



Sector

Tecnología wearable

Nivel

7

Temáticas

Estrategia de internacionalización

Gestión económico-financiera

Gestión de operaciones

Marketing estratégico

Gestión de la innovación

Modalidad

Competitivo

Tiempo

32 a 48 horas

Global2030 reproduce el escenario competitivo de diversas empresas que diseñan, fabrican y comercializan artículos tecnológicos wearables en varios mercados.

La compañía surgió por iniciativa de un pequeño grupo de inversores, que se aliaron con unos investigadores de reconocido prestigio en el ámbito de la nanotecnología y las telecomunicaciones. El resultado fueron diversas patentes aplicables a diferentes artículos wearables.

Los artículos que produce y comercializa son:

- FitnessBand
- BrightGlasses.

La **central de la compañía** está ubicada en Europa, desde donde se dirige la estrategia de las filiales del grupo. Inicialmente, la compañía fabrica en Europa y comercializa sus productos en Europa y EEUU. La compañía tiene opciones de ampliar su capacidad de producción en EEUU y China. Adicionalmente, puede comercializar sus productos en China.

En el mercado se identifican tres segmentos de demanda: innovadores, conectados y clásicos.



Los participantes deberán tomar decisiones relacionadas con:

Mercados

Entrada en nuevos mercados.

Precios

Precios por producto y mercado.

Productos

Mejora del nivel de innovación del producto. Configuración de productos según nivel de innovación disponible.

Marca

Gasto en promoción de marca por producto y mercado.

Innovación

Innovación por producto. Ampliación de la capacidad del centro de innovación.

Investigación de mercado

Compra de investigaciones.

Producción

Adquisición de nuevas fábricas, inversión en desarrollo tecnológico, unidades a producir por producto.

Capacitación

Desarrollo de las capacidades de la organización.

Financiación bancaria a corto y largo plazo

Solicitud de presupuesto a corto y largo plazo a la banca.

Financiación/Costes intra-grupo

Ampliación de capital filiales y financiación holding-filiales.

% Margen en compras intragrupo