



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

“PROYECTOS I”

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR:

BACH. ADM. JHESDELY DEL ROSARIO ICOMENA ZAVALA

IQUITOS – PERÚ

2019



UNAP

Universidad Nacional de la Amazonía Peruana

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN

"OFICINA DE ASUNTOS ACADEMICOS"



ACTA DE EXAMEN ORAL DE SUFICIENCIA PROFESIONAL ACTUALIZACIÓN ACADÉMICA

En la ciudad de Iquitos, a los 15 días del mes de Abril del 2019, a horas 11:00 a.m. se ha constituido en el Auditorio de esta Facultad, el jurado designado mediante Resolución Decanal N° 0407-2019-FACEN-UNAP, integrado por la LIC.ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra. (Presidente), LIC.ADM. HUGO HENRY RUIZ VÁSQUEZ, Mgr. (Miembro) y el LIC.ADM. WALTER SORIA DEL AGUILA (Miembro), para proceder al acto del Examen Oral de Suficiencia Profesional - Actualización Académica de la Bachiller en Ciencias Administrativas JHESDELY DEL ROSARIO ICOMENA ZAVALA, tendiente a optar el Título Profesional de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN.

De acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos y sustentado en la Ley N°30220, el jurado procedió al examen oral sobre la Balota N°09: "PROYECTOS I".

El acto público fue aperturado por la Presidente del Jurado, dándose lectura a la resolución que fija la realización del examen oral.

De inmediato procedió a invitar a la examinada a realizar una breve exposición sobre el tema del examen y posteriormente a los señores del jurado a formular las preguntas que crean convenientes relacionadas al acto. Luego de un amplio debate y a criterio de la Presidente del Jurado, se dio por concluido el examen oral pasando el jurado a la evaluación y deliberación correspondiente en privado; concluyendo que la examinada ha sido: APROBADA POR UNANIMIDAD

El Jurado dio a conocer el resultado del examen en ACTO PÚBLICO siendo las 12:30 m se dio por terminado el acto académico.

LIC.ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra.
Presidente

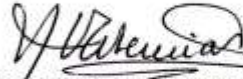
LIC.ADM. HUGO HENRY RUIZ VASQUEZ, Mgr.
Miembro

LIC.ADM. WALTER SORIA DEL AGUILA
Miembro

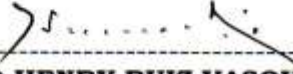
Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonía del Perú, rumbo a la acreditación
Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos - Maynas - Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facenunap@yahoo.es
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264




MIEMBROS DEL JURADO



LIC.ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra.
Presidente
CLAD-02311



LIC.ADM. HUGO HENRY RUIZ VASQUEZ, Mgr.
Miembro
CLAD-01972



LIC.ADM. WALTER SORIA DEL AGUILA
Miembro
CLAD-02527

INDICE

	Pág.
PORTADA.....	1
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	2
MIEMBROS DEL JURADO.....	3
ÍNDICE.....	4
RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
CAPITULO I	
IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	7
1.1 INTRODUCCIÓN.....	7
1.2 DIAGNÓSTICO GENERAL	7
1.3 ANTECEDENTES DEL SECTOR.....	7
1.4 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
CAPITULO II	
PROYECTO DE CREACIÓN.....	9
2.1 PROYECTO.....	9
2.2 PROYECTO DE INVERSIÓN.....	9
2.3 OBJETIVO DE UN PROYECTO.....	10
2.4 REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR UN PROYECTO.....	10
2.5 FASES DE UN PROYECTO.....	11
2.6 ETAPAS DE UN PROYECTO.....	12
2.7 ELEMENTOS DE UN PROYECTO.....	15
2.8 TERMINOS DE REFERENCIA DE UN PROYECTO.....	16
CAPITULO III	
ESTUDIO DE MERCADO, TAMAÑO DEL PROYECTO, LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO, INGENIERIA DEL PROYECTO, INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	17
3.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	17
3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	26
3.3 LOCALIZACIÓN DE PLANTA.....	28
3.4 INGENIERIA DEL PROYECTO (TECNOLOGIA).....	31
3.5 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	32
CAPITULO IV	
ADMINISTRACIÓN ORGANIZACIÓN Y MARCO LEGAL.....	43
4.1 ADMINISTRACIÓN DE LA PUESTA EN MARCHA.....	43
4.2 ORGANIZACION DEL PROYECTO.....	43
4.3 MARCO LEGAL.....	44
CONCLUSIONES.....	46
BIBLIOGRAFIA.....	47

RESUMEN

Un proyecto tiene muchas definiciones, pero podemos decir que es un conjunto de estudios técnicos, económicos y financieros, que hace posible profundizar con mayor exactitud la situación y verlo desde todos los ámbitos posibles para su exitosa ejecución; es importante partir desde una identificación del problema, y hacer un análisis a nivel macroeconómico y microeconómico; el objetivo de un proyecto es evaluar si es posible la ejecución de un proyecto, acceder al sistema financiero para obtener créditos, además puede convertirse en una propuesta atractiva que capte el interés de potenciales inversionistas.

Es importante tener en cuenta ciertos términos de coherencia, viabilidad y factibilidad que son los requisitos que debe cumplir un proyecto; entre sus fases principales de un proyecto son: pre-inversión, esto significa el punto de partida, la cual procedemos a la identificación de la idea, luego al estudio preliminar que se refiere a obtener información externa o del entorno, también está el estudio de pre-factibilidad que reúne toda la información necesaria técnica y económica, viendo las posibilidades para obtener buenos resultados es como una etapa de descarte; el estudio de factibilidad hace uso de los términos de referencia, y esto proporciona información necesaria para tomar decisiones y nos muestra de manera precisa de lo que es el proyecto; inversión, esta consiste en poner en marcha todo lo planteado, es decir construcción de obras, dentro de esta fase encontramos el estudio definitivo, tiene que ver con diseños detallados de ingeniería, esto exige la presencia de profesionales que se requiere para determinados estudios; la última fase es la operación, esta comprende el funcionamiento por ejemplo cuando una empresa empieza a competir en el mercado.

El estudio de mercado es muy importante dentro del proyecto, esto puede ser aplicado en cuestiones comerciales, sus etapas principales son: recopilación de datos, métodos de recopilación de información y análisis e interpretación de los datos, analizamos la demanda y oferta que son indicadores; también se procede a realizar un análisis de los precios, esto comprende la formación de precio en la empresa, en el mercado y por política gubernamental; además es necesario realizar un análisis de comercialización y estos son canales de distribución.

En cuestión al tamaño del proyecto, consiste en la capacidad instalada de planta y la capacidad productiva; cuyos factores condicionantes son: el mercado, la tecnología, localización y la financiación; en cuanto a la localización de proyecto se refiere a la ubicación. La ingeniería de proyecto es un procedimiento, esto es en cuestión a la producción y comercialización de bienes y servicios, y poder utilizar los recursos adecuadamente; en cuestión a la inversión en un proyecto, ya consiste en los gastos que se van a efectuar, estas son: inversión fija y capital de trabajo; el financiamiento en un proyecto, es obtener recursos financieros y reales para la operación del proyecto, estos pueden ser fuentes internas, que son los ingresos que genera la operación del proyecto, y fuentes externas que pueden ser los aportes de los socios, entidades financieras o el mercado de valores. La administración, organización y marco legal, contribuye a la preparación, el uso eficiente de recursos y la constitución, con respecto a la ley de sociedades.

INTRODUCCIÓN

Las empresas cuidadosamente diseñadas, en las que se utilizan adecuados sistemas de gestión, el riesgo al fracaso se reduce de manera casi absoluta. El empresario tradicional que lleva adelante una idea de negocio a fuerza de su propia laboriosidad y empuje, hoy en día está siendo reemplazado y con mejores resultados, por empresarios que presentan otras características adicionales: un mayor conocimiento del mercado y de los elementos de gestión adecuados para desarrollar exitosamente su proyecto empresarial.

Todo proyecto empresarial necesita de los siguientes cuatro elementos para su implementación y desarrollo: de un empresario, de la oportunidad de un negocio, de la evaluación de su viabilidad y de su financiación. En el presente trabajo se presenta la tecnología para evaluar oportunidades de inversión y poder tomar mejores decisiones económicas haciendo uso de los conceptos y principios que se muestra en este trabajo, también muestra las pautas necesarias para desarrollar un proyecto de inversión y entender la lógica de su preparación y desarrollo.

