

PRONÓSTICO DE VENTAS

CASO DE ESTUDIO: EMPRESA TEXTIL

En base a los aspectos generales, mencionados en la lámina anterior, se procederá a realizar el **análisis de las cifras históricas y los pronósticos de las ventas** de la **Empresa Textil** (nombre de la empresa se reserva por confidencialidad).

La Empresa Textil se dedica la elaboración de sacos sintéticos de tejido cerrado destinado fundamentalmente a envasar polvos, granos y productos petroquímicos. **Su misión** es crear con sus empaques soluciones en la producción, manejo y distribución de alimentos, para hacer exitosos los productos de sus clientes.

Los objetivos de esta Institución son: mantener dentro de las posibilidades, un suministro adecuado de los productos para las empresas agrícolas e industriales de la nación; constituir una fuente estable de trabajo para un grupo de trabajadores venezolanos; y tratar dentro de las posibilidades de la empresa el crear una tecnología propia de fabricación.

Es una empresa líder en el mercado regional y nacional, extendiendo sus vínculos comerciales sobre el **80% del país**, con las expectativas de acceder al mercado del área Andina y el Caribe.

A continuación se procederá a evaluar cada uno de los factores del pronóstico de ventas de la Empresa Textil:

1. VENTAS HISTÓRICAS:

Para el año 2011 y 2012, las ventas de la empresa fueron las siguientes:

Año	Período	Cantidad (miles unidades)	Ventas Acumuladas
2011	1er trimestre	4.250	4.250
	2do trimestre	6.750	11.000
	3er trimestre	6.000	17.000
	4to trimestre	4.200	21.200
2012	1er trimestre	4.850	26.050
	2do trimestre	6.900	32.950
	3er trimestre	7.100	40.050
	4to trimestre	4.950	45.000

Nota: En el 2do y 3er trimestre del año, las ventas incrementan por corresponder a temporada de aumento de producción azucarera (empresas clientes). En el 1er y 4to trimestre las ventas son inferiores al resto porque en los meses de Diciembre y Enero hay vacaciones colectivas tanto de los clientes como de la empresa, mermando las actividades.



2. VENTAS PREVISTAS:

La Empresa Textil trabaja con órdenes específicas para elaborar sus productos a los clientes, por lo cual ya se ha creado la cultura entre ésta y el cliente para que realicen sus órdenes de compra en base a lo que adquirirán y consumirán durante el año siguiente. En este sentido, las **ventas previstas según los requerimientos de los clientes** fueron las siguientes:

Año	Período	Cantidad (miles unidades)	Ventas Acumuladas
2013	1er trimestre	5.450	5.450
	2do trimestre	7.050	12.500
	3er trimestre	8.200	20.700
	4to trimestre	5.700	26.400

3. VENTAS EN BASE AL OBJETIVO DE CRECIMIENTO:

La empresa cada año aspira un crecimiento de sus ventas en volumen y conquistar más y nuevos mercados en base a las necesidades existentes; adicionalmente evalúa su capacidad en planta, tanto en operatividad como en recurso humano. Tomando en consideración que según los análisis del negocio, la empresa decidió incrementar sus ventas en un 14%, y las órdenes de compra de los clientes, la Empresa Textil elaboró el siguiente **pronóstico de ventas**:



Año	Período	Cantidad (miles unidades)	Ventas Acumuladas
2013	1er trimestre	5.500	5.500
	2do trimestre	7.600	13.100
	3er trimestre	8.200	21.300
	4to trimestre	5.900	27.200

4. MERCADO EXTERNO:

Este factor, por ser parte del entorno, es difícil de controlar, debido a la incertidumbre de la situación económica del país. Para poder manejar la situación y garantizar de cierta manera la producción para cumplir con los clientes, la empresa maneja una variada cartera de proveedores que le suministren continuamente la materia prima e insumos de fabricación; motiva y otorga incentivos a sus trabajadores para que se comprometan con la Institución y la producción; y permanentemente la fuerza de ventas incorpora nuevos clientes, así como desarrolla prospectos de clientes, lo cual le permite a la empresa tener carga de trabajo adicional en caso de que algún cliente disminuya sus requerimientos.



