



ANÁLISIS ECONÓMICO – FINANCIERO BWE



Lucía Hernando Fernández

María de los Ángeles Moran Miranda

Lucía Colín Cosano

INFORME ECONÓMICO – FINANCIERO BWE.

BWE es una empresa que comercializa tres productos de consumo que se ven afectados por la estacionalidad. Estos abarcan una franja de precios entre 200 y 1.000 €.

Estos productos se venden en dos mercados, diferenciando entre el local, la Unión Europea, y el mercado de exportación, principalmente en Norteamérica, que se identificara en el informe como Nafta. Además, los productos también son comercializados a través del comercio electrónico.

BWE nace durante el segundo trimestre de 2016, coincidiendo con un periodo de crecimiento en la economía española. En un contexto mundial, esta continuaba expandiéndose, aunque a un ritmo moderado, debido a la alta volatilidad en los mercados financieros como consecuencias de la incertidumbre existente sobre las perspectivas de crecimiento económico, las tensiones geopolíticas existentes, y las continuas fluctuaciones del precio del petróleo.

ANÁLISIS DE LA CUENTA DE RESULTADOS:

Al ser una empresa de producción industrial ha sido necesario realizar una gran inversión tanto en inmovilizado material como en maquinaria, tecnología y personal especializado.

Debido a la gran magnitud de la inversión esta se faseo en los 15 primeros meses. Al inicio de la actividad se adquieren los terrenos por 50.000 € y se construye el edificio donde se va a llevar a cabo la actividad industrial por 250.000 €. Además, se adquieren las maquinas necesarias por importe de 585.000 €.

En las siguientes fases se realizan nuevas inversiones en maquinaria debido a al crecimiento de las ventas. Durante los dos primeros años se hace una inversión por un valor de 2.000.000 €.

Una vez analizadas las inversiones realizadas, se procede a analizar los ingresos por ventas. Debido a la estacionalidad de los productos comercializados se pueden apreciar trimestres de subida y trimestres de bajada. Esta tendencia se verá mas acentuada con la estabilización de la actividad comercial.

Al comparar los ingresos por ventas con el beneficio bruto arroja un promedio de los cinco últimos trimestres del 40.18%. Al comparar este valor con el valor promedio del sector se observa que este se encuentra levemente por encima.

	Inversión inicial
Terreno	50000
Bienes inmuebles	250000
Valor de las máquinas	585000

Figura 1. Tabla de la inversión inicial.

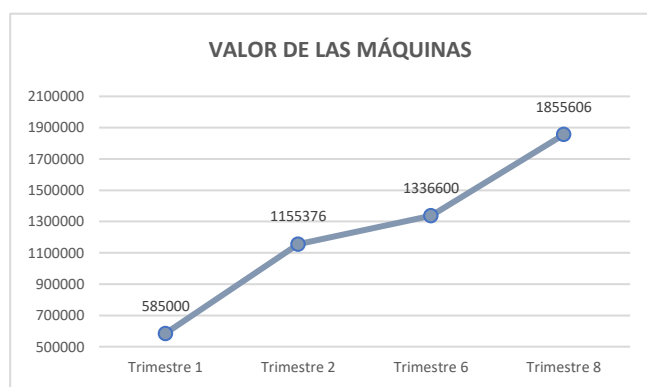


Figura 2. Valor de las máquinas.

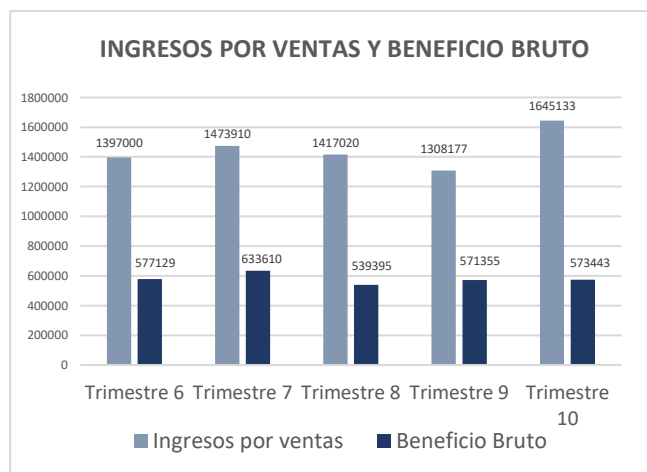


Figura 3. Ingresos por ventas y beneficio bruto.

Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
41.31%	42.99%	38.07%	43.68%	34.86%

Figura 4. Beneficio bruto / Ingresos por ventas.

INFORME ECONÓMICO – FINANCIERO BWE.

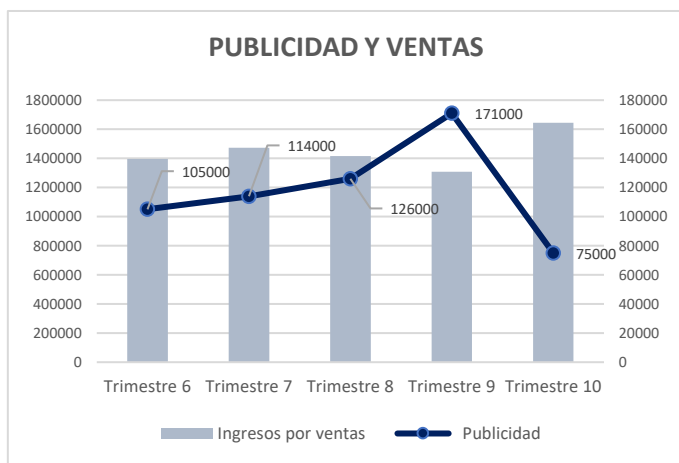


Figura 5. Publicidad y ventas.

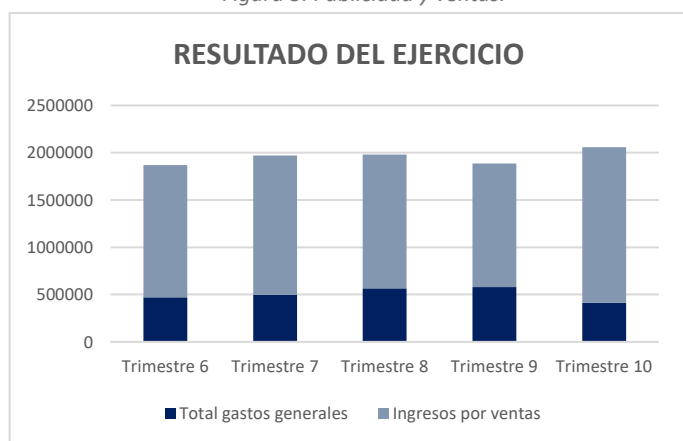


Figura 6. Publicidad y ventas.

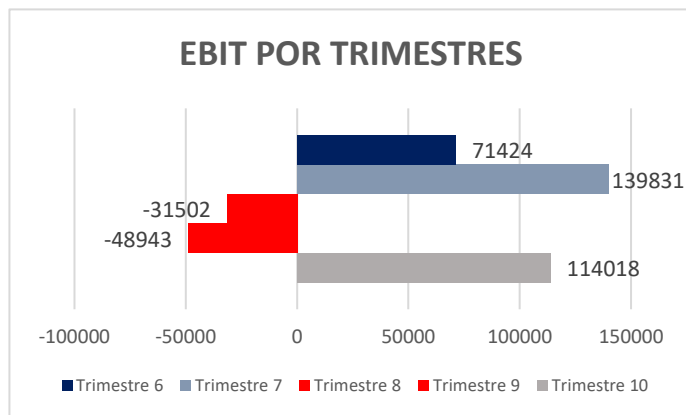


Figura 7. EBIT por trimestres.

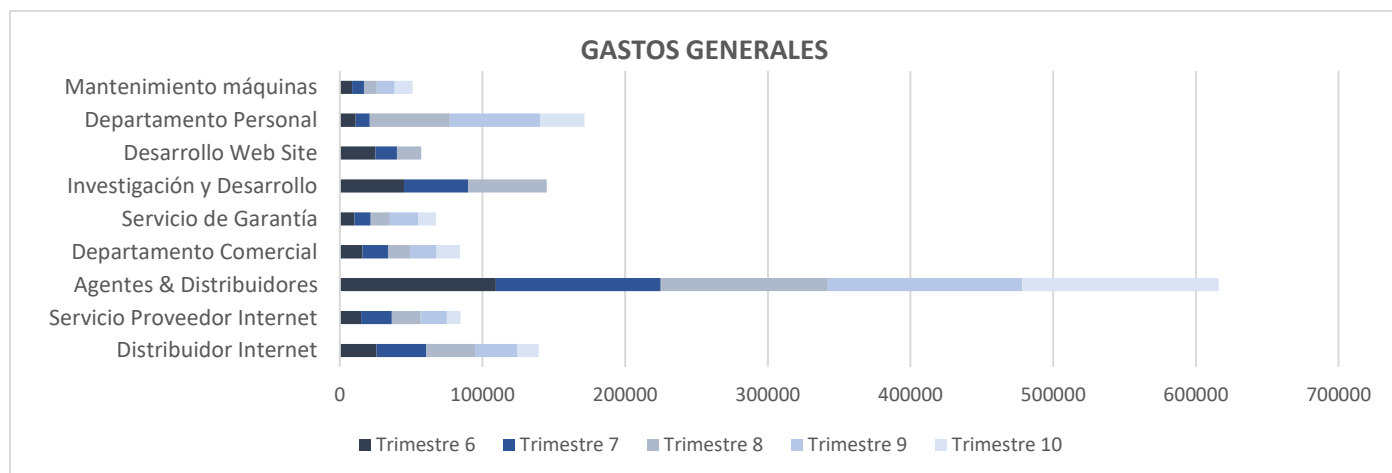


Figura 8. Gastos generales.

