



Factibilidad para la comercialización de la uvilla y sus derivados en la Empresa Layla's

Feasibility for the commercialization of the uvilla and its derivatives in the Layla's Company

Viabilidade para comercialização da uvilla e seus derivados na Empresa Layla

Gerson Daniel Angamarca-Briceño ^I
gerson.angamarca.18@est.ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6704-1155>

Marco Antonio Sanchez-Ayala ^{II}
marco.sanchez@ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-4494-8392>

Juan-Carlos Ortega-Castro ^{II}
jcortegac@ucacue.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6496-4325>

Correspondencia: gerson.angamarca.18@est.ucacue.edu.ec

Ciencias Economicas y Empresariales
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 22 de marzo de 2022 * **Aceptado:** 10 de abril de 2022 * **Publicado:** 12 de mayo de 2022

- I. Estudiante de la Maestría en Administración de Empresas con Mención en Dirección y Gestión de Proyectos. Unidad Académica de Posgrado, Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- II. Magister en Dirección de Empresas, Ingeniero en Sistemas e Informática, Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- III. Coordinador Académico de la Maestría en Ciberseguridad, Coordinador Académica de la Maestría en Tecnologías de la Información, Docente Investigador de Posgrado, Docente de la Maestría en Administración de Empresas con Mención en Dirección y Gestión de Proyectos, Unidad Académica de Posgrado, Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.

Resumen

El presente artículo, basa su desarrollo en la factibilidad de emprender en la comercialización de la uvilla y sus derivados, en las ciudades de Cuenca y Azogues, Ecuador. El análisis se ha realizado en el año 2021, con estrategia, tanto económicas, de mercado y financieras, que permiten inferir en la rentabilidad del proyecto, y si éste es viable para su ejecución. Para ello, se presentan herramientas de recolección de información primaria, que permiten demostrar el interés, la oferta y demanda existente para este producto, además, un completo análisis financiero, con un flujo de efectivo, tasa interna de retorno y valor actual neto, que coadyuvan a tomar la decisión de poder implementarlo en el sector objeto de estudio. Además, se realiza una revisión sistemática de literatura y estado del arte, para conocer si existen investigaciones semejantes que orienten la ejecución de este proyecto. Finalmente, como principal conclusión se determina que el emprendimiento es viable, de acuerdo a los criterios de un VAN > 0 , y un TIR con un porcentaje superior al exigido, respaldado por el estudio de mercado que presenta una alta demanda del producto en las ciudades donde se pretende su comercialización.

Palabras clave: Emprendimiento; uvilla; factibilidad; rentabilidad; análisis financiero.

Abstract

This article bases its development on the feasibility of undertaking the commercialization of uvilla and its derivatives, in the cities of Cuenca and Azogues, Ecuador. The analysis was carried out in 2021, with a strategy, both economic, market and financial, which allows inferring the profitability of the project, and whether it is feasible for its execution. For this, primary information collection tools are presented, which allow to demonstrate the interest, supply and demand for this product, in addition, a complete financial analysis, with a cash flow, internal rate of return and net present value, which help to make the decision to implement it in the sector under study. In addition, a systematic review of literature and state of the art is carried out, to find out if there are similar investigations that guide the execution of this project. Finally, as the main conclusion, it is determined that the venture is viable, according to the criteria of a NPV > 0 , and an IRR with a percentage higher than required, supported by the market study that presents a high demand for the product in the cities where its commercialization is intended.

Keywords: Entrepreneurship; uvilla; feasibility; profitability; financial analysis.

