

FORMULACION, EVALUACION Y DE PROYECTOS

Ing. José Luis
Hernández Cabrera

e.m. : agroindustriaperu@yahoo.es

El Ciclo y entorno
del proyecto



SESION N°1

EL CICLO DEL PROYECTO

LA PRE - INVERSION

INTRODUCCION

- El desarrollo de los países se mide por el número de sus proyectos.
- Cada año en USA se ponen en ejecución siete millones de proyectos
- De cada mil ideas 135 se transforman en proyectos y sólo 65 son exitosos.

¿Por qué realizar un proyecto?

- PROBLEMA. Solucionarla
- NECESIDAD. Satisfacerla
- OPORTUNIDAD. Aprovecharla

Principales Conceptos

1. Proyecto:

- Es un plan prospectivo capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social.
- Desde el punto de vista económico un proyecto propone la producción de un bien o la prestación de un servicio con miras a obtener un resultado económico o ventaja social.

2. Carácter de un proyecto

- **Carácter Económico.-** Cuando la decisión de ejecutarlo se hace en función del rendimiento económico que este generará el proyecto.
- **Carácter Social.-** Cuando la ejecución del proyecto va generar un beneficio a la comunidad en su conjunto o a un sector.

3. Categoría del proyecto

- **De carácter mundial.-** Ejemplo:
Empresa “*Samsung*”
- **De carácter continental.-** Ejemplo:
empresa de transportes “*Ormeño*”
- **De carácter nacional.-** Ejemplo:
“Banco de Crédito”
- **De carácter Local.-** Ejemplo:
Restaurante “*Costa Verde*”

