

Presentación de diagnóstico financiero y análisis bursátil de Amazon

Héctor Antonio Bossa Chaura

Vanessa Granada Chinchilla

Jessica Paola Caro

Asesor

Jhon Mauricio Zambrano

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Contaduría Pública

2023

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mis queridos padres, María Antonia Chinchilla y Osmed Granada, les agradezco por ser mi mayor fuente de motivación, sus sacrificios, su dedicación y sus palabras alentadoras han sido el impulso detrás de cada éxito que alcanzó. Su amor inquebrantable ha iluminado mi camino y ha sido el faro que me ha guiado hacia el logro de mis metas académicas.

A mis hermanos por estar de una u otra forma a mi lado durante esta travesía universitaria y a mis queridas perritas Sol y Luna por ser mis compañeras peludas demostrándome su amor incondicional.

Hoy, celebro no solo mis logros académicos, sino también la fortuna de contar con una familia tan increíble. Este diploma no solo lleva mi nombre, sino también el de ustedes, ya que cada paso que he dado ha sido posible gracias al amor y al respaldo que me han brindado.

Este proyecto se lo quiero dedicar inicialmente a Dios por ser quien trazo mi camino en esta carrera volviéndolo un proyecto por cumplir, a mi madre la Sra. Carolina Caro por darme la vida y ser el motivo por el cual hoy logro cumplir con esta meta más para mi proyecto de vida; a mis hermanos y amigos que fueron una voz de apoyo en momentos que sentía que no podía más y me impulsaron a continuar con este proceso, a mi madrina la Srta. Carmen Alicia Motta Camacho por sus palabras las cuales me llevaron a no darme por vencida ante la adversidad y por ultimo pero no menos importante a mi compañero de vida Huber Varley Garzón ya que con todo su amor, apoyo y colaboración centro mi vida para hoy terminara con este gran logro.

Este diploma no es solo un logro para mí, sino para cada de uno de estas maravillosas personas que a lo largo de este proceso fueron muy importantes para que hoy pueda ser finalmente una

Contadora Publica.

Para esta dedicación se la doy primeramente a Dios que me ha permitido estar donde voy, realizando siempre su Voluntad, aunque a veces cuestioné sus propósitos, nunca dejé de confiar en Él. También, a mis hermanos, quienes a pesar de todo entendieron los momentos que no pude reunirme con ellos por estar al tanto y en línea con las responsabilidades de la universidad, agradezco a cada uno de mis amigos y demás familiares por su apoyo y confianza que me han dado. Todo el esfuerzo y dedicación que he dado, ya se ha dado resultado, confiando en Dios, pronto obtendré el resultado esperado.

Agradecimientos

Primeramente, dar gracias a Dios porque permitió que llegáramos hasta este punto en el que vamos; también agradecer a cada uno de nuestros tutores que se presentaron durante esta preparación como profesionales en proceso, gracias porque con sus conocimientos nos enseñaron lo importante que es el valor del conocimiento, también, lo necesario que es el compartir y enseñar lo aprendido. También, agradecer toda la paciencia y dedicación que nos brindaron en este proceso de desarrollo y aprendizaje, todo el esfuerzo que nos brindaron para hacer posible enseñar de la mejor manera y que todo sea para bien y beneficio como profesionales en el área laboral en las distintas empresa o entidades que nos coloque la vida.

Resumen

Amazon es una multinacional tecnológica estadounidense especializada en comercio electrónico, computación en la nube streaming digital e inteligencia artificial. Fundada en 1994 por Jeff Bezos, Amazon es uno de los mayores minoristas en línea del mundo, y ofrece una gama de productos que van desde libros, música hasta muebles y ropa. Debemos reconocer que el trabajo que ha desarrollado Amazon en el trayecto de estos años, ha sido de influencia para bien y crecimiento de la humanidad. La trayectoria de Amazon inicia en el año de 1995 con la venta de libros en línea, convirtiéndose en uno de los primeros minoristas en línea; en el año 1996 se abre camino con la música, vídeo y otros productos, lanza su primer sitio web no en inglés en Canadá. En 1999 sale a la bolsa NASDAQ en bolsa de valores. De los 2000 en adelante Amazon tomó fuerza y se despegó con la juguetería y venta de productos de toda línea para el hogar, con esto también ofreciendo servicios streaming y de diversión y entretenimiento familiar. Ha hecho que Amazon se posicione en los altos lugares e importantes de la industria y de la innovación en la tecnología. Llegando al año 2020, que se presenta la pandemia, pero, esto deja unos buenos resultados económicos para producción de la plataforma en sus ofertas de programas y entretenimiento durante el Covid – 19, ya que con esto permitió un crecimiento con ventas de 470.000 millones. Ya para el año 2022, Amazon se declara no rentable para el comercio digital, ya mostrando una pérdida numerosa.

Palabras claves: Amazon, digital, rentable, ventas y entretenimiento.

Abstract

Amazon is an American technology multinational specialized in e-commerce, cloud computing, digital streaming, and artificial intelligence. Founded in 1994 by Jeff Bezos, Amazon is one of the world's largest online retailers, offering a range of products from books, music to furniture and clothing. We must recognize that the work that Amazon has developed over the years has been influential for the good and growth of humanity. Amazon's trajectory began in 1995 with the sale of books online, becoming one of the first online retailers; In 1996 he made his way with music, video and other products, launching his first non-English website in Canada. In 1999, NASDAQ was listed on the stock exchange. From the 2000s onwards, Amazon gained strength and took off with the toy store and sale of all-line products for the home, also offering streaming services and family fun and entertainment. It has made Amazon position itself in the high and important places in the industry and innovation in technology. Coming to the year 2020, when the pandemic occurs, but this leaves good economic results for the platform's production in its program and entertainment offerings during Covid-19, since this allowed growth with sales of 470,000 million. By 2022, Amazon declares itself unprofitable for digital commerce, already showing a large loss.

Keywords: Amazon, digital, profitable, sales and entertainment.

Tabla de Contenido

Introducción	11
Problemática	12
Justificación	14
Objetivos	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos	16
Marco Conceptual	17
Análisis Macroeconómico	19
Impacto de Covid-19	21
Análisis Estratégico y Competitivo	21
Alianzas Estratégicas	22
Rentabilidad	22
Ubicación Estratégica	23
Adaptación al Cambio	24
Internacionalización	24
Flexibilidad	25
Ampliación de Portafolio	25
Productos Propios	26

Ventas Inalámbricas	8
Ventas Inalámbricas	26
Logística.....	26
Servicio al Cliente	27
Las Listas de Productos Rivales te Proporcionan Información muy Valiosa	30
Análisis Tamaño de la Empresa y Composición de Activos	31
Análisis Posición de Liquidez.....	34
Cálculo de ROCE.....	54
Costo de Patrimonio.....	56
Nivel de Endeudamiento Amazon.....	58
Avances Metodológicos del Proyecto Diagnostico Financiero y Bursátil	63
Limitaciones del Proyecto y Futuras Líneas de Análisis	65
Conclusiones.....	71
Recomendaciones	72
Referencias Bibliográficas	73

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Fondo de Maniobra</i>	34
Tabla 2 <i>Estado de resultados</i>	38
Tabla 3 <i>Margen neto de rentabilidad</i>	43
Tabla 4 <i>Rotación de activo</i>	43
Tabla 5 <i>Multiplicador de apalancamiento</i>	44
Tabla 6 <i>Tasa de disminución en desempleados</i>	45
Tabla 7 <i>Roce</i>	47
Tabla 8 <i>Análisis vertical</i>	50
Tabla 9 <i>Análisis horizontal</i>	52
Tabla 10 <i>Roe</i>	54
Tabla 11 <i>Razón de endeudamiento</i>	59
Tabla 12 <i>Razón de endeudamiento</i>	60
Tabla 13 <i>Gao</i>	61

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Razón Corriente</i>	35
Figura 2 <i>Prueba ácida</i>	36
Figura 3 <i>Ebitda</i>	36
Figura 4 <i>Prueba defensiva</i>	37
Figura 5 <i>Árbol de Rentabilidad</i>	46
Figura 6 <i>Costo promedio ponderado Wacc</i>	58

Introducción

En el contenido de este trabajo encuentra el desarrollo de la aplicación de los conocimientos y consultas realizadas por los estudiantes durante el periodo de empleabilidad de este proyecto, del cual, nos basamos en los puntos de referencia en internet, como revistas de información financiera, páginas de datos contables e historias de información financiera; también, la historia y desarrollo de la empresa Amazon, en la que nos basamos para el desarrollo de la actividad final para la entrega y preparación de la explicación del resultado de trabajo en equipo para la sustentación dada y programada por el asesor responsable.

Cabe resaltar, que el trabajo en equipo ha sido el mejor desenvuelto durante este proceso, ya que nos apoyamos y nos colaboramos los unos con los otros, desde profesor, compañeros y familiares involucrados para la ayuda de este proceso del desarrollo de la actividad. En el contenido también se evidencia los procesos financieros dados y conseguidos en lo largo de la historia de Amazon en el mercado, todo esto de la mano de la evolución y transcripción de la tecnología en la sociedad y la humanidad. También, con la ayuda de la ciencia artificial, y de la pandemia, que ayudó a crecer y fortalecer la plataforma con las distintas ofertas y medios de acceso para las cuales nos ofrece para la distracción.

Problemática

Amazon, una de las empresas más grandes del mundo en comercio electrónico y servicios en la nube, enfrenta una compleja problemática financiera relacionada con su gestión de disminución de liquidez y su búsqueda constante de crecimiento empresarial. A medida que la empresa continúa expandiéndose y diversificando sus operaciones, la necesidad de gestionar eficazmente sus recursos financieros se vuelve cada vez más crítica. Esta problemática se enfoca en la gestión de liquidez de Amazon y su influencia en el crecimiento empresarial. Se explorarán los desafíos específicos que surgen de la necesidad de financiar proyectos de expansión, inversiones en tecnología y el cumplimiento de sus operaciones globales.

La gestión de liquidez en Amazon se refiere a la habilidad de la empresa para administrar sus recursos financieros de manera eficiente, garantizando suficiente liquidez para operaciones diarias, al mismo tiempo que se financian inversiones estratégicas y se minimiza la deuda. Esto incluye la gestión de flujos de efectivo, la evaluación de inversiones y la estructuración de financiamiento.

La problemática surge debido a la dinámica del mercado en el que opera Amazon, que es altamente competitivo y en constante cambio en esta nueva era; La empresa se enfrenta a la presión de inversores y accionistas para continuar su crecimiento, mientras mantiene un equilibrio en su estructura financiera y no se exponen a riesgos excesivos. La formulación de esta problemática implica considerar estrategias y medidas que Amazon podría tomar para abordar los desafíos de la gestión de liquidez y el crecimiento empresarial; algunas posibles soluciones y estrategias a explorar son:

Optimización de flujos de efectivo: Mejorar la gestión de cuentas por cobrar, cuentas por pagar y el ciclo de conversión de efectivo para liberar capital de trabajo.

Evaluación de inversiones estratégicas: Realizar análisis exhaustivos de proyectos de inversión para priorizar aquellos que generen el mayor valor a largo plazo.

Estructura de financiamiento óptima: Determinar la combinación adecuada de financiamiento, incluyendo deuda y capital propio, para mantener una estructura financiera sólida.

Diversificación de fuentes de financiamiento: Explorar diversas opciones de financiamiento, como emisión de bonos, líneas de crédito y préstamos bancarios, para mitigar riesgos y asegurar la liquidez.

Comunicación con inversores: Mantener una comunicación transparente y sólida con los inversores, explicando la estrategia financiera y los riesgos asociados.

Justificación

Amazon se ha convertido en una de las empresas más influyentes y destacadas en todo el mundo, su impacto en el comercio electrónico y en la industria de servicios en la nube es innegable, su relevancia abarca desde la generación de empleo hasta la transformación de la forma en que las personas compran y consumen servicios en línea, por lo tanto, cualquier problema financiero que afecte a Amazon tiene un efecto significativo en la economía global.

