

**NOMBRE DEL ALUMNO: CHRISTIAN ESTEVEZ HIDALGO**

**NOMBRE DEL PROFESOR: LIC. MARTHA CECILIA GORDILLO**

**NOMBRE DEL TRABAJO: Ensayo. Formulación de Proyectos de Inversión.**

**MATERIA: FORMULACIÓN DE PROYECTOS**

**GRADO:ING**

## **LA IMPORTANCIA DE LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN Y LA OPORTUNIDAD DE SUS MERCADOS EMERGENTES.**

Las evaluaciones de proyectos están integrados al proceso de planificación que consiste en la toma de decisiones anticipadas de lo que debe ser hecho para alcanzar lo que se desea en el futuro.

Los Proyectos son instrumentos de la Planificación. Hay proyectos de vida, sociales, políticos, históricos, expresan escenarios futuros y tienen distintos métodos de evaluación. Cuándo se habla de un proyecto se refiere a una operación relacionada con un compromiso de recursos para obtener beneficios, en tiempo futuro, durante un período de tiempo. En otros términos estamos refiriéndonos a una inversión que deseamos optimizar en un tiempo determinado.

Un proyecto corresponde a un conjunto de informaciones internas y externas a la empresa que permite estimar las ventajas y desventajas económicas futuras que se generan al destinar recursos para producir un producto o un servicio. Por lo tanto el producto económico obtenido debe superar el valor de los insumos consumidos Esta comparación, de los costos con los beneficios, es lo que se llama evaluación del proyecto.

En cualquier empresa, las finanzas se circunscriben a dos áreas básicas: el financiamiento y la inversión. El financiamiento agrupa básicamente las maneras de allegarse recursos financieros para sus actividades, mientras que la inversión comprende de forma específica la aplicación de recursos a las diversas actividades que llevan a cabo.

Por lo general, las inversiones implican la aplicación de recursos con la esperanza de obtener un beneficio en el futuro. Es cualquier gasto efectuado para el mantenimiento de la empresa, como la compra de bienes duraderos que producen una renta monetaria, siempre y cuando se obtenga un beneficio o rendimiento de ello.

Las inversiones de capital determinan el rumbo de la empresa, pero existe el riesgo de que no sean las apropiadas, o por lo menos, que no sean prioritarias o necesarias para la empresa; El crecimiento de una empresa, e incluso su capacidad para seguir en el mercado y sobrevivir en un entorno que cada vez es más competido, depende del flujo constante de ideas para el desarrollo proyectos de inversión que tengan como finalidad lanzar nuevos productos, mejorar los ya existentes y optimizar las técnicas de producción a un menor costo.

**Cuando el proyecto de inversión consiste en el desarrollo de nuevos productos, se inicia con la búsqueda de ideas. La dirección de marketing debe definir el alcance del producto (o servicio) y del mercado, y especificar cuánto esfuerzo dedicará a desarrollar productos que presenten adelantos importantes, así como a mejorar los productos existentes o de los competidores.**

**Las ideas de nuevos productos provienen de muchas fuentes: clientes, científicos, competidores, empleados, directivos, reclamaciones, demandas, etc., pero las necesidades y deseos de los clientes son el punto de partida ideal para buscar nuevas ideas. Muchas de las mejores ideas se obtienen cuando se pide a los clientes que describan los problemas que les causan los productos actuales.**

**Las inversiones que se realizan tienen por objetivo generar productos o servicios de mejor calidad o acordes a las necesidades del mercado, y coloca a la empresa o al individuo en una situación de competencia que le permite absorber más porciones del mercado o dominar de manera absoluta la parte que ya posee, es decir, asegura el movimiento de sus servicios o productos en el mercado. Con ello se garantizan las ventas de la empresa y, por consiguiente, la obtención de utilidades, incluso un potencial de incremento de éstas. En el mercado, una empresa de este tipo tiene un valor mayor porque práctica-mente asegura utilidades a los dueños de sus acciones**

**Por otro lado, el estudio de mercado indaga en la necesidad que la población en general o poblaciones específicas tienen de un determinado producto o servicio. Explora cuán satisfecha está la demanda de dicho bien y las posibilidades de éxito que tendría una empresa nueva. Esta perspectiva se da en proyectos de planes de negocio. Tal situación puede ser cuando el fin del proyecto es construir una firma nueva, quizás un buque, una planta automotriz, un restaurante, etc. Este apartado brinda luz sobre posibles ingresos que el proyecto es capaz de generar. Esta senda es clave antes de dar el paso hacia el estudio técnico.**

