

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**



**Diplomado en Simulación Gerencial y Responsabilidad Social Empresarial**

**Análisis de mercado tecnológico del grupo Gama**

**Equipo**

GAMA

**Estudiantes**

Daniela Roa Fossi

[Droaf@unbosque.edu.co](mailto:Droaf@unbosque.edu.co)

Juan José Gracia

[Jgracias@unbosque.edu.co](mailto:Jgracias@unbosque.edu.co)

**Director**

Héctor Rodrigo Ospina Estupiñán

**Bogotá, abril 2025**

## Tabla de Contenido

1.	Resumen: .....	5
2.	Abstract:.....	6
3.	Introducción: .....	7
4.	Misión:.....	8
5.	Visión:.....	8
6.	Estado de la cuestión: Tendencias de la Industria Tecnológica:.....	8
7.	Análisis año 2025:.....	12
8.	Análisis 2026:.....	15
9.	Análisis 2027:.....	18
10.	Análisis 2028:.....	21
11.	Análisis horizontal y vertical: .....	25
12.	Estrategias para mejorar los indicadores de Gama:.....	29
13.	Resultados Prueba Liquidez:.....	31
14.	Análisis endeudamiento y rotación: .....	36
15.	Conclusión: .....	39
16.	Recomendaciones.....	41
17.	Referencias.....	43
18.	Declaración ética .....	45

## Lista de Tablas

Tabla 1 Análisis 2025 .....	12
Tabla 2 Análisis 2026 .....	15
Tabla 3 Análisis 2027 .....	17
Tabla 4 Análisis 2028 .....	20
Tabla 5 Análisis Horizontal y Vertical 2024 -2028: .....	22
Tabla 6 Análisis Horizontal y Vertical 2024 -2028: .....	23
Tabla 7 Razones de Liquidez: .....	31
Tabla 8 Indicadores de endeudamiento: .....	35
Tabla 9 Total Pasivos.....	39

## Lista de Figuras

Ilustración 1.....	27
Ilustración 2.....	28
Ilustración 3.....	29
Ilustración 4.....	34
Ilustración 5.....	38

## 1. Resumen:

En el siguiente trabajo se busca presentar los resultados que se obtuvieron en las pruebas realizadas dentro del simulador CompanyGame representando la compañía GAMA a lo largo de los últimos tres años (2025, 2026 y 2027). GAMA es una empresa distribuidora de productos tecnológicos, los cuales se dividen en tres categorías: PeqElectro, TecnoPerso y DomoHogar, los cuales se ofrecen y venden dependiendo de lo que los clientes deseen adquirir, para así, tener una oferta diversa y adaptable para cada tipo de usuario. Contamos con diversas fábricas para poder satisfacer la necesidad de nuestros clientes y facilitar el acceso de nuestros productos. Como ya se sabe, la industria tecnológica está evolucionando a un ritmo exponencial, por lo que nosotros por medio de este documento, registramos todos los estudios y ejecución de estrategias para estar al pie de las tendencias domóticas y poder prosperar constantemente como organización. Se tenía como objetivo subir el valor de la empresa, tener un buen desempeño en los diferentes índices que componen la organización y desarrollar estrategias dinámicas con el fin de mejorar nuestro posicionamiento en el mercado.

Por medio de este documento se explicará cada decisión tomada por la empresa en áreas como marketing, producción, ventas, distribución e innovación, así como su impacto en los resultados finales de GAMA. Además, cada análisis realizado contará con gráficas, índices y conclusiones con tablas de datos, lo cual permitirá al lector comprender el desempeño, la evolución y la adaptabilidad que se llevó a cabo a través de las diferentes sesiones.

Este informe no solo busca documentar los logros y desafíos de GAMA dentro del simulador, sino también obtener aprendizajes claves sobre la toma de decisiones estratégicas,

permitiendo alcanzar las mejores prácticas y oportunidades de mejora para futuras gestiones empresariales. Como lo mencionó Martínez, 2011:

*"La creación de valor debe ser el objetivo de toda buena gerencia. Si hasta ahora el objetivo ha sido la maximización del beneficio, ahora este objetivo de beneficio ha sido sustituido por el de creación de valor."*

### **Palabras claves**

Decisiones, resultados, desempeño, estrategias, análisis y tecnología.

## **2. Abstract:**

This report aims to present the results obtained from the tests carried out in the CompanyGame simulator, representing the company GAMA over the past three years (2025, 2026, and 2027). GAMA is a company that distributes technological products, which are divided into three categories: PeqElectro, TecnoPerso, and DomoHogar. These products are offered and sold based on customer preferences, allowing for a diverse and adaptable offering for each type of user. We have various factories to meet customer demand and facilitate access to our products. As is well known, the technology industry is evolving at an exponential pace, and through this document, we record all the research and strategic execution carried out to keep up with smart home trends and constantly thrive as an organization. The objective was to increase the company's value, perform well in the various indexes that make up the organization, and develop dynamic strategies to improve our market positioning.

This document will explain every decision made by the company in areas such as marketing, production, sales, distribution, and innovation, as well as their impact on GAMA's final results. Additionally, each analysis will include graphs, indexes, and conclusions with data tables, which will allow the reader to understand the performance, evolution, and adaptability achieved throughout the different sessions.

This report not only aims to document GAMA's achievements and challenges within the simulator but also to gain key insights into strategic decision-making, enabling the adoption of best practices and identifying opportunities for improvement in future business management. As Martínez stated, 2011:

*"Value creation must be the goal of all good management. If until now the objective has been profit maximization, this goal has now been replaced by the creation of value."*

### **Keywords**

Decisions, results, performance, strategies, analysis, and technology.

### **3. Introducción:**

GAMA es una compañía que se dedica a la producción, venta y distribución de artefactos tecnológicos enfocados en el hogar en diferentes partes del mundo. La empresa cuenta con tres fábricas ubicadas estratégicamente para optimizar los costos de distribución, aumentar las ventas y maximizar la eficiencia en el uso de los recursos. Ofrecemos tres tipos de artículos, PeqElectro, TecnoPerso y DomoHogar, estos se distribuyen dependiendo de la disposición de los clientes. Sin embargo, nuestro mayor volumen de ventas proviene de la línea HighTechnology. Actualmente

nuestras fábricas se encuentran en Malasia, México y Estados Unidos, consolidando nuestra presencia en mercados como América central y sur, Rusia, Europa, China y entre otros.

Debido a nuestras instalaciones y estrategias de mercado, GAMA continúa expandiendo su alcance global, fortaleciendo su posicionamiento en la industria tecnológica y ofreciendo productos innovadores que se adaptan a las necesidades de los consumidores en cada región.

#### **4. Misión:**

Gama tiene como misión subir su valor de marca dentro de los próximos años, esto a través de planes de expansión y que nuestra presencia se encuentre en todas las regiones del mundo. De esta manera, ofrecer nuestras comodidades tecnológicas a millones de personas ajustándose a sus necesidades.

#### **5. Visión:**

Nuestra visión como organización es poder destacar nuestros productos ante la competencia, de tal manera que seamos la primera opción para los fanáticos de la domótica y brindando un fácil acceso por medio de puntos estratégicos para 2040.

#### **6. Estado de la cuestión: Tendencias de la Industria Tecnológica:**

La industria tecnológica global ha tenido un crecimiento explosivo en sus últimos años, esto debido a la inmensa popularidad y la acelerada innovación que se ha presenciado en la última década. Los precios dentro de esta industria están más competitivos que nunca, lo cual es un tema de mayor importancia para la empresa, como afirman Córdoba y Moreno, 2017:

*"Una adecuada estrategia de fijación de precios no solo contribuye a la penetración de nuevos mercados, sino que también se convierte en una herramienta clave para mejorar la rentabilidad y la competitividad empresarial."*

Esto causó que corporaciones tecnológicas se vieran obligadas a idealizar nuevos conceptos con el fin de mejorar sus productos para seguir en el mercado de manera competitiva. Esto incluye desde pequeños electrodomésticos hasta completas soluciones de automatización del hogar de alta calidad.

Esto genera una necesidad de buen posicionamiento de cualquier empresa, Como bien lo menciona la autora Marytere, 2024:

*"Un factor clave para todas las empresas que quieran alcanzar el éxito es trabajar en su posicionamiento de marca, ya que de esta manera podrán asegurar su permanencia en el mercado y diferenciarse de su competencia."*

En este momento el Mercado presentó una demanda extensa, donde se puede encontrar una gran rentabilidad, esto es importante para la industria cómo bien lo mencionó el autor Emilio, 2022:

*"Si bien para ser rentable no hay recetas, ya que existen múltiples factores y relaciones de causa-efecto, si tenemos herramientas que ayudarán a la hora de medir si un proyecto o la misma organización es rentable."*

Esto llevo que GAMA haya dirigido sus esfuerzos a la diversificación de sus productos, pero manteniendo su esencia la cual consiste en adaptarse al usuario y tener un consumo energético deficiente.

