**CASO DE ESTUDIO EMPRESA APPLE. INC**

**PRESENTADO POR:**

**HARVEY YADIVER DIMATÉ RODRÍGUEZ**

Cód.: 10206093 - CTP 1012A1

**JAIRO HERNÁN CORREDOR SABOGAL**

Cód.: 10206064 - CTP 1012A2

**JUAN CARLOS MIRANDA MERCHAN**

Cód.: 10206029 - CTP 1012A2

**WALNER PALACIOS MURILLO**

Cód.: 10206097 - CTP 1012A3

**TUTOR DEL CURSO:**

**ERNESTO MENDIETA SABOGAL**



**UNITEC CORPORACIÓN UNIVERSITARIA**

**GERENCIA FINANCIERA DE PROYECTOS**

**FEBRERO 22 DE 2021**

**CONTENIDO.**

[INTRODUCCIÓN 3](#_Toc17144286)

[HISTORIA GENERAL DE APPLE.INC 3](#_Toc17144287)

[ASPECTOS OPERATIVOS DE APPLE 9](#_Toc17144288)

[ASPECTOS FINANCIEROS DE APPLE 10](#_Toc17144289)

[CONCLUSIONES 19](#_Toc17144290)

[BIBLIOGRAFÍA 20](#_Toc17144291)

**TABLA DE ILUSTRACIONES.**

[**1** IMAGEN APPLE 1 3](#_Toc17143025)

[2 IMAGEN APPLE 3 4](#_Toc17143026)

[3 IMAGEN EVOLUCIÓN IPHONE 8](#_Toc17143027)

[4 IMAGEN PRODUCTOS APPLE 9](#_Toc17143028)

[5 IMAGEN CRECIMIENTO APPLE 13](#_Toc17143029)

[6 IMAGEN DATOS FINANCIEROS 14](#_Toc17143030)

[7 IMAGEN PAYOUT 15](#_Toc17143031)

[8 IMAGEN RENTABILIDAD DE APPLE 15](#_Toc17143032)

# INTRODUCCIÓN

## HISTORIA GENERAL DE APPLE.INC

La historia de Apple, esta resumida en una de las frases más representativas de dicha compaña “Hablar de la historia de Apple es hablar de tecnología, innovación y atrevimiento”. (CURIOSESFERA, 2014)

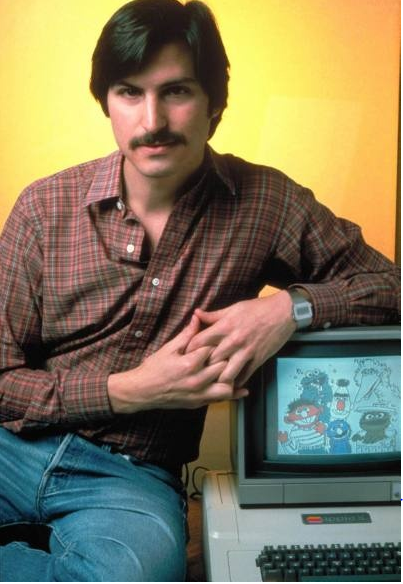
Dicha empresa fue creada en 1976 por **Steve Jobs** y **Steve Wozniak**, el segundo de ellos siempre fue un genio de la tecnología, llegando a desarrollar diferentes componentes y un ordenador propio, pero por falta de presupuesto, la empresa donde trabajaba no acepto su prototipo y hasta ese momento no pudo comercializarlo. A diferencia de **Jobs**, quien era 5 años menor que **Wozniak** siempre fue un soñador con un pensamiento innovador y progresista.

La compañía en 1976, empezó primero en la habitación de Jobs y posteriormente en su garaje, con la primer idea de comercializar el prototipo ya creado por Wozniak, donde ambos salieron de la mayoría de sus pertenencias para la adquisición de los componentes y lanzaron su primer ordenador el **Apple 1**



**1** IMAGEN APPLE 1

Este ordenador, tenía mejores especificaciones y más funcional al consumidor común que no tenía conocimientos de programación, a diferencia del Altaír 8800 de Microsoft, este ordenador no fue apoyado por las grandes compañías y tenía un valor de comercialización del 666.66USD y se vendieron alrededor de 20 unidades, pero sirvió a estos genios de la tecnología para despertar el ojo de las grandes compañías y apoyarlos para sacar su nuevo ordenador. (INFORMATICA, 2011)



2 IMAGEN APPLE 3

Para 1977, se lanzó la **Apple 2**, lo que catapulto la empresa y sus creadores se volvieron millonarios, para 1980 la compañía lanzo la versión mejorada la **Apple 3**, pero tuvo muchos problemas con la refrigeración del ordenador y para 1984, debió retirarla del mercado y remplazar la mayoría de estas generando las primeras pérdidas financieras para la empresa, con el lanzamiento de la **Apple 3 +**, la cual se fabricó para corregir los errores de la **Apple 3**, el cual se convertiría en el primer gran fracaso comercial de la compañía.

Apple, para ese entonces ya era una empresa que tenía un buen musculo financiero y se encontraba trabajando en otros dos proyectos alternos en la compañía los cuales era dos ordenadores más, que pretendían revolucionar la industria de la tecnología y competir directamente con su principal rival que para ese entonces era IBM.

