



<b>NOMBRE DE LA ASIGNATURA</b>			
<b>PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS</b>			
ESCUELA: Administración		DEPARTAMENTO: Administración	
CODIGO 092-5793	PRERREQUISITO(S) Ninguno	CREDITOS 03	SEMESTRE IX
HORAS SEMANALES 04	TOTAL HORAS SEMESTRE 64	VIGENCIA	
HORAS TEORICAS 02	HORAS PRACTICAS 02	ELABORADO POR: Anzoátegui, Sucre, Monagas y Nva. Esparta.	

### SÍNTESIS DE CONOCIMIENTOS PREVIOS

-Microeconómicos. -Finanzas. - Derecho. -Estadística. - Administración.  
-Macroeconómicos. -Costos. - Geg. Económica. -Empresas.  
-Organizacionales. -Mat. Financieras. - Metodología. -Contables

### OBJETIVO GENERAL

Explicar la generación, promoción y evaluación de Proyectos Económicos y su coordinación con la planificación global y sectorial.

### SINOPSIS DE CONTENIDO

1. Aspectos generales del Proyecto.
2. El estudio del Mercado.
3. La Ingeniería del Proyecto.
4. Tamaño y localización del Proyecto.
5. El Análisis Financiero.
6. Evaluación de Proyectos.

### BIBLIOGRAFÍA

- Organización de las Naciones Unidas (O.N.U.) Manual de Proyectos Económicos.
- Baca Gabriel, Evaluación de Proyectos. Editorial Mc Graw Hill. Latinoamericana. Tercera Edición. México. 1.995.
- Sapag, Nassir. Criterios de Evaluación de Proyectos. Editorial Mc Graw Hill. Latinoamericana. España. 1.993.
- Paquete Informático Microsoft Project.

<b>UNIDAD 1</b>	<b>HORAS:</b>
<b>ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO</b>	
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS 1</b>	

- 1.- Enunciar conceptos importantes relacionados con la preparación de Proyectos Económicos.
- 2.- Definir el propósito u objetivo del Proyecto.
- 3.- Describir la Infraestructura Física y Económica del Proyecto.
- 4.- Identificar los Efectos del Proyecto.

## **CONTENIDOS 1**

Proyecto. Definición e importancia.

1.1- Tipos de Proyectos.

1.2- Proyecto y Planificación.

1.3- Etapas de un Proyecto.

1.4- Selección de Proyectos a estudiar.

2.1-Propósito u objetivo del Proyecto. Definir.

2.2- Características del Proyecto.

- Naturaleza.

- Promotores.

- Organización legal.

- Importancia.

- Ubicación y localización Geográfica.

2.3- Identificación del Producto.

- Clasificación Internacional uniforme.

- Especificaciones técnicas.

- Características.

3.1- Infraestructura Física y Económica.

3.2- Obtención de insumos.

3.3- Realización del proceso. ( Sí es el caso, Fuente de la Tecnología y tipo de Asistencia Técnica)

4.1- Efectos del Proyecto sobre la Economía Regional y Nacional.

4.2- Efectos del Proyecto sobre la Balanza de Pagos.

4.3- Efectos del Proyecto sobre el Medio Ambiente.

## **ESTRATEGIAS METODOLOGICAS 1**

- 1.- Presentación de los objetivos de la unidad.
- 2.- Exposición del Profesor.
- 3.- Revisión Bibliográfica.
- 4.- Asignación de lectura de material específico para que los Alumnos elaboren conclusiones.

### **ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN 1**

- 1.- Al final de cada unidad, después del estudio de Mercado, el alumno debe entregar un avance correspondiente a la respectiva etapa del proyecto.
- 2.- Evaluar la participación individual del Estudiante.
- 3.- Revisión y corrección de la conclusiones elaboradas por los Alumnos.

### **UNIDAD 2 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS 2**

- 1.- Identificar los objetivos , las etapas y la importancia del estudio de Mercado.
- 2 - Determinar la Demanda del Proyecto.
- 3 - Interpretar la Oferta.
- 4 - Describir la Comercialización.
- 5 – Elaborar las conclusiones del Estudio de Mercado.

#### **CONTENIDO 2**

- 1.1.- Objetivos del estudio de Mercado.
- 1.2.- Las etapas del estudio de Mercado.
- 1.3.- Importancia del estudio de Mercado.
- 2.1.- Demanda.
- 2.2.- Comportamiento de la Demanda actual.
  - Identificación de la Demanda. (Quienes son los Consumidores)
  - Información Histórica . Análisis de las series estadísticas básicas.
  - Análisis de las variables que inciden sobre la Demanda.

