

METODOS Y TÉCNICAS PARA PRONOSTICAR LA DEMANDA

BASE HISTORICA

Incremental →

En los presupuestos incrementales las cifras se basan en aquellos Ingresos y Gastos reales del año anterior, con un porcentaje aumentado por el aumento de la inflación.

Regresión Mínimos ² →

Es una técnica de análisis numérico encuadrada dentro de la optimización matemática, en la que, dados un conjunto de puntos, se intenta encontrar la función que mejor se aproxime a los datos (un "mejor ajuste"), de acuerdo con el criterio de mínimo error cuadrático.

En su forma más simple, intenta minimizar la suma de cuadrados de las diferencias ordenadas (llamadas residuos) entre los puntos generados por la función y los correspondientes en los datos.

Semipromedios →

Consiste en dividir en dos partes iguales al periodo en estudio y determinar un año no que constituya la mitad de la serie.

Los promedios son computados dividiendo el total de las ventas de cada una de las 2 series entre la cantidad de años a que las mismas se refieren y plasmar esos semipromedios en una gráfica de coordenadas.

Es deseable que cada mitad del periodo contenga la misma cantidad de años.

Promedio Móvil →

Los pasos a desarrollar dentro de los lineamientos de este método incluyen básicamente:

- a.) Listar las ventas de un periodo considerado como representativo;
- b.) Fijar un lapso de años como medida movable;
- c.) Determinar el promedio de ventas en cada uno de esos periodos movibles, eliminando progresivamente el año más antiguo y agregando uno más reciente.

El efecto directo e importante de este método es que las fluctuaciones cíclicas quedan promediadas y se elimina la influencia de fluctuaciones irregulares que normalmente son más cortas que las cíclicas.

En la práctica es difícil seleccionar un periodo que satisfaga estas consideraciones teóricas, porque los ciclos sucesivos de una entidad varían considerablemente en su duración.

BASE CERO

Piramidal →

Este método se caracteriza por ser un método formal cuya guía son datos analíticos del pasado y cuya base son los compromisos cliente-entidad, siendo de la misma naturaleza los presupuestos parciales a que se llegan, los cuales deben concentrarse para obtener el sumario de ventas.

Base Cero →

Los vendedores son instruidos y requeridos para formular analíticamente su estimación de ventas en unidades, por cliente, zona, o línea de producto.

Para ellos es necesario proveerlos con información pasada que les sirva de guía en la elaboración de este presupuesto.

Función de la Demanda (Factores Sectoriales) →

Fue desarrollada por los autores **W. Rautenstrauch** y **R. Villers** con base en una fórmula que partiendo de los promedios de consumo, identificadas y particularizadas por sectores económicos, las actualiza y proyecta a través de factores específicos de ajuste y de influencia desde los puntos de vista económico y administrativo.