

Diagnóstico Financiero y Análisis Bursátil de Bavaria y C.I.A SA

Jessica Lorena Bolaños Ñañez

Marly Sorelly Rodríguez Carrillo

Juan Pablo Salazar Anacona

Asesor

Andrés Ricardo Riveros

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

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

Contaduría Pública

2023

Agradecimientos

Eternamente a Dios por guiar nuestros pasos y por las diferentes oportunidades que nos ha brindado, padres, hermanos, esposo e hijos por su constante motivación y apoyo en nuestra realización profesional. Al docente Andrés Riveros y Edwin Triana por el asesoramiento constante y simpatía en el desarrollo de la propuesta investigativa del Diplomado en Profundización en Finanzas.

A los docentes, Mercedes Zúñiga, Faiber Benavides, Clara Sofía Caviedes por su esforzada labor de formar y enseñar, por brindarnos los métodos e información para alcanzar los objetivos trazados en este proyecto; y especialmente al docente Carlos Pismag por acompañarnos en el progreso universitario, por ser un buen ejemplo como profesional y persona mostrándose como compañero y amigo, sin perder su rol de docente.

Finalmente, a mis compañeros por su cariño y motivación constante para la culminación de esta investigación, Gracias a la vida, por darnos la oportunidad de compartir con personas que aportaron en mayor y menor medida a alcanzar este logro.

Dedicatoria

En primera instancia dedico este logro a Dios por la fortaleza para permitirme llegar hasta este momento de formación académica, a mi esposo William Alberto Quinayás por no soltar mi mano e hijos Juan Camilo Quinayás Bolaños y Ana María Quinayás Bolaños por el apoyo y acompañamiento en este proceso de educación y gran proyecto de vida. (*Jesica Lorena Bolaños Ñañez*)

Dedico la concepción de este proyecto a Dios por las bendiciones recibidas y la guía que ha sido para mí en mi vida. A mi madre Rosa Elvira Anacona por su incondicionalidad y brindarme el mejor motivo de la vida en mi realización como profesional y como persona. (*Juan Pablo Salazar Anacona*)

Concedo este proyecto a Dios y mis hijos Thomas Santiago y Jerónimo Rodríguez por su tiempo y paciencia en el proceso de educación. A mis padres Carmen Carrillo y Mario Rodríguez por impulsarme a ser mejor cada día y creer en mi para alcanzar cada meta. Por otra parte, a mis hermanos Francy, Lorena, Mario y Mauricio por guiarme en mi proceso como profesional. (*Marly Sorelly Rodríguez Carrillo*)

Resumen

La presente investigación aborda la actividad financiera de la compañía Bavaria SAS relacionado a la gestión de los mercados financieros en los contextos internacionales bajo el impacto del marco regulatorio e incidencia de indicadores como resultados de medición para evaluar el rendimiento e impacto de los procesos monetarios de la empresa ostentando los retos globales y cambiantes. En esta medida, se determina las acciones y competencias desarrolladas para llevar a cabo un diagnóstico efectivo mediante el estudio y presentación de los estados financieros y comportamiento en la bolsa de valores a través de indicadores y estrategias corporativas fundamentales en las decisiones de enfoque en la inversión y financiación.

Los periodos en los que se trabajó corresponden a los años 2019, 2020 y 2021 el cual se realizaron estudios verticales y horizontales centrando su ejecución en un modelo cuantitativo frente al comportamiento empresarial con base al apalancamiento financiero, corporaciones listadas en la bolsa de valores, análisis bursátil además de emitir un diagnóstico financiero teniendo en cuenta la presencia de situaciones reales dentro de la temática concerniente a las finanzas.

Palabras claves: Finanzas, indicadores, bolsa de valores, apalancamiento financiero, diagnostico financiero.

Abstract

This research addresses the financial activity of Bavaria SAS company related to the management of financial markets in international contexts under the impact of regulatory frameworks and the influence of indicators as measurement outcomes to evaluate the performance and impact of the company's monetary processes in the face of global and changing challenges. In this regard, the actions and competencies developed to carry out an effective diagnosis are determined through the study and presentation of financial statements and behavior in the stock market, using indicators and corporate strategies for investment and financing decision-making.

The periods analyzed correspond to the years 2019, 2020, and 2021, during which vertical and horizontal studies were conducted, focusing on a quantitative model regarding corporate behavior based on financial leverage, listed corporations in the stock market, stock market analysis, and issuing a financial diagnosis considering the presence of real situations in the field of finance.

Keywords: Finance, indicators, stock market, financial leverage, financial diagnosis.

Tabla de Contenido

Introducción	13
Planteamiento del Problema	14
Justificación	15
Objetivos	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos	16
Marco Conceptual	17
Calidad	17
Consumidor o usuario	17
Garantía	17
Producto	17
Productor	17
Promociones	18
Ofertas	18
Publicidad.....	18
Publicidad Engañosa.....	18
Seguridad:.....	18
Caracterización de la Problemática.....	20
Descripción.....	20
Misión.....	20
Visión	20
Delimitación.....	21

Definición	24
Estados de Situación Financiera Separados.....	27
Activo	28
Pasivo	28
Patrimonio	29
Análisis Estados Financieros The Coca Cola Company de los Años 2022-2021-2020	33
Margen Neto de Rentabilidad	34
Rotación del Activo.....	34
Multiplicador de Apalancamiento.....	35
Sistema Dupont	36
Rentabilidad de Patrimonio.....	36
Fondo de Maniobra	37
Defensa de la Propuesta	38
Análisis del Entorno Macroeconómico y Sectorial	40
Análisis Estratégico y Competitivo de la Empresa.....	42
Análisis de la Empresa en su Tamaño y los Activos que la Conforman.	44
Indicadores Financieros Clave.....	45
Árbol de Rentabilidad	47
Rentabilidad ROCE	50
Avances Metodológicos del Proyecto.....	51
Discusión de los Resultados del Trabajo.....	51
Conclusiones del Diagnostico	52
Recomendaciones	53

Avances en el Desarrollo de Contenidos	54
EBITDA 2019	54
EBITDA 2020	54
EBITDA 2021	54
ROCE	54
Capital Empleado	54
Propósito.....	55
Análisis de Sensibilidad	57
Efectos en ROCE causados \uparrow y \downarrow del 1% en NNEP o Porcentaje de Gastos No Operativos Netos	58
Nuevo Cálculo del Costo del Patrimonio.....	62
Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital	64
Nivel de Endeudamiento de la Empresa Analizada	65
Análisis del Grado de Apalancamiento Operativo.....	68
Contexto Histórico Financiero Bavaria S.A.	71
Entrada de Nuevos Aportantes de Capital y Crecimiento de sus Operaciones.....	71
Primera Salida a Bolsa	72
¿Cómo se Llevó a Cabo el Proceso?	72
Qué Condiciones lo Motivaron a Convertirse en una Corporación	74
Estructura Financiera Actual.....	76
¿Cómo ha Evolucionado esta Estructura Financiera?	76
Preguntas a Profundidad	78
Las Futuras Líneas de Análisis que se Podrían Considerar	79

Limitaciones del Proyecto.....	80
Recomendaciones	81
Conclusiones	82
Referencias.....	84

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Margen Neto de Rentabilidad</i>	34
Tabla 2 <i>Rotación de Activos</i>	35
Tabla 3 <i>Multiplicador de Apalancamiento</i>	35
Tabla 4 <i>Sistema DUPONT</i>	36
Tabla 5 <i>Rentabilidad del Patrimonio</i>	36
Tabla 6 <i>Fondo de Maniobra</i>	37
Tabla 7 <i>Rentabilidad ROCE</i>	50
Tabla 8 <i>ROCE</i>	54
Tabla 9 <i>Capital Empleado</i>	55
Tabla 10 <i>NOA</i>	55
Tabla 11 <i>RNOA</i>	56
Tabla 12 <i>FLEV</i>	56
Tabla 13 <i>NNEP</i>	56
Tabla 14 <i>ROCE</i>	57
Tabla 15 <i>ROCE: 2019, 2020, 2021</i>	57
Tabla 16 <i>Coste de la Deuda K_d</i>	57
Tabla 17 <i>NNEP</i>	58
Tabla 18 <i>FLEV</i>	59
Tabla 19 <i>RNOA</i>	60
Tabla 20 <i>Apalancamiento Financiero</i>	61
Tabla 21 <i>Coste de la Deuda</i>	61
Tabla 22 <i>Efectos entre AF \uparrow y \downarrow del 1% en K_d</i>	61

Tabla 23 <i>Costo de Patrimonio</i>	63
Tabla 24 <i>Costo de la Deuda</i>	63
Tabla 25 <i>Rentabilidad del Mercado</i>	64
Tabla 26 <i>Beta β</i>	64
Tabla 27 <i>Ke</i>	64
Tabla 28 <i>Calculo Tasa de Impuesto</i>	65
Tabla 29 <i>WACC</i>	65
Tabla 30 <i>Índice de Endeudamiento Bavaria y CIA S.C.A.</i>	66
Tabla 31 <i>Índice de Endeudamiento Cervecería La Unión S.A</i>	66
Tabla 32 <i>Índice de Endeudamiento Cervecería del Valle S.A</i>	66
Tabla 33 <i>Relación Deuda Patrimonio</i>	68
Tabla 34 <i>Apalancamiento Operativo</i>	68
Tabla 35 <i>Utilidad Antes de Impuesto UAI</i>	68
Tabla 36 <i>Utilidad Después de Interés e Impuesto</i>	69
Tabla 37 <i>Utilidad por Acción GPA</i>	69
Tabla 38 <i>Grado de Apalancamiento Financiero GAF</i>	69
Tabla 39 <i>Grado de Apalancamiento Total</i>	69
Tabla 40 <i>Ratio Cobertura de Interés</i>	70

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Delimitación Política de Cundinamarca</i>	21
Figura 2 <i>Mapa de Cundinamarca</i>	22
Figura 3 <i>Dirección Principal Cr 53a # 127 – 35 Bogotá - Bavaria S.A</i>	23
Figura 4 <i>Estados de Situación Financiera</i>	27
Figura 5 <i>Estado de Resultados</i>	29
Figura 6 <i>Flujo de Efectivo</i>	31
Figura 7 <i>Árbol de Rentabilidad</i>	47
Figura 8 <i>Árbol de Rentabilidad Bavaria 2019, 2020, 2021</i>	48
Figura 9 <i>ROE</i>	48
Figura 10 <i>NNEP</i>	58
Figura 11 <i>FLEV</i>	59
Figura 12 <i>RNOA</i>	60
Figura 13 <i>Costo de la Deuda</i>	62

Introducción

Dentro de la temática de las finanzas en las diferentes organizaciones ostenta el crecimiento o deterioro de las compañías, teniendo en cuenta las diversas variables que involucran las dinámicas de los mercados financieros se logra determinar la viabilidad al igual que las oportunidades, ventajas y desventajas para su desarrollo; en esta medida, Bavaria S.A. interpone el crecimiento financiero a través de las inversiones o entidades financieras que permiten fortalecer el capital y capital de trabajo frente a la deuda que incurre el crecimiento de las operaciones financieras como actividad económica.

Posteriormente, Bavaria S.A en el desarrollo sostenible de la actividad económica es considerada entre las principales empresas más grande de Colombia, debido a la variedad de productos que satisfacen a los consumidores, así mismo es una de las empresas más potenciales en la generación de empleo mediante el desarrollo y sostenimiento dentro del país como a las familias colombianas. Por ende, la empresa Bavaria maneja tecnología de alta calidad que le permite la comercialización, y exportación en los mercados de dentro y fuera del país, adecuado a la sólida estrategia comercial.

De esta manera, la presente investigación pretende abordar los aspectos más relevantes de la empresa Bavaria S.A. como es el inicio de la actividad económica, participación en el mercado de valores, configuración de la estructura financiera, participación y estructura accionaria, con el fin de analizar la integración de los sistemas de gestión de la entidad desde los procesos y restricciones o inconvenientes al convertirse en corporación analizando el resultado de los indicadores financieros.

Planteamiento del Problema

Es indispensable el desarrollo de esta investigación, dado la cantidad de personas influenciadas por la actividad comercial de Bavaria, entendiendo que esta representa la cervecería más influyente del país, sin embargo, es fundamental los estudios, por la creciente cultura de consumo de bebidas alcohólicas, como está demostrado en los estados de ventas de la empresa Bavaria.

Por otra parte, el diagnóstico financiero enmarca los impactos que genera el consumo masivo de alcohol dentro de la sociedad, por ende, el descrito por la ley 1480 de 2011, resalta proteger al consumidor, a partir del reconocimiento de los riesgos presentes en el consumo de alcohol para la salud y seguridad ciudadana, por ello, es clave que los consumidores tengan acceso a la información específica acerca del contenido del producto, para tener un juicio adecuado de lo que se consume.

A raíz de los estudios, se representa la oportunidad de educar al consumidor y que posean la libertad de generar opiniones y decisiones mediante la información acerca del producto consumido para tener en cuenta las posibles afectaciones del uso, además de incentivar a las empresas al mejor uso de la publicidad en pro de evitar infracciones de las normas debido a la publicidad, información y promociones engañosas de las campañas por parte de las organizaciones.

En consecuencia, la protección de los menores repercute especialmente debido que el consumo masivo no se limita a los espacios públicos y recreativos, mostrando a los menores una alta capacidad de adopción de estas prácticas desde la temprana edad, lo cual está prohibido por el código de infancia y adolescencia.

Justificación

Es indispensable el desarrollo de esta investigación, dado la cantidad de personas influenciadas por la actividad comercial de Bavaria, entendiendo que esta representa la cervecería más influyente del país, sin embargo, es fundamental los estudios, por la creciente cultura de consumo de bebidas alcohólicas, como está demostrado en los estados de ventas de la empresa Bavaria.

Por otra parte, el diagnóstico financiero enmarca los impactos que genera el consumo masivo de alcohol dentro del sociedad, por ende, el descrito por la ley 1480 de 2011, resalta proteger al consumidor, a partir del reconocimiento de los riesgos presentes en el consumo de alcohol para la salud y seguridad ciudadana, por ello, es clave que los consumidores tengan acceso a la información específica acerca del contenido del producto, para tener un juicio adecuado de lo que se consume.