- 2.3.- Estimación de la Demanda.
  - Interna y Externa (Si es el caso)
  - Proyección.
  - Estimación en base a variables relacionadas (Población, Ingreso, P.T.B., Sector Manufacturero, etc.)
  - Demanda potencial del Proyecto.
- 3.1.- Oferta.
- 3.2.- El producto en el Mercado.
  - Producto Principal y Subproductos.
  - Productos sustitutivos, similares y complementarios.
- 3.3.- Comportamiento de la Oferta.
  - Situación actual. (Empresas competidoras, Capacidad instalada, Series de Importación y Producción)
  - Evaluación previsible de la Oferta.
- 3.4.- Posibilidades del Proyecto.
  - Evaluación prevista.
  - Condiciones de competencia.
- 3.5 Situación del Producto dentro de los acuerdos Económicos ( Pacto Andino, Grupo de los 3, Acuerdos Bilaterales, etc.)
- 4.1.- Comercialización.
- 4.2.- Mecanismos de Comercialización previstos.
  - Precios.
  - Canales de distribución.
  - Promoción.
  - Condiciones al cliente.
- 5.1.- Conclusiones del Estudio de Mercado.

## **ESTRATEGIAS METODOLOGICAS 2**

- 1.- Presentacion de los objetivos de la unidad.
- 2.- Revisión Bibliográfica.
- 3.- Explicación por parte del Profesor.
- Elaboración de un estudio de Mercado en grupos orientados por el Profesor.

## **ESTRATEGIAS DE EVALUACION 2**

- 1.- Al final de cada unidad, después del estudio de Mercado, el alumno debe entregar un avance correspondiente a la respectiva etapa del proyecto.
- 2.- Evaluación del estudio de Mercado asignado.
- 3.- Evaluar la participación individual y colectiva de los Alumnos.

**UNIDAD 3  
INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

**OBJETIVOS ESPECIFICOS 3**

- 1.- Analizar las alternativas técnicas factibles.
- 2.- Describir las unidades de transformación del proceso escogido.
- 3.- Identificar las Obras Físicas.

**CONTENIDO 3**

- 1.1.- Análisis de las alternativas técnicas factibles.
- 2.1.- Descripción del proceso de transformación.
  - Insumos principales y secundarios.
  - Productos principales, sub-productos y productos intermedios.
  - Residuos.
  - Identificación y descripción de las etapas del proceso.
  - Flujograma o Diagrama del proceso.
  - Coeficientes técnicos de producción y balance de insumos.
  - Descripción de las instalaciones, equipos y personal necesario.
  - Proceso de transformación.
  - Sistemas complementarios.
- 2.3.- Posibilidades de expansión de la capacidad instalada.
  - Capacidad instalada.
  - Capacidad ociosa.
- 3.1.- Inventario de obras físicas.
- 3.2.- Características de las obras.
- 3.3.- Costos.

**ESTRATEGIAS METODOLOGICAS 3**

- 1.- Presentación de los objetivos de la unidad.
- 2.- Revisión Bibliográfica.
- 3.- Exposición oral y práctica del profesor.
- 4.- Asignación de consultas referentes al tema.

### **ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN 3**

- 1.- Al final de cada unidad, después del estudio de Mercado, el alumno debe entregar un avance correspondiente a la respectiva etapa del proyecto.
- 2.- Participación de los Alumnos.
- 3.- Conclusiones elaboradas de las consultas asignadas.

<b>UNIDAD 4</b>	<b>HORAS:</b>
<b>TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO</b>	
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS 4</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Determinar el tamaño del proyecto.</li> <li>2.- Establecer la localización del proyecto.</li> </ol>	
<b>CONTENIDOS 4</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1.1.- Determinación del tamaño y formas de medir el tamaño.</li> <li>1.2.- Factores condicionantes del tamaño.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tamaño del Mercado.</li> <li>- Capacidad financiera.</li> <li>- Disponibilidad de insumos y de Recursos Humanos.</li> <li>- Transporte.</li> <li>- Problemas Institucionales.</li> <li>- Capacidad Administrativa.</li> <li>- Otros.</li> </ul> </li> <li>1.3.- Márgenes utilizados de capacidad.</li> <li>1.4.- Justificación del tamaño adoptado.</li>   <li>2.1.- Localización.               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudio de las alternativas factibles.</li> <li>- Condiciones naturales, Geográficas, Físicas e Institucionales.</li> </ul> </li> </ol>	

- Disponibilidad y costo de los insumos.
- Comparar costos de transporte de los insumos y de los productos terminados.

#### **ESTRATEGIAS METODOLOGICAS 4**

1. Presentación de los objetivos de la unidad.
2. Exposición del Profesor.
3. Revisión Bibliográfica.
4. Determinar el tamaño y la localización de un proyecto asignado por el Profesor como ejercicio en clase.