Esto brindados resultados a la empresa las cuales polarizan el desarrollo sostenible en la toma de decisiones, esto impulsa la empresa a investigar el mercado para así encontrar diseños atractivos mejorados y destinados a la innovación, Así como lo describieron los autores Cetares, Aponte y Pineda, 2024:

*“La tecnología domótica ha revolucionado la interacción con el entorno doméstico, mejorando la calidad de vida y la seguridad en los hogares.”*

Teniendo en cuenta lo mencionado, hemos incrementado nuestra presencia en nuevos sectores donde gran proporción de la población son innovadores y fanáticos de la automatización del hogar dentro de estas está Corea del Sur China y Japón. Dentro de las tecnologías que han crecido está la inteligencia artificial, el Internet de las cosas y la conectividad 5G las cuales han llevado a grandes avances en la automatización del hogar en los últimos años. Como lo mencionaron los autores Salazar y Silvestre, 2022:

*“Así, la IoT puede verse como una verdadera evolución de lo que conocemos como Internet añadiendo una interconectividad más extensa, una mejor percepción de la información y servicios inteligentes más completos.”*

Estos avances nos han permitido la capacidad de construir y combinar casas inteligentes mediante las empresas y servicios que ofrecemos de modo que el consumidor puede regular la iluminación, el entorno y mejorar sus dispositivos, la seguridad y métodos de entretenimiento atrás de aplicaciones móviles asistentes de voz o incluso de forma automática. Para esto se necesitará un marketing poderoso, Como lo menciona Estrada, Quiñonez, Cifuentes, Ayovi, 2017:

*"En este sentido, el Plan de Marketing, es una guía para la comercialización que hará recorrer el camino necesario para rentabilizar los productos y generar una imagen de estos y de la empresa."*

También hay que tener en cuenta que la disminución de los costos de sensores y dispositivos ha facilitado a la fabricación distribución lo cual nos indica que la domótica también está llegando a edificios e industrias. Esto es vital para cualquier empresa, cómo lo recalca el autor Carlos, 2025:

*"Para potenciar las utilidades de un negocio, es antes necesario planear la demanda y llevar un control cercano de los costos de mantener inventarios."*

La automatización del hogar refleja calidad de vida ahorro energía y sostenibilidad en los hogares y espacios de vida el futuro de esta industria apunta a productos que son más inteligentes conectados eficientes la clave es seguir innovando para producir productos que mejoren la vida de las personas y sean sostenibles. Como lo mencionó Pérez, 2024:

*"Este proceso convierte un hogar tradicional en un hogar inteligente, lo que facilita la vida diaria, mejora la eficiencia energética y aumenta la seguridad."*

Tabla 1 Análisis 2025

Cuenta de resultados	2025
Ingresos Totales	69.355.776
Costes de Fabricación	31.978.946
Costes de las Ventas	34.886.184
Gastos de Marketing	3.880.000
Gastos de Personal	4.507.060
Resultado Desp. Impuestos	10.016.736

Balance de Situación	2025
Total Activo	67.305.184
Proveedores	7.637.881
Préstamo Largo Plazo	12.667.203
Total Patrimonio Neto	47.000.096

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

En la tabla 1 se muestran la cuenta de resultados y el balance de situación del 2025, podemos ver que para este año Gama tuvo unos buenos ingresos por 69.355.776 y un beneficio neto de 10.016.736. El Balance nos indica un muy buen patrimonio de 47.000.096 y un total de activos de 67.305.184, indicándonos un buen año financiero.

## 7. Análisis año 2025:

Para el año 2025 gama ha utilizado una estrategia que muestra una expansión y apertura de nuevos mercados por Centroamérica, y también se hizo una expansión en Europa Rusia que permitieron nuevas oportunidades para las ventas las cuales fueron de un valor de 69.355.776. La expansión fue un éxito, aunque se hayan presentado desafíos financieros para usar estos costos de operatividad dentro de la fabricación de nuestros productos el costo fue de 31.978.946 y los costos

de venta fueron de 34.886.184 lo que nos dice que un porcentaje la ganancia fue 5% concluyendo que no hubo pérdidas, pero la rentabilidad por los gastos altos fue menor que lo que se esperaba.

En este año también hicimos la inauguración de la fábrica All in one en Malasia, orientada en la producción de tal manera que nos podemos acercar al mercado asiático y así empezar a reducir costos de logística, esto claramente exige una inversión significativa.

Gama en financiación destinó 3.880.000 al marketing con el fin de dar visibilidad a la marca, aunque esta cantidad puede haber sido mayor para lograr un impacto más fuerte. También se hizo inversiones en el personal para así mantenerla hasta el día del equipo, esto fue de 4.507.060 el cierre del año fue con activos por 67.305.184 indicando que gama sigue teniendo los recursos suficientes para su operatividad y crecimiento tuvimos una deuda de 7.637.881 con los proveedores y préstamos por un valor de 12.667.203 no obstante a esto los niveles de deudas son manejables. El patrimonio neto fue de 47.000.096 con una utilidad neta de 10.016.736 después del pago de impuestos cuando se indica que tenemos un estado financiero sólido.

Las ventas en Estados Unidos y Canadá fueron en Mercado mejores unidades vendidas de Pili y TecnoPerso está siendo 269.248 y 94.318 respectivamente. De mayor ingreso lo generó TecnoPerso con un valor de 18.392.010 y cuando dice que tuvo una gran demanda dentro de esta región también es importante recalcar que TecnoPerso tuvo una fuerte presencia mostrando que la capacidad de adaptación a la necesidad de los clientes es efectiva.

Por otro lado, en América central y sur se mostró un desempeño estable y con un mejor impacto global, se vendieron 29.753 unidades de TecnoPerso y 2.312 de Peque Electro, aunque

las ventas hayan sido más bajas que las de Estados Unidos y Canadá, generaron ingresos significativos. Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, en América central y sur la demanda fue mayor y se destacó en productos de hogar debido a su alto precio a pesar de su menor volumen de ventas.

En Rusia y Europa el valor de las ventas fue menor con sólo 2.349 de unidades vendidas en Peque Electro. Sin embargo, los ingresos en TecnoPerso llegaron a las 563.760, esto nos indica que la cantidad de unidades que se vendieron fue baja, pero el precio unitario fue alto. La explicación de esto se puede dar por la menor presencia que hay en este mercado o que el cliente objetivo es más específico y prefiere productos de alta calidad.

Podemos ver que GAMA demuestra un crecimiento alto en varios mercados especialmente en Estados Unidos y Canadá, mientras que en América central y sur hay un crecimiento de manera estable, en Rusia y en Europa hay una menor presencia, pero muestra potencial en futuras ventas posiblemente de TecnoPerso.

Para el año 2026 identificamos estrategias que pueden aportar y ayudar a Gama, con el fin de mejorar la rentabilidad y presencia de los diferentes mercados.

- 1- Dejar precios igual a los precios de referencia, con el fin de volvernos más competitivos.
- 2- Incrementar fuertemente la inversión en marketing para impulsar las ventas.
- 3- Innovación, se seguirá invirtiendo, pero no de la misma manera que en marketing.
- 4- Nuevos mercados cerca de la fábrica de Malasia, como estrategia de expansión global y financiada con un préstamo de 3.000.000, se buscan en Japón, China, Corea del Sur, se perseguirá

la presencia en estos nuevos territorios y el financiamiento de los gastos de Marketing. Estas acciones buscan mejorar la competitividad, aumento de ventas y el fortalecimiento de la posición de la empresa en la industria.

*Tabla 2 Análisis 2026*

<b>Indicador</b>	<b>2026</b>	<b>% Variación</b>
Inventarios	8.700.932	246,49%
Resultado después de impuestos	2.046.057	79,57%
Total activo corriente	36.141.616	50,98%
Total pasivo corriente	12.723.041	66,58%

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

Para la tabla 2 de los indicadores del análisis 2026, podemos ver un aumento grande del 246,49% del inventario lo que nos indica mucha acumulación de productos no vendidos. También podemos analizar un crecimiento en las ganancias del 79,57% y en el activo corriente 50,98%, aunque el pasivo corriente nos muestra que subió un 66,58%, lo que indica más obligaciones a un menor plazo de tiempo.

## **8. Análisis 2026:**

En este año la empresa Gama sufre diferentes cambios en sus indicadores, unos que beneficia a la empresa y otros que la perjudican financieramente. Podemos analizar que, en los inventarios, estos tuvieron un aumento del 246,49%, viendo así una alta acumulación de stock, debido a la expansión y a la apertura de la nueva fábrica en Malasia que implementamos para este

año. Si se siguen teniendo estos problemas de rotación, impactaría la liquidez y elevaría los costos de almacenamiento.

Analizando los resultados después de impuestos, observamos un alto incremento de 79,57%. A pesar de una mejora en las ventas, la rentabilidad neta cayó, afectando así a Gama. Esto llevó a tener productos de altos costos operativos como el marketing, personal, inversión e innovación industrial. Debido a la renta real baja, se vio limitado el flujo de caja y la capacidad autofinanciamiento.

