



**PROGRAMA ANALÍTICO DE LA ASIGNATURA
FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
Modalidad Libre**

Departamento de Ciencia y Tecnología

Carrera Ingeniería en Alimentos

Núcleo Superior Obligatorio

Carga horaria total: 72 horas

Docentes: Gastón Arraiz - Rodrigo Gabriel Silva

Objetivos

Los objetivos para quienes cursen la asignatura son:

- Comprender e identificar las diferentes tipologías de proyectos.
- Utilizar de manera efectiva la metodología, técnicas y herramientas de la formulación, gestión y evaluación de proyectos aplicada a la ingeniería en alimentos.

Saberes profesionales

En la Identificar, formular y resolver problemas de ingeniería en alimentos.

- Diseñar y desarrollar proyectos de ingeniería en alimentos
- Gestionar, planificar, ejecutar y controlar proyectos de ingeniería en alimentos
- Utilizar técnicas y herramientas de aplicación en la ingeniería en alimentos.
- Evaluar y actuar en relación con el impacto social de su actividad profesional en el contexto global y local.
- Aprender de manera continua y autónoma.
- Tener una actitud profesional emprendedora

Contenidos mínimos: Proyectos. Conceptos básicos: ampliación, renovación de equipos, reingeniería y nuevos productos desde el punto de vista microeconómico.

Finanzas de la empresa: fuentes de recursos y costos del capital. Proyección de estados de resultados. Asignación de probabilidades a flujos de fondos futuros. Cuantificación de la incertidumbre. Análisis de sensibilidad

Programa analítico

Unidad 1. Introducción. Definición de un proyecto de inversión. Tipologías de proyectos. Etapas y niveles de alcance del proceso de formulación y evaluación de proyectos de inversión.

Unidad 2. La idea de negocio. Perfil de la idea de negocio. El objetivo de la idea. Técnicas para la gestación de ideas.

Unidad 3. Estudio de mercado. Definición, dimensiones de análisis, fuentes y herramientas. Tipologías de mercados. Análisis de la demanda: concepto y modelos de análisis. Técnicas de proyección. Análisis de la oferta: concepto y modelos de análisis. Análisis del entorno: concepto y dimensiones a evaluar para el proyecto. Decisiones y objetivos de marketing estratégico. Marketing táctico y operativo: decisiones y programación de acciones referidas a producto, logística, impulsión y precio.

Unidad 4. Estudio de técnico. Estudio de ingeniería. Diseño del proceso productivo. Decisión del tamaño del proyecto y factores básicos a considerar para su determinación. Decisión de localización del proyecto: factores y métodos de evaluación. Estimación de costos: conceptos básicos, tipologías y herramientas de análisis.

Unidad 5. Estudio administrativo, legal y de impacto ambiental. Importancia del marco legal. Principales consideraciones económicas del estudio legal. Aspectos jurídicos de las organizaciones. Introducción a principios básicos de la administración. Diseño de la estructura organizacional: conceptos y herramientas. Configuraciones básicas de departamentalización. Tipologías de estudios de impacto: cualitativos, cualitativos numéricos y cuantitativos. Gestión de la calidad. Normas internacionales y legislación vigente.

Unidad 6. Estudio económico. La contabilidad como herramienta de decisión, Principios de contabilidad, definición de cuentas resultado positivo y negativo, conceptualización de costo, gasto y pérdida, principales estados contables, el estado de

resultados como indicador de actividad económica, análisis de balance, ratios, tipos de análisis: vertical y horizontal.

Unidad 7. Proceso presupuestario. El proceso de planificación. El Estado de Resultados Proyectado. El Balance Proyectado. Definición de flujo de fondos, principios para la elaboración de flujos de fondos (cash flow) nominal y real.

Unidad 8. Estudio financiero. Definición de Finanzas. Distintas ópticas para analizar las finanzas: inversor, intermediarios, empresas. Herramientas de cálculo financiero: Concepto de tasa. Tasa real y tasa de inflación (Fisher). Capitalización simple y compuesta. Valor actual y valor final, costos hundidos. Costos de oportunidad. Tasa de descuento. Criterios de evaluación: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno del Proyecto (TIR), y Período de Repago de la inversión (concepto de Payback). Análisis de sensibilidad. Simulación.

Bibliografía

Bibliografía obligatoria

- Sapag Chain, N. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. México. Mc Graw Hill.
- Sapag Chain, N. (2007), Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. Prentice Hall
- Semyraz, D. (2006), Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Argentina Ed. Osmar Buyatti.

Bibliografía de consulta

- Kotler, P. y Keller, K.L. (2006), Dirección de marketing. México. Prentice Hall.
- Bueno Campos, E. Cruz Roche, I. y Durán Herrera, J.J. (2002), Economía de la Empresa, Análisis de las Decisiones Empresariales. España. Ed. Pirámide.
- Brealey, R. Myers, S. y Allen, F. (2010), Principios de Finanzas Corporativas. España. Ed. Mc Graw Hill.



- López Dumrauf, G. Finanzas Corporativas: un enfoque latinoamericano. (2010) Argentina. Ed. Alfaomega.

Formas de evaluación y acreditación

La modalidad de evaluación y aprobación se regirá según el Régimen de Estudios vigente.

En la mesa de examen libre se evaluarán los temas de la asignatura con un examen con una parte escrita y una oral, que incluirán contenidos teóricos, resolución de problemas y análisis de casos prácticos.