

Proyecto de Inversión para la Comercialización de Camisetas en Beneficio de Orfanato en la ciudad de Guayaquil

Marcos E. Alvarado L.⁽¹⁾, Geanina M. Chamba M.⁽²⁾, Jenny A. Rosales V.⁽³⁾, Pedro A. Gando C.⁽⁴⁾

Facultad de Economía y Negocios (FEN)

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral

Apartado 09-01-5863. Guayaquil - Ecuador

maedalva@espol.edu.ec⁽¹⁾, gchamba@espol.edu.ec⁽²⁾, jealrosa@espol.edu.ec⁽³⁾, pgando@espol.edu.ec⁽⁴⁾

Resumen

El presente proyecto consiste en comercializar camisetas estampadas y pintadas a mano, cuyos ingresos serán para beneficio de orfanato en la ciudad de Guayaquil, dado que es un proyecto de carácter social su finalidad es que el lugar cuente con ingresos fijos que le ayude a solventar sus gastos. La estimación de la demanda de camisetas a vender determinará la capacidad óptima instalada y de producción, justamente para identificar cual debe ser la localización del centro de operaciones y distribución más eficiente. Se establecerán los ingresos, costos fijos, costos variables, inversión inicial y capital de trabajo proyectado a 5 años. Con estas cantidades se construirá el flujo de caja, el cual se utilizará en el análisis financiero bajo los criterios del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Payback y análisis de sensibilidad sobre las variables de ingresos y costos que en definitiva determinarán la factibilidad y viabilidad del proyecto.

Palabra Clave: Camisetas Beneficio Orfanato Guayaquil

Abstract

The purpose of this Project is to sell printed and hand-painted t-shirts, whose revenues will go to benefit an orphanage in the city of Guayaquil, as it is a social project one of the objectives is that this place counts on a fixed income in order to help cover the expenses. Estimating the demand for t-shirts to sell will determine the optimal capacity and production, in order to identify which should be the most efficient location of distribution and operation center. Income, fixed costs, variable costs, initial investment and working capital will be established and projected to 5 years. These quantities will build cash flow which is used in financial analysis under the criteria of net present value, internal rate of return, payback and sensitivity analysis on revenue and cost variables that ultimately will determine the practicality and viability of the project.

Key words: T-shirts Benefit Orphanage Guayaquil

1. Introducción

1.1. Planteamiento del Problema

El orfanato Perpetuo Socorro ha venido laborando desde el 21 de septiembre de 1953, en la av. Quito entre el Oro y Bolivia. El Hogar alberga un promedio de cuarenta niñas de todas partes del Ecuador, en su mayoría de barrios marginales. Son menores de edad entre 5 a 16 años que han sido víctimas de la violencia familiar. Por esta razón el orfanato se ha enfocado en ofrecerles un cálido ambiente familiar, donde todas van a la escuela o al colegio. Así mismo les inculcan el ser responsables

empezando con las actividades del hogar como por ejemplo tender la cama, mantener arreglado el cuarto, etc.

1.2. Justificación

La idea del proyecto surge por la responsabilidad social que nos proyectó la materia "Desarrollo Social y Voluntariado"; en la cual se pretende hacer partícipe a la sociedad guayaquileña mediante la compra de las camisetas, donde el dinero estará invertido en un lugar sin fin de lucro que trabaja por el beneficio de las menores.

1.3. Marco de Referencia

Como estudiantes politécnicos y dado que ESPOL mediante el Centro de Desarrollo Social Aplicado (CEDESA) trabaja con el Hogar, se aspira poner en práctica la proyección social universitaria, es decir, con los conocimientos adquiridos, contribuir al orfanato con la elaboración de este proyecto.

En el país actualmente existen 52,737 organizaciones de las cuales 5,509, correspondientes al 10.45% cuentan con una intervención predominante en voluntariado; donde la provincias del Guayas sobresale con 576 organizaciones seguida de Pichincha con 535.