TIPO DE PROYECTOS

- DE ACUERDO A SU FINALIDAD
- PROYECTO DE INVERSION
- PROYECTO DE DESARROLLO
- PROYECTO SOCIAL

TIPO DE PROYECTOS

DE ACUERDO AL SECTOR

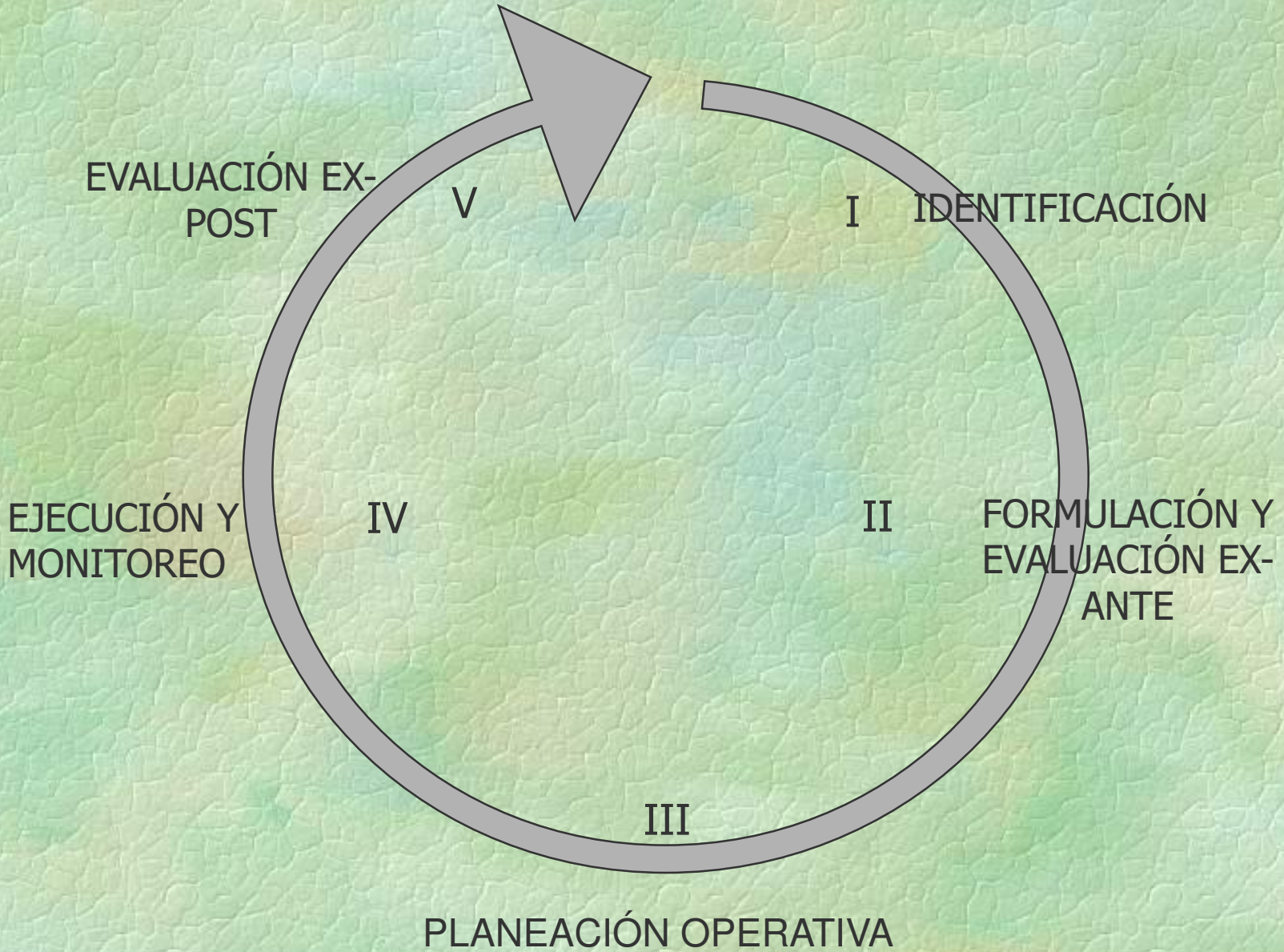
PROYECTOS AGROPECUARIOS

PROYECTOS MINEROS

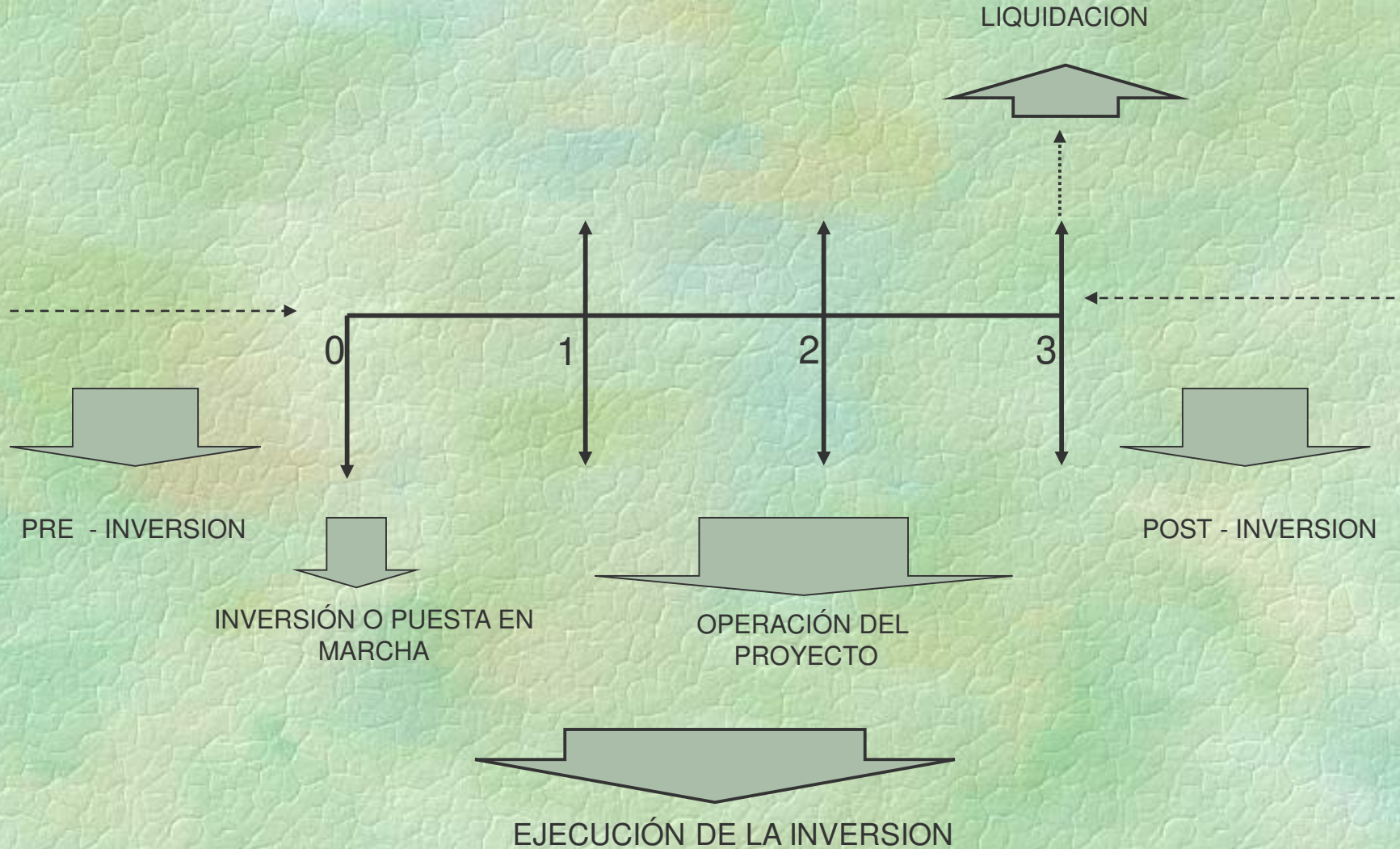
PROYECTO DE INFRAESTRUCTURA

PROYECTO DE SERVICIOS

CICLO DEL PROYECTO



CICLO DEL PROYECTO



PRE - INVERSION

- **Idea**
- **Perfil**
- **Prefactibilidad**
- **Factibilidad**

1. Idea

- En esta etapa, se identifica el problema (que debe solucionarse), la necesidad (que debe satisfacerse y la oportunidad (que debe aprovecharse); para plantearse las alternativas básicas a desarrollarse.

2. Perfil

- En esta etapa se evalúan las diferentes alternativas, partiendo de información técnica, y se descartan las que no son viables. Se especifica y describe el proyecto con base en la alternativa seleccionada. Por lo general, la información en que se apoya la elaboración del perfil proviene de fuentes de origen secundario. Para proyectos no complejos, el perfil es un nivel de elaboración suficiente para tomar la decisión de asignarle recursos e incluirlo en el plan de inversión.

3. Prefactibilidad

- En esta etapa se realiza una evaluación más profunda de las alternativas encontradas viables, y se determina la bondad de cada una de ellas.

4. Factibilidad

- En esta etapa se perfecciona la alternativa recomendada, generalmente con base en información recolectada especialmente para este fin.

5. Diseño

