



UNIREMINGTON®
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
TRANSVERSAL
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Vicerrectoría de Educación a Distancia y virtual

2016



El módulo de estudio de la asignatura Formulación y Evaluación de Proyectos es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del módulo está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país.

Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

AUTOR

María Cecilia Pérez Marín

Ingeniera Electrónica – Especialista en Gerencia de proyectos, estudiante Master en Desarrollo Emprendedor e innovación

mperez@uniremington.edu.co

mcperez02@gmail.com

Nota: el autor certificó (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró como el único responsable.

RESPONSABLES

Hernán Alberto Cuervo Colorado

Decano de la Facultad Ciencias Empresariales

hcuervo@uniremington.edu.co

Eduardo Alfredo Castillo Builes

Vicerrector modalidad distancia y virtual

ecastillo@uniremington.edu.co

Francisco Javier Álvarez Gómez

Coordinador CUR-Virtual

falvarez@uniremington.edu.co

GRUPO DE APOYO

Personal de la Unidad CUR-Virtual
EDICIÓN Y MONTAJE

Primera versión. Febrero de 2011.
Segunda versión. Marzo de 2012
Tercera versión. noviembre de 2015

Derechos Reservados



Esta obra es publicada bajo la licencia Creative Commons.
Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 2.5 Colombia.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1 MAPA DE LA ASIGNATURA	4
2 UNIDAD 1 FORMULACION DE PROYECTOS	5
2.1 TEMA 1 TIPOS Y CLASES DE PROYECTOS	7
2.2 TEMA 2 ETAPAS DE UN PROYECTO.....	12
2.3 TEMA 3 METODOLOGÍAS DE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	15
2.3.1 TALLER DE APRENDIZAJE	16
2.3.2 TALLER DE ENTRENAMIENTO	18
3 UNIDAD 2 ESTUDIOS DE EVALUACIÓN	19
3.1 TEMA 1 ESTUDIO DEL MERCADO	20
3.2 TEMA 2 ESTUDIO DE SOPORTE TÉCNICO, ORGANIZACIONAL, LEGAL Y AMBIENTAL.....	38
3.3 TEMA 3 ANÁLISIS DE RIESGOS	48
3.4 TEMA 4. ESTUDIO FINANCIERO	50
3.4.1 TALLER DE APRENDIZAJE	55
3.4.2 TALLER DE ENTRENAMIENTO	57
4 PISTAS DE APRENDIZAJE	58
5 GLOSARIO	63
6 BIBLIOGRAFÍA	72
6.1 Fuentes digitales o electrónicas	73

1 MAPA DE LA ASIGNATURA

FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS



PROPÓSITO GENERAL DEL MÓDULO

El propósito del curso se orienta a brindar a los estudiantes una formación integral, que los dota de los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para investigar, analizar, interpretar e intervenir los entornos locales, regionales, nacionales e internacionales, mediante la formulación de proyectos. El módulo presenta los elementos, componentes, etapas, tipos de proyectos y la metodología que se puede aplicar para la identificación, formulación y evaluación de un proyecto.

OBJETIVO GENERAL

Interpretar conocimientos, técnicas y herramientas, tanto en su dimensión teórica como práctica, en la identificación, análisis y formulación de proyectos de inversión que permitan satisfacer las necesidades, requerimientos y deseos de las personas y entidades para el desarrollo del bienestar social y económico para el país



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

UNIDAD 1

Identificar los elementos o componentes del proyecto, los tipos, etapas y metodologías de formulación y evaluación de proyectos.

UNIDAD 2

Valorar el estudio del mercado, técnico, organizacional y legal, así como el aspecto financiero del proyecto.



2 UNIDAD 1 FORMULACION DE PROYECTOS

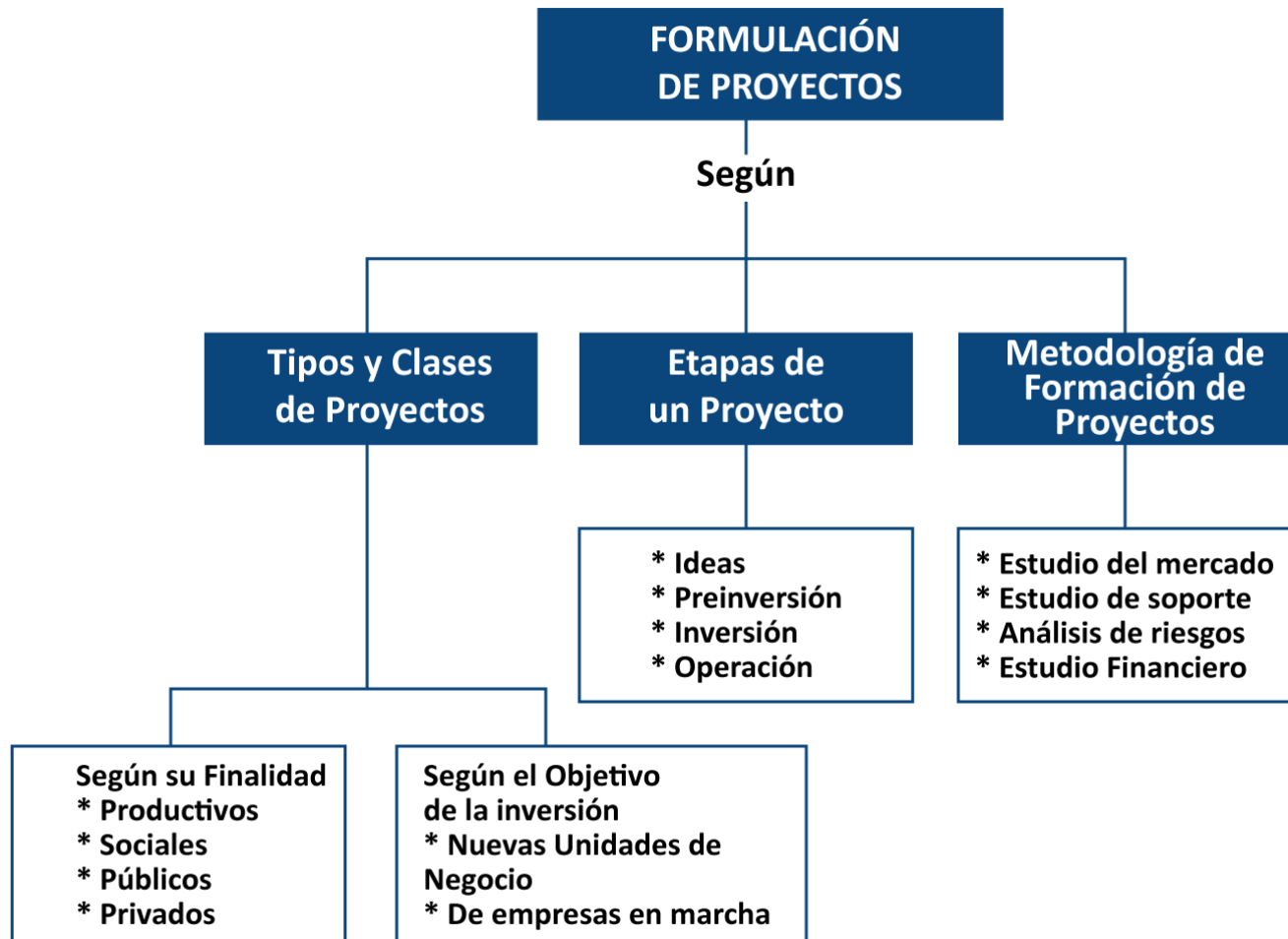
Observe y analice el siguiente video:

Las 7 Reglas Para Alcanzar El Éxito De Steve Jobs Que No Conoces



Las 7 Reglas Para Alcanzar El Éxito De Steve Jobs Que No Conoces: [Enlace](#)

RELACION DE CONCEPTOS



OBJETIVO GENERAL

Identificar los elementos o componentes del proyecto, los tipos, etapas y metodologías de formulación y evaluación de proyectos

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir que es un proyecto, que tipos se desarrollan y su clasificación.
- Analizar las etapas que comprende el desarrollo e implementación de un proyecto.
- Definir el procedimiento para la formulación y evaluación de proyectos, partiendo de la identificación, planeación, análisis y evaluación.

2.1 TEMA 1 TIPOS Y CLASES DE PROYECTOS

Antes de establecer una tipología y clases de proyecto es importante conocer algunos conceptos relacionados con proyectos.

“Un proyecto es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único. La naturaleza temporal de los proyectos indica un principio y un final se alcanza cuando se logran los objetivos del proyecto o cuando se termina el proyecto porque sus objetivos no se cumplirán o no se pueden ser cumplidos, o cuando ya no existe la necesidad que dio origen al proyecto. Temporal no necesariamente significa de corta duración. Guía P.M. I (2009)”

Pimentel, E., (2008). Plantea dos definiciones del término: “PROYECTO DE INVERSION”.

La primera definición, es la utilizada en el “Manual de Proyectos de Desarrollo Económico”, elaborado por el ingeniero Julio Melnick editado por las Naciones Unidas. La otra definición es la señalada por el Instituto Latinoamericano de

Planificación Económica y Social (ILPES) en su “Guía para la Presentación de Proyectos”.

Definición 1:

Es el conjunto de antecedentes que permite estimar las ventajas y desventajas económicas que se derivan de asignar ciertos recursos de un país para la producción de determinados bienes o servicios.

Definición 2:

Es el plan prospectivo de una unidad de acción capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social. Esto implica desde el punto de vista económico, proponer la producción de algún bien o la prestación de algún servicio, con el empleo de ciertas técnicas y con miras a obtener un determinado resultado o ventaja económica o social.

TIPOLOGÍA DE LOS PROYECTOS

SEGÚN LOS PROPÓSITOS O FINES QUE SE PERSIGUEN SE CLASIFICAN EN:

PRODUCTIVOS, cuando el propósito que busca es generar riqueza mediante la creación de una nueva unidad de negocios o la reinención o mejoras en empresas ya creadas.



SOCIALES, la finalidad de los proyectos sociales es satisfacer necesidades y solucionar problemas para beneficio de la comunidad sin que prime la creación de riqueza.



PÚBLICOS este tipo de proyectos son formulados y desarrollados mediante recursos del estado para beneficio de la comunidad.



PRIVADOS, estos proyectos son desarrollados por particulares que generalmente buscan crear riqueza para quienes realizan los aportes en la constitución de la unidad de negocio.



Tabla 1. Tipología de los proyectos. Fuentes:

https://www.google.com.co/search?q=proyectos+productivos+en+estados+unidos&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMItNnC98-hyAIVR9QeCh1pdwWl&dpr=1#imgsrc=nPQ0b3RDZja77M%3A1;

https://www.google.com.co/search?q=proyectos+productivos+en+estados+unidos&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMItNnC98-hyAIVR9QeCh1pdwWl&dpr=1#tbn=isch&q=proyectos+sociales&imgsrc=-dYC6agF_eSv3M%3A2;

https://www.google.com.co/search?q=proyectos+productivos+en+estados+unidos&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMItNnC98-hyAIVR9QeCh1pdwWl&dpr=1#tbn=isch&q=proyectos+con+inversion+del+estado&imgsrc=ei5pN9m-R3uM3M%3A3;

https://www.google.com.co/search?q=sociedades&rlz=1C2NNVC_enCO481CO481&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI_5Xx_YSNyAIVSvyeCh1sXQZt#imgsrc=LUeNBjAYlp0TxM%3A4

Según el tiempo de duración son:

- * **De corto plazo:** Proyectos a desarrollarse hasta un año
- * **Mediano plazo:** Proyectarse a desarrollarse entre 1-3 años
- * **Largo plazo:** Son proyectos que se desarrollarán en periodos superiores a los 3 años.

“

Según el nivel de dependencia Sapag, N. (2011),
los clasifica en:

- * **Las inversiones dependientes** son aquellas que para ser realizadas requieren otra inversión.
- * **Las inversiones independientes** son las que se pueden realizar sin depender ni afectar o ser afectadas por otros proyectos. Dos proyectos independientes pueden conducir a la decisión de hacer ambos, ninguno o solo uno de ellos.
- * **Las inversiones mutuamente excluyentes**, como su nombre lo indica, corresponden a proyectos opcionales, donde aceptar uno impide que se haga el otro o lo hace innecesario.