La estrategia empresarial de Amazon se caracteriza por su ambición de crecimiento constante, la empresa no solo busca mantener su liderazgo en el comercio electrónico, sino que también se diversifica en áreas como la inteligencia artificial, la logística, el entretenimiento y la atención médica; esta estrategia de expansión constante implica la necesidad de recursos financieros considerables para financiar proyectos y adquisiciones estratégicas.

Amazon al tener un mercado altamente competitivo y en constante evolución, se enfrenta a la competencia de otras empresas tecnológicas y minoristas globales para mantener su posición y seguir siendo innovador, Amazon debe invertir constantemente en tecnología, infraestructura y expansión geográfica, lo que a su vez exige una gestión financiera eficaz. Al estar involucrada en una serie de proyectos estratégicos que requieren inversiones significativas estos proyectos pueden incluir la expansión de su red de logística, el desarrollo de tecnologías emergentes como los vehículos autónomos o la adquisición de empresas que complementen sus operaciones actuales; la falta de liquidez para respaldar estas iniciativas podría limitar su capacidad para innovar y mantener su ventaja competitiva.

Dado su estatus como una empresa pública y su capitalización de mercado significativa, Amazon está bajo una presión constante por parte de inversores y accionistas para ofrecer resultados financieros sólidos y un crecimiento continuo. La falta de administración eficaz ante

la disminución de la liquidez y el crecimiento empresarial podría afectar negativamente la confianza de los inversores y la valoración de la empresa en los mercados financieros, por lo tanto, Amazon debe estar preparado para adaptarse rápidamente a las nuevas oportunidades y desafíos que surgen en este entorno dinámico; una gestión financiera eficiente es esencial para permitir esta agilidad y para respaldar la toma de decisiones estratégicas.

En resumen, la gestión de liquidez y el crecimiento empresarial en Amazon son cuestiones fundamentales que tienen un alcance global y que afectan a la economía, a los inversores, a los empleados y a los consumidores. La resolución efectiva de esta problemática es esencial para garantizar que Amazon continúe siendo un actor dominante en la industria y siga contribuyendo al desarrollo económico y tecnológico a nivel mundial.

Objetivos

Objetivo General

Optimizar la gestión de disminución de liquidez y promover un crecimiento empresarial sostenible en Amazon, garantizando una adecuada asignación de recursos financieros para respaldar su expansión y diversificación en el mercado global.

Objetivos Específicos

Implementar procesos y sistemas eficientes que permitan una supervisión detallada de los flujos de efectivo en Amazon, identificando oportunidades para reducir la necesidad de capital de trabajo y garantizar la disponibilidad de fondos para inversiones estratégicas.

Explorar y seleccionar opciones de financiamiento óptimas, considerando emisiones de bonos, líneas de crédito, préstamos bancarios y otras alternativas, con el objetivo de mitigar riesgos y mantener un equilibrio adecuado entre deuda y capital propio.

Mejorar la gestión de liquidez en Amazon para respaldar su estrategia de crecimiento empresarial sostenible y eficiente en el mercado global.

Marco Conceptual

Amazon.com Inc., conocida como Amazon, es una de las empresas más influyentes y diversificadas a nivel global fundada en 1994 por Jeff Bezos, la compañía ha evolucionado desde su inicio como una librería en línea hasta convertirse en un gigante tecnológico que abarca múltiples sectores. A Continuación, se describe la historia de sus inicios hasta la actualidad de forma detallada.

Fundación (1994): Jeff Bezos fundó Amazon.com en Seattle, Washington, como una librería en línea. La elección de libros como el primer producto a vender fue estratégica debido a su amplio catálogo y la facilidad de envío.

IPO (1997): Amazon se hizo pública en la Bolsa de Valores de Nueva York, recaudando capital para financiar su crecimiento. A pesar de no haber generado ganancias en sus primeros años, la compañía continuó expandiéndose.

Diversificación de productos (1990s): A lo largo de la década de 1990, Amazon diversifica su oferta más allá de los libros, agregando música, películas y productos electrónicos a su plataforma.

Amazon Marketplace (2000): Se lanzó Amazon Marketplace, permitiendo a terceros vender productos en la plataforma de Amazon, lo que aumentó significativamente la variedad de productos disponibles y generó ingresos adicionales a través de tarifas de comisión.

Amazon Web Services (AWS) (2006): AWS se lanzó como una plataforma de servicios en la nube, marcando un punto de inflexión importante. AWS se convirtió en un pilar fundamental de la infraestructura tecnológica global, proporcionando servicios de almacenamiento, computación y más.

Kindle (2007): Amazon lanzó el Kindle, su lector de libros electrónicos, revolucionando la industria editorial y promoviendo la venta de libros digitales.

Expansión internacional (2000s-2010): Amazon expandió sus operaciones a nivel internacional, estableciendo sitios web y centros de distribución en todo el mundo, lo que le permitió servir a clientes en casi todos los países.

Adquisiciones estratégicas: Amazon adquirió empresas como Zappos (2009), Whole Foods Market (2017) y Ring (2018), lo que le permitió ingresar en nuevos mercados y fortalecer su presencia en el comercio minorista, la alimentación y la seguridad del hogar.

Prime (2005): El lanzamiento de Amazon Prime, un programa de suscripción que ofrece envío rápido y acceso a servicios de streaming de video y música, impulsó la retención de clientes y el gasto en la plataforma.

Amazon Studios (2010): Amazon entró en la producción de contenido original con Amazon Studios, compitiendo con empresas de entretenimiento tradicionales y servicios de transmisión.

Innovación continua: Amazon ha invertido en tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, la automatización de almacenes y la entrega con drones para mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente.

Pandemia de Covid-19 (2020): Durante la pandemia, Amazon experimentó un aumento significativo en la demanda de compras en línea, lo que llevó a un crecimiento explosivo en sus ingresos y la expansión de su fuerza laboral.

En 2020, Amazon reportó ingresos totales de aproximadamente 386 mil millones de dólares estadounidenses, lo que la convirtió en una de las empresas con mayores ingresos en el mundo, su capitalización de mercado de Amazon a principios de 2021 supera el billón de

dólares, lo que la convertía en una de las empresas más valiosas del mundo a principios de 2021, Amazon tenía más de 1.3 millones de empleados en todo el mundo, lo que incluía tanto a tiempo completo como a tiempo parcial y a su vez la empresa tenía una presencia global significativa con operaciones en numerosos países teniendo centros de cumplimiento y almacenes en todo el mundo para respaldar sus operaciones de comercio electrónico y entrega; es importante tener en cuenta que Amazon es una empresa en constante evolución y expansión.

Análisis macroeconómico

Amazon, una de las empresas más grandes y exitosas del mundo, desarrolla su actividad económica principalmente en los Estados Unidos. Para comprender la situación económica de Amazon en su contexto, es esencial realizar un análisis macroeconómico y sectorial que tenga en cuenta tanto la economía general de Estados Unidos como la industria del comercio electrónico y los servicios en la nube en particular. Indicadores Macroeconómicos de Estados Unidos:

Crecimiento Económico: En los últimos años, Estados Unidos ha experimentado un crecimiento económico moderado y sostenido. La tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) ha fluctuado en respuesta a eventos económicos y políticos, pero en general, se ha mantenido en un nivel positivo. Esto ha proporcionado un entorno favorable para las operaciones de Amazon, ya que implica un mercado en crecimiento. **Tasa de Desempleo:** La tasa de desempleo en Estados Unidos ha sido históricamente baja en los últimos años, lo que ha llevado a un mercado laboral altamente competitivo. Esto puede tener implicaciones en los costos laborales para Amazon, ya que la demanda de empleados cualificados podría aumentar los salarios. **Inflación:** La inflación en Estados Unidos se ha mantenido relativamente baja en la última década. Aunque ha habido fluctuaciones en ciertos sectores, como el aumento de precios en la vivienda y la atención

médica, en general, la inflación controlada ha sido positiva para la estabilidad económica y financiera de Amazon. Política Monetaria y Fiscal.

Política Monetaria: La Reserva Federal de Estados Unidos ha implementado políticas de tasas de interés bajas durante varios años para estimular el gasto y la inversión. Esto ha tenido un impacto en el costo de financiamiento de Amazon, lo que ha facilitado su capacidad para invertir en proyectos estratégicos y financiar su expansión.

Política Fiscal: Los cambios en la política fiscal, como la reforma tributaria de 2017, también han tenido un impacto en Amazon y en su estructura financiera. La reducción de impuestos corporativos puede haber liberado recursos adicionales para inversiones y expansión.

Industria del Comercio Electrónico y Servicios en la Nube: Crecimiento de la Industria: La industria del comercio electrónico y los servicios en la nube en Estados Unidos ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas. La adopción creciente de compras en línea y el aumento de la demanda de servicios en la nube han beneficiado a Amazon, que es uno de los líderes en estos sectores.

Competencia: A pesar del liderazgo de Amazon, la industria es altamente competitiva, con empresas como Wal-Mart y empresas tecnológicas como Google y Microsoft compitiendo en el espacio de servicios en la nube. Esta competencia exige que Amazon continúe innovando y ofreciendo servicios de alta calidad.

Regulación: La industria del comercio electrónico y los servicios en la nube está sujeta a regulaciones gubernamentales en áreas como la privacidad de datos, impuestos en línea y prácticas comerciales. Amazon debe cumplir con estas regulaciones para evitar problemas legales y reputaciones.

Impacto de covid-19

Aceleración del Comercio Electrónico: La pandemia de Covid-19 aceleró la adopción del comercio electrónico, lo que benefició a Amazon, que experimentó un aumento significativo en las ventas en línea y la demanda de servicios en la nube, ya que muchas empresas recurrieron al trabajo remoto.

Desafíos Logísticos: La pandemia también presentó desafíos logísticos, ya que Amazon tuvo que hacer frente a un aumento en la demanda de entregas y al cumplimiento de medidas de salud y seguridad para sus empleados.

El análisis macroeconómico y sectorial de Amazon en Estados Unidos destaca la importancia de factores macroeconómicos como el crecimiento económico, la política monetaria y fiscal, así como la competitividad de la industria del comercio electrónico y los servicios en la nube. A pesar de los desafíos y la competencia, Amazon ha mantenido su posición como líder en estos sectores y ha aprovechado las oportunidades creadas por eventos como la pandemia de Covid-19 para seguir creciendo y expandiéndose. Un conocimiento profundo de estos factores es esencial para comprender la situación económica y financiera de Amazon y su capacidad para prosperar en el futuro.

Análisis estratégico y competitivo

Jeff Bezos, creador de Amazon, en 1994 observó que en el mercado existía una gran demanda de libros de todo tipo, por lo que tuvo la iniciativa de crear una tienda online en donde se ofreciera un amplio catálogo de libros y precios bajos para llamar la atención de los clientes tanto en venta física y online como el alquiler de estos desde la comodidad de su hogar. En poco tiempo la empresa superó en gran magnitud la venta de libros electrónicos gracias a que se ofrece

millones de libros de varias temáticas que no siempre había en stock en las tiendas físicas. La librería de Amazon actualmente toma el nombre de Kindle.

Alianzas estratégicas

Para lograr ofrecer una amplia gama de productos, para Amazon fue indispensable firmar convenios con diversos socios que se dedican a ventas al detalle. Venta en Amazon: Asociación con algunas firmas que permitían la venta de sus productos en el sitio web, empresas como The Gap y Eddie Bauer, fueron de las primeras en aceptar el acuerdo, conforme crecía la empresa, se añadían más convenios con empresas de ventas al detalle. Impulsadas por Amazon: Amazon ofrece su tecnología, forma de venta online que incluye estrategias y capacidades que se encuentran patentadas para que otras empresas lo utilicen en sus propios sitios web, tal es el caso de Target y Toys “R” Us, empresas con las que Amazon ha firmado este tipo de convenios.