El total activo corriente, aumentó el 50,98%, esto quiere decir que se fortalecieron los activos a corto plazo tales como caja inventarios y de tal manera mejora la operación de inmediato. Sin embargo, el aumento de inventario y cuentas por cobrar, puede llevar a una baja eficiencia operativa. El pasivo corriente aumentó en un 66,58%, analizando que se aumentaron los préstamos a corto plazo con proveedores. Esto lleva a estar más pendientes de la liquidez de Gama y la importancia de cubrir obligaciones sin comprometer operaciones.

Las estrategias que identificamos que ayudarían a Gama en este año son:

Implementar un sistema que ayude a prevenir y controlar los excesos de inventario que se vienen manejando, para así poder reducir en una gran cantidad del stock acumulado que presentamos, para así poder mejorar nuestra rotación. Beneficiándose en obtener una mejor liquidez y una reducción de costos de almacenamiento.

Enfocarse en productos que tengan mayor demanda como TecnoPerso, teniendo mejores acuerdos con nuestros proveedores y con logística. Llevando a tener un aumento en el resultado neto y una recuperación de rentabilidad sin necesidad de incrementar los precios de Gama.

Refinanciar deudas que se tiene en Gama en un corto plazo, con préstamos a largo plazo, para una mejora en las tasas, negociar mejores pagos con los proveedores.

Llevar una parte del gasto de marketing a estrategias que ayuden a una mejor promoción del producto, como por redes sociales. Teniendo un mayor enfoque en Asia donde buscamos una mejor expansión.

*Tabla 3 Análisis 2027*

<b>Indicador</b>	<b>2027 % Variación</b>
Unidades vendidas	5,3%
Participación de mercado	-17,3%
Ingresos	-12,5%
Margen sobre ingresos	-20,4%
Resultado neto	-281,2%
Ratio de endeudamiento	-11,5%
Tasa de ocupación de fábrica	93,4%
Nivel de inventario sobre ventas	8,8%
Valor de la marca	-9,0%
Índice de innovación	6,4%
Índice de tecnología industrial	15,8%

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

Para la tabla 3 para 2027 Gama vendió más unidades un 5,3%, pero no se obtuvieron mejores resultados financieros. Bajaron los precios para obtener una mejor competencia, pero no fue suficiente, los ingresos cayeron un 12,5% y la utilidad neta bajó un 281,2%, además perdimos participación en el mercado un 17,3% y una disminución también en el valor de la marca del 9%.

Podemos ver que a pesar de estos resultados, Gama también obtuvo buenos resultados, con una eficiencia operativa estable en un 93,4% y avances positivos en innovación en 6,4% y en tecnología industrial un 15,8%, lo que ayudaría a mejorar en el siguiente año 2028.

## 9. Análisis 2027:

Para este año, Gama obtuvo variaciones significativas en sus índices, dentro de los más evidentes está el aumento de las unidades vendidas del 5,3%, lo cual nos indica que las estrategias para extender nuestra presencia en los nuevos mercados están funcionando, sin embargo, nuestra participación dentro de estos mismos mercados disminuyó un 17,3%, significando una cuota de mercado más débil para nuestra empresa.

En cuanto a los ingresos, se evidenció una disminución del 12,5% a pesar del aumento de ventas, esto se puede explicar por la reducción de precios que llevamos a cabo dentro de las estrategias para mejorar los indicadores este año, diciéndonos que hemos perdido parte de los clientes por lo cual es necesario aplicar un enfoque en el reforzamiento y establecimiento de confianza entre nuestros productos y los consumidores.

El margen sobre ingresos también se evidencio disminución del 20,4%, como también la del resultado neto un 281,2%. Estos factores afectaron fuertemente nuestra rentabilidad, de tal manera que no se compensan los altos costos operativos causados por el plan de expansión que fue ejecutado a través de varios mercados.

Por otro lado, el ratio endeudamiento disminuyó un 11,5%, esto fue un impacto positivo debido a que se puede proteger un poco más la liquidez de la empresa, así dándole un alivio a la carga financiera que se tenía teniendo en cuenta las significativas inversiones que realizamos para este año.

En términos operativos, la tasa ocupación de fábrica se mantuvo estable en un 93,4%, lo cual nos indica una estabilidad dentro de la capacitación y eficiencia dentro del sector de producción. Sin embargo, el nivel de inventario sobre ventas aumentó un 8,8%, diciéndonos que la rotación de inventarios no es lo suficientemente efectiva para poder estabilizar la liquidez de la empresa y los costos de almacenamiento. También es importante mencionar que el valor de la marca decreció un 9%, desafortunadamente esto refleja menos reconocimiento o confianza en la marca. Dentro de los impactos positivos también se encuentran los índices de innovación en un 6,4% y tecnología industrial en un 15,8%, reflejando una eficiencia en las estrategias que teníamos enfocadas para estos campos, mejorando el desarrollo de productos y modernización de procesos. Aplicando las siguientes tácticas, Gama puede mejorar su desempeño financiero y competitivo para el próximo año, fortaleciendo su posición en el mercado.

### **Las estrategias son:**

#### **Recuperación de la Rentabilidad**

Esto consiste en una optimización de costos operativos, enfocándose en productos de mayor margen y renegociación de contratos logísticos y de proveedores. Esto permitirá mejorar la rentabilidad sin necesidad de aumentar precios.

#### **Optimización de Inventarios**

Es necesario implementar un sistema de control para reducir excesos y mejorar la rotación de inventarios. Esto permitirá disminuir costos de almacenamiento y mejorar la liquidez operativa.

## Estrategia Comercial y de Marca

Reforzar la inversión en marketing digital y estrategias de diferenciación para recuperar la participación de mercado y fortalecer la percepción de marca.

*Tabla 4 Análisis 2028*

Indicador	2028 % Variación
Unidades Vendidas	5,0%
Ingresos Totales	2,9%
Participación de Mercado	- 19,8%
Margen sobre Ingresos	- 36,0%
Resultado Bruto	60,2%
Resultado Neto	52,2%
Endeudamiento	- 0,44
Tasa de Ocupación de Fábricas	- 9,2%
Inventario sobre Ventas	- 15,3%
Valor de Marca	- 9,7%

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA

En la tabla 4 del análisis 2028 de Gama, podemos ver que aumentaron las unidades vendidas en un 5% y los ingresos en 2,9%, pero su participación en el mercado disminuyó un 19,8%. El margen sobre ingresos disminuyó de 39,0% a 36,0%, indicándonos elevados costos.

Nos muestra también que se disminuyeron pérdidas en un 60,2% y 52,2% y mejoraron deudas de 0,46% a 0,44%, obteniendo una disminución en su valor de marca del 9,7%.

## 10. Análisis 2028:

Gama en este año 2028 mostró un comportamiento variado en sus indicadores, con mejores avances, pero también con ciertos problemas que requieren de atención. Podemos analizar que en las unidades vendidas se obtuvo un aumento del 5% en comparación al anterior año, los ingresos totales tuvieron un alza en 2,9%, esto nos lleva a una mejora en los precios de venta.

La participación de mercado en Gamas disminuyó en 19,8% y 13,8% respectivamente, esto significa que no nos movimos competitivamente en el mercado como las otras empresas del mismo sector de productos electrónicos. Hablando de rentabilidad, en margen sobre ingresos disminuyó de 39,0% a 36,0%, esto lleva a un alza de costos que afecta la eficiencia operativa. El resultado bruto y el resultado neto se muestran rentables a comparación de los años anteriores, reduciendo las pérdidas de Gama en un 60,2% y 52,2%, esto nos muestra un mejor financiamiento de los recursos de la empresa.

Hablando de la estructura financiera, analizamos una mejora en el endeudamiento, bajando de 0,46 a 0,44. Esto nos indica un esfuerzo por mantener nuestra deuda controlada, pero relacionando esto, la tasa ocupación de las fábricas bajó un 9,2%. Por otro lado, el inventario sobre ventas también bajó, 15,3%, de esto se puede ver una mejora en la rotación de productos.

El valor de la marca se vio muy afectado, bajó un 9,7%, como efecto de menor presencia en el mercado y en inversión en promoción y publicidad. También podemos observar buenos avances que ayudan a Gama con sus indicadores estratégicos, así como lo es la innovación en producto, la tecnología industrial, lo cual nos dice que hay una buena base para el crecimiento global y a largo plazo.

Gama nos muestra que está enfrentando retos, está teniendo una competitividad y rentabilidad, para lograr avances que pueden ser aprovechadas como estrategias de optimización en el año que sigue. Para lograr ese objetivo, es importante analizar los factores dentro de la empresa, como el talento interno, y conocimiento del mercado, la capacidad innovación, la flexibilidad y el desempeño financiero. Esto lleva a la empresa a un enfoque de implementación de estrategias que articulen el precio, utilidad y costos como método de posicionamiento en el mercado.