Resumo

Este artigo baseia seu desenvolvimento na viabilidade de empreender a comercialização de uvilla e seus derivados, nas cidades de Cuenca e Azogues, Equador. A análise foi realizada no ano de 2021, com estratégias econômicas, mercadológicas e financeiras, que permitem inferir a rentabilidade do projeto, e se é viável para sua execução. Para isso, são apresentadas ferramentas de coleta de informações primárias, que permitem demonstrar o interesse, oferta e demanda existente por este produto, além de uma análise financeira completa, com fluxo de caixa, taxa interna de retorno e valor presente líquido, que auxiliam para tomar a decisão de poder implementá-lo no setor em estudo. Além disso, é realizada uma revisão sistemática da literatura e do estado da arte, para descobrir se existem investigações semelhantes que orientam a execução deste projeto. Por fim, como principal conclusão, apura-se que o empreendimento é viável, segundo os critérios de um $VPL > 0$, e uma TIR com percentual superior ao exigido, sustentado pelo estudo de mercado que apresenta alta demanda pelo produto em as cidades onde se destina a ser comercializado.

Palavras-chave: Empreendedorismo; uvilla; viabilidade; custo-benefício; análise financeira.

Introducción

La región austral del Ecuador registra un índice de migración alto a lo largo de las últimas décadas, incrementado en el último año por el aparecimiento del virus COVID-19 y su impacto en la economía y en los emprendimientos a nivel mundial, lo que hasta la actualidad se mantiene, pues el virus no da tregua y los contagios continúan en niveles altos en la población (Genta & Ramírez, 2008).

Esta situación ha generado el cierre de muchos negocios y puestos de trabajo en toda la región, desempleo y una nueva ola de migración, principalmente hacia los Estados Unidos de América, en busca de mejores días para sus familias, lamentablemente esta migración se hace de manera irregular, exponiendo su propia vida en el camino, y generando una deuda en el sistema financiero alternativo más conocido como “chulco” (Tomalá, 2016).

Este problema no es nuevo, puesto que en 1999 en medio de una crisis económica y luego de un feriado bancario, orquestado por el gobierno de Jamil Mahuad, generó un alto índice de

migración en el país, de manera puntual en las provincias del Azuay y Cañar (Acosta et al., 2006).

Con estos antecedentes, ante escenarios complejos, es necesario buscar oportunidades de inversión, pues siempre existen fortalezas que se pueden aprovechar en tiempos de crisis, siendo una alternativa emprender y analizar la factibilidad para comercialización de uvilla y sus derivados, con la intención de generar fuentes de trabajo, impulsar y repotenciar la economía del sector, en especial del área agrícola y agro industrial, de las zonas rurales del austro ecuatoriano.

La uvilla y sus derivados contienen nutrientes que aportan a las mesas de cada familia en la región, con sus ventajas y beneficios, que pueden satisfacer la demanda de los hogares de Azogues y Cuenca, ahora que es cada vez más conocido este producto (Chaparro López, 2021)

En este proceso de investigación sobre la factibilidad de comercialización de la uvilla, se determinó que es importante su puesta en marcha para el desarrollo económico de las familias del sector agricultor en las ciudades de Cuenca y Azogues; pretendiendo vincular el sector agrícola y agro industrial; pues, como objetivo del proyecto se busca que las familias logren asociarse para levantar la producción de la fruta y darle un valor agregado; asimismo es imprescindible el estudio de mercado y financiero realizado, para conocer su impacto económico en los productores y por ende a la generación de empleo. Es así que en las siguientes secciones se detalla un estudio de factibilidad, elaborando los análisis de mercado, técnico, y financiero, para la comercialización de la fruta y sus derivados, de manera que mejore y facilite su mercadeo y venta, en las ciudades de Cuenca y Azogues.

La empresa Layla's Uvilla, ubicada en la Parroquia Guapán, en la ciudad de Azogues, provincia del Cañar, sufrirá un impacto directo en su economía y gestión, además, servirá como modelo e impulsará a toda la comunidad de productores, a conocer el mercado en el que se ofertará de mejor manera el producto, mejorando sus ingresos y de manera fundamental generando nuevos puestos de trabajo.

La importancia de este artículo se justifica en que muchas familias actualmente están sin una fuente de empleo, y esta puede ser la oportunidad de abrir una nueva línea de producción. La fruta puede ser consumida de forma directa, en ensaladas, mermeladas o vino, y, con herramientas publicitarias, se logrará dar a conocer los beneficios nutricionales que aporta esta fruta, ayudando a mejorar la salud de los consumidores y bajar los índices de desnutrición.

