

Capítulo 2: Descripción de la empresa Global Watches

2.1 Historia de la empresa

Global Watches es una empresa mundial dedicada a la fabricación de relojes de pulso de alta calidad, con presencia en 6 países (Japón, México, China, Reino Unido, Alemania y Estados Unidos), tenemos una experiencia previa de 15 años, donde a lo largo de este simulador presentó un incremento considerable en todos los países antes mencionados colocándose como una empresa competitiva contra sus 4 competidores. La empresa tiene dos modelos de relojes con distintas características cada uno, el primero es un reloj de baja calidad y por consiguiente de bajo costo, el segundo es un reloj de altos estándares con un alto costo; ambos productos representan un margen de utilidad significativo.

Figura: 2-1: Logotipo de Global Watches



2.2 Misión

Ofrecer relojes de pulso a precios competitivos en un mercado global.

2.3 Visión

Ser reconocidos por nuestra competitividad y establecer una diferenciación en el mercado a nivel mundial.

2.4 Valores

- Responsabilidad
- Compromiso
- Ética
- Innovación
- Orientación al cliente

2.5 Objetivo de la empresa

Ser la empresa más rentable del sector relojero ofreciendo precios competitivos.

Financiera:

- Mantener niveles adecuados de liquidez para no comprometer el pago de obligaciones de la empresa.
- Manejar niveles de endeudamiento adecuados para equilibrar el riesgo de las inversiones realizadas por los accionistas.
- Ofrecer un Retorno de Inversión del acorde a las expectativas de los inversionistas.

Producción:

- Mantener un nivel de producción adecuado en función a las ventas, procurando reducir costos de los productos al invertir en investigación y desarrollo.

Administrativo: Dar recursos a las diferentes áreas controlando las diferentes actividades que se desenvuelven en el simulador.

Marketing: Buscar las necesidades de mercado para atender carencias de el, así mismo conocer los canales de distribución para la entrega de nuestros productos, para llegar a incrementar las ventas a nivel mundial.

2.6 Organigrama



2.7 Áreas funcionales y responsabilidades

Existen 4 áreas fundamentales en la organización, las cuales son:

Mercadotecnia. En esta área las ejecutivas Isaura Rosas y Susana Sánchez realizan el análisis del desempeño en ventas respecto a la mercadotecnia con lo

cual se presenta un presupuesto de la misma por cada periodo, el presidente, junto con el director de finanzas consideran las cifras y toman la decisión en conjunto con las ejecutivas para aceptar el presupuesto presentado

Finanzas. El ejecutivo Aldo Aguilar realiza un análisis exhaustivo de los resultados de la organización para poder informar a los miembros de la organización la situación actual de la empresa periodo tras periodo, además de proponer los cambios o modificaciones que se tienen que realizar en consenso con el presidente.

Producción (operaciones). Néstor Ruíz, ejecutivo de operaciones trabaja en conjunto con Erick Juárez para presentar un presupuesto de producción ya se para mantener el nivel actual de producción, reducirlo, o aumentarlo. Esto se informa al presidente y al encargado de finanzas que en conjunto integran el presupuesto para cada periodo.

Análisis de la competencia. El ejecutivo de operaciones Erick Juárez, junto con el secretario Oscar Espindola analizan los datos presentados de la organización y de los competidores para dar un panorama más completo de la situación de la empresa periodo tras periodo.

Dirección General: El CEO de la empresa Global Watches Héctor Carrillo, es el encargado de dirigir y llevar acabo las ejecuciones de los procesos de la organización, a través de las áreas de la empresa.

2.8 Descripción de los productos

Actualmente la compañía Global Watches, cuenta con dos tipos de relojes introducidos en el mercado, los cuales están orientados a satisfacer las necesidades de clientes que buscan ser diferenciados por originalidad, exclusividad, calidad y lujo.

SURVIVOR LED WATCH

Survivor es un reloj de alta versatilidad y resistencia para el uso diario, características ofrecidas a un precio accesible para un mercado exigente.

- Descripción: Es un reloj deportivo para jóvenes, su gran versatilidad permite al usuario portarlo tanto en ocasiones casuales como informales. Cuenta tecnología LED y un extensible fabricado a base hule de alta durabilidad.
- Colores: Azul, rosa, morado, blanco, negro, verde.
- Ventajas: Tecnología LED, cómodo, duradero y versátil.



FIGURA 2-2: Elaboración Propia

TITÁN

Titán es un reloj fabricado con la más alta calidad y los más altos estándares de fabricación.

- Descripción: Reloj de lujo con correa de policarbonato y acero color negro y plateado, con cronógrafo (sirve para registrar gráficamente el tiempo transcurrido durante un intervalo determinado) además cuenta con calendario, movimiento de cuarzo y tamaño de 40 milímetros. Resistente al agua a 100 metros de profundidad y está fabricado con cristal mineral.

- Colores: Negro, plateado y dorado.
- Ventajas: Brinda exclusividad, lujo y estatus social.

Estas características se tomaron de más productos, para hacer un producto único en el mercado, además de que tiene la ventaja de darle un diseño y personalidad, ya que se puede grabar el diseño que el cliente deseen la parte trasera del reloj Titán.



FIGURA 2-3: Elaboración Propia

2.9 Plan Estratégico Global Watches

2.9.1 Mercadotecnia

Procurar el crecimiento de la venta de relojes en los países en los que se tiene presencia por medio de la promoción y posicionamiento de la empresa, así como incrementar la presencia de la misma.

2.9.2 Finanzas

En cuanto a pago de dividendos, se pretende continuar con la estrategia histórica en la que se puede observar que cuando hay demasiadas utilidades retenidas se pagan regularmente dividendos hasta llegar a una cantidad cercana a 10 millones.

El presupuesto asignado a producción es variable ya que depende de la capacidad de producción de las plantas.

En cuanto al presupuesto para mercadotecnia, se pretende incrementar conforme a resultados, procurando que se destine en mayor medida al producto 2 ya que es el que mayor margen de utilidad nos proporciona.

Respecto al efectivo, se pretende que las cuentas por cobrar sean una forma de capitalizarse preventiva, por lo que se mantendrá un nivel considerable, para que en caso de ser necesario, se le asigne un porcentaje de descuento por pronto pago y tener efectivo.

La caja chica debe ser capaz de cubrir los gastos que se produzcan en los periodos.

Se pretende como meta inicial llegar al 85% de ROE, y de ser posible alcanzar el 100%

Además buscamos un nivel de inventario bajo, pero capaz de satisfacer la demanda sin necesidad de incurrir en stock out.

La mayor fuente de financiamiento, es la deuda; la idea es trabajar con el dinero de otros.

2.9.3 Operaciones

Mantener un nivel de producción aceptable en relación a la cantidad vendida, esto para procurar el no encontrarse en stock out en alguno de los periodos. Además de satisfacer la demanda por periodo.