

Contenido

PREFACIO	XI
PREFACIO A LA SEGUNDA EDICIÓN	XIII
PARTE I	
ELEMENTOS CONCEPTUALES Y PREPARACIÓN DE LA EVALUACIÓN	
Objetivo general	1
Objetivos específicos	1
1.1. Qué es un proyecto	1
1.2. Por qué se invierte y por qué son necesarios los proyectos	2
1.3. Decisión sobre un proyecto	2
1.4. Evaluación	3
1.5. Proceso de preparación y evaluación de proyectos	4
1.5.1. Partes generales de la evaluación de proyectos	4
1.5.2. La evaluación de proyectos como un proceso y sus alcances	5
1.5.3. Introducción y marco de desarrollo	7
1.5.4. Estudio del mercado	7
1.5.5. Estudio técnico	8
1.5.6. Estudio económico	9
1.5.7. Evaluación económica	10
1.5.8. Análisis y administración del riesgo	10
1.6. Criterio de este texto	10
1.7. Resumen	11
1.8. Preguntas y problemas	11
1.9. Bibliografía	12
PARTE II	
ESTUDIO DEL MERCADO	
Objetivo general	13

Objetivos específicos	13
2.1. Objetivos y generalidades	13
2.1.1. Definición	14
2.1.2. Estructura de análisis	14
2.1.3. Pasos que deben seguirse en la investigación	15
2.2. Definición del producto	16
2.3. Naturaleza y usos del producto	16
2.4. Análisis de la demanda	17
2.4.1. Definición	17
2.4.2. Cómo se analiza la demanda	17
2.4.3. Recopilación de información de fuentes secundarias	19
2.4.4. Métodos de proyección	20
2.4.5. Regresión y correlación lineal con dos y tres variables. Método de mínimos cuadrados	22
2.4.6. Métodos de series de tiempo	27
2.4.7. Método de suavización exponencial	30
2.5. Recopilación de información de fuentes primarias	31
2.5.1. Cómo se recopila información	31
2.5.2. Procedimiento de muestreo y determinación del tamaño de la muestra	33
2.5.3. Medición e interpretación	35
2.5.4. Procedimientos no probabilísticos de muestreo	38
2.6. Análisis de la oferta	39
2.6.1. Definición	39
2.6.2. Principales tipos de oferta	39
2.6.3. Cómo se analiza la oferta	40
2.6.4. Proyección de la oferta	40
2.7. Importaciones y exportaciones	40
2.8. Determinación de la demanda potencial insatisfecha	42
2.8.1. Definición	41
2.8.2. Cálculo de la demanda potencial insatisfecha	42
2.9. Análisis de los precios	43
2.9.1. Definición	43
2.9.2. Tipos de precios	45
2.9.3. Cómo se determina el precio	45
2.9.4. Proyección del precio del producto	46
2.10. Comercialización del producto	47
2.10.1. Definición	47
2.10.2. Canales de distribución y su naturaleza	49
2.10.3. Cómo seleccionar el canal más adecuado para la distribución del producto	50
2.11. Conclusiones del estudio de mercado	51
2.12. Resumen	51
Presentación práctica del estudio de mercado	53
Contenido del caso práctico y desarrollo	53
Preguntas y problemas	93
Bibliografía	99

PARTE III**ESTUDIO TÉCNICO**

Objetivo general	107
Objetivos específicos	107
3.1. Objetivos y generalidades del estudio técnico. Partes que lo conforman	107
3.2. Determinación del tamaño óptimo de la planta	108
3.2.1. Definición	108
3.2.2. Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta	109
3.2.3. Método de Lange	111
3.2.4. Otros métodos	112
3.2.5. Consideraciones sobre el tamaño cuando se realiza un estudio de reemplazo de equipo	112
3.3. Localización óptima del proyecto	113
3.3.1. Definición	113
3.3.2. Método cualitativo por puntos. Ventajas y desventajas	113
3.3.3. Método cuantitativo de Vogel. Ventajas y desventajas	114
3.4. Ingeniería del proyecto	115
3.4.1. Objetivos generales	115
3.4.2. Proceso de producción	116
3.4.3. Técnicas de análisis del proceso de producción	116
Diagrama de bloques	116
Diagrama de flujo	116
Cursograma analítico	116
3.5. Factores relevantes que determinan la adquisición de equipo y maquinaria	120
3.6. Distribución de planta	121
3.6.1. Objetivos y principios básicos de la distribución de planta	121
3.6.2. Tipos de proceso y sus características	121
3.6.3. Métodos de distribución. Diagrama de recorrido y SLP	122
3.7. Cálculo de las áreas de la planta. Bases de cálculo	126
3.8. Organización del recurso humano y organigrama general de la empresa	128
3.9. Marco legal de la empresa y factores relevantes	129
3.10. Resumen	131
Presentación práctica del estudio técnico. Contenido y desarrollo	132
Preguntas y problemas	147
Bibliografía	148

PARTE IV**ESTUDIO ECONÓMICO**

Objetivo general	165
Objetivos específicos	165
4.1. Objetivos generales y estructuración	165
4.2. Determinación de los costos	166

VIII

4.2.1.	Costos de producción	167
4.2.2.	Costos de administración	168
4.2.3.	Costos de venta	168
4.2.4.	Costos financieros	169
4.3.	Inversión total inicial: fija y diferida	169
4.4.	Cronograma de inversiones	170
4.5.	Depreciaciones y amortizaciones	170
4.6.	Capital de trabajo	172
4.7.	Punto de equilibrio	175
4.8.	Estado de resultados pro-forma	177
4.9.	Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento	179
4.10.	Financiamiento. Tabla de pago de la deuda	182
4.11.	Balance general	184
4.12.	Resumen	186
	Presentación práctica del estudio económico. Contenido y desarrollo	187
	Preguntas y problemas	214
	Bibliografía	214

PARTE V**EVALUACIÓN ECONÓMICA**

Objetivo general	217
Objetivos específicos	217
5.1. Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo	217
5.1.1. Valor presente neto (VPN). Definición. Ventajas y desventajas	219
5.1.2. Tasa interna de rendimiento (TIR). Definición. Ventajas y desventajas	221
5.1.3. Evaluación económica en caso de reemplazo de equipo y maquinaria	227
5.2. Métodos de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo	229
5.2.1. Razones financieras. Usos. Ventajas y desventajas	229
5.3. Análisis de sensibilidad	233
5.4. Flujo anual uniforme equivalente y razón beneficio/costos.	234
Usos	234
5.5. Resumen	235
Presentación práctica de la evaluación económica	236
Preguntas y problemas	242
Bibliografía	243
Simbología utilizada en el texto	243

PARTE VI**ANÁLISIS Y ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO**

Objetivo general	251
-------------------------	-----

Objetivos específicos	251
6.1. Objetivos y generalidades del análisis y administración del riesgo	251
6.2. Crítica de la teoría actual del riesgo	253
6.3. Métodos de evaluación económica que elimina el factor inflacionario	261
6.4. Nivel mínimo de ventas en el que el proyecto sigue siendo rentable	269
6.5. Enfoque propuesto para abordar el problema	272
Índice alfabético	277