Una vez analizados los ingresos por ventas es importante destacar la influencia de los diferentes gastos.

La máxima apuesta se ha hecho en publicidad, ya que al ser una empresa nueva es necesario conseguir un buen posicionamiento en el mercado. Al analizar los gastos de publicidad respecto a los ingresos por ventas se observa que estos están directamente relacionados. Cabe resaltar que en el trimestre 9 los gastos en publicidad fueron muy elevados, pero esto se vio reflejado en los ingresos del siguiente trimestre.

Además, el gasto en salarios ha aumentado debido a la compra de nuevas máquinas, que se ha visto repercutido en la capacidad productiva de la planta y por tanto en una mayor necesidad tanto de personal de mecanizado como de montaje. Además, se ha invertido en la especialización de operarios.

Finalmente, se analiza el resultado del ejercicio que resulta de la diferencia entre los ingresos y los gastos. Debido a que los ingresos son mucho más altos que los gastos, la empresa da beneficios.

Es importante destacar la influencia de los gastos en el EBIT. En este caso debido a la estructura de la empresa, esta es muy sensible a pequeñas variaciones tanto de ingresos como de gastos. Esto se ve reflejado en la figura 7.

Durante los trimestres 6 y 7 el EBIT era positivo y es en los trimestres 8 y 9 cuando pasa a ser negativo. Esto coincide con el aumento de gastos como consecuencia de la compra de máquinas como se ha explicado anteriormente.

	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
EBIT	71424	139831	-31502	-48943	114018
BAI	74299	141268	-30065	-47218	115455
BN	74299	132424	-30065	-47218	115455

Figura 9. Indicadores financieros.

ANÁLISIS DEL BALANCE:

La parte fundamental de la interpretación del balance es asegurar que el activo debe ser igual que el pasivo más el patrimonio neto ya que para adquirir activo es necesario tener deuda o capital para poder hacer frente.

Es fundamental que el activo corriente sea mayor que el pasivo corriente ya que solo así la empresa puede asegurar que posee liquidez a corto plazo. Si la diferencia entre ambos es considerable se asume que la entidad se encuentra en condiciones optimas para poder asumir nuevas obligaciones.

Tengo del activo corriente se encuentra la partida de clientes mientras que en la de pasivo exigible se encuentra la de proveedores por lo que resulta interesante hacer un análisis del número de días de pago a acreedores y de cobro de clientes o deudores. La tesorería de la empresa depende de la diferencia entre el periodo medio de cobro y de pago.

La media de días de cobro a clientes es de 48 días mientras que el de pago a proveedores es de 75 días. Este dato es importante ya que BWE se encuentra en la situación ideal ya que cobra antes de pagar, lo que ofrece liquidez y solvencia y por tanto estabilidad.

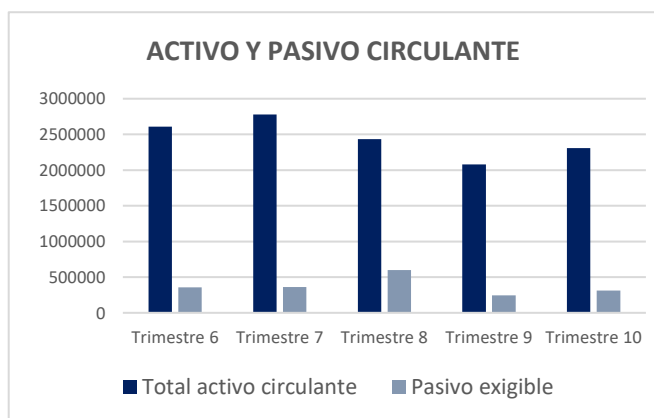


Figura 10. Activo y pasivo circulante.

Días de:	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 5
Cobro a clientes	0.00	56.04	58.88	66.51	54.59
Pago a proveedores	85.47	69.76	91.52	87.79	58.67

Días de:	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
Cobro a clientes	52.50	45.40	43.54	46.73	58.67
Pago a proveedores	98.77	96.55	67.25	0.00	95.67

Figura 11. Días de pago a proveedores y cobro a clientes.

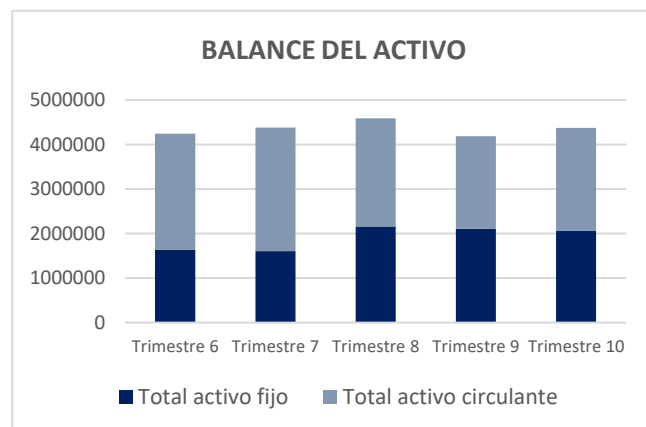


Figura 12. Balance del activo.

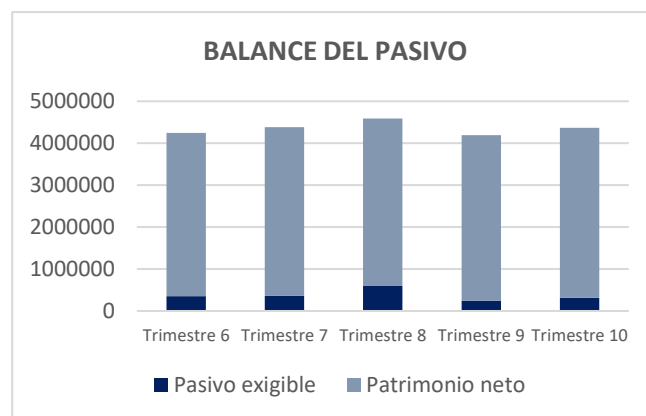


Figura 13. Balance del pasivo.

Finalmente, se analizan los fondos propios. Se contempla el patrimonio neto y las reservas.

El patrimonio neto constituye los elementos de financiación propia de la empresa. Un PN mayor que cero indica un correcto funcionamiento de la empresa, que significa que esta está financiada con dinero propio.

En cuanto a las reservas, estas son activos líquidos que se guardan para poder recurrir a ellos en un futuro. Aunque el valor de estas en muy bajo respecto al patrimonio neto, cuando estas son negativas se considera que ha habido un cambio de criterio contable o que se ha subsanado algún error de ejercicios anteriores. Para poder hacer frente a estas reservas voluntarias negativas no es posible recurrir a reservas legales. Esto se podrá realizar cuando el resultado del ejercicio sea positivo.

	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
Reservas	-111786	20638	-9427	-56645	58810
Patrimonio neto	3888214	4020638	3990573	3943355	4058810

Figura 14. Patrimonio neto y reservas.

	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 5
ROA	-6.66%	-3.09%	1.81%	-0.34%	2.90%
ROE	-6.70%	-3.22%	1.96%	-0.32%	3.18%

	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
ROA	1.68%	3.19%	-0.69%	-1.17%	2.61%
ROE	1.91%	3.29%	-0.75%	-1.20%	2.84%

Figura 15. Ratios analizados: ROA y ROE.