El 12 de diciembre de 1980 Apple entro a la bolsa de valores, para ese entonces solo unos pocos trabajadores de Apple tenían acciones de la empresa, pero las 4.6 millones de acciones de Apple se vendieron a 22 dólares, aumentando el capital de la empresa, lo cual le permitió establecer negocios con la compañía Xerox, para fabricar lo que se creía la joya de la corona conocida como **Lisa.**

Pero por el contrario y para sorpresa de los pensadores de Apple, fue un fracaso gracias a el costo tan elevado de fabricación y a su precio de comercialización, lo que para 1981 Apple tuvo que purgar su planta de empleados debido a la cantidad de desaciertos y a las innumerables perdidas económicas, donde fue remplazado el primer presidente de Apple Scott y asumiendo la presidencia Mike Markkula y Steve Jobs como directo director de la compañía.

Mientras Apple pasaba por malos momentos su competencia directa IBM, seguía sacando éxitos en ordenadores y el IBM PC, se convirtió para ese entonces en un éxito ya que su mercado estaba posicionado en los empresarios, modelo de negocio al cual Apple no había podido entrar.

Por directrices del mismo presidente, los recursos se volcaron hacia ma fabricación de la Macintosh, la cual tuvo unos parámetros comerciales mejores que la Apple 3, pero sin embargo no ayudaba a la compañía y era la Apple 2 hasta ese entonces el ordenador que sostenía la compañía y el cual ya estaba perdiendo popularidad y de igual manera comercio por el paso del tiempo.

Para 1985, el mismo Steve Jobs, recibió un espaldarazo de la junta directiva de la compañía orquestada por su CEO y fue apartado del cargo que ocupaba en la compañía que el mismo había fundado, lo cual género que unas semanas después el genio creador de Apple se hiciera a un lado y creo la compañía NeXT Inc.

En el desespero financiero que pasaba la compañía, se aliaron con Greenpeace, con el fin de remplazar muchos de los componentes de fabricación de los ordenadores por materia prima e insumos más amigables con el ambiente, así entonces cambiando el mercurio por el LCD reciclado.

Apple, continuo con sus bajos índices de rentabilidad durante más de 5 años, incursionando en diferentes mercados con el fin de captar cuotas y abrir mercados, reproductores, cámaras, consolas, lo cual no ayudo la compañía y el declive de las acciones era inminente, para el año 1994, en una maniobra desesperada de varias compañías por el aumento desenfrenado de Microsoft, Motorola, Apple y IBM, se unieron y crearon la alianza AIM, lo cual combinaba el software de Apple con los Hardware de las demás compañías, pero no fue suficiente para poner en peligro o igualar la potencia de la compañía de Bill Gates, que para ese entonces estaba siendo el principal motor tecnológico en el planeta.

Para 1996, Gil Amelio entro a la compañía e intento varios proyectos pero no fueron fructíferos, pero su mejor adquisición fue comprar la compañía NeXT Inc de Steve Jobs, la cual había creado unos componentes frameworks, los cuales podían sacar a Apple del estancamiento, lo que hizo que Jobs entrara nuevamente en la empresa como consultor especializado.

Para 1997 y tras la baja de las acciones de Apple la junta tomo la decisión de apartar Amelio del cargo y Steve Jobs se convertiría en el nuevo CEO de la compañía y seria ahí el momento en el cual Apple comenzaría una época de restructuración en la compañía y sus líneas de comercialización.

Para la entrada de los años 2000, Apple trabajaba en lo que seria su mayor éxito y lo que lo tiene 20 años más tarde como la mejor compañía en artículos electrónicos portátiles en el mundo, fue para 2001, con los componentes que traería NeXt Inc, cuando Apple lanzo el Ipod y Mac OSX.

Fue el Ipod de los primeros reproductores de música compactos, lo que lo hizo diferente y más atractivos de los demás en el mercado era su funcionalidad ya que era un equipo que no presentaba errores a diferencia de los demás, su espacio de 5GB y su batería de larga duración. Aunque fue 2 años después cuando IPod sentó las bases de su éxito con la aparición de la iTunes Music Store y la posibilidad de la compra digital de música a 0,99$ cada canción.

Continuando así Apple abre su primera Retail Store, una en Virginia y otra en California, lo que le abriría las puertas adquirir diferentes compañías, para quedarse así con sus Software y mejorar sus diseño y capacidades funcionales de las maquinas actuales.

Estos años fueron un éxito para Apple, ya que sus acciones entre el año 2003-2006 se multiplicaron su valor en 10 veces. Uno de los secretos de la compañía, aparte de dar una máquina preparada con un software especializado en trabajo multimedia como iLife, era el dar un sistema plenamente compatible con todo lo que ya se hacía en los PCs con Windows, pero de una manera más fácil y con una interfaz y máquinas más potentes y atractivas.

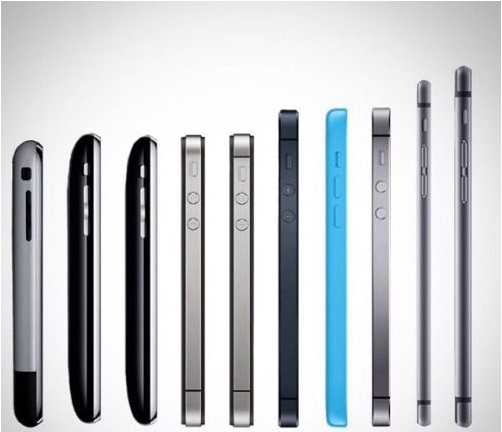
En el 2007 Apple dio el salto que le llevaría a su éxito total en todos los sentidos, principalmente de cara al gran público: Steve Jobs anunció que la compañía pasaba a llamarse Apple Inc.ya que su negocio no iba a ser sólo los ordenadores. En este evento, Apple presentó el iPhone y el Apple TV.