El total de voluntarios y voluntarias que participan activamente en las organizaciones a nivel nacional en el transcurso del 2011 es de 9,606 entre hombres y mujeres, donde ellas tienen el 65% de participación. Y el tiempo de permanencia más representativo es de entre 1 y 3 años.

Los sectores de mayor participación de voluntarios y voluntarias en el país están en las áreas

de: Inclusión Económica, Desarrollo Humano y Social, y de la Niñez y Adolescencia con un; 14.74%, 12.19% y 14.98% respectivamente.

1.5. Objetivo General

Brindar a la directora del orfanato Perpetuo Socorro la información necesaria y eficaz acerca de la comercialización de camisetas estampadas y pintadas a mano por estudiantes voluntarios y por las niñas del Hogar para que tal actividad se convierta en una fuente de ingreso fijo que les ayude en su sustento diario.

1.6. Objetivos Específicos

- Ofrecer una camiseta de acuerdo a los gustos y preferencias de las personas con la cual se sientan identificadas
- Dar a conocer a las personas que adquieren el producto las diferentes indicaciones para el correcto cuidado de las prendas que le garantizará una vida más duradera.
- Diseñar una página web para dar a conocer al orfanato y a su vez mostrar las actividades que se realizan como olimpiadas, casas abiertas, entre otras.
- Alcanzar los ingresos esperados para recuperar la inversión en el corto plazo.

1.7. Metodología

Para llevar a cabo el proyecto se comenzará por hacer un breve análisis de la situación actual del orfanato y de cuáles son sus fuentes de ingresos, para posteriormente empezar con el respectivo estudio de mercado para la introducción de una nueva actividad que le ayude para el sustento económico del lugar.

1.8. Características del Producto

1.8.1. Definición del Producto

El proyecto está dirigido a la comercialización de camisetas estampadas y pintadas a mano que de alguna manera las niñas del orfanato Perpetuo Socorro ayudaran en su elaboración siendo una terapia para ellas.

La elaboración de las camisetas básicamente consistirá en:

Para pintar:

1. Adquirir la camiseta



FIGURA 1 CAMISETAS

1. Adquirir materiales para pintar



FIGURA 2 MATERIALES

2. Pintar



Para estampar:

1. Adquirir camiseta
2. Imprimir

FIGURA 3 CAMISETA PINTADA

Diseño en papel transfer, poner en la camiseta y planchar



FIGURA 4 CAMISETA ESTAMPADA

1.8.2. Naturaleza del Producto

Las camisetas son unas de las prendas de vestir más usadas y por ende más demandadas, es por eso que, el “Proyecto de inversión para la comercialización de camisetas en beneficio de un orfanato en la ciudad de Guayaquil”, se lo ha catalogado como un producto NO PERECEDERO ya que es un bien que posee una vida larga y no requiere de un cuidado exhaustivo o especial como los alimentos; y de acuerdo a su clasificación es por CONVENIENCIA ya que las personas siempre van a necesitar de las prendas de vestir como parte de su consumo.

2. Estudio de Mercado

2.1. Análisis de la oferta

Actualmente existen pocas fundaciones como por ejemplo fundación Fasinarm que involucra a los niños a este tipo de actividades con la finalidad de hacerles terapia y así vender sus productos. Hoy en día no se ha visto fundación alguna que se dedique a la venta de camisetas pintadas, por esta razón se espera captar un gran mercado.

2.1.1. Potenciales clientes

El mercado potencial estará enfocado para los niveles socio económico medio y medio-alto, sean: niños, niñas, jóvenes, adultos entre 10 y 44 años.

2.1.2. Rivalidad de la competencia

Como competencia directa se podría nombrar a la Fundación Poly Ugarte, ya que ha ofrecido un producto similar al nuestro, es decir camisetas con el logo de la fundación con un fin benéfico, con la diferencia que solo van dirigido al segmento de mercado de mujeres adultas.

Como competencia Indirecta: Existen personas o mini empresas como lo es Cholomachine, Bakanisimo quienes ofrecen al público en general camisetas y otros tipos de accesorios por redes sociales o en las islas de los centros comerciales; pero con la diferencia que no es para beneficio social sino personal; también se encuentra Teleshop como competencia indirecta en lo que respecta al estampado de camisetas.

