

GUÍA PARA LA REALIZACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

GUÍA PARA LA REALIZACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

a) **RESUMEN EJECUTIVO:**

El resumen ejecutivo es una sinopsis de los puntos claves de un Proyecto de Inversión, por lo cual se deberá incluir los puntos importantes de cada sección del resto del documento de manera concisa (no más de dos páginas)

Su propósito es explicar los elementos básicos del proyecto de un modo que informe y sea ameno para el lector.

b) **ANTECEDENTES DE LA EMPRESA:**

En este extremo debe brindarse una visión completa de la empresa que será responsable de la ejecución del proyecto. Deben cubrirse los aspectos legales, organizativos, económicos y financieros.

A continuación se detalla brevemente algunos de los elementos que deben incluirse:

1. **BREVE RESEÑA HISTÓRICA.**- Breve descripción de la historia del negocio. Debe contener al menos, la fecha en que fue fundada, los tipos societarios que se utilizaron, identificación de socios fundadores, productos iniciales y su evolución, mercados objetivos y todo otro tipo de información que considere relevante para comprender la historia de su negocio y la razón por la que este es valioso.

2. **ASPECTOS INSTITUCIONALES.**- Se indica el tipo societario, cómo está constituida la empresa, cómo está integrado su capital, y si pertenece a algún grupo económico. Debe incluirse un organigrama de la empresa y un párrafo que haga referencia a cada individuo de la plana mayor administrativa y gerencial, resaltando sus antecedentes, experiencia relevante y calificaciones en materias afines con el proyecto.

3. **NATURALEZA DE LA EMPRESA Y DEL PROYECTO DE INVERSIÓN**

3.1. **VISIÓN:** Qué es lo que se pretende con el negocio. Por qué uno ingresa a ese mercado o desarrolla ese producto. Hace referencia al "sueño" de la empresa.

3.2. **MISIÓN:** Es una síntesis de la naturaleza del negocio. A grandes rasgos: en qué mercado opera la organización, a qué clientes apunta, qué necesidades de los clientes pretende satisfacer, qué clase de productos ofrece.

3.3. **OBJETIVOS:** Son la definición concreta de la misión y visión de la empresa. Los objetivos deben tener:

- ✓ Atributo, es el verbo que le da orientación al objetivo: por ej. Alcanzar...
- ✓ Unidad de medida: es el criterio por el que se mide, pueden ser: unidades, pesos, etc. todo aquello que sea mensurable.
- ✓ Cantidad: está en relación directa con la unidad de medida. Define cuánto es lo que se aspira alcanzar.
- ✓ Horizonte de tiempo: es el lapso en el cual se intentará llegar al objetivo. Éste puede ser de largo plazo, y luego ir desagregándose en otros de menor jerarquía y plazo.

4. **DIAGNÓSTICO Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.**- Se establecen los fines del proyecto, incluyendo una adecuada justificación de los fundamentos y de las razones que promueven la propuesta del proyecto.

4.1. **OBJETIVO DEL PROYECTO.**- Los objetivos que se establezcan, serán la base, contra la cual se van a comparar los datos reales de evolución de la empresa. A partir del análisis de los desvíos encontrados, se podrán tomar las medidas correctivas, para hacer más eficiente la marcha del negocio. Por ello, se deben determinar objetivos mediatos e inmediatos del proyecto.

4.2. **JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.**- Debe identificarse expresamente cual es la necesidad o el problema que intenta solucionarse con el proyecto. Debe indicarse

también cuál es el curso de acción previsto, especificar cuáles son los beneficios que se esperan obtener con el proyecto, y cuáles son las razones por las que se descartaron soluciones alternativas.

5. **PRODUCTOS Y SERVICIOS.-** Descripción detallada de los productos o servicios de la Empresa, definiendo:

- ✓ Qué es lo que los hace diferentes.
- ✓ Qué beneficios ofrece.
- ✓ Por qué los consumidores lo compran.
- ✓ Cómo se desarrollan sus productos o servicios.
- ✓ Si se posee alguna patente, licencia, etc.