CAPITULO I

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 INTRODUCCIÓN

La **identificación** es una caracterización, la **identificación del proyecto** es dar una personalidad a un plan, es base de propuesta del proyecto. En esta fase se trata de dar una personalidad al proyecto determinando el problema a resolver, una necesidad u oportunidad.

La identificación implica aproximaciones al entorno y realidad social a intervenir, es una introducción a la preparación y evaluación de un proyecto, efectuando una contextualización panorámica con datos secundarios para dotar de información y ayudar a la identificación del proyecto, previa a esta se realiza un análisis de diagnóstico y de antecedentes del área de interés. Algunas veces se suele tener estudios previos de situación del problema y un proyecto futuro.

1.2 DIAGNÓSTICO GENERAL

Es una exploración de la situación y tendencias de elementos agregados o macroeconómicos. Se realiza una descripción de aspectos geográficos, demográficos, climatológicos y económicos, por ejemplo, indicadores de crecimiento y desarrollo como el PIB per cápita, desempleo, inflación, balanza comercial, tasas de interés, seguridad, justicia, pobreza, salud, educación y otros procesos políticos y sociales.

1.3 ANTECEDENTES DEL SECTOR

Es un historial - antecedente - exploratorio del pasado y futuro del sector industrial para juzgarlos, entenderlos o preverlos, son referencias relacionadas a nivel microeconómico. Se realiza un análisis del nivel de competencia industrial y estrategia empresarial, por ejemplo, de productos sustitutos, competidores, rivalidades, proveedores, clientes, gobierno, tecnología, productividad, legislación y otros. Porque en el comercio inter e inraidustrial se dan economías de escala y redes, diferen-

ciación de tecnologías y productos, ventajas competitivas y comparativas.

1.4 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El **problema** es situación inadecuada que necesita ser superado, es decir es una amenaza, oportunidad o necesidad (ausencia de algo), la **identificación del problema** es el reconocimiento del problema que se quiere solucionar, nace con la identificación del problema y termina con la identificación de las alternativas de solución. El propósito del proyecto será resolver esta necesidad, entonces la descripción del problema antecede a la preparación y evaluación de las alternativas.

La “no buena” identificación del proyecto puede traer las siguientes consecuencias:

- Demasiado optimismo en tiempo y costos.
- Dificultades en alcázar los objetivos de impacto financiero, económico y social.
- Imprecisión de los indicadores de verificación, seguimiento y control.
- Imprecisión de los objetivos específicos de acción.
- Inadecuada asignación de recursos (tiempo, costos y personal).

Como la identificación del problema termina en la elaboración del proyecto, una mala identificación puede llevar a que el proyecto no se materialice en inversión o ejecución, será simplemente un ejercicio académico y consumo de recursos que no genera beneficios - no racional - o puede generar demoras y retrasos en las actividades de obtención de beneficios y crear una disminución de rentabilidad financiera y económica esperada del proyecto.

CAPITULO II

PROYECTO DE CREACIÓN

2.1 PROYECTO

Es la búsqueda de respuestas inteligentes para solucionar problemas relacionados con necesidades humanas, para casos específicos.

2.2 PROYECTO DE INVERSIÓN

Hay muchas definiciones a cerca de lo que es un proyecto de inversión. Veamos algunos de ellos:

- a. Según el “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico” de las Naciones Unidas, se define proyecto como “El conjunto de antecedentes que permiten estimarse las ventajas y desventajas económicas que se derivan de asignar ciertos recursos de un país para la producción de determinados bienes y servicios”.
- b. Fernando Carvajal, en su libro “Compendio de Proyectos de Inversión” define proyecto de inversión “Como el conjunto de estudios necesarios para implementar la producción económica de un bien o servicio”.
- c. Según Simón Andrade E. Proyecto de inversión es el conjunto de estudios o elementos de juicio que se inician con la idea y finaliza con el estudio definitivo, que, a partir de las ventajas y desventajas estudiadas, nos permite completar la producción de bienes y servicios, que puesta en operación el aparato productivo con los recursos a emplearse, nos da posibilidad de retener en el futuro mayores beneficios que los obtenidos en el presente.
- d. Los hermanos Sapag Chain, en su libro “Preparación y Evaluación de Proyectos” definen proyecto como: “Un proyecto no es más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana”

2.3 OBJETIVOS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

Los objetivos más usuales de un proyecto de inversión son los siguientes:

a. Evaluar la factibilidad de una posible inversión

Cuando un inversionista identifica la posibilidad de inversión, tiene la necesidad de verificar si es o no conveniente llevar a la realidad esa posibilidad, es decir asignar recursos o no al proyecto. Las posibilidades de inversión a nivel privado pueden ser para la creación de una nueva empresa, la ampliación de la planta existente o para la diversificación de la producción de la empresa.

b. Sustentar la obtención de créditos

Ejemplo de ello son todos los proyectos que presentan a las instituciones financieras con el fin de concretar financiamiento.

c. Interesar a posibles inversionistas

d. Sustentar la obtención de beneficios fiscales

2.4 REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR UN PROYECTO

Todo proyecto de inversión debe cumplir con tres requisitos básicos para que al ser ejecutados sus resultados cumplan satisfactoriamente con los objetivos y metas postuladas. Estos tres requisitos son: Coherencia, viabilidad y factibilidad.

a. Coherencia

Se dice que un proyecto es coherente cuando tanto sus objetivos, metas y características, sean concordantes con los objetivos y metas nacionales, sectoriales, regionales o de la empresa promotora o ejecutora del proyecto.

b. Viabilidad

El requerimiento de viabilidad se plantea en relación a la posibilidad cierta de que en el medio que se piensa instalar el proyecto existen recursos físicos y humanos para la ejecución.

c. Factibilidad

Es el último requisito o prueba a que es sometido un proyecto antes de su ejecución y en él se clasifican las posibilidades de obtener éxito en la ejecución de un proyecto. Este requisito a diferencia de los dos anteriores, se puede comprobar únicamente después de haber completado los estudios de Pre-inversión necesarios para decidir la ejecución del proyecto; mientras que la prueba de coherencia y viabilidad son previas a la preparación del proyecto. Es decir, no puede iniciarse los estudios de Pre-inversión de un proyecto antes de comprobar que es viable y coherente, y únicamente, puede constatarse su factibilidad cuando estén concluidos los estudios de Pre-inversión. Se distinguen tres tipos de factibilidad: la técnica se refiere a la compatibilidad entre los procesos técnicos y sus posibilidades de aplicación en casos especiales, la económica que mide el rendimiento del capital invertido en el proyecto, y la financiera que establece que si se podrán obtener los recursos financieros para la ejecución del proyecto.

2.5 FASES DE UN PROYECTO

En un proyecto se distinguen tres fases, las cuales son:

a. Pre inversión

Comprende desde la identificación de la idea hasta el análisis finalmente de los elementos de juicio necesarios para decidir la ejecución, postergación o rechazo del proyecto, que se plasman en el estudio de factibilidad.