**El proceso de investigación de mercados debe partir de la obtención de información de fuentes confiables, que sean la base para la toma de decisiones. Para la viabilidad comercial es fundamental tomar en consideración elementos como: oferta, demanda, precio de venta del producto, precios de la competencia, costos de producción, canales de comercialización y sus costos, así como gastos de operaciones y publicidad.**

**Uno de los puntos clave para identificar la viabilidad de un proyecto es realizar un estudio del entorno, tener claridad en cuanto a dónde están los clientes y dónde los**

proveedores, comprender las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el proyecto de inversión. Históricamente, se ha identificado una secuencia de actividades que se recomienda realizar al momento de evaluar un proyecto. Se inicia con el estudio de mercado, le sigue el estudio técnico y posteriormente se evalúa el aspecto económico y financiero, estudio organizacional y legal. En años recientes han ganado relevancia los estudios ambientales y sociales.

Durante la fase de estudio técnico se especifica la cantidad que se desea producir, que partirá de la demanda potencial determinada por la fase de estudio de mercado. También se va a incluir la cantidad de horas hombre que se van a emplear, así como el nivel de competencias y habilidades que deben poseer los distintos integrantes del proyecto. En caso de que sea una planta productiva se evaluaría la cantidad de turnos de trabajo. Posterior a esto se genera la optimización del espacio. Lo siguiente es identificar la maquinaria a emplearse, intentando evitar los tiempos muertos tanto de personal como de maquinaria. Asimismo, se recomienda que cada empleado de la empresa u organización pueda desempeñar la mayor cantidad de tareas posibles.

En conclusión, las pymes se enfrentan a diversos retos, uno de ellos es que deban luchar contra grandes empresas y normalmente pierdan. Eso debido a que una empresa trasnacional goza de las ventajas asociadas a su tamaño. Así, en el contexto actual, las empresas pequeñas lucen frágiles ante los embates de sus competidores de mayor cuota de mercado y menores costos de producción, así como mejores cadenas de abastecimiento y presencia de marca. Las grandes empresas pueden imponer mayor presión política (Allami y Cibilis, 2011).

Uno de los problemas que enfrentan los emprendedores respecto al acceso al crédito radica en que los bancos priorizan los préstamos a instituciones de gran tamaño, por representar menor riesgo, y al consumo privado, por representar tasas de ganancias más elevadas (Clavellina Miller, 2013).

En el plano escolar, se ha planteado que, para un estudiante, es capital adquirir competencias que le permitan no sólo integrar un puesto al interior de una empresa, sino poder desarrollar él su propia empresa, con los retos que esto implica.

Existe una serie de riesgos en los que caen los emprendedores cuando no realizan una adecuada evaluación de la factibilidad del proyecto. Así, se enfrentan a retos como los siguientes, no saber cuánta gente comprará su producto, no conocer la capacidad de producción, gastar de más en maquinaria y al final tener capacidades productivas mayores que las que se requieren. También ocurre frecuentemente que

**los emprendedores subestiman a su competencia y finalmente son desbancados por ella.**

## **BIBLIOGRAFÍA**

**Allami, C. y Cibilis, A. (2011). El financiamiento bancario de las pymes en Argentina (2002-2009). Problemas Del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía, 42(165), 61–86.**

Baca Urbina, Gabriel (1998). Evaluación de proyectos. México: Ed. Mc Graw Hill.

Clavellina Miller, J. L. (2013). Crédito bancario y crecimiento económico en México. Economía Informa, 378, 14–36. [https://doi.org/10.1016/S0185-0849\(13\)71306-9](https://doi.org/10.1016/S0185-0849(13)71306-9)

Miranda, Juan José. Los proyectos, Colombia, 1994

Modigliani, Fabozzi y Ferri. Mercados e instituciones financieras, Prentice Hall, 1996.

Sapag Chaín, Nassir (2007). Proyectos de inversión/Formulación y evaluación. México: Ed. Pearson. Torrance, George W. (1991). Métodos para la evaluación económica de los programas de atención de la salud. Madrid: Ed. Díaz de Santos.