6. **ANÁLISIS DEL AMBIENTE O ENTORNO.-** En esta sección se deben analizar las variables que afectan el entorno donde se encuentra inserta la empresa en general y el proyecto en particular: variables políticas y legales, económicas, socio-culturales y tecnológicas.

ANÁLISIS DEL MERCADO.- En este caso se debe analizar la posición competitiva de la empresa en el sector de acuerdo al Modelo de las Cinco fuerzas competitivas de Porter:

- ✓ Competidores potenciales;
- ✓ Rivalidad entre compañías establecidas;
- ✓ El poder de negociación de los compradores (recuerde que esta sección debe realizarse al finalizar todo el trabajo);
- ✓ El poder de negociación de los proveedores; ejemplo: La amenaza de los productos sustitutos.

8. **ANÁLISIS FODA.-** El Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una forma estructurada de elaborar un diagnóstico concreto de la realidad interna de la organización, y su relación con el medio externo, en el cual se desenvuelve. Por medio de este análisis se puede identificar y evaluar los factores positivos y negativos, del ambiente interno y externo de la organización.

El análisis FODA consta de dos partes: una interna y otra externa.

- i. La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de su negocio, aspectos sobre los cuales usted tiene algún grado de control. Las fortalezas son las capacidades materiales y humanas que posee la organización que permite aprovechar al máximo las ventajas del ambiente o entorno. Las debilidades hacen referencia a las limitaciones que se posee.
- ii. La parte externa mira las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado. Aquí, los ejecutivos y funcionarios tienen que desarrollar toda su capacidad y habilidad para aprovechar esas oportunidades y para minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales usted tiene poco o ningún control directo. Las oportunidades son, dentro de los factores no controlables y externos de la empresa, aquellos que representan una posibilidad de desarrollo o crecimiento. Por otra parte, las amenazas son aquellos factores externos que representan un riesgo para la organización.

9. **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.**

10. **INSTALACIONES DE PRODUCCIÓN.**

Localización y facilidades: superficie cubierta, edificios e instalaciones de equipos principales.

11. **PLAN DE PERSONAL.**

Descripción de los recursos humanos que posee su compañía. Detalles sobre su capacitación laboral. Si posee, describa los programas de desarrollo de personal (cursos de capacitación, plan de carrera, etc.).

12. **ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y CONTABLE.-** Breve descripción de los procedimientos y sistemas que implementa su empresa de naturaleza financiera, contable

y administrativa.

13. EL PROYECTO DE INVERSIÓN:

13.1 **Análisis Técnico.**- Verificación de la viabilidad técnica del proyecto, análisis y determinación del tamaño óptimo, localización óptima y equipos e instalaciones necesarios para la ejecución del proyecto.

13.2 **Análisis Económico - Financiero. Flujos de Fondos.**- Proyección de los flujos de fondos operativos con y sin financiamiento externo utilizando incrementales. Proyecciones de los balances y los estados de resultados para el periodo que se está planificando.

Importante: los valores utilizados en el flujo de fondos deben estar debidamente justificados.

14. **EVALUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA.**- Incluye los indicadores de rentabilidad del proyecto y el análisis de sensibilidad para las variables claves.

14.1 **RENTABILIDAD DEL PROYECTO.**- Para el flujo económico de ingresos y desembolsos incrementales SIN financiamiento calcule los siguientes indicadores económicos:

- ✓ Valor actual Neto (VAN).
- ✓ Tasa interna de retorno (TIR).

14.2 **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.**- Análisis de sensibilidad de la rentabilidad (VAN y TIR) frente a variaciones en los supuestos de inversión, costos operativos, volúmenes de producción, precios de venta y otras variables importantes del proyecto.

El análisis de rentabilidad deberá incluir, si correspondiera, el análisis y determinación del momento óptimo para iniciar el proyecto y del plazo óptimo de ejecución.

15. OTROS

15.1. Toda la información Económica – Financiera deberá tener las firmas del representante legal de la empresa y la del Contador responsable del proyecto, acreditando la confiabilidad y credibilidad de la Información allí consignada.

15.2. Se debe demostrar la decisión del Directorio en reinvertir las Utilidades obtenidas a través de un acuerdo de Directorio que acredita la decisión de reinvertir.

