

Seminario – Taller

Métodos de Pronósticos para Nuevos Productos

(Modalidad Online)

PRESENTACIÓN

La supervivencia de una empresa, en esta arena global tan competitiva, depende de su habilidad para expandirse y renovarse en el tiempo. La base de esa renovación y crecimiento incluyen la introducción de nuevos productos y la incursión en nuevos mercados. En estas actividades la necesidad de generar un pronóstico es fundamental, desafortunadamente la aplicabilidad de las técnicas clásicas es muy limitada. En este curso se presentarán herramientas para crear escenarios, que le ayudarán a tener la información necesaria de las nuevas introducciones para su inclusión al mercado. También se describen dos métodos que son utilizados específicamente en el pronóstico de los nuevos productos.

DIRIGIDO A

Responsables de planificación de demanda, pronosticadores, analistas de datos e inteligencia de negocios, responsables de innovación y marketing, diseñadores de nuevos productos y personas interesadas en el tema.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir el objetivo del pronóstico de los nuevos productos.
- Analizar la información histórica para seleccionar la que será utilizada para la generación del pronóstico.
- Conocer y aplicar métodos afectivos para realizar un pronóstico de los nuevos productos.

CONTENIDO DEL CURSO

1. Introducción al pronóstico de nuevos productos. Actualidad y retos.
2. Análisis estadístico (histogramas y frecuencias) para el pronóstico inicial.
3. Matriz de Jean – Claude Larreche para ubicación de nuevos productos.
4. Modelo de Rogers para nuevos productos.
5. Ejemplos prácticos con pruebas de éxito.

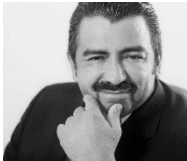
METODOLOGÍA

- El taller tiene una duración de 5 horas dividido en dos sesiones de trabajo.
- Se utiliza Excel para el análisis de la información y la generación del pronóstico. (requisito tener conocimientos básicos de Excel)
- Se pone a prueba el conocimiento del participante para que mejore o construya su proceso de pronóstico por medio de ejemplos prácticos.

MATERIAL DE APOYO

- *Slides* del curso en PDF y ejercicios prácticos en Excel.
- Diploma de participación por 5 horas (se envía en PDF por email)
- Artículo ampliado sobre “Métodos de Pronósticos para Nuevos Productos”

Tomás GÁLVEZ MARTÍNEZ



Es Presidente de CELOGIS, empresa dedicada a la capacitación y consultoría en Logística y Cadena de Valor, Profesor del Máster en Logística y Dirección de Operaciones de la ENAE Business School de Murcia, España, y Consultor en la Organización Panamericana de la Salud (PAHO – OMS). Ha desarrollado proyectos de consultoría y capacitación para más de 400 empresas nacionales e internacionales como: PAHO-OMS, PEMEX, DAWN FOODS, MEGAALIMENTOS, CONVERMEX, 7 – ELEVEN, WALMART, EDWARDS, GONHER, HEMSA, entre otras.

En 1994 fundó el Centro de Logística y Comercio Internacional (CLCI) en el Tec de Monterrey y fue diseñador de cursos de Pronósticos, Logística y Distribución en la Maestría en Administración, en las carreras de Licenciatura de la División de Administración y Finanzas, para la Universidad Virtual y para el Programa CAPS (Círculo de Actualización Profesional) de la misma institución.

Fue Profesor de tiempo completo y de cátedra en las materias de: Estadística para Administración y Economía, Pronósticos para la toma de decisiones, Logística Empresarial, Sistemas de Distribución y Dirección Estratégica de Centros de Distribución en el Tecnológico de Monterrey. Ha escrito más de 20 artículos en el tema de pronósticos y planeación.

Fue Presidente y organizador del “Foro Mundial de Logística” durante 6 años. Ha impartido conferencias en los temas de Pronósticos, Planeación de la Demanda y S&OP en México, España, Centro y Sudamérica, y EUE. Es profesor invitado por Universidades Internacionales en el mismo tema. Tiene un MBA, Estudios de Maestría en Ingeniería Industrial (MSC) por el Tec de Monterrey y es candidato a Doctor en Administración con el tema de Pronósticos y Planeación de Demanda.