A raíz de los estudios, se representa la oportunidad de educar al consumidor y que posean la libertad de generar opiniones y decisiones mediante la información acerca del producto consumido para tener en cuenta las posibles afectaciones del uso, además de incentivar a las empresas al mejor uso de la publicidad en pro de evitar infracciones de las normas debido a la publicidad, información y promociones engañosas de las campañas por parte de las organizaciones.

En consecuencia, la protección de los menores repercute especialmente debido que el consumo masivo no se limita a los espacios públicos y recreativos, mostrando a los menores una alta capacidad de adopción de estas prácticas desde la temprana edad, lo cual está prohibido por el código de infancia y adolescencia.

Objetivos

Objetivo General

Evaluar el impacto de la ley 1480 de 2011 a los estados financieros de la empresa Bavaria & CIA SAS en los años 2019, 2020 y 2021.

Objetivos Específicos

Sintetizar la información obtenida de los estados financieros a partir del comportamiento, organizacional según los años 2019, 2020 y 2021.

Comprender la aplicación de la ley 1480 de 2011 enfocada en la protección del consumidor y el conocimiento de los productos en el mercado de Colombia.

Analizar indicadores financieros para determinar la capacidad operativa y productiva de Bavaria & CIA SAS de los años 2019, 2020 y 2021.

Estimar a través del árbol de rentabilidad las variables de los indicadores financieros descritas y el impacto de la ley 1480.

Marco Conceptual

Teniendo en cuenta el marco conceptual de la ley 1480 de 2011, se destacan conceptos aplicativos al desarrollo del proyecto, enfocado al consumo, eficiencia del producto y la seguridad de la información.

Calidad

Es una condición que un producto debe cumplir. Esta condición está estipulada en parámetros que forjan el total “de responsabilidades y características centradas en un bien o también servicio que afectan a la capacidad de concluir con necesidades expresas o implícitas” (Universidad Veracruz 2017).

Consumidor o usuario

“Es referido el “consumidor” cuando por parte de una persona natural o física adquiere un bien, y a “usuario” cuando el mismo contrata un servicio” Comunidad de Madrid (2020).

Garantía

“Es una herramienta o mecanismo para dar por asegurado el ser responsable de una obligación y así dar cumplimiento y garantizar la protección de los derechos de alguna de ambas partes que conforman una relación de carácter comercial o jurídica” Roldan P.N. (2020).

Producto

Un bien o servicio prestado.

Productor

Es quien produce, fabrique, ensamble, o importe productos ya sean de manera directa o indirecta.

Promociones

Es una herramienta que busca influir en el comportamiento de las personas a favor del producto ofrecido comercialmente. Esto da fuerza a los productos o servicios, haciéndolos conocidos, convincentes e inolvidables.

Ofertas

“Dentro de los términos de la economía, bienes y servicios en cantidad, que tiene disponibilidad dentro de lo que los oferentes están dispuestos a obtener y vender dentro del mercado a precios convenientes” Economipedia Steven J.P (2020).

Publicidad

La publicidad es la acción de llamar la atención pública sobre un producto o servicio. La forma de hacerlo es a través de los anuncios, que pueden aparecer en todo tipo de medios y soportes (periódicos, publicidad callejera, televisión, internet, radio, etc.) (Clickprinting 2020).

Publicidad Engañosa

Se considera engañosa toda información contenida en la propaganda comercial, marca o leyenda, incluida la presentación del producto, que de cualquier manera induzca a error o pueda inducir a error a los consumidores o personas a las que se dirige y que puede afectar su comportamiento económico. (Superintendencia de industria y comercio 2021).

Seguridad:

La seguridad es la ausencia de peligro, esto por la razón de que se presta atención a que este se desvanezca con ayuda de diferentes tipos de estrategias y herramientas, dependiendo de cuál sea la razón por la que se sugirió incluir esas estrategias.

En este orden de ideas, y entendiendo la capacidad comercial de la empresa Bavaria, desarrollamos a modo de ilustración un fenómeno financiero al cual están expuestas las empresas

o inversiones en el desarrollo de sus actividades productivas o comerciales, este es llamado apalancamiento y puede ser descrito de manera positiva o negativa, según se determine la productividad de la inversión realizada. El apalancamiento financiero positivo se da cuando el rendimiento de la inversión es superior al costo de la deuda en que se ha incurrido. Por otro lado, Apalancamiento financiero negativo. Se da cuando el rendimiento de las inversiones realizadas con la deuda, es inferior al costo de la deuda (Gerencie, 2021).

En este orden de ideas, el apalancamiento financiero refiere el nivel de endeudamiento frente al propio capital, sin embargo, no infiere si positivo o es negativo, es decir, si es más grande es el apalancamiento o el llamado endeudamiento, aumenta el riesgo en lo financiero.

Caracterización de la Problemática

Descripción

Bavaria es una industria que cuenta con una serie de etapas para una óptima producción, como es la manipulación y suministro de materia prima, adaptación de instalaciones e implementación de un plan sanitario; puesto que la actividad comercial enmarca la venta de bebidas y cumple un papel importante en las celebraciones dentro de la sociedad.

En esta medida, en Bavaria no preocupamos y generar conciencia en el consumo inteligente teniendo como meta objetiva disminuir el consumo que en exceso pasaría a ser malo para la salud. ¡La celebración hace parte de nuestro negocio! Por eso nos centramos en que cada momento sea inolvidable y que quienes consumen nuestros productos tengan momentos de alegría y sanos.” (Bavaria, s.f.).

De esta manera, la producción de las bebidas infiere de una práctica adecuada, en aras de evitar llegar a afectar la cadena de producción, proporcionando al cliente bebidas de alta calidad.

Misión

La misión de Bavaria es obtener un crecimiento dentro del mercado correspondiente a las bebidas a fin de vender y obtener un consumo elevado en el mercado. Además queremos que nuestro portfollio de bebidas se posiciones en el primer lugar en cuanto a la elección de nuestros clientes y en los diferentes sectores del mercado. (A, 2022).

Visión

Según A, (2022) “Bavaria es una de las primeras fabricantes de cervezas en el mundo, esto a razón de su variedad en las marcas que esta posee y catálogo de bebidas. Con lo anterior, Con esto, de manera creciente con SABMiller y la acogida por parte de los colombianos por tanto tiempo”.

Delimitación

La formulación del problema se centrada geográficamente en Cundinamarca, departamento de Colombia. Este se encuentra ubicado en la región andina, en el centro del país, en división con Boyacá, en dirección este y sur con el departamento de Meta, en dirección también sur con el Huila y oeste con el Tolima y Caldas.

La oficina principal de Bavaria está ubicada en la ciudad de Bogotá D.C. en la Cra. 53a # 127 – 35.

Figura 1

Delimitación Política de Cundinamarca



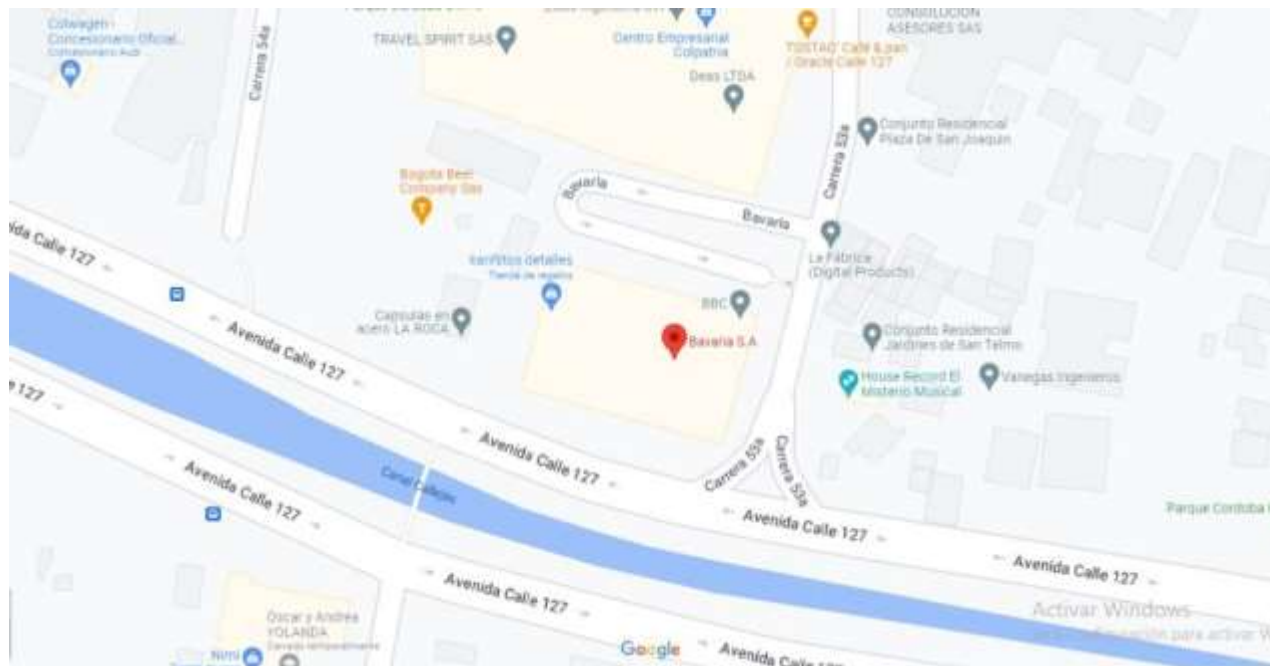
Nota: L. (s. f.). mapa vectorial administrativo y político del Departamento Colombiano de Cundinamarca 265366978. Depositphotos.

Figura 2*Mapa de Cundinamarca*

Nota: Obtenido de Salazar, C. (2019, 10 mayo). Mapa de Colombia para pintar e imprimir en PDF más vector.

Figura 3

Dirección Principal Cr 53a # 127 – 35 Bogotá - Bavaria S.A



Nota: Mapa extraído de Google Maps. (2023). Google Maps.

El tiempo destinado para la investigación es desde el 20 de febrero al 28 de mayo, el cual abarca la problemática del impacto de la ley 1480 de 2011 en los estados financieros de BAVARIA & CIA SAS en Bogotá. Finalmente, los recursos que se tienen para que la investigación sea concisa y acertada son las evidencias obtenidas sobre el caso en estudio, estados financieros de la empresa e informes de gestión.

Definición

En el año 1889, el día 4 de abril se registró en la capital colombiana la adquisición de un lote para empezar la estructuración de una industrializadora de cervezas, la cual se llevaría a cabo por inmigrantes alemanes, pero el siguiente año esta misma sociedad se disolvió y se creó la empresa Bavaria Cops empezando así a lanzar sus primeros productos (OBANDO, 2020, 0m24s).

Durante el cumplimiento de los cien años de la independencia de Colombia, en el año 1911, se utilizó la figura de Policarpo Salavarría en una de sus cervezas, llegando a ser una de las más memorables, así mismo como en 1913 se lanzó la cerveza águila, en 1922 empezó su etapa de asociación fusión y alianzas en mercados internacionales ya que en este año se decidió vender gran parte de sus acciones a la cervecera holandesa Henlo End con el fin de recaudar recursos para ampliar plantas y mejorar el proceso industrial (OBANDO, 2020, 0m55s).

En 1922 cuando Colombia entró en crisis generando poco consumo de los productos por sus altos precios, Bavaria propuso una sociedad anónima de participación accionaria y así se extendió con la centralización del control de mercado cervecero nacional. Después de este punto la empresa realizó varias alianzas, Bavaria invirtió en otros mercados tales como aguas embotelladas y bebidas no alcohólicas permitiéndole participar en embotelladoras, fabricación de jugos y otros productos en los países en los cuales tenía en los países en los cuales estaba presente como Bolivia, Ecuador, Perú, Panamá, Costa Rica y Chile (OBANDO, 2020, 1m28s).

Dentro de la consolidación interna, una de las características de esta etapa fue la estrategia que tuvo Bavaria para posicionarse como la cervecera más grande y poderosa del país, esta estrategia consistió en la compra de las empresas competidoras, con la lucha constante por la

profundización y dominio de los mercados locales y de la región, dando cabida a nuevas marcas con mejores precios (OBANDO, 2020, 1m48s).

Bavaria compro Haendel en el año 1930, la cervecera continental de Medellín y creo el consorcio con el cual se ampliaría su nombre, Bavaria, que incorporo después a la colombiana cervecera de Manizales y su marca principal Póker, así como otras fábricas cerveceras en Santa Marta, Cali, Pereira y Honda (OBANDO, 2020, 2m07s).

Asimismo, siguió innovando con productos tales como Pony Malta y Costeñita, lanzadas en 1953 y 1954. Al adquirir la cervecera clausen en el año 1958, una de las más grandes de Colombia ubicada en Floridablanca, y la inauguración de la cervecera de Nariño en el año 1962 se dio por terminado el programa de expansión iniciado en los años 40 (OBANDO, 2020, 2m29s).

Sobre la consolidación internacional, en 1963 Bavaria tuvo muy buenos resultados debido a que decidió exportar hacia Nueva York y Miami, en la década de los 80 Clausen Export salió al mercado ecuatoriano como la primera cerveza en lata, controlando en la cervecera andina de Quito y de Guayaquil. Por este gran paso, Bavaria coloco sus acciones en la bolsa de valores de Colombia por primera vez (OBANDO, 2020, 2m57s).

En 1993 Bavaria y C.I.A SA intervino con las bebidas sin alcohol mostrando sus nuevas marcas de jugos y refrescos Bavaria con productos como; Brisa, Tutti Frutti, Konga, Link y Soda Wizz y abrió varias plantas embotelladoras en todo el país (OBANDO, 2020, 3m14s).

Llega la crisis económica a Colombia con el presidente César Gaviria, por ese motivo el grupo Ardila Lule, el único que le hizo competencia a Bavaria, vendió el 44.2% de las acciones de la cervecera Leona a Bavaria. En el 2000 en la empresa decidió dar cierre a las plantas encargadas de embotellar los refrescos de Bavaria y en el 2006 dejo de ser propietaria de la

planta de jugos a través de la venta y concreto esta con vendérsela a Postobón (OBANDO, 2020, 3m38s).

