



Mayo 2018 - ISSN: 1696-8360



LA DEMANDA Y SU INFLUENCIA EN LA CAPACIDAD DE LA ORGANIZACIÓN

María Auxiliadora Macías Litardo.

Universidad Técnica de Babahoyo, Facultad de Administración, Finanzas e Informática, Carrera Ingeniería en Contabilidad y Auditoría.

Cpa. Darwin Gil Espinoza

Docente Titular De La Universidad Técnica De Babahoyo
dgil@utb.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

María Auxiliadora Macías Litardo y Darwin Gil Espinoza (2018): "La demanda y su influencia en la capacidad de la organización", Revista Contribuciones a la Economía (abril-junio 2018).

En línea: <https://eumed.net/ce/2018/2/demanda-organizacion.html>

RESUMEN

Las organizaciones tienen como base fundamental el planificar las cosas que necesitan para cumplir con sus actividades, es por esto que el analizar y planificar la forma en la que suplen la demanda de los bienes o servicios que son requeridos por los consumidores.

Es por esto que las acciones que se toman por parte de las personas que dirigen la organización son de vital importancia al momento de determinar los alcances de sus actividades las cuales deben estar destinadas al control y establecimiento de políticas que los ayuden a mejorar los niveles de eficacia y eficiencia organizacional.

PALABRAS CLAVES:

Planificar, Bienes y/o servicios, control, políticas, eficiencia organizacional.

ABSTRACT:

Organizations have as a fundamental basis to plan the things they need to fulfill their activities, which is why they analyze and plan the way they supply the demand for goods or services that are required by consumers.

That is why the actions taken by the people who run the organization are of vital importance when determining the scope of their activities which should be aimed at the control and establishment of policies that help them improve the levels of effectiveness and organizational efficiency.

KEYWORDS:

Plan, Goods and / or services, control, policies, organizational efficiency.

INTRODUCCIÓN

Una de las formas en las que una organización puede tener éxito en sus labores es la de conocer realmente cuál es su capacidad para cubrir las demandas del mercado, las cuales pueden alcanzar las expectativas de la organización de poder cubrir con los pedidos que se realizan, o en alguno de los casos pueden superar estos niveles de cumplimiento. Esto lo determinan los análisis que se realizan en la organización y que son la base de las operaciones de producción, ya que de esta manera todos los departamentos de la empresa pueden planificar los recursos que se necesita para suplir los pedidos que se han recibido.

Estos análisis son realizados en base a estimaciones de los que el mercado puede requerir, es decir, no son totalmente exactos por lo que quienes dirigen la organización deben estar conscientes de que estos pueden variar dependiendo de muchos factores externos que hacen variar las necesidades y requerimientos del mercado, lo cual hace aún más competitivo y complicado el poder cubrir dichos pedidos.

Estamos seguros que si sabemos utilizar la capacidad de producción con la que contamos basándonos en satisfacer las necesidades del cliente, colocaremos en el mercado productos y servicios de calidad, de bajo costo, y que llenen las expectativas del consumidor. (Ganser, 2003)

Las medidas de producción son instrumentos y materiales que intervienen en el proceso de trabajo. De este modo, hacen referencia a la obtención de materias primas, a la producción de los derivados de las mismas y a todo lo que conduzca a la obtención final de los bienes materiales.

Como el volumen de producción posible de alcanzar con una combinación dada de los factores fijos de producción en un cierto tiempo, en cada una de las funciones y centros de actividad en los que se puede dividirse una unidad económica. (REYES, BETANCOURT, FORES, & CABRERA, 2013)

Sus determinantes son los recursos físicos que se poseen y que surgen del proyecto de inversión. La capacidad podrá ser expresada según el tipo de actividad en términos de tiempo y de productos obtenidos por unidad de tiempo o productividad técnica. (REYES, BETANCOURT, FORES, & CABRERA, 2013)

LA DEMANDA

Conociendo que los conceptos de la oferta y la demanda son lo que se necesita para entender el flujo de mercado, debemos estar listos para entender y comentar acerca de las muchas transacciones que se realizan de manera constante dentro de la organización. Para esto no debemos olvidar que una transacción no es otra cosa sino el intercambio de un bien, producto o servicio por dinero, lo que hace suponer y entender que existe una continua interrelación de los elementos de la oferta y la demanda. (FOWLER, 1997)

Utilizamos comúnmente el análisis de la demanda para poder coordinar y controlar todas las acciones frente a las fuentes de la demanda, esto nos ayudaría a poder alcanzar la eficiencia el sistema productivo y con esto podremos entregar el producto a tiempo.

