

# ADMINISTRACION DE OPERACIONES

## Sesión 3: Planeación de la demanda

**Objetivo específico 1:** El alumno conocerá y aplicara adecuadamente los métodos de pronóstico de la demanda para planear la actividad futura de la empresa.

**Conceptos a desarrollar en la unidad:** La clasificación de los sistemas de producción, los sistemas avanzados de manufactura y las actividades de la administración de operaciones.

### Introducción

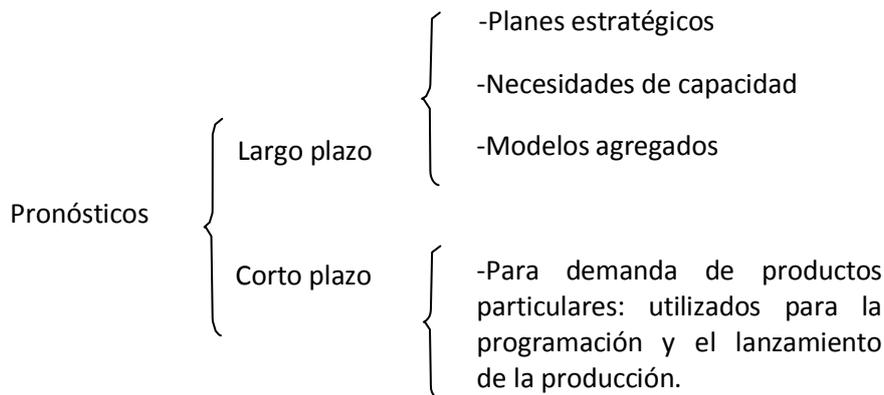
El punto de inicio en los sistemas de planificación se da a partir de la demanda real o esperada de los clientes. Sin embargo, en casi todos los casos el tiempo necesario para generar y entregar el producto que el servicio exceda las expectativas del cliente.

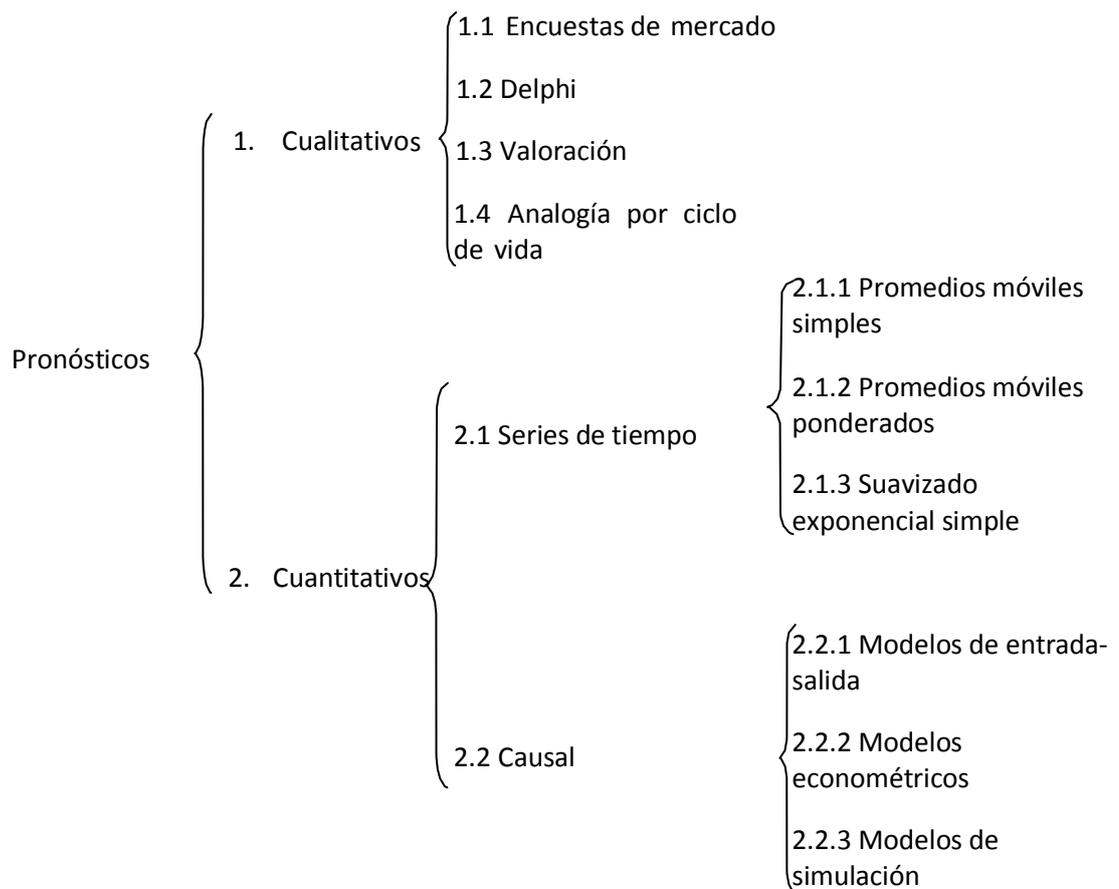
Así, la producción deberá iniciar a partir de la demanda esperada o, en otras palabras, de un pronóstico de la demanda.