En la etapa de inversión extranjera directa, en el 2001 y adquirió el 91.5% de la cervecería nacional de Panamá, en el 2002 compro el 24.5% de las acciones del Backus de Perú, en el 2003 amplió su participación hasta casi el 50% de las acciones que poseía la Cervecería Polar de Venezuela, para el 2004 ya se constituía en el 10° grupo cervecero más grande del mundo y finalmente en octubre del 2005 el accionista mayoritario quien era Julio Mario Santo Domingo poseedor del 71.8% de las acciones de Bavaria Unieron la compañía con la gigante de cervezas Anglo Sudafricana SAB MILLER (OBANDO, 2020).

Estados de Situación Financiera Separados.

Figura 4

Estados de Situación Financiera

Millones de pesos	2021	2020	2019	ANALISIS VERTICAL			ANALISIS HORIZONTAL 2021		ANALISIS HORIZONTAL 2020	
				2021	2020	2019	Variación absoluta	Variación relativa	Variación absoluta	Variación relativa
ACTIVO NO CORRIENTE										
Activos intangibles	153.478	142.221	137.597	1%	2%	1%	11.257	8%	4.624	3%
Inversiones	4.212.399	3.605.740	3.961.006	41%	38%	40%	606.659	17%	-355.266	-9%
Activos financieros	5.120	3.966	4.693	0%	0%	0%	1.154	29%	727	-15%
Propiedad planta y equipo	2.899.401	2.497.448	2.443.597	28%	26%	25%	401.953	16%	53.851	2%
Clientes y otras cuentas por cobrar	22.883	8.341	8.606	0%	0%	0%	14.542	174%	265	-3%
Instrumentos financieros y derivados	58	-	-	0%	0%	0%	58	#,DIV/0!	-	#,DIV/0!
Total no corriente	7.293.339	6.257.716	6.555.499	71%	66%	67%	1.035.623	17%	-297.783	-5%
CORRIENTES										
Inventarios	359.752	281.917	286.627	4%	3%	3%	77.835	28%	4.710	-2%
Clientes y otras cuentas por cobrar	1.433.775	974.733	2.661.582	14%	10%	27%	459.042	47%	-1.686.849	-63%
Activos por impuestos corrientes	211.714	247.758	232.560	2%	3%	2%	-36.044	-15%	15.198	7%
Instrumentos financieros derivados	121.423	16.656	13.431	1%	0%	0%	104.767	629%	3.225	24%
Efectivo y equivalente de efectivo	830.548	1.693.586	72.248	8.1%	18%	1%	-863.038	-51%	1.621.338	2244%
Total corriente	2.957.212	3.214.650	3.266.448	29%	34%	33%	-257.438	-8%	51.798	-2%
TOTAL DEL ACTIVOS	10.250.551	9.472.366	9.821.947	100%	100%	100%	778.185	8%	-349.581	-4%
PASIVO NO CORRIENTE										
Beneficios post-empleo	247.100	290.295	283.640	4%	4%	5%	-43.195	-15%	6.655	2%
Provisiones	193.276	197.172	292.475	3%	3%	5%	-3.896	-2%	-95.303	-33%
Pasivos por impuesto diferidos	130.347	173.632	283.284	2%	3%	5%	-43.285	-25%	-109.652	-39%
Proveedores y otras cuentas por pagar	2.541.933	3.295.922	2.595.194	39%	48%	43%	-753.989	-23%	700.728	27%
Obligaciones financieras	56.714	52.943	55.574	1%	1%	1%	3.771	7%	2.631	-5%
Pasivos por arrendamiento	1.502	18.277	10.224	0%	0%	0%	-16.775	-92%	8.053	79%
Total no corriente	3.170.872	4.028.241	3.520.391	49%	59%	58%	-857.369	-21%	507.850	14%
CORRIENTES										
Proveedores	2.976.462	2.376.540	2.117.052	46%	35%	35%	599.922	25%	259.488	12%
Obligaciones financieras	19.923	38.129	38.168	0%	1%	1%	-18.206	-48%	39	0%
Instrumentos financieros derivados	3.710	85.127	33.121	0%	1%	1%	-81.417	-96%	52.006	157%
Provisiones para otros pasivos y gastos	151.835	152.892	71.525	2%	2%	1%	-1.057	-1%	81.367	114%
Pasivos por arrendamiento	793	448	1.199	0%	0%	0%	345	77%	751	-63%
Pasivos por impuesto corriente	138.181	164.316	308.253	2%	2%	5%	-26.135	-16%	-143.937	-47%
Total corriente	3.290.904	2.817.452	2.569.318	51%	41%	42%	473.452	17%	248.134	10%
TOTAL DEL PASIVO	6.461.776	6.845.693	6.089.709	100%	100%	100%	-383.917	-6%	755.984	12%
PATRIMONIO										
Capital ordinario	791	791	791	0%	0%	0%	-	0%	-	0%
Prima emisión	142.296	142.296	142.296	4%	5%	4%	-	0%	-	0%
Reservas	1.814.769	1.757.088	2.123.138	48%	67%	57%	57.681	3%	-366.050	-17%
Pérdidas acumuladas	-	925.079	-888.711	-24%	-34%	-24%	-36.368	4%	-	0%
Utilidad del ejercicio	2.755.998	1.615.209	2.354.724	73%	61%	63%	1.140.789	71%	-739.515	-31%
TOTAL DEL PATRIMONIO	3.788.775	2.626.673	3.732.238	100%	100%	100%	1.162.102	44%	-1.105.565	-30%
TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO	10.250.551	9.472.366	9.821.947							

Nota: Sacado de los informes de Bavaria de los años 2019, 2020 y 2021.

De acuerdo a la composición de la estructura financiera y basado en el análisis vertical y horizontal del periodo contable 2019, 2020 y 2021 de la empresa Bavaria & CIA S.C.A se expresa las siguientes variaciones:

Activo

En el estado de situación financiera a fecha de término 31 de diciembre del año 2021 muestra un resultado en los activos de \$ 10.250.551 millones a diferencia a 31 de diciembre de 2021 con un total de activos de \$ 9.472.366 millones; lo que representa una variación a favor de 8,2%; destacando sus principales componentes como inversiones equivalentes a \$4.212.399 representado en un 41.1% en relación al activo total; es decir, un 3% mayor frente al 31 de diciembre de 2020, esto con razón de que al aplicar el método de participación más la recomposición de acciones en la sociedad vinculadas.

Posteriormente, Propiedad Planta y Equipo por un total \$ 2.899.401 millones ostenta un incremento de del 28% del total de los activos, lo que refleja un incremento del 2% con base al año 2020. Finalmente, en el efectivo y el equivalente al efectivo no muestra una cifra por \$830.548 millones, que son el equivalente a 8,1% de lo que es el activo total, presentando una disminución del 51% comparado al 2020. La razón de ello, también que los certificados de inversión con Bran bev.

Pasivo

En el total del pasivo se alcanzó la cifra \$6.461,776 millones, estos representan un 63% del total. Los componentes principales se dividen entre los proveedores y otras cuentas por pagar de largo y corto plazo. Esta cifra se presenta por \$5.518,395 millones, que representan un porcentaje del 85,4% del pasivo. En este se presenta una disminución de 2,7% comparado con el año 2020, esto por las cuentas por pagar que disminuyeron. Las provisiones también presentan una disminución del 1,4%, por el uso de provisiones y litigios.

Patrimonio

En la cifra de \$3.788,775 millones se situó el patrimonio, mostrando como registro un incremento del 44,2% comparado con el año 2020, esto por causa de mayor utilidad del periodo y a los dividendos pagados.

Figura 5

Estado de Resultados

Millones de pesos	2021	2020	2019	ANALISIS VERTICAL			ANALISIS HORIZONTAL		ANALISIS HORIZONTAL 2020	
				2021	2020	2019	Variación absoluta	Variación relativa	Variación absoluta	Variación relativa
Ingresos Ordinarios	4.917.901	3.954.842	4.535.456	100%	100%	100%	963.059	24%	580.614	-13%
Costos de producción	- 1.797.714	- 1.213.429	- 1.291.287	-37%	-31%	-28%	-584.285	48%	77.858	-6%
Costos variables	- 152.536	- 174.326	- 133.901	-3%	-4%	-3%	21.790	-12%	40.425	30%
Utilidad bruta	2.967.651	2.567.087	3.110.268	60%	65%	69%	400.564	15,60%	543.181	-17%
Gastos de distribución	- 302.583	- 226.769	- 292.879	-6%	-6%	-6%	-75.814	33%	66.110	-23%
Gastos de mercado	- 288.122	- 186.263	- 279.111	-6%	-5%	-6%	-101.859	55%	92.848	-33%
Gastos fijos	- 778.724	- 670.768	- 681.640	-15,83%	-17%	-15%	-107.956	16%	10.872	-1,59%
Otros ingresos (gastos),neto	782.921	- 100.951	259.522	16%	-3%	6%	883.872	-876%	360.473	-139%
Utilidad operacional	2.381.143	1.382.336	2.116.160	48%	35%	47%	998.807	72%	733.824	-35%
Ingresos (gastos) financieros, neto	- 387.322	- 324.401	- 164.000	-8%	-8%	-4%	-62.921	19%	160.401	98%
Método de participación	1.082.997	800.291	980.132	22%	20%	22%	282.706	35%	179.841	-18%
Utilidad antes de impuestos	3.076.818	1.858.226	2.932.292	63%	47%	65%	1.218.592	66%	1.074.066	-37%
Provisiones para impuestos sobre la renta	- 320.820	- 243.017	- 577.568	-7%	-6%	-13%	-77.803	32%	334.551	-58%
Utilidad neta	2.755.998	1.615.209	2.354.724	56%	41%	52%	1.140.789	71%	739.515	-31%
Utilidad neta por acciones básicas con operaciones continuadas en pesos colombianos	11190.46	6558.40	9561.13							

Nota: Sacado de los informes de Bavaria de los años 2019, 2020 y 2021.

La compañía Bavaria ostenta una utilidad bruta para el año 2021 de \$2.967.651 millones principalmente por el volumen de venta y menor costos de producción, siendo un equivalente del 15,60% con respecto al año 2020 que registro un 2% en incremento.

De esta manera, los gastos de operación presentaron disminución en un 50,5% esto por un Mayor gasto de mercadeo, un aumento en la inversión en publicidad actualizada o digital,

patrocinio al deporte y eventos importantes o de marca, sumado los gastos usados para la prevención del Covid-19. En la utilidad operacional observamos que en el 2021 fue de \$2.831,143, representando un aumento del 72,3% con similitud al año al año 2020. El margen operacional mostro un incremento del 48,8% frente al año anteriormente mencionado, presentando una mayor utilidad y disminución de tarifas de renta con los siguientes porcentajes: 32% al 31%.