b. Ejecución o inversión

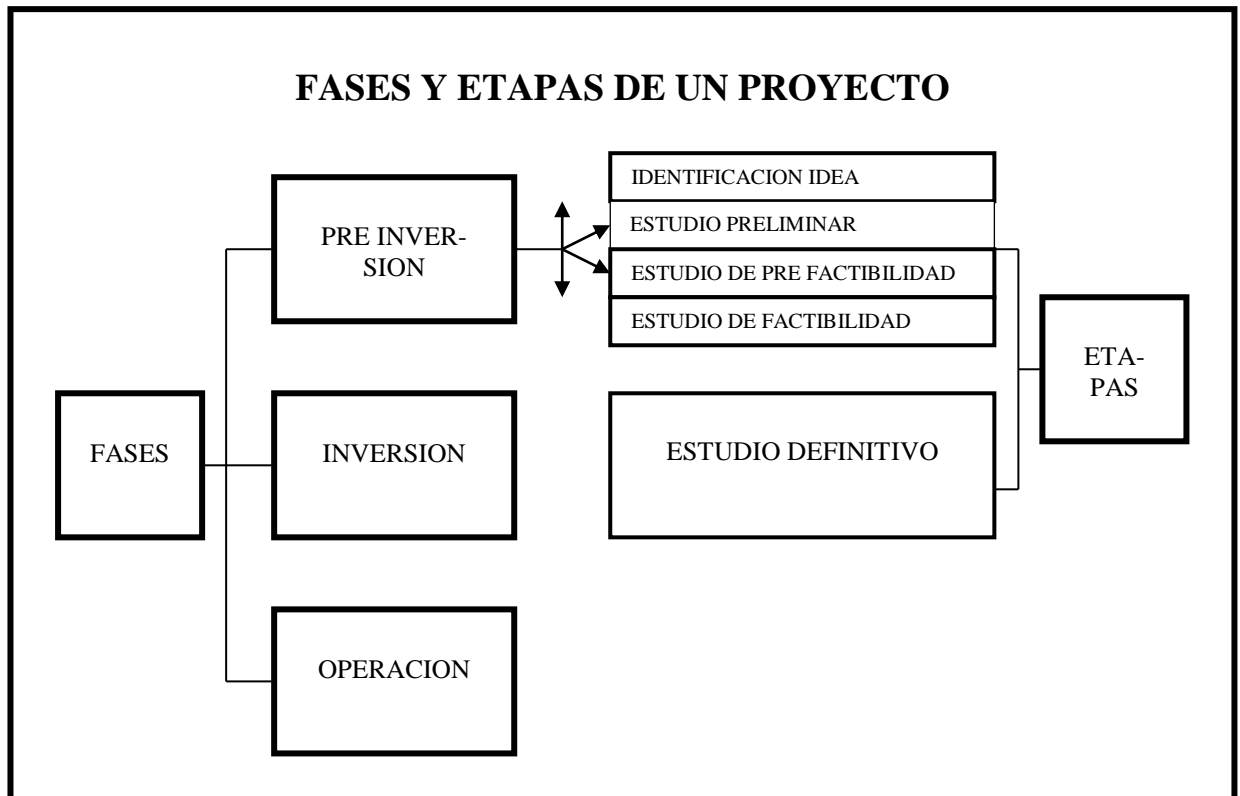
Comprende las decisiones y negociaciones sobre financiamiento, estudios definitivos, organización, licitaciones, construcción de obras, adquisición y montaje de equipos, pruebas y puestas en marcha.

c. Operación

Es el periodo de funcionamiento, en que se espera lograr realmente los objetivos y metas que dieron origen al proyecto.

2.6 ETAPAS DE UN PROYECTO

Las etapas que comúnmente debe pasar todo proyecto de inversión son las siguientes:



a. Identificación de la idea

Se realiza en esta etapa un primer análisis, para establecer en forma genérica una primera prueba de viabilidad de la idea, considerando un número mínimo de elementos de juicio que justifique su aceptación o rechazo. Se determinan a grandes rasgos los costos y benefi-

cios del proyecto. No se considera el financiamiento. Las diferentes formas de solucionar un problema o aprovechar una oportunidad de negocio constituirán las ideas del proyecto.

b. Estudio Preliminar o Perfil

Este estudio se elabora utilizando la información existente, sin mayores gastos en investigaciones de campo o gabinete. Su contenido se concentra en los aspectos técnicos del proyecto y en cuanto los aspectos económicos, solo examina estadísticas de mercado e inversiones necesarias.

c. Estudio de Pre- Factibilidad.

El estudio de Pre- Factibilidad llamado también **anteproyecto preliminar**, se define como el conjunto de análisis que tienen que efectuarse para asegurar a este nivel la existencia de por lo menos una alternativa viable desde el punto de vista técnico y económico. Reúnen los elementos de juicio necesarios que permiten rechazar o aceptar el proyecto para una etapa posterior de desarrollo (factibilidad).

En el estudio de Pre- Factibilidad se asegura que el mercado existe, se selecciona el proceso técnico de la alternativa o alternativas escogidas.

La característica fundamental del Estudio de Pre- Factibilidad, es por lo tanto, la de ser como un filtro que permite llevar acabo una importante depuración entre los posibles caminos y con mayor éxito puedan conducir al resultado buscado.

d. Estudio de Factibilidad.

El estudio de Factibilidad llamado también **anteproyecto definitivo** representa la última etapa de la fase de pre- inversión y supone que los proyectos que llegan a ella han pasado las etapas estudiadas anteriormente y que han servido como etapa de descarte.

El Estudio de Factibilidad es el documento de mayor importancia en toda decisión de inversión, es el documento que sirve de base a los inversionistas y acreedores que presten el apoyo financiero para su realización.

El Estudio de Factibilidad debe elaborarse de acuerdo a los términos de referencia previamente planteados, tratando en lo posible de proporcionar toda la información necesaria para su evaluación posterior por los futuros acreedores financieros y para tomar decisiones rápidas que permitan concretar su realización en el corto plazo. Asimismo, el estudio de factibilidad debe constituirse en un instrumento importante para la gestión del proyecto.

En el Aspecto Económico, es necesario que el Estudio de Factibilidad considere una evaluación en detalle de la rentabilidad del proyecto en varios escenarios usando para ello el análisis de sensibilidad.

En el Aspecto Técnico, el Estudio de Factibilidad debe definir la alternativa óptima para el proyecto y debe reunir todos los elementos de juicio necesarios para decidir en forma definitiva la aceptación, rechazo o postergación del proyecto.

e. Estudio Definitivo.

Aprobado el proyecto a nivel de Factibilidad por la institución financiera e inversionistas se procede a efectuar los Estudios definitivos del Proyecto.

El Estudio definitivo comprende la fase de ejecución o inversión misma del proyecto. Se define como el conjunto de trabajos de diseños detallados de ingeniería que tienen que llevarse a cabo cuando la ejecución de proyecto está dada.

Tratándose de proyectos agroindustriales es necesario que los estudios definitivos abarquen los aspectos agronómicos de la materia

prima que utilizara el proyecto para no caer en problemas posteriores.

2.7 ELEMENTOS COMPONENTES DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

Los elementos componentes de un proyecto de inversión que usualmente se distinguen en un estudio de Pre-factibilidad o Factibilidad son los siguientes:

- a. Aspectos generales
- b. Estudio de mercado
- c. Tamaño del Proyecto
- d. Localización del Proyecto
- e. Ingeniería del Proyecto
- f. Inversiones
- g. Financiamiento
- h. Organización y Marco Legal
- i. Presupuesto de Ingresos y Costos
- j. Estados Financieros Proyectados
- k. Evaluación del Proyecto.

Esta división en partes es convencional y se adopta por razones de orden en la presentación del estudio. Sin embargo, muchos estudios dividen el contenido de un proyecto en: Aspectos económicos, Aspectos técnicos y Aspectos financieros.

2.8 TÉRMINOS DE REFERENCIA DE UN ESTUDIO DE PRE-INVERSIÓN

Los términos de referencia vienen a ser el detalle de los elementos componentes de un proyecto. El consultor de proyectos desarrollará los términos de referencia de un estudio de pre-inversión teniendo en cuenta el tipo de proyecto y producto a fabricar.

Algunas instituciones financieras que conforman el sistema financiero nacional han preparado sus propios términos de referencia que sirven de guía a sus clientes para la presentación de sus estudios de pre-inversión que solicitan financiamiento.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO – TAMAÑO DEL PROYECTO – LOCALIZACIÓN – INGENIERIA – INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

3.1 ESTUDIO DE MERCADO-

3.1.1 Definición del estudio de mercado

Son el acopio, registro y análisis de información sobre los problemas relacionados con la comercialización de bienes y servicios. Desde un punto de vista operativo, significa recoger información sobre el número y tipo de consumidores, el propio producto, los canales de distribución, la motivación y comportamiento del consumidor, además del desarrollo de ideas sobre publicidad y promoción de ventas, y eventualmente, su prueba.

3.1.2 Objetivo del estudio de mercado

Se entiende por objetivos del estudio de mercado los siguientes:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado.
- Determinar la cantidad de productos que los individuos o empresas entrarían dispuestas a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuales son los medios que se están empleando para hacer llegar los productos a los consumidores.

3.1.3 Etapas de los Estudios de Mercado:

○ *Recopilación de Datos:*

Es una tarea inicial de toda investigación que consiste en la aplicación de los métodos de la recopilación de datos e información conocidos y mas apropiados, utilizando los procesos técnicos y científicos vigentes para un posterior análisis mas confiable de la información recolectada, la variedad de datos a recopilar pertenecen a las áreas

de la estadística formal e informal, siendo los campos de origen los siguientes: datos demográficos, de producción, de comercio exterior y de recursos naturales.

La captación de antecedentes esta en función de los siguientes factores: objetivos del inversionista, nivel y naturaleza del proyecto; cuya cantidad de datos a recolectar depende del criterio y experiencia del investigador y las necesidades del estudio.