El resto es historia actual de Apple, con grandes momentos como la presentación del iPod Touch, la aparición de la App Store, la venta de música sin DRM en su tienda musical, venta de películas y series de TV, el iPad, la construcción unibody, Retail Stores repartidas por el mundo y la definición y creación de modelos de negocio y productos de consumo que han reinventado y revolucionado la forma de consumir nuestra vida digital.

Para el año 2011-2012, fue uno de los momentos más tristes para la compañía y para la familia de los consumidores de Apple, ya que por una enfermedad terminal su creador y gestor de la compañía Steve Jobs fallecería el 5 de octubre de 2011, dejando un legado digital y cumpliendo su sueño de revolucionar el mundo.

Apple está en negociaciones para la adquisición del fabricante de vehículos eléctricos de culto Tesla Motors

El 28 de mayo de 2014, Apple confirmó su intención de adquirir el Dr. Dre y compañía audio de Jimmy Lovine, Beats Electronics-productor de los Beats by Dr. Dre línea de auriculares y productos altavoces, y el operador del servicio de streaming de música Beats Music-por 3.000 millones de dólares.Como resultado de la adquisición, Apple planea ofrecer productos Beats «a través de sus puntos de venta y distribuidores, pero la compañía no ha hecho ningúna indicación adicionales sobre cómo se integrarán Beats en línea de productos de Apple. (SERVICIO, s.f.)

El presente de Apple, se puede resumir con la siguiente fotografía:

3 IMAGEN EVOLUCIÓN IPHONE

## ASPECTOS OPERATIVOS DE APPLE

La compañía divide sus propias líneas de productos en el iPad, iPhone, Mac, iPod, iTunes, Software y Servicios, y accesorios. Estos productos se pueden agrupar en tres líneas de negocios: Informática Hardware y software, los dispositivos de móviles y la tienda iTunes. (ECURED, s.f.)



4 IMAGEN PRODUCTOS APPLE

La empresa opera más de 250 tiendas propias en nueve países, miles de distribuidores (destacándose los distribuidores premium o Apple Premium Resellers) y una tienda en línea (disponible en varios países) donde se venden sus productos y se presta asesoría técnica. (ARCHANCO, 2014)

 Los productos de Apple, desde el momento que aparecen en el mercado son aceptados por los consumidores, liderando sus sectores. Como ejemplo, se puede ver el exitoso lanzamiento del iPad, que desde que fue presentado en el mercado, por primera vez se empezaba de hablar de Apple como la empresa líder en capitalización bursátil.

Se basa en dos aspectos fundamentales: la velocidad y el tiempo. Estos conceptos, la empresa lo aprendió con la experiencia de los años, que fue años de éxitos pero también de fracaso.

Línea de más larga duración de Apple de la empresa es la de hardware y software. La compañía siempre ha creído que el hardware es tan útil como  su software y no se puede subestimar la importancia de ninguna. Esta dedicación poseer el producto completo  integrado ha permitido a Apple para enfocarse en la calidad y facilidad de uso. (GABRIELA, 2013)

## ASPECTOS FINANCIEROS DE APPLE

Apple Inc. es una empresa que desarrolla su actividad en el sector tecnología y que se encuentra especializada en Equipos electrónicos y hardware. Sus acciones cotizan en la bolsa de USA.

Apple es una de las empresas más revolucionarias de los últimos años. Sus productos han supuesto un antes y un después para el mercado y los consumidores. Pero lo cierto es que la historia de Apple va mucho más allá del iPhone, el iPad o Steve Jobs. En 2017 se convirtió en la primera cotizada cuyo valor [ha sobrepasado la barrera de los 800.000 millones de dólares](https://www.idealista.com/news/finanzas/inversion/2017/05/09/746381-apple-hace-historia-en-wall-street-ya-vale-mas-de-800-000-millones-de-dolares) (en euros, unos 730.000 millones) y ronda alrededor de los 812.000 millones.

La historia en bolsa de la compañía de Cupertino se remonta al 12 de diciembre de 1980, cuando empezó a cotizar. En su puesta de largo, cada una de sus acciones tenía un precio de 0,5 dólares (cifra que tiene en cuenta el movimiento que hizo la empresa en junio de 2014 para abaratar el precio de las acciones al [juntar siete títulos en uno solo](http://economia.elpais.com/economia/2014/06/09/actualidad/1402314331_251308.html), denominado split), mientras que al 2017 se movía por encima de 155 dólares. Esto significa que en estas casi cuatro décadas, **sus títulos se han revalorizado un 30.900%.**

La compañía se ha enfrentado a varias crisis económicas mundiales, al estallido de la burbuja puntocom, a estar al borde de la bancarrota y a la muerte del hombre con el que emprendió el camino hacia el éxito y que fue [su CEO durante 24 años: Steve Jobs](https://www.idealista.com/news/inmobiliario/vivienda/2011/10/06/353908-fallece-steve-jobs-el-fundador-de-apple-video).