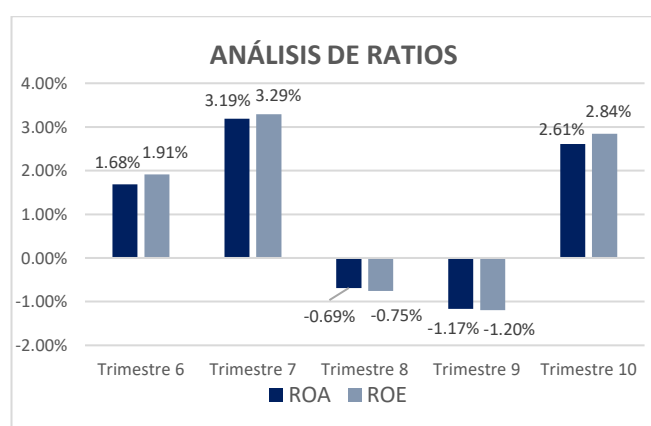


Figura 16. Comparación de ratios.

Rotación de:	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 5
Activo corriente	0.00	0.20	0.42	0.41	0.48
Activo no corriente	0.00	0.33	0.73	0.76	0.97
Clientes	0.00	1.61	1.53	1.35	1.65

Rotación de:	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
Activo corriente	0.54	0.53	0.58	0.63	0.71
Activo no corriente	0.85	0.92	0.66	0.62	0.80
Clientes	1.71	1.98	2.07	1.93	1.53

Figura 17. Ratios analizados: rotación de activos.

Ratio de:	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 5
Endeudamiento	0.03	0.05	0.05	0.07	0.08
Autonomía	0.00	0.33	0.73	0.76	0.97

Ratio de:	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
Endeudamiento	0.08	0.08	0.13	0.06	0.07
Autonomía	0.85	0.92	0.66	0.62	0.80

Figura 18. Ratios analizados: patrimonio.

ANÁLISIS DE RATIOS FINANCIEROS:

Para analizar la situación de la empresa se analizan diferentes ratios que ofrecen información fiel de los resultados.

En primer lugar, se analiza el ROA, que ofrece la rentabilidad sobre activos. Este se define como el cociente entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el valor del activo total. Para poder valorar una empresa como rentable se considera que el ROA debe superar el 5%. En este caso debido a que la empresa se dedica a una actividad industrial el valor de los activos es muy elevado, lo que provoca que los valores actuales de la empresa no alcancen dicho valor.

En segundo lugar, se analiza el ROE, que mide la rentabilidad de la compañía sobre los fondos propios, es decir, el cociente entre el beneficio neto de la empresa y los fondos propios.

Debido a que el valor del ROE es igual que el ROA, se puede considerar una situación ideal de apalancamiento nulo, en el que el activo de la empresa se financia con fondos propios sin recurrir a financiación externa.

A continuación, se analizan los ratios de rotación de activos. Estos son de especial interés ya que la rotación de activos fijos es un indicador sobre la gestión y administración de la empresa. Estos ofrecen la eficiencia financiera. Cuanto mayor sea el ratio de rotación de activos, mayor y mejor será la rentabilidad de la empresa, que se traduce en los ingresos producido con el dinero invertido en activos aumenta.

En el caso de BWE, se observa que al comparar las ventas con el activo corriente y no corriente los valores son menores a 1 por lo que la rotación no está siendo la adecuada.

En cuanto a la relación entre ventas y clientes es mayor que 1, las ventas son mayores que las cuentas de clientes y por tanto se encuentra en valores óptimos.

En cuanto a los ratios de patrimonio, estos ofrecen información sobre la solvencia y el endeudamiento. El ratio de endeudamiento es un indicador que refleja cuanta deuda utiliza la empresa para la financiación de los activos. Este valor debe ser por lo general menos al 50%. En este caso la mayor parte del activo se financia con fondos propios.

ANÁLISIS DE LOS FLUJOS DE CAJA

Los flujos de caja reflejan la entrada y salida de efectivo y proporciona una mejor comprensión de las finanzas de la empresa.

- Actividades de explotación.

Las actividades de explotación suponen la máxima fuente de ingresos de la empresa. Los flujos que generan son un indicador de la medida en que las actividades han generado fondos líquidos suficientes como para mantener la capacidad de explotación, realizar nuevas inversiones...

Durante la mayoría de los trimestres estos flujos son positivos a excepción de los trimestres 8 y 9, que es cuando se compran máquinas y al aumentar la plantilla aumenta notablemente los pagos a empleados...

Flujos de caja negativos por inversiones en maquinaria.

- Actividades de inversión.

Dentro de las actividades de inversión se tienen en cuenta los flujos de caja originados por la adquisición y venta de inversiones a largo plazo, en este caso la maquinaria.

- Actividades de financiación.

Finalmente se analizan los flujos de caja relacionados con las actividades de financiación, que son generados por la obtención de financiación de terceros o por la cancelación de la existente con estos.

La posesión de capital social para mantener la actividad ha derivado en que no se emitan acciones. Esto se contemplará en un futuro.

Además, no se han repartido dividendos ya que la reserva legal mínima no ha sido aún dotada y la empresa tiene periodos en los que el beneficio antes de intereses e impuestos es negativo, lo que impide su reparto. Esta situación mejorará en trimestres futuros, cuando se estabilice la situación.

En cuanto al descubierto, este representa los créditos bancarios. En este caso se ha recurrido a ellos debido a la alta inversión que supone iniciar una actividad industrial.

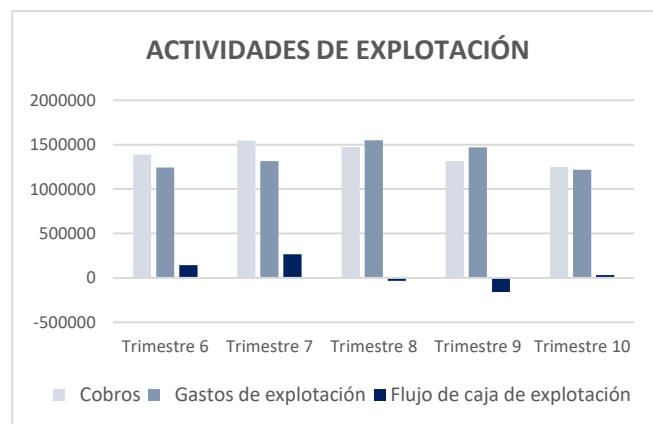


Figura 19. Flujos de caja de actividades de explotación.

	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 5
Intereses recibidos	6000	2375	1750	1725	1437
Inversiones inmovilizado	850000	600000	0	0	0
Flujo de caja	-844000	-597625	1750	1725	1437

	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
Intereses recibidos	2875	1437	1437	1725	1437
Inversiones inmovilizado	300000	0	600000	0	0
Flujo de caja	-297125	1437	-598563	1725	1437

Figura 20. Flujos de caja de actividades de inversión.

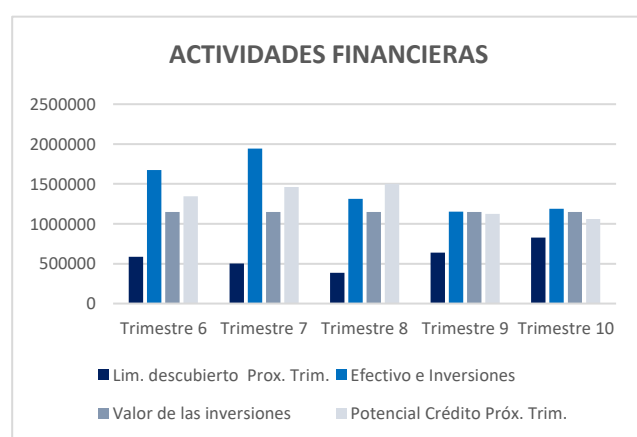


Figura 21. Actividades financieras.

ANÁLISIS DE MÁQUINARIA Y PRODUCCIÓN

BWE se aseguró de tener máquinas y operarios suficientes para poder asegurar la demanda de los diferentes productos. Se adquieren un total de 3 máquinas durante la duración de la competición. Como la empresa tenía liquidez suficiente se han podido adquirir sin ningún inconveniente.

En el trimestre 6 se adquirió una máquina que tardó un trimestre en instalarse empezando el funcionamiento de esta el trimestre 7. En el trimestre 8 se vio la necesidad de incorporar otras dos máquinas que tardaron el mismo tiempo que la última en instalarse.

Pese a tener un problema medioambiental debido a que los productos eran perjudiciales para el medio ambiente y un aumento de las horas de paralización, que se comentará más adelante, la producción del producto 1 aumenta desde unos un 149.73%, en cuestión de 5 meses.

Por otra parte, el producto 2 ha aumentado su producción en un 136.03% y el producto 3 un 101.24%. En general, la producción ha aumentado en un 135.24%.

Cantidades entregar	Trim 6	Trim 7	Trim 8	Trim 9	Trim 10
Producto 1	1637	1697	1897	2470	2451
Producto 2	1160	750	1445	1330	1578
Producto 3	725	790	615	960	734
Total	3522	3237	3957	4760	4763

Este aumento se refleja en las horas disponibles en el próximo trimestre, sin embargo, las horas de paralización son muy altas debido a un problema en una de las máquinas y a su gran número de horas de mantenimiento impuestas. Asimismo, el número de horas disponibles ha ido variando por trimestre.