Teniendo presente el objetivo del estudio de mercado, cualquier investigación tiene que partir de una situación dada, para ello se estudia la situación vigente, la cual a su vez, es el resultado de una serie de hechos pasados.

En este sentido el análisis Histórico pretende lograr dos objetivos específicos: primero, reunir información de carácter estadístico que pueda servir para posteriormente proyectar a futuro las variables mas valiosas cuyo crecimiento o régimen de producción se pretende conocer (demanda, oferta, precio, etc.) el segundo objetivo es evaluar el resultado de algunas decisiones tomadas por otros agentes en el mercado, para identificar los efectos positivos o negativos producto de esas necesidades.

En este estudio será de suma importancia conocer la participación que han tenido las empresas en el mercado, las características y evolución de la oferta de productos similares y sustitutos del que se elaborara con el proyecto, la composición y evaluación de la demanda, etc.

○ *Métodos de Recopilación de Información:*

Existen 4 enfoques metodológicos diferentes en los estudios de mercado:

- Método Histórico.

- Método de Observación.
- Método Experimental.
- Método de Encuestas.

○ *Análisis e Interpretación de Datos:*

Consiste en el tratamiento técnico y científico de los antecedentes o datos seleccionados como históricos y vigentes, para cuyo propósito nos valemos del uso de métodos matemáticos y estadísticos. Esta etapa es muy importante en los estudios de mercado para proyecto, la proyección de la situación futura brinda al evaluador del proyecto las herramientas necesarias para calcular el ámbito de mercado meta a servir y perfilar estrategias que en la marcha aumentaran los beneficios del proyecto en relación a la competencia, precios y canales de comercialización.

La finalidad del análisis e interpretación de datos es comparar y resumir las observaciones practicadas a través de métodos, con el propósito de materializar el resultado obtenido y proporcionar las respuestas a las interrogantes planteadas.

3.1.4 Análisis de la Demanda.

Consiste en examinar la demanda total de variación de bienes y servicios en relación a los factores que condicionan la variación de la cantidad demanda y el comportamiento histórico del mismo en un periodo establecido.

En dicho análisis los factores que afectan directamente el comportamiento de la demanda son:

- Precio del Bien.
- Precio de los bienes sustitutos.

- Precios de los bienes complementarios.

- Ingreso disponible del consumidor

- *Demanda y Precio del Bien X*

Se dice que la cantidad demandada del bien X estará en función inversa del precio, cuando la cantidad demandada del mismo varía porcentualmente con la variación del precio del bien X, creando la siguiente ley de la demanda: *A menor precio, mayor cantidad demanda del bien X; a mayor precio menor cantidad demanda del bien X*

- *Demanda y Precio de los Bienes sustitutos (Y)*

En el análisis de un bien sustituto o competitivo, se debe tener en cuenta las características de esto; ya que un incremento en el precio del bien Y, permitirá un aumento en la demanda del bien X, los bienes sustitutos se caracterizan porque son similares en uso, utilidad y satisfacción.

- *Demanda y Precio de Bienes complementarios*

Los bienes complementarios son reconocidos cuando un bien es complemento del otro, tanto en su uso como en su satisfacción. Estos bienes tienen estrecha relación con su complemento, por lo que el aumento de precio de uno de ellos, provocará una disminución en la demanda de su complemento.

- *Demanda e Ingreso Disponible*

En esta expresión el comportamiento de la demanda depende directamente del ingreso disponible del consumidor.

Proyección de la Demanda:

Es una manera de estimar la posible demanda de un producto de acuerdo a antecedentes históricos. Para la proyección de las variables en es-

tudios sean: demanda, oferta, precio, et., existen técnicas clasificadas en función a su carácter.

- *Método subjetivos*

La importancia de los métodos subjetivos en la predicción del mercado se manifiesta cuando los métodos cuantitativos basados en información histórica no pueden explicar por si solo el comportamiento futuro esperado de alguna de sus variables, o cuando no existen suficientes datos históricos. Como ejemplo podemos nombrar:

- a) Método Delphi
- b) Método de Consenso de Panel
- c) Método de Pronóstico Visionario

- *Métodos Causales*

A diferencia de los métodos subjetivos, intentan proyectar el mercado sobre la base de antecedentes cuantitativos históricos, para ellos, suponen que los factores condicionantes del comportamiento histórico de alguna o de todas las variables del mercado permanecerán estables. Mencionamos:

- a) *Regresión Lineal*: Es el mas usado, consiste en la utilización del modelo de los mínimos cuadrados, el cual permite establecer la línea de regresión de mejor ajuste que permita reducir al mínimo las desviaciones entre los valores reales y estimados de la variable dependiente, cuyas aplicaciones sirven para pronosticar el comportamiento de las variables de mercado.

Existen dos modelos: el de Regresión Lineal Simple o de dos variables y el modelo de Regresión Múltiples, el primero indica que la variable dependiente se predice sobre la base de una variable independiente, mientras que el segundo indica que la medición, se basa en dos o más variables independientes.

En ambos casos, aunque los valores de la variable independiente pueden ser asignados, los de la variable dependiente deben obtenerse por medio de muestreo.

- b) *Modelo de serie de tiempo:* Los modelos de serie de tiempo se refieren a la medición de valores de una variable en el tiempo o a intervalos espaciados uniformemente. El objetivo de la identificación de la información histórica es determinar un patrón de la variable deseada.

Generalmente este método se usa en el análisis de serie históricas que presentan variaciones estacionales de las variables en estudio y que se deben a factores como el clima (ropa de verano, de invierno, etc.), la tradición (tarjetas de navidad, panetones, etc.).

- c) *Promedios Móviles:* Trata de explicar y proyectar el comportamiento de una variable determinando el efecto estacional y algunas influencia que podrían causar variaciones sistemáticas en dicho comportamiento, brindando una herramienta muy útil si lo que se quiere es proyectar por ejemplo la demanda de un bien por estaciones (primavera, verano, otoño e invierno).

3.1.5 Análisis de la oferta

El estudio de la oferta, consiste en la descripción cualitativa y cuantitativa del volumen del bien que el proyecto pretende colocar en el mercado, donde el conocimiento del mercado de influencia y la competencia permiten definir y estimular la oferta del nuevo producto acertadamente, por lo que en algunos casos se requieren de estudios analíticos y detallados en relación a los factores que inciden en el comportamiento convencional de la oferta antes de determinar el volumen a ofertar.

La oferta de un proyecto se determina en base a los conocimientos de la oferta histórica, oferta de otros productores o la competencia y la naturaleza del producto, complementándose con el estudio analítico; que consiste en describir los factores que inciden directamente con la oferta del producto, haciendo variar el volumen de oferta del producto; para cuyo fin es necesario analizar dichos factores:

- *Oferta y Precio del Bien*

Expresa que la oferta de un bien depende del precio del mismo para ingresar al mercado de consumo.

- *Oferta y Precio de Otros Bienes*

Permite analizar la oferta de un bien en relación al precio de otros bienes competitivos que tienen características similares, ya sea por su utilidad o satisfacción.

- *Oferta y Precio de los factores de producción*

Significa que cuando el proyecto tiene autonomía para decidir sobre la oferta de un bien; antes de determinar el volumen de la oferta debe estudiar el comportamiento del precio de los factores de producción mas relevantes para el proyecto. De esta forma, el volumen de ofertas dependerá directamente del aumento o disminución del precio de los factores producción.

Proyección de la Oferta

Las proyección de la oferta se hacen basándose en supuestos de mantenimiento de la capacidad instalada en patrones temporales relacionados a la oferta histórica de las empresas del rubro, influyentes en el mercado (competidores), en virtud de que es difícil predecir el comportamiento de los competidores ante una eventual incorporación del producto estudiado en el mercado y el impacto y evaluación de la oferta a través del tiempo, debido a ampliación de la capacidad instalada de las

empresas o debido al aumento en el precio de los factores de producción o la incorporación de nuevos competidores en el mercado, tratando siempre de mantener una participación significativa en el mercado (competitividad); si se quisiera proyectar oferta por medios técnicos y estadístico- socioeconómicos se usan las mismas técnica de proyección de la demanda, vista con anterioridad, con la salvedad que las variables en estudio serán la oferta histórica y su evolución en unidades de tiempo.

3.16 Análisis de los Precios

Consiste en la fijación y estimación de los precios del producto y sub-producto que el proyecto prevé presentar al mercado, teniendo en cuenta el volumen total de las ofertas de la empresa. La determinación de precios, consiste en la fijación o predicción de precios del producto en similares condiciones al precio existente en el mercado.