Mientras tanto, [ha revolucionado el mercado de los dispositivos móviles y electrónicos](https://www.idealista.com/news/finanzas/tecnologia/2017/02/13/745323-el-dia-que-apple-penso-vender-cafes-en-lugar-de-fabricar-productos-revolucionarios)con productos como el **iPod** (desde su lanzamiento el 23 de octubre de 2001 ha vendido más de 400 millones de unidades), el **iPhone** (llegó al mercado el 29 de junio de 2007 y ya hay más de 1.000 millones de smartphones en manos de los consumidores) y el **iPad**(la tableta empezó a venderse el 3 de abril de 2010 y ya ha colocado 250 millones de unidades). A todos ellos se suman otros ‘inventos’ como el Mac y el Apple Watch, pero sin duda [el buque insignia de Apple es el iPhone](https://www.idealista.com/news/inmobiliario/empresas/2017/01/10/744877-imagen-del-dia-el-telefono-inteligente-por-excelencia-iphone-cumple-una-decada). “**Desde que salió al mercado, todos los smartphones intentan parecerse a él.**Fue un producto completamente disruptivo que cambió la concepción que tenía el mundo de los teléfonos y [es el verdadero diferencial](https://www.idealista.com/news/inmobiliario/internacional/2017/01/31/745161-la-colorida-vida-nocturna-de-las-grandes-ciudades-vista-a-traves-del-objetivo)”, asegura **Enrique Dans**, **profesor de Sistemas de la Información en IE Business School.**

Tras vivir todos esos buenos y malos momentos, el gigante tecnológico ha conseguido sobrevivir en bolsa y su valor de mercado está en máximos históricos.

Pero, ¿cómo es posible que haya tenido tanto éxito entre los inversores? Durante sus primeros 30 años en el mercado, las acciones de Apple apenas se movieron, mientras que desde el año 2007, coincidiendo con el lanzamiento de la primera versión del iPhone y una década después de la vuelta de Steve Jobs a la compañía (su regreso se produjo el 16 de septiembre de 1997), empezó a remontar el vuelo.

“Hasta el año 98, las acciones de Apple se movieron en un rango lateral. **Entonces se empezaron a beneficiar del rally tecnológico y en apenas dos años** (1998 a 2000), **sus títulos llegaron a subir un 140%**. El estallido de la burbuja de las puntocom supuso un giro de 180 grados y tuvo varios años de sufrimiento hasta volver prácticamente a la casilla de salida. Ya en 2003 se embarcó en un movimiento alcista que se mantiene actualmente. Desde aquel año, y a pesar de haber vivido numerosos altibajos, se ha revalorizado de forma espectacular y lo más probable es que lo siga haciendo bien”, explica **Ricardo González, director general de**[**esBolsa.com**.](http://esbolsa.com/)

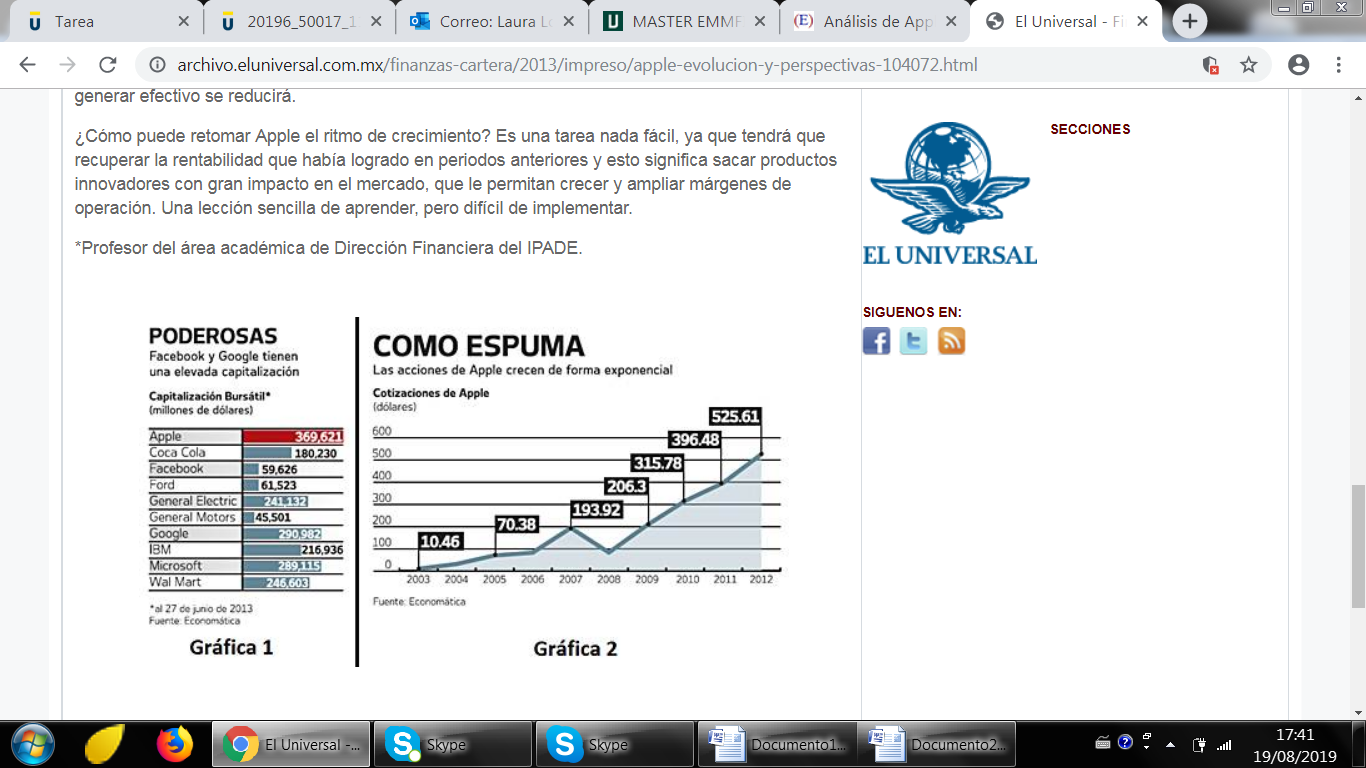
Su receta del éxito, dicen los expertos, es **combinar la gestión de sus recursos y su cadena de** **producción** (proveedores, distribuidores…) **con saber vender y conseguir buenos márgenes.**