Alianza con Google: A través de esta alianza, Amazon puede comercializar de manera directa sus productos, llegar a un mayor número de personas y sitios individuales con un costo mínimo. Además, al ser una empresa que se enfoca en sistemas de búsqueda, que les permitía estar presentes en los sitios web más visitados por los usuarios.

Rentabilidad

Crecimiento: Se esperaba que con el pasar del tiempo, el número de personas que tuvieran conexión a internet a nivel mundial ascendieron a miles de millones que, junto con la creación de internet de banda ancha, permitiría a la empresa asegurar un gran mercado por explotar en ventas al detalle.

Las ventas de Amazon fueron creciendo rápidamente pasando de tener pérdidas por 412.2 millones en 2001 a una utilidad operativa de 64.1 millones en 2002. El mayor valor por ventas se registra en el cuarto trimestre de cada año, con tasas de crecimiento entre 25% y 30%.

Expansión: La expansión de la empresa, era primordial a pesar de tener pérdidas durante un tiempo y acosta de cualquier costo, la visión de Amazon siempre fue el largo plazo, ganar la mayor participación de mercado como fuese posible. La empresa empezó a controlar sus gastos de expansión a raíz de la explosión de la burbuja dot.com. Hoy en día es el mayor vendedor online del planeta y quien le frena al gigante chino, Alibaba.

Estructura: Amazon combinó un porcentaje alto de activos fijos intangibles y la mínima diferencia en tangibles, con esto logró ingresar fuertemente gracias a que ofrecía los productos a un precio bajo, en definitiva, fue rentable para libros que no se lograban vender en tiendas físicas, pero sí en online. Cobro efectivo: Al ser un supermercado virtual, Amazon tiene la capacidad de cobrar a los clientes de manera inmediata lo que le da una ventaja en el ciclo de efectivo de la empresa, ya que cobra antes que tenga la obligación de pagar sus deudas, brindándole días de gracia en los que puede utilizar el dinero en nuevas inversiones.

Ubicación estratégica

La ubicación estratégica de la empresa en un principio y luego sucursales debe cumplir con tres bases, estar donde exista personal capacitado para trabajar en programación, cerca de los proveedores y un lugar en donde los impuestos sobre las ventas sean mínimos o no existan.

Innovación, para crear una diferenciación que le permitiera tener una ventaja competitiva sostenible en el largo plazo, Amazon fue una de las empresas pioneras que utilizó la red para vender en línea donde Bezos implementó como misión empresarial usar internet para generar compras online basados en la experiencia de rapidez, facilidad y agradable en el uso.

Patente, varias de las ideas innovadoras que tuvo el creador de Amazon, Jeff Bezos, fueron patentadas para uso exclusivo de la empresa, no obstante, hubo algunos procedimientos que ya se encontraban registrados, por lo que fue indispensable tener una gran firma de abogados

respaldándose en los juicios que a la larga llegaron a convenios a cambio de dinero por la patente.

Adaptación al cambio

Conforme avanzaba el tiempo, las preferencias de compra de las personas van cambiando, por lo que Amazon tuvo que adaptarse a ofrecer los nuevos productos que eran demandados, además de la forma de compra que se requería que cada vez fuera más rápido. El éxito de la empresa siempre estuvo en implementar la utilización de tecnología que le permitiera estar adelantado a lo que sucedía en la época, adaptarse de una manera rápida y sin grandes errores en el camino.

Además, Amazon se vio afectado por el entorno en el que se desarrolla, debido a crisis de empresas socias o del mercado bursátil, no tuvo otra salida que adaptarse al cambio y buscar nuevas estrategias que le permitieran salir a flote siempre, tal fue el caso de la industria dot.com que en el año 2000 quebró por mal manejo de sus ventas online, provocando que se dudara de la viabilidad de Amazon y causando temor en los clientes de la empresa, disminuyendo sus ventas en grandes cantidades.

Internacionalización

La idea de Amazon siempre crecer a cualquier costo y expandirse a varias ciudades del mundo, en los mercados internacionales en los que opera se encuentra Canadá, Japón, España, Reino Unido, entre otros. La internacionalización no fue tarea fácil para la empresa debido a las leyes y restricciones tecnológicas que cada país tenía, por lo que para manejar esta situación creó un sitio web independiente en cada uno de ellos.

Los sitios web en cada país tenían la plataforma común de Amazon.com, pero con características que las distinguía, como el idioma, cultura de productos, atención al cliente y la logística del envío de los productos.

En Japón para facilitar la logística de la entrega de los pedidos, Amazon tuvo que contratar servicios de entregas de Assured Logistics y así asegurar la calidad y rapidez de la entrega, de igual manera subcontractaba a empresas que le ayuden con la atención al cliente y ciertos proveedores de la localidad.

Flexibilidad

La empresa muestra un organigrama muy flexible hacia su modelo concepto de empresa, se enfoca en tres áreas principales, servicio al cliente, ventas y tecnología. Sin embargo, en el caso de ser necesario o que se presente alguna dificultad en la empresa, las áreas funcionales y el personal se adaptan a esta situación o al nuevo enfoque que se quiera dar.

Ampliación de portafolio

La venta de libros fue parte de los inicios de Amazon, sin embargo, Bezos acompañado del resto de directivo, no estaba conforme con ofrecer tan sólo esto, por lo que decidieron incluir en el portafolio la venta de música, películas online y videojuegos.

Luego de un tiempo, se amplió aún más la gama de productos a herramientas del hogar, equipo electrónico, utensilios de cocina, juguetes, hasta llegar a la actualidad a vender de todo. En cuestión de ropa, las personas prefieren las marcas que ya están en el mercado y que son reconocidas, por esto es que Amazon, empezó a ofrecerlas en su sitio web y no alguna de sus propias líneas, al principio con ropa de mujer, pues se observó que son quienes consumen más, luego se amplió a ropa de hombre y niños, para todas las edades y tallas.

Productos propios

Al igual que lo ha hecho Netflix, Amazon tiene la visión de lanzar sus propios productos, que contengan su marca y sean producidos por ellos mismos o mediante tercerización en la producción. Los clientes ya poseen fidelidad en base a confianza en la calidad de los productos que ofrece la empresa, por lo que lanzar su propia marca, debe cumplir con los estándares que ya posee y las ventas aumentarán exponencialmente subastas.

Las subastas en sitios de comercio online cobraban fuerza para finales de la década de los 90's, Amazon no fue la excepción al momento de incluir este servicio, sin embargo, para diferenciarse de la competencia, se ofrecía una garantía de devolución del dinero de productos que costase menos de \$350.

Ventas inalámbricas

Amazon creó su aplicación para celulares, que los clientes se descargan de forma gratuita, crean su usuario y tienen versión reducida del sitio web con todos los beneficios que este ofrece. La app tuvo gran popularidad por el número de descargas, en la actualidad los dispositivos electrónicos que vende Amazon bajo su marca, ya incluyen todas las apps de la empresa instaladas de fábrica.

Logística

Amazon ha tenido gran acogida por parte de los clientes, por la facilidad que tienen al realizar sus compras y la rapidez con la que reciben sus pedidos, esta es la razón por la que miles de personas cada vez se suman a la compra online. La empresa se centra en que el tiempo entre realizar el clic de la compra y la entrega del pedido sea cada vez menor como resultado se tiene que la cantidad de clientes tiene un constante crecimiento.

Dentro de este aspecto Amazon ha invertido en centros logísticos en 100 de las principales ciudades del mundo en donde tiene gran acogida (algunas de EEUU, España, Brasil, etc.) para que la entrega de los pedidos sea más rápida. Actualmente se apuesta por la repartición de algunos pedidos por drones.

Servicio al cliente

Experiencias: Amazon se centró en desarrollar una experiencia para el cliente en el momento de comprar, la selección del producto y productos de buena calidad a bajo precio, por lo que realiza una gran inversión en tecnología en base a la responsabilidad y el compromiso que tiene con el cliente y su comodidad.

Información: Cuando el cliente realiza su pedido, tiene la opción de conocer los tiempos de envío proyectados y reales que se demorará en llegar, además de dividir la entrega en partes si tiene gran tamaño. Permite también saber la ubicación exacta del pedido una vez salido de bodega hasta que llega a su destino.

Wish List: Amazon ofrece a los usuarios almacenar los productos que les interesa y desean comprar en una lista de compras, con el fin principal que las personas no olviden el producto que le gustó para una futura compra y, en segundo lugar, que sus familiares o amigos sepan sus gustos e intereses a la hora de entregar un regalo.

Fidelización: En base a la cantidad y valor de las compras que el cliente realice, va adquiriendo puntos, los cuales luego puede canjear por otro producto o descuentos en otros productos.

Garantía de la A a la Z: Esta garantía daba confianza al cliente que los productos que estaban por adquirir no eran defectuosos lo que beneficiaba tanto a la empresa como a los

comerciantes del sitio web pues se establecía una lealtad en los clientes, es decir, existe una venta segura.

Envío gratuito: Para enganchar a los clientes y crear fidelidad se ofrece el servicio de envío a domicilio de manera gratuita en pedidos que superen los \$25, lo que ahorran en los envíos, se invierte en la compra de otros productos.

Comentarios: El sitio web permite que los usuarios expresen su experiencia ya sea en el proceso de compra como con el producto mediante comentarios que se observan luego de la descripción de cada uno, lo cual les permite a ellos mejorar en ciertos detalles y al mismo tiempo brindar confianza a los clientes sobre lo que están comprando pues se guían en experiencias de otros compradores.

Pagos Amazon: Consiste en cobrar cuotas mensuales y comisiones sobre compras que ya están completas, con lo que la empresa tiene ingresos constantes y pocos gastos. Ese sistema es ventajoso para Amazon pues le ayuda a aumentar el inventario sin costos de almacenamiento. Además, permite al cliente utilizar la misma tarjeta de crédito para pagar varias compras de diferentes cuentas, sin recargos adicionales.

Tercera edad: Para incentivar la compra de las personas de la tercera edad o quienes nacieron antes o durante la Segunda Guerra Mundial, Amazon ofrece grandes descuentos en productos de su interés.

Categorización: La empresa realiza una selección de grupos de personas según las edades para ofrecer productos destinados a cada una de ellas. Cada vez la categorización es de un menor rango de edad para lograr que los productos sean más personalizados según sus preferencias.

Avisos: El sitio web envía correos electrónicos para informar a los clientes la disponibilidad de un producto que se encontraba en el historial de su búsqueda, o artículos que

ya habían adquirido, para que el cliente no perdiera el producto. Conforme el cliente cambia sus gustos, los productos que se promocionan mediante los correos electrónicos también lo hacen.

Compra segura: Amazon creó este programa en base a la inseguridad de proporcionar el número de tarjetas de crédito en la web, los clientes ya no tendrían que preocuparse por esta razón pues gracias al uso de la tecnología Secure Sockets Layer, se logró brindar la garantía por cualquier uso ilegal de tarjetas de crédito hasta un valor de \$50.

Asistentes de compras: La empresa realizó un programa que le dice al cliente los productos que le pueden interesar a través de un altavoz, lo cual les permite realizar varias actividades y a la par comprar en Amazon. Evidencia y analiza las marcas que son su competencia.

Indaga cada uno de sus competidores y pone en prueba su marca dentro de Amazon. Lo primero para realizar antes, es aplicar una primera clave para estudiar a cada uno de sus competidores de la empresa, todo con el propósito de identificarlos y así analizar su marca. De suma importancia saber quiénes sean, por eso hay que realizar los siguientes interrogantes: ¿Quiénes venden productos similares a los tuyos o que se utilizan para lo mismo que tus productos? De ellos, ¿quiénes son los que más venden? ¿Cuáles son los mejor valorados por los compradores? ¿Y quiénes están mejor posicionados en Google y en el propio buscador de Amazon? Ya los tienes identificados. Ya teniendo todo, es momento de aplicar una de las primeras claves para el detalle de análisis de la competitividad dentro de la empresa: detallar su marca. Evidenciar que su perfil de imagen sea el indicado, si cuenta con store propio en el Marketplace y, qué perspectivas emite su idea. Identifica qué tipo de contenido ofrece. ¿Incluye videos informativos? ¿Tiene habilitadas las preguntas y respuestas? ¿Su ficha de producto está trabajada más allá de señalar las características del producto? (García, 2021)

Evalúa qué tono utiliza y qué mensajes lanza. Investiga sus envases y etiquetado e identifica qué emociones genera este en el público. Evalúa el tipo de imágenes que muestra del producto, desde qué ángulos están tomadas y en qué detalles se centran. Comprueba si las imágenes incluyen sugerencias de uso o son solo imágenes del producto.