Para el desarrollo de la investigación se partió de un supuesto investigativo, que se basó en conocer si ¿Es factible un emprendimiento que permita la comercialización de la uvilla y sus derivados, en las ciudades de Azogues y Cuenca, promoviendo la reactivación económica de la zona y generando mayores fuentes de empleo en este sector?

Referencial teórico

El estudio de factibilidad

Es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación (*¿Qué Es El Estudio de Factibilidad En Un Proyecto?* • Gestipolis, n.d.)

Estudio financiero

El estudio financiero busca presentar información de variables socioeconómicas en el ámbito macro y micro económico, que afectan el flujo de caja del proyecto, todo proyecto se evalúa con índices financieros. La base es la interpretación de la evaluación financiera, siendo los siguientes parámetros a ser analizados: el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR) flujo de efectivo, precio de venta, entre otros. Con el fin de determinar la viabilidad financiera de alternativas de inversión (Nava Rosillón, 2009).

La investigación de mercados es el estudio que proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto (*Estudio de Mercado y Análisis de La Demanda / TAM ENTREPRENEUR VC*, n.d.).

Uvilla y proceso agrícola

La planta de la uvilla es un pequeño arbusto de origen nativo, sus hojas son acorazonadas, su fruto es redondo de color amarillo intenso, con pequeñas semillas y con un sabor agridulce. El árbol de la uvilla forma matorrales tupidos, sobre todo en estado silvestre Esta planta se adapta muy bien en los climas fríos entre los 2.000 y 3.200 metros sobre el nivel del mar. El tiempo entre la siembra y cosecha es de seis a ocho meses, aproximadamente, dependiendo de la altitud. Una vez que empieza la cosecha esta es continua y se puede hacer recolecciones semanales (Yesserie, 2015).

Su vida productiva puede llegar hasta los tres años. La uvilla crece de forma silvestre en el campo o en los jardines junto a las viviendas. Sin embargo, en la última década, se la cultiva con fines comerciales en plantaciones de Tungurahua, Pichincha, Imbabura, Azuay y Loja. Su nombre científico es *Physalis peruviana* L (Brito Grandes et al., 2008). La figura 1, detalla el cultivo y crecimiento de la uvilla, junto al logo de la empresa.

Figura 1. Uvilla y logo de la empresa Layla's.



Elaborado por: El autor

Uso de la uvilla como alimento

Tradicionalmente, la uvilla es recolectada y consumida cruda, sin embargo, en la actualidad es procesada para obtener productos como mermeladas, yogur, dulces, helados y licores. También, como otra opción para la comercialización, es sometida a procesos de deshidratación. La uvilla es un ingrediente muy atractivo para la elaboración de ensaladas de frutas o vegetales por su sabor agridulce. Es muy utilizada en la decoración de tortas repostería y pasteles (*La Uvilla - Ecuador - MAAN Platform*, n.d.).

Propiedades nutricionales

La uvilla contiene vitamina C, la cual ayuda en la formación de los cartílagos y previene la anemia, facilitando la absorción del hierro. Tiene un alto contenido en vitamina A, lo que contribuye al mantenimiento de la retina y, por tanto, colabora en el buen funcionamiento de la vista. Esta fruta posee un alto contenido de agua, muy importante para el organismo. Facilita la digestión, especialmente por los ácidos orgánicos que estimulan la secreción de los jugos digestivos: saliva, jugo gástrico, secreción del hígado y páncreas, favoreciendo la higiene intestinal a causa de la celulosa que contiene (*UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR ESCUELA DE GASTRONOMÍA Estudio de La Uvilla: Propuestas Innovadoras Para*

Preparaciones Gastronómicas TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN GASTRONOMÍA, n.d.).