Figura 6

Flujo de Efectivo

Millones de pesos	31/12/2021	31/12/2020	31/12/2019	ANÁLISIS VERTICAL			ANÁLISIS HORIZONTAL 2021		ANÁLISIS HORIZONTAL 2020		
				2021	2020	2019	A 2020		A 2019		
				100%	100%	100%	1.140.789	71%	- 739.515	-31%	
Flujos de efectivo originados en actividad de operación											
Utilidad neta	2.755.998	1.615.209	2.354.724	100%	100%	100%	1.140.789	71%	- 739.515	-31%	
Ajustes a los resultados:											
Depreciaciones de propiedad planta y equipo de su uso propio	274.549	256.269	266.640	10%	16%	11%	18.280	7%	- 10.371	-4%	
Depreciaciones de activos por derechos de uso	41.523	40.826	-	2%	3%	0%	697	2%	40.826	#DIV/0!	
Amortizaciones de activos intangibles	25.995	29.788	51.376	1%	2%	2%	3.793	-13%	- 21.588	-42%	
Provisiones de cuentas financieras por cobrar	- 1.869	849	417	0%	0%	0%	- 2.718	-320%	432	104%	
Provisión de inventarios	- 415	- 377	- 179	0%	0%	0%	- 38	10%	- 198	111%	
Método de participación	- 1.082.997	- 800.291	- 980.132	-39%	-50%	-42%	- 282.706	35%	179.841	-18%	
Provisión procesos judiciales y laborales	- 60.769	- 13.936	- 135.913	-2%	-1%	-6%	- 46.833	336%	121.977	-90%	
Provisión para impuesto sobre la renta	320.820	243.017	577.565	12%	15%	25%	77.803	32%	- 334.548	-58%	
Intereses por adelantamientos	7.574	12.763	-	0%	1%	0%	5.189	-41%	12.763	#DIV/0!	
Pérdida en venta y/o bajas de propiedad planta y equipo	15.855	24.604	4.574	1%	2%	0%	8.749	-36%	20.030	438%	
Efecto por fusión en resultados	3.223	-	-	0%	0%	0%	3.223	#DIV/0!	-	#DIV/0!	
Utilidad operacional antes de cambios en el capital de trabajo	2.354.180	1.408.721	2.139.072	85%	87%	91%	945.459	67%	- 730.351	-34%	
Cuentas financieras por cobrar	13.671	32.653	61.666	0%	2%	3%	- 18.982	-58%	- 29.013	-47%	
Activos por instrumentos financieros por derivados	-	-	56.194	0%	0%	2%	-	#DIV/0!	- 56.194	-100%	
Inventarios	- 76.669	- 5.087	- 16.085	-3%	0%	-1%	- 81.756	-1607%	21.172	-132%	
Activos Financieros	-	-	639	0%	0%	0%	-	#DIV/0!	- 639	-100%	
Cuentas por cobrar intercompañías	- 569.110	1.653.612	- 158.250	-21%	102%	-7%	- 2.222.722	-134%	1.811.862	-1145%	
Activos por impuestos corrientes	40.282	- 15.198	- 30.148	1%	-1%	-1%	55.480	-365%	14.950	-50%	
Pasivos por instrumentos financieros derivados	-	-	9.820	0%	0%	0%	-	#DIV/0!	- 9.820	-100%	
Pasivos por impuestos corrientes	- 346.955	- 386.955	- 308.103	-13%	-24%	-13%	40.000	-10%	- 78.852	26%	
Pasivos por impuestos diferidos	- 38.696	- 103.694	- 6.663	-1%	-6%	0%	64.998	-63%	- 97.031	1456%	
Cuentas por pagar intercompañía	- 553.128	681.079	21.904	-20%	42%	1%	- 1.234.207	-181%	659.175	3009%	
Proveedores y otras cuentas a pagar	372.036	279.138	72.406	13%	17%	3%	92.898	33%	206.732	286%	
Obligaciones por prestaciones por jubilación	-	-	6.512	0%	0%	0%	-	#DIV/0!	- 6.512	-100%	
Dividendo recibidos de compañías que aplican método	-	-	775.310	0%	0%	33%	-	#DIV/0!	- 775.310	-100%	
Beneficios post-empleo	- 13.342	- 13.205	-	0%	-1%	0%	137	1%	- 13.205	#DIV/0!	
Intereses pagados por adelantamientos	- 7.574	- 12.763	-	0%	-1%	0%	5.189	-41%	- 12.763	#DIV/0!	
Producto de la venta de propiedades planta y equipo	14.004	5.874	46.834	1%	0%	2%	8.130	138%	- 40.960	-87%	
Efectivo neto generado por las operaciones:	188.699	3.534.349	2.669.830	7%	219%	113%	- 3.345.650	-95%	864.519	32%	
Flujos de efectivo en actividades de inversión											
Adquisición de propiedad, planta y equipo de uso propio	- 668.796	- 366.273	- 450.697	-24%	-23%	-19%	- 302.523	83%	84.424	-19%	
Reconocimiento de activos por derecho de uso	-	-	10.091	0%	0%	0%	-	#DIV/0!	10.091	-100%	
Movimientos netos de intangibles	-	-	61.724	0%	0%	-3%	-	#DIV/0!	61.724	-100%	
Ventas de inversión en subsidiarias	-	-	6.170	0%	0%	0%	-	#DIV/0!	6.170	-100%	
Adquisición de activos intangibles	- 38.511	- 26.229	-	-1%	-2%	0%	- 12.282	47%	- 26.229	#DIV/0!	
Dividendos recibidos de compañías que aplican método	508.486	1.054.102	-	18%	65%	0%	- 545.616	-52%	1.054.102	#DIV/0!	
Adquisición o venta de inversiones en subsidiarias	- 20.676	- 201.184	-	-1%	-12%	0%	180.508	-90%	- 201.184	#DIV/0!	
Efectivo neto generado en las actividades de inversión	- 219.497	460.416	- 516.342	-5%	29%	-21%	- 679.913	-148%	976.758	-189%	
Flujos de efectivo en actividades de financiación											
Pagos por obligaciones financieras	- 34.959	- 15.314	- 9.103	-1%	-1%	0%	- 19.645	128%	-	6.211	68%
Pagos por adelantamientos	- 16.430	- 3.389	11.423	-1%	0%	0%	- 13.041	385%	- 14.812	-130%	
Otros resultados integrales	-	-	181.038	0%	0%	-8%	-	#DIV/0!	181.038	-100%	
Dividendos pagados	- 1.795.048	- 2.354.724	- 2.025.140	-65%	-146%	-80%	559.676	-24%	- 329.584	16%	
Efecto adopción NIIF 16	-	-	651	0%	0%	0%	-	#DIV/0!	651	-100%	
Efectivo neto utilizado en las actividades de financiación	- 1.846.437	- 2.373.427	- 2.704.509	-67%	-147%	-84%	526.990	-22%	- 168.918	8%	
Aumento / (Disminución) en efectivo y sus equivalentes:	- 877.235	1.621.338	- 51.021	-32%	100%	-2%	- 2.498.573	-154%	1.672.359	-3278%	
Efectivo recibido en la fusión	14.197	-	-	1%	0%	0%	14.197	#DIV/0!	-	#DIV/0!	
Efectivo y sus equivalentes al iniciar el ejercicio	1.693.586	72.248	121.269	61%	4%	5%	1.621.338	2244%	- 51.021	-41%	
Efectivo y sus equivalentes al finalizar el ejercicio	816.351	1.693.586	72.248	30%	105%	3%	- 863.038	-51%	1.621.338	2244%	

Nota: Sacado de los informes de Bavaria de los años 2019, 2020 y 2021.

Para el año 2021, la utilidad bruta presento una cifra de \$2.967,651 millones, dando como registro un incremento del 15,6% con respecto al año 2020. Esto por razón de mayor volumen de venta y a menores costos representados en la producción.

Comparado con el año 2020, los gastos descendieron en un 50,5% a razón de mayor gasto de mercadeo por mayor inversión en publicidad actualizada o digital, inversiones en eventos deportivos y eventos también de marca. Los gastos fijos mostraron un aumento mayor como resultado de un incremento en el valor correspondiente a la póliza Multirisk, aumentando los gastos asociados en la prevención de la pandemia Covid 19.

Análisis Estados Financieros The Coca Cola Company de los Años 2022-2021-2020

Según el análisis realizado a los estados financieros de la Compañía Coca-Cola para la vigencia de los años 2020 al 2022, se identifica que del total de sus activos hay un margen representativo en los activos no corrientes dado que para el año 2020 representaba el 77,96%, para el año 2021 el 76,11% y para el año 2022 el 75,65%, lo cual nos indica que, lo que implica que son la base sólida de la compañía, el cual entre los porcentajes más representativos esta con el 20,56% del año 2022 , el 19,99% del año 2021 y 22,57% del año 2020 que pertenece a Propiedad Planta y Equipo. Por consiguiente el faltante de activos los encuentra para el año 2022 son el 24,35% , para el año 2021 el 23,89% y del año 2020 el 22,04% que hacen parte de los activos circulantes, de los cuales para el año 2022 y 2021 el 10,26% y ara el año 2020 el 7,78% son de la cuenta de efectivo y equivalentes del efectivo, el cual corresponde al dinero con el que dispone la empresa de manera inmediata para responder ante sus obligaciones e imprevistos, de la isma manera se identifica el que para el año 2022 el 4,56%, para el año 2021 el 3,62% y para el año 202 el 3,74% para la cuenta de inventarios.

Con respecto a la cuenta de los pasivos, se observa que para el año 2022 el 70,53%, para el 2021 el 71,29% y para el año 2020 el 77,88% pertenece a pasivos no corrientes Interés Minoritario Neto, de los cuales el más representativo se encuentra del año 2022 el 54,35%, del año 2021 el 54,85% y del año 2020 el 60,58%, atribuidas a deudas de largo plazo.

Los Ingresos totales del periodo 2022-2021 aumentaron 11.25% correspondiente a 4.349.000 USD. Para el periodo 2021-2020 también aumento en un 17,09% correspondiente a 5.641.000 USD En ambos periodos el aumento pudo haber sido generado principalmente por el crecimiento del volumen y las iniciativas de precio.

Utilidad Neta aumentó del periodo 2021-2020 en un 26,13 % correspondiente a 2.024.000 USD el aumento presente en la utilidad Neta tuvo un impulso inicial principalmente por el crecimiento en ingresos e iniciativas referentes a la cobertura favorable, esto también con la reanudación de los créditos fiscales. Aunque para el periodo 2022-2021 se presenta una disminución del 2,34% equivalente a 229.000 USD, Lo que se pudo haber presentado por los efectos en el aumento de los costos de materias primas, principalmente PET y edulcorantes, en todos los territorios.

Margen Neto de Rentabilidad

Margen Neto = Utilidad Neta/Ventas Netas

Tabla 1

Margen Neto de Rentabilidad

2022	2021	2020
0,22	0,25	0,24

Nota: Elaboración propia.

Dentro de lo que consta al margen neto de la utilidad, ha permanecido estable teniendo en cuenta que el año 2020 de cada dólar vendido 24 centavos de dólar representa la utilidad, en el año 2021 aumento a 25 centavos de dólar y en el año 2022 disminuyó incluso por debajo del año 2020 terminando en 22 centavos de dólar, aunque la empresa obtuvo una utilidad menor con respecto a los años anteriores, el margen neto es muy positivo.

Rotación del Activo

Rotación del activo RAR = Ventas neta/Total de activos

Tabla 2*Rotación de Activos*

2022	2021	2020
0,46	0,41	0,38

Nota: Elaboración propia

La Rotación de activos totales de la empresa, son de 46 veces para el año 2022 en relación a las ventas para obtener las utilidades, siendo este el más alto en los últimos tres años, lo que refleja que la rotación del activo ha ido aumentando, demostrando que la compañía ha sido más eficiente cada año.

Multiplicador de Apalancamiento

Multiplicador de capital = Activo/Patrimonio

Tabla 3*Multiplicador de Apalancamiento.*

2022	2021	2020
3,59	3,8	4,1

Nota: Elaboración propia

El Multiplicador de apalancamiento de la empresa ha venido disminuyendo en los últimos tres años, teniendo en cuenta que en el año 2020 del total de los activos el 4,10%

corresponde al pasivo con los socios y para el año 2022 bajo al 3,59%, por lo cual se puede deducir que la empresa tiene en cuenta dentro del manejo de sus activos.

Sistema Dupont

Margen Neto x Rotación del Activo x Multiplicador de apalancamiento

Tabla 4

Sistema DUPONT

2022	2021	2020
0,37	0,39	0,36

Nota: Elaboración propia

La empresa en el año 2022, según la información económica y financieras que se está trabajando, el índice DUPONT refleja una rentabilidad de 37,06%; afirmando que el rendimiento más significativo, surgió debido al multiplicador de apalancamiento; representados con los activos y el patrimonio, respaldando el nivel del endeudamiento de la compañía.

Rentabilidad de Patrimonio

Rentabilidad de patrimonio = Utilidad Neta/Patrimonio Neto * 100

Tabla 5

Rentabilidad del Patrimonio

2022	2021	2020
0,37	0,39	0,36

Nota: Elaboración propia

La compañía ha estado presentando variaciones en la rentabilidad de patrimonio, teniendo en cuenta que para el año 2022 respecto al 2021 refleja un decremento de rentabilidad de 2,38%, según la información financiera obtenida, el índice refleja una rentabilidad equilibrada; afirmando que el rendimiento más significativo, surgió debido al multiplicador del apalancamiento; representados con los activos y el patrimonio, respaldando el nivel del endeudamiento de la empresa.

Fondo de Maniobra

$$\text{Fondo de Maniobra} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivos corriente}$$

Tabla 6

Fondo de Maniobra

2022	2021	2020
2867000	2595000	4639000

Nota: Elaboración propia

En el año 2020, la compañía presentaba una cifra de 4.639.000 como fondo de maniobra para responder con los pagos y deberes a reducido plazo para afrontar posibles problemas de liquidez, este fondo disminuyó para el año 2022, ya que la empresa solamente tenía 2.867.000 para dicho fin, lo que demuestra que la empresa aumentó su pasivo corriente.

Defensa de la Propuesta

Coca-cola es una compañía muy reconocida, cuyo producto es muy demandado en más de 200 países. La finalidad de esta es ofrecer al mundo un producto que refresque y haga la diferencia con gran variedad de marcas valoradas en billones de dólares en sus diferentes presentaciones y marcas en el mundo. Continuamente cambia su portafolio mediante acciones que proponen disminuir de la cantidad de azúcar en las bebidas, por otra parte, la compañía constantemente incluye novedosos productos al mercado, de esta manera pretende dar un impacto positivo en los consumidores, en las diferentes partes de la sociedad y al planeta usando como medio el reabastecimiento de agua, las prácticas en el sostenimiento y reducción en lo que se emite de carbono en lo que consta de la cadena de valor. En unión con algunos socios de responsables de embotellamiento se genera un gran número de empleos, más 70.000 para ser precisos, esto con la finalidad de ofrecer entradas económicas a las diferentes comunidades del mundo.

La compañía Coca-Cola adopta el plan maestro de los objetivos de desarrollo como lo exige el objetivo 13: Poner en gran importancia al clima, dentro del cual se busca adoptar medidas que urgen por luchar en contra del cambio que se está presentando en el clima y los efectos que con este han llegado. Como objetivo principal se tiene el uso de envases reutilizables. Para el año 2030, un objetivo que tiene presente la compañía es contar con el 25% de variedad de bebidas en el mundo en su portafolio de marcas vendidas en lo que son botellas de vidrio y de plástico recargables y también retornables. Se centra en ofrecer los tipos de envases sostenible mediante tres pilares fundamentales: diseño, recolección y alianzas. Las soluciones innovadoras impulsadas por la eficiencia en la recolección, desinfección y llenado al

dar a conocer las diferentes marcas de bebidas con o sin gas, dando participación a la botella reutilizable con un con características unitarias en el color, forma y tamaño.

Análisis del Entorno Macroeconómico y Sectorial

Cabe resaltar que Bavaria es una compañía con más de 130 años de historia consolidada como la principal sociedad de bebidas del territorio colombiano, sobresaliendo por su calidad y variedad de productos aportando al progreso de Colombia, comunidades, medio ambiente además de impulsar emprendimientos en el país desarrollando de forma paralela cadena de valor, aportando significativamente a la economía interna del país. Desde el año 2016, está unida a la familia de AB InBev, uno de los más grandes fabricantes de cerveza internacionalmente, con disponibilidad en 150 países, y en estos con más de 500 marcas.

No obstante, sin tratar de adoptar un mayor sentido reflejado en la materialización uno de los propósitos más representativos aborda tres pilares como la gente, crecimiento social e impacto en las comunidades, es así que, la consolidación en el mercado de la industria se conforma desde una proyección sostenible y sustentable frente a cada acción, lo ambiental, social y gobierno a favor de fortalecer las condiciones de bienestar de las comunidades y a su vez la creación de valor de los procesos desde el punto económico a largo plazo.

De ahí que, durante el año 2021 la compañía Bavaria obtuvo la recompensa de PNUD “Business Call to Action”, labores que destaca a sociedades inclusivas que contribuyen a los Objetivos de Desarrollo; esta estructura empresarial acata 13 de los objetivos de desarrollo sostenible clasificados para comprender la evolución de la estrategia sostenible por medio del "desarrollo del emprendimiento, sustentación en la agricultura más desarrollada o inteligente, agua potable y protección de la misma, empaque circular y consumo responsable (Bavaria, 2021).

