

Proyecto de Inversión

Rodrigo Arellano¹

Noviembre 2024

¹Al servin que hizo las notas, yo nomás hago que se vea bonito

Índice general

1. Proyectos	1
1.1. Definición de proyectos	1
1.1.1. Tipos de proyectos	1
1.1.2. Origen de proyectos	2
2. Estudio de mercado	3
2.1. Objetivo	3
2.2. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas	4
2.3. Conceptos básicos asociados	4
2.3.1. Tipos de mercado	5
3. Estudio técnico	7
3.1. Tamaño de la planta	7
3.1.1. El análisis del tamaño de un proyecto	7
4. Estudio Económico-Financiero	9
4.1. Inversiones	9
4.1.1. Inicial	9
4.1.2. Fija	9
4.1.3. Diferida	9
4.2. Determinación de costos de producción	10
4.3. Depreciación y amortización	12
A. ¿Qué es el análisis FODA?	15

Capítulo 1

Proyectos

1.1. Definición de proyectos

Al hablar de proyectos se tiene en mente algo estructurado técnicamente. Se considera que la preparación y evaluación de proyectos busca recopilar, crear y analizar de una forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que nos permitan juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada iniciativa. Se estima que un proyecto es la indagación de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver entre otras, una necesidad humana

1.1.1. Tipos de proyectos

Se puede afirmar que los proyectos industriales son de:

- Implantación
- Introducción de una nueva unidad de producción
- Extensión
- Expansión de instalaciones productivas
- Renovación
- Por obsolescencia de instalaciones y equipos manteniendo la misma capacidad

- Reubicación
- Por modificación de los precios de los componentes

Se considera que los proyectos privados surgen como respuesta a dos tipos de estímulos:

- Se tiene presencia de un mercado amplio y en crecimiento
- Por la presencia de estímulos financieros, fiscales y cambiarios establecidos por las autoridades gubernamentales. Esto en beneficio de ciertas áreas preferenciales de inversión, ya sea en términos sectoriales y regionales

1.1.2. Origen de proyectos

Un proyecto de inversión puede surgir a causa de las siguientes circunstancias:

- Por la realización de estudios sectoriales
- De un programa global de desarrollo
- Sustitución de importaciones
- Crecimiento de la demanda interna
- Demanda insatisfecha

Capítulo 2

Estudio de mercado

2.1. Objetivo

Mediante el Estudio de Mercado se pretende atender un grupo de personas con necesidades por satisfacer, los cuales cuentan con ingresos y voluntad para invertir (gastar).

Para lograr lo anterior, la satisfacción del cliente (consumidor) se debe de tener presente las siguientes cuestiones:

- Descubir necesidades actuales y futuras de los clientes
- Determinar la posición de los competidores en la mente de los clientes e intermediarios
- Revisar las barreras que impiden tener la oportunidad de participar en el mercado
- Considerar las amenazas actuales y potenciales así como las oportunidades, inluendo los avances tencológicos, los cambios arancelarios, de los capitales, la mano de obra, la energía y los demás costos de insumos. Las exigencias actuales de anticontaminación y otros factores que podrían afectar la competitividad.
- Investigar a los posibles competidores del área manufacturera a la cual pretendemos ingresar y ganar un segmento del mercado
- Conocer las necesidades establecidas por las futuras empresas competidoras

- Recopilar, organizar y estudiar la información
- Establecer las estrategias indicadas de acuerdo al estudio de la información, y posteriormente observar el comportamiento de nuestra empresa

2.2. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

El análisis FODA es una herramienta estratégica para conocer la situación de una empresa, identifica las amenazas y oportunidades que surgen del ambiente; y las fortalezas y debilidades internas de la organización.

2.3. Conceptos básicos asociados

Para los fines generales de la ciencia Econmica, puede concebirse un mercado como un lugar físico donde se compra y se vende, donde en un momento dado solo hay un precio para un producto dado. Este concepto puede incluir mercados como los de cualquier gran ciudad, y también las grandes bolsas de artículos y valores. El mercado ha sido definido como el área en el cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda.

Importancia

Al efectuar un estudio de mercado este nos permite determinar ciertos valores a cerca del producto propuesto.