Usos medicinales

En las comunidades de los Andes, sus pobladores han descubierto beneficios en el uso de la planta de uvilla. Tomar la infusión de sus hojas purifica la sangre y ayuda a eliminar la albúmina de los riñones, por la acción diurética del ácido cítrico. También se aconseja en el tratamiento de problemas de la próstata. Reconstruye y fortifica el nervio óptico, cura enfermedades de los ojos. Es eficaz en el tratamiento de afecciones de la garganta (*La Uvilla - Ecuador - MAAN Platform, n.d.).*

La uvilla es efectiva para aliviar la fiebre intermitente, y como tranquilizante natural. El fruto contiene un aceite que es usado como purgante, a los niños se les da de 10 a 15 frutos diarios por espacio de 8 días. En la provincia de Cotopaxi se usa en el tratamiento del “mal aire”. Las hojas cocidas se aplican en lavados de la piel para contrarrestar efectos de escoriaciones o lesiones superficiales (*La Uvilla - Ecuador - MAAN Platform, n.d.).*

Oportunidad de negocio

Las ideas y las oportunidades de negocio son distintas, podemos decir que las oportunidades de negocio se pueden originar con una idea, la misma que al madurar y convertirse en viable se puede considerar una oportunidad de negocio. (*La Idea de Negocio En Proyectos de Negocio - Wiki EOI de Documentación Docente, n.d.).*

Análisis financiero

Al momento de buscar una resolución sobre si es factible o no la implementación de una idea de negocio, es de vital importancia realizar un análisis financiero, ya que este “busca indagar sobre las propiedades y características de una compañía, saber sobre sus operaciones, actividades, entorno cercano y lejano, información sobre su desempeño pasado, con el fin de conocerla, entenderla e incluso predecir el comportamiento futuro de la firma” (Puerta et al., 2018).

Es decir, dentro de los estudios de factibilidad es necesario conocer: la factibilidad técnica, que permite al investigador analizar y evaluar los recursos necesarios para realizar el proyecto, entre estos: herramientas, equipos e insumos (Burdiles, Castro, & Simian, 2019), de esta manera se define las necesidades de la empresa, y lo que se requiere para producir el bien o el servicio, la económica financiera proporciona el presupuesto de inversión considerando todos los activos

financieros, y el presupuesto de ingresos y egresos, permite a la organización saber si cuenta o no con los recursos necesarios para implementar el proyecto (Pacheco & Pérez, 2018)

Metodología

El tipo de investigación utilizada en el desarrollo de este proyecto fue de tipo mixto, en virtud de que se obtuvieron datos, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo, que permitieron conocer la cultura alimenticia en los consumidores y su impacto en las empresas que se encuentran en crecimiento.

La encuesta y la observación fueron las técnicas de recopilación de información utilizadas para obtener la información relacionada con el mercado potencial de uvilla en las ciudades de Cuenca y Azogues.

Además, se usó un método sistémico, para la revisión de literatura existente y estado del arte, referente a la uvilla, sus beneficios, y conceptos para un análisis financiero y de factibilidad. Luego se utilizó el software Excel para tabular los resultados de las encuestas y para realizar todos los cálculos de carácter financiero para conocer si el proyecto es viable o no.

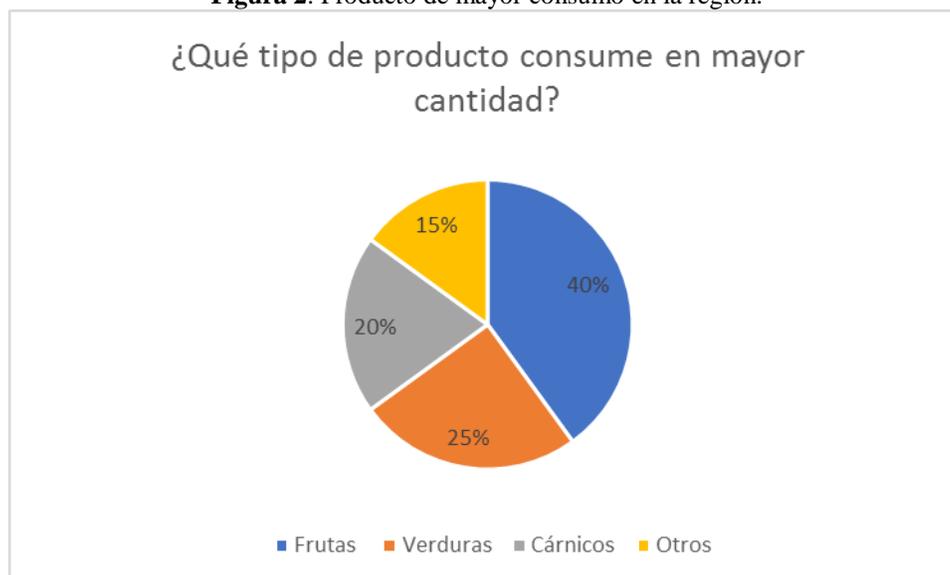
Finalmente, el universo de estudio se determinó por la proyección del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), en los cantos de Cuenca y Azogues, con una población de 636996 habitantes y 82676 habitantes, respectivamente. Donde se ejecutó el muestreo para la aplicación de los instrumentos de recolección de información en un grupo poblacional específico. Determinándose un total de 384 encuestas a ser realizadas, luego de aplicar la fórmula estadística, para un muestreo aleatorio simple, para poblaciones infinitas; a un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%