- Una vez decidida la ejecución del proyecto, en esta etapa se elabora el diseño definitivo. En las etapas anteriores se pueden haber elaborado diseños preliminares, pero los diseños definitivos e ingeniería de detalle – especialmente en el caso de los proyectos más complejos y de mayor monto de inversión – solo se justificará efectuarlos a partir del monto en que se cuenta con se cuenta con el dictamen de viabilidad y con la decisión favorable del financiamiento.

SESION N°2

EL CICLO DEL PROYECTO

EJECUCION Y OPERACION

I. LA FORMULACION DEL PROYECTO



A. IDENTIFICACION DE LA IDEA

La idea nace cuando se cree tener la solución de un problema o la forma de satisfacer una necesidad insatisfecha o mal satisfecha

B. PERFIL PRELIMINAR

1. Información general

- **Identificación de la necesidad a satisfacer o del problema a solucionar**
- **Establecimiento de los objetivos**
- **Identificación de la población objetivo**
- **Localización del ámbito del proyecto**

2. Estudio del propósito del proyecto

- ❑ Resultados esperados a corto, mediano y largo plazo
- ❑ Descripción de estudios previos e hipótesis
- ❑ Identificación de los promotores y de los responsables del proyecto
- ❑ Identificación de la tecnología a utilizar

3. Consideración de orden financiero

- ❑ Inversiones que requerirá el proyecto
- ❑ Presupuestos de costos de operación
- ❑ Presupuestos de ingresos previsto para cada periodo del proyecto
- ❑ Fuentes posibles de financiamiento privado o público para ejecución y operación.

