



INSTITUTO DE EDUCACIÓN DIGITAL DEL ESTADO DE PUEBLA

CONTADURÍA PÚBLICA

PRONOSTICOS FINANCIEROS

MTRO. JORGE CANCINO GARCIA

REPORTES:

2. MÉTODOS DE PRONÓSTICOS FINANCIEROS

2.1. CONCEPTO DE PRONÓSTICOS FINANCIEROS

2.2. CUALITATIVOS

2.3. CUANTITATIVOS

PAULA JIMÉNEZ MERCHANT

2019C-00110E

QUECHOLAC, PUEBLA, A 5 DE JUNIO DEL 2021

Indicé

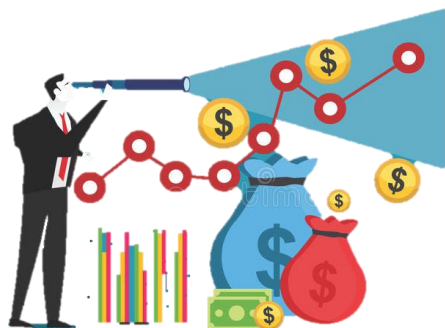
Introducción -----	3
2. Métodos de Pronósticos Financieros -----	4
2.1. Concepto de Pronósticos Financieros -----	4
2.2. Cualitativos -----	6
2.3. Cuantitativos -----	8
Conclusión -----	11
Referencias -----	10

Introducción

En este reporte hablaremos de los Métodos de Pronóstico Financieros, Cualitativos, Cuantitativos y su Concepto, los métodos de pronósticos se utilizan para realizar enunciados sobre el valor futuro de una variable bajo estudio, ya que tener indicios de lo que va a suceder, permite reducir la incertidumbre, el pronóstico sólo será útil si el costo de realizarlo es menor al beneficio obtenido a partir de la toma de decisiones bajo certidumbre.

Hay dos clasificaciones de los métodos de pronósticos: los cualitativos y los cuantitativos. Los métodos de pronósticos cualitativos parten generalmente de juicios de expertos y se usan cuando no existen datos históricos de la variable bajo estudio, en cambio, cuando sí existen, son más socorridos los métodos cuantitativos, que a través de sus procedimientos matemáticos y estadísticos buscan ofrecer pronósticos objetivos.

En el método de Pronósticos Financieros, el éxito a largo plazo depende de cuán bien la gerencia anticipa el futuro y elabora las estrategias apropiadas, el buen juicio, la intuición y tener conciencia del estado de la economía pueden dar a un gerente una idea aproximada o “intuición” de lo que es probable que suceda en el futuro.



2. Métodos de Pronósticos Financieros

2.1. Concepto de Pronósticos Financieros

Las empresas, en su planeación, utilizan los pronósticos como premisas para definir sus metas, de tal forma que éstas sean reales o bien, en caso de que sean retadoras, se definan oportunamente estrategias para alcanzarlas, Pronosticar es realizar un enunciado sobre el valor futuro de una variable de interés, fundamentado ya sea por el análisis de datos históricos disponibles, por el juicio de expertos en el tema o por una combinación de ambas cosas. (Gestiopolis, Experto. 2002).

Se pueden realizar pronósticos a corto medio o largo plazo en circunstancias parecidas a las actuales o simular diferentes contextos o entornos: crisis financieras, situación de la empresa en el caso que se realizasen determinadas inversiones o cambios importantes de logística o producción. (Gestiopolis, Experto. 2002).

Los pronósticos Financieros son predicciones, no hechos ciertos, pero son una forma muy efectiva de preparar a la empresa ante determinadas contingencias e imprevistos, además, los pronósticos financieros dotan a los directivos de los conocimientos suficientes para, llegado el caso, saber qué pasos o decisiones tomar y tener una rápida capacidad de reacción ante situaciones adversas, como parte del control financiero de la empresa, los pronósticos permiten prever la situación de la organización en distintas circunstancias. (Gestiopolis, Experto. 2002).