El compromiso social durante el ciclo de la cerveza enmarca la garantía de los productores mediante la capacitación y empoderamiento financiero optimizando la calidad de

vida por medio de la aplicabilidad de la tecnología y prácticas agrícolas sostenibles como la compra de materia prima (cebada, arroz, yuca) a un precio razonable, y que pese a las circunstancias refleja la habilidad en la competencia de ser sostenible y sustentable, dando como resultado en el año 2021 unas ventas históricas, del mismo modo una utilidad bruta, solvencia económica y buena rentabilidad.

Análisis Estratégico y Competitivo de la Empresa.

Entre los productos más representativos de Bavaria, la bebida a base de malta sin alcohol, que resulta un consumo de cerveza per cápita de 45 litros y tamaño total del mercado de cerveza de 22.500 hl (hectolitros) el cual represento un 14.3% de los ingresos netos en comparación al año 2018. Esto a raíz, de un portafolio más elaborado y enriquecedor que comprende marcas globales y locales para ofrecer a los consumidores. (Bavaria, 2021).

Con base a esto, se logra evidenciar que en la industria cervecera es una empresa que tiene una gran variedad y esto llena el mercado, por su parte, existen otras lines de producción enfocadas a las bebidas gaseosas, que para este mercado no representa margen de competencia.

Asimismo, teniendo en cuenta la Técnica de Porter, las fuerzas competitivas son a favor de la empresa Bavaria, iniciando que existe una gran diversidad de productos de la cerveza para negociar, de diferente calidad, sabor y tamaño, lo que la hace accesible a mucho público, así como la estrategia de pequeños vendedores que hacen más amplio su venta, por otro lado encontramos, la amenaza de nuevas competencias, donde al ser un producto establecido en el mercado, manejar una gran gama de marketing, además de ostentar tantos años en la industria colombiana, esta marca de cerveza, es competitiva frente a nuevos productos que se vayan estableciendo con diferentes ideas producción, así como diversificación de la obtención de materia prima.

Por otro lado, Bavaria cuenta con la producción de productos sustitutos que hace que la empresa maneje la mayor parte del mercado y abarque la mayor cantidad de público consumidor de esta bebida alcohólica, en este sentido, siendo la empresa con mayor capacidad de venta y distribución, no hay otras empresas que representen una competencia significativa dentro del mercado y que atente contra la gran capacidad de venta de Bavaria en el territorio colombiano.

En otro sentido, realizando el análisis DOFA, encontramos que para las Debilidades de la empresa, es la calidad de la información publicitaria a los consumidores y lo que representa esto dentro del marco legal de la ley 1480 de 2011, las Oportunidades están delimitadas hacia la mejora de la transferencia de información sobre los contenidos, las calidades y las implicaciones en el largo plazo del alto, medio y bajo consumo de los productos desarrollados por Bavaria, sdi mismo las Fortalezas se presentan en la capacidad financiera para ejercer campañas publicitarias de gran envergadura dentro del territorio y lograr la educación en el consumo para cada uno de los clientes del país, por otro lado, las Amenazas están denotadas en los órganos de control como la Superintendencia de Industria y Comercio, quien puede generar acciones legales y de control para la empresa, limitando su capacidad de venta y producción de sus productos.

Análisis de la Empresa en su Tamaño y los Activos que la Conforman.

Teniendo en cuenta los estados financieros de la empresa, se describe que para el año 2020, represento un incremento del 44,2% en su patrimonio, llegando a 3,788,775 millones, representado por un alza en la utilidad y a los referentes de dividendos cancelados en el proceder del periodo, en este caso, un año.

Siguiendo esto, la posición de la situación de la financiera a término de periodo, 31 de diciembre de 2021, demuestra la totalidad de los que son los activos con una cifra de \$ 10.250.551 millones a diferencia a 31 de diciembre de 2020 con un total de activos de \$ 9.472.366 millones; lo que representa una variación a favor de 8,2%; destacando sus principales componentes como inversiones equivalentes a \$4.212.399 representado en un 41.1% en relación al activo total; es decir, un 3% mayor frente al 31 de diciembre de 2020 debido al aumento dentro de la aplicabilidad del método de participación, esto integrando también la recomposición de las acciones en las sociedades que se encuentran vinculadas. De forma posterior la propiedad, planta y equipo se muestra con un total de incremento total de \$ 2.899.401 millones ostenta un incremento de del 28% del total de los activos, lo que refleja un incremento del 2% con base al año 2020. Finalmente, el efectivo y su equivalente se presenta por \$830,548 millones, loa cuales están representados en un 8.1% de lo que es el activo total, se dio una disminución de 51% comparado al año 2020.

Indicadores Financieros Clave

El margen neto de utilidad permite calcular el nivel de ganancia por cada peso de las ventas; por lo tanto, para el año 2019 se calcula un margen neto de 0,52 mientras que para el año 2020 se refleja una disminución de 0,41 por cada peso de las ventas: Sin embargo, para el año 2021 ostenta un incremento de 0,56; es decir, genero ganancias a partir de cada peso de los inversionistas después de saldar las obligaciones.

La Rotación del total de activos de la empresa, tiene un margen 0,48 para el año 2021; se estima que fue un margen alto en relación a las ventas de que no es compensado por la cantidad de inventario vendido. Dado lo anterior se propone a la empresa vender productos de más baja rentabilidad pero que sean rotativos diariamente puesto que es más rentable comparado con un producto de gran margen con poca rotación.

El multiplicador de apalancamiento de la empresa indica que para el año 2021 por cada peso del activo ostenta el 2,71 corresponde a los pasivos con los dueños: En esta medida, disminuyo un 0,9 con base al año 2020 ocasionando mayores costos financieros afectando directamente la rentabilidad generada por los activos.

La rentabilidad de patrimonio evalúa una empresa para generar beneficios con base a la inversión realizada por los accionistas es decir que para el año 2021 obtuvo una rentabilidad del 73% con una variación del 11% referente al año 2020, reflejando un incremento.

El fondo de maniobra ostenta parte del activo circulante financiada con deuda de corto plazo con un índice para el año 2021 de 333,692 como recurso para llevar a cabo su actividad a corto plazo; esto expresa que la empresa no goza de buena liquidez para hacer frente a las obligaciones a corto plazo, lo que conlleva que el básico corriente es superior al activo circulante.

La empresa Bavaria en el año 2021, según la información financiera trabajada, el índice DUPONT refleja una baja rentabilidad de 73%; afirmando que el rendimiento más significativo, surgió debido al multiplicador financiero; representados con los activos y el patrimonio, respaldando el nivel del endeudamiento de la empresa.

Árbol de Rentabilidad

Desarrollo del árbol de rentabilidad a partir de los datos identificados en los estados financieros de la empresa Bavaria, cabe resaltar que el cálculo realizado en este árbol que es la Rentabilidad de los Activos (ROA) y el apalancamiento que es el multiplicador de capital.

Figura 7

Árbol de Rentabilidad



$$\text{Margen neto} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Rotación de activos} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos}}$$

$$\text{Multiplicador del capital} = \frac{\text{Activos}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE} = \underbrace{\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos}}}_{\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activos}} \text{ ROA}} \times \frac{\text{Activos}}{\text{Patrimonio}}$$

Nota: Elaboración propia

Figura 8*Árbol de Rentabilidad Bavaria 2019, 2020, 2021*

		Año		
		2021	2020	2019
ROE	ROA	<u>2.755.998</u>	<u>1.615.209</u>	<u>2.354.724</u>
		10.250.551	9.472.366	9.821.947
	Margen Neto	<u>2.755.998</u>	<u>1.615.209</u>	<u>2.354.724</u>
		4.917.901	3.954.842	4.535.456
	Rotación de Activos	<u>4.917.901</u>	<u>3.954.842</u>	<u>4.535.456</u>
		10.250.551	9.472.366	9.821.947
	MULTIPLICADOR DEL CAPITAL	<u>3.788.775</u>	<u>2.626.673</u>	<u>3.732.238</u>
		10.250.551	9.472.366	9.821.947

Nota: Elaboración propia**Figura 9***ROE*

		Año		
		2021	2020	2019
ROE	ROA	0,268	0,170	0,239
	MULTIPLICADOR DEL CAPITAL	0,369	0,277	0,379

Nota: Elaboración propia.

Como se muestra en la figura el ROA sustenta la rentabilidad nombrada de un 73%, dado que el ROA demuestra un resalta un valor de 0,26, al porcentaje, completa la unidad en la operación para el caso de la valoración frente al DUPONT del año 2021, entendiendo que para este año el margen fue ostentado por el multiplicador de capital en el aumento de este.

Por otro lado, la rentabilidad del patrimonio representa el incremento del mismo que alude al multiplicador de capital, representado en un 11% de incremento entre 2021 y 202, y como se muestra en la figura, se ostenta de un aumento de 0,11 entre los mismos años.

Rentabilidad ROCE

Para el caso se estudió, se escoge la variable según la base de datos del profesor Damodaran (Beverage Alcohol), la cual representa un Cost Of Equity de 9,90%.

Teniendo en cuenta la rentabilidad para quienes son dueños de acciones, calculamos el EVA a continuación:

Tabla 7

Rentabilidad ROCE

	2021	2020	2019
ROCE	11190.46	6558.40	9561.13
COSTO DE CAPITAL	-320.820	-243017	-577568
EVA 2021 (11190,46 – 320,820) * 9,90% =			1076,869
EVA 2020 (6558,40 – 243,017) * 9,90% =			625,22
EVA 2019 (9561,13 – 577,568) * 9,90% =			889,37

Nota: Elaboración propia

Teniendo en cuenta el EVA de los últimos 3 años nos indica que la empresa Bavaria tuvo una gran valorización un que fue baja para el 2020, esto se le asemeja a la pandemia, denotando que existe una gran utilidad para los accionistas y resaltando la valoración que existe según la base datos del profesor Damodaran.

Cabe resaltar, que para el año 2021 represento un incremento casi al doble de valoración, recreando una empresa de alta confiabilidad financiera.

Avances Metodológicos del Proyecto

Discusión de los Resultados del Trabajo

Teniendo en cuenta los resultados de rentabilidad de la empresa Bavaria, destacamos su estabilidad productiva, y que la inversión a esta empresa viene determinando un crecimiento óptimo del proyecto, donde los resultados otorgados por el cálculo del rendimiento a partir de los flujos económico y plazos anuales, denotamos que este conjunto de producción solo tuvo una pequeña fluctuación para la época de pandemia, que se representó a partir de la gran recesión económica mundial por obvias razones y la escasez de dinamización económica puso en jaque la obtención de materias primas y productos para llevar a cabo las actividades productivas de la empresa, sin embargo, se destaca que esta pequeña fluctuación económica, no representó pérdidas económicas, solo una baja en la ganancia porcentual de las inversiones realizadas.

Estos cálculos de rentabilidad determinan el proceso por el cual los inversionistas y posibles acreedores de un proyecto o empresa analizan la viabilidad de la actividad desarrollada durante un período, involucrando su capacidad financiera para determinar el crecimiento del proyecto o empresa, para el caso de la empresa Bavaria se viene demostrando una sustentación financiera y estabilidad económica a partir del aumento de sus activos y aumento de su patrimonio, demostrando que sus estrategias de ventas a Pequeños distribuidores ha determinado un alza en la compra y venta de sus productos.

Tomando como base los cálculos de rentabilidad Indicadores financieros claves como el crecimiento de activos y patrimonios, nos representan que existe una gran disponibilidad y oportunidades de crecimiento de capital dado que las estrategias implementadas han dado el resultado óptimo y los procesos de producción han aumentado con las inversiones realizadas por

lo que se determina una viabilidad óptima para llevar a cabo inversiones estratégicas en la empresa Bavaria.

La inversión a llevar a cabo sería una inversión de crecimiento apoyado en la rentabilidad demostrada de la empresa y su capacidad de producción ante la demanda creciente, dado el alto grado de competitividad de sus productos se refleja una óptima expansión de la empresa.

Conclusiones del Diagnostico

Se Logró sintetizar organizar y analizar los estados financieros de los últimos 3 años (2019, 2020, 2021) de actividad económica de la empresa Bavaria, Demostrando el comportamiento de la productividad de la empresa a partir de las ventas realizadas, las estrategias de expansión implementadas y el aumento de flujos de activos y patrimonios conseguidos a partir de estas actividades realizadas dentro de la empresa.

Se consigue analizar la consolidación de la alta rentabilidad y crecimiento de la empresa, está dada por su gran impacto en el mercado, alto grado de competitividad frente a otras marcas y su diversidad de productos producidos, que destacan un gran potencial de demanda de un amplio público en la ciudadanía.

A partir de los análisis financieros realizados como el árbol de rentabilidad, denotamos el incremento de la rentabilidad año tras año, sin embargo, en el transcurso de la pandemia en el año 2022, se observa una recesión en el crecimiento, pero si hubo un incremento en los activos en bajo porcentaje, así mismo, el multiplicador de capital, vienen representando una mejor posición de los activos frente al endeudamiento de la empresa, consolidando un mejor comportamiento financiero.

Recomendaciones

Para iniciar, es importante reconocer que la estabilidad en ventas y capacidad de producción de la empresa, sin embargo, es indispensable mantener estos indicadores y seguir en la línea de la satisfacción de clientes y mantener estas ventas, dada las condiciones de recesión económica que se vivencia en la sociedad a partir de las consecuencias de las limitaciones post pandemia, esto se mantiene a partir de un fondo de pasivos, manteniendo el comportamiento de la competencia y creando un fondo de imprevistos, estas como medidas estratégicas económicas para las posibles fluctuaciones en ventas.

Determinar la capacidad de endeudamiento, para establecer un apoyo significativo a los pequeños distribuidores para generar una dinamización en ventas cuando estas se estabilicen, y partir de promociones relámpagos de los productos estancados, generar un incremento en los ingresos y mantener la productividad financiera.

Por otro lado, es importante mantener mes a mes el conocimiento del flujo de efectivo, pasivo y activos, para lograr acciones oportunas ante condiciones de recesión, ante estas, procurar metas financieras que mantengan la rentabilidad y la productividad, ante una eventual inversión dada a partir de los indicadores de producción demostrados en el comportamiento trianual analizado.