4. Cronología de la etapa de ejecución del proyecto

- ❑ Constitución de la organización
- ❑ Adquisición de infraestructura
- ❑ Construcción de obras civiles
- ❑ Montaje de equipos
- ❑ Reclutamiento, selección y capacitación del personal
- ❑ Prueba piloto de operación
- ❑ Puesta en marcha

5. Pautas para la presentación del perfil del proyecto

- a. Una parte introductoria que explique los objetivos, metas y la justificación del proyecto**
- b. Una presentación monográfica del sector donde se realizará el proyecto**
- c. Conclusiones y recomendaciones derivadas del cada uno de los aspectos estudiados**

6. ASPECTOS QUE COMPRENDE EL PERFIL PRELIMINAR:

- Estudio de mercado o estudio de necesidades
- Estudio Técnico
- Estudio financiero
- Evaluación

C. ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD

- ❑ Se depuran los aspectos técnicos, financieros y administrativos del perfil
- ❑ Se considera el entorno socio económico del estudio
- ❑ La prefactibilidad conduce a definir una sola alternativa

D. Estudio de factibilidad

El estudio de Factibilidad debe conducir:

Identificación plena del proyecto

Diseño del modelo administrativo

Estimación del nivel de la inversión

Identificación plena de fuentes de
financiamiento

Definición de términos de contratación y pliegos
de licitación

Criterios de evaluación

II. LA EVALUACION DEL PROYECTO

1) LA EVALUACIÓN EX - ANTE

A.- Criterio del Costo - Beneficio

B.- Análisis Costo -efectividad

C.- Evaluación de impacto

D.- Evaluación de Proceso

A.- Criterio del Costo Beneficio

Permite determinar y comparar la rentabilidad de los proyectos, contrastando el flujo de costos y beneficios actualizados, que se desprenden de su implementación.

B.- Análisis Costo -efectividad

Compara los costos monetarios con la posibilidad de alcanzar eficientemente ciertos objetivos que no pueden expresarse en términos monetarios.

C.- Evaluación de impacto

Se orienta a determinar en qué medida el proyecto ha alcanzado sus objetivos, o sea , la medida en que el proyecto produce una transformación en el ámbito en que se inserta.

D.- Evaluación de Proceso

Es una forma permanente de verificar los cambios producidos sobre la realidad inicial en la cual se ha querido actuar. A diferencia de la evaluación de impacto, mira hacia el futuro para sugerir adecuaciones y correcciones a través de propuestas.

Criterios de evaluación ex- ante

EVALUACION

```
graph TD; A[EVALUACION] --> B[EVALUACION FINANCIERA]; B --> C[EVALUACION ECONOMICA]; C --> D[EVALUACION SOCIAL];
```

EVALUACION FINANCIERA

PRECIOS DE MERCADO

CRITERIOS DE EFICIENCIA

EVALUACION ECONOMICA

PRECIOS SOMBRA

CRITERIO DE EQUIDAD

EVALUACION SOCIAL

PRECIOS SOMBRA

2) EJECUCION O INVERSION

A. Obtención de recursos financieros

B. Negociación y contratación

C. Montaje del sistema de información

3) OPERACION

Etapa en la que todos los recursos humanos, técnicos y administrativos son orientados hacia la producción del bien o hacia la prestación del servicio, que constituirá el objetivo permanente del proyecto.

4) ADMINISTRACION DE LA EJECUCION Y OPERACION DEL PROYECTO

Tanto en la etapa de ejecución del proyecto como en la de su operación se diseñan modelos administrativos apropiados que garanticen el cabal cumplimiento de los objetivos de la empresa.

5) EVALUACION EX - POST

Se orienta al análisis de resultados que permitirá mejorar la formulación de proyectos futuros, y se puede plantear a dos niveles:

- **MICROECONOMICO** (Estudio de indicadores específicos de proyectos individuales).
- **MACROECONOMICO** (Estudia impacto y efectos de proyecto).

SESION N°3

**ANALISIS DEL
MACROAMBIENTE
NACIONAL Y MUNDIAL**

EL CONTEXTO MUNDIAL

CONCEPTOS DE LA GLOBALIZACION:

1. Globalización de las finanzas y de la propiedad del capital
2. Globalización de mercados y de estrategias.
3. Globalización de las tecnología vinculada con la investigación y el desarrollo, y el conocimiento.

- 4.** Globalización de los modos de vida y los patrones de consumo: la globalización de la cultura.
- 5.** Globalización de la capacidad de regulación y de gobierno.
- 6.** Globalización de la unificación política en el mundo.
- 7.** Globalización de las percepciones y de la conciencia.