Pero, ¿De dónde proviene la demanda del producto o servicio de una empresa? Y ¿qué puede hacer una compañía para administrarla? Para esto podemos identificar dos fuentes básicas de la demanda: la dependiente y la independiente. La demanda dependiente es la demanda de un producto o servicio la cual ha sido provocada por la demanda de otros productos o servicios. Por ejemplo, si una empresa vende 200 patinetas, para lograrlas van a utilizar 4 ruedas por cada patinetas, es decir 800 ruedas. Este tipo de demanda interna no necesita un pronóstico, sino sólo una tabulación. Para lograr esto debemos identificar que el número de patinetas que se pueden vender se convierte en la demanda independiente ya que la venta del producto no depende en nada de las ruedas que se tengan o no.

Para poder alcanzarlo la empresa puede seguir dos caminos:

Realizar acciones que nos permitan enfrentar y hacer cambios positivos en la demanda.- Es decir cumplir con diversas actividades que nos ayuden a cumplir con este propósito, como mejorar la publicidad, incrementar el número de vendedores, etc. (FOWLER, 1997)

No hacer nada para cambiar la demanda y solamente cumplirla.- Es decir ser solamente un mero espectador y cumplir con la demanda que nos hacen de un bien o producto. (FOWLER, 1997)

Para esto es necesario tener mucha coordinación para manejar estas demandas dependientes, independientes, activas y pasivas. Las demandas se originan tanto interna como externamente en forma de ventas de productos nuevos, de piezas que se necesitan para los productos vendidos o de artículos que son utilizados para la manufactura de algún producto.

CLASES DE PRONOSTICOS CONOCIDOS

El pronóstico ha sido clasificado en cuatro tipos básicos: cualitativo, análisis de series de tiempo, relaciones causales y simulación. (PYLE, 2001)

Las técnicas cualitativas son basadas en ideas recogidas en función de estimados y opiniones. El análisis de series de tiempo está basado en el supuesto de que es posible utilizar información relacionada con la demanda pasada para predecir la demanda futura. Con este supuesto en mente se pueden incorporar informaciones adicionales que nos permitan identificar las mejores opciones para la organización. El pronóstico causal, que se analiza utilizando la técnica de la regresión lineal, supone que la demanda se relaciona con algún factor que se encuentra presente en el ambiente en el que se relaciona la organización. (PYLE, 2001)

A continuación, se presenta un análisis de los elementos que componen cada uno de los tipos de demanda:

CUALITATIVO

Son técnicas subjetivas; de juicio. Basadas en estimados y opiniones. (ARIZA, 2015)

Técnicas acumulativas. Deriva un pronóstico a través de la compilación de las entradas de aquellos que se encuentran al final de la jerarquía y que tratan con lo que se pronostica. Por ejemplo,

un pronóstico general de las ventas se puede derivar combinando las entradas de cada uno de los vendedores que están más cerca de su territorio.

Investigación de mercados. Se establece para recopilar datos de varias formas (encuestas, entrevistas, etc.) con el fin de comprobar hipótesis acerca del mercado. Por lo general, se usa para pronosticar ventas a largo plazo y de nuevos productos.

Grupos de consenso. Intercambio libre en las juntas. La idea es que la discusión en grupo produzca mejores pronósticos que cualquier individuo.

Los participantes pueden ser ejecutivos, vendedores o clientes.

Analogía histórica. Relaciona lo pronosticado con un artículo similar. Es importante al planear nuevos productos en los que las proyecciones se pueden derivar mediante el uso del historial de un producto similar.

Método de Delfos. Un grupo de expertos responde un cuestionario. Un moderador recopila los resultados y formula un cuestionario nuevo que se presenta al grupo. Por lo tanto, existe un proceso de aprendizaje para el grupo mientras recibe información nueva y no existe ninguna influencia por la presión del grupo o individuos dominantes.

Análisis de series de tiempo

Con base en la idea de que el historial de los eventos a través del tiempo se puede utilizar para proyectar el futuro. (ARIZA, 2015)

Promedio móvil simple. Se calcula el promedio de un periodo que contiene varios puntos de datos dividiendo la suma de los valores de los puntos entre el número de éstos. Por lo tanto, cada uno tiene la misma influencia.

Promedio móvil ponderado. Puede ser que algunos puntos específicos se ponderen más o menos que los otros, según la experiencia.