“Y creo que ahí está el quid del asunto. Apple sabe diseñar y fabricar productos de muy buena calidad y que ofrecen lo que el cliente quiere y necesita. Por algo sus productos tienen un índice de satisfacción del 98% o incluso superior. **Consigue que millones de personas usen sus productos y, más importante, que estén dispuestos a pagar por ellos**. Creo que ese valor propio y el hecho de que la competencia directa no ha sabido ofrecer algo del mismo nivel y a todos los niveles son la clave de su éxito”, opina **Carlos Buchart, profesor asociado de Tecnun-Universidad de Navarra e ingeniero de la empresa STT Systems**.

La capacidad que ha demostrado Apple para seguir creciendo le ha permitido ser más fuerte que una de las mayores crisis que ha sufrido la compañía: la muerte de Steve Jobs el 5 de octubre de 2011. Fueron muchos los que, por aquel entonces, vislumbraron un parón y un cambio de rumbo de la mano de su nuevo CEO que podría poner en jaque el liderazgo del gigante de la manzana mordida en el sector tecnológico mundial. Sin embargo, estas previsiones apocalípticas no se han terminado cumpliendo.

La evolución alcista de Apple ha permitido a los accionistas sacar una rentabilidad envidiable. Para hacerse una idea de cuánto han conseguido, basta recordar que 1.000 dólares de inversión en la compañía el día de su estreno (12 de diciembre de 1980) se traduciría al hoy alrededor de 359.932 dólares, teniendo en cuenta para el cálculo la revalorización de las acciones y los dividendos. Así, la rentabilidad total alcanzaría un 35.893%, mientras que la anualizada rondaría el 17,55% (Arnaz, 2017) .

En la figura 2 se muestra algunos datos financieros del crecimiento de Apple a 2012 (Hernández, 2013).



5 IMAGEN CRECIMIENTO APPLE

Las acciones de Apple Inc. cotizaban a septiembre de 2018 a 157.74 USD después de haber bajado el precio de sus acciones un -6.80% en el último año.

Los fondos propios de Apple Inc. están compuestos en según datos a Septiembre de 2018 por 4,745 millones de títulos, siendo su free float del 99.9% del total. Por último, su capitalización bursátil es de USD 748,476 millones.

A continuación la base de la información financiera disponible con datos de Septiembre de 2018.

En la Figura 2 se comparan los múltiplos más significativos ([Precio sobre beneficios](https://www.enciclopediafinanciera.com/analisisfundamental/valoraciondeactivos/PER-price-to-earnings-ratio.htm) -PER-, [precio sobre valor contable](https://www.enciclopediafinanciera.com/analisisfundamental/valoraciondeactivos/precio-sobre-valor-contable.htm) -P/BV- y [precio sobre cash-flows](https://www.enciclopediafinanciera.com/analisisfundamental/valoraciondeactivos/precio-sobre-cash-flow.htm) -P/CF-) de Apple Inc. con los datos medios de compañías de USA, del sector Tecnología y del subsector Equipos electrónicos y hardware, con objeto de poder determinar si se encuentra sobre o infravalorada.