2.2. Análisis de la Demanda

La venta de ropa es un negocio que no descansa ningún mes del año. La vestimenta es una de las necesidades básicas del individuo.

La camiseta es una de las prendas de vestir más demandada ya que siempre se está tratando de adquirir una nueva por las tendencias de la moda y gustos de las personas.

2.2.1. Base de decisión de compra de los clientes

- Buena calidad y presentación del producto
- Gama de diseños de dibujos para las camisetas
- Diversas tonalidades de las camisetas
- Fácil y rápido acceso para comprar la camiseta
- Precios asequibles.

2.2.2. Clasificación de la Demanda

- En relación a su Necesidad: es una demanda de bienes sociales o necesarios puesto que la sociedad requiere de vestimenta.
- De acuerdo a su Temporalidad: es una demanda continua porque su consumo va creciendo a medida que crece la población.
- En relación con su Destino: es una demanda de bienes finales ya que son adquiridos directamente por el consumidor para su uso y aprovechamiento.

2.2.3. Poder Adquisitivo de los Consumidores

El producto que se ofrece está dirigido a las clases sociales media y media-alta ya que ellos tendrán las condiciones económicas necesarias para cancelar el precio a establecer a las camisetas, dado que el rango de ingresos estimado está entre los \$264.00 y \$800.00

2.2.4. Estimación de la demanda

Para estimar la demanda, primero se toma como referencia la pirámide poblacional del censo del 2001 distribuida por edades



Fuente: INEC

Al ser el target las personas de entre 10 y 44 años, se toma como referencia el rango de edades de 0-34 ya que para la estimación de la demanda, son ellos quienes ocuparán el rango deseado después de 10 años (2011).

TABLA 2. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA	
	POBLACIÓN DE HOMBRES MUJERES
Población de Guayaquil 2001	1.177.748.700
Población de Guayaquil Estimada 2011	1.241.912.27
Personas entre 10 y 44 años	30% 1.488.836
Porcentaje hombre	49% 737.820
Porcentaje mujer	51% 751.016
PODER ADQUISITIVO (DOLÁRES)	
Hombres	40% 297.128
Mujeres	50% 376.759
DEPOSITOS A COMPRAR LA CAMISETA	
Hombres	30% 89.138
Mujeres	30% 112.529
PREFERENCIA DE LOCALIDAD OTRA	
Hombres	0% 0
Mujeres	0% 0
FRECUENCIA DE COMPRAS MENSUALES Y FRECUENCIA VESTIMENTA	
Hombres	40% 358.912
Mujeres	40% 300.727
Participación de Mercado	50% 458.849
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA	
	458.849

ELABORANDO POR LOS AUTORES

Se inicia la estimación de la demanda tomando el dato de la población de Guayaquil del 2001 (resultados del censo 2001), que a una tasa de crecimiento de la ciudad del 2.5% a 10 años se obtiene la demanda para el año 2011, posteriormente basado en los diferentes criterios y resultados de las encuestas se va discriminando la población hasta llegar a una demanda potencial, y con una participación de mercado del 55% se obtiene como resultado 4,327 personas como potenciales clientes.

2.3. Análisis De Los Precios

Los precios se establecerán en un rango entre los 10 y 20 dólares por camiseta ya sea las pintadas a mano o las estampadas dado que las personas estarían dispuestas a pagar hasta esa cantidad por el producto.

2.4. Comercialización del Producto

El producto a ofrecer se comercializará directamente al público en general sin necesidad de terceros, siendo un canal de distribución directo es decir productor-consumidor; una vez concluida la elaboración de la camiseta.

2.4.1. Promoción y Comunicación

El producto se promocionará principalmente vía mailing mediante las diferentes redes sociales Facebook y Twitter que es actualmente la vía más rápida, eficaz y económica de poder llegar al público en general; otra forma de dar a conocer el bien será mediante la impresión de diferentes volantes llamativos que se entregarían en lugares estratégicos de la ciudad como por ejemplo a la salida de los centros comerciales, centros de estudio, entre otros.

