

# CURSO DECIDIR SOBRE MI PORTFOLIO DE PRODUCTOS \_THE CONTEXT CASE METHOD

**TEMÁTICA** Estrategia, Emprendimiento e Innovación

**HORAS/ECTS** 25 HORAS

**CALENDARIO** 05/06/2023 - 19/06/2023 Lun-Mar

**LUGAR** Arrasate-Mondragón

**IDIOMA** Español

**MODALIDAD** Presencial

**Más información  
e inscripción**

## PRESENTACIÓN

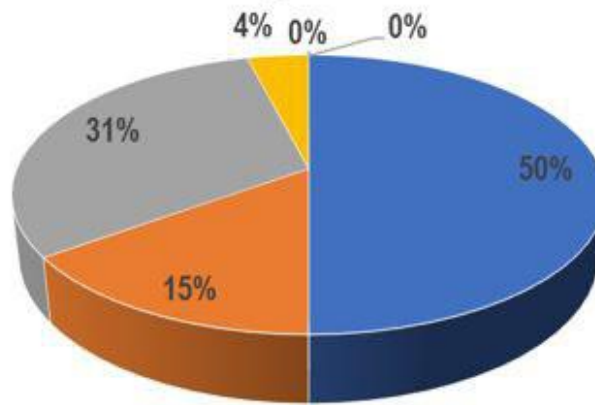
Tres son las principales razones por las cuales la dirección de las micropymes y las PYMES toma decisiones sobre como destinar recursos sobre su portfolio de productos.

- Decidimos sobre nuestro portfolio en base a lo que nos piden nuestros clientes (TIERs2)
- Decidimos sobre nuestro portfolio en base a lo que nos piden nuestros clientes (TIERs2) y nuestra investigación de mercado
- Decidimos sobre nuestro portfolio en base a nuestra investigación de mercado

Sin embargo, y de mi investigación NINGUNA de estas razones resulta ser lo suficientemente (i) precisa, (ii) objetiva, y (iii) estratégicamente acertada para que sobre estos argumentos los/as responsables de las diferentes organizaciones basen su decisión en base a (a) aumentar, (b) disminuir, o (c) mantener su actual portfolio de productos.

El método "Context Case" complementa estas tres razones con una nueva perspectiva que añade un elemento nuevo de valoración al proceso de toma de decisiones en cuento al portfolio de productos de una organización.

% de las respuestas recibidas



- Decidimos sobre nuestro portafolio en base a lo que nos pide el cliente
- Decidimos sobre nuestro portafolio en base a nuestra investigación de mercado
- Decidimos sobre nuestro portafolio en base a lo que nos pide el cliente y nuestra investigación de mercado
- Decidimos sobre nuestro portafolio en base a lo que esperamos nos pida el cliente
- Decidimos sobre nuestro portafolio en base a lo que hemos investigado sobre la estrategia de los demás TIERs
- Ninguno de los anteriores

*Esta formación se puede impartir in company, consúltanos para mas información*

## OBJETIVOS

Este curso está diseñado para responder a su principal cometido que es el de dar respuesta a:

- Poder tomar mejores decisiones sobre como actuar en nuestro portafolio productos entendiendo el portafolio de nuestro cliente.

Además, como objetivos secundarios están los siguientes:

- Entender la obsolescencia de las clásicas herramientas/métodos utilizados para la toma de decisiones en cuanto al portafolio de productos de las organizaciones.
- Entender las implicaciones estratégicas que tiene cada paso del método.
- Entender el criterio de toma de decisión desde la perspectiva de cada TIER.
- Dominarás el uso de la herramienta y la “growth share matrix” de la Boston Consulting Group (BCG)
- Introducir el concepto de “predicción” desde la perspectiva económica, de costes y estratégica
- Entender como “predecir” cambios en la demanda de nuestros productos/servicios y la configuración de nuestro portafolio en base a las decisiones de los diferentes miembros de la cadena de suministro (TIERs).
- Saber maximizar los recursos necesarios en base a esta “predicción”.
- Poder decidir sobre nuestro portafolio con argumentos mas real y precisos

## DIRIGIDO A

Esta capacitación está dirigida principalmente al mercado “Business to business” (B2B) y diseñada especialmente para aquellas organizaciones principalmente PYMES que fabrican componente/s para

terceras empresas. Así como a sus responsables de I+D, gerencia, dirección de marketing, desarrollo de producto/mercado. Y todos/as aquellos/as responsables de la toma de decisiones en cuanto al portfolio de productos.