”

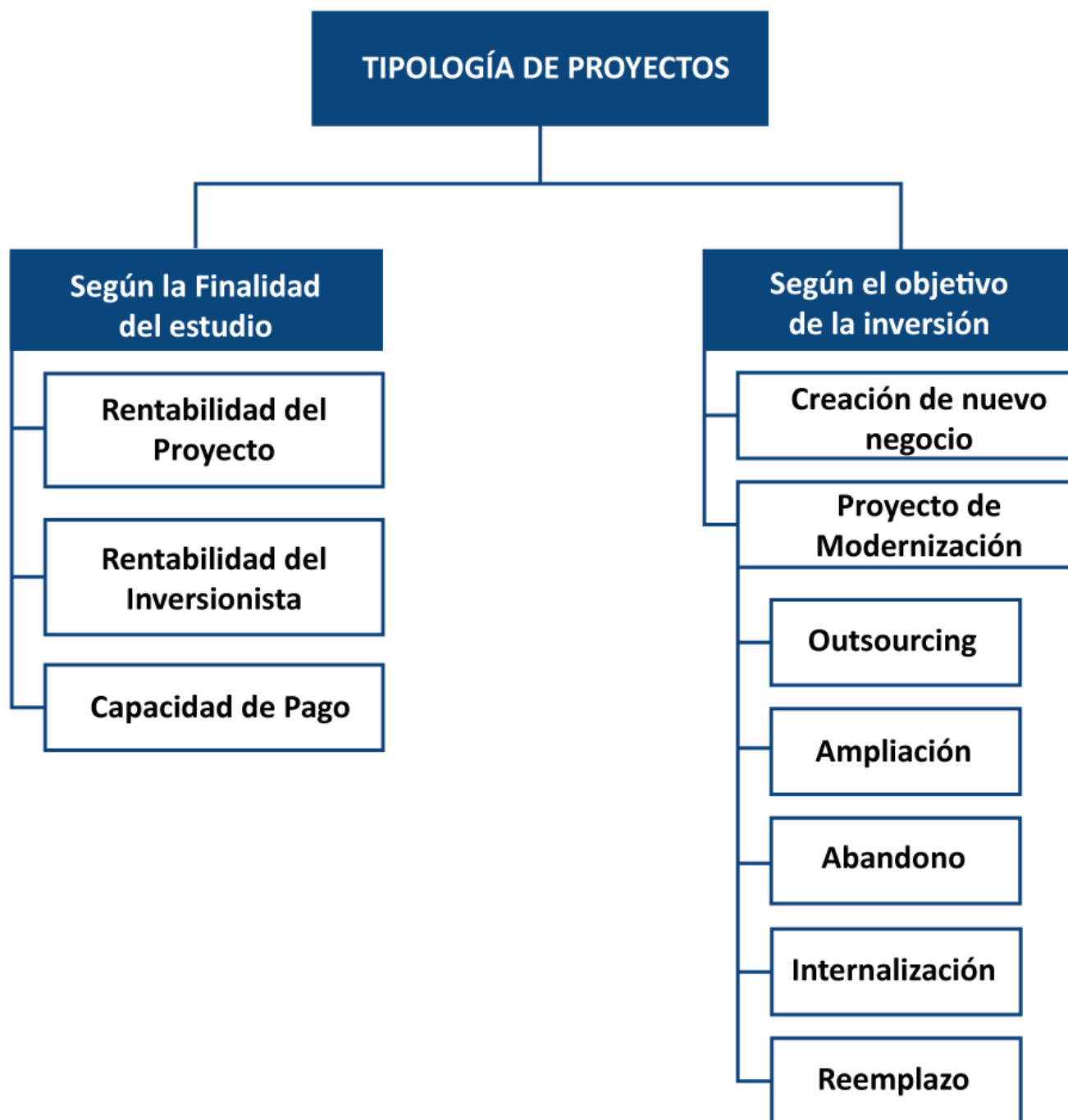


Figura 1. Tipología Básica de los proyectos. Fuente: Sapag, N. (2011, p.22).

TALLER DE ENTRENAMIENTO

Identifique 10 proyectos productivos y 10 proyectos sociales, elija un proyecto productivo y describa los objetivos y características esenciales del proyecto.



Figura 2. Actividad 1. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=preguntas&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&tbm=isch&imgil=PnL20FaiQ2_cbM%253A%253BeyxA0ZT_Of2X_M%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fwww.ejemplos.co%25252F20-ejemplos-de-preguntas-abiertas%25252F&source=iu&pf=m&fir=PnL20FaiQ2_cbM%253A%252CeyxA0ZT_Of2X_M%252C_&usg=__PCTUK_Y21Cg5ZCyLtNy0FpT_Ar0%3D&ved=0CCYQyjdqFQoTCO3DnPB0qcgCFY-yHgodkKcG2Q&ei=n64RVq34FY_lepDPmsgN#imgsrc=PnL20FaiQ2_cbM%3A&usg=__PCTUK_Y21Cg5ZCyLtNy0FpT_Ar0%3D

2.2 TEMA 2 ETAPAS DE UN PROYECTO

- Identificar el comportamiento del mercado dependiendo del producto, determinando la demanda, consumidores y competencias que permita tomar decisiones estratégicas en el desarrollo del proyecto.
- Estructurar los diferentes estudios que validan el desarrollo o no del proyecto.
- identificar las áreas, procesos y actividades que puedan afectar el normal desarrollo en la ejecución del proyecto y que estrategias implementar que reduzcan o transformen los riesgos encontrados.

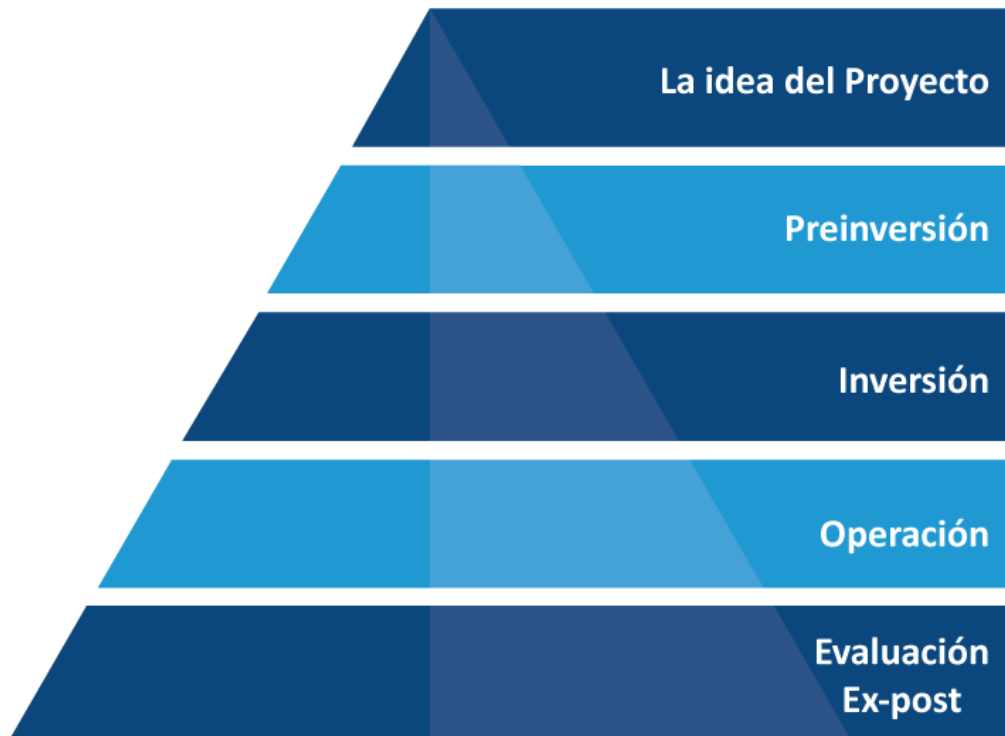


Figura 3. Etapas de un proyecto. Fuente: Maria Cecilia Pérez Marín

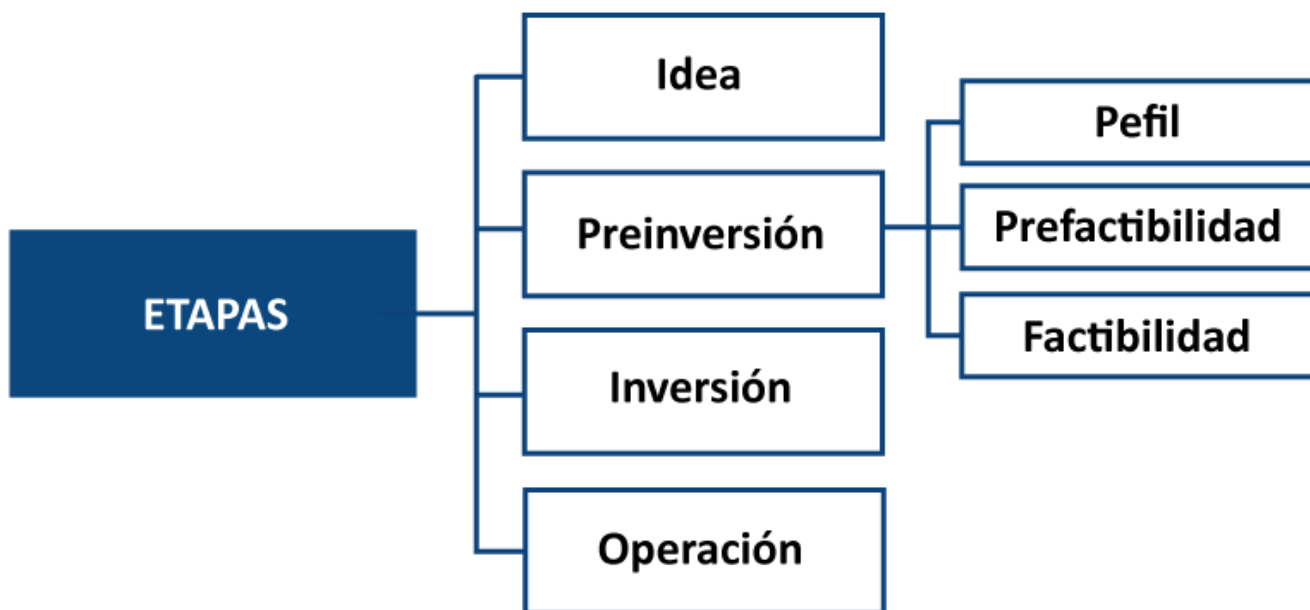


Figura 4. Etapas de un proyecto según Sapag. Fuente: Sapag, N. (2011, p.30).

ETAPAS DEL PROYECTO	
La idea del proyecto	Corresponde al proceso sistemático de búsqueda de nuevas oportunidades de negocios o de posibilidades de mejoramiento en el funcionamiento de una empresa, proceso que surge de la identificación de opciones de solución de problemas e ineficiencias internas que pudieran existir, o de las diferentes formas de enfrentar las oportunidades de negocios que se pudieran presentar. Sapag, N. (2011, p.30).
Pre inversión	Corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos. Esta etapa se puede desarrollar de tres formas distintas, dependiendo de la cantidad y la calidad de la información considerada en la evaluación: El estudio a nivel de perfil es el más preliminar de todos. Su análisis es, con frecuencia, estático y se basa principalmente en información secundaria. En el nivel de pre factibilidad se proyectan los costos y beneficios con base en criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria. En el de factibilidad, la información tiende a ser demostrativa, y se recurre principalmente a información de tipo primario. La factibilidad debe realizar un estudio detallado de cada uno de los ítems, para determinar la cuantía de los costos y beneficios a lo largo del tiempo. Sapag, N. (2011, p.33).
Inversión	Corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha. Sapag, N. (2011, p.35).
Operación	Es aquella en la que invertidos los recursos se inician los procesos de ejecución y puesta en marcha.
Evaluación ex-post.	La etapa final que evalué las condiciones, acciones y los recursos invertidos en el proyecto ejecutado.