Pese al aumento de la producción se han adquirido materias primas por valor de 5000 euros todos los trimestres excepto el trimestre 7 donde se adquirieron materias primas por valor de 7000 euros y 5000 euros para el próximo trimestre para reducir el precio y de esta forma obtener más beneficio. Sin embargo, la utilización de materia prima en el último trimestre es mucho mayor que en otros trimestres alcanzándose un valor de 0 en el almacén, por lo tanto, posiblemente la producción podía ser mayor ha habido un problema de aprovisionamiento.

Por último, se ha detectado un problema de espacio debido a la compra anteriormente mencionada y se ha tenido que contratar más espacio para almacenar dicha materia prima y parte del stock que no se ha vendido por internet.

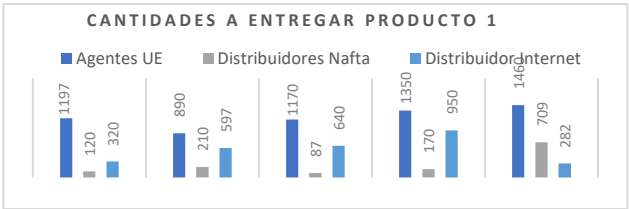


Figura 22: Cantidad a entregar producto 1

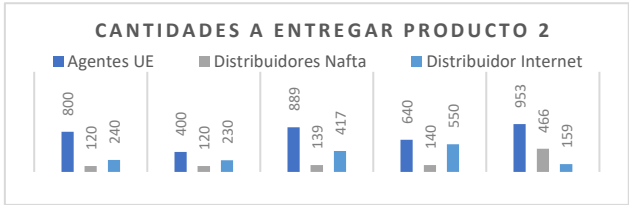


Figura 23: Cantidad a entregar producto 2

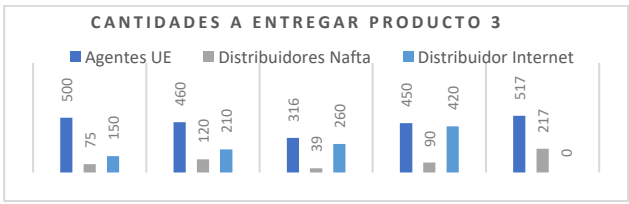


Figura 24: Cantidad a entregar producto 3

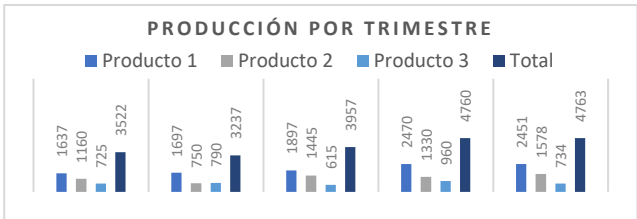


Figura 25: Cantidad a entregar producto trimestral

Las horas de paralización son muy altas y se encuentran entre 65 horas en el trimestre 6 y 80 horas, que ocurre en el trimestre 8 que es el máximo, después se reduce hasta alcanzar las 68 horas. Sin embargo, las horas de mantenimiento van aumentando progresivamente hasta alcanzar las 79 horas, esto se ha realizado debido a que se quería mejorar la calidad de los productos.

En el trimestre 9 se empleó un 20% de materia prima para reducir los problemas medioambientales que producían nuestros productos.



Figura 26: Horas sin producción

El problema de esta mala producción se comentará más adelante, concretamente en recursos humanos. Aunque se solucionó en el último trimestre, la materia prima era escasa y hubo mucho tiempo sin producción.

ANÁLISIS DE LAS ESTADÍSTICAS INTERNET

BWE ha invertido grandes cantidades en la venta por internet y en su buen funcionamiento. En un primer lugar, no había puertos suficientes para satisfacer la demanda del mercado. En el trimestre 6, se aumentó en una unidad el número de puestos por servidor de Internet.

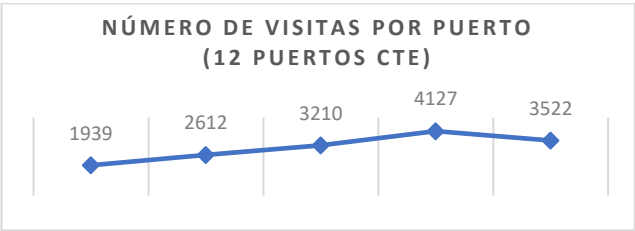


Figura 27: Número de visitas por puerto.

Como se puede comprobar en el gráfico siguiente el número de reclamaciones respecto al número de visitas es realmente bajo, la calidad de producto de los que deciden finalmente a comprar es muy alta. Por otra parte, las visitas fallidas se encuentran entre 1 y 0 todos los trimestres. Es un muy buen funcionamiento de la página web.

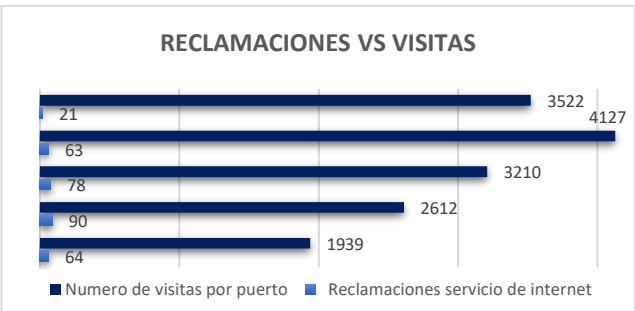


Figura 28: Reclamaciones vs visitas.

ANÁLISIS DE TRANSPORTE Y HUELLA DE CARBONO

En el caso del trayecto medio en la Unión Europea se reduce al aumentar el número de distribuidores en este mercado. Como se denota a continuación en la siguiente gráfica.

Por otra parte, el número de fletes es muy variable. Se entregan más contenedores a la Unión Europea que en Nafta e Internet. Por otra parte, no se entregó más de un flete en Internet durante el último trimestre debido a que había stock suficiente y no se entregaron productos.

Por último, se ha aumentado la huella de carbono en estos meses debido al aumento de la producción. Por otro lado, no se ha aumentado la luz y calefacción en fábrica, pero sí la energía utilizada en producción.

Se ha comprobado que es necesario invertir en este mercado y en el desarrollo de la página web para que funcione correctamente, esta conclusión se ha alcanzado debido a que en los últimos dos trimestres no se ha invertido prácticamente y se ha producido un descenso del número de visitas.

Por otra parte, invirtiendo se ha conseguido que haya un 0.099% de reclamaciones por internet. Se adjunta a continuación el número de visitas y el porcentaje de reclamaciones.

Estadísticas Internet:	Trim 6	Trim 7	Trim 8	Trim 9	Trim 10
Nº de puertos	6	6	6	6	6
Nº visitas	11635	15674	19261	24761	21132
Estimación fallidas (%)	0	1	0	1	1
Reclamaciones	64	90	78	63	21
%reclamaciones	0.550%	0.574%	0.405%	0.254%	0.099%

Figura 29. Estadísticas de internet.

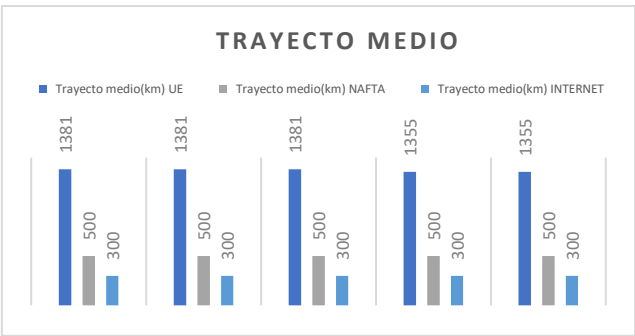


Figura 30: Trayecto medio

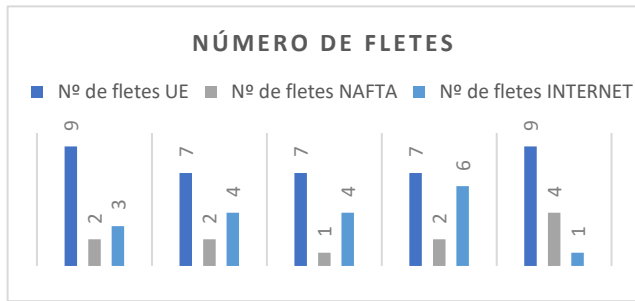


Figura 31. Numero de fletes.

Huella de carbono	Trim 6	Trim 7	Trim 8	Trim 9	Trim 10
Luz y calefacción	4.75	4.75	4.75	4.75	4.75
Energía	18.10	20.12	17.65	20.41	21.45
Total CO2e	22.85	24.87	22.40	25.16	26.20

Figura 32: Huella de carbono.