En el supuesto caso que el producto ofertado por el proyecto tenga las mismas características al mercado de competencia, entonces se fijaran los precios de acuerdo a las leyes de la oferta y la demanda. En estas circunstancias, los precios se ajustarán a la ley de la demanda y la oferta, es decir, si el precio baja, la cantidad demanda aumenta; y si el precio sube, la cantidad comprada baja.

Los factores más influyentes al analizar la formación de precios de nuevos productos son:

- Formación del precio en la empresa.
- Formación del precio en el mercado.
- Formación del precio por política gubernamental-

La formación del precio en la empresa obedece al costo de los factores de producción y al margen de utilidad exigido al producto; para la formación de los precios en el mercado se analiza tanto como esta compuesto el precio de los productos similares al nuestro(competencia) que defini-

tivamente marca una pauta sobre la cual cualquier precio fijado debe enmarcarse para mantener la competitividad, de acuerdo a política gubernamental los precios pueden tener ciertas influencias, teniendo en cuenta medidas legales subsidios (para determinar un precio tope en ciertos productos de primera necesidad con la finalidad de beneficiar a los usuarios de los mismos), impuestos, trabas aduaneras, etc.

3.1.7 Análisis de Comercialización

La finalidad del estudio de comercialización es para determinar la modalidad de transferencia del producto desde el proyecto al consumidor final; para cuyo fin, se debe tener localizado los diferentes mercados de influencia a los cuales se va a abastecer con el proyecto.

Así mismo, es necesario conocer los diferentes flujos de comercialización y la cuantía de demanda para cada, almacén y tienda. Es necesario examinar el recorrido de los productos y sus respectivos costos de transporte, en algunos casos se requieren de una investigación apropiada, aun más cuando se trata de productos de alta tecnología.

Cuando los técnicos desean examinar el estudio de comercialización, los criterios que deben considerar son: canales de distribución, medios de transporte, sistemas de almacenamiento, refrigeración y conservación, diseño comercial de producto, asistencia técnica, sistema de ventas, publicidad y propaganda.

El estudio de comercialización es de mucha importancia para algunos proyectos, porque gracias a ello la tarea comercial será funcional y se tendrá la posibilidad de colocar uno o mas productos en manos del consumidor oportunamente y a costos bajos, por lo que es necesario conocer las características el producto, sus bondades en el pasado y las proyecciones para el futuro; así como, el comportamiento histórico del producto y los diferentes medios o mecanismos de comercialización del producto.

3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.2.1 Definición

El estudio del Tamaño del proyecto, consiste en la determinación de la capacidad instalada de planta y la definición de la capacidad productiva del Proyecto, con el propósito de racionalizar el uso de los recursos escasos durante la vida útil de Proyecto; es decir, la magnitud de recursos y/o producto ligados a su operación en plena capacidad.

3.2.2 Medición del Tamaño del Proyecto

Las variables usadas para medir el tamaño del Proyecto pueden ser de dos clases:

a) De Flujos

Son las que expresan la cantidad de elementos, propios de la operación, que ingresan al proceso o emergen del mismo en un periodo dado.

Así, la cantidad de materia prima que ingresa en el transcurso de un año, es una medida usual de tamaño, que se denomina capacidad de procesamiento del Proyecto. Otra medida usual del tamaño es el número de unidades de producto que el proyecto es capaz de producir en un periodo dado y se denomina Capacidad de Producción.

b) De Existencia.

Son las que indican la cantidad en que se encuentran algunos elementos característicos del proyecto y permanentes en el mismo durante su operación a plena capacidad, tales como; el número de trabajadores, la potencia de los equipos básicos, el área de los talleres, etc.

3.2.3 Factores Condicionantes del Tamaño

a) *El Mercado.*

Es el condicionante fundamental, ya que define la capacidad del producto que será posible colocar durante la vida útil del proyecto; así como los precios a que se podrá colocar. Por lo tanto da las pautas fundamentales para dimensionar los elementos participantes en la producción. El conocimiento de la demanda y la oferta histórica permite estimar la capacidad productiva, dependiendo en gran medida el volumen de producción del Proyecto, del conocimiento del mercado competitivo y de las oportunidades en el. A medida que aumenta la cantidad demandada del bien, aumentara la capacidad productiva.

b) *La Tecnología.*

Define los elementos necesarios para la producción, y la disponibilidad de aquellos, actúa como limitante del tamaño, modificando o restringiendo el rango de dimensiones dictadas por el mercado. Así, se prevé que a mediano y largo plazo solo se cuenta con cierto volumen de materia prima, difícilmente se justificara una capacidad de procesamiento mayor, aun cuando el mercado lo requiera. La disponibilidad de equipos define los rangos dentro de los que el tamaño puede variar. Se puede trabajar con equipos de mayor o menor capacidad de producción y de ello dependerá el volumen de lo producido y el tamaño del proyecto.

c) *La Localización.*

Condiciona el tamaño a través de los costos de transporte de la materia prima, mano de obra y productos terminados. De dos o mas localizaciones alternativas con iguales meritos desde otros puntos de vista, será preferible al que cuente con materia prima mas concentrada geográficamente, ya que en esta localización se incurrirá en menores costos de transporte y abastecimiento en que en los otros.

d) *La Financiación.*

La disponibilidad de recursos financieros es un factor de mayor incidencia para definir el tamaño de planta, cuya procedencia de fuente interna o externa y el destino de uso como inversión fija o capital de trabajo, permite dimensionar la capacidad instalada de planta y la capacidad productiva, por tanto, el financiamiento es un factor primordial para la determinación del tamaño de la planta de cualquier Proyecto, siendo la existencia de capital fresco, una garantía para la ejecución e instalación oportuna de proyectos.

3.3 LOCALIZACIÓN DE PLANTA

Las técnicas de localización, tienen por finalidad de identificar y analizar los factores que inciden en la ubicación de planta de Proyecto, a fin de orientar la investigación hacia aquella localización óptima que minimice nuestros costos de aprovisionamiento y nuestros costos de distribución; es decir que nos permite tener acceso fácil a la materia prima e insumo de producción y a nuestros consumidores (demanda); dicha área debe brindar las condiciones políticas, económicas, fiscales y sociales necesarias para el desenvolvimientos normal de Proyecto durante su vida productiva.

El estudio de localización de planta consiste en considerar y afrontar los siguientes criterios:

- Elegir el territorio regional después de un estudio de localización.
- Escoger un lugar particular y la localidad apropiada para la planta.
- Seleccionar dentro de la localidad el sitio adecuado para la planta.

3.3.1 Factores de Localización

Son medios económicos y sociales que tiene gran influencia en la localización de planta. Una buena localización de planta, deriva del manejo de condiciones favorables de los siguientes factores.

- Cercanía de mercados.
- Disponibilidad de materia prima e insumo.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Disponibilidad de servicios básicos.
- Costos de transportes.
- Vías de comunicación apropiadas.
- Política gubernamental nacional y regional.
- Inversión y financiamiento factible.
- Viabilidad en la eliminación de desperdicios.
- Acceso fácil a fuentes de energía y combustibles.
- Características de la población.

La aplicación de los factores señalados por nombrar los más importantes y otros depende en última instancia de la entidad ejecutadora del proyecto, siendo las listas propuestas una ayuda para la determinación del lugar apropiado para la localización.

3.3.2 Modelos o métodos de localización

Los modelos o métodos se pueden clasificar en dos grandes grupos: los que trabajan con un solo factor locacional (monofactoriales) y las que trabajan con varios factores (polifactoriales).

Dentro de los monofactoriales están el método de centro de gravedad y el modelo de transporte; en los polifactoriales tenemos: Ranking de factores, método mixto y costo a costo

Centro de gravedad

Se basa en la determinación del centro de gravedad ponderado en función de la importancia que se le da al factor determinante de la localización, en caso de haber varios factores determinantes se multiplican y se convierte en una acumulación de varios factores.

Modelo de transporte

Es un algoritmo dentro de la programación lineal que está basado en el cálculo del costo mínimo de transportar una serie de productos desde sus fábricas o productoras hasta sus almacenes o distribuidoras.

Método de ranking de factores

Se basa en un análisis subjetivo y ponderado que califica cada uno de los factores de las diferentes alternativas de localización. Así tiene la ventaja de que se pueden incluir en la lista de factores; no sólo lo económicamente costeables sino también los factores cualitativos.

Método mixto

Se refiere a modelos que buscan la interrelación de los factores subjetivos con los objetivos en un solo indicador, aunque varían en sus metodologías.