Resultados

El estudio de mercado es fundamental en la realización de cualquier proyecto, sobre todo si se pretende conocer la viabilidad del mismo y la aceptación que tendría un producto en el lugar en el que se pretende comercializarlo. Es por esto que, previo a un análisis del entorno financiero y la determinación de los indicadores que determinen rentabilidad o no del mismo, fue necesario conocer la opinión del universo de estudio, siendo los criterios más importantes los siguientes:

Primeramente, se consultó sobre los productos que consumen en mayor cantidad, con la intención de conocer la preferencia y la tendencia que tienen hacia uno u otro producto; la figura 2 detalla los indicadores analizados, siendo el consumo de frutas el de mayor preferencia.

Figura 2. Producto de mayor consumo en la región.



Elaborado por: El autor

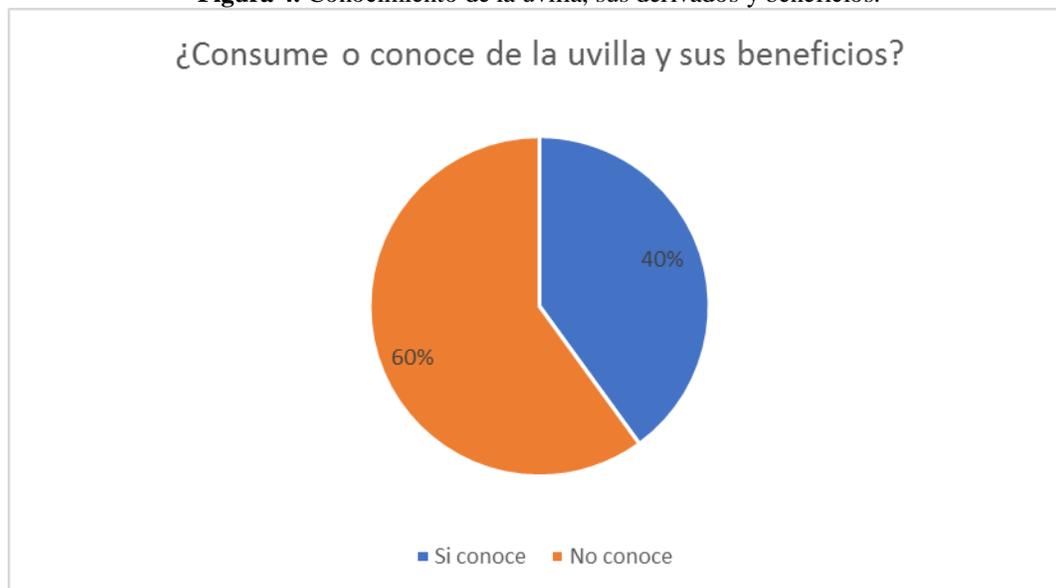
Una vez consultados sobre la preferencia de productos de consumo, se realizó la indagación sobre los lugares en los que prefieren comprarlos, donde se pudo inferir que todavía existe un alto índice de preferencia de realizarlo directamente en los lugares que entregan los productos directamente de los productores, en Azogues y Cuenca se observa que existe la preferencia todavía de realizarlo en mercados de las ciudades, aunque un alto porcentaje también lo realiza en comisariatos, lo que presume una excelente oportunidad para la oferta de la uvilla y sus derivados, como se observa en la figura 3.