- ❑ **EL NUEVO ORDEN: Bloques económicos y neoproteccionismo**
- ❑ **El auge de la economía del pacífico**
- ❑ **El conocimiento y la nueva revolución industrial**
- ❑ **El desarrollo de las comunicaciones y el auge de internet**

EL CONTEXTO NACIONAL

- **Riesgo país**
- **La privatización**
- **La inversión extranjera.**
- **La deuda externa**
- **La inversión social y empleo**
- **La modernización del Estado.**
- **La estrategia de integración**
- **Perspectivas**

ESTABILIZACION Y CRECIMIENTO

- La situación económica actual
 - * Tasa de crecimiento poblacional
 - * Producto Bruto interno
 - * Inflación
 - * Devaluación
 - * Inversión privada
 - * Volúmenes de Importación
 - * Volúmenes de exportación

□ Proyecciones de mediano y largo plazo

Para efectuar los estudios de mercado se tiene que proyectar con un horizonte mínimo de 5 años, aquellos indicadores macroeconómicos que tengan una correlación directa con el bien o servicio motivo del proyecto.

Capítulo 2: ESTUDIO DE MERCADO

ESQUEMA DE UN PROYECTO PRIVADO



ESTUDIO DE MERCADO

Desglose del estudio de mercado

3.1.- Análisis de la Demanda

3.2.- Análisis de la Oferta

3.3.- Análisis de la Comercialización

3.4.- Análisis del Mercado Proveedor

2.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

ESQUEMA DE UN PROYECTO



ALCANCE DEL ANALISIS DE LA DEMANDA

El objetivo de este estudio es cuantificar la demanda existente por el fin o servicio que se pretende producir, este estudio debe realizarse para las situaciones con y sin proyecto, a fin de determinar cuál será la demanda que satisfecerá el proyecto

PARTES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA

3.1.1.- Descripción del bien o servicio

3.1.2.- Demanda Presente y Pasada

3.1.3.- Variables que afectan a la
demanda

3.1.4.- Demanda Futura

3.1.1 DESCRIPCIÓN DEL BIEN O SERVICIO

- Definición
- Zona de Influencia
- Tipo de Bien

3.1.2 DEMANDA PRESENTE Y PASADA

- Determinación del consumo histórico y actual
- Determinación de la demanda insatisfecha o satisfecha parcialmente.

3.1.3 VARIABLES QUE AFECTAN LA DEMANDA

- Precio del bien o servicio, de sus sustitutos y de sus complementos.
- Ingresos (nacional, per capita, etc.)
- Población por categorías de edad, sexo, etc.
- Preferencias de los consumidores.
- Coeficientes Técnicos (bienes intermedios o de consumo final)
- Bien final (cuando se trata de bienes intermedios o de capital)
- Estructura productiva para bienes de capital

I. PASOS DETERMINAR LA DEMANDA

A. ELABORACION DE SERIES ESTADISTICAS

- *Todo estudio de mercado tendrá que comenzar por recopilar series estadísticas históricas de producción, comercio exterior y consumo del bien o servicio.*
- *Se debe graficar la curva de demanda histórica a base de series de tiempo para conocer cual ha sido la tendencia de consumo del producto hasta la fecha,*

- *Si los datos de demanda son en soles, para graficar la curva debe **deflata**se los montos expresados soles en función a la pérdida de poder adquisitivo de al moneda.*
- *Determinar con que variables macro económicas se correlaciona el producto o servicio.*
- *Proyectar la demanda del producto o servicio en base a la correlación con las macro variables con la cuales se obtuvo la más alta correlación estadística.*

B. USOS Y ESPECIFICACIONES DEL BIEN O SERVICIO QUE SE QUIERE PRODUCIR.

Precisar las especificaciones o características que definen o individualizan con exactitud los bienes y servicios que se estudian y conocer los fines precisos a que se destinan .

C. PRECIOS Y COSTOS ACTUALES.

El conocimiento del precio actual a que se vende a los mayoristas y a los consumidores finales permite realizar estimaciones sobre los costos de distribución.

D. TIPO E IDIOSINCRACIA DE LOS CONSUMIDORES O USUARIOS.

El conocimiento de la cantidad de bienes y servicios que en un momento dado es capaz de absorber un mercado debe complementarse con informaciones relativas a las características de los consumidores o usuarios.