Como se observa anteriormente, el pronóstico de ventas realizado por la gerencia de la Empresa Textil, está hecho en base al análisis de distintos factores significativos para las ventas y planificación de las operaciones del negocio.

Sin embargo, tomando los datos históricos, se puede aplicar la fórmula del “**Método de Tendencias**”, que de acuerdo a los autores es la siguientes:

$$y = a + b.x$$

y = ventas del año (trimestre/mes) a pronosticar.

a = ventas del año (trimestre/mes) base.

b = variación promedio.

x = N° que corresponde dentro de la serie de valores al año a pronosticar.



Aplicando la fórmula al caso de estudio, se obtiene lo siguiente:

N°	Año	Período	Cantidad (miles unidades)	Variaciones
0		1er trimestre	4.250	0
1	2011	2do trimestre	6.750	2.500
2		3er trimestre	6.000	-750
3		4to trimestre	4.200	-1.800
4		1er trimestre	4.850	650
5	2012	2do trimestre	6.900	2.050
6		3er trimestre	7.100	200
7		4to trimestre	4.950	-2.150
Total Variaciones				700

$y =$ Ventas 1er trimestre 2013
 $a = 4.250$ unidades
 $b = 700/7 = 100$ unidades.
 $x = 8$.

$$y = 4.250 + (100 \times 8)$$

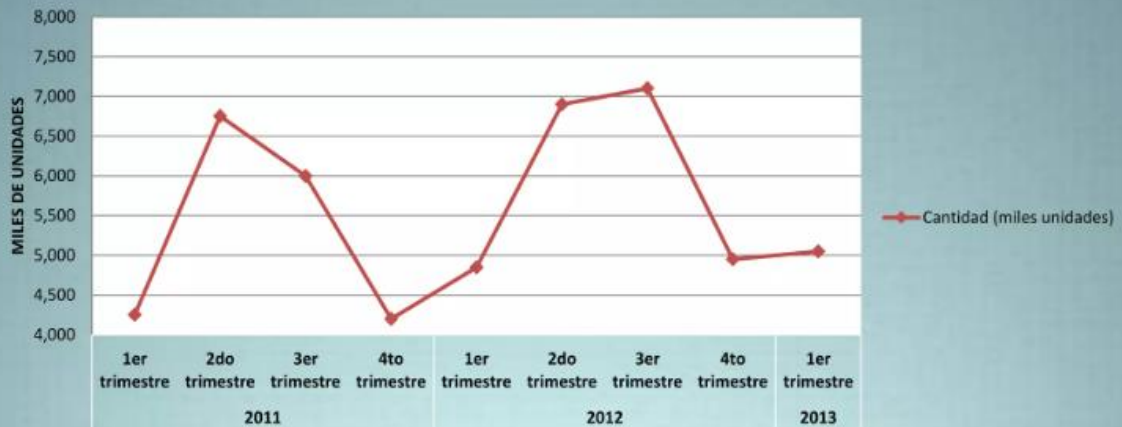
$$y = 4.250 + 800$$

$$y = 5.050$$

El resultado de la fórmula es 5.050 miles de unidades para el 1er trimestre del año 2013

Representación gráfica de los datos anteriores:

Pronóstico de Ventas - Método de Tendencias



Comparando este resultado del método de tendencias con el realizado por el análisis gerencial de los históricos de ventas, se observa que existe diferencia y que si se toma este último resultado no se podría cumplir con las órdenes de compra de los clientes, por lo cual en este caso fue más efectivo el pronóstico de ventas inicial.

¿Qué conclusiones se pueden obtener de estos resultados?