Figura 3. Lugar de compra frecuente de frutas.

Elaborado por: El autor

Una pregunta importante dentro de las encuestas realizadas fue sobre el conocimiento de la población sobre la uvilla y los beneficios que trae consigo en su consumo, de esta manera se logró interpretar y conocer que el 60% de la población encuestada no conoce la fruta o sus beneficios, mientras que el 40% si la conoce, lo que abre igualmente una oportunidad y fortaleza para el emprendimiento en este sector, pues al tener un alto número de familias que conocen los beneficios de la uvilla y sus derivados se puede llegar a esos hogares con el producto, y de igual manera, al tener un porcentaje alto de personas que manifiestan no conocer sobre la fruta, se puede aprovechar para fomentar campañas en este sector y ampliar el mercado de comercialización de los productos y generar una mayor demanda para estos. Estos datos se pueden observar en la figura 4.

Figura 4. Conocimiento de la uvilla, sus derivados y beneficios.

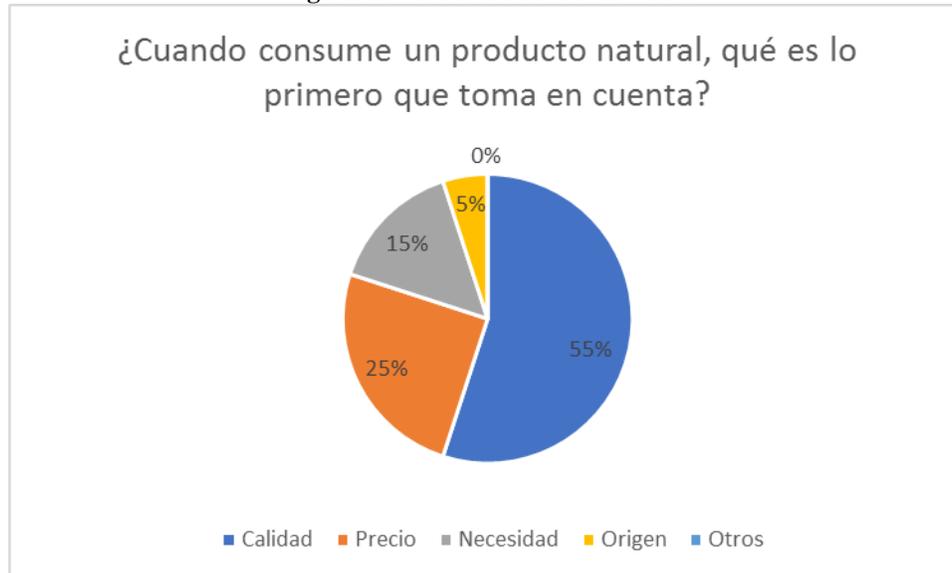


Elaborado por: El autor

La figura 5 se formuló para conocer qué determina la compra o no de un producto natural, cuál es la tendencia en cuanto a la preferencia del consumidor sobre estos tipos de productos, y determinar si la idea inicial del proyecto fue correcta en su propósito.

Pues se presume que la calidad en un producto es lo que mayor porcentaje de aceptación tiene en una población, siendo corroborada por los resultados y la data entregada en esta indagación, con un porcentaje del 55% en el parámetro calidad, como el de mayor criterio, mostrando, además, que, si un producto es bueno y de calidad, el precio no es tan relevante en el momento de su adquisición.