Suavización exponencial. Los puntos de datos recientes se ponderan más y la ponderación sufre una reducción exponencial conforme los datos se vuelven más antiguos.

Análisis de regresión. Ajusta una recta a los datos pasados casi siempre en relación con el valor de los datos. La técnica de ajuste más común es la de los mínimos cuadrados.

Técnica Box Jenkins. Muy complicada, pero al parecer la técnica estadística más exacta que existe. Relaciona una clase de modelos estadísticos con los datos y ajusta el modelo con las series de tiempo utilizando distribuciones bayesianas posteriores.

Series de tiempo Shiskin. (Se conoce también como X-11). Desarrollada por Julius Shiskin de la Oficina del Censo. Un método efectivo para dividir una serie temporal en temporadas, tendencias e irregular. Necesita un historial por lo menos de 3 años. Muy eficiente para identificar los cambios, por ejemplo, en las ventas de una compañía.

Proyecciones de tendencias

Ajusta una recta matemática de tendencias a los puntos de datos y la proyecta en el futuro. (ARIZA, 2015)

Causal. Trata de entender el sistema subyacente y que rodea al elemento que se va a pronosticar. Por ejemplo, las ventas se pueden ver afectadas por la publicidad, la calidad y los competidores.

Análisis de regresión. Similar al método de los mínimos cuadrados en las series de tiempo, pero puede contener diversas variables. La base es que el pronóstico se desarrolla por la ocurrencia de otros eventos.

Modelos econométricos. Intentos por describir algún sector de la economía mediante una serie de ecuaciones interdependientes.

Modelos de entrada/salida. Se enfoca en las ventas de cada industria a otros gobiernos y empresas. Indica los cambios en las ventas que una industria productora puede esperar debido a los cambios en las compras por parte de otra industria.

Principales indicadores. Estadísticas que se mueven en la misma dirección que la serie a pronosticar, pero antes que ésta, como un incremento en el precio de la gasolina que indica una baja futura en la venta de autos grandes.

Modelos de simulación. Modelos dinámicos, casi siempre por computadora, que permiten al encargado de las proyecciones hacer suposiciones acerca de las variables internas y el ambiente externo en el modelo. Dependiendo de las variables en el modelo, el encargado de los pronósticos puede hacer preguntas como: ¿Qué sucedería con mi pronóstico si el precio aumentara 10%? ¿Qué efecto tendría una recesión nacional leve sobre mi pronóstico?

ELEMENTOS QUE FORMAN PARTE DE LA DEMANDA

Los factores críticos son más difíciles de determinar porque quizá el tiempo se desconoce o no se toma en cuenta la causa del ciclo. La influencia cíclica sobre la demanda puede provenir de eventos tales como elecciones políticas, guerras, condiciones económicas o presiones sociológicas. (CERVERA, 2009)

Las variaciones aleatorias son provocadas por los eventos fortuitos. Estadísticamente, al restar todas las causas conocidas de la demanda (promedio, tendencias, estacionales, cíclicas y de autocorrelación) de la demanda total, lo que queda es la parte sin explicar de la demanda. Si no se puede identificar la causa de este resto, se supone que es aleatoria.

La autocorrelación indica la persistencia de la ocurrencia. De manera más específica, el valor esperado en un momento dado tiene una correlación muy alta con sus propios valores anteriores. En la teoría de la línea de espera, la longitud de una línea de espera tiene una autocorrelación muy elevada. Es decir, si una línea es relativamente larga en un momento determinado, poco después de ese tiempo, podría esperarse que la línea siguiera siendo larga. (CERVERA, 2009)

El intercambio oportuno de información entre los socios comerciales ofrece impresiones confiables y de más largo plazo sobre el futuro de la demanda en la cadena de suministro. La visibilidad hacia adelante, basada en compartir la información, trae diversos beneficios a las asociaciones en las cadenas de suministro.

Como ocurre con la mayoría de las nuevas iniciativas corporativas, hay escepticismo y resistencia al cambio. Uno de los escollos más grandes que estorban la colaboración es la falta de confianza sobre lo completo de la información que se comparte entre socios de la cadena de suministro. El objetivo contradictorio entre un proveedor que quiere maximizar sus utilidades y un cliente que quiere

minimizar sus costos da lugar a relaciones contrarias en la cadena de suministro. Compartir datos operativos delicados puede permitir a un socio comercial sacar ventaja del otro. Del mismo modo, una barrera a la ejecución es el potencial de perder el control. Algunas compañías se sienten justamente preocupadas por la idea de colocar en línea datos estratégicos, como informes financieros, programas de manufactura e inventarios.