*Tabla 5 Análisis Horizontal y Vertical 2024 -2028:*

<b>Cuenta de Resultados de la Compañía. Gama</b>													
	<b>2028</b>	<b>2027</b>	<b>2026</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>	<b>VAR % 2024- 2025</b>	<b>VAR % 2026- 2027</b>	<b>A. Vertical 2024</b>	<b>A. Vertical 2025</b>	<b>A. Vertical 2026</b>	<b>A. Vertical 1 2027</b>	<b>A. Vertical 2028</b>	
Ingresos Totales	60.878.888	59.141.208	67.569.504	69.355.776	49.236.708	40,86%	-	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	
Costes de Fabricación	29.638.206	27.769.058	29.389.654	31.978.946	25.863.420	23,65%	-5,51%	52,53%	46,11%	43,50%	46,95%	48,68%	
Costes Logística	3.968.728	6.302.225	4.213.266	1.755.835	1.059.327	65,75%	49,58%	2,15%	2,53%	6,24%	10,66%	6,52%	
Costes Calidad y Perdidas	5.264.568	2.135.116	1.103.585	1.151.400	807.793	42,54%	93,47%	1,64%	1,66%	1,63%	3,61%	8,65%	
Costes de las Ventas	38.871.500	36.206.400	34.706.504	34.886.184	27.730.540	25,80%	4,32%	56,32%	50,30%	51,36%	61,22%	63,85%	
Margen Bruto	22.007.386	22.934.808	32.862.998	34.469.596	21.506.168	60,28%	-	43,68%	49,70%	48,64%	38,78%	36,15%	
Margen sobre Ingresos - pct.	360%	390%	490%	500%	440%	13,64%	30,21%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Gastos de Marketing	7.525.574	11.227.935	12.566.138	3.880.000	3.170.000	22,40%	-	6,44%	5,59%	18,60%	18,98%	12,36%	
Gastos de Personal	4.861.532	4.726.730	4.615.272	4.507.060	4.082.000	10,41%	10,65%	8,29%	6,50%	6,83%	7,99%	7,99%	
Gastos I+D	2.081.000	2.081.000	2.270.000	1.830.000	1.520.000	20,39%	-8,33%	3,09%	2,64%	3,36%	3,52%	3,42%	
Gastos Depreciación*	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	0,00%	0,00%	2,44%	1,73%	1,78%	2,03%	1,97%	
Gastos Generales	7.979.100	7.822.709	8.581.255	9.388.895	6.931.304	35,46%	-8,84%	14,08%	13,54%	12,70%	13,23%	13,11%	

<i>Total, Gastos Operacion</i>	23.647.206	27.058.374	29.232.666	20.805.956	16.903.304	23,09%	-7,44%	34,33%	30,00%	43,26%	45,75%	38,84%
Resultado Operativo	-1.639.820	-4.123.566	3.630.333	13.663.643	4.602.865	196,85 %	-213,59 %	9,35%	19,70%	5,37%	-6,97%	-2,69%
Resultado sobre Ingresos -pct.	-27%	-70%	54%	197%	94%	109,57 %	-229,63 %	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Gastos Financieros	694.442	754.854	938.153	483.727	178.728	170,65 %	-19,54%	0,36%	0,70%	1,39%	1,28%	1,14%
Resultado Antes Impuestos	-2.334.262	-4.878.420	2.692.180	13.179.916	4.424.137	197,91 %	-281,21 %	8,99%	19,00%	3,98%	-8,25%	-3,83%
Impuestos	0	0	646.123	3.163.180	1.061.793	197,91 %	-100,00 %	2,16%	4,56%	0,96%	0,00%	0,00%
Resultado Desp. Impuestos	-2.334.262	-4.878.420	2.046.057	10.016.736	3.362.344	197,91 %	-338,43 %	6,83%	14,44%	3,03%	-8,25%	-3,83%

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

*Tabla 6 Análisis Horizontal y Vertical 2024 -2028:*

Balance de Situación de la Compañía. Gama												
	2028	2027	2026	2025	2024	VAR% 2024-2025	VAR% 2026-2027	A. Vertical 2024	A. Vertical 2025	A. Vertical 2026	A. Vertical 2027	A. Vertical 2028
Caja o Bancos	17.200.792	12.246.498	19.110.200	12.876.203	3.812.286	237,76%	-35,92%	7,74%	18,57%	28,28%	20,71%	28,25%
Cuentas por Cobrar	7.505.616	7.291.382	8.330.487	8.550.713	6.070.279	40,86%	-12,47%	12,33%	12,33%	12,33%	12,33%	12,33%
Inventarios	7.832.751	12.113.435	8.700.932	2.511.165	1.246.481	101,46%	39,22%	2,53%	3,62%	12,88%	20,48%	12,87%
Total, Activo Corriente	32.539.158	31.651.314	36.141.616	23.938.080	11.129.046	115,10%	-12,42%	22,60%	34,51%	53,49%	53,52%	53,45%
Planta y Equipos - Bruto	73.290.000	73.290.000	73.290.000	73.290.000	59.992.500	22,17%	0,00%	121,85 %	105,67 %	108,47 %	123,92 %	120,39 %
Depreciación Acumulada	45.780.900	40.494.900	35.208.900	29.922.900	24.636.900	21,46%	15,01%	50,04%	43,14%	52,11%	68,47%	75,20%
Total, Activo No Corriente	27.509.100	32.795.100	38.081.100	43.367.100	35.355.600	22,66%	-13,88%	71,81%	62,53%	56,36%	55,45%	45,19%
Total, Activo	60.048.260	64.446.416	74.222.720	67.305.184	46.484.644	44,79%	-13,17%	94,41%	97,04%	109,85 %	108,97 %	98,64%

Crédito Extraordinario	0	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Proveedores	7.714.907	8.797.677	9.723.041	7.637.881	5.848.650	30,59%	-9,52%	11,88%	11,01%	14,39%	14,88%	12,67%	
Préstamo Corto Plazo	0	0	3.000.000	0	0	0,00%	-100,00%	0,00%	0,00%	4,44%	0,00%	0,00%	
Total, Pasivo Corriente	7.714.907	8.797.677	12.723.041	7.637.881	5.848.650	30,59%	-30,85%	11,88%	11,01%	18,83%	14,88%	12,67%	
Préstamo Largo Plazo	10.620.507	11.601.631	12.553.690	12.667.203	2.812.050	350,46%	-7,58%	5,71%	18,26%	18,58%	19,62%	17,45%	
Capital + Reservas	44.047.108	48.925.524	46.899.928	36.983.360	34.461.604	7,32%	4,32%	69,99%	53,32%	69,41%	82,73%	72,35%	
Resultado Desp. Impuestos	-2.334.262	-4.878.420	2.046.057	10.016.736	3.362.344	197,91%	-338,43%	6,83%	14,44%	3,03%	-8,25%	-3,83%	
Total, Patrimonio Neto	41.712.844	44.047.108	48.945.988	47.000.096	37.823.948	24,26%	-10,01%	76,82%	67,77%	72,44%	74,48%	68,52%	
Total, Pasivo + Patrimonio Neto	60.048.260	64.446.416	74.222.720	67.305.184	46.484.644	44,79%	-13,17%	94,41%	97,04%	109,85%	108,97%	98,64%	

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

Para la tabla 5 y 6 del Análisis horizontal y vertical 2024-2028, podemos evidenciar cambios en los índices de la empresa los cuales se consideran volátiles, así como costes de calidad y perdidas, costes de ventas e ingresos totales. Por otro lado, datos como costes de fabricación, gastos de marketing, gastos de personal y gastos financieros, se mantuvieron con poca variación porcentual lo cual refleja el resultado de las estrategias que implementamos como optimizaciones de costos, inversiones en marketing y apertura de la fábrica

## 11. Análisis horizontal y vertical:

Gama ha tenido éxito en su extensión en mercados extranjeros de tal manera que ha logrado un crecimiento representativo y amplio. Las tres fábricas ubicadas en México, Estados Unidos y Malasia, han optimizado eficientemente la producción y la introducción de los productos que ofrecemos. De tal manera que nuestras ventas aumentaron constantemente, brindando una mejor calidad de vida para las personas que quieran disfrutar de nuestras ventajas tecnológicas.

Gracias a esto, hemos podido alcanzar mercados como Japón, Corea y China, donde la demanda de los productos relacionados con la robótica está en crecimiento. Los inventarios finales de la empresa del año uno fue de un 246,49% mayores que los inventarios del año dos, esto significa que se está produciendo mucha más unidad de las que se están vendiendo, lo cual causa problemas de liquidez si no se toman medidas inmediatas.

También se evidencia una pérdida de atención de los clientes en zonas como China y Japón, específicamente se bajaron las ventas en estas zonas lo cual también nos llevó al exceso de inventario. Eso generó un alto costo de almacenamiento y pérdida de valor de nuestros productos a largo plazo. Después de analizar los hechos hemos tomado medidas inmediatas, como lo es el aumento de 223,87% de los gastos de marketing, es decir, se invirtió para crecer y fortalecer la empresa a través de la publicidad y estrategias. Sin embargo, no tuvimos los resultados esperados ya que las ventas no aumentaron por lo que los ingresos disminuyeron en un -2,58% y así tuvimos una falla en la eficiencia de la estrategia aplicada.