OTRAS ETAPAS DE LOS PROYECTOS

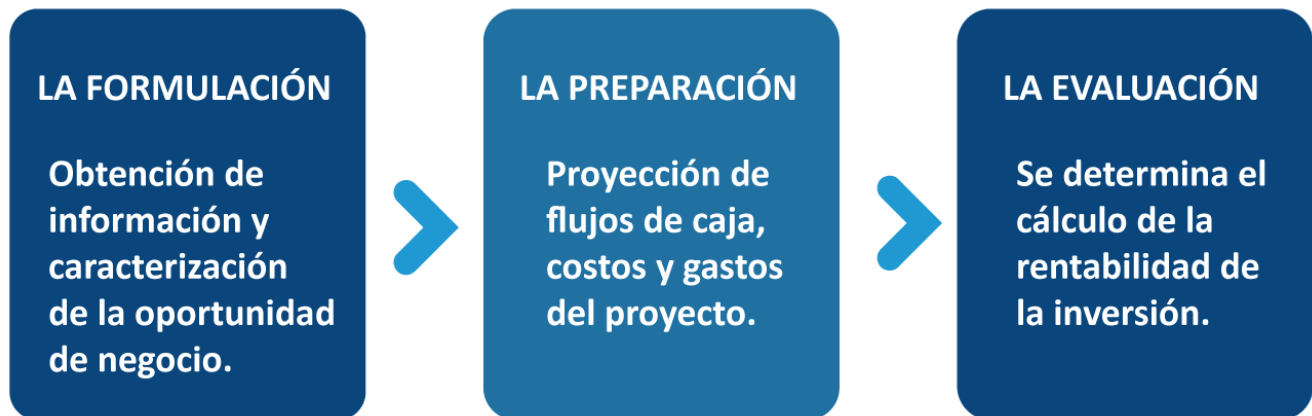
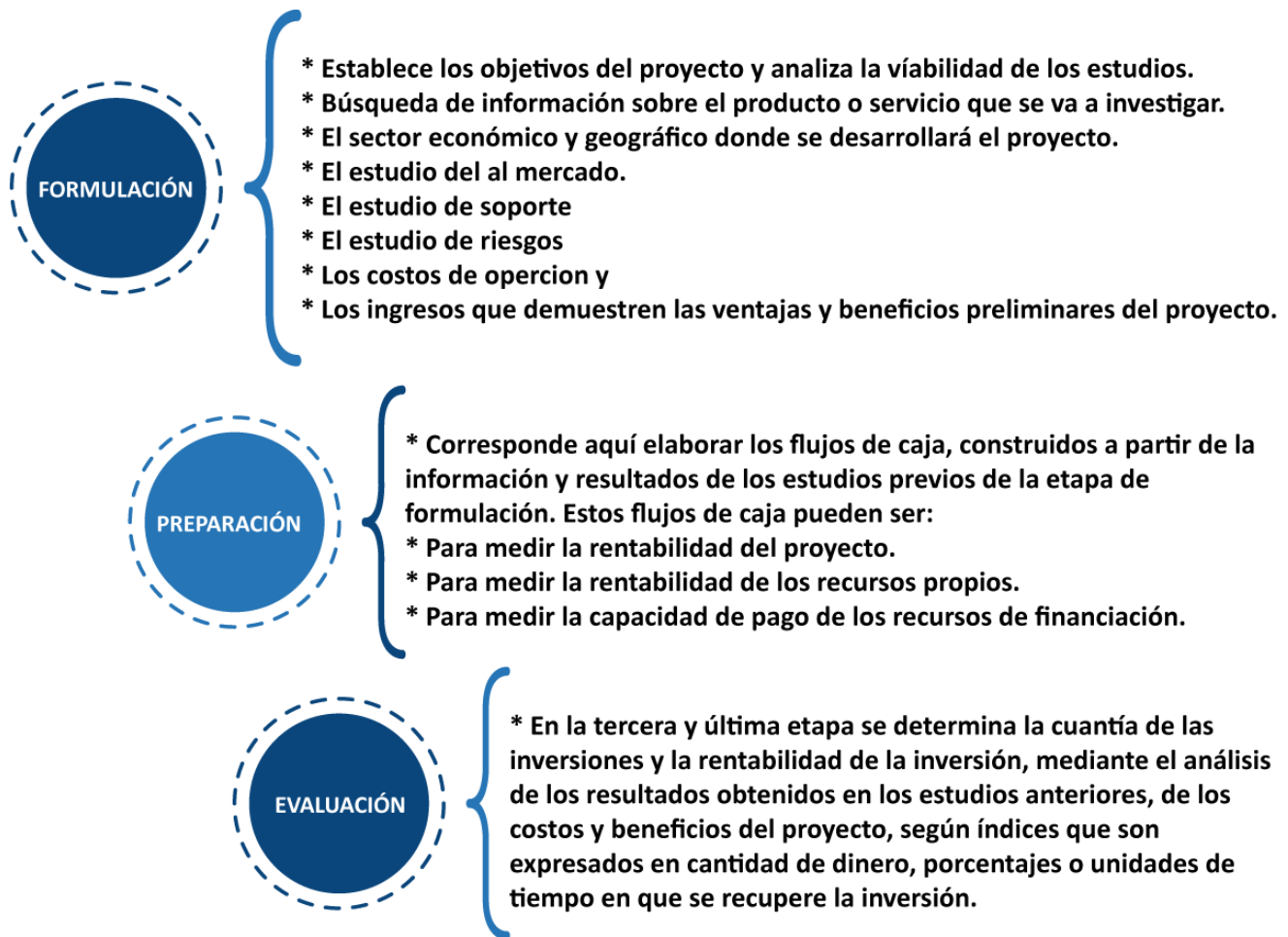


Figura 5. Otras etapas de un proyecto. Fuente: María Cecilia Pérez Marín

2.3 TEMA 3 METODOLOGÍAS DE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

Cada proyecto tiene sus objetivos y resultados que se esperan obtener, por lo que cada proyecto se debe investigar, analizar y evaluar de manera muy particular. Una metodología de realizar el estudio del proyecto es:



2.3.1 TALLER DE APRENDIZAJE

¿Identifique qué tipos de proyectos se pueden desarrollar?
Solución del taller: Empresas agrícolas, extractivas, productoras, comercializadoras y de servicios.
1. ¿Qué estudios se realizan en la formulación de un proyecto?

2. ¿Cuáles son los flujos de caja a evaluar en un proyecto?
3. ¿Cuál es el propósito de la evaluación de los proyectos?

Solución del taller:

1. ¿Qué estudios se realizan en la formulación de un proyecto?

La formulación o preinversión establece los objetivos del proyecto y analiza la viabilidad de los estudios que lo componen.

Búsqueda de información sobre el producto o servicio que se va a investigar.

El sector económico y geográfico donde se desarrollará el proyecto.

El estudio del mercado

El estudio de soporte

El estudio de riegos

Los costos de operación y

Los ingresos que demuestren las ventajas y beneficios preliminares del proyecto.

2. ¿Cuáles son los flujos de caja a evaluar en un proyecto?

En la etapa de preparación es donde se elaboran los flujos de caja, contruidos a partir de la información y resultados de los estudios previos de la etapa de formulación. Estos flujos de caja pueden ser:

- Para medir la rentabilidad del proyecto.
- Para medir la rentabilidad de los recursos propios.
- Para medir la capacidad de pago de los recursos de financiación.

3. ¿Cuál es el propósito de la evaluación de los proyectos?

La evaluación de proyectos determina la cuantía de las inversiones y la rentabilidad de la inversión, mediante el análisis de los resultados obtenidos en los estudios anteriores, de los costos y beneficios del proyecto, según índices que son expresados en cantidad de dinero, porcentajes o unidades de tiempo en que se recupere la inversión.

2.3.2 TALLER DE ENTRENAMIENTO

Actividad previa: identifique un proyecto productivo

Describa la actividad:

Describa qué etapas de deben realizar en un proyecto productivo.

3 UNIDAD 2 ESTUDIOS DE EVALUACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Valorar el estudio del mercado, técnico, organizacional y legal, así como el aspecto financiero del proyecto

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-  Analizar el comportamiento del mercado, para el producto o servicio a desarrollar.
-  Definir el proceso de producción, el tamaño del proyecto y su localización.
-  Analizar los posibles riesgos que afecten el normal desarrollo en la ejecución del proyecto.
-  Evaluar la viabilidad económica del proyecto.

RELACIÓN DE CONCEPTOS



3.1 TEMA 1 ESTUDIO DEL MERCADO



En este apartado del estudio de mercado se analizará el comportamiento de la demanda, el comportamiento de los consumidores, sus necesidades deseos y requerimientos. Por tanto, es importante conocer la cantidad de clientes potenciales que están en dispuestos a adquirir los productos o servicios definidos en el proyecto.

Estudio del mercado: Permitirá identificar el comportamiento del mercado, para el producto o servicio a desarrollar, determinar la cantidad de demanda, el perfil de los consumidores, analizar la competencia, los precios de mercado, quienes serán los proveedores y la manera de distribuir los productos a los clientes.

EL PRODUCTO O SERVICIO





PRODUCTO

Es el resultado de la transformación de unos elementos materiales con intervención de mano de obra y máquinas en un bien tangible que satisface necesidades y deseos. (Una silla, una bicicleta, un reloj, un celular entre otros.), que satisface necesidades y deseos.



SERVICIO

Es el resultado de las actividades personales y de máquinas en un bien intangible que satisface necesidades y deseos. (Educación, salud, mantenimiento de vehículos, entre otros).

Tabla 2. Análisis de producto y servicio. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=preguntas&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&tbm=isch&imgil=PnL20FaiQ2_cbM%253A%253BeyxA0ZT_Of2X_M%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fwww.ejemplos.co%25252F20-ejemplos-de-preguntas-abiertas%25252F&source=iu&pf=m&fir=PnL20FaiQ2_cbM%253A%252CeyxA0ZT_Of2X_M%252C_&usq=PCTUK_Y21Cg5ZCyLtNy0FpT_Ar0%3D&ved=0CCYQyjdqFQoTCO3DnPB0qcqCFY-yHg0dkKcG2Q&ei=n64RVq34FY_lapDPmsgN#tbn=isch&q=productos+innovadores&imgil=PnL20FaiQ2_cbM%253A%253BeyxA0ZT_Of2X_M%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fwww.ejemplos.co%25252F20-ejemplos-de-preguntas-abiertas%25252F&source=iu&pf=m&fir=PnL20FaiQ2_cbM%253A%252CeyxA0ZT_Of2X_M%252C_&usq=PCTUK_Y21Cg5ZCyLtNy0FpT_Ar0%3D&ved=0CCYQyjdqFQoTCO3DnPB0qcqCFY-yHg0dkKcG2Q&ei=n64RVq34FY_lapDPmsgN#tbn=isch&q=servicios&imgil=Wb6GvUOA1_tKeM%3A

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

Los productos se distinguen por su:

- ☐ Su forma
- ☐ Tamaño
- ☐ Color
- ☐ Textura
- ☐ Olor
- ☐ Sabor
- ☐ Espesor
- ☐ Calidad
- ☐ Marca
- ☐ Diseño
- ☐ Envase
- ☐ Etiqueta
- ☐ Garantía entre otras

CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS

SEGÚN SU TIEMPO DE DURACIÓN:	• Duraderos: son productos que permanecen a través del tiempo. • No duraderos (perecederos): su ciclo de vida útil es corto.
SEGÚN SU USO:	• Para uso particular • Para uso industrial • Bienes de capital • Bienes sustitutos • Bienes complementarios
SEGÚN SU FINALIDAD:	• Bienes de consumo intermedios: forman parte en la elaboración de un nuevo producto. • Bienes de consumo finales: se adquieren para su utilización o consumo inmediato.

LOS SECTORES DE LA ECONOMÍA

Corresponde hacer un análisis de relación del producto o servicio con el sector de la economía y el subsector económico al cual pertenece dicho producto o servicio.

Los sectores de la economía están clasificados en:

SECTOR PRIMARIO: compuesto por la agricultura, la ganadería, la pesca y demás recursos obtenidos directamente de la naturaleza.



SECTOR SECUNDARIO: conformado por la transformación industrial.



SECTOR TERCIARIO: conformado por los servicios y comercio.



Tabla 3. Fuente: 1).

https://www.google.com.co/search?q=sectores+de+la+economia&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&es_sm=93&tbn=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CDIQsARqFQoTCLXrl579q8qCFUn9HgodPOoGTw&biw=1280&bih=879#imgdij=agzyoxMgoO0qYM%3A%3BaqzyoxMgoO0qYM%3A%3BtrlhU6KD-4vP6M%3A&imgrc=agzyoxMgoO0qYM%3A. 2). https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTF4QtjhU-ITFL6Nx8rF_QwSlh0yn20Txf16Qtw3OZvk1_ZC4UZ. 3). https://www.google.com.co/search?q=sectores+de+la+economia&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&es_sm=93&tbn=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CDIQsARqFQoTCLXrl579q8qCFUn9HgodPOoGTw&biw=1280&bih=879#imgrc=GlgCKHmcQtoiNM%3A.

SECTORES ECONÓMICOS

1. **Sector agropecuario:** Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.
2. **Sector de servicios:** Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.
3. **Sector industrial:** Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.

4. **Sector de transporte:** Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.

5. **Sector de comercio:** Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresitos, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.

6. **Sector financiero:** En este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.

7. **Sector de la construcción:** En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción, etc.

8. **Sector minero y energético:** Se incluyen en él todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; etc.).

9. **Sector solidario:** En este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.

10. **Sector de comunicaciones:** En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.).

Tabla 4. Fuente: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos

LA DEMANDA

Demanda: Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca, 2013).

La Demanda: Es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio.

En Efecto, el estudio cubre no solamente la demanda actual, sino también los pronósticos de consumo que se pueden estimar, con base a los datos del pasado y de otros elementos cualitativos que puedan aportar nuevas luces al respecto.

La demanda es una función que depende del comportamiento de algunas variables, tales como:

- El nivel de ingreso de los consumidores.
- El patrón de gasto de los mismos.
- La tasa de Crecimiento de la población
- El Comportamiento de los precios tanto de los bienes sustitutos como complementarios
- Preferencias de os consumidores y
- La acción de los entes gubernamentales.