Las listas de productos rivales te proporcionan información muy valiosa

Estudia a detalle las listas de todos los productos de la competencia. Dar un detalle claro de los productos de su competencia, es una de las tantas claves que aplica Amazon para el reporte final.

Importante ser ágil y certero con la información a dar. Se debe percatar de los títulos de cada producto, para poder analizarlos. Analiza detalladamente puntos de mayor fortaleza que el asesor comercial señale, sea como propiedades de lo expuesto como producto.

Medir la importancia para contrarrestar puntos fuertes de ventas en la competencia. Analiza muy a detalle la información omite y expone a su público.

Analiza si está expresado de forma legible y si es original. Califique si es informativo, persuasivo o ambos. Averigua qué tono utilizas cuando hablas con tu audiencia. Identifica lo que piden los usuarios, ya que esto puede ayudarte a hablar de tu producto resolviendo sus dudas. Comprueba si responde las preguntas, en qué tono lo hace y qué información da. Evalúe su respuesta a las críticas. Una de las claves del análisis competitivo de Amazon es averiguar qué piensan sus clientes de sus competidores. Consulte las reseñas de la competencia. Saber lo que piensan los clientes sobre sus competidores es oro puro. Vea tanto calificaciones como reseñas escritas. Determine la puntuación media de cada producto. Comprueba si están equilibrados o si los usuarios más o menos satisfechos con la compra publican una reseña. Determina qué es lo que no les gusta del producto y/o por qué no están satisfechos con la compra. Descubra qué les

gustó y/o los motivos de la reseña positiva. Analiza si tu producto ofrece los mismos beneficios que mencionan los compradores y decide cómo mostrarlo claramente al público en Amazon. Determine qué problemas tienen los compradores con sus productos y cómo puede ayudarlos o cómo su producto resuelve el problema. Investiga los precios de productos y marcas que compiten con tu negocio. Consultar precios de la competencia. Lo más importante es conocer los precios de tus productos. Tal vez no se lo recuerdes ni fijas precios bajos. Quizás no estés interesado en competir en este campo. Quizás te interese posicionarte como una opción Premium de mayor precio porque ofrecen mejor calidad, más beneficios o características más asequibles. Sepa para qué palabras clave se clasifican sus competidores. Analiza las palabras clave específicas de la competencia. Por lo general, su palabra clave principal es parte del título. En función de su contenido, podrás identificar las palabras clave que utiliza y las que repite. Puede utilizar herramientas gratuitas para escanear y analizar su contenido e identificar las palabras clave que están utilizando.

Análisis tamaño de la empresa y composición de activos

Basado lo estados financieros de la empresa de Amazon, se puede comprender dado el análisis vertical, se comparó que para el año 2022,2021 y 2020, presentó una mayor cifra de efectivo para el año 2021 aumentando del año 2020, disminuyendo a 2022, sosteniendo un inventario de 2020 a 2021, aumentando un 3% en relación a los anteriores para 2021 de igual manera que depreciación sostenida del 2021 a 2022 disminuyendo a lo cerrado en 2020.

La mayor participación se representa en los activos fijos dada la implementación de equipos y software que se implementan para el tratamiento de los datos en la nube, sus activos netos se ven representados en un 68%. Se resalta que para el año 2021 los activos intangibles fueron de 0, es decir que sus patentes se eliminaron. los activos a largo plazo porcentualmente

según el análisis vertical equivalen a 0% pero monetariamente expresa un incremento año tras año, pero teniendo como base los resultados la fluctuación presenta rentabilidad a lo que es la empresa.

Los pasivos entre lo que son las cuentas por pagar nos dan la estabilidad del 34% , aunque las deudas a largo plazo demuestra un incremento de más del 68% , que es dado el alto movimientos en la bolsa, el pasivo total refiere una participación que durante los tres años incrementa dada las altas liquidaciones en la variación de precios y la demanda en la participación de bonos que ha expresado la compañía se evidencia en la ganancia del 100% mediante los tres periodos dando aumento al patrimonio y siendo totalizado a \$462.675.000 millones.

El análisis vertical al estado de resultado proporciona una visión detallada de la estructura de los estados financieros de Amazon en los años 2022, 2021 y 2020, comparando cada cuenta con respecto a un valor base que se toma como referencia con un valor del 100%. Aquí está el análisis financiero de los datos presentados donde los ingresos totales en los tres años (2020, 2021 y 2022), se mantuvieron constantes en el 100% como valor base. Esto indica que los ingresos de Amazon se mantuvieron en niveles similares en estos tres años.

El costo de ingresos representó el 87% de los ingresos totales en 2022, un ligero aumento con respecto al 86% en 2021 y al 87% en 2020. Esto sugiere que Amazon ha mantenido una estructura de costos relativamente constante en comparación con sus ingresos totales durante estos tres años y su beneficio bruto representó el 13% de los ingresos totales en 2022, lo que es consistente con el 14% en 2021 y el 13% en 2020. Esto indica que la empresa ha logrado mantener un margen bruto estable a lo largo de estos años.

Los ingresos antes de impuestos disminuyeron al -1% en 2022, en comparación con el 8% en 2021 y el 6% en 2020, esta disminución en 2022 sugiere que la rentabilidad antes de impuestos se redujo significativamente en ese año, los ingresos netos se mantuvieron en el -1% en 2022, aumentado al 7% en 2021 y se mantuvieron en el 6% en 2020. Hubo una disminución en los ingresos netos en 2022, lo que indica que la rentabilidad neta de Amazon se vio afectada negativamente en ese año.

En referente a el análisis horizontal, para los ingresos totales la VAR ABS: \$83.758.000 y la VAR REL: 22%, Esto significa que los ingresos de Amazon aumentaron en \$83,758,000 o un 22% en 2021 en comparación con 2020. Este es un crecimiento significativo. El costo de los Ingresos, ABS VAR: \$68.943.000, VAR REL: 21%

Los costos de ingresos también aumentaron en \$68,943,000 o un 21% en 2021 en comparación con 2020. Esto muestra un aumento en los costos asociados con la generación de ingresos. Beneficio Bruto VAR ABS: \$14.815.000 - VAR REL: 29%

El beneficio bruto aumentó en \$14,815,000 o un 29% en 2021 en comparación con 2020. Esto indica un crecimiento en la rentabilidad bruta.

Variación Absoluta (VAR ABS) y Variación Relativa (VAR REL) entre 2022 y 2021:

Desarrollo de Investigación:

VAR ABS: -42.740.000\$

VAR REL: -100%

En 2022, Amazon no incurrió en gastos de desarrollo de investigación, mientras que en 2021 incurrió en \$42,740,000 en este tipo de gastos esto podría ser el resultado de cambios en la estrategia de inversión en investigación y desarrollo.

Análisis posición de liquidez

El término de liquidez, tiene un punto de vista definiendo el lugar de representación de los activos corrientes del estado de situación financiera en forma de tesorería o activos transformables en efectivo, haciendo referencia a la capacidad que emplea la empresa para generar activo líquido para solventar pagos oportunos.

Las ratios que se refieren al análisis del corto y largo plazo, intervienen en la materialización en el ciclo de las operaciones de Amazon, originados en la adquisición de mercancías y terminan en el cobro de las ventas, en el segundo ratio dispone de los activos suficientes para atender las deudas a largo plazo y sobre la estructura de financiación de los activos, el tercer ratio denomina la liquidez a largo plazo siendo más adecuado la solvencia.

Tabla 1

Fondo de Maniobra

2020	\$132.733.000	\$126.385.000
2021	\$161.580.000	\$142.266.000
2022	\$146.791.000	\$155.393.000

Nota. Se ha mantenido en el rango de la sostenibilidad por recursos propios los 3 últimos años.

Fuente. Autoría propia, soporte de Yahoo Finance.

Figura 1*Razón Corriente*

RATIO LIQUIDEZ: RAZON CORRIENTE		
R.C 2022 =	<u>\$ 146.791.000</u>	0,94
	\$ 155.393.000	
R.C 2021 =	\$ 161.580.000	1,14
	\$ 142.266.000	
R.C 2020 =	\$ 132.733.000	1,05
	\$ 126.385.000	

Nota. Podemos evidenciar el índice de la liquidez que ha sido controlada los últimos tres años, esto con el propósito de que ha estado frente a los compromisos financieros a corto plazo.

Fuente. Yahoo Finance.

Para el año 2020 indica que la empresa tenía suficientes recursos líquidos y activos a corto plazo para cubrir sus deudas y obligaciones a corto plazo en ese año. Esto es una señal positiva de solidez financiera, para 2021 el fondo de maniobra aumentó significativamente en comparación con el año anterior, lo que es positivo La empresa tenía aún más recursos disponibles para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Esto podría ser el resultado de un aumento en la eficiencia operativa o en la gestión de activos. Para el 2022, el fondo de maniobra se volvió negativo, lo que indica que la empresa tenía más deudas y obligaciones a corto plazo que recursos líquidos y activos a corto plazo disponibles. Esto podría ser una señal de preocupación, ya que la empresa podría enfrentar dificultades para cumplir con sus obligaciones a corto plazo en este año. indicando que la capacidad de Amazon para cumplir con las deudas a corto plazo, dado los activos corrientes se analiza que para el año 2021 tuvo un respaldo de 0.91 % y que dada la variación de un año al otro disminuyó en alrededor de un 20% para 2022.

Figura 2*Prueba ácida*

RATIO LIQUIDEZ: PRUEBA ACIDA		
P.A 2022 =	\$ 146.791.000	0,72
	\$ 34.405.000	
P. A 2021 =	\$ 161.580.000	0,91
	\$ 32.640.000	
P. A 2020 =	\$ 132.733.000	0,86
	\$ 23.795.000	

Nota. Como se evidencia, se observa que la estabilidad de la economía ha sido de manera positiva para la empresa y su sostenibilidad. *Fuente.* Yahoo Finance.

Dada la liquidez de la prueba ácida que indica la capacidad de Amazon para cumplir con las deudas a corto plazo, dado los activos corrientes se analiza que para el año 2021 tuvo un respaldo de 0.91 millones y que dada la variación de un año al otro disminuyó en alrededor de un 20%.

Figura 3*Ebitda*

RATIO LIQUIDEZ: EBITDA	
EBITDA 2022 =	33.418.000
EBITDA 2021 =	69.159.000
EBITDA 2020 =	47.675.000

Nota. En la tabla se observa el bajo rendimiento que se obtuvo en el 2022, esto hizo que la empresa no pudiese reducir los intereses en sus deudas. *Fuente.* Yahoo Finance.

A través del resultado final de explotación de la empresa podemos conocer los beneficios netos libre de impuestos para Amazon se evidencia que, en el 2021, fue el año con mayores ganancias dada la cifra de 69.159.000, demostrando una disminución de 50% para 2022 disposición la cual para 2022 sobre saldría para el pago de las deudas tanto corto como largo plazo.

Figura 4

Prueba defensiva

RATIO LIQUIDEZ: RATIO PRUEBA DEFENSIVA	
P.D 2022 =	1144%
P.D 2021 =	-415%
P. D 2020 =	472%

Nota. La empresa a pesar de su bajo ingreso, se mantuvo frente a la situación. *Fuente.* Yahoo Finance.