ANÁLISIS PUBLICIDAD

Se ha mantenido durante los diferentes trimestres un valor de publicidad parecido entre ellos excepto en el trimestre 9 donde se quería producir con las dos nuevas máquinas mucho producto y venderlo aplicando al mismo tiempo la gran mejora. Sin embargo, no teníamos empleados suficientes para todas las máquinas y esto no tuvo el efecto deseado, esto provocó un aumento del numero de pedidos que no se pudo satisfacer correctamente.

Esto último provocó que el trimestre siguiente tenga un aumento de ventas debido a esta cantidad de pedidos atrasados y no necesitásemos invertir en publicidad.

En el sector de internet en este último trimestre se ha comprobado que hay que invertir mucho en publicidad debido a que de otra forma no se vende practicamente nada. Esto también puede ser debido a un aumento del precio del producto.

ANÁLISIS PRECIO

El precio se ha mantenido practicamente lineal excepto en el trimestre 9 debido a que se quería vender más cantidad y menos precio. La variación entre trimestres es de 5 euros.

ANÁLISIS PRODUCTO SOLICITADO

La cantidad de pedidos solicitados en el producto 1 han ascendido notablemente a lo largo de los trimestres gracias al ascenso de la publicidad y la inversión en calidad de la empresa. Esto no sucede únicamente en este producto, sucede en todos, aunque en el último trimestre en el producto 3 hay un descenso debido a ser el producto más exclusivo, más caro y al descenso de la inversión de publicidad.

- Producto no entregado

Se ha hecho un cálculo para obtener el numero de pedidos no entregados de cada producto. Esto se ha realizado restando el número de productos solicitados con el número de productos vendidos. Esto nos da el numero de pedidos que no hemos podido alcanzar a producir debido a nuestra baja capacidad. Una vez alcanzada la producción de las 7 máquinas y con el personal necesario para alcanzarlo se ha obtenido esos resultados.

	Trim 6	Trim 7	Trim 8	Trim 9	Trim 10
Prod. 1	219	132	355	569	-306
Prod. 2	53	517	-49	474	-242
Prod. 3	53	15	66	216	-46

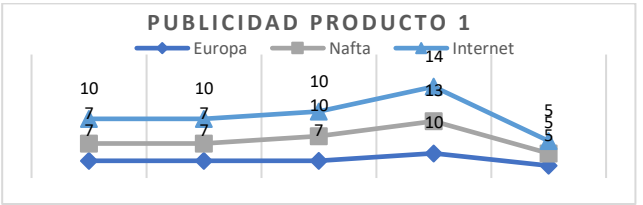


Figura 33: Publicidad producto 1.

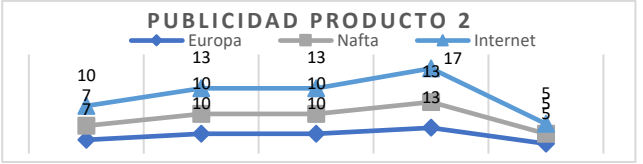


Figura 34: Publicidad producto 2.

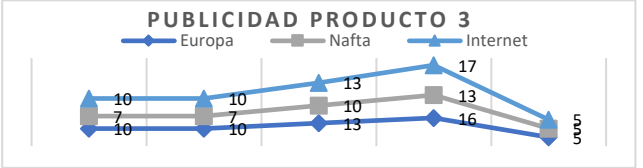


Figura 35: Publicidad producto 3.

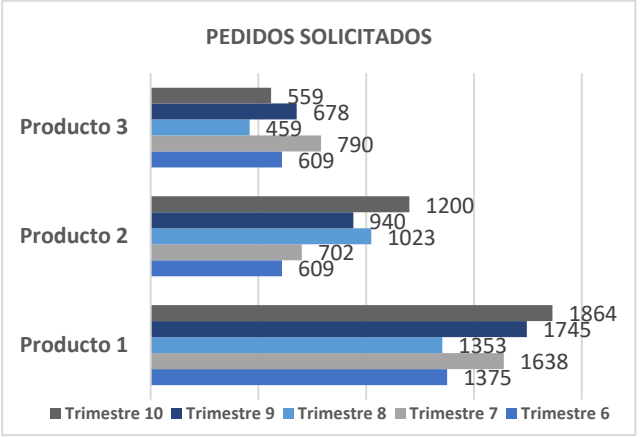


Figura 36: Pedidos solicitados.

- Pedidos atrasados

Por otro lado, los pedidos atrasados excepto el trimestre 9 son muy bajos alcanzándose el 0 en muchas ocasiones cuando se produce un exceso de stock disponible.

		Trim 6	Trim 7	Trim 8	Trim 9	Trim 10
Prod. 1	UE	0	37	85	164	10
	Nafta	5	0	0	163	0
Prod. 2	UE	0	161	34	155	0
	Nafta	2	7	0	99	0
Prod. 3	UE	0	0	20	70	7
	Nafta	2	0	0	48	0

Figura 38: Pedidos atrasados

ANÁLISIS DE STOCK DISPONIBLE

La distribución de stock se ha realizado teniendo en cuenta los productos vendidos más los pedidos no entregados y los atrasados menos el stock disponible en dicha localización.

De esta forma, se intenta cumplir la demanda teniendo en cuenta las ventas que se tienen en el anterior trimestre. Sin embargo, por los distintos problemas que han surgido como los problemas medioambientales y la falta de personal no se ha ajustado correctamente.

Por otra parte, la bajada en la inversión en publicidad de los productos de internet tuvo como consecuencia un aumento en el stock que no se vendió. Con un aumento en la inversión de publicidad se conseguiría reducir este stock a 0.

Estas gráficas también denotan que, en todos los productos, en el mercado de internet concretamente, se ha vendido prácticamente todo. Por lo que la perspectiva de la empresa a largo plazo será muy positiva.

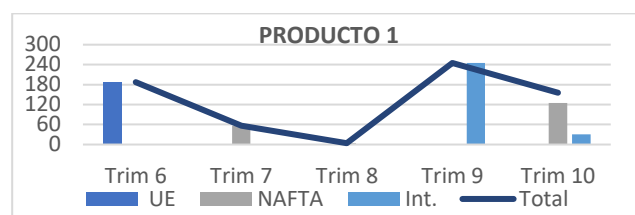


Figura 39: Stock producto 1

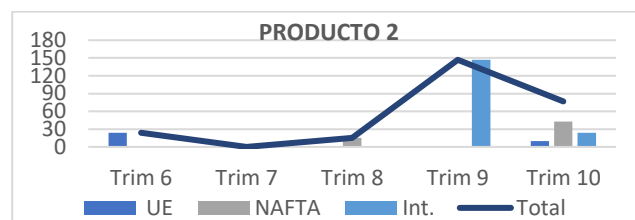


Figura 40: Stock producto 2

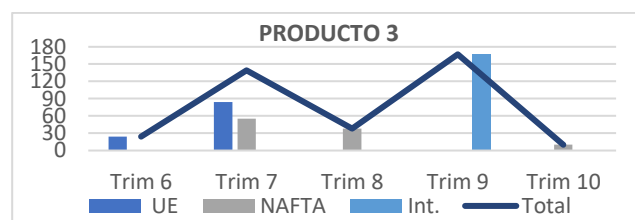


Figura 41: Stock producto 3

ANÁLISIS DE GANANCIAS PRODUCTO 1

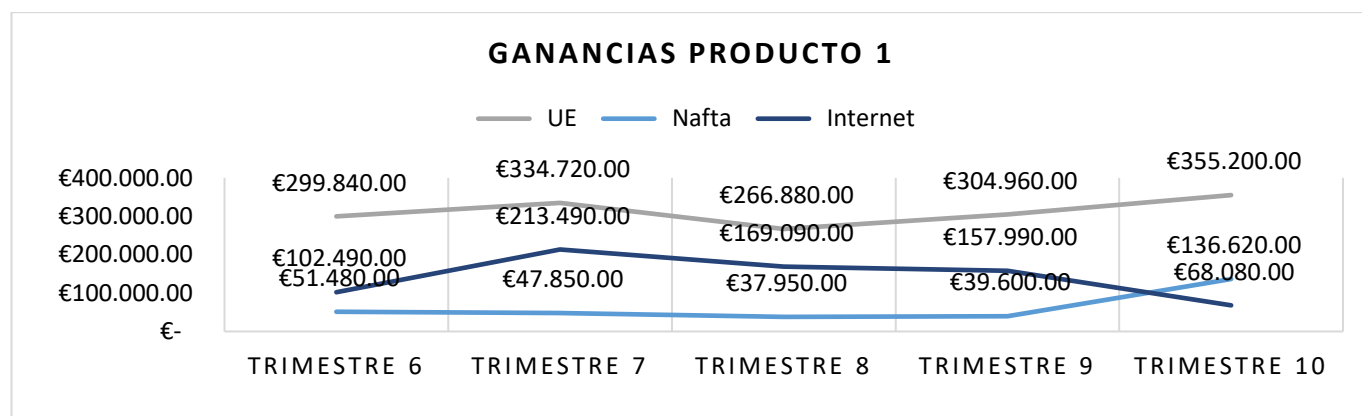


Figura 42: Ganancias producto 1

Se puede comprobar lo mencionado anteriormente respecto al mercado de internet, la publicidad lo es todo en este mercado y ha habido un descenso muy grande en este mercado. En los otros dos mercados, tanto en la Unión Europea como en Nafta el beneficio es mucho mayor.