Los costos logísticos aumentaron en un 139,96% debido al aumento en las tarifas de transporte de los proveedores y en los nuevos mercados, de lo cual podemos deducir que, en partes como Japón y Corea, los costos de envío y almacenamiento se deben tener en cuenta para poder

tomar la decisión correcta financieramente. Los gastos financieros de Gama crecieron en 93,94%, lo cual nos dice que los intereses y las deudas que la empresa está pagando es mucho mayor. Esto se puede explicar por medio de la obtención de préstamos, en este caso, uno a corto plazo de 3.000.000. La rentabilidad se afecta por los costos financieros, aunque se haya visto un crecimiento de las ventas y los respectivos costos que tuvieron que cubrir, causando que nuestra rentabilidad baje a la par que el ingreso neto.

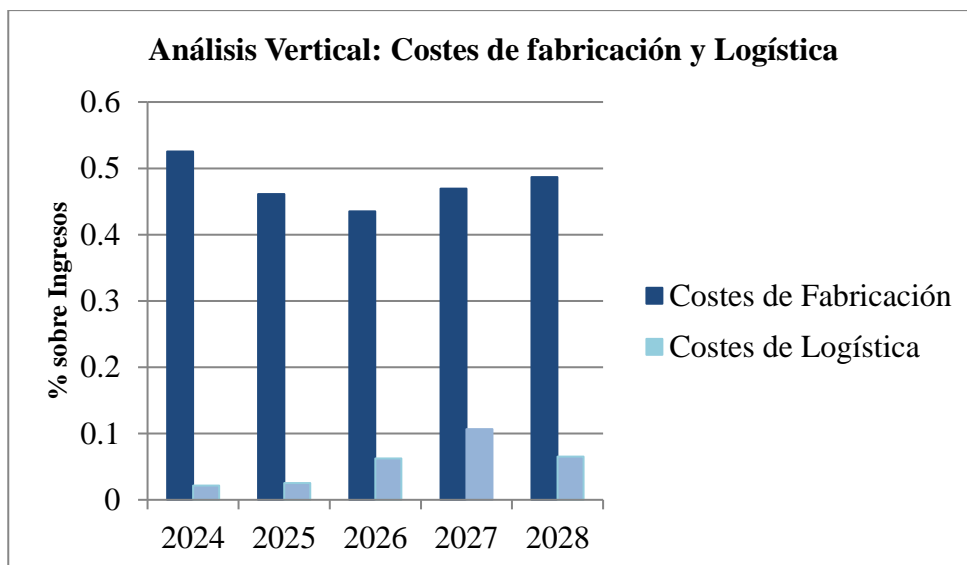
El total de pasivos corrientes aumentó un 66,58% ya que aumentamos la deuda con proveedores en un 27,30% y obtuvimos el préstamo a corto plazo, que ya mencionamos anteriormente. Esto obliga a Gama a encontrar formas para obtener más capital operativo e inversiones adicionales. La rentabilidad operativa también se vio perjudicada, esto ha afectado duramente el patrimonio ya que cambia la capacidad de autofinanciamiento y aumenta la dependencia del financiamiento externo.

Es necesario tomar medidas como la rentabilización de los inventarios, renegociar costos operativos y mejorar el funcionamiento de los pasivos de tal manera que ayuden a la recuperación del patrimonio y la estabilidad de la rentabilidad. En el 2028 Gama presentó unos aumentos de ingresos del 23,7% frente al 2027 y el 40,68% frente al 2025. Los costos logísticos aumentaron en un 65% y las pérdidas de calidad aumentaron en un 42,54%, esto se puede explicar por la expansión geográfica y operativa que incluimos dentro de nuestras decisiones.

El margen bruto disminuyó en un 60,28% en comparación con el 2025 así generando una gran presión sobre la rentabilidad. Sin embargo, los activos totales han tenido una buena estructura en el balance ya que los activos corrientes representan el 53,45% y a la misma vez, Sólo el 12,67%

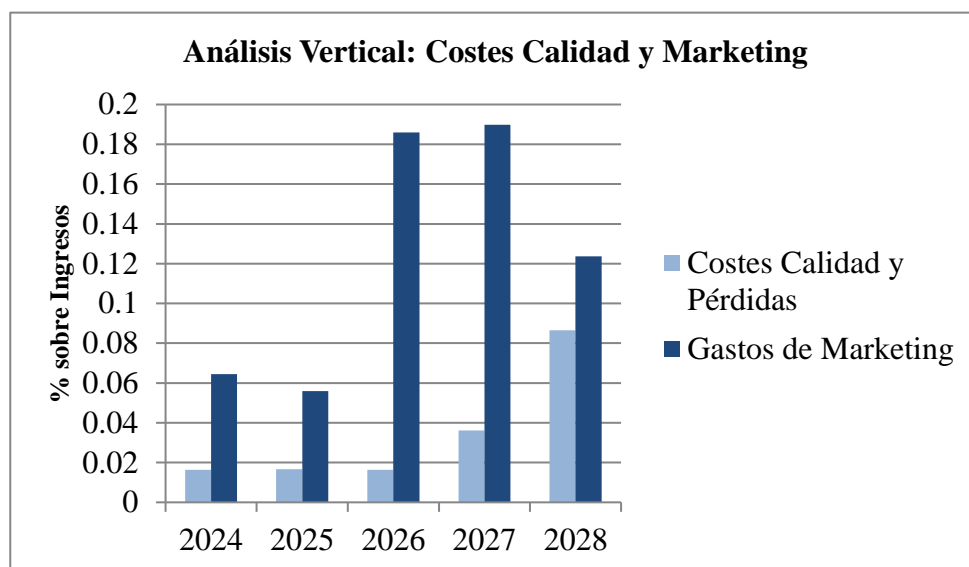
de los pasivos son corrientes. Teniendo en cuenta esto tenemos que hacer esfuerzos enfocados al aumento de la eficiencia operativa dentro de la empresa.

*Ilustración 1*



**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

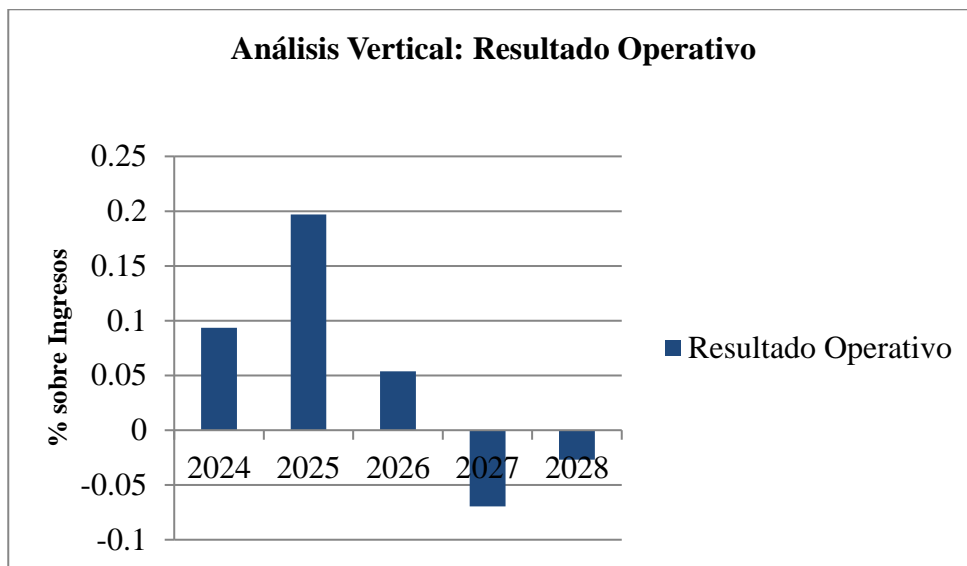
Para la ilustración 1 del análisis vertical de costes de fabricación y logística podemos observar que los costes bajaron para 2024 52,5% y para 2026 un 43,5%, pero ya para el año 2028 subieron 48,7%, lo que nos muestra que tuvimos un mayor gasto en la producción. La logística también tuvo un alza significativa, pasando de 2,15% a 10,66% para los años 2024-2027 y vemos que para 2028 disminuyó un 6,52%, lo que podría mejorar la forma en que se hacen las entregas de los productos de los clientes de Gama.

*Ilustración 2*

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

Para la ilustración 2 del análisis vertical de costes de calidad y marketing que se muestra un aumento en los últimos años, los costos de calidad y pérdidas eran muy bajos para 2024, 1,6% y subieron a 8,56% para 2028, indicándonos más problemas internos en la empresa. Para marketing, el gasto aumentó en 5,59% para 2025 y 18,98% en 2027, disminuyendo al 13,36%, indicándonos que en los primeros años quisimos aumentar más las promociones para la empresa, pero observamos que no funcionó de la manera adecuada, así que para los últimos años lo ajustamos.

Ilustración 3



**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

Para la ilustración 3 del análisis vertical del resultado operativo de Gama, observamos que la utilidad de la empresa fue buena en 2025 con un 19,7%, pero para 2027, tuvo una caída negativa de -6,97% y para 2028 -2,69%. Esto nos indica que invertimos en grandes cantidades en marketing, producción y logística pero no obtuvimos los resultados rentables que esperábamos en Gama.