Avances en el Desarrollo de Contenidos

$$ROCE=RNOA+FLEV(RNOA-NNEP)$$

EBITDA 2019

El EBITDA en el 2019 presenta una cifra de \$2.434.176 millones, 53.7% de las ventas netas para el año gravable.

EBITDA 2020

El EBITDA en el 2020 nos muestra una cifra de \$1.709.219 millones, 43,2% de lo que son las ventas netas del año gravable.

EBITDA 2021

El EBITDA en el 2021 muestra una cifra de \$2.723.210 millones, 55,4% de las ventas netas para el año gravable.

ROCE

$$ROCE=(EBIT/Capital\ empleado)X100$$

Tabla 8

ROCE

	2021	2020	2019
EBIT	2.723.210	1.709.219	2.434.176
Capital Empleado	3.788.775	2.626.673	3.732.238
ROCE	71,876	65,072	65,220

Nota: Elaboración Propia

Capital Empleado

Activos operativos +Activos financieros- Pasivos operativos-Pasivos financieros.

Tabla 9*Capital Empleado*

	2021	2020	2019
Activos operativos	4.846.406	3.896.319	5.529.403
Pasivos operativos	249.395	309.020	295.063
Activos financieros	5.404.145	5.576.047	4.292.544
Pasivos financieros	6.212.381	6.536.673	5.794.646
Capital empleado	3.788.775	2.626.673	3.732.238

Nota: Elaborada por los estudiantes.

$$ROCE = RNOA + FLEV(RNOA - NNEP)$$

RNOA = Rendimiento de los activos operativos netos

Propósito

Identificar las entradas de dinero positivas, generadas por las actividades de operación y las financieras.

$$RNOA = \text{Guanacias de impuesto} / \text{Activos operativos Netos (NOA)}$$

$$NOA = \text{Activos de operación} - \text{Pasivos de operación}$$

Tabla 10*NOA*

	2021	2020	2019
Activos operativos	5.856.613	5.712.098	5.710.045
Pasivos operativos	3.290.904	2.817.452	2.569.318
NOA	2.565.709	2.894.646	3.140.727

Nota: Elaboración Propia

Tabla 11*RNOA*

	2021	2020	2019
Ganacias despues de impuesto (Utilidad neta)	2.755.998	1.615.209	2.354.724
Activos operativos netos (NOA)	2.565.709	2.894.646	3.140.727
RNOA	107%	56%	75%

Nota: Elaboración Propia

$$\text{FLEV (apalancamiento financiero)} = \text{Deuda financiera neta} / \text{Deuda financiera neta} +$$

Patrimonio

Tabla 12*FLEV*

	2021	2020	2019
Deuda financiera Neta (Deuda financiera neta + Patrimonio)	459.415	525.435	1.104.981
FLEV	11%	17%	23%

Nota: Elaboración Propia

$$\text{NEP (Índice de endeudamiento)} = \text{Pasivo} / (\text{Activo total} - \text{Pasivo total})$$

Tabla 13*NNEP*

	2021	2020	2019
Total Pasivos	6.461.776	6.845.693	6.089.709
Total Activos	3.788.775	2.626.673	3.732.238
NNEP	1,71	2,61	1,63

Nota: Elaboración Propia

$$\text{ROCE} = \text{RNOA} + \text{FLEV}(\text{RNOA} - \text{NNEP})$$

Tabla 14*ROCE*

	2021	2020	2019
RNOA	107%	56%	75%
FLEV	11%	17%	23%
NNEP	1,71	2,61	1,63
ROCE	101%	22%	55%

Nota: Elaboración Propia**Tabla 15***ROCE: 2019, 2020, 2021*

Año	Porcentage
<i>ROCE</i> <i>2021</i>	<i>101%</i>
<i>ROCE</i> <i>2020</i>	<i>22%</i>
<i>ROCE</i> <i>2019</i>	<i>55%</i>

Nota: Elaboración Propia**Análisis de Sensibilidad**

$$\text{Gastos financieros} / (\text{Deuda neta} - 1 + \text{deuda neta}) / 2$$

Tabla 16*Coste de la Deuda Kd*

	2021	2020	2019
Gastos financieros -	387.322 -	324.401 -	164.000
Deuda neta	3.170.872	4.028.241	3.520.391
Coste de la deuda kd	-3,05%	-2,01%	-1,16%

Nota: Elaboración Propia

ROCE

Efectos en ROCE causados \uparrow y \downarrow del 1% en NNEP o Porcentaje de Gastos No

Operativos Netos

Tabla 17

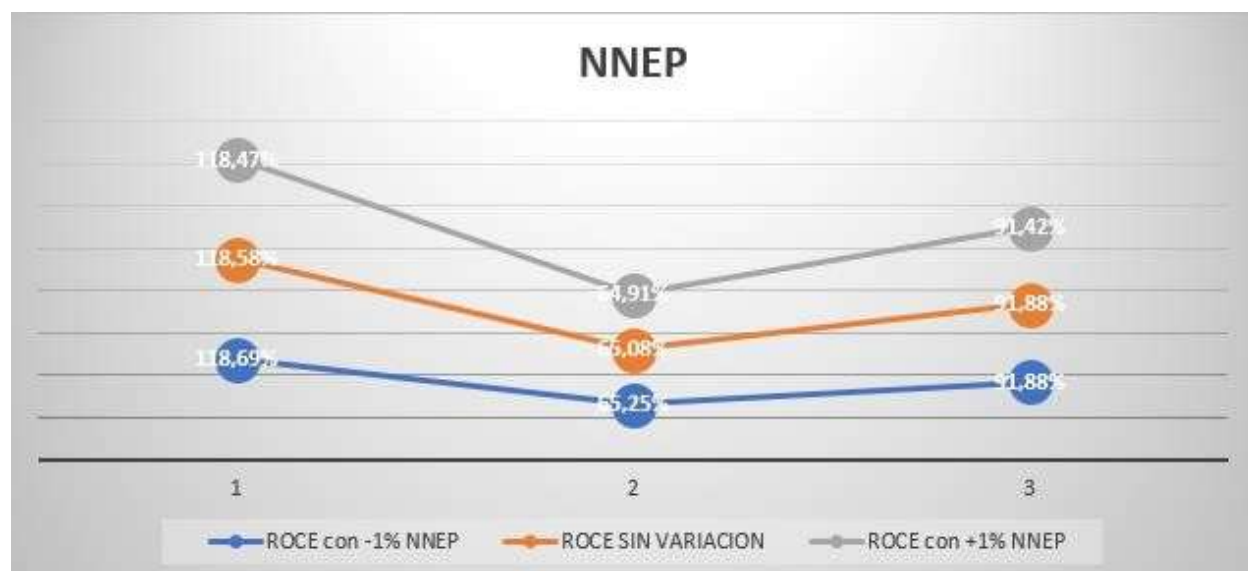
NNEP

		2021	2020	2019
	-1%	0,71%	1,61%	1,63%
	0%	1,71%	2,61%	2,63%
	1%	2,71%	3,61%	3,63%
ROCE con -1% NNEP		118,69%	65,25%	91,88%
ROCE SIN VARIACION		118,58%	65,08%	91,88%
ROCE con +1% NNEP		118,47%	64,91%	91,42%

Nota: Elaboración Propia

Figura 10

NNEP



Nota: Elaboración Propia Efectos en ROCE causados \uparrow y \downarrow del 1% en Apalancamiento

Financiero (FLEV)

Tabla 18*FLEV*

	2021	2020	2019
-1%	10,00%	16,00%	22,00%
0%	11,00%	17,00%	23,00%
1%	12,00%	18,00%	24,00%
ROCE con -1% FLEV	117,53%	1,91%	3,36%
ROCE SIN VARIACION FLEV	118,58%	65,08%	91,88%
ROCE con +1% FLEV	119,63%	65,61%	92,61%

Nota: Elaboración Propia**Figura 11***FLEV**Nota:* Elaboración Propia

Efectos en ROCE causados \uparrow y \downarrow del 1% en Return on Operating Assts (RNOA)

ROCE - NNEP

Al analizar el roce causados a 1 y -1 % es nivelado ya que se aleja en unas pocas cifras después de la coma. Los Gastos no operativos conllevan una estabilidad proporcional al cambio reducido que se presenta, por lo que la diferencia es poca.

Tabla 19*RNOA*

	2021	2020	2019
-1%	106,00%	55,00%	74,00%
0%	107,00%	56,00%	75,00%
1%	108,00%	57,00%	76,00%
ROCE con -1% FLEV	117,47%	63,91%	90,65%
ROCE SIN VARIACION FLEV	118,58%	65,08%	91,88%
ROCE con +1% FLEV	119,69%	66,25%	93,11%

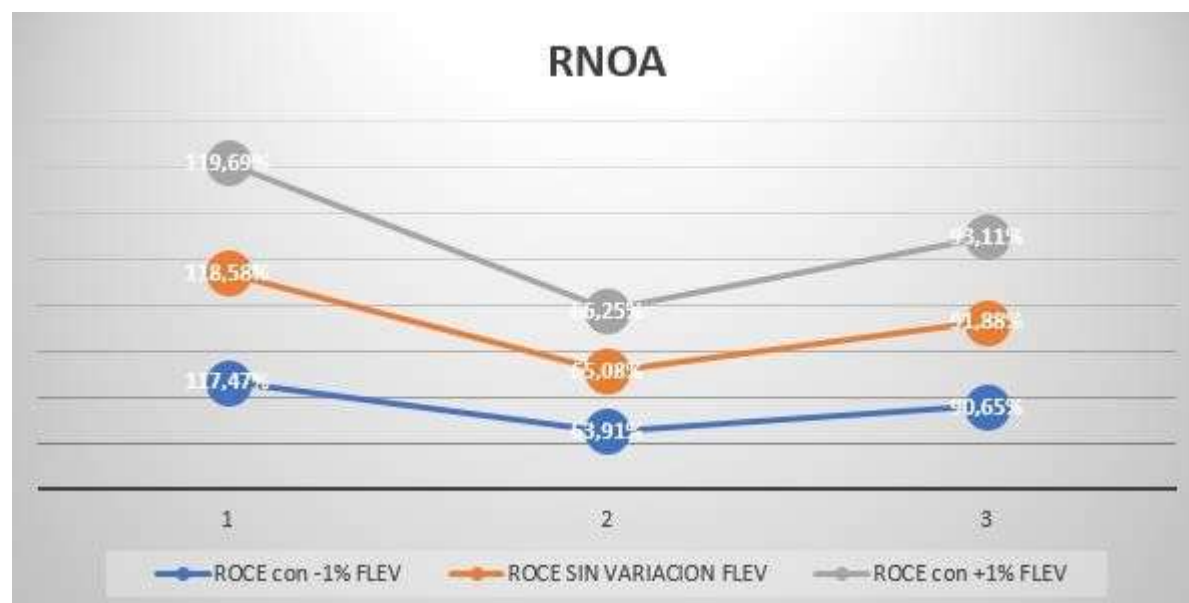
Nota: Elaboración Propia**Figura 12***RNOA**Nota:* Elaboración Propia

Tabla 20*Apalancamiento Financiero*

Apalancamiento financiero			
	2021	2020	2019
Pasivos totales	151.842.844.000	84.194.806.000	75.658.668.000
Activos totales	242.426.616.000	137.694.169.000	133.890.296.000
AF	63%	61%	57%

Nota: Elaboración Propia

Tabla 21*Coste de la Deuda*

Costo de la deuda (Kd)			
	2021	2020	2019
Gastos financieros	387.322	324.401	164.000
Deuda Neta	3.170.872	4.028.241	3.520.391
Kd =	-3,05%	-2,01%	-1,16%

Nota: Elaboración Propia

Tabla 22*Efectos entre AF ↑ y ↓ del 1% en Kd*

Efectos entre causados AF ↑ y ↓ del 1% en Kd			
Variación	Kd	kd	kd
	2021	2020	2019
-1%	-4,1%	-3,0%	-2,2%
0%	-3,05%	-2,01%	-1,16%
1%	-2,05%	-1,01%	-0,16%
	2021	2020	2019
AF con -1% Kd	66,69%	64,16%	58,67%
AFsin Kd	65,69%	63,16%	57,67%
AF con + 1% Kd	64,69%	62,16%	56,67%

Nota: Elaboración Propia

Figura 13*Costo de la Deuda**Nota:* Elaboración Propia**Nuevo Cálculo del Costo del Patrimonio**

Calculan nuevamente el Costo del Patrimonio, pero esta vez considerando el nivel de apalancamiento de la empresa sujeta a análisis. Pueden tener en cuenta la beta correspondiente de la base de datos y aplicar la siguiente expresión:

$$k_e = r_f + \beta(r_m - r_f)$$

La prima de riesgo de mercado puede obtenerse de la base de datos del profesor Damodaran. Considere la prima de riesgo sobre los T-Bonds de los últimos diez (10) años. Además, comparen el beta de la industria con el beta de la empresa, ¿qué puede estar suscitando tales diferencias?

Tabla 23*Costo de Patrimonio*

Número de empresas	Beta	Costo de la equidad	E/(D+E)	Desv estándar en stock
23	1.01	9,90%	81,36%	49,87%

Nota: Elaboración propia

Tabla 24*Costo de la Deuda*

Costo de la deuda	Tasa de impuesto	Costo de la deuda después de impuestos	D/(D+E)	Costo de capital
5,50%	9,39%	4,13%	18,64%	8,82%

Nota: Elaboración Propia

Al inicio de 2021 las tasas de esos títulos en sus referencias entre los 10 y 15 años eran de un 4,84% y 5,92%, mientras que hoy en día ya están al 10,32% y 10,58, nivel que no se veían desde 2009 (Informe de Gestión Bavaria & CIA S.C.A 2021).

RF 4,84%.