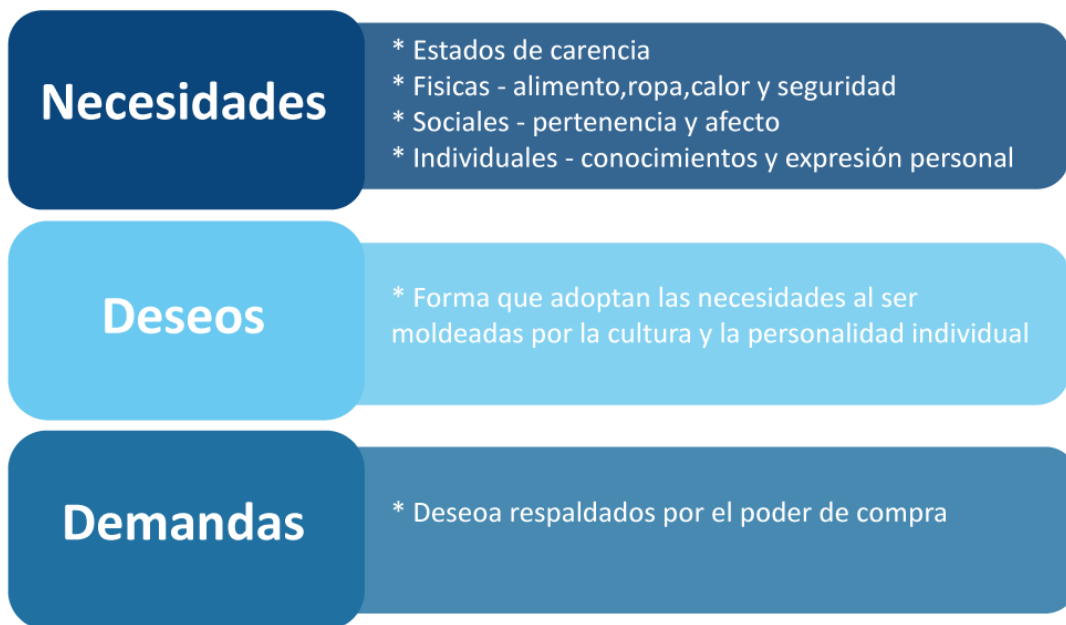
Miranda, J. (2005)

La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado. En el mercado, donde se vinculan esta oferta y esta demanda, se determina un equilibrio de mercado, representado por una relación entre un precio y una cantidad que motiva a los productores a fabricarla y a los consumidores a adquirirla. Sapg, N. (2011, p.46)



Conocimiento del mercado y las necesidades de los clientes

Necesidades, deseos y demandas del cliente



LA DEMANDA



Figura 6: <http://es.slideshare.net/Soledad0/resumen-de-todos-los-captulos-del-libro-de-preparacin-y-evaluacin-de-proyectos-cuarta-edicin-nassir-sapag-chain-reinaldo-sapag-chain?related=1>

Clientes potenciales: Son aquellas personas o instituciones que están dispuestas a adquirir los productos o servicios a unos precios determinados en un mercado específico.

Segmentación de Clientes: Clasificación que se hace mediante unas características específicas de las personas.

Geográfica: La clasificación se realiza por género, por edad, familia, nivel educativo, entre otros.

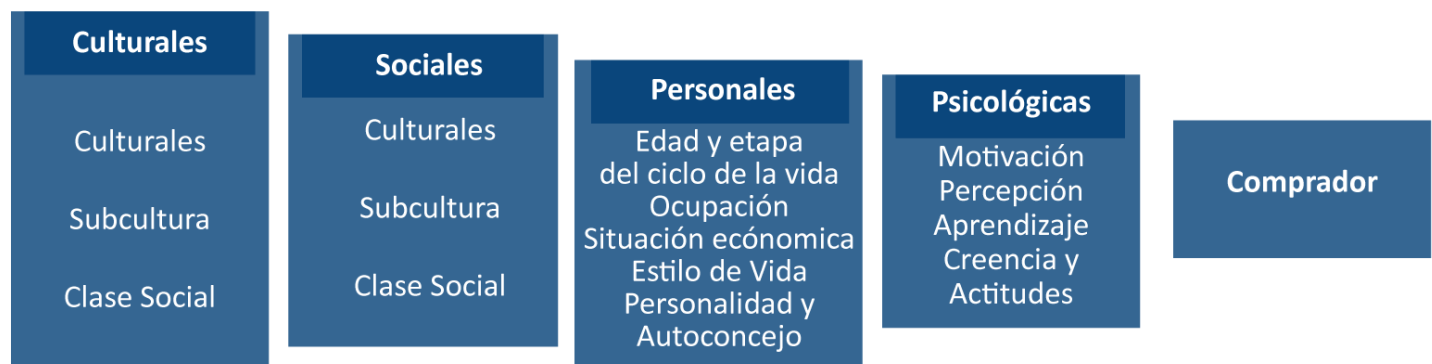
Pictográfica: La clasificación se realiza según la clase social, el estilo de la vida, la personalidad, valores, entre otros.

Conductual: La clasificación se realiza de acuerdo a comportamientos, preferencias de marca y producto, entre otros.

El mercado meta: Son aquellos clientes potenciales que han sido clasificados en segmentos y a los cuales se debe direccionar las estrategias de marketing para que adquieran nuestros productos o servicios.

Características que afectan el comportamiento del consumidor

Factores que influyen en el comportamiento del consumidor



Existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas.

Se pueden observar algunas señales de esta situación: al no existir control por parte de las autoridades los precios se manifiestan muy elevados con respecto a la capacidad de pago de los compradores o usuarios; también la existencia de controles a la importación y el racionamiento son signos inequívocos de demanda insatisfecha.

Se puede afirmar que **la demanda está satisfecha** cuando los compradores encuentran los bienes y servicios en las cantidades y precios que están dispuestos a pagar.

Sin embargo, se puede hablar de una **demanda satisfecha saturada** cuando el mercado no admite cantidades adicionales del bien o servicio dado que la oferta supera la demanda (esta situación denuncia inicialmente la poca viabilidad del proyecto); o **demanda satisfecha no saturada** cuando aparentemente el mercado se encuentra

suficientemente atendido, pero se puede incrementar la oferta despertando en los consumidores o usuarios mayores niveles de demanda.

Miranda, j. (2005)



Oferta: es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2013).

El estudio de oferta: Tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y se atenderán en un futuro, las demandas o necesidades de la comunidad.

La oferta es también una variable que depende de:

-  Los costos
-  La disponibilidad de los insumos
-  Las restricciones determinadas por el gobierno,

- Los desarrollos tecnológicos
- Las alteraciones del clima (especialmente en la oferta agrícola y agroindustrial)
- Los precios de los bienes sustitutos y complementarios,
- La capacidad instalada de la competencia, etc.

No suele ser tarea fácil estimar, con algún grado de certeza, la oferta en un proyecto determinado, puesto que la información que interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no está interesada en divulgarla, sin embargo, a través de algunos mecanismos indirectos de información global se podrá llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta.

Miranda. (2005)

ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES

Identificación de competidores

Los competidores incluyen a:

- Todas las empresas que fabrican el mismo producto o clase de productos.
- Todas las empresas fabricantes que proporcionan el mismo servicio.
- Todas las empresas que compiten por los recursos de los mismos consumidores.

La identificación de los competidores requiere de un análisis más detallado en el que se debe tener en cuenta:

- Nombre de las empresas de los competidores
- Características de su producción (nivel tecnológico en lo posible)
- Su capacidad ad instalada
- Los tipos de productos similares y los precios de ventas
- Porcentaje de participación en el mercado
- Sistemas de comercialización
- Planes de expansión
- Sistema de ventas (crédito, contado) y canales de comercialización.
- La localización de la planta
- Si es importador o exportador
- Volumen y origen de las importaciones
- Volumen y destino de las exportaciones, entre otras.

LOS PRECIOS



PRECIO. (R.A.E.)

(Del lat. pretĭum).

1. m. Valor pecuniario en que se estima algo.
2. m. Esfuerzo, pérdida o sufrimiento que sirve de medio para conseguir algo, o que se presta y padece con ocasión de ello. Al precio de su salud va fulano saliendo de apuros
3. m. Premio o prez que se ganaba en las justas.



4. m. Der. Contraprestación dineraria.

5. m. p. us. Estimación, importancia o crédito. Es hombre de gran precio

PRECIO: cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el bien o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).



Los precios de los productos pueden variar de acuerdo con las condiciones del mercado en el cual los compradores y los oferentes se ponen de acuerdo en un precio en el cual los beneficie a los dos, ese acuerdo entre compradores, vendedores y precio es considerado el **punto de equilibrio del mercado para un producto**.

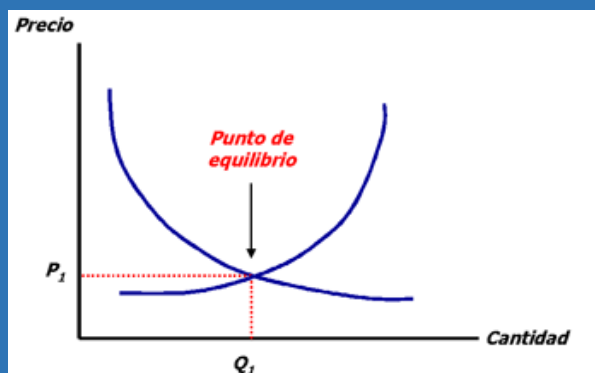


Tabla 5. Fuente: 1).

https://www.google.com.co/search?q=equilibrio+del+mercado+para+un+producto&espv=2&biw=1600&bih=799&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI7Kzp1tOsyAIVxV4eCh3ibAlt#tbn=isch&q=precios&imgsrc=ebFqI5r19PI2nM%3A. 2).

https://www.google.com.co/search?q=equilibrio+del+mercado+para+un+producto&espv=2&biw=1600&bih=799&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI7Kzp1tOsyAIVxV4eCh3ibAlt#imgsrc=oilqYwqGvpMNVVM%3A. 3).

https://www.google.com.co/search?q=equilibrio+del+mercado+para+un+producto&espv=2&biw=1600&bih=799&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI7Kzp1tOsyAIVxV4eCh3ibAlt#tbn=isch&q=precios&imgsrc=Oo6EVAfUtBAKnM%3A

Los precios de los productos o servicios se pueden estimar teniendo en cuenta:

- “
- * Unos ingresos esperados de ventas a partir de los costos totales.
 - * Según el porcentaje de incremento hecho a los costos totales.
 - * Las condiciones de oferta y demandan del mercado.
 - * Según los precios de la competencia.
 - * Por políticas internas de la empresa.
 - * Según el comportamiento histórico de los precios.
- ”





Los proveedores

son todas aquellas empresas o personas que **proveen los elementos materiales en cantidad, calidad y tiempo oportuno**, que se utilizarán en la elaboración de productos o servicios

CARACTERÍSTICAS DE LOS PROVEEDORES

Tipo de sociedad
El tamaño de la empresa
Capacidad instalada
Su ubicación geográfica
Calidad de los materiales
Tiempos de entrega oportuna
Mejor relación costo-beneficio
Servicios que presta
La garantía
Tiempos de pago
Si es importador o exportador, entre otras

- La identificación y análisis de los proveedores constituye el fundamento para el estudio técnico que determinará los materiales, mano de obra y procesos para la producción de los productos o servicios que se pretenden desarrollar en el proyecto.
- Los proveedores son los aliados estratégicos que contribuyen en los beneficios económicos de la empresa

Tabla 6. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=proveedores&rlz=1C2NNVC_enCO481CO481&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMlx_PFOatyAlVy5ceCh3ZIAGD#imgsrc=fr_WvWSy-0A28M%3A



Según la Real Academia Española **COMERCIALIZAR** es dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta. Poner a la venta un producto.

La comercialización y distribución de los productos, son los eslabones de la cadena que conectan la empresa con el cliente.

La comercialización y distribución variará dependiendo del producto o servicio que se desarrolle en el proyecto, si es un bien de consumo final, intermedio o de capital; si es un producto agrícola o industrial: o un servicio. Esto determinará los canales de distribución que se utilizarían para trasladar el producto a los clientes, y definir costos agregados por comercialización y distribución.



Figura 7. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=proveedores&rlz=1C2NNVC_enCO481CO481&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMx_PF0oatyAIVy5ceCh3ZlAGD#imgsrc=KqIkvlB8pJX7VM%3A

CARACTERÍSTICAS DE LOS INTERMEDIARIOS

- ✓ Capacidad de transporte
- ✓ Capacidad de almacenamiento
- ✓ Capacidad de promoción
- ✓ Prestigio
- ✓ Posicionamiento del mercado

- ✓ Relaciones comerciales
- ✓ Localización
- ✓ Costos y beneficios
- ✓ Créditos, entre otras

Acorde con las directrices corporativas, los tipos de productos o servicios, las condiciones del mercado, los costos y beneficios de la intermediación, se definen los canales de comercialización y distribución.

Los distribuidores o intermediarios son todas aquellas empresas o personas que intervienen en los diferentes procesos de trasladar los productos a los clientes en condiciones de calidad, costos y entrega oportuna.



