# GUIA PARA LA PRESENTACION DE UN PROYECTO

Para fines de presentación[[1]](#footnote-1), el documento consta de las siguientes componentes generales.

Preliminares

Texto o cuerpo del trabajo

Complementarios

## PRELIMINARES

Elementos que anteceden al cuerpo del trabajo o texto del documento tapa o pasta, cubierta, guarda, portada, aceptación, dedicatoria, agradecimientos, contenido, listas especiales, glosario y resumen

En caso de no requerirse alguno de estos elementos, según las necesidades del trabajo de investigación, se debe seguir en el orden estricto con que se enunciaron.

## CUERPO DEL DOCUMENTO

El cuerpo o texto del trabajo está conformado por introducción, capítulos, conclusiones y recomendaciones. Las citas y notas de pie de página pueden presentarse en cualquiera de estos elementos.

## COMPLEMENTARIOS

Se consideran como parte de este numeral, en su orden: bibliografía, bibliografía complementaria, índices y anexos. Con excepción de la bibliografía, la inclusión de los demás elementos en el documento no es obligatoria.

**GUIA PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN[[2]](#footnote-2)**

## PRELIMINARES

PORTADA

CONTENIDO

LISTAS ESPECIALES

GLOSARIO

## RESUMEN

**CUERPO DEL TRABAJO**

## INTRODUCCIÓN

1. GENERALIDADES
   1. 1.1 ANTECEDENTES E HISTORIAL DE PROYECTO
   2. 1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO
   3. 1.3 JUSTIFICACIÓN
   4. 1.4 OBJETIVOS DEL ESTUDIO
   5. 1.4.1 Objetivo general
   6. 1.4.2 Objetivos específicos
   7. 1.5 ALCANCE DEL ESTUDIO
   8. 1.6 LIMITACIONES DEL ESTUDIO
2. ESTUDIO SECTORIAL Y DEL ENTORNO
   1. 2.1 EL SECTOR INDUSTRIAL Y SUS VÍNCULOS CON EL RESTO DE LA ECONOMÍA.
   2. 2.2 EL SUBSECTOR Y CLASIFICACIÓN CIIU

2.3 PROBLEMAS E IMPACTOS

Efectos del sector económico en que está ubicado el proyecto sobre el proyecto: estructuras, políticas, estrategias, vínculos con el resto de la economía y Efectosdel proyecto sobre el desarrollo futuro y las perspectivas del sector: estructura de incentivos, políticas relativas a comercio exterior (impuestos, cuotas).

2.4 CONCLUSIONES GENERALES DEL ESTUDIO SECTORIAL Y ENTORNO

3. ESTUDIO DE LOS MERCADOS

3.1 EL PRODUCTO

Definición, diseño, calidad, empaque y embalaje, mantenimiento, subproductos y complementarios

3.2 MERCADO DE LAS MATERIA PRIMAS

Zonas productivas, volúmenes, precios, comercialización.

Nivel tecnológico

Créditos a que tienen acceso

Para materia primas agrícola: Temporalidad, índole perecedera, variabilidad en cantidad y calidad.

Situación actual y futura.

3.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.3.1 Comportamiento histórico

3.3.2 Situación actual:

Mercado del competidor

Plantas nacionales existentes

Análisis de capacidad ociosa

Calidades

Producción interna

Tasas de crecimiento

3.3.3 Situación futura:

Mercado del competidor

Perspectivas sobre plantas nuevas nacionales

3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.4.1 Estudio del consumidor. El cliente no es quien adquiere un bien o un servicio sino quien determina qué comprar y cuándo comprar, trate en esta parte de contestar preguntas como: ¿Quién es el cliente?, ¿Qué necesidades de los clientes podrá satisfacer su producto?, ¿Qué tan seguido lo compraría el cliente?, ¿Cuándo lo compraría el cliente? Si el producto es un servicio, ¿necesita el cliente estar presente cuando se le preste el servicio?, ¿En dónde va a oír el cliente su producto?, ¿Quién tiene más influencia sobre la decisión de compra?, ¿Por qué debe el cliente comprar su producto y no el del competidor?, ¿Cuánto conocimiento previo debe tener el cliente de su producto?, El principal propósito de este análisis es determinar y medir cuáles son las variables que afectan los requerimientos del mercado con respecto al bien o servicio para determinar la posibilidad de participación del producto en el mercado.

3.4.2 Segmentación del mercado. Establezca el mercado objetivo, estimación del mismo, posibilidades de crecimiento, perfil del consumidor, localización, elementos que pueden influir en la compra y las tendencias del mercado.

3.4.3 Investigación de mercados. Tamaño de la población, muestra, instrumento para la recolección de información primaria y procedimiento para la recolección y procesamiento de la información.