Tabla 25

Rentabilidad del Mercado

Rentabilidad del mercado (RM)			
Nombre de industria	Número de empresas	Margen bruto	Margen neto
Bebidas	23	44,42%	5,76%

Nota: Tomado del profesor demoradan

Tabla 26Beta β

Nombre de la industria	Número de empresas	Beta promedio no apalancada	Beta apalancada promedio	Correlación media con el mercado	Beta total no apalancada	Beta apalancada total
Bebidas (Alcoholicas)	23	0.88	1.01	24,63%	3.58	4.11

Nota: Tomado del profesor damoradan

$$K_e = r_f + \beta(r_m - r_f)$$

Tabla 27 K_e

K_e	5,72%
R	5,76%
R _f	9,39%
β	1,01
R _m - R _f	-3,63%

Nota: Elaboración Propia

Cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital

Realizan el cálculo del costo promedio ponderado de capital (WACC), a partir del costo de la deuda, la estructura de capital y el costo del patrimonio. Sumado a esto, indagan cuales son las principales fuentes de financiación de la empresa, ya sean instituciones financieras,

instrumentos de deuda, acciones preferentes, etc. Evalúan el posible impacto que pueden tener dichas fuentes sobre el WACC.

Tabla 28

Calculo Tasa de Impuesto

Nota: Elaboración Propia

$$WACC = K_e (1-r_D) + K_d * r_D (1-t)$$

Tabla 29

WACC

	2021	2020	2
Kd	-3,05%	-2,01%	
t	10%		
Ke	5,7		
Rd			
WA			

Nota: Elaboración Propia

Nivel de Endeudamiento de la Empresa Analizada

$$NEP \text{ (Índice de endeudamiento)} = \text{Pasivo total} / (\text{Activo total} - \text{Pasivo total}).$$

Tabla 30*Índice de Endeudamiento Bavaria y CIA S.C.A.*

BAVARIA & CIA. S.C.A			
Índice de Endeudamiento			
	2021	2020	2019
Total Pasivo	6.461.776	6.845.693	6.089.709
Total Activo	3.788.775	2.626.673	3.732.238
NEP	171%	261%	163%

Nota: Elaboración Propia**Tabla 31***Índice de Endeudamiento Cervecería La Unión S.A*

CERVECERÍA LA UNIÓN S.A			
Índice de Endeudamiento			
	2021	2020	2019
Total Pasivo	616.077.052	526.511.725	1.023.797.195
Total Activo	675.123.498	658.585.549	685.247.524
NEP	91%	80%	149%

Nota: Elaboración Propia**Tabla 32***Índice de Endeudamiento Cervecería del Valle S.A.*

CERVECERÍA DEL VALLE S.A			
Índice de Endeudamiento			
	2021	2020	2019
Total Pasivo	462.078.411	468.520.320	596.254.700
Total Activo	715.878.546	681.443.316	739.777.605
NEP	65%	69%	81%

Nota: Elaboración Propia

El índice de endeudamiento (NEP) nos indica la proporción de los bienes propios y financiados por deuda; es decir visualiza el grado de dependencia que posee la empresa con el capital de los inversores. En esta medida, se expone que la empresa BAVARIA para el año 2020 obtuvo un rango alto referente al año 2019 y posteriormente año 2021 con un ratio de

endeudamiento del 261%, lo que significa que la empresa ha alcanzado un rango de apalancamiento financiero alto o riesgoso. Cabe resaltar, que para el año 2021 se redujo en un 90% el ratio de endeudamiento lo que infiere una mayor participación del capital propio.

No obstante, ante empresas de la misma industria como cervecería la Unión S.A y Cervecería del Valle S.A representa que los índices de endeudamiento no son tan elevados a comparación de Bavaria; puesto que el mayor índice de endeudamiento para cervecería la Unión fue en año 2019 con un 149% y para la Cervecería del Valle para el año 2019 del 81%. En consecuencia, se determina que durante el proceso de pandemia las dos empresas anteriormente mencionadas generaron rentabilidad mediante los activos y otras operaciones que impartieron en la poca participación de terceros como apalancamiento financiero. Finalmente, los índices de endeudamiento de Bavaria se estiman a razón de la participación en total de los ingresos operacionales con un 78%.

Finalmente, las implicaciones enmarcadas durante los años del 2019 al 2021 de la empresa Bavaria están relacionadas a las medidas para afrontar los retos generados en la pandemia para el planteamiento financiero en el desarrollo a corto, mediano y largo plazo a raíz de la caída de la inversión extranjera y la caída de las exportaciones del producto. Además, los criterios crediticios requieren de juicios significativos para la aplicabilidad en la contabilidad para analizar y medir las pérdidas crediticias o para determinar los criterios de aumento en el riesgo crediticio otorgada a través del índice histórico de créditos con la exposición derivada de los compromisos de préstamo y los contratos de garantía financiera.

Análisis del Grado de Apalancamiento Operativo

Análisis GAO respecto al GAF y GAT

Tabla 33

Relación Deuda Patrimonio

Nota: Elaboración Propia

Tabla 34

Apalancamiento Operativo

Nota: Elaboración Propia

Tabla 35

Utilidad Antes de Impuesto UAI

	Utilidad antes de impuestos UAI
Utilidad operacional UAI	9.020.501.000
intereses	
Utilidad antes	

Nota: Elaboración Propia

Tabla 36*Utilidad Después de Interés e Impuesto*

Utilidad despues de interes e impuestos (UDII)		
Utilidad antes de impuestos UAI	9.407.823.000	6.85
Impuesto	320	
Utilidad despues de interes e impuestos (UD)		

Nota: Elaboración Propia

Tabla 37*Utilidad por Acción GPA*

Utilidad por acción GPA	
Dividendos de acciones preferentes	1.795.048.000
Utilidad neta	
Utilidad por ac	

Nota: Elaboración Propia

Tabla 38*Grado de Apalancamiento Financiero GAF*

	GAF		
Utilidad operacional UAII	9.020.501.000	6.527.348.000	7.473.796.000
UAII-I-(DIV/(1-TAX))	9.784.738.250	7.168.351.125	8.278.649.625
Utilidad por acción GAF	0,92	0,91	0,90

Nota: Elaboración Propia

Tabla 39*Grado de Apalancamiento Total*

	2021	2020
GAO=MC/UAII		

Nota: Elaboración Propia

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede evidenciar que la empresa cuenta en el área operativa y financiera con capacidad eficiente a través de la implementación idónea del

apalancamiento operativo como financiero ostentando una economía estable debido al volumen de ventas permitiendo alcanzar las metas establecidas y facilitar la participación de inversionistas, aunque incrementa a su vez el riesgo de las inversiones al estar arraigada a la tasa de interés.

En esta medida el grado de apalancamiento es positivo durante los tres años independientemente de las contraindicaciones por la presencia del coronavirus que alteraron el ingreso general de la compañía.

Tabla 40

Ratio Cobertura de Interés

Nota: Elaboración Propia

En relación el ratio de cobertura se analiza que los ingresos anuales son positivos, puesto que el anteriormente mencionado permite estimar la capacidad de la empresa para cumplir los pagos de las deudas adquiridas, es decir, poseen una alta capacidad del pago de las deudas para el año 2021 con base al año 2020 que comprende un 20,12

Contexto Histórico Financiero Bavaria S.A.

Los hermanos Leo Siegfried y Emil Kopp Koppel, provenientes de Alemania, llegaron en 1876 a Santander, Colombia. Tres años después, se asociaron con los hermanos Santiago y Carlos Arturo Castello y conformaron en Bogotá la sociedad Kopp y Castello, quienes en 1889 adquirieron un lote para la construcción de una fábrica de cerveza. Esta transacción es considerada como el hecho fundacional de Bavaria.

En el año 1913 inauguramos la Cervecería de Barranquilla y nació la marca más valiosa de nuestro portafolio: **Águila**

Bavaria le pertenece hoy en día a Anheuser-Busch InBev.

Algunos de los principales accionistas de Bavaria son los siguientes:

El fideicomiso Fiduvale Unión con el 16.77 por ciento, MBH con el 7,46 por ciento y Weissenfels A.G. Corp. con el 4,57 por ciento.

Como inversionista tenemos a Petroantex Ltda. con 3,64 por ciento.

Entrada de Nuevos Aportantes de Capital y Crecimiento de sus Operaciones

Bavaria es una sociedad comercial en comandita por acciones. El capital suscrito y pagado de Bavaria está representado en 316 millones, 534 mil 224 acciones, las cuales están repartidas en diferentes accionistas, los cuales son los aportantes de capital de Bavaria. Los cambios de accionistas se dan en tiempos no estipulados ya que cada uno de los aportantes es libre de vender sus acciones cuando crea que es conveniente. Bavaria en su página web, estipula algunos requerimientos guía para el correcto manejo de estas acciones, para obtener títulos por acción adquirida, mejorar constante mente la calidad de vida de la cadena de valor y la de los inversionistas y accionistas. Bavaria le pertenece hoy en día a Anheuser-Busch InBev.

En la ampliación de operaciones de Bavaria, se dio a conocer la noticia de la confirmación de la construcción de una nueva planta para la producción de sus marcas. Esta estará ubicada en el municipio de palmar de Varela en Atlántico. Es una inversión de 412 millones de dólares o 1.9 Billones de pesos. En materia de empleos, generará 1500 en su etapa de construcción y cuando esté operando serán 350 los puestos de trabajo directos y 7000 los indirectos, muchos de estos vinculados con la producción de harina de yuca nacional, la cual es uno de sus principales insumos. Esta utilizará energías renovables, erradicando así desde el inicio de sus operaciones la emisión de carbono.

Primera Salida a Bolsa

La acción de Bavaria se comenzó a cotizar a partir del primero de enero de 1932 en la bolsa de valores de Bogotá. Esta fue la primera salida a cotizar en el mercado de valores por parte de Bavaria.

En 1981 Bavaria colocó sus acciones en la Bolsa de Valores de Colombia.

Después de 26 años de permanencia en el mercado bursátil del país, la acción de Bavaria, la principal cervecera nacional, será retirada de la bolsa de valores de Colombia.

¿Cómo se Llevó a Cabo el Proceso?

La acción de Bavaria empezó a cotizarse en el mercado de valores de Colombia en el año 1981, esto por decisión y disposición de la junta de accionistas de la compañía, en presencia del presidente de la misma en aquel entonces, Julio Mario Santo dueño en mayoría de las acciones de Bavaria.

Bavaria tenía conformado relacionados a la banca de inversiones y con asesoría legal, un paso importante para el correcto manejo y análisis del movimiento monetario y de la banca para ser más precisos. Se elaboró la documentación necesaria para la emisión, esta información

estuvo acompañada por la revisión y adecuación de los estatutos sociales y código de buen gobierno.

El proceso concluyo cuando este se realizó ante el Registro Nacional de Valores y Emisores administrado hasta hoy en día por la Superintendencia Financiera de Colombia, a la cual también de le solicito la autorización para la realización de la oferta pública de los títulos a emitir.

La emisión se de la acción de Bavaria se dio a conocer justo después de que esta salió al mercado.

Qué Condiciones lo Motivaron a Convertirse en una Corporación

Bavaria dio a inicio a adquirir predios, construir e inaugurar nuevas fábricas como la de barranquilla en el año 1913, dando a conocer también desde esa misma ubicación una de las marcas más pronunciadas y vendidas en Colombia hoy en día: La cerveza águila.

La corporación continúa creciendo, esta vez al unirse con Handel y la cervecería continental de Medellín, se crea el consorcio de cervecerías Bavaria, que incorporo a la colombiana de cervezas de Manizales y su marca Póker, así como a otras plantas cerveceras en Santa Marta, Cali, Pereira y Honda.

En 1943 se empezó la construcción de la planta de Duitama, y un años después se iniciaron edificaciones de nuevas fábricas en Bucaramanga, Girardot, Buga, Villavicencio, Neiva, Ibagué y Armenia que entrarían en funcionamiento en los años 1948 y principios de los años 50.

Con la adquisición de la cervecería Clausen en el año 1958, una de las más grandes de Colombia ubicada en Floridablanca y con la inauguración de la cervecería en Nariño en el año 1962, se dio por concluido el programa de expansión de Bavaria.

En el año 1963, Bavaria decidió incursionar en el extranjero empezando por nueva York y Miami, continuo con ecuador en 1980 y en 1981, Bavaria coloco por primera vez sus acciones en la bolsa de valores de Colombia.

La cervecería Bavaria comenzó a convertirse en una corporación por su fluidez en el mercado de bebidas como la cerveza y después bebidas no alcohólicas. La idea de ser una de las cervecerías más grandes del país, los resultados obtenidos con el pasar del tiempo y el esfuerzo impuesto dentro de la industria cervecera, conlleva a incrementar los ideales y crear metas a la que se está dispuesto a alcanzar por parte de sus administradores. No hay final en este proceso ya

que Bavaria sigue trabajando en el presente para seguir siendo la fábrica de bebidas en las diferentes marcas más conocidas en Colombia y parte del mundo.

Estructura Financiera Actual

Estructura financiera actual, frente a la configuración entre deuda y capital de los primeros años de vida de la empresa.

¿Cómo ha Evolucionado esta Estructura Financiera?

Bavaria S.A., se ha enfrentado a diferentes dificultades de tipo económica en lo que ha transcurrido de su historia y como ejemplo ponemos la crisis de la empresa durante los años 60, el cual no dio opciones a Bavaria para poderse mantenerse en algunas de sus operaciones al mismo tiempo que presentar un despido amplio de sus empleados. Para entonces Bavaria pudo solucionar la problemática y dar nuevamente inicios a tales operaciones rápidamente.

Ahora bien, la pandemia del COVID-19 ha sido una de las dificultades por las cuales no solamente Bavaria tuvo que enfrentar, por lo que el ingenio se presentó en muchas de las pequeñas, medianas y grandes empresas para poder mantenerse dentro del margen de sostenibilidad a través de la razón social de las mismas. La falta de consumidores provoco crisis y bajas en los porcentajes de consumo en sus diferentes marcas por lo que el riesgo era inminente y fue cuestión de tiempo para evitarlo.

Muchas empresas no se salvaron, pero otras si lograron asegurasen y mantenerse dentro de los tiempos de crisis. Hoy en día, Bavaria en una de las empresas distribuidoras de bebidas más grande de Colombia y una de las mejores a nivel internacional ya que el trascurso de tecnologías y obtención de energías limpias dentro de la industria se ha implantado, manteniendo así su posición como una de las mejores y de mayor competencia, tanto así que esta representaba el 1,3% de producto interno bruto (PIB) del país y sus presencia generaba casi 25.000 empleos directos y 19.000 indirectos dentro del territorio nacional.