Figura 8. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=proveedores&rlz=1C2NNVC_enCO481CO481&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMlx_PFOoatyAIVy5ceCh3ZlAGD#tbn=isch&q=intermediarios+y+canales+de+distribucion&imgsrc=SCrJL1BaegKqXM%3A

Longitud del Canal de Distribución



Figura 9. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=proveedores&rlz=1C2NNVC_enCO481CO481&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMlx_PFOoatyAIVy5ceCh3ZIAGD#tbn=isch&q=distribucion+directa+e+indirecta&imgsrc=w-iFNmSbDnAtNM%3A

3.2 TEMA 2 ESTUDIO DE SOPORTE TÉCNICO, ORGANIZACIONAL, LEGAL Y AMBIENTAL



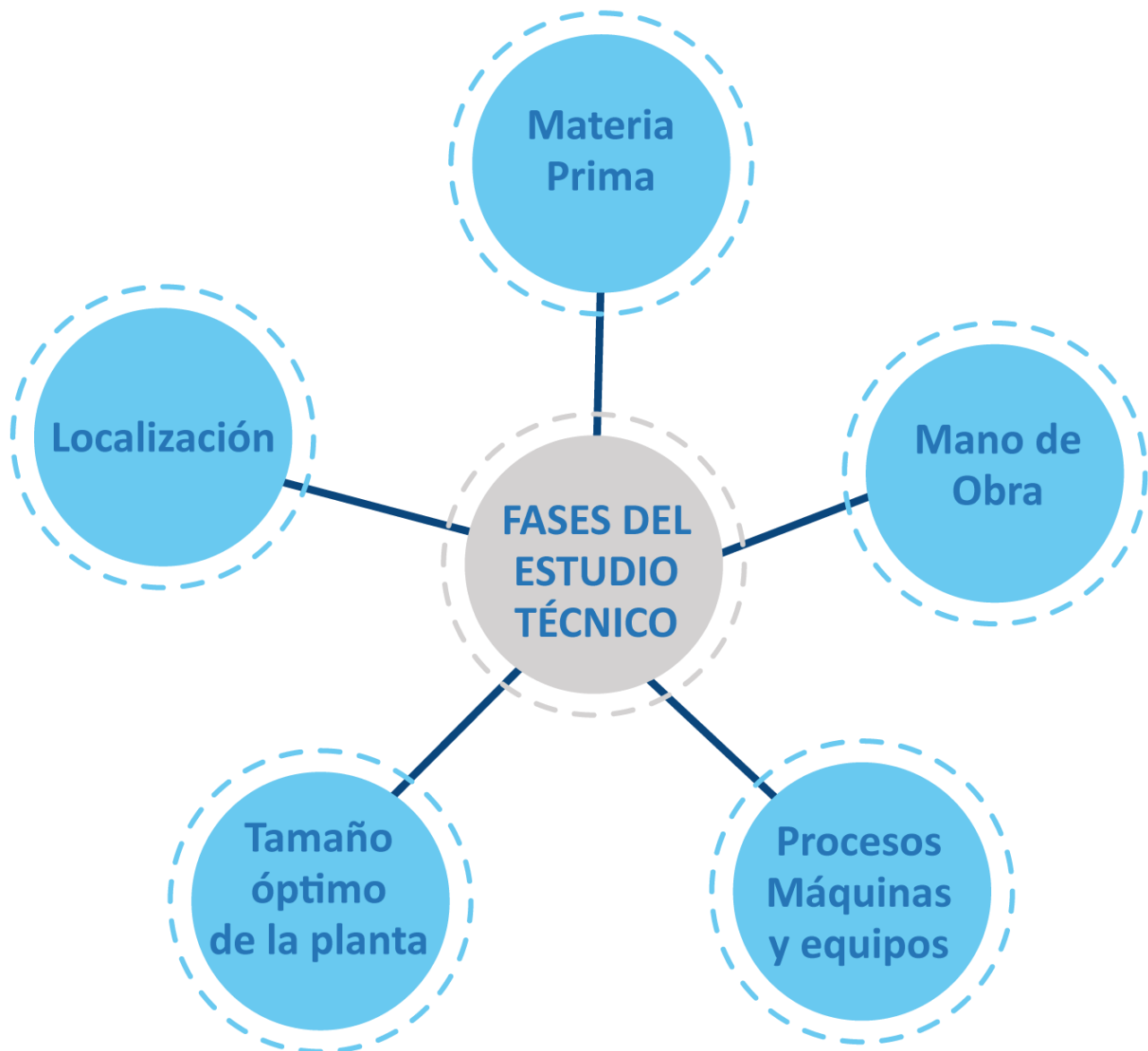
El estudio de soporte: Permitirá hacer un análisis de los requerimientos de materiales, de personal, de procesos de producción, del soporte legal de la empresa y su estructura organizacional, así como un estudio ambiental que determinará la viabilidad del proyecto en esta etapa.

El estudio Técnico: Direcciona sus análisis en los requerimientos de materiales, de personal, de los procesos de producción, el tamaño y ubicación de la planta.

OBJETIVOS

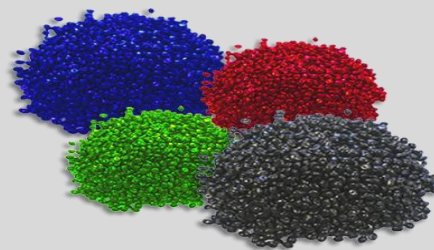
- Analizar la viabilidad técnica de producción del programa.
- Determinar el tamaño de la planta.
- Definir la localización de la planta.

- Establecer los procesos de producción, máquinas y equipos requeridos para elaborar el producto.
- Definir requerimientos de materia prima y mano de obra.
- Definir áreas de la empresa. Entre otros.



LA MATERIA PRIMA son aquellos elementos que forman parte de manera directa en el producto.

LOS INSUMOS son los elementos que se requieren para su elaboración y no se ven reflejados en el producto.



LA MANO DE OBRA son los requerimientos de personal para cumplir con los procesos de producción del producto.



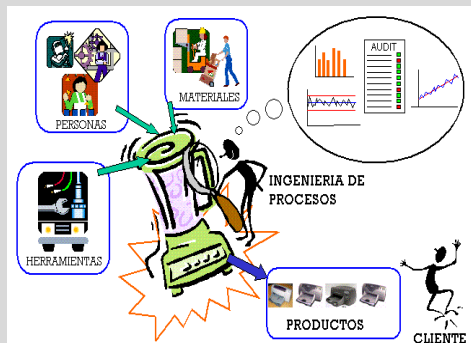
LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN son las actividades desarrolladas de manera conjunta y secuencial entre materias primas, mano de obra, máquinas e instalaciones que van transformando esa materia prima en productos.



TAMAÑO DEL PROYECTO se considera como la capacidad óptima de producción en condiciones normales.

Para su determinación, se deben considerar:

- La demanda del producto.
- La disponibilidad de materias primas, insumos, mano de obra, máquinas, instalaciones.
- Los recursos de inversión, entre otros.



LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO es un factor determinante para la toma de decisiones de inversión, se debe analizar las posibles alternativas de ubicación y realizar la evaluación pertinente teniendo en cuenta los factores antes mencionados y demás elementos requeridos para la ejecución del proyecto.

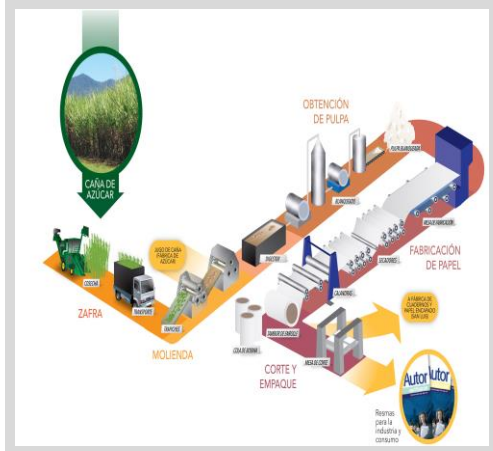


Tabla 7. Fuente: 1).

https://www.google.com.co/search?q=estudio+tecnico&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=644&bih=875&site=webhp&tbm=sch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CC0QsARqFQoTCJzi24WPrsqCFQUkHgod0yEFCQ#tbm=isch&q=materia+prima&imgdii=rTKc8Ycq8TpG0M%3A%3BrTKc8Ycq8TpG0M%3A%3B8v75cdZ8vkditM%3A&imgsrc=rTKc8Ycq8TpG0M%3A 2).

https://www.google.com.co/search?q=estudio+tecnico&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=644&bih=875&site=webhp&tbm=sch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CC0QsARqFQoTCJzi24WPrsqCFQUkHgod0yEFCQ#tbm=isch&q=peronal+laboral&imgsrc=7RwquHcH2wBqoM%3A 3).

https://www.youtube.com/watch?v=F_y6QyUhdYk 4).

https://www.google.com.co/search?q=estudio+tecnico&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=644&bih=875&site=webhp&tbm=sch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CC0QsARqFQoTCJzi24WPrsqCFQUkHgod0yEFCQ#tbm=isch&q=procesos+de+produccion+dibujos&imgdii=BPtL2mwT2UH7cM%3A%3BBPtL2mwT2UH7cM%3A%3B7GQ57YX1N7pmxM%3A&imgsrc=BPtL2mwT2UH7cM%3A 5).

https://www.google.com.co/search?q=estudio+tecnico&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=644&bih=875&site=webhp&tbm=sch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CC0QsARqFQoTCJzi24WPrsqCFQUkHgod0yEFCQ#tbm=isch&q=procesos+de+produccion+dibujos&imgdii=SNYUEEA1bapwWM%3A%3BSNYUEEA1bapwWM%3A%3BjI8H6FhuDyif8M%3A&imgsrc=SNYUEEA1bapwWM%3A

Los procesos de producción de pueden representar mediante gráficos definidos y estandarizados.

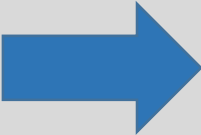
	Operación: Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.
	Transporte: Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
	Demora: Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones, el propio proceso exige una demora.
	Almacenamiento: Tanto de materia prima, de producto terminado.
	Inspección: Es la acción de controlar que se efectuó correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
	Operación Combinada: Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Figura 10. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=diagrama+de+flujo+de+proceso&rlz=1C2NNVC_enCO481CO481&biw=1280&bih=923&tbm=isch&imgil=B9ulH8cHfTMZ8M%253A%253BfZQ6hQGY00aUzM%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fes.slideshare.net%25252FvanVeraMantenegro%25252Fdiagramas-de-flujo-especificaciones-y-diseo-de-procesos&source=iu&pf=m&fir=B9ulH8cHfTMZ8M%253A%252CfZQ6hQGY00aUzM%252C_&usq=_A-bBx3NP3f_OC53iaW7pDbukPQ0%3D&ved=0CDQQyjdqFQoTCMb5kY3lisqCFcisHqodeCUDVw&ei=3z4BVoaOOcjZevjKjLqF#tbm=isch&q=diagrama+de+flujo+de+proceso+de+produccion&imgsrc=LHslxtOxqiJxLM%3A

DIAGRAMA DE FLUJO

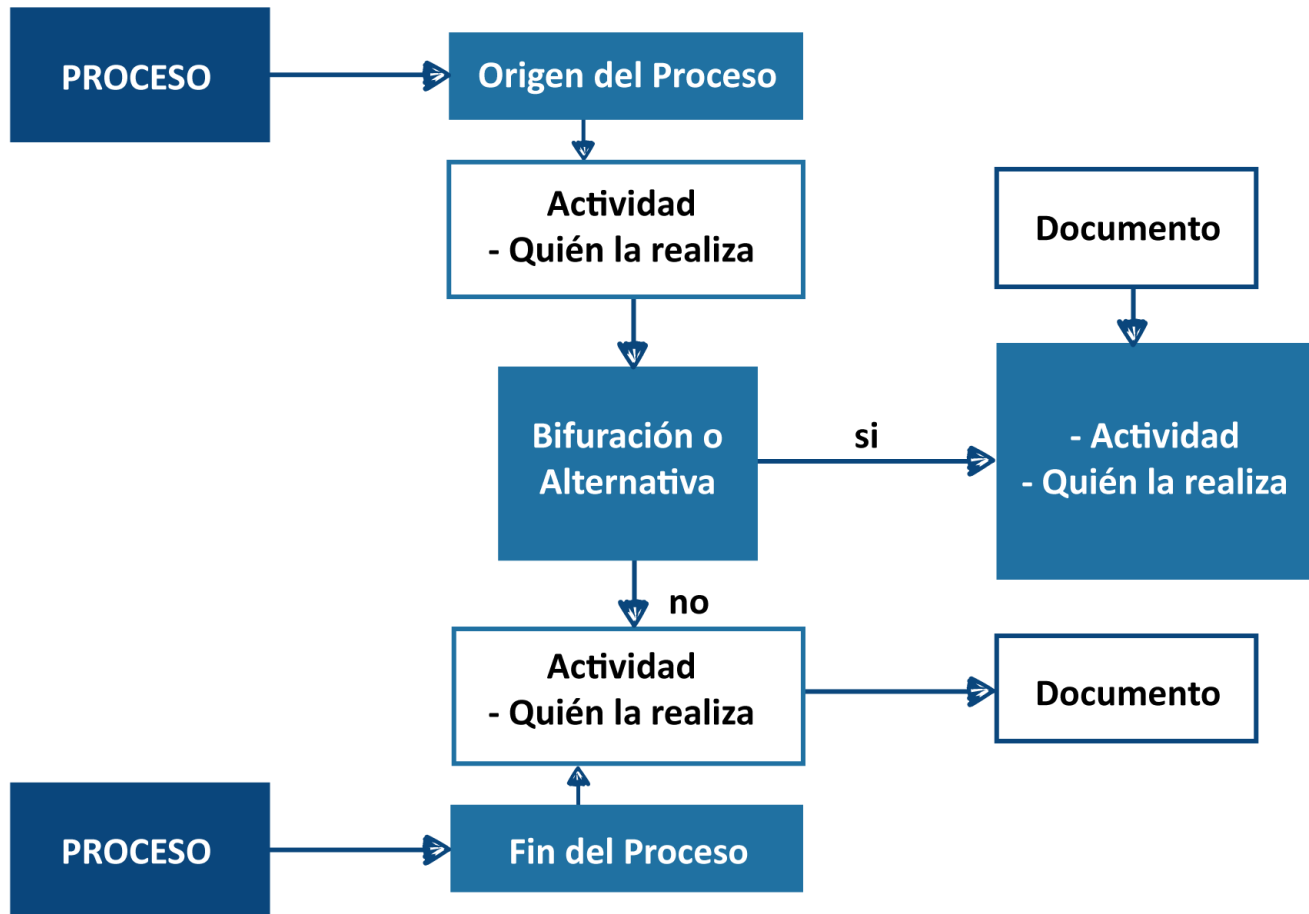


Figura 11. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=estudio+tecnico&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=644&bih=875&site=webhp&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0CCOQsARqFQoTCJzi24WPrsqCFQUkHgod0yEFCQ#tbm=isch&q=simbolosdiagramas+de+flujo+proceso+de+produccion+&imgsrc=B9uIH8cHfTMZ8M%3A

ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

Una vez realizado el estudio del mercado y el estudio técnico que han definido en parte la viabilidad del proyecto hasta ese momento, es importante definir el tipo de sociedad que se ha de construir y su estructura organizacional que le permitirá desarrollar su objeto social de forma legal.