2.4.2. Formas Posibles de Estimular el Interés

- Hacer énfasis en el objetivo real del proyecto, es decir buscar el beneficio para el orfanato.
- Precios accesibles para el público.
- Realizar promociones o descuentos para así obtener un mayor volumen en las ventas.

2.4.5. Análisis FODA

Fortalezas

- Es un producto de consumo masivo del cual gustan todas las personas y cuyo precio será módico y de excelente calidad lo cual hará

que sea de agrado para el consumidor en lo que respecta relación calidad –precio.

Oportunidades

- La tendencia actual de las personas a usar una camiseta con la que se sientan identificados, cómodos y que les guste; además de sumarle el valor agregado de significado de la misma.

Debilidades

- Poseer una demanda limitada
- Al ser un proyecto nuevo y de beneficio social se puede complicar un poco lo que a financiamiento se refiere.

Amenazas

- Los cambios constantes en la moda pueden ocasionar que todo el stock que se tenga para ofrecer ya no sea del agrado de las personas en poco tiempo y esto ocasionaría pérdidas por la acumulación de mercadería no vendida al estar pasada de moda.

3. Estudio Técnico

3.1. Antecedentes del Estudio Técnico

En este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de las camisetas se logre de manera eficaz y eficientemente.

3.1.1. Balance de Maquinarias y Equipos

Consiste en detallar toda aquella inversión en activos fijos, la tabla adjunta ofrece un mejor detalle de las máquinas y equipos en los cuales se debe invertir para llevar a cabo el proyecto.

3.1.2. Balance del Personal Técnico

Se contará con un supervisor y diseñador que tendrán funciones específicas.

3.1.3. Balance de Obra Física

TABLA 1 BALANCE DE OBRAS FÍSICAS

	Cantidad m ²	Costo
Remodelación	6x15	\$ 1,500.00

ELABORADO POR LOS AUTORES

Dado que las actividades a realizar se llevarán a cabo dentro del mismo orfanato, solo se incurrirá en el costo de remodelación, para adecuar un pequeño

taller en una de las cabañas con las que cuenta el orfanato dentro de sus instalaciones, acorde a las necesidades requeridas en la elaboración de las camisetas.

3.2 Determinación del Tamaño

La importancia de determinar el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por lo tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

3.2.1. Tamaño de las Instalaciones

El orfanato se caracteriza por tener casas de 6x15 metros cuadrados donde desarrolla sus actividades, de las cuales se usará una para llevar a cabo la realización del proyecto.



FIGURA 5 CASAS DEL HOGAR PERPETUO SOCORRO

3.2.2. Capacidad de Diseño

Debido a la labor social que se quiere proyectar con la elaboración de las camisetas, se contratará a la persona indicada en la preparación de los dibujos que caractericen al orfanato y demás requerimientos que solicite el cliente.

3.3. Estudio de Localización

El Proyecto de Inversión acatará no solo a criterios económicos sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso, de preferencias emocionales.



FIGURA 6 LOCALIZACIÓN HOGAR PERPETUO SOCORRO

3.3.1. Factores de Localización

Los Factores que influyen comúnmente en la decisión de la Localización del Proyecto en términos globales son los siguientes:

- Medios y costos de transporte.

- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las Fuentes de abastecimiento.
- Factores Ambientales.
- Cercanía del Mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.

3.3.2. Método Cualitativo Por Puntos

Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se le atribuye. El peso relativo depende fuertemente del criterio y la experiencia del evaluador.

Para este proyecto se han evaluado:

- Cuatro zonas, las cuales son: Mall del Sol, Mall del Sur, Riocentro entre Ríos, y el propio Orfanato
- Cuatro factores, tales como: Volumen de personas, disponibilidad de Espacio, Cercanía del Mercado y Apertura.
- El siguiente cuadro muestra los resultados obtenidos en cada zona:

La zona con mayor ponderación en base a los factores determinados es el Orfanato, teniendo una ligera diferencia con el Mall del Sur, cabe insistir que el mercado objetivo son personas de un nivel socioeconómico medio, medio - alto, por lo tanto realizar el proyecto en esta zona si es beneficioso.