- Determinar las características del bien a producir
- Determinar las características y delimitar el área del mercado potencial
- Determinar el uso del bien a producir
- Determinar los subproductos si los hubiera

2.3.1. Tipos de mercado

- Competencia pura
- Monopolio puro
- Oligopolio
- La competencia monopolística

Capítulo 3

Estudio técnico

3.1. Tamaño de la planta

Uno de los aspectos fundamentales del estudio técnico de un proyecto es la identificación de su tamaño. El estudio del mercado provee información para la estimación de una demanda futura, que puede ser variable en el tiempo en que sirve como referencia para la determinación del tamaño del proyecto.

Sin embargo bien el tamaños controlable a largo plazo, manifiesta una considerable inflexibilidad para adecuarse a las condiciones imperantes a través del tiempo. Para ello, es fundamental que el criterio de decisión se base en la máxima rigurosidad científica posible para evitar arbitrariedades.

En este capítulo se analizan distintos métodos para la definición del tamaño adecuado para un proyecto. Obviamente de deberá elegir el más apropiado a cada situación sobre la base de los criterios que se proporcionan en las siguientes páginas.

3.1.1. El análisis del tamaño de un proyecto

Capítulo 4

Estudio Económico-Financiero

4.1. Inversiones

El monto de la inversión es la suma que el inversionista arriesga si acepta participar en un proyecto, con los desembolsos; y que no se haran si no se lo ejecuta.

4.1.1. Inicial

La inversión inicial abarca la adquisición de todos los activos fijos o tangibles o deferidos e intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo

4.1.2. Fija

Se entiende por activo tagible (que se puede tocar) o fijo, los bienes propiedades de la empresa, tales como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehiculos de transporte, herramientas entre otros. Se le llama fijo por que la empresa no puede desprenderse facilmente de él sin que con ello ocasione problemas a sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante).

4.1.3. Diferida

Se entiende por activo intangible el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para el funcionamiento, entre ellos patentes de invención,

marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos y de instalación y puesta en marcha, contratos de servicio (luz, teléfono, télex, agua, corriente trifásica y servicios notariales), estudios que tienden a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación de personal dentro y fuera de la empresa, entre otros. En el caso del costo del terreno, éste debe incluir: el precio de compra del lote, las comisiones a agentes, honorarios y gastos notariales, y aún el costo de demolición de estructuras existentes que no se necesiten para los fines que se pretenda dar al terreno. En el caso del costo de equipo y la maquinaria, debe verificarse si éste incluye fletes, instalaciones y puesta en marcha. En la evaluación de proyectos se acostumbra presentar la lista de datos los activos tangibles e intangibles, anotando que se incluya en cada uno de ellos.

4.2. Determinación de costos de producción

El cálculo de los gastos o costos de producción se realiza asignando precios a los distintos recursos requeridos, físicamente cuantificados de acuerdo con los estudios de ingeniería.

Sólo se considerará aquí la valoración a precios de mercado, señalando en los casos pertinentes las informaciones que podrían ser útiles y necesarias para la valoración social.

Para calcular y presentar los costos de producción de un proyecto se comienza por desglosarlos en rubros parciales, de manera parecida a la empleada en la contabilidad de las empresas que están funcionando, para lo cual consideraremos.

- Las materias primas que han de transformarse en satisfactores o bienes materiales.
- El trabajo necesario para transformar los materiales en productos. La suma de los costos de estos elementos forman el costo primo.
- A los factores anteriores hay que agregarles los equipos y maquinaria necesaria para la transformación de los materiales en productos, cuyas depreciaciones deben considerarse como un elemento del costo de la producción, al igual que el pago de la renta o depreciación de un

edificio; los gastos generales de la fabricación tales como la energía, el alumbrado, el material indirecto, el trabajo directo, y otros que corresponden a la actividad productora en su conjunto, difícil de cargarse directamente a los productos. Todas estas partidas corresponden a los gastos indirectos de producción, construyendo el tercer elemento de los costos producción.