El producto o servicio identificado como oportunidad de materialización del proyecto, será igualmente determinante en la definición de la forma jurídica de la empresa.

El carácter de la sociedad en lo que respecta a si es una sociedad sin ánimo de lucro o una sociedad con ánimo de lucro es otro aspecto a tener en cuenta a la hora de constituir la empresa.

Sociedades con ánimo de lucro aquellas que tienen como propósito satisfacer necesidades y la obtención de riqueza para sus socios.

- Empresa Unipersonal
- Sociedad Colectiva
- Sociedad en Comandita Simple
- Sociedad en Comandita por Acciones
- Sociedad de responsabilidad Limitada
- Sociedad Anónima
- Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S.
- Sociedad de Economía Mixta
- Empresas Asociativas de Trabajo
- Sociedad Extranjera



ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO



Aquellas que tienen como propósito satisfacer necesidades de la comunidad y no tienen la pretensión de obtener riqueza para sus asociados.

- Asociaciones
- Corporaciones
- Fundaciones.
- Entidades de la economía solidaria (Cooperativas, Precooperativas, Fondos de Empleados, Asociaciones Mutuales).

Tabla 8. Fuente: 1).

https://www.google.com.co/search?q=sociedades+con+%C3%A1nimo+de+lucro&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIworGps2uyAIVQRceCh3kpQ_l#tbn=isch&q=entidades+con+animo+de+lucro&imgrc=FMe8H8OGGy9xcM%3A 2).

https://www.google.com.co/search?q=sociedades+con+%C3%A1nimo+de+lucro&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIworGps2uyAIVQRceCh3kpQ_l#imgrc=WScKj-q_wlt6TM%3A

Al constituirse la empresa se debe tener en cuenta los aspectos Legales para su formalización, tales como:

- Tipo de persona jurídica, según las leyes,
- Documento de constitución con sus estatutos

- Trámites para el registro de RUT ante a la DIAN
- Tramites de Registro Mercantil en cámara de comercio
- Trámites de funcionamiento: Uso suelos, INVIMA, licencias ambientales marcas, patentes, entre otros.
- Tramites de seguridad social.
- Trámites de parafiscales.
- Trámites de seguridad y salud en el trabajo.
- Trámites del Reglamento de Trabajo.

“

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional define:

- * **Areas funcionales.**
- * **El organigrama de la empresa.**
- * **Los procesos adminstrativos.**
- * **La estructura de cargos.**
- * **Remuneraciones del personal.**

”

FUNCIONES/DEPARTAMENTOS MÁS COMUNES EN LAS EMPRESAS:



Figura 12. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=sociedades+con+%C3%A1nimo+de+lucro&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIworGps2uyAIVQRceCh3kpQ_#tbn=isch&q=estructura+organizacion+de+una+empresa&imgsrc=Dr3PhLuGzqS1uM%3A

“

ESTUDIO AMBIENTAL

Tiene por objeto identificar, analizar, evaluar y prevenir los efectos o impactos que sobre el medio ambiente pueda generar el proyecto, **con el fin de prever, mitigar o controlar los efectos negativos que afecten los recursos naturales y el nivel de vida de la población.**

Así mismo este estudio tendrá en cuenta el tratamiento, control y disposición final de residuos, que resulten del proceso de producción y de consumo.

En todo caso se debe dar cumplimiento la normatividad y política ambiental establecida en Colombia y si es del caso, obtener la **Licencia Ambiental Correspondiente.**

”



Figura 13. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=manejo+ambiental&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIgITs16ivyAIVyBseCh076AQA#tbn=isch&q=manejo+de+residuos+en+el+proceso+de+produccion&imgsrc=dTqG1Q4HSte2PM%3A

3.3 TEMA 3 ANÁLISIS DE RIESGOS

El estudio de los riesgos del proyecto, es el proceso por el cual se define como realizar las actividades de gestión de los riesgos para un proyecto, incluye los procesos de identificación, el análisis, el plan de respuesta a los riesgos, así como su monitoreo y control de los riesgos de un proyecto.

Los objetivos de la gestión de los riesgos del proyecto son:

- Aumentar la probabilidad y el impacto de eventos positivos, y
- Disminuir la probabilidad y el impacto de eventos negativos para el proyecto.

Guía PMI (2009)

LOS RIESGOS DEL PROYECTO	
Identificar los Riesgos	Es el proceso por el cual se determinan los riesgos que pueden afectar el proyecto y se documentan sus características.
Análisis Cualitativo de Riesgos	Es el proceso que consiste en priorizar los riesgos para realizar otros análisis o acciones posteriores, evaluando y combinando la probabilidad de ocurrencia y el impacto de dichos riesgos.
Análisis Cuantitativo de Riesgos	Es el proceso que consiste en analizar numéricamente el efecto de los riesgos identificados sobre los objetivos generales del proyecto.
Planificar la Respuesta a los Riesgos	Es el proceso por el cual se desarrollan opciones y acciones para mejorar las oportunidades y reducir las amenazas a los objetivos del proyecto.
Monitorear y Controlar los Riesgos	Es el proceso por el cual se implementan planes de respuesta a los riesgos, se rastrean los riesgos identificados, se monitorean los riesgos residuales, se identifican nuevos riesgos y se evalúa la efectividad del proceso contra riesgos a través del proyecto.
Guía PMI (2009).	

Tabla 9. Fuente:

https://www.google.com.co/search?q=manejo+ambiental&rlz=1C1NNVC_enCO481CO481&espv=2&biw=1280&bih=923&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMIqITs16ivyAIVyBseCh076AQA#tbm=isch&q=+riesgos&imgrc=r26EyGctoZTuvM%3A

3.4 TEMA 4. ESTUDIO FINANCIERO



COSTO DE PRODUCCION	
COSTOS DIRECTOS	• Materias Primas (MP): elementos componentes directos del producto • Mano de Obra Directa (MOD): salarios y prestaciones sociales
COSTOS INDIRECTOS	Mano de Obra Indirecta: Técnicos, supervisores, Ingenieros. Materiales Indirectos, insumos Cargos por Depreciación, Amortización y Agotamiento de Activos Servicios públicos: agua, electricidad, gas, aseo, etc. Costo de Mantenimiento: Máquinas, equipos, Instalaciones, etc Dotaciones Personal Producción. Alquiler y arrendamiento de Activos. Seguros e Impuestos a la Planta

	Otros
COSTO TOTAL	
Costos fijos Totales por Periodo de Tiempo (CFT)	
Costos Variables Totales por Periodo de Tiempo (CVT)	
Costo Variable por Unidad de Producto (CVU)	
Costo Total (CT) $CT = CFT + CVT$	

CAPITAL DE TRABAJO: Aquellos recursos que requieren la empresa para poder operar, atender los requerimientos de materia prima, insumos, pagos de mano de obra, entre otros

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = \text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{PASIVO CORRIENTE}$$

ACTIVO CORRIENTE

Efectivo

Inventarios de Materias Primas

Cuentas por cobrar a clientes

Obligaciones por pagar en el corto

PASIVO CORRIENTE

Obligaciones por pagar en el corto

INGRESOS	
Ingresos Operacionales: ingresos generados por cumplimiento del objeto Social del proyecto.	Ingresos No Operacionales: ingresos por conceptos diferentes al cumplimiento del objeto social de la empresa
GASTOS	
GASTOS DE ADMINISTRACION	Salarios de personal de administración Incluidas sus prestaciones Gastos de depreciación y Amortización de activos de administración Gastos de mantenimiento de Administración Dotaciones de personal de administración Otros Gastos de administración
VENTAS Y DISTRIBUCIÓN	Sueldos de Personal de ventas y distribución incluidas sus prestaciones Gastos de Transportes Gastos de Publicidad Gastos de Depreciación y Amortización de Activos de ventas y Distribución Gastos de mantenimiento de activos de ventas y distribución Dotaciones de personal de ventas y distribución Otros Gastos relacionados con las ventas y la distribución de los productos
GASTOS FINANCIEROS	Gastos por obligaciones bancarias



Honorarios por asesorías financieras
Gastos por manejo de Cuentas Bancarias
Intereses por créditos bancarios

PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuántas unidades se deben producir y vender para que se alcance el punto de equilibrio

En el punto de equilibrio el Ingreso Total= Costo Total

Las utilidades se producen cuando los ingresos son mayores que el costo total

“

FLUJOS DE CAJA

Según el Consejo Técnico de la Contaduría, se entiende que el flujo de efectivo “es un estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Para el efecto debe determinarse el cambio en las diferentes partidas del balance general que incide en el efectivo”.

”

Recuperado de: <http://www.gerencie.com/estado-de-flujos-de-efectivo.html>

FLUJOS NETOS DE INVERSIONES Y OPERACIONES

FLUJO NETO DE INVERIONES INICIALES

- (+) Inversiones en activos
- (+) Inversión en capital de Trabajo
- (=) Inversión Total
- (-) Créditos Bancarios
- (=) Inversión Neta

FLUJO NETO DE INGRESOS Y EGRESOS

- (+) Ingresos por Ventas
- (-) Costo de Producción
- (=) Utilidad Marginal
- (-) Gastos de Distribución y Ventas
- (-) Gastos de Administración
- (=) Utilidad Operacional
- (-) Gastos Financieros
- (=) Utilidad Gravable
- (-) Imporrenta
- (+) Depreciaciones, y Amortizaciones
- (+) Valor en Libros
- (-) Inversiones Proyectadas
- (-) Aumentos de Capital de Trabajo P.
- (+) Recuperación del Capital de T.
- (+) Ganancia en Venta de Activos
- (-) Amortización de Créditos

(=) Flujos Netos de Fondos

EVALUACIÓN FINANCIERA

OBJETIVOS

- Calcular el Valor Presente Neto (VPN)
- Calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Calcular la Relación Financiera Beneficio Costo (RBC)
- Calcular la Tasa Única de Retorno (TUR)
- Calcular el Costo e Ingreso Uniforme Anual Equivalente
- Calcular el Tiempo de Recuperación de la Inversión.

3.4.1 TALLER DE APRENDIZAJE

¿Por qué es importante el estudio de los riesgos en el proyecto y cuáles pasos debemos tener en cuenta para gestionarlos?

Solución del taller:

Todo proyecto o negocio en su formulación y en su ejecución genera riesgos que se deben identificar y tratar de manera adecuada.

Los pasos a seguir son:

Identificar los Riesgos: proceso por el cual se determinan los riesgos que pueden afectar el proyecto y se documentan sus características.

Análisis Cualitativo de Riesgos: proceso que consiste en priorizar los riesgos para realizar otros análisis o acciones posteriores, evaluando y combinando la probabilidad de ocurrencia y el impacto de dichos riesgos.

Análisis Cuantitativo de Riesgos: proceso que consiste en analizar numéricamente el efecto de los riesgos identificados sobre los objetivos generales del proyecto.

Planificar la Respuesta a los Riesgos: proceso por el cual se desarrollan opciones y acciones para mejorar las oportunidades y reducir las amenazas a los objetivos del proyecto.

Monitorear y Controlar los Riesgos: proceso por el cual se implementan planes de respuesta a los riesgos, se rastrean los riesgos identificados, se monitorean los riesgos residuales, se identifican nuevos riesgos y se evalúa la efectividad del proceso contra riesgos a través del proyecto.

El estudio del mercado analiza y evalúa la primera viabilidad del proyecto identifique y describa los componentes más importantes del estudio del mercado.

Solución del taller:

PRODUCTO: es el resultado de la transformación de unos elementos materiales con intervención de mano de obra y máquinas en un bien tangible que satisface necesidades y deseos.