Teniendo como referencia la ratio de prueba defensiva siendo positiva para el 2022 podemos concluir que la empresa de Amazon cuenta con una solvencia estable para resolver eventos o gastos previsto sin tener que recurrir a flujos de venta, demostrando que su administración ha sido impetuosamente productiva y que para 2021 se presentó una mayor economía lo cual fue muy beneficio para la compañía pero que, aunque en 2022 se disminuyó en un porcentaje su productividad le ha dado estabilidad.

Tabla 2*Estado de resultados*

ESTADO DE RESULTADO	2022	2021	2020
INGRESOS TOTALES	\$ 513.983.000	\$ 469.822.000	\$ 386.064.000
Coste de Ingresos	\$ 446.343.000	\$ 403.507.000	\$ 334.564.000
Beneficio Bruto	\$ 67.640.000	\$ 66.315.000	\$ 51.500.000
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Desarrollo de Investigación	0	0	\$ 42.740.000
Gastos de venta, administrativos y otros de carácter general	\$ 54.129.000	\$ 41.374.000	\$ 28.676.000
Gastos Totales de Explotación	\$ 55.392.000	\$ 41.436.000	\$ 28.601.000
Ingresos o Pérdidas de Explotación	\$ 12.248.000	\$ 24.879.000	\$ 22.899.000
Gastos en conceptos de intereses	2367000	1809000	1647000
Otros ingresos/gastos netos totales	-\$ 16.806.000	\$ 14.633.000	\$ 2.371.000
Ingresos antes de impuestos	-\$ 5.936.000	\$ 38.151.000	\$ 24.178.000
Impuesto sobre el beneficio	-\$ 3.217.000	\$ 4.791.000	\$ 2.863.000
Ingresos por operaciones continuas	-\$ 2.722.000	\$ 33.364.000	\$ 21.331.000
Ingresos netos	-\$ 2.722.000	\$ 33.364.000	\$ 21.331.000
Ingresos netos disponibles para accionistas comunes	-\$ 2.722.000	\$ 33.364.000	\$ 21.331.000
BPA básico	-\$ 0,27	\$ 3,30	\$ 2,13
BPA diluido	-\$ 0,27	3,24	2,09

Media de las acciones diluidas	\$ 10.189.000	\$ 10.300.000	\$ 10.200.000
Media de las acciones básica	\$ 10.189.000	\$ 10.120.000	\$ 10.000.000
EBITDA	\$ 38.352.000	\$ 74.256.000	\$ 51.076.000
BALANCE GENERAL	2022	2021	2020
ACTIVOS			
ACTIVO CORRIENTE	\$ 146.791.000	\$ 161.580.000	\$ 132.733.000
Efectivo			
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	\$ 53.888.000	\$ 36.220.000	\$ 42.122.000
Otras inversiones a corto plazo	\$ 16.138.000	\$ 59.829.000	\$ 42.274.000
Efectivo Total	\$ 70.026.000	\$ 96.049.000	\$ 84.396.000
Cuentas Pendientes Netas	\$ 42.360.000	\$ 32.891.000	\$ 24.542.000
Inventario	\$ 34.405.000	\$ 32.640.000	\$ 23.795.000
Activo Corrientes Totales	\$ 146.791.000	\$ 161.580.000	\$ 132.733.000
Activos Fijos Brutos	\$ 252.838.000	\$ 216.363.000	\$ 150.667.000
Depreciación Acumulada	-\$ 97.015.000	-\$ 78.519.000	-\$ 60.434.000
Activos Fijos Netos	\$ 252.838.000	\$ 216.363.000	\$ 150.667.000

Activos Intangibles	\$ 0	\$ 5.107.000	\$ 4.981.000
Fondo de Comercio	\$ 20.288.000	\$ 15.371.000	\$ 15.017.000
Otro Activo a Largo Plazo	\$ 42.758.000	\$ 27.235.000	\$ 22.778.000
Activo no Corriente Total	\$ 315.884.000	\$ 258.969.000	\$
			188.462.000
Activos Totales	\$ 462.675.000	\$ 420.569.000	\$
			321.195.000
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
Cuentas a Pagar	\$ 79.600.000	\$ 78.664.000	\$ 72.539.000
Pasivo Acumulado	\$ 62.566.000	\$ 51.775.000	\$ 44.138.000
Ingresos Diferidos	\$ 13.227.000	\$ 11.827.000	
PASIVO CORRIENTE TOTAL	\$ 155.393.000	\$ 142.266.000	\$
			126.385.000
Deuda a Largo Plazo	\$ 67.150.000	\$ 48.744.000	\$ 31.816.000
Otro Pasivo a Largo Plazo	\$ 21.121.000	\$ 23.643.000	\$ 17.017.000
Pasivo no Corriente Total	\$ 161.239.000	\$ 140.038.000	\$
			101.406.000
PASIVO TOTAL	\$ 316.632.000	\$ 282.304.000	\$
			227.791.000
Patrimonio de los Accionistas			
Acción Ordinaria	\$ 108.000	\$ 5.000	\$ 5.000

Ganancias Acumuladas	\$ 83.193.000	\$ 85.915.000	\$ 52.551.000
Otro resultado integral acumulado	-\$ 4.487.000	-\$ 1.376.000	-\$ 180.000
Patrimonio de los accionistas total	\$ 146.043.000	\$ 138.245.000	\$ 93.404.000
Pasivo total y patrimonio de los accionistas	\$ 462.675.000	\$ 420.549.000	\$ 321.195.000

FLUJO DE EFECTIVO	2022	2021	2020
Flujos de caja de actividades de explotación			
Ingresos netos	-2.722.000	33.364.000	21.331.000
Depreciación y amortización	41.921.000	34.296.000	25.251.000
Impuestos sobre beneficios diferido	-8.148.000	-310.000	-554.000
Compensación basada en acciones	19.621.000	12.757.000	9.208.000
Cambio en capital trabajo	-20.886.000	-19.611.000	13.481.000
Cuentas pendientes	-21.897.000	-18.163.000	-8.169.000
Inventario	-2.592.000	-9.487.000	-2.849.000
Cuentas a pagar	2.945.000	3.602.000	17.480.000
Otro capital trabajo	-16.893.000	-14.726.000	25.924.000
Otras partidas no monetarias	16.966.000	14.169.000	-2.653.000
Efectivo neto proporcionado	46.752.000	46.327.000	66.064.000
Flujos de caja de actividades de inversión			
Inversiones en activos fijos	-63.645.000	-61.053.000	-40.140.000

Adquisiciones, neto	-8.316.000	-1.985.000	-2.325.000
Compras de inversiones	-2.565.000	-60.157.000	-72.479.000
Ventas/vencimientos de inversiones	31.601.000	59.384.000	50.237.000
Efectivo neto utilizado para actividades de inversión	-37.601.000	-58.154.000	-59.611.000
Flujos de caja de actividades de financiación			
Pago de deuda	-46.753.000	-20.668.000	-18.425.000
Acciones ordinarias readquiridas	-6.000.000		
Otras actividades financieras	-248.000		
Efectivo neto utilizado proporcionado por (usado para) actividades financieras	9.718.000	6.291.000	-1.104.000
Cambio de caja neto	17.776.000	-5.900.000	5.967.000
Efectivo al inicio del periodo	36.477.000	42.377.000	36.410.000
Efectivo al final del periodo	54.253.000	36.477.000	42.377.000
Flujo de caja libre			
Flujo de caja de explotación	46.752.000	46.327.000	66.064.000
Inversiones en bienes de capitales	-63.645.000	-61.053.000	-40.140.000
Flujo de caja libre	-16.893.000	-14.726.000	25.924.000

Nota. Es el detalle de los informes contables durante los tres últimos años, aquí podemos observar todo a detalle. *Fuente.* Yahoo Finance.

Tabla 3*Margen neto de rentabilidad*

2020	\$ 21.331.000	0,0552525	6%
	\$ 386.064.000		
2021	\$ 33.364.000	0,07101413	7%
	\$ 469.822.000		
2022	-\$ 2.722.000	-\$ 0,01	-1%
	\$ 513.983.000		

Nota. Aunque el año 2022, no fue positivo para la empresa, esto hizo que se mantuviera rentable hoy día. *Fuente.* Yahoo Finance.

Tabla 4*Rotación de activo*

2020	\$ 386.064.000	1,202
2021	\$ 469.822.000	1,117
	\$ 420.569.000	
2022	\$ 513.983.000	1,111
	\$ 462.675.000	

Nota. El activo se ha mantenido dentro del rango, pero no ha sido suficiente para el crecimiento económico. *Fuente.* Yahoo Finance.

Tabla 5*Multiplicador de apalancamiento*

2020	\$ 321.195.000	3,439
	\$ 93.404.000	
2021	\$ 420.569.000	3,042
	\$ 138.245.000	
2022	\$ 462.675.000	3,168
	\$ 146.043.000	

Nota. Es de efectividad y ayuda la acción de apalancamiento, para la velocidad de la recuperación de la caída de sus ingresos. *Fuente.* Yahoo Finance.

En los datos financieros de los años que estamos analizando en este trabajo, podemos descifrar las ratios financieras de los últimos 5 años. En los que nos damos cuenta de un valor de ganancia y de aplicación de mejoramiento para la productividad de la empresa Amazon, con esto, se deduce que la importancia de mantener las ratios de manera positiva y benéfica para la empresa, esto para la sostenibilidad y la producción de trabajo para así ayudar a la disminución en la tasa de desempleados.

Tabla 6*Tasa de disminución en desempleados*

	Empresa	Industria
Ratio Precio/Utilidad	100,34	77,84
	TTM(%)	Promedio
Margen bruto	45,53%	41,56%
Margen operativo	3,29%	4,87%
Margen antes de impuestos	2,54%	4,65%
Margen de utilidad neto	2,43%	4,12%
Ratio bolsa/libros	16,43	31,43
Ratio de solvencia	0,95	1,04
Ratio payout	-	13,32

Nota. Esto demuestra que se ha mantenido activo y en crecimiento el hecho de oportunidad laboral. *Fuente.* Yahoo Finance.

Figura 5*Árbol de Rentabilidad*

		\$ 246.253.300		
\$	1.204.419.000		\$	48.909.760
\$	58.907.844.229.440.000		\$	1.204.419.000
\$	70.949.726.838.977.900.000.000.000	\$ 51.973.000	\$ 70.949.726.838.977.900.000.000.000	\$ 401.473.000
\$	1.184.414.000	\$ 1.365.126.639.581.670.000	\$ 401.473.000	\$ 176.723.532.688.320.000
	\$ 125.897.333		\$ 176.723.533.089.793.000	
	-\$ 8.148.000		\$ 33.264.333	\$ 30.280.000

Nota. En la figura podemos evidenciar el sostenimiento y la formalidad económica que la empresa expone para mantener activa durante mucho tiempo en el mercado. *Fuente.* Excel – Yahoo Finance

Tabla 7*Roce*

	\$			
Utilidad Bruta	13.072.000			
	\$			
- Gastos operacionales	58.681.000			
Utilidad Operativa o	-\$			
EBIT	45.609.000			
ROCE = Return Over Capital Employed				
	\$			
Total Activo (TA)	462.675.000			
	\$			
Pasivo Corriente (PC)	13.227.000			
		Aum. 20%	Dism. 20%	Aum. UODI y
		UODI	CE	Dism. CE 20%
	-\$	-\$	-\$	
Utilidad Operativa	45.609.000	54.730.800	45.609.000	-\$ 54.730.800
Capital Empleado = TA -	\$	\$	\$	
PC	449.448.000	449.448.000	359.558.400	\$ 359.558.400
ROCE (UODI / Capital	-10,15%	-12,18%	-12,68%	-15,22%

 Empleado)

	Variación	-2,03%	-2,54%	-5,07%
	% Var.			
	ROCE	-56%	-69%	-139%
	\$			
Total Patrimonio (TP)	146.043.000			
	\$			
Deuda o Pasivo Total	316.632.000			

ROIC = Return Over Invested Capital

Utilidad Operativa o	-\$			
EBIT	45.609.000			
Tasa impositiva %	30%			
		Aum. 20%	Dism. 20%	Aum. UODI y
		BND	CI	Dism. CE 20%
Utilidad Operativa	-\$	-\$	-\$	
Después Impuestos	43.045.013	51.654.015	43.045.013	-\$ 51.654.015
Capital Invertido (CI) =	\$	\$	\$	
TP + Deuda	462.675.000	462.675.000	370.140.000	\$ 370.140.000

Nota. Encontramos que Amazon es una empresa capaz de generar más ingreso de capital, con su maniobra y forma de crecer. *Fuente.* Excel, Yahoo Finance

Tabla 8*Análisis vertical*

Análisis Vertical		
2022	2021	2020
12%	9%	13%
3%	14%	13%
15%	23%	26%
9%	8%	8%
7%	8%	7%
32%	38%	41%
55%	51%	47%
-21%	-19%	-19%
55%	51%	47%
0%	1%	2%
4%	4%	5%
9%	6%	7%
68%	62%	59%
100%	100%	100%
0%	0%	0%
0%	0%	0%
17%	19%	23%
14%	12%	14%
3%	3%	0%

34%	34%	39%
15%	12%	10%
5%	6%	5%
35%	33%	32%
68%	67%	71%
0%	0%	0%
0%	0%	0%
18%	20%	16%
-1%	0%	0%
32%	33%	29%
100%	100%	100%

Nota. Los porcentajes nos muestran el comportamiento anual de la empresa en el mercado.