Inherentemente al realizar un pronóstico, está presente el tiempo, la incertidumbre y la confianza en los datos históricos, en ocasiones no se contará con datos históricos y se deberá confiar en el juicio de expertos para realizar pronósticos de escenarios futuros, teniendo cuidado en controlar el sesgo que pudiera estar presente por el optimismo o inclinación de la persona. (Gestiopolis, Experto. 2002).

No hay que confundir meta y pronóstico como comúnmente se hace, un pronóstico es lo que se espera observar de una variable de acuerdo a las estrategias realizadas históricamente por la empresa, y una meta es lo que se desea alcanzar de acuerdo a los objetivos definidos en la planeación, además de utilizar4rse como base para definir metas, los pronósticos se utilizan en la

planeación para que los agentes económicos puedan tomar decisiones que repercutan en ahorro de recursos o bien en beneficios.

Actualmente, existen dos técnicas fundamentales en los cuales se basa el sistema de pronóstico del mercado:

- **Las cualitativas:** las técnicas cualitativas consisten en la opinión y conocimientos de expertos.
- **Las cuantitativas:** Las técnicas cuantitativas consisten en dos procesos basados en estadísticas convencionales, análisis de regresión y series de tiempo.

Sin embargo, cuando se cuente con datos históricos, es preferible utilizar métodos cuantitativos para generar pronósticos objetivos, sin pasar por alto el juicio de expertos, sobre todo cuando se tienen pocos datos o el pasado no es un buen predictor del futuro.

Así mismo el pronóstico puede estar sujeto a diferentes aspectos, como, por ejemplo: Si la gerencia determina modificar algunas políticas, es necesario conocer su impacto para un periodo futuro específico, de no existir política alguna, se debe aplicar un procedimiento de tendencia para conocer el futuro de una compañía para lo cual se toman varios periodos históricos y se calcula la tasa promedio de crecimiento, base sobre la cual se realizarán los pronósticos.

El procedimiento de elaboración de pronósticos y sus resultados tienen que presentarse convincentemente a la gerencia, de modo que los pronósticos se utilicen en el proceso de toma de decisiones para beneficio de la compañía, los resultados también deben justificarse desde el punto de vista del costo de beneficio.



Imagen 1. Métodos de Pronostico Financiero.

2.2. Cualitativos

Los Pronósticos 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 son los que no requieren de una abierta manipulación de datos, sino que hacen uso del juicio de quien pronostica, por su naturaleza éstos suelen ser subjetivos y no utilizan modelos matemáticos, las técnicas cualitativas se usan cuando no se tiene disponibilidad de información histórica¹ o los datos son escasos, por ejemplo, cuando se introduce un producto nuevo al mercado. En los siguientes puntos se listan las características clave de los datos que provienen de pronósticos cualitativos: (Montemayor, G. E. 2013).

- Por lo general el pronóstico se basa en un juicio personal o en alguna información cualitativa externa. (Montemayor, G. E. 2013).
- El pronóstico tiende a ser subjetivo, suele desarrollarse a partir de la experiencia de las personas involucradas, con frecuencia estará sesgado con base en la posición potencialmente optimista o pesimista de dichas personas. (Montemayor, G. E. 2013).
- Una ventaja de este método radica en que casi siempre permite obtener algunos resultados con bastante rapidez. (Montemayor, G. E. 2013).
- En ciertos casos, la proyección cualitativa es especialmente importante, ya que puede constituir el único método disponible. (Montemayor, G. E. 2013).
- Estos métodos suelen utilizarse para productos individuales o familias de productos, y rara vez para mercados completos. (Montemayor, G. E. 2013).

