

FECHA \_\_\_\_\_  
CODIGO FIMP06254  
PROFESOR Ing. Gonzalo León. M. Sc.

PERIODO Primer Examen 2do Término  
MATERIA FORMULACIÓN Y EVALUACION DE PROYECTOS  
ALUMNO \_\_\_\_\_

Dé contestación a cada una de las preguntas planteadas, para lo cual puede utilizar UNICAMENTE Bolígrafo (Pluma), debe presentar con letra clara, legible y en orden. Una vez contestado su trabajo entréguelo al Profesor.

**PRUEBA OBJETIVA (20 puntos, cada literal tiene un valor de 0,5 puntos)**

Conteste Verdadero (V) o Falso (F).

1. Un Proyecto en general es solo un conjunto de Dinero tendiente a buscar el lucro del Inversionista. ( )
2. Para un Financista un proyecto de inversión es la fuente de costos y beneficios que ocurren en distintos períodos de tiempo. ( )
3. En el concepto de Proyecto para un Economista, ¿su función es prestar dinero para su ejecución, el proyecto es el origen de un flujo de fondos provenientes de ingresos y egresos de caja, que ocurren a lo largo del tiempo? ( )
4. El Proceso para generar proyectos es, Formulación, Evaluación, Definición de Objetivos, Análisis de Mercado, Análisis Operativo, Análisis Económico Financiero, Análisis Socioeconómico, Resumen y conclusiones, Decisión sobre el Proyecto. ( )
5. Según la finalidad o el objeto de la inversión, es decir del objetivo de la asignación de recursos, es posible distinguir 2 tipos de Proyectos: Proyectos con fin de Lucro o Privados y Sin Fin de Lucro o Proyectos Sociales. ( )
6. Según el objetivo o finalidad del estudio, es decir, de acuerdo con lo que se espera medir con la evaluación, es posible identificar tres tipos diferentes de proyectos que obligan a conocer tres formas de obtener los flujos de caja para lograr el resultado deseado. ( )
7. El estudio de mercado se hace como segundo paso al iniciar un propósito de inversión, ayuda a conocer la Rentabilidad del Proyecto. ( )
8. El estudio técnico se hace como paso inicial de un propósito de inversión, y ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar. ( )
9. El estudio técnico nos ayuda a conocer el posible precio de venta de nuestro producto. ( )
10. Las Fuentes primarias, son aquellas que se integran con toda la información escrita existente sobre el tema, ya sea en estadísticas gubernamentales, y las Fuentes secundarias consisten básicamente en investigación de campo por medio de encuestas, producidas por el proyecto. ( )
11. Se entiende por Oferta el área en donde confluyen la demanda y el Mercado para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados. ( )
12. Demanda insatisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. ( )

13. La demanda Satisfecha No Saturada, que es la se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad. ( )
14. Benchmarking es el proceso continuo de medir productos, y prácticas contra los competidores más duros o aquellas compañías reconocidas como líderes en la industria. ( ).
15. Tamaño de la Demanda, es la capacidad de producción de una planta industrial, medida en unidades físicas por unidad de tiempo. ( ).
16. Demanda es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. ( ).
17. El principio de economía de escala es a medida que la producción en una empresa crece sus costos por unidad producida se incrementan. ( ).
18. Cuando los precios son altos, las cantidades demandadas son bajas y si los precios disminuyen, la cantidad demandada aumentará. ( ).
19. En el mercado libre es en el que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. ( ).
20. Un Beneficio de los Intermediarios es asignan a los productos el sitio y el momento oportunos para ser consumidos adecuadamente. ( ).
21. El análisis técnico nos ayuda a determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción. ( ).
22. El estudio de Mercado es un conjunto coherente e integral de actividades tendientes a alcanzar objetivos específicos que contribuyan al logro de un objetivo general o de desarrollo en un periodo de tiempo definido. ( ).
23. Estudios para medir la rentabilidad del proyecto, busca determinar la rentabilidad que se puede obtener de los recursos invertidos por los accionistas del proyecto. ( )
24. Estudios para medir la capacidad de pago del proyecto, enfrentar los compromisos de pago asumidos en un eventual endeudamiento para su realización. ( ).
25. Estudios para medir la rentabilidad del inversionista, es decir considera el total de la inversión que se va a realizar, sin importar de dónde provengan los fondos para financiarla. ( ).
26. Evaluación Privada es cuando se trabaja tomando como referencia los precios de mercado y se analiza el nivel de rentabilidad esperado por los inversionistas del proyecto. ( )

27. Evaluación Social es claro que este enfoque se centra en el lucro financiero y como tal es el más utilizado dentro de la sociedad ya que la mayoría de proyectos están orientados a generar riqueza para los promotores. ( )
28. Las Fases de un Proyecto son Perfil, Pre factibilidad y Factibilidad. ( )
29. Es estudio de factibilidad proyecta los costos y beneficios sobre la base de criterios cuantitativos, pero sirviéndose de información secundaria. ( )
30. Es estudio de prefactibilidad muestra la factibilidad o no del proyecto, consecuentemente nos permite tomar la decisión más importante de todas ejecutar o postergar el proyecto. ( )
31. En la fase de Ejecución de un proyecto esta compuesto por estudios definitivos, el montaje y la puesta en marcha. ( )
32. El estudio de mercado nos permite verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto deseado, sea este un bien o servicio. ( )
33. El estudio de mercado responde las preguntas *¿cuánto, donde, cómo y con qué producirá mi empresa?* ( )
34. La capacidad de producción se expresa en cantidad vendida por unidad de tiempo. ( )
35. En la determinación del tamaño de un proyecto existen por lo menos el punto de vista técnico y el económico. ( )
36. En economía de escala, a mayor escala, mayor costo de inversión por unidad de capacidad instalada. ( )
37. En economía de escala, a mayor escala, mayor rendimiento por persona ocupada. ( )
38. A mayor escala, menores costos unitarios de producción. ( )
39. La oferta es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. ( )
40. El estudio técnico debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio. ( )

### **PRUEBA DE DESARROLLO (10 puntos cada pregunta vale 10 puntos)**

¿Cuánto podría vender en el futuro ? Si se tiene un Producto con una de Demanda Actual de 2,500,000 Unidades en el 2009, conociendo que el incremento de la Demanda es 3,3% Anual y se espera una participación de Mercado del 5% Anual. Calcular la Demanda en los próximos 5 años del mencionado Producto.

### **PRUEBA DE ENSAYO (5 puntos cada pregunta vale 30 puntos)**

1. Objetivos Generales del Estudio de Mercado.
2. Cuales son los factores que influyen en la elasticidad de la Demanda
3. Cuales son los factores que influyen en la elasticidad de la Oferta.
4. Cuales son los factores determinantes o condicionantes del tamaño del proyecto.
5. Objetivos Generales del Estudio Técnico.
6. Proceso para generar proyectos.