

# UNIDAD 2

# PRONÓSTICOS DE LA DEMANDA





**Pronóstico:** Es la estimación sobre lo que se espera que pueda suceder respecto a una variable. Es decir, el pronóstico es una forma de adelantarse a lo que puede acontecer en el futuro, siempre utilizando herramientas matemáticas.

**Demanda: Cantidad de un bien de consumo que se desea comprar por un mercado.**



**El punto de inicio en los sistemas de planificación se da a partir de la demanda real o esperada de los clientes. Sin embargo, en casi todos los casos el tiempo necesario para generar y entregar el producto que el servicio exceda las expectativas del cliente. Así, la producción deberá iniciar a partir de la demanda esperada o, en otras palabras, de un pronóstico de la demanda.**

## Leyes fundamentales de los pronósticos:

1) Todos los pronósticos están equivocados.

2) Todos los pronósticos cambian.

3) Alguien (usted) será finalmente responsable por el acierto del pronóstico.

**El objetivo de un pronóstico es reducir la incertidumbre acerca de lo que puede acontecer en el futuro proporcionando información cercana a la realidad, que permita tomar decisiones.**

**La formulación de pronóstico (o proyección) es una técnica para utilizar experiencias pasadas con la finalidad de predecir expectativas del futuro.**



**En las organizaciones los pronósticos se utilizan para tres propósitos importantes:**

- 1) Decidir si la demanda es suficiente para justificar la entrada al mercado.**
- 2) Determinar las necesidades a largo plazo de la capacidad para el diseño de instalaciones.**
- 3) Determinar las fluctuaciones a corto plazo en la demanda para la planeación de la producción, la programación de la fuerza de trabajo, la planeación de los materiales y otras necesidades.**



**Existen dos tipos de demanda:**

**1. Demanda dependiente: Es la demanda de un producto o servicio que se deriva de la demanda de otros productos o servicios.**

**2. Demanda independiente: Esta demanda no se deriva directamente de la de otros productos.**

**Entre las principales características de la demanda de mercado podemos destacar las siguientes:**

**-La demanda es analizada por el vendedor para proporcionar un precio que incremente sus ventas.**

**-El consumidor establece la demanda, es decir, el que compra los servicios y productos crea el status de aquellos más utilizados por las personas de la región.**

-Es el principal factor que utilizan las empresas al fijar los precios de sus productos.

-La demanda está influida por tendencias, necesidades y culturas.

-Según su elasticidad, puede ser demanda elástica, demanda inelástica, o unitaria.

-Influye de forma directa sobre la cantidad de artículos producidos por una empresa.

## PRONÓSTICOS DE DEMANDA

- **MÉTODOS CUALITATIVOS**
- **MÉTODOS CUANTITATIVOS**

# ***MÉTODOS CUALITATIVOS***

**"Los pronósticos cualitativos son aquellos que utilizan el juicio, intuición, resumen, o técnicas comparativas para producir estimados cuantitativos acerca del futuro"**

# ***MÉTODOS CUALITATIVOS***

- Jurado de opinión ejecutiva.
- Consulta a la fuerza de venta.
- Investigación de mercado.
- Método Delphi.

- **Jurado de opinión ejecutiva.**

- REUNE A DIRECTIVOS, DIRECTIVAS, JEFES Y JEFAS**
- SE REALIZAN SERIES DE PREGUNTAS**
- SE DAN IDEAS**
- SE DEBATEN LAS IDEAS**
- SE VOTA POR LAS IDEAS**

- Consulta a la fuerza de venta.

**-ÁREA DE VENTAS**

**-LAS PERSONAS QUE VENDEN**

**-SE COMBINAN LAS PREVISIONES A DIFERENTES NIVELES**

**-HAY OPTIMISMO**



- **Investigación de mercado.**

**-CLIENTES**

**-PREGUNTAS ESTRATÉGICAS**

**-PROTOCOLOS DE INVESTIGACIÓN**

# • Método Delphi.

- PROCESO CON EXPERTOS
- SE HACEN VARIAS RONDAS DE OPINIONES
- LAS RESPUESTAS SON ANÓNIMAS
- SE TIENE RETROALIMENTACIÓN
- AL TENER VARIAS RONDAS REDUCE EL RIESGO DE EQUIVOCARSE

## ETAPAS

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS  
DEFINICIÓN DE LA RESPONSABILIDAD DE PARTICIPANTES  
RONDAS DE PREGUNTAS  
INFORME FINAL – EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS

ES MÁS PRECISO ESTE MÉTODO

DESVENTAJA- ES MUY COSTOSO

