

3. GLOBAL TIME

Compañía 4 ubicada en el mundo 3, Empresa productora de relojes de pulso, con presencia en 6 países diferentes:

Alemania
China
Estados Unidos
Japón
México
Reino Unido

3.1. CARACTERÍSTICAS

Produce dos productos con las siguientes características:

8.1.1. GT CLASSIC: Reloj de pulso que busca satisfacer las expectativas del cliente teniendo un costo accesible.

8.1.2. GT PREMIUM: Reloj de pulso que busca ser el producto líder en calidad por excelencia en el mercado, logrando la lealtad de sus clientes.

8.2. OBJETIVOS

Por lo tanto, los objetivos a corto y largo plazo con respecto a los productos, son los siguientes:

8.2.1. GT CLASSIC:

- Incrementar nuestra participación de mercado global en un 3% anual.
- Incrementar un 2% el nivel de calidad al inicio de cada año.

8.2.2. GT PREMIUM:

- Aumentar entre un 5% y un 10% nuestras ventas totales de forma anual.

8.3. ESTRATEGIAS:

Para cumplir los objetivos anteriormente mencionados, y analizando en forma general la información histórica de la empresa se optó por las siguientes estrategias:

En términos generales:

- Conservar una estructura de capital óptima para las operaciones de la empresa.
- Mantener un ROE que cumpla con las expectativas de los inversionistas.

Para el caso del producto GT Classic:

- Ofrecer un producto de calidad con un precio accesible para nuestros clientes.
- Mantener la estabilidad de ventas de acuerdo al comportamiento del mercado.

Finalmente para el producto GT Premium:

- Ser líderes de calidad, buscando una base de clientes leales.

8.4. MISIÓN:

“Empresa relojera comprometida con las necesidades del mercado, brindando productos de calidad que satisfagan sus gustos y preferencias.”

8.5. VISIÓN:

Ser una empresa líder en el mercado de los relojes a través de la innovación y calidad de sus productos, manteniendo una solidez financiera que genere confianza en nuestros socios, proveedores y trabajadores.

8.6. ORGANIGRAMA

El equipo de trabajo estuvo integrado de la siguiente manera:

