmente, se identificó la relevancia de comprender cada uno de los indicadores financieros que permiten analizar la efectividad y eficacia de las empresas, pues gracias a estas estadísticas y datos, se pueden tomar mejores decisiones financieras de la compañía, ya que se puede medir el nivel de endeudamiento, de liquidez, de rentabilidad y actividad de las empresas.

Además de tener en cuenta la importancia y el valor del recurso humano en la empresa ya que representa un elemento esencial para el direccionamiento estratégico, dado que la fuerza del recurso humano, en cierto grado, dinamiza desde sus capacidades la creación de conocimiento, como un valor agregado que hace altamente competitiva a las empresas. (Ospina, 2020)

Gracias al simulador y al diplomado en general entendimos que lo importante no es encontrar los errores, si no encontrar una solución en el menor tiempo posible para minimizar los riesgos y no afectar a ningún factor de la empresa.

Referencias

Banco Mundial (2022). *Asia oriental y el Pacífico: Panorama general*.

<https://www.bancomundial.org/es/region/eap/overview>

Beetrack (2020) *Tecnología en el futuro: ejemplos e importancia*.

<https://www.beetrack.com/es/blog/tecnologia-en-el-futuro#:~:text=La%20importancia%20de%20la%20tecnolog%C3%ADa, trata%20de%20siempre%20estar%20listos.>

Da Silva Catela, E. Y., & de Oliveira Gonçalves, F. (2009). *Dinámicas tecnológicas y el mercado internacional de bienes de alta tecnología*.

<http://www.jstor.org/stable/42779136>

DIRECTIVA 2002/96/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 27 de enero de 2003 sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE). (2003)

<https://www.boe.es/doue/2003/037/L00024-00039.pdf>

Electrodomésticos de línea blanca, marrón o gris: ¿en qué se diferencian? (2021)

<https://www.nortehispana.com/blog/electrodomesticos-linea-blanca-diferencias-gamas/>

Equipo de Expertos en Ciencia y Tecnología (2017) *¿Qué es la tecnología?*

<https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/que-es-la-tecnologia>

Fersitec (2019). *¿Cómo se clasifican los electrodomésticos?*

<https://fersitec.com/clasificacion-electrodomesticos-por-linea/>

Mendelson (s.f) *Reinventar la empresa en la era digital*.

<https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/02/BBVA-OpenMind-mod-elos-de-negocio-tecnologias-de-la-informacion-y-la-empresa-del-futuro-Haim-Mendelson.pdf>
.pdf

Mercado principal de electrodomésticos: crecimiento, tendencias, impacto de COVID-19 y pronósticos (2022 - 2027). (2022).

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/global-major-home-appliance-s-market>

Ospina Nieto, Y., (2020). *Una reflexión acerca de la importancia del recurso humano en el mundo organizacional.*

https://web.archive.org/web/20220518234350id_/https://libros.usc.edu.co/index.php/usc/catalog/download/89/112/1688?inline=1

Pérez. (2005). *Nuevas tecnologías y educación.* Cuadernos de Psicopedagogía.

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-10492005000100007&lng=pt&tlng=es.

Segredo Pérez, A., García Milian, A., León Cabrera, P., & Perdomo Victoria, I. (2016).

Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual.

<http://revinfodir.sld.cu/index.php/infodir/article/view/200>

Sun Tzu (2014) *El Arte de la Guerra* (pp:26-27) .

<https://biblioteca.org.ar/libros/656228.pdf>

Universidad El Bosque. (2022). *Biblioteca Juan Roa Vásquez*

https://www-jstor-org.ezproxy.unbosque.edu.co/stable/pdf/42779136.pdf?refreqid=excelsior%3A688dc667ab15e7df8f19f668286a8d07&ab_segments=&origin=&acceptTC=1