3.4.4 Resultados de la investigación de mercados. Tabulación y análisis de la información.

3.4.5 Comportamiento histórico de la demanda

3.4.6 Situación actual:

Distribución geográfica del mercado de consumo actual

Temporalidad (Estacionalidad)

Políticas gubernamentales

3.4.7 Situación futura

Características de los usuarios potenciales

Distribución geográfica del mercado de consumo potencial y objetivo

Proyección del mercado. Técnica de proyección utilizada.

3.5 PRECIO

3.5.1 Análisis histórico y actual de precios

3.5.2 Determinación de las principales variables para la definición del precio.

3.5.3 Proyección de precios

3.6 PLAZA

3.6.1 Canales de comercialización y distribución del producto

3.6.2 Descripción de los canales de distribución

3.6.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados

3.6.4 Almacenamiento

3.6.5 Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización propia y de la competencia.

3.7 PROMOCIÓN

3.7.1 Relaciones Públicas

3.7.2 Personal de promoción

3.7.3 Publicidad inicial

3.7.4 Políticas

3.8 VENTAJAS, PODER RELATIVO Y ANÁLISIS DOFA

3.8.1 Ventajas: Comparativas y Competitivas

3.8.2 Poder relativo de los participantes en el mercado. Modelo de Porter

3.8.4 Matriz DOFA y Estrategias DOFA

3.9 CONCLUSIONES GENERALES DEL ESTUDIO DE MERCADOS.

ENTREGA PRIMER INFORME DE AVANCE IMPRESO CON NORMAS ICONTEC. MARZO 31 DE 2011

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DE LA PLANTA

4.1.1 Tamaño de las instalaciones. Factores que determinan el tamaño de la planta

4.1.2 Proceso de producción y detalle del mismo. Insumos, ficha técnica y flujogramas de proceso.

4.1.3 Análisis de la obsolescencia de la tecnología que se empleará frente a la de la competencia y la vida del proyecto.

4.1.4 Adquisición del equipo y maquinaria

4.1.5 Distribución de planta

4.1.6 Conclusiones del tamaño de la planta

4.2 LOCALIZACIÓN

4.2.1 Ubicación (Macrolocalización)

Emplazamiento (Microlocalización)

Factores condicionantes en la selección del terreno:

Costos de transporte de insumos y de productos

Factibilidad de acceso físico al mercado

Disponibilidad y precio relativo de los insumos

Estímulos fiscales

Seguridad de las instalaciones

4.3 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Marco de referencia legal

Identificación de posibles impactos sobre:

medio ambiente natural

medio ambiente social

salud

Descripción del ambiente afectado

Identificación de medidas de mitigación y planes de contingencia.

4.4 CONCLUSIONES GENERALES DEL ESTUDIO TÉCNICO

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

5.1 ESTUDIO LEGAL

5.1.1 Tipo de sociedad, permisos y requerimientos legales.

Reglamentos (laborales, salud, entre otros,)

5.1.2 Pasos para la constitución y legalización. Registro mercantil, permisos viales, permisos sanitarios, tratamientos fitosanitarios, regulación de comercio exterior, tipo de embalajes, compra de marcas y patentes, contratos, franquicias, entre otros.

5.2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.2.1 Organización jurídica. Si se va a crear empresa: definir que tipo de empresa se va a constituir (persona natural, sociedad limitada, sociedad de hecho, sociedad anónima, entre otros), razón social. De lo contrario proponga la Estructura de división del trabajo (EDT) para el proyecto.

5.2.2 Socios de la empresa y su aporte individual. Se describe cuántos socios la conformarán y el aporte de cada uno.

5.2.3 Concepto del negocio. Valores, Visión, Misión, objetivos corporativos, estrategia y proyectos estratégicos.

5.2.4 Requerimientos de personal administrativo y operativo. Se elabora una relación del personal requerido y el sueldo que devengará cada uno.

5.3 CONCLUSIONES GENERALES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.

6. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.

7. PRESUPUESTO DE INGRESOS, GASTOS Y COSTOS.

8. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

9. ANÁLISIS DE RIESGOS

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES DEL ESTUDIO

**BIBLIOGRAFIA**

**OTROS COMPLEMENTARIOS**

1. ICONTEC. Trabajos escritos: presentación y referencias bibliográficas. Sexta actualización. Bogotá: ICONTEC, 2008. [↑](#footnote-ref-1)
2. Material preparado por Orfi Nelly Alzate Montoya, Ingeniera Industrial Facultad de Minas de la Universidad Nacional; Especialista en Educación: Gerencia Educativa, Fundación CEIPA y Especialista en Finanzas, Preparación y Evaluación de Proyectos, Universidad de Antioquia. [↑](#footnote-ref-2)