(Una silla, una bicicleta, un reloj, un celular entre otros.), que satisface necesidades y deseos.

SERVICIO: es el resultado de la realización de actividades personales y de procesos en un bien intangible que satisface necesidades y deseos. (Educación, salud, mantenimiento de vehículos, entre otros).

Demanda: cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca, 2013).

Oferta: es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2013).

Precio: cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el bien o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

Proveedores son todas aquellas empresas o personas que proveen los elementos materiales en cantidad, calidad y tiempo oportuno, que se utilizarán en la elaboración de productos o servicios.

Los distribuidores o intermediarios son todas aquellas empresas o personas que intervienen en los diferentes procesos de trasladar los productos a los clientes en condiciones de calidad, costos y entrega oportuna.

3.4.2 TALLER DE ENTRENAMIENTO

Actividad previa:

Analice los costos, gastos e ingresos que se generan en el proyecto.

Describa la actividad: Elabore los flujos de caja proyectados para los próximos tres (3) años.

4 PISTAS DE APRENDIZAJE

Traer a la memoria:

Proyecto: es el planteamiento de un conjunto de actividades que permiten alcanzar un objetivo en un determinado tiempo, dando respuesta a unos problemas o necesidades.

Un proyecto es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único. La naturaleza temporal de los proyectos indica un principio y un final definidos. El final se alcanza cuando se logran los objetivos del proyecto o cuando se termina el proyecto porque sus objetivos no se cumplirán o no pueden ser cumplidos, o cuando ya no existe la necesidad que dio origen al proyecto. Temporal no necesariamente significa de corta duración. Guía P.M.I. (2009).

Empresa: Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 25, Decreto 410 DE 1971 - Código de Comercio

Tener en cuenta que:

Los proyectos se pueden clasificar en:

Productivos: cuando el propósito que busca es generar riqueza mediante la creación de una nueva unidad de negocios o la reinversión o mejoras en empresas ya creadas.

Sociales: la finalidad de los proyectos sociales es satisfacer necesidades y solucionar problemas para beneficio de la comunidad sin que prime la creación de riqueza.

Públicos: este tipo de proyectos son formulados y desarrollados mediante recursos del estado para beneficio de la comunidad.

Privados: estos proyectos son desarrollados por particulares que generalmente buscan crear riqueza para quienes realizan los aportes en la constitución de la unidad de negocio.

Algunas de la clasificación de las etapas de un proyecto son:

La idea: referida como la solución de problemas, satisfacción de necesidades, innovación y mejoras en productos o servicios y oportunidades de negocios que puedan aprovecharse.

Pre inversión: corresponde a todos los estudios que se precisa adelantar antes de tomar la decisión de canalizar recursos hacia algún objetivo particular. Miranda, J. (2005). Inversión: es básicamente una etapa de movilización

de recursos tanto humanos, como financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa. Miranda, J. (2005).

Operación: corresponde a una actividad permanente y rutinaria encaminada a la producción de un bien o a la prestación de un servicio; es la etapa, repetimos, en la cual se cumple el objetivo social de la empresa. Miranda, J. (2005).

Evaluación ex-post: Los proyectos en operación son objeto de análisis con el fin de contrastar si los planteamientos y expectativas resultantes del estudio de pre inversión se dieron en la ejecución y si se están presentando en la operación; con el fin de verificar la bondad de los instrumentos de captura, procesamiento y análisis de la información y los mecanismos de decisión utilizados. Miranda, J. (2005).

Traer a la memoria:

- **Estudio del mercado:** permitirá identificar el comportamiento del mercado, para el producto o servicio a desarrollar, determinar la cantidad de demanda, el perfil de los consumidores, analizar la competencia, los precios de mercado, quienes serán los proveedores y la manera de distribuir los productos a los clientes.
- **Producto:** es el resultado de la transformación de unos elementos materiales con intervención de mano de obra y máquinas en un bien tangible que satisface necesidades y deseos.
- (Una silla, una bicicleta, un reloj, un celular entre otros.), que satisface necesidades y deseos.
- **Servicio:** es el resultado de las actividades personales y de máquinas en un bien intangible que satisface necesidades y deseos. (Educación, salud, mantenimiento de vehículos, entre otros).

Tener en cuenta:

Los sectores de la economía

- **Sector primario:** compuesto por la agricultura, la ganadería, la pesca y demás recursos obtenidos directamente de la naturaleza.
- **Sector secundario:** conformado por la transformación industrial.
- **Sector terciario:** conformado por los servicios y comercio.

Tener presente que:

- **Segmentación de clientes:** clasificación que se hace mediante unas características específicas de las personas.

- **Geográfica:** la clasificación se hace en zonas, ciudades departamentos, regiones, país o países.
- **Demográfica:** la clasificación se realiza por género, por edad, familia, nivel educativo, entre otros.
- **Pictográfica:** la clasificación se realiza según la clase social, el estilo de la vida, la personalidad, valores, entre otros.
- **Conductual:** la clasificación se realiza de acuerdo a comportamientos, preferencias de marca y producto, entre otros.
- **El mercado meta:** son aquellos clientes potenciales que han sido clasificados en segmentos y a los cuales se debe direccionar las estrategias de marketing para que adquieran nuestros productos o servicios.

Traer a la memoria:

El estudio de soporte permitirá hacer un análisis de los requerimientos de materiales, de personal, de procesos de producción, del soporte legal de la empresa y su estructura organizacional, así como un estudio ambiental que determinará la viabilidad del proyecto en esta etapa.

Tener en cuenta:

ESTUDIO AMBIENTAL Tiene por objeto identificar, analizar, evaluar y prevenir los efectos o impactos que sobre el medio ambiente pueda generar el proyecto, con el fin de prever, mitigar o controlar los efectos negativos que afecten los recursos naturales y el nivel de vida de la población.

El estudio de los Riesgos del Proyecto es el proceso por el cual se define cómo realizar las actividades de gestión de los riesgos para un proyecto, incluye los procesos de identificación, el análisis, el plan de respuesta a los riesgos, así como su monitoreo y control de los riesgos de un proyecto.

Traer a la memoria:

- **Ingresos Operacionales:** ingresos generados por cumplimiento del objeto Social del proyecto.
- **Ingresos No Operacionales:** ingresos por conceptos diferentes al cumplimiento del objeto social de la empresa

Los gastos están conformados por:

- Gastos de administración
- Gastos de ventas y distribución
- Gastos financieros

Tener en cuenta que:

- **CAPITAL DE TRABAJO:** son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, atender los requerimientos de materia prima, insumos, pagos de mano de obra, entre otros.

Capital de Trabajo = Activo Corriente – Pasivo Corriente

LOS COSTOS TOTALES están conformados por:

Costos fijos Totales por Periodo de Tiempo (CFT)

Costos Variables Totales por Periodo de Tiempo (CVT)

Costo Variable por Unidad de Producto (CVU)

Costo Total (CT) $CT = CFT + CVT$

Traer a la memoria:

- **Proyecto:** es el planteamiento de un conjunto de actividades que permiten alcanzar un objetivo en un determinado tiempo, dando respuesta a unos problemas o necesidades.
- **Un proyecto** es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único. La naturaleza temporal de los proyectos indica un principio y un final definidos. El final se alcanza cuando se logran los objetivos del proyecto o cuando se termina el proyecto porque sus objetivos no se cumplirán o no pueden ser cumplidos, o cuando ya no existe la necesidad que dio origen al proyecto. Temporal no necesariamente significa de corta duración. Guía P.M.I. (2009).
- **Empresa:** Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 25, Decreto 410 DE 1971 - Código de Comercio

Tener en cuenta que:

Los proyectos se pueden clasificar en:

- **Productivos:** cuando el propósito que busca es generar riqueza mediante la creación de una nueva unidad de negocios o la reinversión o mejoras en empresas ya creadas.
- **Sociales:** la finalidad de los proyectos sociales es satisfacer necesidades y solucionar problemas para beneficio de la comunidad sin que prime la creación de riqueza.



- **Públicos:** este tipo de proyectos son formulados y desarrollados mediante recursos del estado para beneficio de la comunidad.
- **Privados:** estos proyectos son desarrollados por particulares que generalmente buscan crear riqueza para quienes realizan los aportes en la constitución de la unidad de negocio.

5 GLOSARIO

TÉRMINO/ PALABRA DEFINICIÓN CONTEXTUAL / SIGNIFICADO

Proyecto adj. Geom. Representado en perspectiva.

m. Planta y disposición que se forma para la realización de un tratado, o para la ejecución de algo de importancia.

m. Designio o pensamiento de ejecutar algo.

m. Conjunto de escritos, cálculos y dibujos que se hacen para dar idea de cómo ha de ser y lo que ha de costar una obra de arquitectura o de ingeniería.

m. Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva.

Es el planteamiento de un conjunto de actividades que permiten alcanzar un objetivo en un determinado tiempo, dando respuesta a unos problemas o necesidades.

Productivo adj. Que tiene virtud de producir.

adj. Que es útil o provechoso.

adj. Econ. Que arroja un resultado favorable de valor entre precios y costes.

Social 1. adj. Perteneciente o relativo a la sociedad.

adj. Perteneciente o relativo a una compañía o sociedad, o a los socios o compañeros, aliados o confederados

Público, ca 1. adj. Notorio, patente, manifiesto, visto o sabido por todos.

adj. Vulgar, común y notado de todos. Ladrón público

adj. Se dice de la potestad, jurisdicción y autoridad para hacer algo, como contrapuesto a privado.

adj. Perteneciente o relativo a todo el pueblo.

Común del pueblo o ciudad.

m. Conjunto de las personas que participan de unas mismas aficiones o con preferencia concurren a determinado lugar. Cada escritor, cada teatro tiene su público

m. Conjunto de las personas reunidas en determinado lugar para asistir a un espectáculo o con otro fin semejante.

En algunas universidades, acto público, compuesto de una lección de hora y defensa de una conclusión, que se tenía antes del ejercicio secreto para recibir el grado mayor.

Privado, da. 1. adj. Que se ejecuta a vista de pocos, familiar y domésticamente, sin formalidad ni ceremonia alguna.

adj. Particular y personal de cada individuo.

adj. Que no es de propiedad pública o estatal, sino que pertenece a particulares. Clínica privada

adj. Can. Muy contento, lleno de gozo. ESTAR privado

m. Persona que tiene privanza.

f. retrete (|| aposento).

f. Plasta grande de suciedad o excremento echada en el suelo o en la calle

Idea. f. Primero y más obvio de los actos del entendimiento, que se limita al simple conocimiento de algo.

f. Imagen o representación que del objeto percibido queda en la mente. Su idea no se borra jamás de mi mente.

f. Conocimiento puro, racional, debido a las naturales condiciones de nuestro entendimiento. La justicia es idea innata.

f. Plan y disposición que se ordena en la fantasía para la formación de una obra. La idea de un sermón. La idea de un palacio.

f. Intención de hacer algo. Tener, llevar idea de casarse, de huir.

f. Concepto, opinión o juicio formado de alguien o algo. Tengo buena idea de Antonio. He formado idea del asunto.

f. Ingenio para disponer, inventar y trazar una cosa. Es hombre de idea. Tiene idea para estos trabajos.

f. ocurrencia (|| idea inesperada). Tengo una idea para solucionarlo.

f. coloq. manía (|| extravagancia). Lo perseguía una idea. U. m. en pl.

f. Fil. En el platonismo, ejemplar eterno e inmutable que de cada cosa criada existe en la mente divina.

f. pl. Convicciones, creencias, opiniones. Persona de ideas avanzadas.

Pre inversión: Corresponde a todos los estudios que se precisa adelantar antes de tomar la decisión de canalizar recursos hacia algún objetivo particular. Miranda, J. (2005).

Inversión Es básicamente una etapa de movilización de recursos tanto humanos, como financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa. Miranda, J. (2005).

Operación Corresponde a una actividad permanente y rutinaria encaminada a la producción de un bien o a la prestación de un servicio; es la etapa, repetimos, en la cual se cumple el objetivo social de la empresa. Miranda, J. (2005).

Evaluación ex-post Los proyectos en operación son objeto de análisis con el fin de contrastar si los planteamientos y expectativas resultantes del estudio de preinversión se dieron en la ejecución y si se están presentando en la operación; con el fin de verificar la bondad de los instrumentos de captura, procesamiento y análisis de la información y los mecanismos de decisión utilizados. Miranda, J. (2005).

Empresa Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 25, Decreto 410 DE 1971 - Código de Comercio

Estudio del mercado Permitirá identificar el comportamiento del mercado, para el producto o servicio a desarrollar, determinar la cantidad de demanda, el perfil de los consumidores, analizar la competencia, los precios de mercado, entre otros

Estudio de soporte Incluye el estudio técnico que definirá el proceso de producción, el tamaño del proyecto y su localización, las materias primas, la mano de obra y los costos de fabricación; la estructura organizacional y legal, así como los impactos ambientales que pueda generar la realización del proyecto.

Análisis de riesgos Identificará las áreas, procesos y actividades que puedan afectar el normal desarrollo en la ejecución del proyecto. Definirá las posibles acciones para la reducción, eliminación o transformación de los riesgos.

