



## Primer parcial - Resumen Administración de Proyectos

Administración De Proyectos (Universidad Abierta Interamericana)

## INVERSION

Asignación de una fuente de recursos (capitales, naturales, humanos, técnicos, etc), a una actividad productiva/comercial a fin de obtener resultados.

## PROYECTO

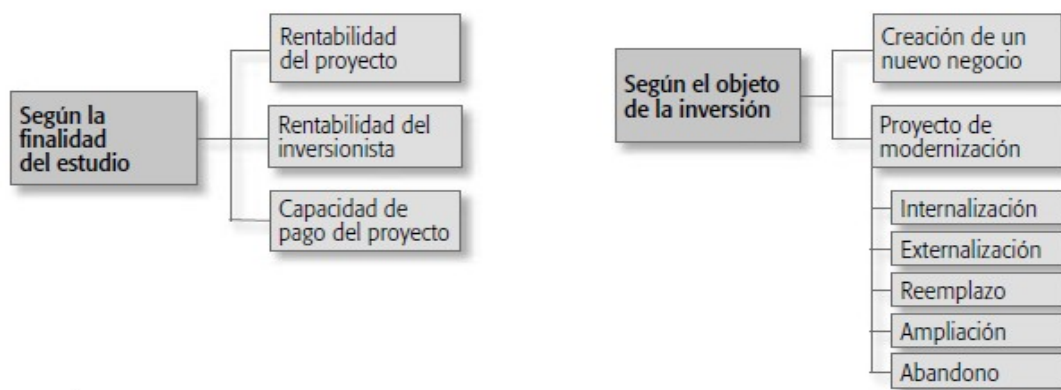
Recopilación de información para evaluar distintas factibilidades, a fin de asignar racionalmente los recursos a una actividad. Este proyecto surge como respuesta a una idea a fin de solucionar un problema, como por ej el reemplazo de maquinaria obsoleta; o bien el aprovechamiento de una oportunidad.

El exitoso o fracaso dependerá de las factibilidades (técnica, legal, ambiental, política, tecnológica, económica), del contexto industrial y del consumidor.

### Etapas de un proyecto de inversión

- **Idea:** búsqueda de posibilidades de mejoramiento en el funcionamiento de una empresa y que surgen de la identificación de problemas o bien oportunidades.
- **Pre – Inversion:** estudio de la viabilidad económica , se puede desarrollar de tres formas distintas:
  - *Perfil:* se basa en info secundaria, gralmente cualitativa, proveniente de expertos o estimaciones. El objetivo es determinar si existen antecedentes que justifiquen abandonar el proyecto.
  - *Pre – Factibilidad:* se proyectan los costos y beneficios, provenientes mayoritariamente de información secundaria.
  - *Factibilidad:* información primaria, generada por la fuente.
- **Inversion:** implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.
- **Operación**

### Tipos de proyectos



## Evaluación social de proyectos

Compara los costos y beneficios que un proyecto puede generar, a fin de aumentar el bienestar social sin rechazar un proyecto de VAN negativo, por ej.

## PLAN DE NEGOCIOS

Es una planificación de las actividades a realizar, la cual nos marca el camino para lograr el objetivo, analizando cada una de las variables y la viabilidad del proyecto. Un plan de negocios, no garantiza el éxito de una inversión, pero si reduce el riesgo y la incertidumbre.

Internamente es una herramienta del proyecto, externamente es su presentación.

### Estructura

- |                            |                    |
|----------------------------|--------------------|
| 1. Resumen ejecutivo       | Equipo             |
| 2. La empresa y el negocio | Plan comercial     |
| 3. Producto o servicio     | Plan de producción |
| 4. Mercado y competencia   | Plan financiero    |
| 5. Economía del negocio    | Cronograma         |

## Modelo de Negocios

Da a conocer la necesidad que satisface o problema que soluciona, para quien esta dirigido y como esta necesidad va a ser satisfecha o el problema resuelto.

## MARKETING

### Proceso de estrategia de Mk

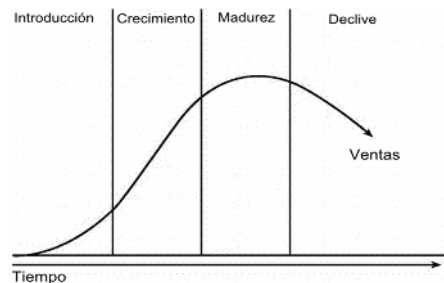
1. **Análisis del consumidor:** se refiere al segmento en el cual trabajamos; el cual debe ser rentable, accesible y que ayude a desarrollar programas de mk. Esta segmentación puede ser geográfica, demográfica, psicología o conductual.

### Criterios para evaluar posibles segmentos

Mensurabilidad – Rentabilidad – Accesibilidad – Estabilidad – Defendibilidad de competido

### 2. Mercado

Factores competitivos claves: Calidad – Precio – Publicidad – I+D - Servicio



3. **Competencia:** aquí utilizaremos el análisis FODA, para compararnos con la competencia. Hay que tener muy en cuenta las barreras de entrada, como por ej: economías de escala, disponibilidad de efectivo, proveedores, legislación o acciones gubernamentales.