Método costo a costo

Este método se basa estrictamente en suponer que cada ubicación es un proyecto específico, y que se tendrá que desarrollar un presupuesto de costos para cada alternativa de localización. Se puede afirmar que es como elaborar un proyecto o simular un proyecto para cada alternativa, y

se consideran tanto los costos fijos como los variables, así como los de inversión y los gastos corrientes.

3.4 INGENIERIA DEL PROYECTO (TECNOLOGIA)

3.4.1 Definición

Es el conjunto de procedimientos y medios que el Proyecto emplea para realizar la producción y comercialización del bien o servicios al cual esta destinado.

Es un conjunto de conocimiento de carácter técnico y científico que permite el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponible destinado para la fabricación de una unidad de producción.

Este estudio de ingeniería consiste en seleccionar una función de producción que permite racionalizar los recursos reales y financieros, para cuyo fin es necesario analizar las distintas combinaciones de los factores productivos dentro y fuera de la planta.

3.4.2 Fases de la Ingeniería

- *Estudio Preliminar*

En esta fase la ingeniería de proyecto se define como informaciones secundarias, cuyo análisis permite decidir la asignación adecuada de los recursos escasos, para la ejecución de estudios técnicos.

- *Pre-Factibilidad Técnica*

Estos estudios se realizan para ampliar lo anterior y su finalidad es asegura la existencia de una alternativa de solución factible. En esta etapa se puede descartar un proyecto sin necesidad de ir a etapas posteriores que significan mayores gastos intangibles.

- *Factibilidad Técnica*

El contenido de este estudio sirve para decidir la ejecución del proyecto después de una evaluación financiera.

3.5 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

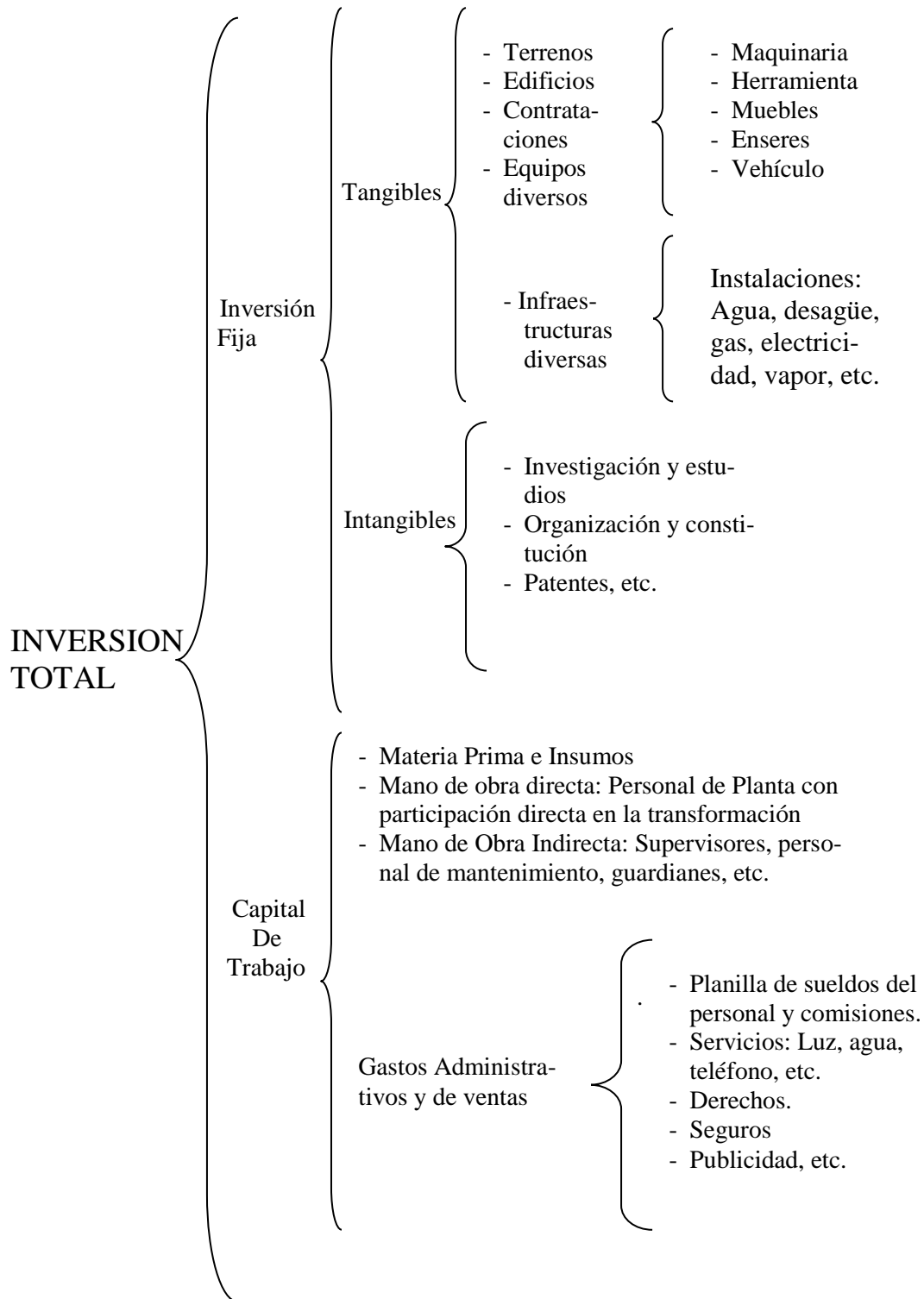
3.5.1 INVERSIONES

Definición

Las inversiones de proyecto, son todos los gastos que se efectúan en una unidad de tiempo para la adquisición de determinados factores o medios productivos. Los cuales permitan implementa una unidad de producción que a través del tiempo generan flujo de beneficios. Así mismo es una parte del ingreso disponible que se destina a la compra de bienes y servicios con la finalidad de incrementar el patrimonio de la empresa.

Desarrollando la definición, son inversión en un proyecto los recursos asignados para la fabricación, creación, producción, o adquisición de los bienes de capital e intermedios, necesarios para que el proyecto pueda iniciar la producción y comercialización de los bienes y servicios a que esta destinado.

CLASIFICACION DE LA INVERSIÓN



3.5.2 FINANCIAMIENTO

Definición

Es la obtención de recursos financieros y reales, para la puesta en marcha y operación del proyecto. El objeto de esta parte del estudio de Pre-Inversión es definir las fuentes y las condiciones en que se obtendrán los recursos necesarios para la realización de Proyecto, la estructura de los usos a que dichos recursos se destinarán, la oportunidad, tanto de la obtención, como de la aplicación de los recursos mencionados y las implicaciones para el Proyecto de las condiciones en las que se obtengan.

El requerimiento de los recursos reales y financieros (financiamiento) del proyecto, se programa de acuerdo a los montos de su inversión fija y capital de trabajo, evaluados con anterioridad, y necesario para la ejecución y operación del Proyecto.

Fuentes de Financiamiento

En términos generales, las fuentes de financiamiento pueden ser internas y externas.

- a) *Fuentes Internas*.- La fuente original de financiamiento interno son los ingresos que genera la operación del Proyecto; sin embargo, estos se usan en gran parte para pagar los factores de producción, gastos de operación, deducciones, impuestos y dividendos, quedando como fuentes netas internas, finalmente, los cargos por depreciaciones y amortizaciones de intangibles y las ganancias retenidas no distribuidas.

Las Ventajas que nos brinda el financiamiento por fuente interna son:

- Se mantiene la flexibilidad financiera.
- No existen problemas en pospagos tanto de intereses como amortizaciones de préstamo.

Las Desventajas son:

- No es posible aprovechar la posibilidad de obtener préstamos a intereses convenientes.
- b) *Fuentes Externas.*- Se dice que los recursos del Proyecto provienen de fuentes externas, cuando el origen de los recursos financieros esta ligado a actividades u operaciones de unidades afines (aporte de los socios) y ajenas al proyecto (prestamos diversos en entidades financieras o mercados de valores).

Características (condiciones) de Financiamiento

Estas características hacen a la proporción de la Inversión Fija y Capital de Trabajo que será cubierto por financiamiento externo (préstamo), teniendo en cuenta en su evaluación las condiciones pactadas, llámense montos de préstamo, plazo de amortización , tasas de interés, Forma de Pago (mensual, trimestral, etc.) periodos de gracia.