Algunos de los métodos más comunes de pronóstico cualitativo son los siguientes:

Investigación de Mercados: Se usa para evaluar y probar hipótesis acerca de mercados reales, en resumen, una investigación de mercado consiste en los siguientes pasos:

- Desarrollar cuestionario con preguntas que proporcionen información necesaria para el desarrollo del pronóstico, por ejemplo, edad o ingresos o con qué frecuencia se consumiría el producto, si se aplica a distribuidor serían necesarios el tamaño de la tienda y la proyección del número de artículos que compraría. (Montemayor, G. E. 2013).

- Llevar a cabo la encuesta, ya sea por correo, fax, teléfono, postal para recortar en una revista. (Montemayor, G. E. 2013).
- Tabular y analizar los resultados e interpretarlos cuidadosamente

Método Delphi: Se usa para pronósticos a largo plazo, pronósticos de ventas de productos nuevos y pronósticos tecnológicos, este método permite que cada experto realice sus pronósticos individuales anónimamente, especificando las razones que lo llevaron a dicha proyección, después el conjunto de éstos se distribuye entre todos los expertos. (Montemayor, G. E. 2013).

Analogía por ciclo de vida: Se utiliza a la hora de lanzar un producto nuevo y se basa en el hecho de que casi todos los productos y servicios tienen un ciclo de vida bien definido, éste método tiene una aplicación muy especial, generalmente las ventas presentan un crecimiento durante la etapa temprana que sigue a la introducción del producto en el mercado. (Montemayor, G. E. 2013).

Valoración o juicio informado: Es uno de los métodos de pronósticos de mayor uso, sin embargo, también es de los menos confiables, Las razones por las que éste método suele ser poco fiables son variadas, entre ellas destacan las siguientes: (Montemayor, G. E. 2013).

- Los vendedores pueden utilizar dicho pronóstico como oportunidad para establecer metas optimistas. (Montemayor, G. E. 2013).
- Miedo por parte de los vendedores de que sus pronósticos se utilicen como una cuota de ventas, lo que los puede llevar a establecer una cifra menor de la que ellos creen poder vender. (Montemayor, G. E. 2013).
- Los acontecimientos recientes, por ejemplo, una buena o mala semana de ventas, bombardeo mediático acerca de una inminente debacle en la demanda de servicios o productos por la crisis económica, pueden influenciar de tal manera que sus proyecciones serán muy pesimistas o muy optimistas. (Montemayor, G. E. 2013).



Imagen 2. Métodos Cualitativos

2.3. Cuantitativos

El método cuantitativo es una metodología de investigación que utiliza preguntas y encuestas para recopilar datos cuantificables y en base a estos realizar análisis estadísticos para derivar conclusiones de investigación. (Diego, D. S. 2008).

El método de investigación cuantitativa utiliza encuestas y sondeos para recopilar información sobre un tema determinado. Existe una gran variedad de preguntas de encuesta que suelen ser utilizadas en relación a la naturaleza del estudio de investigación cuantitativa, utiliza encuestas por correo electrónico como el principal modo para recopilar las respuestas de las preguntas de la investigación. (Diego, D. S. 2008).

Estos pronósticos utilizan modelos matemáticos con los que se analizan los resultados pasados de las ventas de una empresa, estos modelos suponen que los datos históricos son relevantes en el futuro, por lo tanto, es necesario conocer los datos de ventas pasados y los patrones de demanda, este modelo se apoya en datos históricos o en variables causales para producir resultados cuantitativos. Algunos son: (Diego, D. S. 2008).

- **Análisis de series temporales.** Establece una ecuación para una tendencia y la proyecta al futuro
- **Modelos de regresión.** Pronostica una variable a partir de lo que se sabe o supone de otras.
- **Modelos econométricos.** Simula con ecuaciones de regresión segmentos de la economía.
- **Indicadores económicos.** Pronostica con uno o más indicadores el estado futuro de la economía
- **Efecto de sustitución.** Predice con una fórmula matemática cómo, cuándo y en qué circunstancias un nuevo producto o tecnología sustituirá al actual.