Planeación: es el proceso de estimación en situaciones de incertidumbre. 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.**

Existen varias clasificaciones de pronósticos, para fines de este curso solo se mencionaran dos:





### 3.1 Concepto de la demanda.

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.

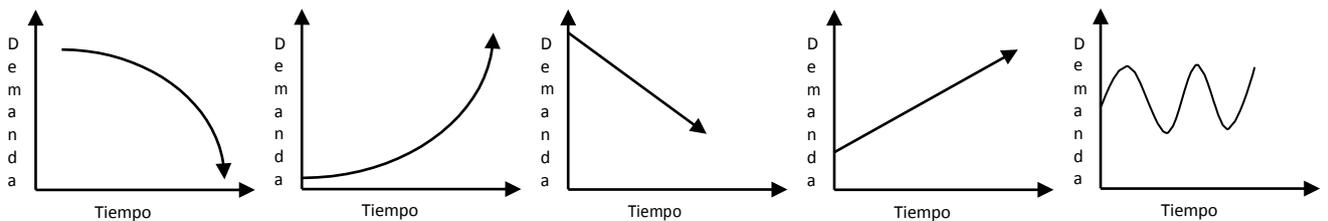
### 3.2 Características de la demanda.

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

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.

Los pronósticos de la demanda pueden ser crecientes o decrecientes, y tener naturaleza lineal o no lineal.



### 3.3 Métodos cualitativos.

Se generan a partir de información que no tiene una estructura analítica bien definida.

Este tipo de pronóstico resulta útil cuando no se tiene disponibilidad de información histórica.

#### 3.3.1 Consulta a la fuerza de venta.

Valoración. Se encuentra entre los métodos de pronósticos más comúnmente utilizados, pero por desgracia también está entre los menos confiables.

Ya que está basado en la experiencia profesional de cada persona, y muchas veces nos traiciona el estado de ánimo.

### 3.3.2 Jurado de opinión ejecutiva.

Es cuando se agrupan las opiniones de un grupo de expertos de alto nivel o de directivos, a menudo en combinación con modelos estadísticos.

Hay que tener en mente las desventajas de la interacción grupal en este sentido: que haya mucha gente no garantiza que haya opiniones conocedoras realmente del tema; las posiciones muy probablemente escondan intereses personales o simplemente no sean enunciadas por miedo a contrariar a la mayoría; hay gran vulnerabilidad a la posición y personalidad de algunos de los individuos, sea por sus aptitudes de manejo de grupos o simplemente por la jerarquía organizacional...

Es clave entonces la correcta elección de los participantes.

### 3.3.3 Método Delphi.

Utiliza paneles de expertos específicos en el área para la cual se desarrolla la encuesta, donde cada experto desarrolla su propio pronóstico; después, el conjunto de pronósticos generados por la colectividad es distribuido entre todos los expertos, lo cual permite que cada uno modifique sus proyecciones con base en la información de los demás.

La idea es obtener, mediante la repetición de esta serie de pasos, un consenso acerca del pronóstico.

### 3.3.4 Investigación de mercado.

**Encuesta del mercado.** Son cuestionarios estructurados que se envían a los clientes potenciales del mercado.

En ellos se solicita su opinión acerca de productos o productos potenciales, y muchas veces intentan también averiguar la probabilidad de que los consumidores demanden ciertos productos o servicios.

### 3.3.5 Analogía de ciclos de vida.

Es utilizado cuando el producto es nuevo.

El concepto es bastante simple: se basa en el hecho de que casi todos los productos y servicios tienen un ciclo de vida bien definido.

**CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO**