4. Estudio Organizacional

4.1. Misión

Comercializar las camisetas para que estos ingresos generados sean usados en beneficio del orfanato para solventar sus gastos tantos operacionales como no operacionales.

4.2. Visión

Ampliar la variedad de productos a ofrecer al público en general, es decir, no sólo camisetas sino también chompas, gorras, y demás accesorios para poder ser una marca reconocida localmente y luego de manera nacional ; y así conseguir que estos

ingresos puedan ayudar en la ampliación del orfanato.

4.3. Organigrama



5. Estudio Financiero

5.1. Análisis Costo Volumen Utilidad

Al ofrecer 2 productos, camisetas estampadas y pintadas, primero se establece una relación entre ellas, es decir cuánto representan las camisetas pintadas sobre las estampadas, llegando a la conclusión de una relación de 1,5 a 1; se considera esta relación ya que son las camisetas pintadas las que tendrán una mayor participación en el mercado

Posteriormente se aplica a la fórmula utilidad=0 para obtener la cantidad de equilibrio, es decir el punto óptimo de camisetas tanto estampadas como pintadas que harán que la utilidad sea 0.

$$\begin{aligned}
 0 &= P*Q - CVU*Q - CF \\
 &= (20*1,5Q + 17*Q) - (9,87*1,5Q + 9,57*Q) - \\
 0 &= 1962,16 \\
 0 &= 47Q - 24,38Q - 1962,16 \\
 1962,16 &= 15,62 Q \\
 Q &= 125,62 \\
 Q &= 126
 \end{aligned}$$

TABLA 2 PRODUCCIÓN MENSUAL DE CAMISETAS UT=0

Producto	Relación	Producción mensual utilidad = 0
Camisetas pintadas	1,5 Q	190
Camisetas estampadas	1 Q	126
		316

ELABORADO POR LOS AUTORES

5.1.2. Costos Variables

Como costos variables se considera todos aquellos insumos que se necesitarán para la producción del bien final a ofrecer, como son los diferentes tipos de

pinceles, variedad de pomos de pintura de colores, marcadores de tela, paletas, etc. en el caso de las camisetas pintadas. Y las hojas de papel transfer donde se colocará el diseño que el cliente tendrá en sus camisetas estampadas, entre otros.

5.1.3. Costos Fijos

Como costos fijos se consideran todos aquellos pagos que corresponden a servicios básicos entendidos como tales agua potable, luz eléctrica y telefonía; el sueldos de las personas que estén supervisando el trabajo realizado y demás servicios como el internet, suministros de oficina, el hosting por la página de internet que se elaborará, la publicidad y el servicio de transporte asignado de manera mensual para la movilización del personal que labore y para cualquier otra eventualidad como puede ser el transporte de las camisetas para su venta en algún caso en especial.

ingreso por venta obtenida en el primer año sea de \$81,347.60.

5.3.2. Valor de Desecho del Proyecto

El valor de desecho contable o valor en libros corresponde al valor de adquisición de cada activo menos la depreciación que tenga acumulada a la fecha de su cálculo.

