

## INDICE

<b>Prefacio</b>	XI
<b>Prefacio a la segunda edición</b>	XIII
<b>Parte I</b>	
<b>Elementos conceptuales y preparación de la evaluación</b>	
Objetivo general	1
1.1. Que es un proyecto	
1.2. Por qué se invierte y por que son necesarios los proyectos	
1.3. Decisión de un proyecto	2
1.4. Evaluación	3
1.5. Proceso de preparación y evaluación de proyectos	
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	
1.5.4. Estudio del mercado	7
1.5.5. Estudio técnico	8
15.6. Estudio económico	9
1.5.7. Evaluación económica	
1.5.8. Análisis y administración del riesgo	10
1.6. Criterio de este texto	
1.7. Resumen	
1.8. Preguntas y problemas	11
1.9. Bibliografía	12
<b>Parte II</b>	
<b>Estudio del mercado</b>	
Objetivo general	13
Objetivos específicos	
2.1. Objetivos y generalidades	
2.1.1. Definición	
2.1.2. Estructura de análisis	14
2.1.3. Pasos que deben seguirse en la investigación	15
2.2. Definición del producto	
2.3. Naturaleza y usos del producto	16
2.4. Análisis de la demanda	
2.4.1. Definición	17
2.4.2. Como se analiza la demanda	
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 cuadros	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	
2.5.1. Como se recopila la 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 probabilístico de muestreo	38

2.6. Análisis de la oferta	
2.6.1. Definición	39
2.6.2. Principales tipos de oferta	
2.6.3. Como se analiza la oferta	
2.6.4. Proyección de la oferta	40
2.7. Importaciones y exportaciones	
2.8. Determinación de la demanda potencial insatisfecha	
2.8.1. Definición	41
2.8.2. Calculo de la demanda potencial insatisfecha	42
2.9. Análisis de los precios	
2.9.1. Definición	43
2.9.2. Tipos de precios	
2.9.3. Como se determina el precio	45
2.9.4. Proyección del precio del producto	46
2.10. Comercialización del producto	
2.10.1. Definición	47
2.10.2. Canales de distribución y su naturaleza	49
2.10.3. Como seleccionar el canal mas adecuado para la distribución del producto	50
2.11. Conclusiones del estudio de mercado	
2.12. Resumen	51
Presentación práctica del estudio de mercado	
Contenido del caso practico y desarrollo	53
Preguntas y problemas	93
Bibliografía	99
<b>Parte III</b>	
<b>Estudio técnico</b>	
<b>Objetivo general</b>	
<b>Objetivos específicos</b>	107
3.1. Objetivos y generalidades del estudio técnico. Partes que lo conforman	
3.2. Determinación del tamaño optimo de l aplanta	
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	
3.2.5. Consideraciones sobre el tamaño cuando se realiza un estudio de reemplazo de equipo	112
3.3. Localización optima del proyecto	
3.3.1. Definición	113
3.3.2. Método cualitativo por puntos. Ventajas y desventajas	
3.3.3. Método cuantitativo de Vogel. Ventajas y desventajas	114
3.4. Ingeniería del proyecto	
3.4.1. Objetivos generales	115
3.4.2. Proceso de producción	
3.4.3. Técnicas de análisis del proceso de producción	
Diagramas de bloques	116
Diagrama de flujo	
Cursograma analítico	

3.5. Factores relevantes que determinan la adquisición de equipo y maquinaria	120
3.6. Distribución de planta	
3.6.1. Objetivos y principios básicos de la distribución de planta	121
3.6.2. Tipos de proceso y sus características	
3.6.3. Métodos de distribución. Diagrama de recorrido y SLP	122
3.7. Calculo de las áreas de la planta. Bases de calculo	126
3.8. Organización del recurso humano y organigrama general de a 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
<b>Parte IV</b>	
<b>Estudio económico</b>	
<b>Objetivo general</b>	
<b>Objetivos específicos</b>	165
4.1. Objetivos generales y estructuración	
4.2. Determinación de los costos	166
4.2.1. Costos de producción	167
4.2.2. Costos de administración	
4.2.3. Costos de venta	168
4.2.4. Costos financieros	
4.3. Inversión total inicial: fija y diferida	169
4.4. Cronograma de inversiones	
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 minima aceptable de rendimiento	179
4.10. Financiamiento. Tabla de ago 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	
Bibliografía	214
<b>Parte V</b>	
<b>Evaluación económica</b>	
<b>Objetivo general</b>	
<b>Objetivos específicos</b>	217
5.1. Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo	
5.1.1. Valor presente Nero (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	229

través del tiempo	
5.2.1. Razones financieras. Usos. Ventajas y desventajas	
5.3. Análisis de sensibilidad	233
5.4. Flujo anual uniforme equivalente y razón beneficio/costos. Usos	
5.5. Resumen	234
Presentación práctica de la evaluación económica	236
Preguntas y problemas	242
Bibliografía	
Simbología utilizada en el texto	243
<b>Parte VI</b>	
<b>Análisis y administración del riesgo</b>	
<b>Objetivo general</b>	251
<b>Objetivos específicos</b>	
6.1. Objetivos y generalidades del análisis y administración del riesgo	
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 abortar el problema	272
<b>Índice alfabético</b>	277