Estos conceptos pueden resumirse de la siguiente forma:

$$\begin{array}{c} \text{Costo} \\ \text{de} \\ \text{producción} \end{array} = \begin{array}{c} \text{Costo primo} \\ \left[\begin{array}{c|c} \text{Costo de la} & \text{Costo del} \\ \text{materia prima} & \text{trabajo} \end{array} \right] + \begin{array}{c} \text{Gastos} \\ \text{de} \\ \text{producción} \end{array} \quad (4.1)$$

Para lograr coordinar los diversos factores de la producción se necesita capacidad organizadora y administrativa, así como un adecuado sistema de ventas, las cuales son auxiliares para obtener una eficiente distribución de los productos; de ahí que se les considere costos de distribución, cuya formula se puede expresar de la siguiente forma.

$$\begin{array}{c} \text{Costos de} \\ \text{distribución} \end{array} = \begin{array}{c} \text{Gastos de} \\ \text{administración} \end{array} + \begin{array}{c} \text{Costo de} \\ \text{venta} \end{array} \quad (4.2)$$

Por lo que el total estará integrado por:

$$\text{Costo total} = \begin{array}{c} \text{Costo de} \\ \text{producción} \end{array} + \begin{array}{c} \text{Costo de} \\ \text{distribución} \end{array} \quad (4.3)$$

Para obtener los precios de venta, es decir, el ingreso que debe cubrir el costo total más el margen de utilidad, se le agrega un determinado porcentaje de ganancia.

$$\begin{array}{c} \text{Precio de} \\ \text{venta} \end{array} = \begin{array}{c} \text{Costo} \\ \text{total} \end{array} + \begin{array}{c} \text{Porcentaje de} \\ \text{utilidad} \end{array} \quad (4.4)$$

Los rubros que integran los costos de un proyecto pueden agruparse de la siguiente manera:

1. Materias primas y otros materiales.
2. Energía y combustible.
3. Mano de obra.

4. Seguros, impuestos y arriendos.
5. Los gastos de ventas.
6. Imprevistos y varios.
7. Depreciación y obsolescencia.

Supongamos ahora los siguientes costos e ingresos:

Costo	Total
Mano de obra directa	\$ 20,000
Materiales directos	25,000
Costo primo	\$ 45,000
Costos indirectos de fabricación	8,000
Costos de fabricación (total)	\$ 53,000
Gastos administrativos	14,200
Costos de producción	\$ 67,000
Costos de ventas	37,150
Costos totales	\$ 104,350
Ingresos	129,000
utilidad	\$ 24,650

4.3. Depreciación y amortización

Con el transcurso del tiempo los activos tagibles renovables (por ejemplo, máquinas o edificios) sufren una pérdida de valor que puede deberse a razones físicas o económicas. La pérdida del valor original por causa del deterioro físico o el desgaste a causa del uso, es lo que integra la depreciación la cual solo se aplica al activo fijo.

La disminución de su valor surgida por causas económico se le conoce como absolencia.

La amortización por el contrario sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que si hemos adquirido una marca comercial, esta con el transcurso del tiempo no sufre una baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización presenta el cargo anual que se debe efectuar para poder recuperar esa inversión. Para realizar la sustitución de los equipos, se sugieren los siguientes criterios.

El trabajo. La vida de trabajo de una máquina depende de su productividad relativa. Se deprecia en 20 años al 5 % anual.

El desgaste. Este depende de las condiciones de operación, su término es de 10 años al 10 % anual.

El envejecimiento. Este originado por la aparición de máquinas nuevas y mejores, para lo cual se considera 7 años al 14 % anual.

Para calcular la depreciación los métodos más usados son:

Apéndice A

¿Qué es el análisis FODA?

El análisis FODA son las siglas de que representan el estudio de *Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas*, de una empresa, un mercado o sencillamente a una persona, este acróstico es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio.

El aporte dinámico que brinda la matriz FODA es *indispensable*. Los negocios nunca permanecen estáticos. Simpre están en movimiento. Lo que se debe intentar hacer es que los negocios siempre se muevan hacia adelante y en positivo, o indefectiblemente se moverán hacia atrás. Dicho análisis usado en un **contexto de negocios**, es valioso porque se concentra en los factores que potenicalmente tienen el mayor impacto en nuestra empresa para ayudarnos a tomar las mejores decisiones y acciones posibles. Esto nos ayuda a tener un mejor enfoque, así como a ser más competitivos y relevantes en los nichos de mercado a los cuales nos dirigimos; procurar un mejor desarrollo y crecimiento de nuestras empresas.