Estructura del Financiamiento

Obviando, la inversión fija y el capital de trabajo, representan rubros de inversión, cuyo financiamiento debe evaluarse por fuentes, determinados como estructura la proporción de Inversión Fija y Capital de Trabajo que será cubierta tanto por aportes propios como por financiamiento bancario u otras fuentes a utilizarse en la implementación de proyecto.

Plan de Financiamiento o Servicio de la Deuda

Conocido como presupuesto de financiamiento, es un instrumento que contiene un grupo de desembolsos cuyo cargo periódico efectuado por el prestatario "cuota" está compuesta en dos partes: amortización e intereses. El periodo convenido entre el prestamista y prestatario para el reembolso de préstamo de las Instituciones Financieras dependerá de la magnitud del monto, horizontal de planeamiento, condiciones pactadas y

capital del proyecto, debidamente evaluadas para su total comprensión y elección factible.

3.5.3 INGRESO Y EGRESOS DEL PROYECTO:

Ingresos del Proyecto

Los ingresos del Proyecto son cálculos anticipados de entradas de efectivo por la venta de Productos y sub- productos en el periodo establecido; es decir son aquellos que provienen de las ventas de acuerdo a la demanda que se estima para la misma. Pero también existen otros ingresos que no son producto de las ventas como los ingresos financieros o los ingresos extraordinarios como los provenientes de la venta de activos, desechos, subproductos y otros similares. Es necesario especificar cada una de estas circunstancias y los periodos en los que pueden ocurrir.

Respecto a los ingresos de las ventas es necesario tratar de especificar por precios unitarios (no incluir el IGV) y las cantidades de producción (en función de la capacidad instalada). Es importante que se especifique la procedencia de los ingresos, es decir la fuente de ingresos.

Es importante presentar los ingresos en forma detallada y diferenciada por fuente de ingreso, perfectamente discriminado de acuerdo a su procedencia. Ello nos permitirá determinar qué rubro contribuye más en la generación de ingresos

- a) Ingresos por Venta de Producto: Son ingresos que provienen de las ventas efectivas de productos generados por el Proyecto en un periodo dado, los cuales son registrados contablemente como efectivo cobrados por el expendido de productos a un precio establecido en el mercado en unidades de medida como: unidades vendidas, kg. litro, etc.

- b) Ingresos por Ventas de Sub- Producto: Son ingresos provenientes de la venta de sub- productos pertenecientes al proyecto u otras actividades ajenas al mismo, los cuales son captados con ingresos efectivos a precio de mercado y por unidad de sub- producto. Están conformados derivados del proceso de transformación y que pueden aprovecharse económicamente.

Egresos del Proyecto

Es preferible diferenciar la inversión existente de aquella por realizar, además es importante determinar el porcentaje o estructura de las inversiones que serán aporte de los socios, otros inversionistas y los financistas. Cada uno de ellos aportará con algún capital con un destino específico: gastos pre operativos, capital de trabajo e inversión en infraestructura física (equipo, maquinaria y otros).

Son cálculos anticipados del valor monetario estimado de recursos naturales, financieros y humanos, los cuales son utilizados para las diferentes etapas del Proyecto: estudios, ejecución y operación de planta; según requerimientos de la actividad realizada.

Los egresos de inversión pueden ser clasificados en dos grupos: la infraestructura física y el capital de trabajo. El tratamiento de cada uno de ellos es diferente.

La inversión en infraestructura física

La cuantificación de la inversión en infraestructura física esta referida a la determinación del valor de maquinaria, equipo, herramientas y para ello se solicitan proformas y cotizaciones. En el caso de maquinarias y equipos usados éstos se valorizan a precios de mercado.

La inversión en cambio de capital de trabajo

El capital de trabajo esta definido como la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente, sin embargo en evaluación de proyectos es

necesario proceder de la siguiente forma: Primero, determinar el tiempo del “ciclo productivo – comercial” y luego los contenidos o componentes del capital de trabajo.

El tiempo del “ciclo productivo - comercial” es el tiempo que transcurre desde el momento que compró los insumos para la producción hasta que cobro lo vendido. Es decir, es el tiempo que debo financiar todo el proceso productivo y comercial.

Otro aspecto a considerar es la identificación del contenido del capital de trabajo como los costos de producción, fabricación, distribución, administración y ventas. Si es necesario, habrá que incluir algunas cuentas del activo corriente y pasivo corriente como las cuentas por pagar y cuenta por cobrar.

Los costos

Los costos deben clasificarse en función del objeto del gasto. Es decir siguiente la siguiente clasificación:

Los costos de fabricación directos son aquellos que participan en forma directa en la producción de los bienes y/o servicios. Tal es el caso de los materiales directos de fabricación y la mano de obra directa (que incluyen seguros, indemnizaciones, gratificaciones y demás cargas sociales).

Los costos de fabricación indirectos se refieren a todos aquellos que no participan en el proceso de fabricación en forma directa. Es el caso de los sueldos de los choferes, jefes de producción, personal de mantenimiento y limpieza. Etc. O también el de costo de los repuestos, combustibles, energía, comunicaciones, seguros y otros relacionados con la producción.

Los costos de ventas se refieren a los sueldos de los vendedores (incluidas las comisiones y cualquier otra forma de remuneración), la publicidad, los empaques, los embalajes, transporte, almacenamiento y cualquier otro que se relaciona con las ventas.

Los costos de administración se refieren a los sueldos del personal administrativos, alquileres, útiles y equipo de oficina, depreciación, teléfono, internet, limpieza y cualquier otro relacionado al área administrativa.

Los impuestos aportaciones y contribuciones

Los impuestos a la renta deben ser determinados en forma diferenciada del resto de los costos. Son determinados en el Estado de Ganancias y Pérdidas. Este resultado se trasladará al Flujo de Caja.

Las aportaciones y contribuciones a favor del empleado, pagados por el empleador, pueden ser incluidos como parte de la remuneración estimada para cada trabajador.

El impuesto general a las ventas es un impuesto al consumo por lo tanto pagan los consumidores. No afecta al proyecto ni al flujo de caja. Sin embargo, el impuesto general a las ventas debe ser incluido en el cálculo del capital de trabajo, ya que con ello estaremos financiando la recuperación del denominado “crédito fiscal”.

Gastos Financieros:

Son los recursos monetarios destinados al pago periódico de los intereses financieros del préstamo adquirido a instituciones nacionales y extranjeras, cuyos desembolsos de dinero y los servicios a la deuda se programan en periodos definidos como amortización y a una tasa correspondiente.

Deducciones por Depreciación y Amortización de Intangibles

Económicamente, depreciación es la pérdida de valor que experimenta un bien físico de capital por efecto de su desgaste y obsolescencia.

Los Cargos por Depreciación

Son las cantidades que se deducen periódicamente (anualmente por lo general), del excedente generando por la producción para compensar la depreciación (desvalorización) experimentada por los bienes de capital físicos. Los activos fijos se deprecian en virtud a la estimación de su vida útil, y de acuerdo a la conveniencia de su uso en un periodo determinado para una producción eficiente.

La Amortización de Intangible:

Son deducciones de fondos, contabilizados a partir del excedente (ingresos) generados por la producción, para cubrir en un plazo convencional el valor de los bienes de constitución e intangibles adquiridos en esta etapa inversiones como: Estudios e investigaciones, tramites legales, movilidad de los tramite, estudios de ingeniería previos a la instalación de planta, organización y constitución de la empresa, etc., que constituyen servicios valiosos para el proyecto, durante su etapa de Pre- inversión y ejecución, claro teniendo en cuenta que terminada esta etapa dejan de tener valor negociables. Los intangibles no se desvalorizaran gradualmente como los físicos, y por lo tanto, no están sujetos a depresión real, pero se amortizan anualmente, para compensar su gasto, en relación a la vida útil que tengan para el proyectó, y su cargo de amortización se calcula en forma similar a la depreciación de los bienes fijos.

3.5.4 ESTADOS FINANCIEROS:

Estado de Situación Financiera

Es aquel estado financiero que expresa la situación de la empresa o proyecto en un momento dado en cuanto a derechos y obligaciones financieras. Los derechos se conocen como Activos y las obligaciones como Pasivos.

El Estado de Situación Financiera es la expresión cuantitativa, en términos monetarios que expresa la conformación de las propiedades en bie-

nes y derechos que la empresa o proyecto base, en un instante dado, de los recursos y obligaciones financieras.

En términos de evaluación de proyectos el Balance General no es muy útil. Sin embargo, puede ser preparado de acuerdo a alguna exigencia especial y su elaboración tiene en cuenta algunos aspectos básicos. Esta conformado por tres grandes rubros: Los activos (cuánto y que tiene la empresa), los pasivos (cuánto y qué debe a terceros) y el patrimonio (cuánto y qué debe a los dueños de la empresa).