Fuente. Yahoo Finance, Excel

Tabla 9*Análisis horizontal*

2021-2020		2022-2021	
Var abs	Var rel	Var abs	Var rel
-\$ 5.902.000,000	-14%	\$ 17.668.000,000	49%
\$ 17.555.000,000	42%	-\$ 43.691.000,000	-73%
\$ 11.653.000,000	14%	-\$ 26.023.000,000	-27%
\$ 8.349.000,000	34%	\$ 9.469.000,000	29%
\$ 8.845.000,000	37%	\$ 1.765.000,000	5%
\$ 28.847.000,000	22%	-\$ 14.789.000,000	-9%
\$ 65.696.000,000	44%	\$ 36.475.000,000	17%
-\$ 18.085.000,000	30%	-\$ 18.496.000,000	24%
\$ 65.696.000,000	44%	\$ 36.475.000,000	17%
\$ 126.000,000	3%	-\$ 5.107.000,000	-100%
\$ 354.000,000	2%	\$ 4.917.000,000	32%
\$ 4.457.000,000	20%	\$ 15.523.000,000	57%
\$ 70.507.000,000	37%	\$ 56.915.000,000	22%
\$ 99.374.000,000	31%	\$ 42.106.000,000	10%
\$ 0,000	-	\$ 0,000	-
\$ 0,000	-	\$ 0,000	-
\$ 6.125.000,000	8%	\$ 936.000,000	1%
\$ 7.637.000,000	17%	\$ 10.791.000,000	21%

\$ 11.827.000,000	-	\$ 1.400.000,000	12%
\$ 15.881.000,000	13%	\$ 13.127.000,000	9%
\$ 16.928.000,000	53%	\$ 18.406.000,000	38%
\$ 6.626.000,000	39%	-\$ 2.522.000,000	-11%
\$ 38.632.000,000	38%	\$ 21.201.000,000	15%
\$ 54.513.000,000	24%	\$ 34.328.000,000	12%
\$ 0,000	-	\$ 0,000	-
\$ 0,000	0%	\$ 103.000,000	2060%
\$ 33.364.000,000	63%	-\$ 2.722.000,000	-3%
-\$ 1.196.000,000	664%	-\$ 3.111.000,000	226%
\$ 44.841.000,000	48%	\$ 7.798.000,000	6%
\$ 99.354.000,000	31%	\$ 42.126.000,000	10%

Nota. Podemos observar el comportamiento de la empresa con sus valores frente a la situación

que se presentó por la Covid 19. *Fuente.* Excel – Yahoo Finance

Tabla 10*Roe*

2020	\$ 21.331.000 \$ 93.404.000	0,228	23%
2021	\$ 33.364.000 \$ 138.245.000	0,241	24%
2022	\$ 2.722.000 \$ 146.043.000	0,019	2%

Nota. El porcentaje del comportamiento al mercado, esto deduce que el comportamiento fue de alta y baja en la economía de la empresa. *Fuente.* Yahoo Finance.

Cálculo de Roce

La caída en enero-septiembre de 2022 se atribuyó a la mala gestión de la empresa de coches eléctricos Rivian, de la que es accionista. El gigante del comercio electrónico Amazon perdió 3.000 millones de dólares de enero a septiembre de 2022, cayendo en números rojos tras registrar un beneficio neto de 19.041 millones de dólares en el mismo periodo de 2021. Las pérdidas de Amazon en los primeros nueve meses del año se deben principalmente al colapso de la bolsa del fabricante de coches eléctricos Rivian, en la que la empresa de comercio electrónico tiene un interés importante desde 2019. A pesar de los números rojos, la empresa lideraba. de Andy Jassy, produjo ingresos en los últimos nueve meses de \$ 332.410 millones a \$ 364.779 en comparación con el mismo período del año pasado a un dólar a un millón de dólares. La gran apuesta de Amazon en 2019 por el fabricante estadounidense de vehículos eléctricos Rivian ha pesado sobre la compañía desde principios de año, ya que el valor bursátil de la compañía

automovilística cayó una cuarta parte tras su lanzamiento a finales de 2021. Mientras tanto, los accionistas de Amazon se quedaron con 29 centavos por acción, en comparación con los 1,88 dólares de ganancias reportados en septiembre de 2021. Rivian, un competidor directo de Tesla de Elon Musk, debutó en el mercado de valores el 10 de noviembre de 2021 con una ganancia del 37 por ciento por encima del precio fijado, que se considera la mayor oferta pública inicial de Estados Unidos del año. Ese día, Rivian abrió sus operaciones a 106,75 dólares, un 37% más que su objetivo de 78 dólares, en medio de altas expectativas para el índice Nasdaq Composite RIVN. Varios analistas han señalado que la caída de más del 50 por ciento en los tres primeros meses del año, que tanto impacto ha tenido en las cuentas de Amazon, es precisamente consecuencia de la enorme sobrevaloración que experimentó la empresa cuando salió a bolsa. Los resultados financieros de Amazon, presentados este jueves 27 de octubre, recibieron una nota positiva, como viene siendo práctica desde hace años, por parte de su plataforma de servicios en la nube Amazon Web Services (AWS), que registró un aumento del 32% en sus ventas durante el mismo periodo del año. El año pasado, 58.718 millones de dólares. AWS es la gran apuesta de futuro de la compañía y su negocio más rentable, además de su dominio indiscutible del mercado, superando con creces a sus mayores pretendientes, Microsoft Azure y Google Cloud. Las cuentas de Amazon fueron incluso peores que las expectativas de los analistas, y las acciones de la compañía cayeron un 20 por ciento a 88,90 dólares por acción en el comercio electrónico después del cierre de Wall Street en Nueva York. Por otro lado, el aumento de la facturación se vio parcialmente compensado por una caída interanual del 12% en las ventas internacionales, que se vieron afectadas por una combinación de menores ventas unitarias y el impacto negativo de los tipos de cambio. En total, la pérdida neta de la empresa en el trimestre fue de -2 mil millones de dólares, un año antes el beneficio neto fue de 7,8 mil millones de

dólares. Esto se debió a mayores gastos operativos y -5.500 millones de dólares en otros gastos (netos) en el segundo trimestre. Los ingresos por ventas de la empresa aumentaron un 22% en comparación con el mismo período de 2021, hasta 469,8 mil millones de dólares. Fueron impulsados por el crecimiento en los tres segmentos: Norteamérica, Internacional y AWS. Sin embargo, el crecimiento se desaceleró en los dos primeros trimestres de 2022. Los ingresos semestrales crecieron solo un 7% año tras año hasta 237.700 millones de dólares. Los segmentos de América del Norte y AWS crecieron, pero las menores ventas internacionales afectaron las ventas totales. En general, las ventas netas de AMZN cayeron a -5.9 mil millones de dólares desde 15.9 mil millones de dólares en la primera mitad del año. Esto se debió principalmente a otros gastos (netos) de 14.100 millones de dólares. De cara al futuro, la empresa espera un fuerte crecimiento en el tercer trimestre. Ofreció una guía de ingresos de entre 125.000 y 130.000 millones de dólares (un aumento anual del 13-17%). Estimamos que los ingresos de Amazon alcanzarán los 497.100 millones de dólares en 2022. Además, es probable que su beneficio neto ronde los 830 millones de dólares. Eso, combinado con ganancias por acción de 48,61 dólares y una relación P/S de poco más de tres veces, produce una valoración de 168 dólares.

$$T = -3.569.000 / = 146.043.000$$

$$ROE = -0,024438$$

Costo de Patrimonio

Amazon se convirtió en la primera empresa que cotiza en bolsa en la historia en perder 1 billón de dólares en valor de mercado, según Bloomberg, cuando las acciones tecnológicas arrasaron en Wall Street. Esa pérdida de capitalización podría corresponder a una dilución de la empresa matriz de Google, Alphabet, cuyo valor bursátil se acerca actualmente a los 1,13 billones de dólares. Una acción típica de Amazon, el mayor minorista en línea, cayó un 4,3% a

86,14 dólares el miércoles, lo que le da un valor de mercado de alrededor de 879.000 millones de dólares. La acción ha perdido alrededor del 48 por ciento de su valor solo este año, muy lejos de julio de 2021, cuando la empresa tenía un valor de mercado de casi 1,9 billones de dólares. La caída de las acciones se produjo días después de que la compañía informara modestos resultados del tercer trimestre y predijera un crecimiento más lento para la empresa en su último trimestre. "Estamos viendo señales de que los presupuestos de la gente se están ajustando nuevamente, la inflación sigue alta, los costos de la energía son otra capa además de otros problemas", dijo Brian Olsavsky, director de finanzas de Amazon, añadiendo que "nos estamos preparando para un período de lo que podría ser un crecimiento más lento, como la mayoría de las empresas". La caída del precio de las acciones de Amazon también ha afectado al patrimonio neto de su fundador, Jeff Bezos. La cuarta persona más rica del mundo vale ahora 113.000 millones de dólares, tras haber comenzado el año con 192.500 millones de dólares, según el Índice de multimillonarios de Bloomberg. En los próximos meses de 2022, ha visto desaparecer gran parte de su fortuna después de que las acciones de la compañía se desplomaran y el crecimiento de las ventas se desacelerara a partir de 2001. Durante años, evitó la filantropía y se centró en Amazon y Blue Origin, su empresa de exploración espacial con fines de lucro. ha donado miles de millones de dólares a la filantropía en los últimos años y ha aumentado sus donaciones desde que dejó el cargo de director ejecutivo de Amazon en 2021. Su ex esposa Mackenzie Scott ha donado más de 12 mil millones de dólares a organizaciones sin fines de lucro desde que el dúo se separó en 2019, centrándose principalmente en organizaciones benéficas estadounidenses más pequeñas.

$$K = 4\% + 7\%(11,3\% - 4\%) \quad K = 4\% + 7\%(0,108\%)$$

$$K = 0,0428\% * 0,108\% \quad K = 0,0000046224\%$$

Figura 6*Costo promedio ponderado Wacc*

COSTO PROMEDIO PONDERADO WACC		
PASIVOS	\$ 316.632.000	68%
PATRIMONIOS	\$ 146.043.000	
	\$ 462.675.000	
INVERSIONISTAS	31,56%	
TASA INTERÉS BANCARIA	0,75%	
TASA IMPORENTA	35%	
WACC	10%	

Mediante el presente indicador podemos diferir que en Amazon sus fuentes de financiamiento son bajas ayudando al aumento de la rentabilidad que para la compañía de Amazon se debe implementar una tasa de rentabilidad mínima del 10% sobre todas las inversiones, efectuando los flujos de caja futuros ante el proyecto de inversión.