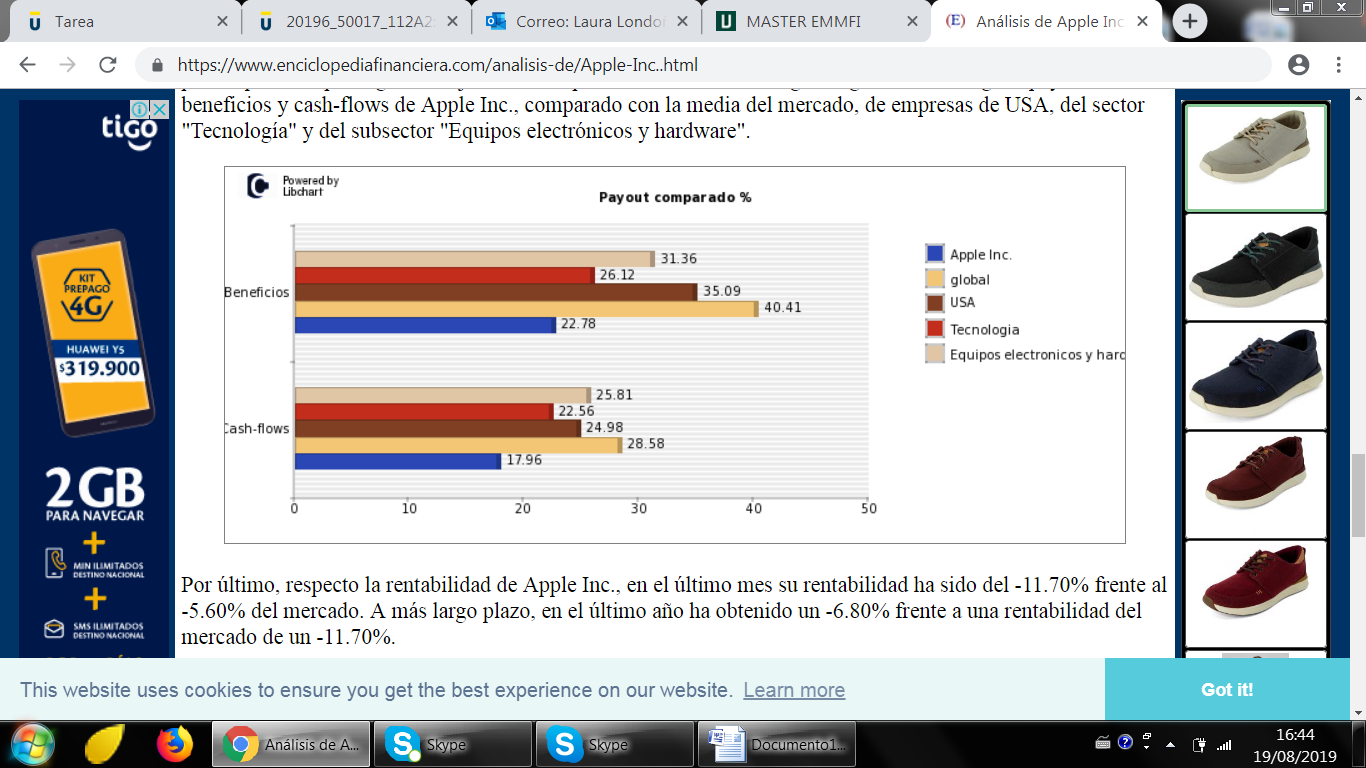
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PER | P/BV | P/CF | ROE |
| Apple Inc. | 12.30 | 7.00 | 9.70 | 50.60 |
| Global | 16.08 | 2.99 | 11.88 | 15.52 |
| USA | 20.57 | 4.96 | 15.96 | 18.69 |
| Tecnología | 16.39 | 4.80 | 16.18 | 19.17 |
| Equipos electrónicos y hardware | 9.61 | 3.01 | 10.27 | 18.83 |
|  |  |  |  |  |

6 IMAGEN DATOS FINANCIEROS

La rentabilidad por dividendo de Apple Inc., es del 1.85%, cantidad inferior a la ofrecida tanto por la media del mercado como por la de las empresas de USA, del sector Tecnología y del subsector Equipos electrónicos y hardware.

Respecto de la capacidad de Apple Inc. para mantener su dividendo actual de 2.92 USD por acción, cantidad que supone un 1.85%, su nivel de payout tanto sobre beneficios como sobre cash-flow. Su payout sobre beneficios es actualmente del 22.78%, cantidad inferior a la media del mercado y al de las empresas del sector Tecnología que se encuentra en un 40.41 y 26.12 respectivamente. Ambos datos hacen pensar que existe seguridad en que pueda mantener su actual nivel de dividendos.

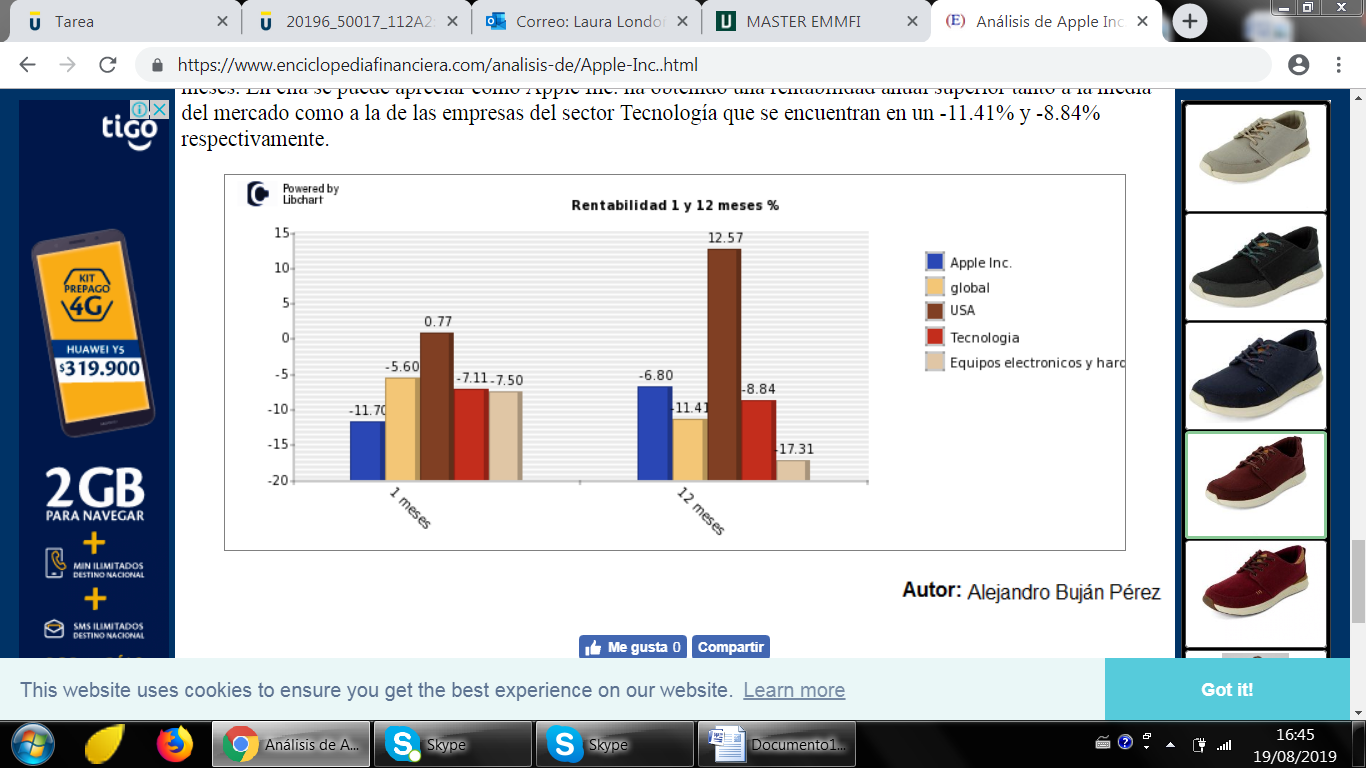
El payout sobre beneficios se debe comparar con el payout sobre cash-flow ya que es esta última cantidad el efectivo que realmente genera la empresa para su distribución. El cash-flow por acción de Apple Inc. se sitúa en 16.26 USD por acción, cantidad que es superior al dividendo por acción pagado por la empresa de 2.92 USD, por lo que la empresa genera caja suficiente para mantenerlo. En la figura siguiente se recoge el payout sobre beneficios y cash-flows de Apple Inc., comparado con la media del mercado, de empresas de USA, del sector "Tecnología" y del subsector "Equipos electrónicos y hardware".