#### **ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN 4**

1. Al final de cada unidad, después del estudio de Mercado, el alumno debe entregar un avance correspondiente a la respectiva etapa del proyecto.
  2. Participación de los alumnos en clase.
- Ejercicios asignados.

### **UNIDAD 5 ANÁLISIS FINANCIERO**

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS 5**

- 1.- Determinar la inversión del Proyecto.
- 2.- Explicar el financiamiento del Proyecto.
- 3.- Elaborar la Proyección de los Estados Financieros.
- 4.- Analizar el presupuesto del Proyecto.

#### **CONTENIDO 5**

- 1.1. - Inversión.
  - \*Inventario.
  - Especificación y clasificación de los rubros de inventario (Terrenos, construcciones, maquinarias, equipos, estudios, etc.)
  - Estimación física.

- Valoración.
- 1.2.- Calendario de Inversiones.
  - Distribución de las Inversiones por etapas.
  - Confrontación del planteamiento técnico y el plan de ejecución.
  - Presentación gráfica del calendario
- 2.1.- Financiamiento. Importancia y organización para la promoción del Proyecto.
- 2.2.- Estructura y fuentes de la Inversión Inicial.
  - Origen del financiamiento.
  - Distribución en el tiempo.
  - Formación del capital propio.
- 3.1.- Proyección de los Estados Financieros.
  - Análisis de los Costos.
    - . Especificación y clasificación de los rubros de costos.
    - . Valoración y elementos de cálculos.
  - Estimación de los Ingresos.
    - . Especificación y clasificación de los rubros de ingreso.
    - . Valoración y elementos de cálculos.
  - Presentación y elaboración de los Estados Financieros proyectados.
    - . Estado de ganancias y pérdidas.
    - . El flujo de Efectivo.
    - . El Estado de origen y aplicación de fondos.
    - . El Balance General.
- 4.1.- Análisis del Presupuesto.
  - Cálculo del punto de equilibrio.
  - Capacidad utilizada en el punto de equilibrio.
  - Análisis de sensibilidad.

#### **ESTRATEGIAS METODOLOGICAS 5**

- 1.- Presentación de los objetivos de la unidad.
- 2.- Revisión Bibliográfica.
- 3.- Elaboración de los Estados Financieros proyectados a través de ejercicios asignados a los Alumnos.
- 4.- Exposición del Profesor.

#### **ESTRATEGIAS DE EVALUACION 5**

1. Al final de cada unidad, después del estudio de Mercado, el alumno debe entregar un avance correspondiente a la respectiva etapa del proyecto.
2. Elaboración de los Estados Financieros.
3. Participación de los Alumnos en clase.

## **UNIDAD 6**

### **EVALUACION DEL PROYECTO**

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS 6**

- 1.- Determinar los criterios de evaluación.
- 2.- Identificar los elementos básicos provenientes de los estudios parciales.
- 3.- Analizar los indicadores y coeficientes.

#### **CONTENIDO 6**

- 1.1 Criterios de evaluación derivados de los objetivos del proyecto.
- 1.2 Criterios de evaluación que reflejan los objetivos prioritarios del Ejecutivo Nacional, referentes al desarrollo económico y social del País.
- 2.1 Elementos técnicos.
  - Disponibilidad de los insumos físicos requeridos.
  - Accesibilidad a los procesos productivos.
- 2.2 Elementos financieros.
  - Estructura del financiamiento.
  - Garantía que se ofrece.
  - Relación garantía – crédito.
- 2.3 Elementos Sociales.
  - Beneficios sociales especiales contemplados para los trabajadores.
  - Beneficios a la comunidad.
- 3.1 Indicadores Financieros.
  - Indicadores de equilibrio presupuestario.
  - Indicadores de resultado financiero.
- 3.2 Indicadores Económicos.

- Productividad de los factores.
- Relación mano de obra y capital.
- Estructura de valor agregado.
- Relación beneficio / costo (Tasa interna de retorno)
- El valor actual neto.
- Otros.

#### **ESTRATEGIAS METODOLOGICAS 6**

- 1.- Presentación de los objetivos de la unidad,
- 2.- Exposición del profesor.
- 3.- Revisión Bibliográfica.
- 4.- Utilizar paquetes computarizados relacionados con el tema.
- 5.- Realizar ejercicios asignados por el Profesor y elaborar conclusiones.

#### **ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN 6**

- 1.- Al final de cada unidad, después del estudio de Mercado, el alumno debe entregar un avance correspondiente a la respectiva etapa del proyecto.
- 2.- Asignaciones dadas a los Alumnos.
- 3.- Participación de los Estudiantes.