Estado de Resultados

El Estado de Resultados, llamado también Estado de Ingresos y Egresos, o Estado de Rendimientos, es un estado financiero básico de un Proyecto de Inversión, que muestra el resultado de las operaciones de una empresa en un período determinado, muestra la medida de la Utilidad (rentabilidad), que puede tener un proyecto, por ejercicio, durante su vida productiva, su elaboración tiene que ser exacta y acertada, para que la información que arroje sea de lo más confiable y permita una evaluación mesurada de los resultados de los ejercicios proyectados, en lo que a ganancias, perdidas y utilidades se refiere.

Flujo de Caja

El flujo de caja es seguramente el instrumento más importante en la evaluación de proyectos. Es el resumen cuantificado de toda la idea del negocio. Este nos proporcionará toda la información necesaria para la toma de decisiones sobre la idea que estoy evaluando.

La disponibilidad del dinero no debe determinarse como el resultado del Estado de Ganancias y Pérdidas (la utilidad de un determinado periodo) sino como el resultado del Flujo de Caja que son los excedentes monetarios que el inversionista puede retirar sin afectar la marcha de la empresa.

El Flujo de Caja esta compuesto por cinco elementos:

- Los egresos de inversión, pre-operativos y capital de trabajo.
- Los ingresos y egresos de operación.
- El momento en que ocurren estos ingresos y egresos reflejados en la entrada y salida real del dinero.
- El valor del desecho o salvamento del proyecto.
- Los costos y condiciones del financiamiento

Los egresos de inversión se refieren a la compra de maquinaria, equipo, bienes inmuebles y toda infraestructura física. Los egresos pre operativos se refieren a los desembolsos previos a la puesta en marcha del proyecto: estudios técnicos, económicos, constitución de la empresa y otros similares; mientras que el capital de trabajo se refiere al dinero necesario para financiar la producción.

Los ingresos y egresos de operación son el resultado de la producción y puesta en marcha de la empresa o proyecto; incluye ingresos por venta de los bienes o servicios o cualquier otro ingreso, los gastos, costos y otros desembolsos de producción, así como los costos de financiamiento y los impuestos. Los costos de operación deben ser deducidos de los estudios de mercado, técnico y organizacional.

Todos estos ingresos y egresos tienen que estar determinados en periodos iguales de tiempo. Finalmente se debe especificar el valor de liquidación de los activos si el horizonte de planeamiento es corto.

CAPITULO IV

ADMINISTRACIÓN, ORGANIZACIÓN Y MARCO LEGAL

4.1 ADMINISTRACIÓN ANTES DE LA PUESTA EN MARCHA

La administración pre operativa es tener la información suficiente para calcular sus gastos, que se convertirán en inversiones fijas intangibles. Los requerimientos pre-operativos más importantes son:

- a. El reclutamiento de personal
- b. Promoción, publicidad, y marketing del negocio antes de la puesta en marcha.
- c. Asesoría contable y legal
- d. Trámites para los requerimientos legales que la normatividad vigente exige.
- e. Pago de planilla de las personas que trabajan antes de la puesta en marcha.
- f. Alquiler de local antes de la puesta en marcha.
- g. Gastos pre operativos de funcionamiento de la empresa antes de la puesta en marcha.

4.2 Estudio de la Organización del Proyecto

Para alcanzar los objetivos propuestos por el proyecto es preciso canalizar los esfuerzos y administrar los recursos disponibles de la materia más adecuada a dichos objetivos. La instrumentalización de esto se logra a través del componente administrativo de la organización el cual debe integrar tres variables básicas para su gestión: las unidades organizativas; los recursos humanos, materiales y financieros y los planes de trabajo.

El estudio de las variables organizacionales durante la preparación del proyecto manifiesta su importancia en el hecho de que la estructura que se adopta para su implementación y operación está asociada a egresos de inversión y costos de operación tales que puedan determinar la rentabilidad o no rentabilidad de la inversión.

El diseño de la estructura organización requiere fundamentalmente la definición de la naturaleza y contenido de cada puesto de la organización. Estos implican una estructura, o sea una relación jerárquica de sus elementos, con funciones definidas para cada uno de ellos, y una marco conceptual y legal que delimite el comportamiento tanto de las partes como del todo. Para establecerla, el proyecto necesita una administración, es decir, una forma de gobierno que guíe a todos los elementos que componen la estructura organizativa del proyecto hacia la consecución de los objetivos.

4.3 Estudio del Marco Legal

La actividad empresarial y los proyectos que de ella se derivan se encuentran incorporados a un determinado ordenamiento jurídico que regula el marco legal en el cual los agentes económicos se desenvolverán.

Solo un análisis exhaustivo del marco legal particular de cada proyecto que se evalúa, posibilitara calificarlo correctamente para lograr, en su formulación, la optimización de los resultados de una inversión.

Al implementarse el proyecto, además de insertarse como una organización social y económico más del país, se constituye en un ente jurídico en el que se entrelazan contratos laborales, comerciales y otros que, al concurrir simultáneamente y sucesivamente, generan las relaciones económicas que produce perdidas y utilidades de negocio.

El conocimiento de la legislación aplicable a la activa económica y comercial resulta fundamental para la preparación eficaz de los proyectos, no solo para las inferencias económicas que pueden derivarse del análisis

sis jurídico, sino también por la necesidad de conocer pertinentes para facilitar que el proyecto se desenvuelva fluida y oportunamente.

La legislación tributaria es un factor que debe evaluarse a fondo, ya que genera costos en los que incurre el proyecto por obligación fiscal o alternativamente podría generar oportunidades en áreas de fomento a la inversión, es decir, sin restricciones fiscales.

Las leyes que regulan la conducta de los agentes económicos establecen principios generales, válidos para todas las actividades comerciales.

CONCLUSIONES

- Un Proyecto de Inversión contribuye a una correcta toma de decisiones en aspectos económicos y financieros relacionados a la puesta en práctica de una nueva empresa o negocio, o al desarrollo y crecimiento de una empresa ya existente. Una buena decisión es una decisión bien informada. Las mejores decisiones son las que contienen la suficiente información, evalúan todas las alternativas y circunstancias que afectan y puedan afectar el desarrollo de la idea y los resultados de tales posibilidades.
- Los proyectos de inversión son la actividad generadora de riqueza, porque a través de una inversión en el presente, debidamente sustentada con estudios que viabilicen su factibilidad de aprovechar una oportunidad de negocios, generará beneficios en el futuro. Además, un proyecto de inversión puede constituir un excelente instrumento de negociación para la consecución de socios, inversionistas y financiamiento para la idea.
- El Consultor de proyectos debe desarrollar los términos de referencia del estudio de pre inversión, teniendo en cuenta el tipo de proyecto, producto a fabricar o servicio a brindar, ya que este le permitirá conocer en detalle los elementos componentes del proyecto.
- La formulación de proyectos de inversión consiste en proyecciones de resultados esperados de una decisión presente bajo consideraciones y supuestos meridianamente predecibles. Meridianamente predecibles por cuanto el futuro es incierto; entonces no sólo será necesario de predecir el futuro sino que inclusive habrá que “inventarlo”. Es decir en el presente tomar una decisión de invertir y tratar de encontrar el camino a los caminos, los medios o circunstancias que hagan favorable (rentable) tal decisión

BIBLIOGRAFIA

BELTRAN, Arlette y Hanny Cueva. (1996) Ejercicios de Evaluación Privada de Proyectos. Universidad del Pacífico. Apuntes de Estudio, Lima.

KAFKA KIENER, Folke. (1993) Evaluación estratégica de proyectos de inversión. Segunda edición, Biblioteca Universitaria, Universidad del Pacífico. Lima

SANCHEZ YABAR, Guido (1996) “Como iniciar una Empresa de Éxito. Cuarta edición, SYSA I&F, Lima.

SANCHEZ YABAR, Guido (1996) “Como preparar planes de negocios y perfiles de inversión. Primera edición, SYSA I&F, Lima.

SAPAG CHAIN, Nasir y Reynaldo Spag Chain. (1999), Preparación y evaluación de Proyectos. Segunda edición, McGraw Hill, México.

SAPAG CHAIN, Nasir (1993) Criterios de evaluación de proyectos. Cómo medir la rentabilidad de las inversiones. Serie McGraw – Hill de Management, Madrid.