Las compañías quedan expuestas a las fracturas de seguridad. Los acuerdos de asociación del lado del cliente, acuerdos de secreto y acceso limitado a la información ayudan a superar estos miedos.

No es fácil desarrollar un sistema de pronóstico. Sin embargo, debe hacerse, porque pronosticar es fundamental en cualquier esfuerzo de planeación. En el corto plazo, se necesita un pronóstico para predecir las necesidades de materiales, productos, servicios u otros recursos para responder a los cambios de la demanda. Los pronósticos permiten ajustar los calendarios y variar la mano de obra y los materiales. A la larga, se requiere pronosticar como base para los cambios estratégicos, como el desarrollo de mercados nuevos, creación de nuevos productos o servicios y ampliar o construir nuevas instalaciones. (CERVERA, 2009)

En el caso de los pronósticos de largo plazo en los que se incurra en grandes compromisos económicos, debe tenerse mucho cuidado al derivarlos. Deben usarse varios métodos. Son provechosos los métodos causales, como el análisis de regresión simple o múltiple, pues dan una base para realizar estudios.

Los factores económicos, tendencias de productos, factores de crecimiento y competencia, así como una mirada de otras posibles variables tienen que considerarse y el pronóstico debe ajustarse para que refleje la influencia de cada uno.

Los pronósticos de corto y mediano plazos (como los que se requieren para el control de inventario así como calendarización de contratación de empleados y de material) pueden ser satisfactorios para modelos simples, como de suavización exponencial, quizá con una característica de adaptación o un índice estacional. En estas aplicaciones, normalmente se pronostican miles de activos. La rutina de pronóstico debe ser simple y ejecutarse con rapidez en una computadora. Las rutinas también deben detectar y responder con celeridad a cambios definidos de corto plazo en la

demanda, al tiempo que se ignoran las demandas espurias ocasionales. La suavización exponencial, cuando la gerencia la monitorea para controlar el valor de alfa, es una técnica efectiva. (CERVERA, 2009)

CONCLUSIONES:

Los sistemas de pronóstico en colaboración por Internet que usan combinaciones de métodos de pronóstico serán la ola del futuro en muchas industrias. Compartir información entre socios comerciales con enlaces directos al sistema ERP de cada empresa asegura una información rápida y sin errores a un costo muy bajo. (FOWLER, 1997)

En resumen, es difícil pronosticar. Un pronóstico perfecto es como un hoyo en uno en el campo de golf: es sensacional atinarle, pero hay que sentirse satisfecho con acercarse; o, para proseguir con la analogía, basta caer en el Green. La filosofía ideal es crear el mejor pronóstico que sea posible y protegerse manteniendo la flexibilidad del sistema para tener en cuenta los inevitables errores de pronóstico.

RECOMENDACIONES:

La acción que se realiza para el logro de los objetivos organizacionales debe ser una prioridad en la empresa debido a que se convierten en el mecanismo con el que se suple las necesidades de los consumidores, a través del cumplimiento de las normas previamente establecidas.

Se debe establecer mecanismos de masificación de la información que deben conocer los miembros de la organización para que se alcance cada uno de los procesos productivos de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

ARIZA, A. (2015). *CONTABILIDAD GENERAL, TEORIA Y PRACTICA*. BARCELONA.

CERVERA, O. (2009). *INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION*. MEXICO.

FOWLER, N. (1997). *CONTABILIDAD BASICA*. BUENOS AIRES: CONTABILIDAD MODERNA.

GANSER, O. (4 DE JUNIO DE 2003). *GESTIOPOLIS*. OBTENIDO DE
WWW.GESTIOPOLIS.COM/CAPACIDAD-DE-PRODUCCION-Y-DEMANDA-EN-EMPRESAS-MANUFACTURERAS/

PYLE, W. (2001). *PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD*. BILBAO: EDICIONES DEUSTO.

REYES, M. N., BETANCOURT, P. G., FORES, E. H., & CABRERA, G. L. (1 DE MARZO DE 2013).
MONOGRAFIAS PLUS. OBTENIDO DE
[HTTPS://WWW.MONOGRAFIAS.COM/DOCS/CAPACIDAD-DE-PRODUCCION-F3CQQTXZMY](https://www.monografias.com/docs/capacidad-de-produccion-f3cqqtxzmy)