Bavaria se ha formado de forma significativa dentro de los ámbitos que la componen a lo largo de su historia, esto debido a la constancia de eficacia que se presenta en la toma de decisiones y estrategias para la promoción de sus productos dentro del mercado. La utilidad neta de Bavaria para el cierre del año 2019, tenía 390.249 millones de incremento, en porcentaje representado en 29% comparado al año anterior y una facturación del 3,3%.

Pasando a términos de reestructuración de capital, Bavaria ha sufrido cambios que han representado cambios en su estructura de capital los cuales han impactado en sus operaciones y desempeño financiero. Bavaria tuvo una importante reestructuración de capital dentro de la década de 1970, este cambio implicó la emisión de acciones y el uso de financiamiento de deuda para poder expandirse. Más recientemente, la empresa se ha centrado en optimizar su estructura de capital y racionalizar las operaciones para mejorar la eficiencia y la rentabilidad.

Hoy en día, Bavaria es una de las empresas más conocidas de Colombia, un amplio portafolio de productos y una fuerte presencia en el mercado, tanto que esta está marcada en la vida de las personas y los productos empezarían a hacer falta si estos dejaran de producirse.

La empresa últimamente ha invertido en energías renovables como la planta de palmar de Varela en atlántico, operará con energías limpias y renovables, reduciendo así en gran porcentaje el dióxido de carbono o CO₂, y dando así inicio de la transición a energías limpias por parte de Bavaria. Esta planta comenzará a operar a mediados del 2024.

Preguntas a Profundidad

¿Quiénes son los principales accionistas de la empresa? ¿Cuál es su actividad? ¿Cómo está configurada la estructura de participación accionaria?

Algunos de los principales accionistas de Bavaria son los siguientes:

El fideicomiso Fiduvale Unión con el 16.77%

MBH, con el 7,46%

Weissenfels A.G. Corp. con el 4,57%

Como inversionista tenemos a Petroantex Ltda. con 3,64%

La actividad de Anheuser-Busch InBev es la producción, embotellado y venta de bebidas sin alcohol: refrescos, bebidas de malta, aguas embotelladas y té helados.

Fiduciaria Unión Valle: Administrador financiero.

MBH: Mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo.

Weissenfels A.G. Corp.: Empresa de responsabilidad limitada

Petroantex Ltda: Empresa de inversiones.

Bavaria es una sociedad comercial en comandita por acciones. El capital suscrito y pagado de Bavaria está representado en 316 millones, 534 mil 224 acciones, las cuales están repartidas en diferentes accionistas, los cuales son los aportantes de capital de Bavaria. Los cambios de accionistas se dan en tiempos no estipulados ya que cada uno de los aportantes es libre de vender sus acciones cuando crea que es conveniente. Bavaria en su página web, estipula algunos requerimientos guía para el correcto manejo de estas acciones, para obtener títulos por acción adquirida, mejorar constantemente la calidad de vida de la cadena de valor y la de los inversionistas y accionistas.

Las Futuras Líneas de Análisis que se Podrían Considerar

El proyecto puede tener un presupuesto limitado que restringe la cantidad de recursos disponibles para llevar a cabo las actividades previstas.

Pueden surgir costos no previstos durante el desarrollo del proyecto, como costos legales o de investigación, que pueden afectar el presupuesto.

El proyecto puede requerir la implementación de programas específicos, como campañas de prevención o terapia del comportamiento, pero no tener suficiente presupuesto para financiarlos plenamente.

El proyecto puede depender de fuentes externas de financiamiento, que están fuera del control del equipo de proyecto y pueden no ser garantizadas para su desarrollo continuo.

Limitaciones del Proyecto

Al tratar de obtener más información por parte de la empresa y analizarla, la perfección que se desprende de tal campo de acción estipulado en los informes anuales de la empresa y que la misma da a conocer puntos básicos a los que les da solución por parte de ellos mismos, erradica gran parte de los que se quiere saber en verdad y no constituye claridad para un estudio completo.

Se presentaron puntos arduos para el análisis concreto y poder llevar a cabo una investigación más certera, ya que la información correspondiente y necesaria se limitaba hasta cierto punto, dando como ejemplo las políticas de privación hacia el consumo de alcohol excesivo y de no consumo por parte de menores de edad. Esto conlleva a un análisis más profundo pero que influye en ciertos parámetros sociales hacia el consumidor y que solamente la empresa puede dar cabida a tal información y manejo de la misma bajo su misma responsabilidad.

Se constituyen puntos críticos y de vital importancia escogidos para el estudio de la empresa, traduciendo así las capacidades de la misma. La variedad indicativa de razones y precisión conlleva a dar paso a más campo de acción teórica para concretar ciertos niveles de precisión requeridos y conocimientos completos en la magnitud de manejos que se pueden dar.

Recomendaciones

La principal recomendación es que Bavaria aumente los procedimientos de integración de materias primas nacionales en los aspectos que son sustentables localmente y que pueden cubrir la demanda de implementos, recursos para el procesamiento y venta de las diferentes marcas que hacen parte del portafolio de Bavaria.

Se recomiendo más apertura y distribución comunicativa de las políticas de bajo consumo de alcohol y prohibición de este mismo a menores de edad, ya que hay afinidad en las estrategias de marketing y exhibición del producto, pero al mismo tiempo se desajusta el equilibrio de atención y se pierde el interés por correcto proceder de la norma de no alcohol para menores de edad.

En términos financieros, Bavaria se encuentra posicionada en un nivel sobresaliente nacionalmente, y va encaminada a presentarse como la fabricante de bebidas más competitivas a nivel internacional, por lo que esta misma debería participar en mercados financieros, dándole así más afinidad y compostura dentro de la cadena de valor y la variabilidad de la inversión a la cual se podría acceder confiadamente.

Conclusiones

Como conclusión, centrándonos en el enfoque financiero de Bavaria, observamos que la empresa mantiene variabilidad constante, la cual es la normal dentro del proceder de la misma, pero dándonos a conocer cambios bruscos en estos tres años en los que se dio el enfoque y análisis, esto debido a las restricciones y limitaciones presentadas por causa de la pandemia del COVID 19, la cual causo baja en las finanzas y economía de la empresa y cada uno de sus rubros. En los estados financieros, los años en los cuales está enfocado el estudio que son el 2019, 2020 y 2021, los análisis horizontal y vertical demuestra la baja mencionada con anterioridad, pero al mismo tiempo también se muestra que la empresa se regenera da a poco nivelándose y retomando nuevamente el porcentaje de fluidez perdido.

Dentro del estado de resultados se presentan disminuciones en los en los costos, gastos y provisión para impuestos, lo que genera porcentajes positivos correspondientes a la utilidad neta de la empresa. Dentro de los estados de flujo de efectivo la variabilidad es marcada ya que para el 2020 se registra más del 100% de efectivo, cuando para el año 2019 el efectivo es menor al 50%, por lo que es un salto muy positivo. Para el 2021, el efectivo disminuye, llegando en un 20%, una disminución también marcada para la empresa. Aun así, la empresa mantiene en alza sus cifras, obteniendo apertura hacia la transición energética y demás avances que la convierten en una empresa generadora de cambio.

La empresa Bavaria SAS sostiene como enfoque en el desarrollo de la actividad económica el cumplimiento de los Objetivo de Desarrollo Sostenible en aras de mantener y evolucionar con un impacto positivo en el medioambiente y la sociedad, que a su vez permiten el cumplimiento de los objetivos organizacionales, efectuando una economía circular a través del trabajo, el emprendimiento, agricultura inteligente, agua circular, el consume responsable, entre

otros. Tras esta revisión y adoptando un sentido de liderazgo se ostenta un futuro sostenible, innovador e inclusivo a largo plazo; puesto que, hoy por hoy las diferentes y grandes innovaciones de la compañía representan el 14.3% de los ingresos netos generando una marca local y global.

Referencias

- A. (8 de 4 de 2022). *Misión y Visión de Bavaria*.
<https://misionyvision.de/bavaria/#:~:text=La%20misi%C3%B3n%20de%20Bavaria%20es,los%20diferentes%20sectores%20del%20mercado>
- A, S. L. (2018). *Capítulo 3. Análisis de estados financieros*. 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>
- A. C, L. B. (2017). *Análisis financiero*. Editorial Digital UNID: <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/41183>
- Bavaria. (s.f.). *Nuestras Marcas*. <https://www.bavaria.co/marcas-bavaria/explorador-de-marcas>
- Bavaria. (s.f.). *Vive Responsable*. <https://www.bavaria.co/viveresponsible>
- Bavaria S.A. (2023). *Historia de Bavaria*. Bavaria.co. <https://www.bavaria.co/acerca-de-nosotros/historia-bavaria>
- CEPAL El Caribe. (2017). *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) Cepal.org*.
<https://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible/objetivos-desarrollo-sostenible-ods>
- Coca-colafensa. (2021). *Estados Financieros 2020 Final*. https://coca-colafemsa.com/wp-content/uploads/2021/03/KOF_Estados_Financieros-2020_Final.pdf
- Comercio, S. d. (2021). *Información engañosa. Industria y comercio. Superintendencia*.
<https://www.sic.gov.co/informacion-enganosa#:~:text=Se%20considera%20enga%C3%B1osa%20toda%20informaci%C3%B3n,puede%20afectar%20su%20comportamiento%20econ%C3%B3mico>

Comercio, S. d. (2023). *Esta Superintendencia confirmó la sanción a BAVARIA por la campaña publicitaria del “BANCO DE LA AMISTAD”*. *Boletín Jurídico* : .

<https://www.sic.gov.co/boletin/juridico/publicidad/esta-superintendencia-confirm%C3%B3-la-sanci%C3%B3n-ba>

El heraldo. [El Herald] (2022). *El Editorial / El sorbo de Bavaria en Palmar de Varela / 27 de diciembre de 2022* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=XinnCsdYu7w>

Jurídico, L. A. (2019). *Superindustria formuló pliego de cargos a Bavaria por la campaña promocional “Banco de la amistad”*.

<https://www.ambitojuridico.com/noticias/mercantil/superindustria-formulo-pliego-de-cargos-bavaria-por-la-campana-promocional-banco>

Madrid, C. d. (2020). *¿Qué es un consumidor? Comunidad de Madrid*.

<https://www.comunidad.madrid/servicios/consumo/es-consumidor#:~:text=Un%20consumidor%2C%20o%20usuario%2C%20es,sobre%20la%20contrataci%C3%B3n%20de%20servicios>

Maps, G. (2023). *Bavaria*. [https://www.google.com/maps/place/Cra.+53a+%23127-](https://www.google.com/maps/place/Cra.+53a+%23127-35,+Suba,+Bogot%C3%A1/@5.3184046,-74.2061171,21z/data=!4m6!3m5!1s0x8e3f8533aa31f48b:0xe19470094c986ab!8m2!3d4.7087325!4d-74.0620491!16s%2Fg%2F11hz6ctghb)

[35,+Suba,+Bogot%C3%A1/@5.3184046,-](https://www.google.com/maps/place/Cra.+53a+%23127-35,+Suba,+Bogot%C3%A1/@5.3184046,-74.2061171,21z/data=!4m6!3m5!1s0x8e3f8533aa31f48b:0xe19470094c986ab!8m2!3d4.7087325!4d-74.0620491!16s%2Fg%2F11hz6ctghb)

[74.2061171,21z/data=!4m6!3m5!1s0x8e3f8533aa31f48b:0xe19470094c986ab!8m2!3d4.](https://www.google.com/maps/place/Cra.+53a+%23127-35,+Suba,+Bogot%C3%A1/@5.3184046,-74.2061171,21z/data=!4m6!3m5!1s0x8e3f8533aa31f48b:0xe19470094c986ab!8m2!3d4.7087325!4d-74.0620491!16s%2Fg%2F11hz6ctghb)

[7087325!4d-74.0620491!16s%2Fg%2F11hz6ctghb](https://www.google.com/maps/place/Cra.+53a+%23127-35,+Suba,+Bogot%C3%A1/@5.3184046,-74.2061171,21z/data=!4m6!3m5!1s0x8e3f8533aa31f48b:0xe19470094c986ab!8m2!3d4.7087325!4d-74.0620491!16s%2Fg%2F11hz6ctghb)

Motta, A. (2022). *¿Cómo listarse en la bolsa de valores de Colombia? Rankia*.

<https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/3123108-como-listarse-bolsa-valores-colombia>

N., R. P. (2020). *Garantía*. *En economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Noticias Caracol. [Noticias Caracol] (19/12/2022). *Nueva planta Bavaria* [Video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=t9d-bprN744>

OBANDO, N. E. (11 de 03 de 2020). *Resumen Historia de Bavaria*. YouTube:

https://www.youtube.com/watch?v=Fqndl_5pdt4&ab_channel=NICOLASEDUARDOPOSSOOBANDO

Portafolio. (25 oct 2007). *Termina la historia de 75 años de Bavaria en la Bolsa Accionistas que no pudieron vender sus títulos mantendrán los derechos*. Portafolio.

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/termina-historia-75-anos-bavaria-bolsa-accionistas-pudieron-vender-titulos-mantendran-derechos-165218>

Rueda D. (27/06/2007) *Bavaria se retira de la bolsa de valores Colombia* “[Emisión de radio]”.

Caracol.com.co,

https://caracol.com.co/radio/2007/06/27/economia/1182951120_445784.html

Redacción el Tiempo (2005, 19 de Julio). *Historia de Bavaria hasta su venta a la cervecería*

SAB MILLER. El Tiempo, Pagina web.

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1957834>

The Coca-Cola Company. (s.f.). *Refresca el mundo. Marca la diferencia* . La compañía de coca

Cola: <https://www.coca-colacompany.com/>

Veracruz, U. (2017). *Calidad*. <https://www.uv.mx/personal/lbotello/files/2015/08/conceptos-de-calidad.pdf>

Yahoo finance The Coca-Cola Company (KO) . (s.f.).

<https://finance.yahoo.com/quote/KO/balance-sheet?p=KO>