Evaluación financiera Determinará la viabilidad económica del proyecto y establecerá los flujos de caja con sus respectivos ingresos y egresos proyectados.

TÉRMINO/ PALABRA DEFINICIÓN CONTEXTUAL / SIGNIFICADO

Estudio del mercado Permitirá identificar el comportamiento del mercado, para el producto o servicio a desarrollar, determinar la cantidad de demanda, el perfil de los consumidores, analizar la competencia, los precios de mercado, entre otros.

Producto m. Cosa producida.

m. Caudal que se obtiene de algo que se vende, o el que ello reditúa.

m. Mat. Cantidad que resulta de la multiplicación.

Es el resultado de la transformación de unos elementos materiales con intervención de mano de obra y máquinas en un bien que satisface necesidades y deseos.

Serviciom. Acción y efecto de servir.

Es el resultado de la realización de actividades personales y de procesos en un bien intangible que satisface necesidades y deseos. (Educación, salud, mantenimiento de vehículos, entre otros).

Demanda Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca, 2013).

Oferta Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2013)

Precio. m. Valor pecuniario en que se estima algo.

m. Esfuerzo, pérdida o sufrimiento que sirve de medio para conseguir algo, o que se presta y padece con ocasión de ello. Al precio de su salud va fulano saliendo de apuros

m. Premio o prez que se ganaba en las justas.

Der. Contraprestación dineraria.

m. p. us. Estimación, importancia o crédito. Es hombre de gran precio

El estudio de soporte Incluye el estudio técnico que definirá el proceso de producción, el tamaño del proyecto y su localización, las materias primas, la mano de obra y los costos de fabricación; la estructura organizacional y legal así como los impactos ambientales que pueda generar la realización del proyecto.

Riesgo Contingencia o proximidad de un daño.

m. Cada una de las contingencias que pueden ser objeto de un contrato de seguro.

Análisis de riesgos Identificará las áreas, procesos y actividades que puedan afectar el normal desarrollo en la ejecución del proyecto. Definirá las posibles acciones para la reducción, eliminación o transformación de los riesgos.

Evaluación financiera Determinará la viabilidad económica del proyecto y establecerá los flujos de caja con sus respectivos ingresos y egresos proyectados

TÉRMINO/ PALABRA DEFINICIÓN CONTEXTUAL / SIGNIFICADO

Administración f. Acción y efecto de administrar.

f. Empleo de administrador.

f. Casa u oficina donde el administrador y sus dependientes ejercen su empleo.

f. En los Estados Unidos de América y otros países, equipo de gobierno que actúa bajo un presidente.

Análisis de riesgos Identificará las áreas, procesos y actividades que puedan afectar el normal desarrollo en la ejecución del proyecto. Definirá las posibles acciones para la reducción, eliminación o transformación de los riesgos

Demanda Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca, 2013).

Diseño organizacional Proceso por medio del cual los gerentes seleccionan y administran los aspectos de estructura y cultura para que una organización pueda controlar las actividades necesarias con las que logra sus metas. (Jones, 2008).

Diseño organizacional Proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones. Se pueden representar las conexiones entre varias divisiones o departamentos de una organización o un organigrama.

Empresa Toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio

Entornom. Ambiente, lo que rodea.

m. Inform. Conjunto de condiciones extrínsecas que necesita un sistema informático para funcionar, como el tipo de programación, de proceso, las características de las máquinas que lo componen, etc.

m. Mat. Conjunto de puntos vecinos a otro.

m. Ar. Pliegue que se hace a la ropa en el borde.

m. ant. contorno

Evaluación ex-post Los proyectos en operación son objeto de análisis con el fin de contrastar si los planteamientos y expectativas resultantes del estudio de preinversión se dieron en la ejecución y si se están presentando en la operación; con el fin de verificar la bondad de los instrumentos de captura, procesamiento y análisis de la información y los mecanismos de decisión utilizados. Miranda, J. (2005).

Evaluación financiera Determina la viabilidad económica del proyecto y establecerá los flujos de caja con sus respectivos ingresos y egresos proyectados.

Factores internos Variables que afectan el desarrollo de las actividades dentro de la organización. Son variables controlables.

Factores externos Variables que afectan el desarrollo de las actividades de la organización. Son variables no controlables.

Fin

amb. Término, remate o consumación de algo. U. m. en m.

m. Límite, confín.

m. Objeto o motivo con que se ejecuta algo.

Idea Referida como la solución de problemas, satisfacción de necesidades, innovación y mejoras en productos o servicios y oportunidades de negocios que puedan aprovecharse.

Inversión Etapa de movilización de recursos tanto humanos, como financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa. Miranda, J. (2005).

Mercado

Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

Lugar físico o virtual donde concurren oferentes (vendedores o fabricantes) y demandantes (compradores o consumidores), donde se ponen de acuerdo en un precio para intercambiar bienes o servicios.

Oferta Cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2013).

Operación Corresponde a una actividad permanente y rutinaria encaminada a la producción de un bien o a la prestación de un servicio; es la etapa, repetimos, en la cual se cumple el objetivo social de la empresa. Miranda, J. (2005).

Organización

Como un grupo de personas que trabajan en conjunto para crear valor agregado. En organizaciones lucrativas dicho valor agregado se traduce en utilidades; en organizaciones no lucrativas, como las caritativas, puede ser la satisfacción de necesidades.

(Koontz, H., Weihrch, H., y Cannice, M., 2012).

f. Acción y efecto de organizar u organizarse.

f. Disposición de los órganos de la vida, o manera de estar organizado el cuerpo animal o vegetal.

f. Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.

f. Disposición, arreglo, orden.

Proyecto adj. Geom. Representado en perspectiva.

m. Planta y disposición que se forma para la realización de un tratado, o para la ejecución de algo de importancia.

m. Diseño o pensamiento de ejecutar algo.

m. Conjunto de escritos, cálculos y dibujos que se hacen para dar idea de cómo ha de ser y lo que ha de costar una obra de arquitectura o de ingeniería.

m. Primer esquema o plan de cualquier trabajo que se hace a veces como prueba antes de darle la forma definitiva.

Planteamiento de un conjunto de actividades que permiten alcanzar un objetivo en un determinado tiempo, dando respuesta a unos problemas o necesidades.

Pre-inversión Corresponde a todos los estudios que se precisa adelantar antes de tomar la decisión de canalizar recursos hacia algún objetivo particular. Miranda, J. (2005)

Riesgo

m. Contingencia o proximidad de un daño.

m. Cada una de las contingencias que pueden ser objeto de un contrato de seguro.

Es el grado de variabilidad o contingencia de una inversión. Mayor rentabilidad mayor riesgo. Existen varias clases de riesgos: de mercado, de solvencia, jurídicos, de liquidez, de tasa de cambio, de tasa de interés, etc. Miranda, J. (2005).

Precio.

m. Valor pecuniario en que se estima algo.

m. Esfuerzo, pérdida o sufrimiento que sirve de medio para conseguir algo, o que se presta y padece con ocasión de ello. Al precio de su salud va fulano saliendo de apuros

m. Premio o prez que se ganaba en las justas.

m. Der. Contraprestación dineraria.

m. p. us. Estimación, importancia o crédito. Es hombre de gran precio

Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el bien o servicio. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

Producto m. Cosa producida.

m. Caudal que se obtiene de algo que se vende, o el que ello reditúa.

m. Mat. Cantidad que resulta de la multiplicación.

Es el resultado de la transformación de unos elementos materiales con intervención de mano de obra y máquinas en un bien que satisface necesidades y deseos.

Servicio Es el resultado de la realización de actividades personales y de procesos en un bien intangible que satisface necesidades y deseos. (Educación, salud, mantenimiento de vehículos, entre otros).

Sistema

Conjunto de elementos (partes o áreas componentes del sistema) relacionados dinámicamente, es decir, en interacción (para formar una red de comunicación cuyos elementos son interdependientes) que realizan una actividad (operación o proceso del sistema) para alcanzar un objetivo o propósito (finalidad del sistema) que operan sobre datos, energía o materia (que constituyen los insumos o entradas de recursos necesarios para que opere el sistema) tomados del ambiente que circunda al sistema (y con el cual el sistema interactúa dinámicamente) para producir información, energía o materia (que constituyen las salidas o resultados de la actividad del sistema).

Valor

m. Grado de utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite.

m. Cualidad de las cosas, en virtud de la cual se da por poseerlas cierta suma de dinero o equivalente.

m. Alcance de la significación o importancia de una cosa, acción, palabra o frase.

m. Cualidad del ánimo, que mueve a acometer resueltamente grandes empresas y a arrostrar los peligros. U. t. en sent. peyor., denotando osadía, y hasta desvergüenza. ¿Cómo tienes valor para eso? Tuvo valor de negarlo.

m. Subsistencia y firmeza de algún acto.

m. Fuerza, actividad, eficacia o virtud de las cosas para producir sus efectos.

m. Rédito, fruto o producto de una hacienda, estado o empleo.

m. Equivalencia de una cosa a otra, especialmente hablando de las monedas.

m. Persona que posee o a la que se le atribuyen cualidades positivas para desarrollar una determinada actividad.
Es un joven valor de la guitarra.

m. Fil. Cualidad que poseen algunas realidades, consideradas bienes, por lo cual son estimables. Los valores tienen polaridad en cuanto son positivos o negativos, y jerarquía en cuanto son superiores o inferiores.

m. Mús. Duración del sonido que corresponde a cada nota, según la figura con que esta se representa.

m. Pint. En una pintura o un dibujo, grado de claridad, media tinta o sombra que tiene cada tono o cada pormenor en relación con los demás.

m. pl. Títulos representativos o anotaciones en cuenta de participación en sociedades, de cantidades prestadas, de mercaderías, de depósitos y de fondos monetarios, futuros, opciones, etc., que son objeto de operaciones mercantiles. Los valores están en alza, en baja, en calma.

6 BIBLIOGRAFÍA

- Este capítulo recomienda al estudiante las fuentes de consulta bibliográficas y digitales para ampliar su conocimiento, por lo tanto, deben estar en la biblioteca digital de la Remington. Utilice la biblioteca digital <http://biblioteca.remington.edu.co/es/> para la consulta de bibliografía a la cual puede acceder el estudiante.
- Baca, G. (2013). Evaluación de Proyectos. Bogotá D.C.: McGraw-Hill.
- Gutiérrez, J. I. A. (2005). Investigación de Mercados. España: International Thomson Editores, SA.
- MURCIA, J. D. (2009). PROYECTOS: Formulación y criterios de evaluación. Bogotá: Alfaomega.
- PMI, M. (2009). Guía de los Fundamentos para la dirección de proyectos (Guía del PMBOK). Project Management Inst.
- Sapag, N., & Sapag, R., (2008). Preparación y evaluación de proyectos (Quinta Edición ed.). Bogotá D.C.: Mc Graw Hill.
- Sapag, N. (2011). Proyectos de inversión Formulación y evaluación. Segunda edición. Chile: Pearson Educación. https://www.academia.edu/5276345/Proyectos_de_Inversi%C3%B3n_-_Nassir_Sapag_Cha%C3%ADn_-_2_Edici%C3%B3n.
- Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento
- Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
- Código de Comercio
- Miranda, J. (2005). Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental. Quinta edición. Bogotá: MMEditores.
http://www.antioquia.gov.co/antioquia-v1/organismos/planeacion/banco_proyectos/libro_gestion_proy.html
https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=Cme7JPBsR0cC&oi=fnd&pg=PR11&dq=GESTION+DE+PROYECTOS+IDENTIFICACION+%E2%80%93+FORMULACION+EVALUACION+FINANCIERA+%E2%80%93+ECONOMICA+%E2%80%93+SOCIAL+%E2%80%93+AMBIENTAL+JUAN+JOSE+MIRANDA+MIRANDA+&ots=jes0ERc5VE&sig=QdT4knx8Gal3k3JtL6P9U7pwU8M&redir_esc=y#v=onepage&q=GESTION%20DE%20PROYECTOS%20IDENTIFICACION%20%E2%80%93%20FORMULACION%20EVALUACION%20FINANCIERA%20%E2%80%93%20ECONOMICA%20%E2%80%93%20SOCIAL%20%E2%80%93%20AMBIENTAL%20JUAN%20JOSE%20MIRANDA%20MIRANDA&f=false

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing, Decimocuarta edición. México: Pearson educación.
- Pimentel, E., (2008). Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión. Aspectos Teóricos y Prácticos

6.1 FUENTES DIGITALES O ELECTRÓNICAS

- Sapag, N. (2011). Proyectos de inversión Formulación y evaluación.
- Segunda edición. Chile: Pearson Educación.
https://www.academia.edu/5276345/Proyectos_de_Inversi%C3%B3n_-_Nassir_Sapag_Cha%C3%ADn_-_2_Edici%C3%B3n
- www.bdigital.unal.edu.co/1901/1/71366476.20101.pdf
- Contreras, J. Administración, 2006. Recuperado el 21 de enero de 2015, del sitio Web de <http://www.joseacontreras.net/admon/>
- KOTLER, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing, Decimocuarta edición. Pearson educación. México.
- http://www.radiozonamistica.com/temporal/Marketing_Kotler-Armstrong.pdf