E. FUENTES DE ABASTECIMIENTOS.

Conocer cuales son las actuales fuentes proveedoras del bien o servicio y si este procede del extranjero o se produce en el país.

F. MECANISMOS DE DISTRIBUCION.

El estudio de la comercialización contribuye también a precisar las especificaciones de los bienes que necesita la comunidad y a conocer las preferencias de los consumidores.

G. LA POLITICA ECONOMICA.

El conocimiento adecuado del mercado puede requerir un análisis separado de las influencias relativas de factores como el crecimiento de PBI, la tendencia de la devaluación del sol, las fijaciones de precio, los subsidios o impuestos y otros que tiene su origen en decisiones de naturaleza política.

3.1.4 DEMANDA FUTURA

- Extrapolación de la tendencia
- Posibles cambios en las variables que afectan la demanda y proyección de acuerdo a ello
- Optimización de la situación actual

3.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

ESQUEMA DE UN PROYECTO PRIVADO



3.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

- 3.2.1.- Descripción del mercado de la oferta
- 3.2.2.- Oferta presente y pasada.
- 3.2.3.- Variables que afectan a la oferta
- 3.2.4.- Oferta futura

3.2.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DE LA OFERTA

Se deberán considerar:

- Estructura de mercado es decir si el mercado es de carácter competitivo, monopólico, etc.
- Técnicas de producción utilizadas.
- Tamaño de las empresa (empresas pequeñas, medianas, etc.)
- Ubicación geográfica, etc.

3.2.2.- OFERTA PRESENTE Y PASADA

- Evolución de la capacidad instalada
- Utilización de la capacidad instalada

3.2.3 VARIABLES QUE AFECTAN A LA OFERTA

- Precio del producto o servicio
- Precio de los insumos y de los factores productivos
- Productos sustitutos y/o complementarios
- Tecnologías, etc.

II. PASOS PARA ESTUDIAR LA OFERTA.

A. Determinar los volúmenes de producción actuales y futuros del producto a estudiar

B. Capacidades instaladas y utilizadas de las plantas que producen el producto.

C. Planes de ampliación de la competencia

D. Costos actuales y futuros

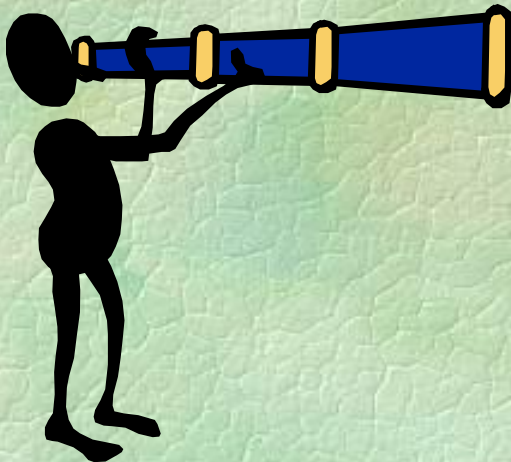
D. Tipo de oferta: nacional, importada o mixta

3.2.4.- OFERTA FUTURA

- Extrapolación de la tendencia
- Incorporación de aquellos proyectos que se sepan que está financiada su ejecución
- Posibles cambios en las variables que afectan la oferta y proyección de acuerdo a ello.

3.3 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACION

ESQUEMA DE UN PROYECTO
PRIVADO



3.3 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Se estudiarán las siguientes variables:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

IV. ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION

- ❑ *Organización de la cadena de distribución del producto*
- ❑ *Evolución futura de la cadena de distribución*
- ❑ *Almacenamiento*
- ❑ *Transporte*
- ❑ *Presentación del producto*
- ❑ *Sistemas de crédito al consumidor*
- ❑ *Asistencia técnica al usuario*
- ❑ *Publicidad*

PRODUCTO

- Alcance de la gama de productos
- Profundidad de la gama de productos
- Calidad
- Diseño
- Envasado
- Mantenimiento
- Servicio
- Garantía
- Posibilidad de devolver una compra.