5.4. Flujo De Caja

TABLA 35 FLUJO DE CAJA

	Flujo de Caja Proyectado				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 81,347.60	\$ 87,066.02	\$ 92,784.56	\$ 98,503.00	\$ 104,221.54
COSTO DE VENTAS	\$ (42,156.80)	\$ (46,884.97)	\$ (51,613.04)	\$ (56,341.58)	\$ (61,070.00)
UTILIDAD BRUTA EN VENTA	\$ 39,190.80	\$ 40,181.05	\$ 41,171.52	\$ 42,161.42	\$ 43,151.54
GASTOS OPERATIVOS					
Gastos de Alquiler	\$ (1,200.00)	\$ (1,200.00)	\$ (1,200.00)	\$ (1,200.00)	\$ (1,200.00)
Gastos de Suministros	\$ (12,000.00)	\$ (12,000.00)	\$ (12,000.00)	\$ (12,000.00)	\$ (12,000.00)
Gastos de Publicidad	\$ (1,200.00)	\$ (1,200.00)	\$ (1,200.00)	\$ (1,200.00)	\$ (1,200.00)
Gastos de Telefonía	\$ (2,000.00)	\$ (2,000.00)	\$ (2,000.00)	\$ (2,000.00)	\$ (2,000.00)
Gastos Servicios Básicos	\$ (4,000.00)	\$ (4,000.00)	\$ (4,000.00)	\$ (4,000.00)	\$ (4,000.00)
Gastos Fijos	\$ (4,000.00)	\$ (4,000.00)	\$ (4,000.00)	\$ (4,000.00)	\$ (4,000.00)
Depreciación	\$ (3,200.00)	\$ (3,200.00)	\$ (3,200.00)	\$ (3,200.00)	\$ (3,200.00)
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ (28,000.00)	\$ (28,000.00)	\$ (28,000.00)	\$ (28,000.00)	\$ (28,000.00)
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	\$ (8,000.00)	\$ (7,900.00)	\$ (7,800.00)	\$ (7,700.00)	\$ (7,600.00)
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ (8,000.00)	\$ (7,900.00)	\$ (7,800.00)	\$ (7,700.00)	\$ (7,600.00)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	\$ 12,478.31	\$ 14,482.20	\$ 16,486.08	\$ 18,489.96	\$ 20,493.84
PARTICIPACIONES DE TRABAJADORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 12,478.31	\$ 14,482.20	\$ 16,486.08	\$ 18,489.96	\$ 20,493.84
IMPUESTO A LA RENTA*	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 12,478.31	\$ 14,482.20	\$ 16,486.08	\$ 18,489.96	\$ 20,493.84
INVERSION INICIAL	\$ (10,950.20)				
PRESTAMO	\$ 10,950.20				
CONTRIBUCIONES	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00	\$ 3,200.00
VALOR DE DESECHO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PAGO DE CAPITAL	\$ (4,275.51)	\$ (4,275.51)	\$ (4,275.51)	\$ (4,275.51)	\$ (4,275.51)
CAPITAL DE TRABAJO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
RECONSTITUCION DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRA DE ACTIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA	\$ (10,950.20)	\$ 13,956.99	\$ 15,963.57	\$ 17,970.15	\$ 19,976.73

IMPUESTO A LA RENTA No se ha considerado dicho cálculo según CIRCULAR NAC-DGEECCG09-00010 del SRI, ya que es una institución que realiza actividades de servicio social. (VER ANEXO 5)

5.4.1. VAN, TIR, PAYBACK

TABLA 3 TIR, TMAR, VAN

135.49%	TIR
15.98%	TMAR
\$ 47,695.33	VAN

ELABORADO POR LOS AUTORES

5.2. Inversiones Del Proyecto

5.2.1. Capital de Trabajo: Método del déficit acumulado máximo

Además de la inversión inicial se necesita determinar cuál es el monto requerido como capital de trabajo que es necesario e importante para cubrir los desfases del flujo de caja, es decir lo que se necesita para poder cubrir déficit en efectivo del proyecto.

5.3. Ingresos Del Proyecto

5.3.1. Ingresos por Venta de Productos o Servicios

Con una estimación de 4,327 unidades demandadas anualmente de camisetas; teniendo como principal producto a ofrecer las camisetas pintadas correspondientes al 60% de la participación de mercado con 2,596; y 1,731 de estampadas ajustadas al 40% de participación, a un precio de venta de \$20.00 y \$17.00 respectivamente, se espera que el

Todas estas variables fueron obtenidas luego de la elaboración del respectivo flujo de caja proyectado a 5 años, en el caso particular del presente proyecto no se ha considerado el rubro del 15% participación de los trabajadores ni el del pago de impuesto a la renta al Estado (24%) ya que tiene un fin social y queda exento del pago de IR.