7 IMAGEN PAYOUT

Por último, respecto la rentabilidad de Apple Inc., a cifras de 2018 su rentabilidad ha sido del -11.70% frente al -5.60% del mercado. A más largo plazo, en el último año ha obtenido un -6.80% frente a una rentabilidad del mercado de un -11.70%.

En la gráfica siguiente, se compara la rentabilidad de Apple Inc. con las equivalentes de USA, del sector Tecnología y del subsector Equipos electrónicos y hardware, tanto del último mes (Septiembre de 2018) como de los últimos 12 meses. En ella se puede apreciar como Apple Inc. ha obtenido una rentabilidad anual superior tanto a la media del mercado como a la de las empresas del sector Tecnología que se encuentran en un -11.41% y -8.84% respectivamente (Pérez, 2018).



8 IMAGEN RENTABILIDAD DE APPLE

Entre enero y marzo de 2019, la compañía registró un beneficio neto de **11 mil 561 millones de dólares**, cifra que si se compara con los **13 mil 822 millones** registrados durante el mismo periodo del año anterior, se traduce en una caída de 16 por ciento.

No obstante, el trimestre se punta como el tercer mejor segundo trimestre en la historia de la compañía cuando la lectura se da desde los ingresos generados, mismos que para el periodo en cuestiono alcanzaron los 58 mil 200 millones de dólares.

El trimestre se caracteriza por una recuperación interesante en el mercado chino, luego de que se registrará una caída en la venta de dispositivos que mercero el rendimiento del iPhone según lo reportado el informe pasado.

Lo que realmente llama la atención es el desempeño en términos de ingresos por líneas de negocio. Esta lectura indica que la apuesta por el segmento de servicio puede ser una gran estrategia para el negocio de Apple ante la maduración de sus dispositivos así como la mayor competencia en el terreno de los smartphones.

Las cifras hablan por sí solas:

iPhone: 31.050 millones de dólares

iPad: 4.870 millones de dólares

Mac: 5.500 millones de dólares

Servicios: 11.450 millones de dólares

Wearables: 5.100 millones de dólares

Si bien el iPhone vendió menos de lo que los analistas esperaban al reducir un 17 por ciento sus ventas, lo cierto es que su negocio en la rama de servicios alcanzó una cifra récord de**11 mil 450 millones de dólares,** es decir, un crecimiento del 16 por ciento.

Con esto en mente, Apple está en el camino de reducir la dependencia que su negocio tiene de las ventas del iPhone: el movimiento de este dispositivo en el mercado representa el 53 por ciento de las ventas totales de compañía, número inferior al 61 por ciento registrado durante el año pasado.

Desde hace algunos meses, la marca ha estado apostando por una estrategia en la claramente sus servicios serían los que se verían beneficiados, con la intención de convertirlos en el salvavidas para su negocio ante la tendencia de crecimiento que este segmento de su negocio ha presentado.

El movimiento parece ser el correcto y su reporte financiero así lo demuestra. De hecho, la Bolsa ya lo reconoce luego de que las acciones del grupo que dirige Tim Cook subieran cerca de un 5 por ciento en el cierre prolongado de Wall Street (González, 2019).

En su tercer trimestre fiscal (2019), [Apple](https://www.dinero.com/noticias/apple/17) sorprendió con sus resultados financieros, los cuales fueron mejor de lo previsto por los analistas y en los que se resalta un crecimiento de su sector de servicios que opacó la inquietud por declinantes ventas de [iPhone.](https://www.dinero.com/noticias/iphone/95)

**Las ganancias en el tercer trimestre fiscal cedieron 13% respecto al mismo período del año pasado y se situaron en US$10.000 millones.** Los ingresos en tanto aumentaron 1% a US$53.000 millones lo cual fue más de lo que habían estimado los expertos.