## 12. Estrategias para mejorar los indicadores de Gama:

Para este año podemos observar que Gama, tuvo un exceso de inventario, no se analizaron las preferencias de los clientes y a quienes iban dirigidos estos productos. Si mejoramos estas estrategias podríamos evitar seguir produciendo más de lo que los clientes desean adquirir. Así no solo usamos lo que ya tenemos en bodega, sino que también mejoramos la liquidez y la rotación del inventario de Gama.

Analizando el gasto de marketing, podemos optar por buscar mejores estrategias, que beneficien a la empresa económicamente, como redes sociales y promociones, para así abrir nuevos mercados, teniendo una expansión exitosa. En cuanto a costos de logística, se pueden minimizar buscando mejores alternativas como nuevos proveedores, obteniendo como resultado mejores precios, tanto en materia prima como en distribución. También sería útil negociar mejores tarifas con el transporte de los productos para no interrumpir la distribución. Para mejorar las estrategias de los gastos financieros, se podría refinanciar las deudas que tenga la empresa actualmente, para así buscar obtener intereses más bajos.

Otra opción se podría ver de la liquidez que tenga la empresa, si tiene una buena liquidez no se debería optar por créditos o préstamos, sería mejor usar el dinero disponible de una forma estratégica que beneficie a la empresa. Además, si podemos mejorar la financiación y se cambian a largos plazos, esto podría beneficiar y aliviar el flujo de caja y una mejora en las finanzas generales de Gama.

Si analizamos bien el mercado que desean y quieren realmente nuestros clientes, podemos manejar mejor el exceso de stock de nuestro inventario. Al mismo tiempo, si economizamos y usamos estrategias que se acoplan más a los ingresos de la empresa, podemos obtener una promoción igual de efectiva, podemos seguir creciendo sin gastar de más.

También es importante analizar cómo estamos manejando la logística de Gama, buscar nuevos Proveedores y ordenar nuestras deudas puede darnos una mejoría en la estabilidad financiera de la compañía. Estas estrategias sirven para mejorar a Gama y su patrimonio, pero también permiten que la empresa siga estable y sostenible en el tiempo.

Tabla 7 Razones de Liquidez:

<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>VAR % 2024-2025</b>	<b>VAR % 2025-2026</b>	<b>VAR % 2026-2027</b>	<b>VAR % 2027-2028</b>
<b>Liquidez</b>									
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	1,903	3,134	2,841	3,598	4,218	64,71%	-9,36%	26,65%	17,23%
<b>PASIVO CORRIENTE</b>									
<b>Prueba Acida</b>									
<b>ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIO</b>	1,69	2,805	2,157	2,221	3,202	66,02%	-23,12%	2,97%	44,20%
<b>PASIVO CORRIENTE</b>									
<b>% INVENTARIO EN LOS ACTIVOS CORRIENTES</b>	11,20%	10,49%	24,07%	38,27%	24,07%				

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

Para la Tabla 7 de Razones de Liquidez podemos observar los resultados de la liquidez y de la prueba acida, presentados en los años 2024-2028. Vemos una mejora entre 2024 y 2025 del 64,71%, mejorando su capacidad de pago de deudas a corto plazo. La prueba acida baja en 2026, pero vuelve a tomar fuerza para 2028 con un 44,20%. Esto nos muestra que la empresa se está haciendo más fuerte, aunque presente algunas dificultades.

### 13. Resultados Prueba Liquidez:

En los resultados de la prueba de liquidez de Gama, podemos observar que la salud financiera a lo largo de 2024 a 2028 ha variado mucho, se han obtenido años buenos y años un poco débiles.

Para 2025 podemos analizar que la liquidez de la empresa fue de 3,134, con un aumento del 64,71%, en relación con 2024 que se obtuvo 1,903, lo cual es una señal positiva, pero para 2026 se puede ver una disminución del -9,36%, bajando a 2,841, lo cual nos indica una menor posibilidad de cumplir con las deudas a corto plazo.

Analizando la prueba ácida de 2024 a 2026, fue de 1,690 aumentando a 2,805 en 2025, obteniendo una variación del 66,02%. Ya para 2026 bajó a 2,157, mostrando una baja del 23,11%. Evidenciando que la empresa está manteniendo su stock de inventario y disminuyendo la liquidez.

El porcentaje de inventario en los activos corrientes también nos muestra que en 2024 en comparación con 2025, tuvo una mejora, pero para 2025 y 2026 se incrementa de 10,49% a 24,07%, lo cual nos indica una falta de rotación y exceso en nuestro stock. Aunque para 2025 se muestra una mejora en la liquidez para 2026 ya se empieza a ver un cambio significativo no tan estable para la empresa, lo que puede afectar la eficiencia financiera.

Para 2027 Gama obtuvo mejores resultados en su liquidez que los años anteriores. Podemos observar que tuvo un aumento del 26,65% en relación con el año 2026, lo que indicó que, a comparación de los años anteriores, mejoró la capacidad de pago de deudas a corto plazo. También para la prueba ácida del 2027 aumentó el 2,97%, después de haber disminuido -23,12%, mostrando una mayor dependencia del stock en el inventario para su liquidez, pero ya para 2027 se logró mantener segura financieramente.

Para el porcentaje de inventario en los activos corrientes del 38,27% podemos analizar según los datos de la tabla de razones de liquidez, que aumentó más que los otros años, fue la más alta, teniendo una mayor acumulación de inventario, la empresa obtuvo más inventario del

necesario por los clientes. En 2027 fue un año estable, con mayor calidad de pago para deudas, pero con una alta dependencia en sus inventarios, generando acumulación de stock.

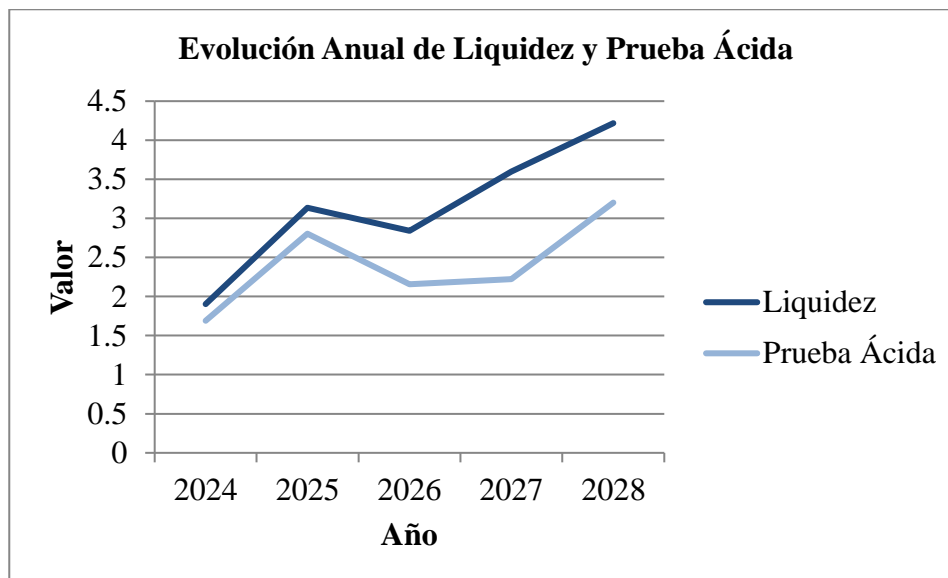
Para el año 2028, Gama muestra una mejora en consideración con los demás años, obteniendo una liquidez de 4.291, siendo la más alta de los años anteriores, esto muestra un crecimiento del 17,23% en comparación con 2027-2028 y del 64,71% con 2024, lo que indica una mejora para cumplir las deudas a corto plazo.

Por otro lado, la prueba ácida también nos muestra una mejoría en el último año llegando a un valor de 3.202 en 2028. Esto nos lleva a ver que la empresa tiene capacidad para enfrentar sus compromisos. La variación de 44,20% en la prueba ácida, indica una mejoría y un fortalecimiento en la liquidez de Gama, lo cual es una buena señal para la empresa.

Lo que muestra que Gama se encuentra mejor posicionada, teniendo un mejor financiamiento para responder sus necesidades financieras. Esto nos señala que la empresa tiene capacidad para enfrentar sus compromisos. Llevando así a una menor dependencia del inventario. Esta disminución es una buena señal para Gama, ya que muestra que la empresa ya no depende tanto del inventario y que se logró mejorar la gestión de recursos disponibles.

A pesar de los resultados de los años anteriores, para 2028 Gama logró estabilizar y fortalecer su liquidez a comparación del año 2027, logrando ser una empresa mucho más sólida y competitiva en el mercado.

Ilustración 4



**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

En la ilustración 4 de la evolución anual de liquidez y prueba ácida, podemos observar la evolución anual de liquidez y prueba ácida, en la cual, entre los años 2024 - 2028 se muestra una evolución positiva en los indicadores. Demostrando una mejora en Gama de poder cubrir sus obligaciones de corto plazo. En 2024 la liquidez era de 1.903 y una prueba ácida de 1.69, lo que representa que la empresa se encontraba en una buena posición financieramente. Con el tiempo de los años, los dos indicadores, subieron llegando en 2028 a valores de 4,218 y 3,203. Llegando a ver un correcto manejo de los recursos de la empresa, un crecimiento estable y un fortalecimiento de Gama. Podemos observar en la gráfica que la mejor evolución anual de liquidez y prueba ácida fue en 2024 y 2025, gracias a las decisiones estratégicas que tomamos para Gama.