Por el método de la TIR (tasa interna de retorno) se evidencia la viabilidad del proyecto ya que es mayor a la TMAR (tasa mínima de rentabilidad esperada), siempre que la TIR sea mayor a la TMAR se aceptará el proyecto; y así mismo se conocerá que los flujos generados traídos al presente representan un VAN (Valor actual neto) positivo.

El payback es una medida que nos indica el período de recuperación de la inversión, el mismo que en este caso es en el primer año, que correspondería a los \$10,950.20 financiado de los \$21,900.40 del total de inversión, ya que la diferencia se recaudará mediante donaciones ya sea de empresas

o personas privadas. Cabe indicar que una vez recuperada la inversión, el excedente de efectivo se invertirá para beneficio del orfanato como por ejemplo para mejoras de sus instalaciones.

5.6. Análisis De Sensibilidad Uni-Variable

Ante aumentos y disminuciones de hasta un 10% en los ingresos y costos de producción el proyecto no presenta cambios representativos en su VAN y TIR, si bien es cierto se observa una variación pero la misma no es de manera significativa que haga rechazar al proyecto, ya que su VAN se mantiene positivo y su TIR mayor a la TMAR

CONCLUSIONES

Una vez obtenido todos los resultados y habiendo realizado todos los análisis requeridos, se concluye que el proyecto es aceptable y se lo puede poner en marcha, por lo que existe tanto la predisposición por parte de las personas de la ciudad de Guayaquil para adquirir una camiseta con la que se sientan identificados

Dada la poca publicidad con la que cuenta el orfanato se invertirá un rubro para el mantenimiento de la página web creada.

La viabilidad del proyecto se da por los siguientes criterios analizados:

- El VAN es > 0 , siendo su resultado de \$47,695.33
- El período de recuperación de la inversión es corto, dentro del primer año se recuperaría la misma según el análisis del payback, lo cual es beneficioso para el proyecto.
- Uno de los resultados más optimistas es el de la tasa interna de retorno (TIR) de 135.49% ya que se encuentra muy por encima de la rentabilidad esperada (TMAR) que es de 15.98%

RECOMENDACIONES

Los directivos del orfanato pueden considerar al proyecto como una actividad que les generará ingresos fijos para su beneficio y el de las menores.

Existen aspectos negativos, como por ejemplo que los voluntarios no se dediquen el 100% a la labor, pero es cuestión de perseverancia y tener claro

que el objetivo es la ayuda para las niñas, y que con la implementación del presente proyecto les ayudará para un mejor futuro.

Se recomienda que a medida que incremente la acogida del producto se considere la posibilidad de implementar un proyecto en donde el mismo orfanato fabrique sus camisetas, pues al mismo tiempo podría generar trabajo para los padres de las menores.

BIBLIOGRAFÍA

PÁGINAS WEB:

- [1] Artexpress (2011) Pinceles.
<http://www.artexpress.com.mx/pinceles>
- [2] Sociedad Civil (2011) Organizaciones.
http://www.sociedadcivil.gov.ec/organizacioncivil/web/volunteer_reports/sectorReport.html
- [3] Sociedad Civil (2011) Reporte de voluntarios.
http://www.sociedadcivil.gov.ec/organizacioncivil/web/volunteer_reports/totalFemaleMaleReport
- [4] Sociedad Civil (2011) Reporte de provincias.
http://www.sociedadcivil.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=166&Itemid=54
- [5] Finance yahoo (2011) Industry Center - Apparel Stores.
<http://biz.yahoo.com/ic/730.html>
- [6] INEC (2011)
<http://www.inec.gob.ec/home/>
- [7] Finance yahoo (2011) Beta GPS.
<http://finance.yahoo.com/q?s=GPS&q1=0>
- [8] Banco Central del Ecuador (2011) Riesgo País.
http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- [9] Servicio de Rentas Internas (2011)
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

TEXTO:

- [10] Chiles, Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain (1998) *Preparación y Evaluación de Proyectos*, 3ª. Ed. Mc Graw Hill