Nota. Observamos datos de porcentuales que ayudan y benefician a la empresa. *Fuente.* Autoría propia.

Nivel de endeudamiento Amazon

La capacidad de endeudamiento de una empresa es considerada ante lo que puede ser un inconveniente, los afianzamientos en el mercado, los fondos que dispone ante una expansión o posibles pérdidas, ante ello se identifica también el nivel de endeudamiento de la principal

competencia que son Wal-mart y eBay, comercializadores principales de productos online.

Tabla 11

Razón de endeudamiento

		Razón de endeudamiento			
		Pasivo Corriente	/ Total	*	VALOR
			Activos		
Corto plazo	AMAZON	\$ 155.393.000	\$ 146.791.000	\$ 1,06	\$ 105,86
	WALMART	\$ 87.379.000	\$ 244.860.000	0,36	\$ 35,69
	EBAY	\$ 42.710.000	\$ 20.850.000	2,05	\$ 204,84

Nota. En la información de la tabla observamos el buen comportamiento de Amazon ante su capacidad de endeudamiento. *Fuente.* Yahoo Finance.

En cuanto a el endeudamiento a corto plazo que se efectúa anteriormente, podemos evaluar que EBAY cuenta con la mayor ratio de endeudamiento con 204,84 millones, pero en el caso de la empresa efectuada Amazon tiene una estabilidad ante la competencia siendo el intermedio entre los tres principales vendedores de esta actividad online.

Tabla 12*Razón de endeudamiento*

		Pasivo no Corriente	/ Total	*	VALOR
			Activo		
Largo plazo	Amazon	\$ 161.239.000	\$ 146.791.000	\$ 1,10	\$ 109,84
			0		
	Walmart	\$ 34.100.000	\$ 244.860.000	\$ 0,14	\$ 13,93
			0		
	Ebay	\$ 15.500.000	\$ 20.850.000	\$ 0,74	\$ 74,34

Nota. Amazon tiene capacidad de endeudamiento a largo plazo, ya por su comportamiento ante el mercado, su crecimiento ha sido positivo. *Fuente.* Yahoo Finance.

En el caso de endeudamiento a largo plazo la empresa efectuada de Amazon se encuentra con el mayor valor de 109, 84 millones, seguido de Ebay y por último Walmart, demostrando mediante este estudio que la capacidad de reacción de endeudamiento de la empresa está estable para ante cualquier eventualidad del 2023 y seguir siendo líder ante sus competencias.

Tabla 13 Gao

Gao=Mc/Uaii*Gaf= Uaii/Uai		Gat= Gao* Gaf	
1.500.000			
2020 =	= 0.77		
48.079.000	48.079.000		
	2020 =	= 2.09	2020 = 0.77*2.09= 1.6
	22.899.000		
	59.312.000		
<u>66.315.000</u>			2021= 1.11*2.38 = 2.6
2021=	= 1.11	2021=	= 2.38
59.312.000	24.879.000		
67.640.000	54.169.000		2022 = 1.24*4.42 =5.4
2022 =	= 1.24	2022=	= 4.42
54.169.000	12.248.000		

Nota. Se evidencia que la producción de la empresa bajó y esto inestabilizó las ventas para la empresa. *Fuente.* Yahoo Finance.

La empresa Amazon en el año 2020 obtuvo un GAO de 0.77 indicando que la empresa tiene una estructura de costos en la que los costos fijos son relativamente bajos en comparación con los costos variables, esto significa que la empresa no es muy sensible a las fluctuaciones en las ventas, ya que los costos fijos no tienen un gran impacto en las utilidades; en el año 2021 su GAO fue de 1.11 lo que indica que los costos fijos de la empresa han aumentado en comparación

con los costos variables, la empresa se ha vuelto un poco más sensible a las fluctuaciones en las ventas. Para el año 2022 el Gao fue de 1.24, la empresa se ha vuelto aún más sensible a las variaciones en las ventas esto podría ser el resultado de una mayor inversión en tecnología o maquinaria, lo que ha aumentado los costos fijos. Para el año 2020 Amazon obtuvo un GAF de 2.09 indica que la empresa tiene una alta proporción de deuda en su estructura de capital esto significa que una pequeña variación en la utilidad operativa resultará en una gran variación en la utilidad neta debido a los costos financieros asociados con la deuda; el aumento del Gaf del 2021 es de 2.38 indica que la empresa ha aumentado su dependencia de la deuda para financiar sus operaciones esto puede ser riesgoso, ya que cualquier reducción en las utilidades operativas tendría un impacto significativo en las utilidades netas y, por ende, en los beneficios para los accionistas; en el año 2022 el Gaf fue de 4.42 representando un aumento drástico en la dependencia de la deuda, la empresa está altamente apalancada financieramente, lo que puede aumentar su riesgo financiero.

El Gat de Amazon del año 2020 fue de 1.6 indica que las utilidades por acción son 1.6 veces las utilidades operativas debido a los efectos combinados del apalancamiento operativo y financiero; en el 2021 el Gat es de 2.6, las utilidades por acción son 2.6 veces las utilidades operativas, lo que indica un aumento en la sensibilidad de las ganancias por acción a las fluctuaciones en la sensibilidad de las ganancias por acción debido a las fluctuaciones en las utilidades operativas y financieras esto indica un mayor riesgo y un mayor potencial de retorno para los accionistas si las cosas van bien, pero también un mayor riesgo si las cosas van mal.

Avances metodológicos del proyecto diagnóstico financiero y bursátil

Con base en los resultados de este último avance en el diagnóstico financiero y bursátil de la empresa analizada, redactan una recomendación adicional al final del documento; la cual debe ser coherente con todo el trabajo desarrollado y los objetivos específicos propuestos.

Basado en el análisis financiero y bursátil de Amazon hasta la fecha, así como en la trayectoria y desarrollo de la empresa, se recomienda lo siguiente:

Diversificación de negocios y segmentación de ingresos: Amazon ha demostrado un incremento constante en sus ingresos anuales. En 2021, registró ingresos por \$469.822 millones, aumentando en un 21.7% respecto a 2020, cuando sus ingresos fueron de \$386.064 millones. Este crecimiento se atribuyó, en parte, a la diversificación de sus divisiones. En el segundo trimestre de 2022, sus ingresos fueron de \$121.234 millones, representando un aumento del 7.21% interanual. Se recomienda continuar impulsando áreas de alto crecimiento como AWS, publicidad en línea y pagos digitales, lo que puede contribuir a aumentar la cuota de ingresos de estas divisiones y equilibrar aún más la cartera de ingresos totales de la empresa.

Expansión global y mercado estadounidense: Se prevé que las ventas mundiales de comercio electrónico minorista de Amazon alcancen los \$729.760 millones en 2022, con Estados Unidos representando aproximadamente el 41.8% de esa cifra. Es esencial continuar con estrategias de expansión global para capitalizar oportunidades en mercados emergentes, así como en mejorar la participación en el mercado interno de Estados Unidos, donde se espera que represente una gran proporción de las ventas de comercio electrónico. Este enfoque permitirá a Amazon mantener su posición dominante y seguir impulsando los ingresos.

Innovación y tecnología: La inversión en investigación y desarrollo ha sido un factor clave en el éxito de Amazon. La empresa debería seguir invirtiendo en innovaciones tecnológicas como IA, automatización y logística avanzada. Esto puede mantener su ventaja competitiva y mejorar la eficiencia operativa, lo que a su vez impulsaría el crecimiento de los ingresos.

Programas de fidelización y marketing: Amazon Prime ha sido un impulsor importante de ingresos y fidelización de clientes. Con más de 157.4 millones de suscriptores en EE.UU., se sugiere continuar fortaleciendo este programa y ampliar las estrategias de marketing efectivas para resaltar la amplia gama de ofertas de Amazon y llegar a nuevos segmentos de clientes, lo que podría impulsar las ventas.

Sostenibilidad y responsabilidad social: A medida que los consumidores valoran cada vez más las prácticas sostenibles y la responsabilidad social corporativa, Amazon puede mejorar su imagen y retener clientes al enfocarse en iniciativas sostenibles y mejorar las condiciones laborales. Esto podría influir en la decisión de compra y la lealtad del cliente, afectando indirectamente el crecimiento de los ingresos.

Innovación constante: La inversión significativa en tecnología, investigación científica y desarrollo de productos ha sido un pilar fundamental en el éxito de Amazon. La empresa ha introducido avances disruptivos, como la implementación de robots en almacenes, sistemas de pago biométricos y una amplia gama de servicios basados en la inteligencia artificial. Se sugiere que Amazon siga priorizando la innovación para mejorar la experiencia del cliente, optimizar la eficiencia operativa y desarrollar soluciones disruptivas para satisfacer las demandas cambiantes del mercado.

Enfoque en la sostenibilidad y responsabilidad corporativa: A pesar de su éxito, Amazon ha enfrentado críticas relacionadas con su impacto ambiental y las condiciones laborales en almacenes. Se recomienda que la empresa continúe avanzando en iniciativas sostenibles, reduciendo su huella ambiental y mejorando las condiciones laborales de sus empleados. Un mayor compromiso con la responsabilidad corporativa puede fortalecer su imagen de marca y la lealtad de los consumidores.

Adaptación a las condiciones del mercado: La compañía debe mantenerse alerta a los cambios en el entorno económico y tecnológico, especialmente en el contexto de la evolución de la pandemia, la competencia en línea y los cambios regulatorios. Mantener la flexibilidad y la capacidad de adaptación es fundamental para mantener su posición como líder en el mercado.

Transparencia y comunicación efectiva: Amazon se enfrenta a críticas por varios aspectos de su negocio. La transparencia y una comunicación efectiva con sus partes interesadas, incluyendo empleados, inversores y clientes, pueden ayudar a abordar estas preocupaciones y mejorar la percepción pública de la empresa.

Limitaciones del proyecto y futuras líneas de análisis

Al final del documento, presentan las limitaciones del proyecto y las futuras líneas de análisis que se podrían considerar; para abordar el diagnóstico financiero de la empresa estudiada.

A pesar de haber abordado detalladamente diversos aspectos del análisis financiero y bursátil de la empresa Amazon, es fundamental reconocer algunas limitaciones y áreas en las que esta evaluación podría haberse visto restringida:

Disponibilidad de Datos: La evaluación se basó en información pública disponible hasta la fecha de corte del presente informe. Limitaciones en la accesibilidad o actualización de ciertos datos financieros o bursátiles podrían haber influido en la amplitud y profundidad del análisis.

Complejidad del Contexto Externo: El análisis financiero y bursátil está influenciado por factores externos, como la economía global, políticas gubernamentales, cambios regulatorios y eventos imprevistos (como la pandemia Covid-19). La comprensión completa de estas variables externas puede resultar desafiante y podría no haber sido completamente abordada en este estudio.

Alcance del Análisis: El estudio se centró en determinados aspectos financieros y bursátiles de Amazon. No obstante, existen otras áreas relevantes que podrían haberse examinado en mayor profundidad, como aspectos específicos de la gestión interna, impacto ambiental y social, entre otros.

Futuras Líneas de Análisis:

Considerando las limitaciones mencionadas y la dinámica cambiante del entorno empresarial, se sugieren posibles líneas de análisis para futuras investigaciones:

Análisis de Riesgos y Resiliencia Empresarial: Evaluar con mayor detalle los riesgos financieros y operativos a los que Amazon podría estar expuesto, así como su capacidad de recuperación frente a eventos adversos, como cambios regulatorios, interrupciones en la cadena de suministro o fluctuaciones económicas.

Impacto de las Decisiones Estratégicas: Profundizar en el análisis del impacto de las decisiones estratégicas de la empresa en su desempeño financiero. Esto incluye investigar cómo

la expansión de servicios como AWS, el desarrollo de productos innovadores o las adquisiciones han afectado su posición en el mercado y sus ingresos.

Evaluación de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa: Analizar el impacto de las políticas de sostenibilidad, prácticas laborales y responsabilidad social corporativa de Amazon en sus operaciones y resultados financieros.