Tabla 8 Indicadores de endeudamiento:

	2024	2025	2026	2027	2028
<b>Nivel de endeudamiento</b>	18,63%	30,17%	34,06%	31,65%	30,53%
<b>Nivel de endeudamiento financiero</b>	17,59%	29,28%	37,41%	19,62%	17,45%
<b>Impacto de carga financiera</b>	0,36%	0,70%	1,39%	1,28%	1,03%
<b>Rotación Cartera</b>		9,49	8,01	7,57	8,23
Prom 2024-2025			7.310.496		
Prom 2025-2026			8.440.600		
Prom 2026-2027			7.810.935		
Prom 2027-2028			7.398.499		
<b>Rotación Inventario</b>		18,57	6,19	3,48	3,9
Prom Inv 2024-2025			1.878.823		
Prom Inv 2025-2026			5.606.049		
Prom inv 2026-2027			10.407.184		
Prom 2027-2028			9.973.093		
<b>Pasivos Totales</b>	<b>8.660.700</b>	<b>20.305.084</b>	<b>25.276.731</b>	<b>20.399.308</b>	<b>18.335.414</b>

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

En la Tabla 8 de indicadores de endeudamiento del 2024-2028, podemos deducir que los factores de endeudamiento presentaron baja volatilidad, esto es lo que teníamos planeados desde un principio para poder proteger la liquidez de la empresa y no depender de terceros. En casos como el 2026, adquirimos préstamos a corto plazo por lo que subió el índice, sin embargo, en los años posteriores pudimos acomodar los niveles nuevamente para lograr la estabilidad

#### **14. Análisis endeudamiento y rotación:**

La empresa Gama en los últimos años aumento su deuda, para el año 2024, su nivel de endeudamiento es del 18,63%, y para el año 2025 tuvo un crecimiento del 30,17%, así mismo para el año 2026 se obtuvo un porcentaje del 34,06%.

Esto nos muestra que la empresa esté dependiendo cada día más de una financiación exterior, lo que podría afectar y tener consecuencias que lleguen a bajar los beneficios de Gama. No obstante, si se llega a manejar incorrectamente, esto puede hacer debilitar a Gama y la posibilidad de una pérdida de dinero.

Esta mismo se refleja en el nivel de endeudamiento financiero, los cuales para el 2024 fueron del 17,59%, en el 2025 de 29,28% y para el 2026 de 37,41%. Este indicador recomienda que Gamma necesita cada vez más préstamos o créditos para su financiamiento. El impacto que Gama obtuvo en los gastos financieros, refleja el pago de intereses en comparación con lo que la empresa obtiene de ganancias, para el año 2024 de 0,36%, en el 2025 de 0,70%, y para 2026 del 1,39%, aunque podemos ver un control en el crecimiento de la empresa, debemos asegurarnos que los costos no afecten nuestra rentabilidad ni a largo ni a corto plazo. Asimismo, los indicadores de rotación de cartera y de inventario muestran alertas para que la empresa esté presente.

La rotación de cartera disminuyó el 9,49% para 2025 y para 2026 el 8,01%, lo que nos muestra que nuestros clientes están tardando más en pagar, afectando nuestra liquidez de la empresa. Sin embargo, el promedio de rotación de cartera de 7.310.496 para 2024-2025 y 8.440.600 para la comparación de los años 2025-2026, nos muestra que el volumen de la empresa ha crecido, beneficiando a Gama en lograr los objetivos pactados.

Para la rotación de inventarios, podemos ver una disminución, del 18,57% para el año 2025 y para el 2026 6,19%. Mostrándonos que la empresa está demorando en vender el stock, tiene una acumulación que no beneficiará a Gama, ya que generará más costos de almacenamiento y transporte.

Además, el promedio de inventario aumentó de 1.878.823 para la comparación de los años 204-2025 y 5.606.049 para 2025-2026, lo que indica que debemos estar pendientes del inventario que tenemos almacenado para generar mayores demandas de nuestros productos.

Es importante ver qué indicadores están afectando a Gama, para tomar las mejores medidas y poder estar estable financieramente. Tener un control en el nivel de endeudamiento y asegurar que el dinero que generemos se siga invirtiendo de la manera adecuada, para ser más productivos, nos ayude a generar más rentabilidad y a un mejor endeudamiento, con disponibilidad de efectivo y liquidez, para no optar por un financiamiento externo, que no es lo que se busca para Gama.

Para 2027 en Gama su nivel de endeudamiento fue del 31,65%, mucho menor que el del 2026, 34,06%, pero inferior al 2025 y 2024, Gama muestra una mejoría financiera, mostrando una estabilidad. El endeudamiento financiero bajó a 19,62%, llevando a una mejoría frente a los años anteriores 2024-2026.

Sin embargo, el impacto de carga financiera para este año es de 1,28% aumentando en comparación con el del año 2025, que obtuvo un impacto del 0,70% y 0,36% en 2024. Vemos que los intereses crecieron, lo que afectaría negativamente la rentabilidad de Gama.

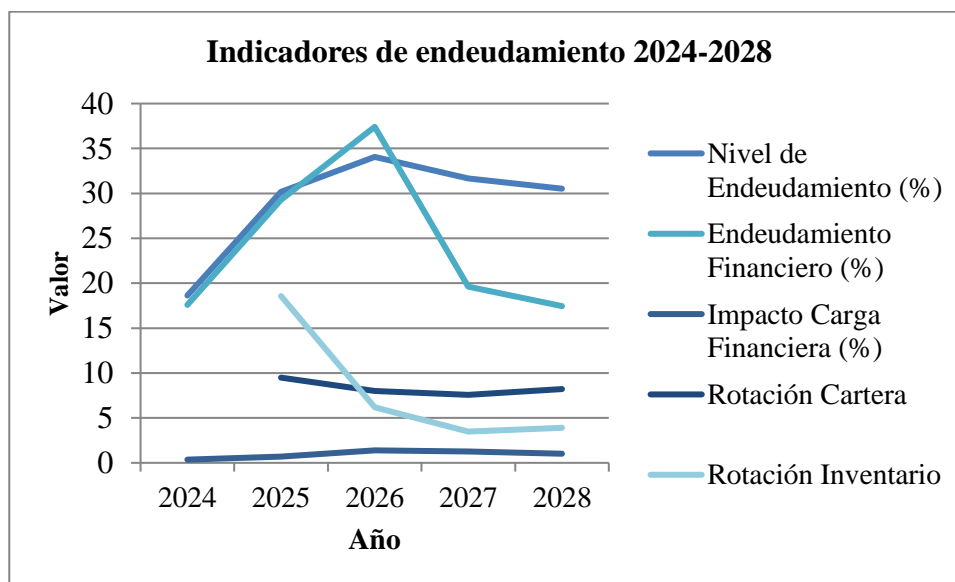
Para la rotación de cartera e inventarios, fue de 7,57% en 2027, viendo que como Gama tardamos más en cobrarles a nuestros clientes, afectándonos económicamente. Y para la rotación

de inventario observamos que bajó a 3,48%, muy diferente y baja a la del año 2026, lo que se debe a una baja demanda de nuestros clientes por adquirir los productos.

Para 2028 Gama mejoró financieramente en comparación con los años ya hablamos, el endeudamiento bajó a 30,53% y el endeudamiento financiero bajó a 17,45%, mostrándonos que para este último año tomamos mejores estrategias para no depender del financiamiento externo y así poder ser estables en el mercado global.

Además, el impacto de carga disminuyó 1,03%, indicándonos un mejor manejo de los recursos de la empresa, aunque también debemos mejorar la eficiencia en nuestros productos para mejorar la liquidez

*Ilustración 5*



**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

En la ilustración 5 vemos que entre 2024 y 2026, el nivel de endeudamiento aumentó, como se muestra en la imagen, estando en 18,63% y pasando a 34,06% lo que nos indica una dependencia elevada de los recursos externos. El endeudamiento mostró un alza mayor que el de los demás años en 2026 con 37,41%. Y a partir del 2027 empezaron a disminuir, indicando una mejora en la gestión financiera de Gama. El impacto de carga también creció estando en 0,36% y pasando a 1,39% en 2026. Para 2028, el endeudamiento bajó a 30,53%, el financiero 17,45% y la carga financiera a 1,03%, mostrándonos que optamos por buscar las mejores estrategias para beneficiar la empresa.

*Tabla 9 Total Pasivos*

	2024	2025	2026	2027	2028
Pasivos Totales	8.660.700	20.305.084	25.276.731	20.399.308	18.335.414

**Fuente:** Elaboración propia con datos obtenidos del simulador empresa GAMA.

En la tabla 9 de Pasivos Totales, nos muestran los valores que se obtuvieron para cada año del simulador, observamos que para 2026, teníamos una deuda alta, ya que implementamos un préstamo para este año. Sin embargo, ya para 2028, logramos estabilizar este indicador con el fin de cuidar la salud financiera de la empresa.