El método cuantitativo se caracteriza, ante todo, porque requiere variables numéricas para poder expresar el problema de la investigación, es decir que los datos analizados deben ser siempre cuantificables, o sea, expresables en una cantidad, un factor importante que influye en la selección de una técnica de pronóstico es identificar y entender los patrones históricos de los datos. (Diego, D. S. 2008).

Existen distintos tipos de investigación cuantitativa, como son:

- **Investigación descriptiva.** Intenta especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno estudiado, mediante dinámicas objetivas de observación, análisis y demostración. (Diego, D. S. 2008).
- **Investigación analítica.** Más compleja que la descriptiva, consiste en el cotejo o comparación de variables determinadas entre grupos de control y de estudio. (Diego, D. S. 2008).
- **Investigación experimental.** Como su nombre lo indica, se trata de investigaciones fundamentadas en la experimentación, o sea, en la replicación en un ambiente controlado del fenómeno estudiado. (Diego, D. S. 2008).
- **Investigación casi experimental.** Se trata de procedimientos experimentales que no pueden distinguir de manera azarosa entre los grupos de control y de estudio, diferenciándose así de los propiamente experimentales. (Diego, D. S. 2008).

En términos de finanzas, el Análisis Cuantitativo es el empleo de métodos estadísticos para evaluar una inversión. De esta manera, logra predecir o explicar diferentes variables económicas. el Análisis Cuantitativo con frecuencia emplea herramientas derivadas de la física y la estadística para llevar a cabo su cometido. (Diego, D. S. 2008).

Por ejemplo, si quieres pronosticar las ventas del próximo mes tienes que multiplicar las ventas de este mes por 1 más la tasa de crecimiento de ventas mensual.

La fórmula debería ser:

$(x) \text{ ventas mensuales} \times (1 + \% \text{ tasa de crecimiento de ventas}) = \text{ventas del próximo mes}$

Por lo tanto, si tienes un aumento del 20% en las ventas en relación al mes pasado, es decir, 25.000 del valor del producto, entonces tu pronóstico de ventas para el próximo mes es:
 $25.000 \times (1 + 20\%) = 30.000$



Imagen 3. Pronostico Cuantitativos

Conclusión:

En Conclusión, podemos decir que pronosticar es emitir un enunciado futuro sobre el valor de una variable, con la intención de que este enunciado sirva para la toma de decisiones y que el beneficio de tal decisión sea mayor al costo de obtener el pronóstico. Se aprendió que el pronóstico es utilizado para la planeación teniendo en consideración que no hay que confundir meta con pronóstico, como comúnmente se hace.

El pronóstico es lo que se espera observar de acuerdo a las estrategias actuales de la empresa y la meta es lo que se desea observar, de esta manera si el pronóstico está por debajo de la meta la empresa tendrá que hacer ajustes en sus estrategias o en sus metas para que sean alcanzables. También se aprendió que existen métodos de pronósticos cualitativos y cuantitativos. Los cualitativos se usan cuando no hay datos históricos de la variable bajo estudio y los pronósticos se realizan mediante opiniones de expertos. Los cuantitativos emplean datos históricos y a través de modelos matemáticos se realizan pronósticos, los cuales se espera sean más objetivos.

Como se puede apreciar, éste método permite percibir banderas rojas o puntos favorables en las políticas formuladas. Será entonces tarea fundamental del Gerente Financiero entrar a recomendar la continuidad de los planes o, por el contrario, realizar cambios significativos con el fin de reorientar el rumbo de la organización.

Referencias:

Gestiopolis, Experto. (2002). ¿Qué es un pronóstico? Características y métodos: Gestiopolis.com.
<https://www.gestiopolis.com/que-es-un-pronostico-caracteristicas-y-metodos/>

Montemayor, G. E. (2013). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México: Editorial Digital.
<http://prod77ms.itesm.mx/podcast/EDTM/P196.pdf>

Diego, D. S. (2008). Pronósticos Cuantitativos: Blogspot.com.
<http://diegopazos.blogspot.com/2008/07/pronostico-de-ventas.html>