Diseñado especialmente para aquellas organizaciones operando en el sector del componente de automoción y que se ven forzadas a fabricar componente sin saber si el producto al que se ajusta su componente tiene un ciclo de vida amplio en el portfolio del cliente o TIER2. Un riesgo que parece imposible de salvar. Sin embargo, esta capacitación basada en el método "Context Case" te capacitará en poder salvar este riesgo.

## PROGRAMA

La capacitación se compone de 5 sesiones de trabajo que durante 25 horas cubren 5 grandes módulos.

### **Módulo 1: Interpretando el actual método de gestionar el portfolio de productos**

En este módulo interpretaremos el actual proceso de toma de decisiones por parte de la organización en cuanto a su portfolio de productos.

### **Módulo 2: Introducción a un nuevo método de gestionar portfolios de proyectos: La presentación del método "Context Case"**

En este módulo se nos presentará el método del "Context Case". Este método se compone de varios casos de empresas, todas ellas pertenecientes al sector del componente de automoción, y todas ellas relacionadas de manera contracultural por el suministro de productos. Por medio del "role play" a cada miembro del equipo de trabajo se le asignará uno de los casos de empresas y deberá de tomar las decisiones necesarias para dar respuesta a las preguntas de cada caso. El "Context Case" está diseñado para que las problemáticas presentadas por cada empresa estén relacionadas entre si, como viene a ser el caso real entre las empresas de este sector.

Como resultado de este módulo cada miembro del equipo tendrá su propia interpretación individual sobre que aspectos decidir a la hora de tomar decisiones de portfolio.

### **Módulo 3: Maximizando el método "Context Case"**

En este módulo veremos como interpretar las acciones y los portfolios de terceros para poder tomar las decisiones mas acertadas en cuanto al portfolio de productos.

### **Módulo 4: Posicionaremos nuestro portfolio con el de nuestros TIERs2**

En este módulo construiremos la "BCG growth share matrix" de nuestros TIERs2 y así podremos interpretar en su portfolio lo que por estrategia tiene pensado eliminar, mantener o invertir. De esta manera sabremos medir el riesgo de los productos de nuestro portfolio.

### **Módulo 5: Toma de decisiones sobre nuestro portfolio: Minimizando el riesgo de nuestras decisiones**

En este módulo diseñaremos nuestra estrategia de portfolio en base a la interpretación de la futura estrategia de nuestros clientes TIERs2.

## METODOLOGÍA

La metodología del “Contex Case” ha sido diseñada por German Anitua en base a su conocimiento de la “BCG growth share matrix” y viendo la gran aportación de esta matriz en cuanto a la toma de decisiones en el portfolio de productos. La metodología del “Contex Case” se compone de 4 casos de empresas relacionadas contractualmente y cuyas acciones dependen de una empresa TIER2 que tracciona el sector en base a la estrategia de un OEM.

German Anitua ha diseñado esta metodología para ayudar a las PYME en su proceso de toma de decisiones frente a la gran presión ejercida hacia estas PYMES fabricantes de componentes por parte de los OEMS y los TIERs2.

## RESULTADOS

Este curso te capacitará para:

- Saber como y en base a qué aspectos tu cliente TIER2 toma las decisiones en cuanto a su propio portfolio
- Saber y entender que quizás estés fabricando componente/s para el producto de un cliente que quizás se va a dejar de fabricar en su portfolio a corto o medio plazo.
- Como conocer el portfolio de nuestro TIER y comprender como debería de reformularse nuestra estrategia de producto.
- Predecir un reajuste de nuestro portfolio en base a lo que nuestro cliente TIER2 aún no nos ha dicho o propuesto.
- Dominarás el uso de la herramienta y la “growth share matrix” de la Boston Consulting Group (BCG)
- Mejorar la eficiencia en nuestros costes de producción
- Entender como “dependen” menos de nuestros TIERs

---

[https://www.mondragon.edu/cursos/es/decidir-sobre-mi-portfolio-de-productos\\_the-context-case-method](https://www.mondragon.edu/cursos/es/decidir-sobre-mi-portfolio-de-productos_the-context-case-method)