## 15. Conclusión:

Para los años 2024-2028 la empresa pasó diferentes períodos que muestran e indican el ciclo de crecimiento de Gama, las diferentes maneras de inversión y los diferentes desafíos que se

presentaron en el simulador. Todos estos años dejaron una enseñanza estimada la cual nos muestra las habilidades y errores que se cometieron en las diferentes estrategias utilizadas y en el manejo financiero de la compañía.

Gamma mostró en el año 2024 una entrada en el mercado estable. Con ingresos de 49.236.708 y utilidad neta del 6,83%, la empresa demostró un buen manejo en los gastos y costos. Su poco nivel de endeudamiento del 18,63% y una liquidez del 1,90 reflejaron sus finanzas fuertes, afianzando las bases de un crecimiento estable.

Es de anotar que el año donde se tomaron las mejores decisiones fue en 2025, obteniendo los mejores resultados de las diferentes jugadas. Los ingresos y las utilidades netas aumentaron por encima del 197,91%, llevando al 14,44% de las ventas de la empresa. Todo esto podemos decir que se dio por las inversiones realizadas en marketing del 22,40% como también en innovación con un 20,39%, que tuvieron como buen resultado la permanencia en el mercado. Igualmente, la liquidez sube a 3,134 y la prueba ácida a 2,805, con un endeudamiento controlado. El 2025 para Gama fue un buen año de crecimiento, expansión y con un buen manejo financiero.

Ahora bien, en el 2026 empezaron los enfrentamientos para Gama. Se obtuvieron unos ingresos de crecimiento en un 12,03%, las ganancias disminuyeron en un 79,58%, los gastos operativos subieron en un 43,26%, la rentabilidad bajo al 3,03%, y en términos de liquidez y prueba acida de Gama, empezaron a tener diferentes problemas que podrían llegar a afectar los años siguientes, si no se hace un buen manejo con los diferentes indicadores.

Para el año 2027, se deteriora debido a que sus ingresos caen en un 12,47% y la empresa mostró una pérdida neta del -8,25%, los costos de ventas y pérdidas por calidad subieron. Con respecto a la liquidez de este año para Gama, tuvo una liquidez estable del 3,59% y disminuyó su

endeudamiento financiero al 19,62%, lo que muestra que se tomaron las medidas correctas para mejorar en relación al año anterior 2026. Para 2027 no se obtuvieron los mejores resultados, pero se logró mostrar cierto beneficio financiero.

Por último, para el año 2028, se obtuvieron unos ingresos de 2,93%, obteniendo pérdidas un poco bajas, pero al igual fueron significativas, -2.334.262, similar al -3,83% para las ventas.

La mayor dificultad para Gama en este año 2028 fue el aumento del 93,47% en los costos por calidad y las pérdidas, los cuales representaron el 8,65% de los ingresos, llevando a un mal manejo de la compañía. De todos modos, para finalizar la simulación del año 2028 se obtuvo un buen manejo de la liquidez, con el 4,218, una prueba ácida de 3,202 y un menor endeudamiento de 17,45%, lo que manifiesta que se logró fortalecer su estructura financiera.

Se puede decir que la empresa alcanzó mejores rendimientos en el año 2025, por un mejor enfoque en los diferentes indicadores. Aun así, en los diferentes años que manejamos para Gama, los altos gastos y la disminución de la eficiencia operativa se trasladaron a la pérdida de rentabilidad. En el año 2028, aun cuando la empresa no logró recuperar utilidades, expuso una buena posición financiera, indicando una posible recuperación en el futuro si se logra controlar los costos y se toma un fin estratégico enfocándose en la eficiencia y sostenibilidad de la empresa.

## **16. Recomendaciones**

Según los resultados que se presentaron en los análisis de Gama entre 2024 y 2028, se proponen las siguientes recomendaciones, las cuales ayudarán a obtener un mejor rendimiento en la empresa.

Primero es importante realizar un estudio de mercadeo y el tipo de cliente a cual el producto está dirigido, para estar informados de cuál es nuestro tipo de público, esto con el fin de tener un mejor entendimiento de la demanda y evitar cometer errores como el exceso de producción, la elevación de los costos de almacenamiento. Al aplicar estos controles se incentiva el desarrollo y un buen financiamiento de Gama.

En relación con lo mencionado anteriormente, es necesario proteger la liquidez de la empresa y tener una estabilidad en la relación pasivos - activos, esto promueve el crecimiento y la independencia de terceros, eliminando a largo plazo complicaciones dentro del patrimonio. Para complementar, esto atrae inversionistas, ya que estarán dispuestos a poner su confianza en Gama y de tal manera, se incrementará nuestro capital y nuestra capacidad de expansión.

Por otro lado, se recomienda el constante estudio de las tendencias globales para mantenernos actualizados y poder innovar cada vez que se necesite, esto para mantener la competitividad en la industria y proteger la cuota de mercado de Gama.

Por último, se recomienda hacer un plan que ayude a Gama en la creación y ejecución de estrategias, con el objetivo de desarrollar un pronóstico viable para poder optimizar de la mejor manera nuestros costos, ganancias, y capacitaciones, generando mayor valor de marca en la empresa a medida que pasa el tiempo.

## 17. Referencias

- Cetares Laguna, J. S., Aponte Palacios, J. C., & Pineda Cadena, E. (2024). Vivienda domótica. Encuentro Internacional De Educación En Ingeniería. <https://doi.org/10.26507/paper.3791>
- Salazar y Silvestre (2022), Internet de las cosas, České vysoké učení technické v PrazeFakulta elektrotechnic [https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/100921/LM08\\_R\\_ES.pdf](https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/100921/LM08_R_ES.pdf)
- Pérez Miranda, P. (2024). *Domotizar tu casa: cómo convertir tu hogar en un hogar inteligente*. El País. <https://elpais.com/escaparate/tecnologia/2024-10-31/domotizar-tu-casa.html>
- Narvaez, M. (2024). *Posicionamiento de Marca: Que es, Importancia y como mejorarlo*. Question Pro. <https://www.questionpro.com/blog/es/posicionamiento-de-marca/>
- Diaz, C. (2025). *Inventarios: todo lo que debes saber*. Net Logistik. <https://www.netlogistik.com/es/blog/costos-de-mantener-inventarios>
- Azkue, I. (2024). *Marketing. Enciclopedia Concepto*. <https://concepto.de/marketing/>.
- Almeida Blacio, J. H. (2022). Innovación como herramienta para la gestión empresarial en las PYMEs de Santo Domingo. *Journal of Economic and Social Science Research*, 2(4), 68–81. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v2/n4/26>
- Martínez, J. B. (2011). El valor de una empresa y la creación de valor en esa empresa. *Cont4bl3*, (39), 10-12. [PDF].
- Estrada-Realpe, K., Elidea Quiñonez, R., Cifuentes-Quiñonez, L., & Ayovi-Caicedo, J. (2017). El plan de marketing y su importancia para el posicionamiento de las empresas. *Polo del Conocimiento*, 2(5), 1187-1199. doi: <https://doi.org/10.23857/pc.v2i5.206>
- Almeida Blacio, J. H. (2022). Innovación como herramienta para la gestión empresarial en las PYMEs de Santo Domingo. *Journal of Economic and Social Science Research*, 2(4), 68–81. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v2/n4/26>
- Dobaño, R. (2024). Margen Bruto: que es, para que sirve y cómo calcularlo. *Quipu Blog*, <https://getquipu.com/blog/margen-bruto/>
- Cafaro, A. (2022). Importancia de la rentabilidad y su valor. Diseño, evaluación y gestión de proyectos. <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/importancia-de-la-rentabilidad-y-su-valor>

CÓRDOBA SEGOVIA, C. M., & Moreno Moncayo, D. F. (2017). La importancia de una buena estrategia de fijación de precios como herramienta de penetración de mercados. *Tendencias*, 18(2), 58-68. <https://doi.org/10.22267/rtend.171802.73>

Chordia, T., Roll, R., & Subrahmanyam, A. (2000). Commonality in liquidity. *Journal of financial economics*, 56(1), 3-28.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0304405X99000574>

## **18. Declaración ética**

Nuestro equipo Gamma, integrado por Daniela Roa Fossi y Juan José Gracia Suárez, estudiantes de la Universidad el Bosque, programa de Administración de empresas, establecemos y aseguramos que el proyecto final de grado, titulado "Análisis de mercado tecnológico", cumple con lo demandado por los directivos del diplomado y las métricas establecidas.

Manifestamos que los derechos de autor corresponden al grupo Gamma en cabeza de los estudiantes aquí antes mencionados, a las personas y entidades que quieran usar la información con fines académicos plasmada en el proyecto, pedimos se nos reconozca por el tiempo y esfuerzo realizado en el mismo. Así mismo reiteramos realizar un uso correcto de la referencia ante la información inmediatamente al investigar y citar otros autores.

Queremos agradecer a las personas que estuvieron colaborando en la recolección de la información solicitada, a la universidad por facilitar a nosotros los estudiantes estos programas que enriquecen el conocimiento para cuando nos toque enfrentarnos al mundo laboral, a los profesores que estuvieron atentos colaborando con conocimientos y enseñanzas.