Tendencias Futuras y Adaptación al Mercado: Proyectar posibles tendencias futuras en el mercado y examinar la capacidad de Amazon para adaptarse a estos cambios. Esto podría incluir el análisis de la competencia, la evolución tecnológica y las expectativas de los consumidores.

Análisis de las Expectativas de Generación de Beneficios de la Empresa.

Calculo Bpa

$$Bpa = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Numero de Acciones}}$$

$$2020 = \frac{21,331,000}{162,85} = 130,985$$

$$2021 = \frac{33,364,000}{166,72} = 200,119$$

$$2022 = \frac{513,983,000}{149,57} = 3,436,404$$

Calculo Per

$$Per = \frac{\text{Precio de la Accion}}{BPA}$$

$$2020 = \frac{162.85}{130.985} = 1,243$$

$$2021 = \frac{166.72}{200.119} = 0.833$$

$$2022 = \frac{149.57}{3.436} = 43.530$$

Calculo PEG

$$\text{Peg} = \frac{\text{PER}}{\text{BPA}}$$

$$2020 = \frac{1.243}{130.985} = 0.009$$

$$2021 = \frac{0.833}{200.119} = 0.004$$

$$2022 = \frac{43.530}{3.436} = 12.668$$

Según las ratios se observa un aumento significativo en el Bpa de 2020 a 2021, lo que sugiere un crecimiento en las ganancias por acción, el Bpa de 2022 es extraordinariamente alto en comparación con los años anteriores, indicando un aumento sustancial en las ganancias por acción.

El Per de 2021 es inferior a 1, lo que podría sugerir que el precio de la acción es relativamente bajo en comparación con las ganancias por acción. Esto podría ser indicativo de una posible infraestructura, en 2022, el Per es significativamente más alto, lo que podría indicar que el mercado está dispuesto a pagar más por las ganancias de la empresa.

Los valores bajos de Peg en 2020 y 2021 sugieren que el mercado está dispuesto a pagar relativamente poco por el crecimiento de las ganancias.

El Peg de 2022 es alto, indicando que el mercado podría estar asignando un valor considerable al crecimiento de las ganancias

Políticas de dividendo durante los últimos cinco años en Amazon.

A lo largo de su historia, la empresa Amazon ha optado por reinvertir sus ganancias en el crecimiento y la expansión en lugar de distribuir dividendos a los accionistas. Esto se debe a la estrategia de crecimiento agresiva de Amazon, que ha priorizado la expansión de sus operaciones y la entrada en nuevos mercados sobre la devolución de efectivo a los accionistas por lo cual Amazon no tiene política de dividendo.

Variables de Mercados los Mercados Financieros Internacionales.

Las empresas que operan a nivel internacional, como Amazon, están expuestas a diversas variables en los mercados financieros internacionales. Algunas de las variables clave que podrían impactar los resultados de una empresa multinacional como Amazon incluyen:

Divisas: Las fluctuaciones en las tasas de cambio pueden afectar los ingresos y costos en monedas extranjeras, impactando los resultados financieros.

Productos básicos: Las variaciones en los precios de commodities como el petróleo, acero, etc., pueden afectar los costos de operación y la cadena de suministro.

Tasas de interés: Los cambios en las tasas de interés pueden influir en los costos de endeudamiento y la rentabilidad de las inversiones.

Riesgo Político y Económico: Factores políticos y económicos en diferentes países pueden afectar la estabilidad de los mercados y las operaciones comerciales.

Riesgos del Mercado Financiero: La volatilidad en los mercados financieros globales puede influir en los precios de los activos y la confianza del consumidor.

En cuanto a los instrumentos de cobertura, las empresas utilizan estrategias para gestionar estos riesgos. Algunas medidas posibles que Amazon u otras empresas podrían considerar incluyen: Contratos de Futuros: Utilizados para cubrir riesgos de divisas y commodities, permiten fijar precios de compra o venta en el futuro.

Opciones Financieras: Pueden ser utilizados para protegerse contra movimientos adversos en los tipos de cambio o en los precios de commodities.

Hacia adelante: Contratos personalizados para comprar o vender activos a una fecha futura a un precio acordado, lo que ayuda a gestionar riesgos.

Permuta de Divisas: Permite intercambiar flujos de efectivo en diferentes monedas, ayudando a gestionar el riesgo de cambio.

Seguros de Cambio: Pueden ser utilizados para protegerse contra pérdidas relacionadas con cambios en las tasas de cambio.

Alternativamente, las empresas pueden optar por diversificar geográficamente sus operaciones o establecer precios en moneda local para reducir la exposición a riesgos cambiarios. También pueden revisar y ajustar estrategias según las condiciones del mercado y su posición financiera.

Conclusiones

Se entiende que el Wacc o costo de promedio ponderado, dado los pasivos y el patrimonio para la empresa de Amazon, efectúa que sus fuentes de financiamiento son bajas ayudando al aumento de la rentabilidad y que para la compañía de Amazon se debe implementar una tasa de rentabilidad mínima del 10% además de que su nivel de endeudamiento es más efectivo a largo plazo pero que para corto plazo es estable ante lo que son las otras empresas partidarias del comercio online. Amazon ha sido una empresa sólida y estable en estos últimos años, en las cuáles ha ido abriendo espacio y camino en el mercado y está ayudando a que crezca en innovación y necesidad para la comunidad.

En referencia al Roce y al costo de patrimonio se evidencia la gran capacidad de mantener la empresa en pie y camino a una sostenibilidad a gran tramo de años; todo con el fin de que la empresa se vaya adaptando a nuevos métodos y actualizaciones que van generando las necesidades en el futuro. Los datos financieros exponen que el año de bajo rendimiento fue en 2022, ya que en este año se disminuye la venta de su producción, pero esto no significó pérdidas a gran escala, se recuperó de manera inmediata.

En conclusión, los grados de apalancamiento desempeñan un papel fundamental en el funcionamiento y la sostenibilidad financiera de una empresa tan colosal como Amazon. Estos indicadores proporcionan una visión profunda de cómo la empresa utiliza la deuda para financiar sus operaciones y expansiones. Para Amazon, una compañía que se ha expandido globalmente y ha diversificado su oferta de productos y servicios, comprender y gestionar prudentemente su apalancamiento es vital.

Recomendaciones

Los asesores financieros desempeñan un papel crucial en ayudar a las empresas a mejorar su rentabilidad al entender el Roce, los asesores pueden identificar áreas ineficientes en el uso de los recursos y proponer estrategias para optimizar el rendimiento. Recomendar prácticas empresariales que aumenten la eficiencia operativa y la productividad de los activos, como la implementación de tecnologías avanzadas, puede elevar significativamente el Roce; asesorar a las empresas sobre cómo reinvertir sus beneficios para maximizar el Roce a largo plazo crea valor tanto para la empresa como para sus accionistas.

Los analistas financieros deben comprender el impacto del Wacc en la evaluación de proyectos de inversión y fusiones y adquisiciones al calcular el Wacc correctamente, los analistas pueden determinar si un proyecto generará un retorno superior al costo del capital y, por lo tanto, será beneficioso para la empresa. Recomendar estrategias para reducir el Wacc, como renegociar términos de préstamos existentes o buscar fuentes de financiamiento más económicas, puede aumentar la rentabilidad de los proyectos de inversión y mejorar la posición competitiva de la empresa en el mercado financiero. Los contadores públicos desempeñan un papel vital en garantizar que las empresas mantengan una estructura de capital equilibrada y gestionen su endeudamiento de manera responsable. Recomendar un grado de apalancamiento adecuado implica evaluar cuidadosamente la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones financieras y evitar riesgos innecesarios; los contadores públicos pueden aconsejar sobre las implicaciones fiscales del endeudamiento y ayudar a las empresas a mantener una sólida posición financiera, además, proporcionará orientación sobre cómo estructurar las deudas para beneficiar de las ventajas fiscales del endeudamiento contribuirá a la eficiencia financiera de la empresa.

Referencias Bibliográficas

Abella Abondano, G. D. & Varón Palomino, J. C. (2017). Régimen del mercado de valores.

Tomo II: Emisión y oferta de valores. Universidad de los Andes. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/68834>

Abella Abondano, G. D. & Varón Palomino, J. C. (2017). Régimen del mercado de valores.

Tomo II: Emisión y oferta de valores. Universidad de los Andes. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/68834>

Albisetti, R. (2018). Oportunidades de fondeo en los mercados financieros. En Finanza

Empresarial. Estrategia, mercados y negocios estructurados. (pp.29-59). Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/123292?page=31>

amazon/

Buenaventura, G. (2016). Capítulo 2. Tasas de Cambio. En Finanzas internacionales aplicadas a

la toma de decisiones. (pp.41-59). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/114342?page=41>

Chicaiza, D. (2013). Introducción al mercado de valores colombiano. En Finanzas para no

financieros. El caso colombiano. (pp.71-90). Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/69525?page=71>

Chu, M. (2014). En Finanzas para no financieros. (pp.254-274). Lima, Perú: Universidad

Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/41266?page=242>

- Córdoba Padilla, M. (2020). Mercado de valores. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/151220>
- Durán, J. & Gallardo, F. (2013). Parte primera. El entorno internacional en las finanzas de la empresa. En Finanzas internacionales para la empresa. (pp.19-48). Madrid., España: Ediciones Pirámide. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/49044?page=20>
- Durbán, S. (2017). Las finanzas corporativas y sus axiomas. En Finanzas corporativas. (pp.205-228). Madrid, España: Ediciones Pirámide. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/49185?page=205>
- Finance, Yahoo. (s.f). Ratios de liquidez. <https://finance.yahoo.com/>
- García, María. (s.f). 5 claves para un análisis de la competitividad en Amazon.
<https://lagranmanzana.net/claves-para-un-analisis-de-la-competitividad-en-amazon/>
- Jaramillo Betancour, F. (2010). En Valoración de empresas. Ecoe Ediciones. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/69142>
- Lavalle Burguete, A. C. (2017). Editorial Digital UNID. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/41183>
- Maldonado Gudiño, C. W., Arias Collaguazo, W. M., Reina Valles, V. M., & Arias Benalcázar, M. G. (2020). Análisis del valor económico agregado en las medianas empresas agroindustriales del registro único de MiPymes de la ciudad de Ibarra. (Spanish). Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 7, 1–17.
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=141887649&lang=es&site=eds-live&scope=site>
marketing/caso-amazon-analisis-estrategico/54810153

- Martínez, E. (2013). Valoración de empresas. Un resumen. En Finanzas para Directivos. (pp.217-242). Madrid, España: Mc-Graw-Hill. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.50261&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Montaño, F. (2016). Renta fija y renta variable. En Análisis de productos y servicios de inversión. (pp.5-27). Málaga, España: IC Editorial. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113018?page=10>
- Moreno, F. (2014). Bonos financieros. Focalizados en los Bullet y en América. Revista Ciencia UNEMI, 11, pp.72-90. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5210243.pdf>
- Ortega, A. (2008). McGraw-Hill Interamericana. <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.73805&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Pérez, J. (2014). Capítulo 2. El sistema monetario internacional. En Finanzas internacionales. Como gestionar los riesgos financieros internacionales. (pp.57-112). Santiago de Chile, Chile: Editorial USACH. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/68398?page=58>
- Ross, S. (2018). Capítulo 9. Valuación de acciones. En Finanzas corporativas (pp. 273-294). McGraw-Hill Interamericana. <https://www-ebooks7-24-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/?il=5903>
- Santos, N. (2008). La política de dividendos y la rentabilidad de los negocios. Industrial Data. 11(1), pp.29-36. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81611211005>

Somoza López, A. (2018). En Análisis de estados financieros consolidados (pp. 87-118).

Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/105576>

Vásquez, X., Rech, I., Miranda, J. & Tavares, M. (2017). Cuadernos de Contabilidad, XVIII (45), pp.152-165. <http://www.scielo.org.co/pdf/cuco/v18n45/0123-1472-cuco-18-45-00152.pdf>