LOS NIVELES DEL PRODUCTO



PRECIO

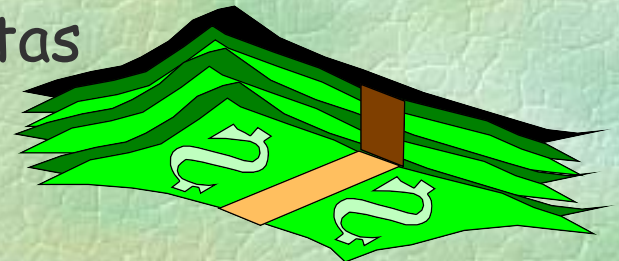
- Posición de precios
- Descuentos y condiciones de pago
- Condiciones de financiamiento



PRECIO

Factores que hay que evaluar para determinar la política de precios.

- ❑ Los márgenes de los mayoristas y los minoristas
- ❑ Controles oficiales de los precios
- ❑ Políticas de descuentos que suelen utilizarse (por pronto pago, por volumen)
- ❑ Condiciones de pago
- ❑ Condiciones de entrega del producto
- ❑ Tasa de interés y montos de cuotas



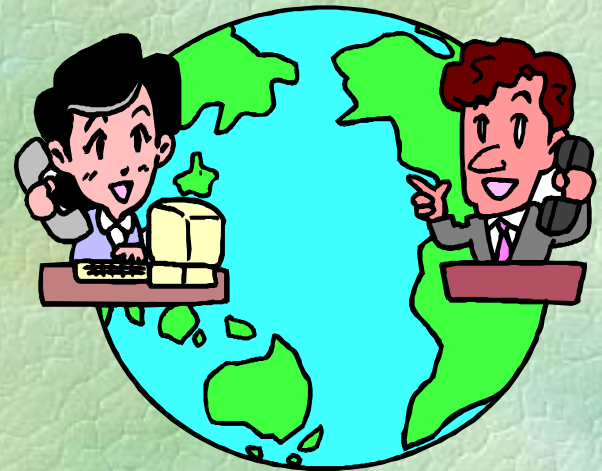
III. ANALISIS DE LOS PRECIOS

- A. Precios existentes en el mercado interno***
- B. Precios de similares importados***
- C. Precios fijados por el sector público***
- D. Precios estimados en función del costo de producción***
- E. Precios estimados en función de la demanda***
- F. Precios del mercado internacional***



PROMOCIÓN

- PUBLICIDAD
- RELACIONES PUBLICAS
- VENTAS PERSONALES
- PROMOCION
- POLITICA DE MARCAS



PLAZA

- Conductos de distribución
- Densidad de distribución
- Período de gestación
- Existencias
- Transportes

LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA DE LOS SERVICIOS LAS 7 Ps

- Producto servicio
- Precio
- Promoción
- Plaza
- Personal
- Propiedades-infrestructura
- Procedimientos-tecnología

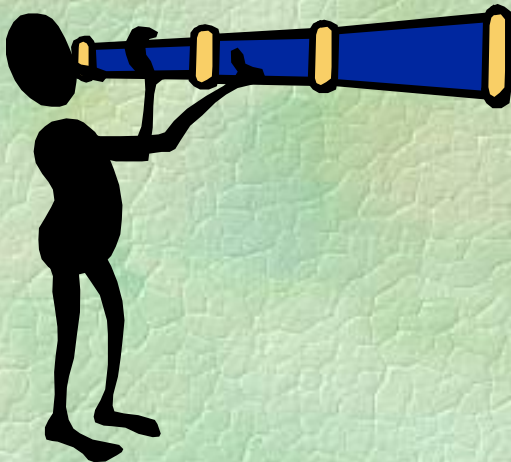


OBSERVACION

En algunos casos el mercado consumidor debe ha su vez ser subdividido en mercado interno y mercado externo, cuando se trate de producción de bienes transables.

3.4 MERCADO PROVEEDOR

ESQUEMA DE UN PROYECTO
PRIVADO



3.4 MERCADO PROVEEDOR

- Es el conjunto de fuentes de abastecimiento de las materias primas, insumos y servicios necesarios para la producción del bien o servicio que el proyecto plantea.



3.4 MERCADO PROVEEDOR



Se deberán considerar los siguientes aspectos:

- Disponibilidad actual y futura de los insumos y precios
- Características del producto
- Productos sustitutos.
- Calidad de servicio
- Forma de pago
- Condiciones de crédito y política de descuento del proveedor

3.4 MERCADO PROVEEDOR



- ❑ Otros aspectos a tomar en cuenta son:
- ❑ Récord de cumplimiento de entregas
- ❑ Solvencia
- ❑ Otras opciones