Este es más notable en el mercado de Nafta que asciende hasta 28.480 euros, de todas formas, esa subida de ganancias no es comparable con la bajada de internet, no se compensa. Una forma de arreglar la situación actual es invertir en publicidad para poder obtener más ganancias y seguir introduciéndonos en el mercado Nafta porque todavía quedan clientes insatisfechos.

ANÁLISIS DE GANANCIAS PRODUCTO 2

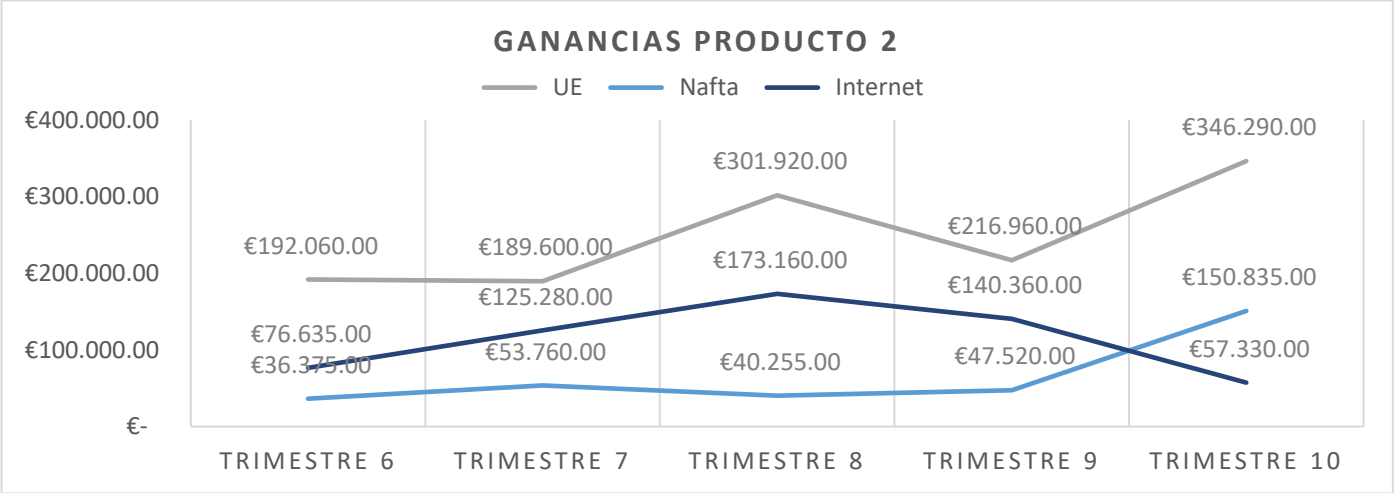


Figura 43: Ganancias producto 2.

En este producto sucede lo mismo que en los otros dos productos, la pérdida en el mercado de internet es notable. Sin embargo en este producto se han incrementado las ventas en los mercados de UE y Nafta que pueden compensar la pérdida que ha sucedido en este mercado.

El descenso de las ventas en el trimestre 9 se debe a la cantidad de productos desechados que se tuvo que tirar debido a problemas medioambientales.

ANÁLISIS DE GANANCIAS PRODUCTO 3

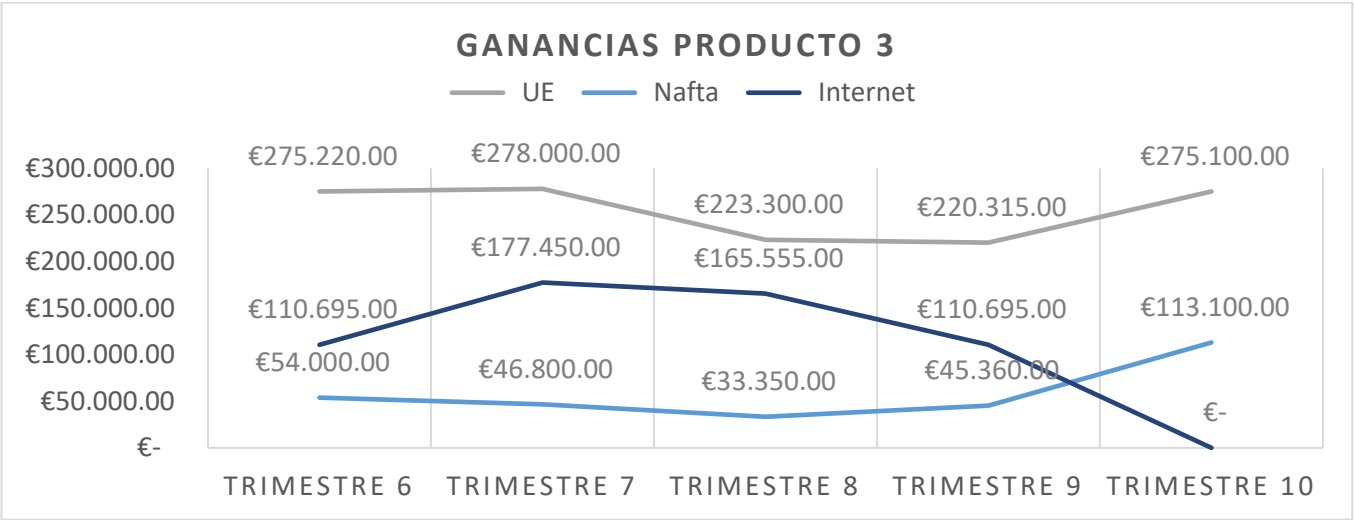


Figura 44: Ganancias producto 3

En este producto la caída en las ventas del producto 3, en el mercado de internet no ha tenido ninguna venta esto ha sucedido debido a que no se ha distribuido ningún producto. Sin embargo, hay stock suficiente para vender y no se ha conseguido distribuir, probablemente hay que

ponerlos en distribuir y no se da por hecho que teniendo stock ya está realmente allí.

Pese a todo lo anterior, las ventas tanto en la Unión Europea como en Nafta han sido tan altas que se ha podido compensar este descenso en el mercado de internet.

ANÁLISIS GANANCIAS TRIMESTRALES

Ganancias trimestre:	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
UE	767.120,00 €	802.320,00 €	792.100,00 €	742.235,00 €	976.590,00 €
Nafta	141.855,00 €	148.410,00 €	111.555,00 €	132.480,00 €	400.555,00 €
Internet	289.820,00 €	516.220,00 €	507.805,00 €	409.045,00 €	125.410,00 €
TOTAL	1.198.795,00 €	1.466.950,00 €	1.411.460,00 €	1.283.760,00 €	1.502.555,00 €

Figura 45: Ganancias trimestrales

Como se puede comprobar las ganancias se han recuperado el último trimestre después de la ausencia de empleados necesarios para el correcto funcionamiento de las máquinas y los problemas medioambientales que ocurren con los productos de la empresa.

La perspectiva de la empresa es buena debido a que en el último trimestre se ha alcanzado el mayor de los beneficios de la empresa y la vuelta al funcionamiento normal de la fábrica.

	Trim 6	Trim 7	Trim 8	Trim 9	Trim 10
Prod. 1	41	39	44	41	42
% ventas	2,993%	2,206%	3,129%	2,733%	2,459%
Prod. 2	15	31	30	98	32
% ventas	2,492%	4,288%	2,976%	12,358%	2,850%
Prod. 3	15	18	25	20	21
% ventas	2,492%	2,667%	4,464%	3,914%	3,825%

ANÁLISIS DE SERVICIO DE GARANTÍA

El servicio de garantía es una de las prioridades de la empresa y se ha intentado mantener con los tiempos de montaje y las inversiones en investigación y desarrollo. En el trimestre 9 hubo un aumento de los productos 2 devueltos por calidad por lo que se hizo un mayor énfasis en aumentar las horas de montaje y de esta forma se adjudican en el trimestre 10 tan solo un 2.8 % de las ventas.