Al empezarse a debilitar las ventas de iPhone, el producto estrella del grupo, **Apple se orientó a hacer dinero con contenidos digitales y servicios para las legiones de fanáticos de sus aparatos.**

Los resultados fueron bien recibidos por el mercado y en las transacciones posteriores al cierre de Wall Street la acción de la empresa subía más de 3%.

"Este es el mayor trimestre a junio que hemos tenido, impulsado por un récord absoluto de ingresos por servicios, acelerado crecimiento de productos ponibles, buen desempeño desde el Ipad a Mac y significativas mejoras en las tendencias del iPhone", dijo el jefe ejecutivo de Apple, Tim Cook.

Apple dejó de revelar la cantidad iPhones vendidos, pero Cook dijo haber recibido una "fuerte respuesta de los clientes" a las promociones y financiaciones de ese teléfono inteligente.

Durante mucho tiempo la principal fuente de ingresos de Apple, los ingresos por iPhone cayeron 12% respecto al año pasado a US$26.000 millones.

El mercado "premium" de los [telefónos inteligentes](https://www.dinero.com/noticias/telefonos-inteligentes/9732" \o "Información sobre teléfonos inteligentes " \t "_blank) se tornó más severamente competitivo y las ventas se enfriaron mientras que la falta de innovaciones significativas ha hecho que la gente demore más en cambiar sus aparatos.

Apple espera reimpulsar las ventas de iPhone con el lanzamiento de un nuevo modelo a fines de año pero sus rivales también harán lo mismo con sus propios teléfonos (Dinero, 2019).

# CONCLUSIONES

* Apple, es una muestra de las capacidades que tiene el ser humano, de llegar a lo más alto, de salir de esa zona de confort en la que se entra cuando se tiene el trabajo “Ideal”, de igual manera es una compañía que tiene una historia en cada uno de los aspectos que la componen, es una empresa que no permite improvisaciones y que al igual que la mayoría ha tenido sus momentos de declive pero ha tenido la resiliencia para sobreponerse a los difíciles momentos y salir adelante. Apple y sus creadores nos enseñan que muchas veces el camino más difícil por recorrer es el más fructífero, no solo en lo económico sino en lo que trascenderá a generaciones futuras y Steve Jobs realmente cumplió su meta de revolucionar el mundo entero en tecnología.
* Fue una de las empresas pioneras en el jefe casual, un directivo que ya no viste de chaqueta y corbata. Otras empresas de gran éxito similar con los aspectos culturales del mismo período son Southwest Airlines y Microsoft. Steve Jobs a menudo caminaba alrededor de la oficina descalzo, incluso después de que Apple perteneciera al ranking de compañías Fortune 500. Este rasgo se ha convertido en un elemento distintivo de la empresa que intenta diferenciarse de sus competidores. La empresa ha crecido y ha sido dirigida por una serie de jefes ejecutivos, cada uno con su propia idea de lo que Apple debe ser, algunos de carácter original, pero Apple aún tiene una reputación para el fomento de la individualidad y la excelencia. Para reconocer lo mejor de sus empleados, Apple creó el programa de becarios. Los miembros de Apple becarios son los que han hecho un extraordinario liderazgo técnico o contribuciones a la informática personal, mientras que en la empresa las becas de Apple hasta la fecha han sido concedidas a unos pocos individuos incluidos Bill Atkinson, Steve Capps, Rod Holt, Alan Kay, Guy Kawasaki, Al Alcorn, Don Norman y Steve Wozniak.
* Apple Inc. es una empresa con mucha liquidez esto debido a que cotiza en los mejores y más importantes indicadores del mundo, tal es el caso de Nasdaq 100 tecnológico, con ello ha permitido estar en muchos fondos de inversión que invierten directamente en los índices. El éxito de sus ingresos y sus resultados financieros tan positivos no se ha basado únicamente en su insignia que es el teléfono celular Apple, sino que al ver el movimiento del mercado se ha diversificado a través de su oferta de servicios que vende en su tienda Apple Store, lo que ha permitido miles de millones de dólares efectivos en caja.

# BIBLIOGRAFÍA

ARCHANCO, E. (2014). *EL ESPECTADOR DIGITAL*. Obtenido de elespectadordigital.com/modelo-de-negocio-de-apple-obsesion-control/

Arnaz, R. (2017). Apple: la historia de la empresa más valiosa del mundo explicada a través de su cotización en bolsa. *Idealista/News*.

CURIOSESFERA. (2014). *CURIOSESFERA*. Obtenido de https://www.curiosfera.com/historia-de-apple/

Dinero. (2019). *Dinero*.

ECURED. (s.f.). *ECURED*. Obtenido de www.ecured.cu/Apple\_Inc.

GABRIELA. (26 de ABRIL de 2013). *CARMEN CIUCIU*. Obtenido de carmenciuciu.wordpress.com/2013/04/26/el-modelo-de-negocio-del-apple/

González, F. (30 de Abril de 2019). El beneficio de Apple se desploma, pero la marca apuesta por la estrategia correcta . *Merca2.0*.

Hernández, A. K. (01 de Agosto de 2013). Apple: Evolución y perspectivas. *El universal*.

INFORMATICA, M. (17 de DICIEMBRE de 2011). *MUSEO INFORMATICA*. Obtenido de https://histinf.blogs.upv.es/2011/12/17/historia-de-apple/

Pérez, A. B. (2018). Análisis de Apple Inc. *Enciclopedia financiera*.

SERVICIO, A. S. (s.f.). *A SU SERVICIO*. Obtenido de http://www.asuservicio.net/p/la-increible-historia-de-apple/