

# TEORÍA PRONÓSTICO CUANTITATIVO DE LA DEMANDA

Yornandy Martinez  
Ingeniero Industrial



# Demanda Actual

Es el análisis que procura determinar el volumen, tanto de bienes como de servicios, que el potencial consumidor o los clientes están dispuestos a pagar y adquirir.



Fuente: "Control de operaciones"

# Pronostico de la Demanda

Un **pronóstico** es una predicción de eventos futuros que se utiliza con propósitos de **Planificación**. Es la determinación de las condiciones futuras en las cuales se espera la empresa o el proceso se desenvuelva.

En la planeación es fundamental decidir ahora sobre lo que se va a realizar en el futuro; se necesita dominar las circunstancias futuras, **el pronóstico se vuelve inevitable y lo encontramos implicado en la toma de decisiones.**



Fuente: "Control de operaciones"

# TIPOS DE PRONÓSTICOS.

## 2.3 METODOS CUALITATIVOS

Cuando se carece de datos históricos adecuados, como en los casos que se presenta un nuevo producto o se espera un cambio en la tecnología, las empresas confían en la experiencia y buen juicio administrativo para generar pronósticos.

### Desventajas:

- Los prejuicios individuales de los vendedores pueden introducir los sesgos en el pronóstico, además algunas personas son optimistas por naturaleza y otras son más cautelosas
- Es posible que el personal de ventas no siempre perciba la diferencia entre lo que el cliente quiere y lo que el cliente necesita.
- Si la empresa utiliza las ventas individuales como medida del rendimiento, el personal de ventas puede subestimar sus pronósticos para su propio rendimiento o beneficio.

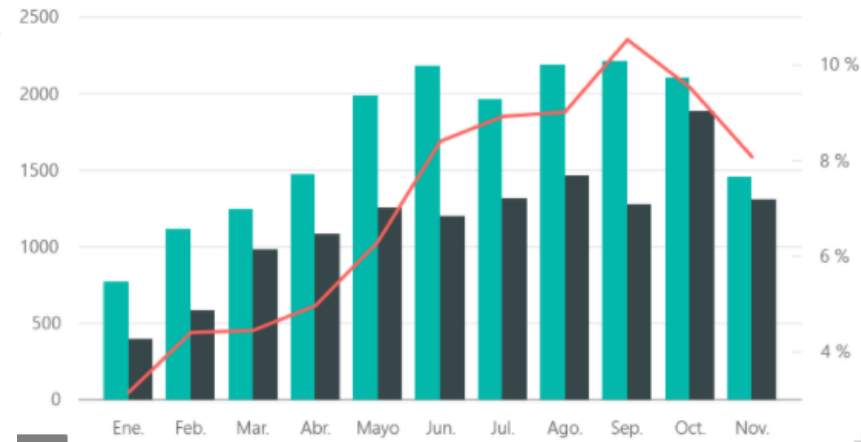


Fuente: "Control de operaciones"

## 2.4 MODELOS CUANTITATIVOS

Los modelos cuantitativos de pronósticos son modelos matemáticos que se basan en datos históricos. Estos modelos suponen que los datos históricos son relevantes para el futuro.

Casi siempre puede obtenerse información pertinente al respecto.



### Factores que afectan la demanda.

Factores externos. Son los factores que están fuera del alcance de la gerencia. Por ejemplo reglamentaciones de gobierno que afectan las actividades económicas, leyes que limiten la utilización de ciertas materias primas

Indicadores tempranos, causaran especulación y aumento de precio en materias primas (Ej. Se anuncia escasez de acero y aumento en construcción)

Factores internos. Las decisiones internas sobre el diseño de los productos o servicios, los precios y las promociones publicitarias, el diseño de envases, las cuotas o incentivos para el personal de ventas, etc.