ANÁLISIS DE VENTAS

- Producto 1

Las ventas en el producto 1 han ido aumentando progresivamente a lo largo de los trimestres y esto es un síntoma de mejora de la empresa. En el trimestre 7 hay un aumento de ventas debido a la cantidad de dinero que se invirtió en publicidad. Esta cifra es prácticamente la misma en el trimestre 10 donde no se invirtió en publicidad por lo que se deduce que nuestros productos tienen muy buena relación calidad precio respecto a los productos del mercado.

Asimismo, se ha alcanzado este beneficio sin contar prácticamente con el mercado de internet puesto que los beneficios pueden ser muchísimo mayores que los que se han obtenido, además nos quedamos sin materia prima en producción por lo que este sería aún más alto.

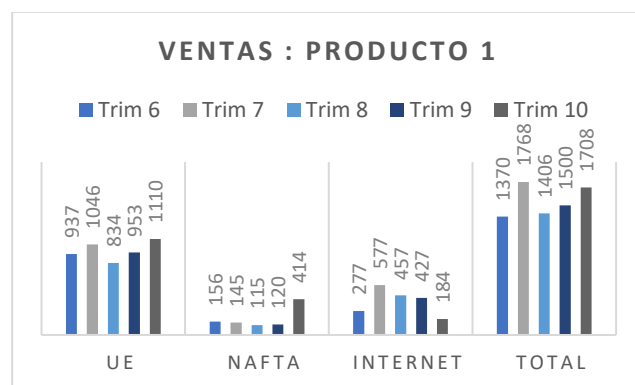


Figura 47 : Ventas producto 1.

- Producto 2

En el producto 2 pasa aproximadamente lo mismo que en el producto 1. Este trimestre es el que mayores ventas tiene comparándolo con el resto. Es necesario tener en cuenta que en este trimestre no se ha invertido nada en publicidad y que todas las ventas que se han conseguido han sido debido al buen prestigio y calidad de la empresa.

- Producto 3

Este producto no es el más relevante y no obtiene prácticamente ingresos comparado con el producto 1 y 2. En un futuro si la inversión en publicidad y en investigación y desarrollo para sacar este producto como novedad y vender más unidades es muy alta se podría hacer un estudio para comprobar si es necesario producirlo y si compensa o se centra la producción en los otros dos productos. A pesar de ello en el último trimestre han subido las ventas tanto respecto al último trimestre. Este número es superior pese al error de adjudicación de la herramienta.

Como conclusión del análisis de ventas se puede observar que el mercado acepta nuestros productos, que en la empresa hubo distintos errores medioambientales y de personal que reducen la cantidad de productos producidos y no obtiene los resultados esperados de la distribución.

Solucionados estos problemas como sucede en el trimestre 10 se consigue que la empresa funcione correctamente y que las ganancias sean muy altas.

ANÁLISIS PERDIDOS O DESTRUIDOS

Como se puede observar el número de pedidos destruidos o perdidos es muy alto y esto tiene como consecuencia que muchos no se entreguen y que la empresa pierda prestigio.

Estos datos nos muestra el informe que se trata de un problema medioambiental o un problema de rotura de máquinas y que necesitan más tiempo para el montaje de estas. Este problema ha perjudicado gravemente a la empresa y teniendo una póliza de tipo 1 no ha podido cubrir los gastos producidos por este problema.

ANÁLISIS DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN, MONTAJE

El personal de producción de montaje cuenta con 5 despidos en el último trimestre, trimestre 10, por lo que solo se tendrán 15 trabajadores disponibles para el próximo trimestre.

Otro dato destacable es el bajo número de bajas naturales que se tiene en esta plantilla de trabajadores, contando con 2 bajas a lo largo de todos los trimestres.

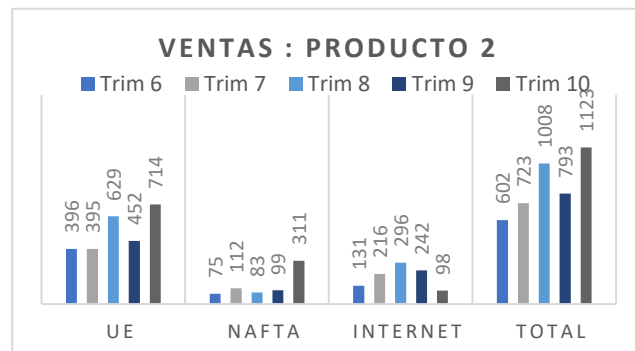


Figura 48: Ventas producto 2.

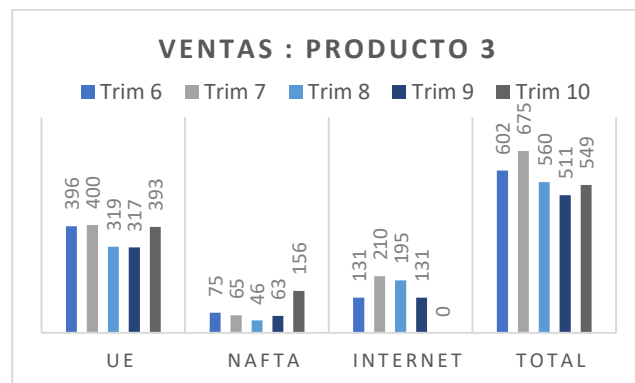


Figura 49: Ventas producto 3.

	Producto 1	Producto 2	Producto 3
Trimestre 6	0	0	0
Trimestre 7	59	48	0
Trimestre 8	62	55	0
Trimestre 9	0	0	0
Trimestre 10	0	1	0

Figura 50: Perdidos y destruidos

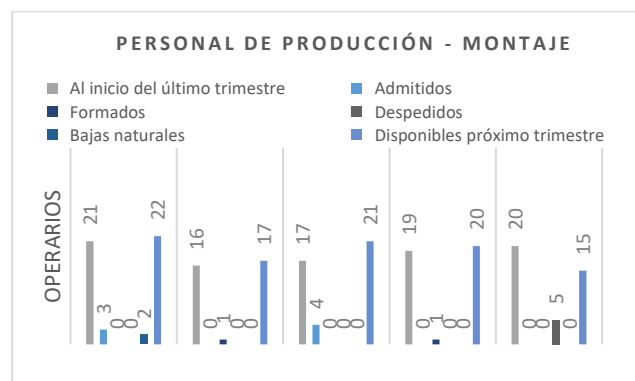


Figura 51: Personal de producción – Montaje.

Cabe resaltar como a lo largo de los diferentes trimestres se ha ido aumentando progresivamente la plantilla de montaje, comenzando esta con 11 trabajadores y llegando a disponer de hasta 21.

ANÁLISIS DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN, MECANIZADO

En cuanto al personal de producción de mecanizado, un dato destacable es el significativo aumento de bajas naturales que se tienen en el último trimestre.

Durante el transcurso de los trimestres se han tenido bastantes bajas naturales de esta plantilla. Asimismo, al inicio del último trimestre en el trimestre 10 se cuenta con un excesivo número de trabajadores, 50 concretamente. Sin embargo, debido a las 22 bajas naturales, solo se cuenta con 34 trabajadores para el próximo trimestre.

Un aspecto positivo es que no ha habido ningún despido.

ANÁLISIS DEL PERSONAL DE MONTAJE

En cuanto al análisis del personal de montaje, se observa como el número de horas de absentismo, ha ido aumentando progresivamente desde el inicio del primer trimestre. Los trimestres en los que se observan un mayor número de horas de absentismo han sido los trimestres 5 y 8 con un total de 227 horas de absentismo. El número de horas de absentismo es muy elevado en comparación con los primeros trimestres.

El trimestre con mayor número de horas utilizadas ha sido el 10, lo cual tiene sentido debido al aumento de personal de producción.

Como aspecto positivo, se destaca la ausencia de huelgas en ninguno de los trimestres.

ANÁLISIS AGENTES Y DISTRIBUIDORES

- **UE**
En cuanto a los agentes y distribuidores de UE se han ido aumentando a lo largo del tiempo, comenzando en 2 agentes y finalizando con 4, esto es debido a la apuesta de BWE por el mercado europeo.
- **NAFTA**
Los agentes y distribuidores de NAFTA se han aumentado hasta llegar hasta 2 agentes y distribuidores.
- **INTERNET**
Internet se ha mantenido en 1 solo agente, debido a que no se le ha considerado fundamental.

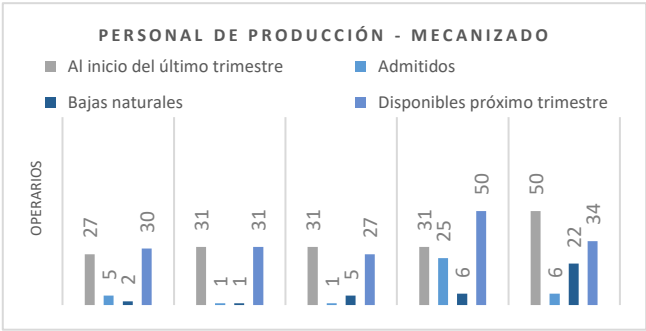


Figura 52: Personal de producción – Mecanizado.