## Posicionamiento del producto

Lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

### Pautas del posicionamiento

- Establecer beneficio para el consumidor.
  - Nombre descriptivo.
  - Producto nuevo, nombre nuevo.
  - Responder a un nuevo competidor con nueva marca.
  - Atributos de producto.
  - Comparación con la competencia
4. **Distribucion:** Un canal de distribución es un conducto a través del cual se desplazan los productos desde su punto de producción hasta los consumidores.

¿Cómo puede llegar mi producto al consumidor?

Mayoristas  
Distribuidores  
Representantes de ventas  
Minoristas

5. **Marketing Mix:** producto, precio, plaza, publicidad
6. **Rentabilidad:** determinar costos fijos y variables, como así también el punto de equilibrio.
7. **Revision y control:** revisión de variables y ajuste de expectativas

## **Modelo de Negocios CANVAS**

Forma en que la empresa crea, proporciona y capta valor. Modelo CANVAS: consiste en dividir el modelo en 9 modulos que refleje la lógica de la empresa.

1. Segmentos de mercado: dif personas a quienes nos dirigimos
2. Propuesta de valor: descripción del prod/serv que crea valor a ese segmento
3. Canales: como llegamos a nuestros clientes
4. Relaciones con los clientes: dif tipos de relaciones que establecemos con el cliente. Ej: atención personalizada
5. Fuentes de ingreso: cash Flow
6. Recursos claves: activos + impuestos para el funcionamiento
7. Actividades claves
8. Asociaciones clave: posibles alianzas estratégicas que contribuyen al funcionamiento
9. Estructura de costos

### **Patrones**

Mod de negocios que tienen características similares entre si

### **Modelo de negocio de larga cola**

Tiene el principio de vender menos de mas, ofrece una amplia gama de prod especializados que por separado tienen un menor volumen de ventas. Requiere costos de inventarios bajos y plataformas potentes para acceder fácilmente.

### **Ventajas del CANVAS**

- Simplicidad de interpretación
- Enfoque integral y sistémico: al representar todo en la misma hoja
- Util para cualquier empresa
- Lenguaje visual
- Sinergia y trabajo en equipo
- Analisis estratégico en una hoja

## **ESTUDIO TECNICO**

### **Objetivos**

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto
- Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción.

### **Estudio de Ingeniería del Proyecto**

Analiza la cuantificación y proyección de inversiones, costos e ingresos; a fin de determinar la FUNCION DE PRODUCCION OPTIMA que define las necesidades físicas, de equipamiento, personal y layout necesario.

### **Variables que influyen en el proceso**

- Estudio de mercado
- Estudio legal
- Estudio financiero

### **Clasificación del proyecto, en función de su flujo productivo**

- En serie
- Por pedido
- Por proyecto

### **Elección entre alternativas tecnológicas**

Elegir la alternativa que tenga el menor costo

### **Tamaño óptimo del proyecto**

Se considera óptimo cuando opera con menores costos o maximiza la rentabilidad.

### **Capacidad del proyecto**

- **Nominal:** capacidad que se indica de fábrica, que podrá producir
- **Capacidad normal viable:** la capacidad que se logra en condiciones normales de trabajo
- **Capacidad real**

### **Factores determinantes del tamaño de planta**

- Demanda
- Suministros e insumos
- Tecnología y equipos
- Financiamiento
- Organización

### **Estudio de localización, objetivo: elegir aquella localización que permita las mayores ganancias.**

- Macrolocalización
- Microlocalización

### *Factores de localización*

- Mano de obra
- Disponibilidad de servicios
- Infraestructura
- Etc

### Metodos de evaluación de localización

- No cuantificable
  - Antecedentes industriales
  - Factor preferencial
  - Factor dominante
- Cualitativo por puntos: lista y ponderación
- Metodo de factores ponderados

### **COSTO**

Erogaciones que realiza una entidad a fin de obtener un prod o serv que generara beneficio futuro.  
Se los utiliza como medio de control y para tomar decisiones.

### **Clasificacion**

- **Según imputación**
  - Directos
    - Materiales directos
    - MO Directa
  - Indirectos
    - MO Indirecta
    - Materiales indirectos
    - Gastos indirectos
- **Según comportamiento**
  - Variables
    - MP
    - Materiales
  - Fijos
    - Materiales indirectos
    - MO
    - Gastos (adm, comer, fin)
    - Impuestos y patentes
    - Amort
    - Costo financiero

## CAPITAL DE TRABAJO

Es una inversión que realiza la empresa para financiar el desfase en el periodo de operación de la empresa, es decir el periodo de tiempo que transcurre entre que ocurren los egresos de fondo y el posterior ingreso. Inversión que hace la empresa para financiar su ciclo de efectivo.

### Metodos de calculo del cap de trabajo

- **Metodo corriente:** método contable: Activo corriente – Pasivo corriente. El problema se encuentra en como esta compuesto este activo corriente; efectivo, cuentas a cobrar y bienes de cambio.
- **Metodo Periodo de Desfase:**  $N * \text{Costo diario}$ .  $N = \text{periodo de desfase} - \text{Costo diario} = (\text{fijo} + \text{variable}) / 365$
- **Metodo del Déficit máximo acumulado:** menor valor negativo resultante de la suma de los flujos de caja generados para el proyecto u empresa. Es el mas preciso pero el mas complejo.