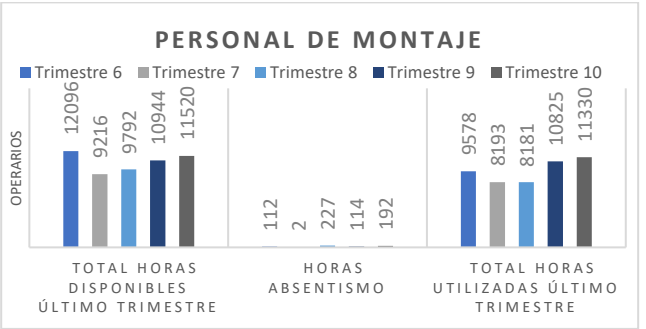


Figura 53: Personal de montaje

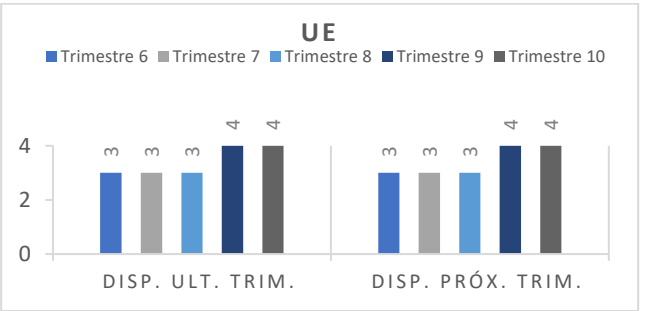


Figura 54: Agentes y distribuidores UE.

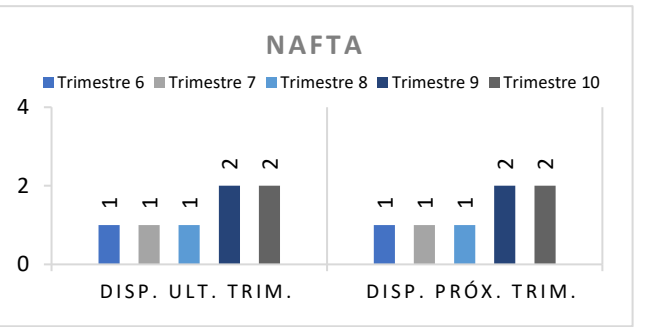


Figura 55: Agentes y distribuidores NAFTA.

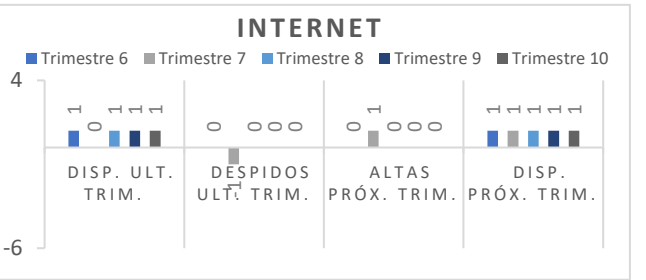


Figura 56: Agentes y distribuidores Internet.

CONCLUSIÓN Y REFLEXIÓN FINAL.

BWE se ha posicionado desde el inicio entre las mejores empresas de su sector. Uno de los indicadores más significativos ha sido el de ingresos por ventas frente al beneficio bruto, el cual ha resultado ser de un 40,18%. Desde un principio se realizan grandes inversiones a cambio de terrenos, edificios, maquinaria, materia prima y publicidad. Gracias a la realización de una buena inversión en publicidad, se puede apreciar un aumento significativo del número de ventas lo que ha significado un buen posicionamiento de la marca en el mercado.

Al aumentar máquinas, BWE se ha visto obligada a aumentar su plantilla, lo que le ha llevado a aumentar sus gastos en salarios. Asimismo, se apostado por formar a los operarios. Debido a este aumento de gastos por la compra de maquinaria, el EBIT paso a ser negativo durante unos meses, sin embargo, el último trimestre volvió a ser positivo. Tal vez hubiese sido más conservador comprar menos maquinas ya que el análisis de la planta se realiza a corto plazo y los gastos de desmantelamiento en caso de vender las maquinas son elevados en comparación con la rentabilidad obtenida.

En cuanto a la situación financiera de la empresa, se tiene un patrimonio neto positivo en cada trimestre, lo que significa que BWE se ha estado financiando con fondos propios en lugar de con financiación externa.

Una de las dificultades con la que se ha tenido que enfrentar la empresa ha sido debido a problemas medioambientales debido a que los productos eran perjudiciales para el medio ambiente. Como consecuencia, el número de pedidos destruidos o perdidos ha sido muy elevado lo que ha llevado que la empresa pierda prestigio. Debido a que la empresa tenía una póliza del tipo 1 no pudo cubrir los gastos producidos por este problema. A pesar del problema mencionado previamente, se aumenta la producción de los productos 1, 2 y 3 en un 149,73%, 136,03% y 101,24% respectivamente.

Otra de las complicaciones a las que se ha tenido que hacer frente ha sido la falta de espacio de almacenamiento debido a la compra de una elevada cantidad de materia prima, así como al aumento de stock que no se ha vendido por internet. La solución adoptada fue contratar espacio.

Gracias a un aumento del número de puertos, la página web ha funcionado correctamente. BWE ha invertido grandes cantidades en la venta por internet y su buen funcionamiento. En cuanto al análisis del personal se aprecia un elevado número de bajas naturales, así como un aumento del número de horas de absentismo. Sin embargo, el último trimestre cuenta con el mayor número de horas utilizadas, lo cual tiene sentido debido al aumento del personal de producción.

Finalmente, otro aspecto destacable ha sido el aumento de la huella de carbono lo cual es consecuencia del aumento de producción que se ha llevado a cabo en la fábrica.

INFORME ECONÓMICO – FINANCIERO BWE.

ANEXO ULTIMA DECISIÓN.

POR FAVOR, COMPRUEBA....		TUS DECISIONES				Año		2012	Trm	5				
		Corporat. Prod.1 Prod.2 Prod.3						Número necesar.				Soporte (€'000)	Comisión %	
Publicidad: (€'000)	Europa	15	5	5	5	Agentes y Distribuidores:	Agentes UE Distribuidores Nafta Distribuidor Internet	4				10		
	Nafta	5	5	5	5			2			8		6	
	Internet	15	5	5	5						9		5	
Precios (€):						Operaciones:								
		Europa	320	485	700	Materia prima ('000) Mantenimiento horas/máquina Número de puertos operador	Actual			3mes		6mes		
		Nafta	330	485	725			21		Turnos			2	
		Internet	370	585	850			6		Desarrollo Web-site				
Cantidades a entregar a: (Entrega incompleta con *)						Personal:								
		Agentes UE	1460	953	517			-5		A formar			0	
		Distribuidores Nafta	709	466	217			13.50						
		Distribuidor Internet	282	159				70		Formación Staff (días)			0	
Calidad:						Finanzas:								
Introducción de Gran Mejora			1	1	1	Acciones a Emitir/Recomprar Préstamos (€'000) Máquinas a comprar Ampliación fábrica (m2)		0		Dividendo (cent./acción)			0	
Investigación y Desarrollo (€'000)			0	0	0			0		Inversiones (€'000)			0	
Tiempos de montaje (minutos)			145	175	325			0		Máquinas a vender			0	
Materias primas Premium (%)			0	0	0			0		Plan de seguro			2	
Subcontratación:						Information:								
Componentes a encargar (unid.)			0	0	0	Cuotas de mercado		0		Actividad empresas			0	

Producción mínima			
Producto 1	1157	879	316
Producto 2	83	129	8
Producto 3	640	407	227

Figura 57. Producción mínima.

Produccion/máquina T5	701.75
Produccion/máquina T6	643.5
Produccion/máquina T7	633.2
Produccion/máquina T8	594.8
Produccion/máquina T9	400.5714286
Produccion/máquina T10	482.8571429

Figura 59. Estimación de producción por máquina.

	Producto 1				
	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
Ventas totales	1370	1768	1406	1500	1708
Servicio de garantía	41	39	44	41	42
Porcentaje defectuosos	2.993%	2.206%	3.129%	2.733%	2.459%
	Producto 2				
	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
Ventas totales	602	723	1008	793	1123
Servicio de garantía	15	31	30	98	32
Porcentaje defectuosos	2.492%	4.288%	2.976%	12.358%	2.850%
	Producto 3				
	Trimestre 6	Trimestre 7	Trimestre 8	Trimestre 9	Trimestre 10
Ventas totales	602	675	560	511	549
Servicio de garantía	15	18	25	20	21
Porcentaje defectuosos	2.492%	2.667%	4.464%	3.914%	3.825%

Figura 58. Información relevante ventas.