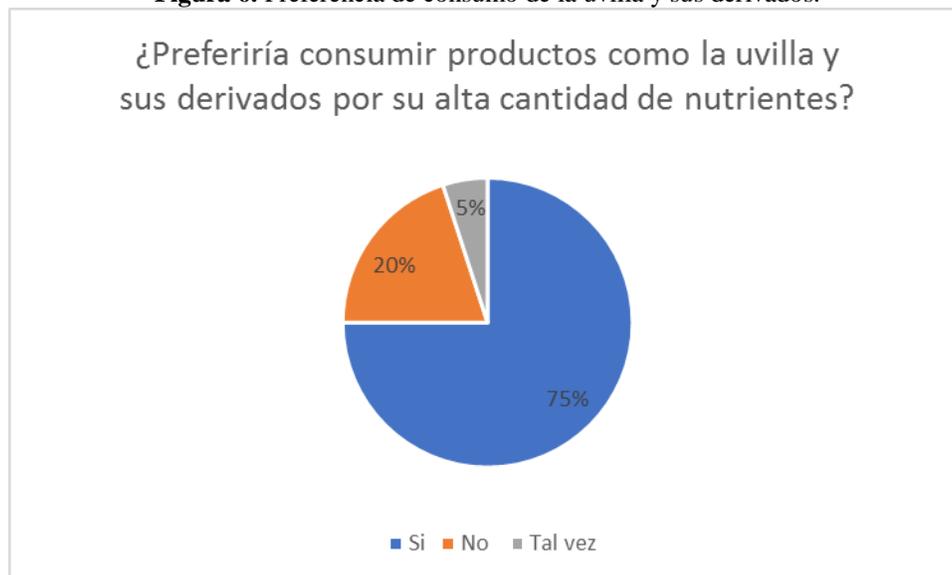
Figura 5. Preferencia del consumidor.



Elaborado por: El autor

El 75% de los consultados, figura 6, de la data entregada, en función a la interrogante que nace luego de dar a conocer los beneficios de la uvilla y sus derivados, manifestaron que, para llevar una vida saludable, con nutrientes y vitaminas, prefieren el consumo del producto en estudio y sus derivados, datos que permitieron continuar con el análisis financiero para posibilitar demostrar la viabilidad de este proyecto.

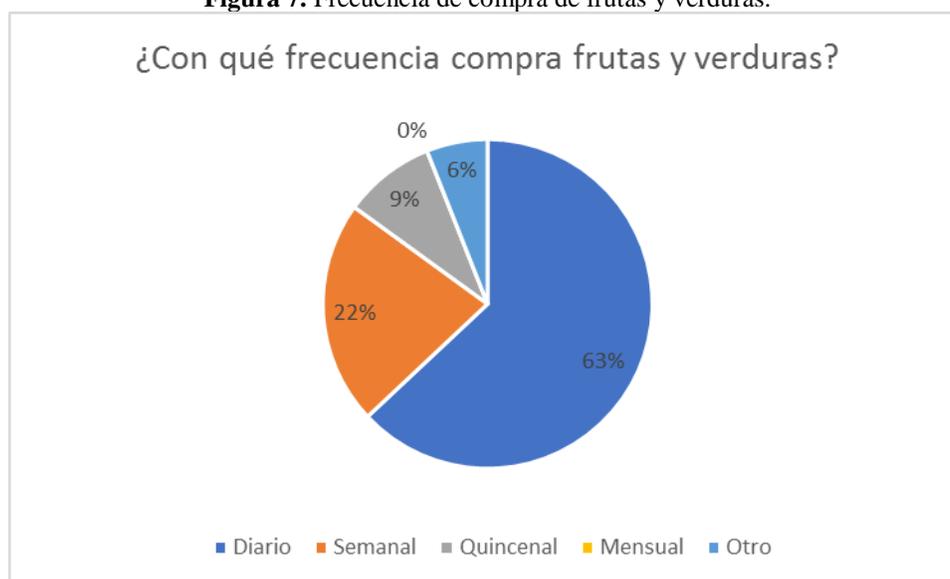
Figura 6. Preferencia de consumo de la uvilla y sus derivados.



Elaborado por: El autor

La frecuencia de compra de productos fue un factor importante en el cumplimiento de los objetivos del proyecto, determinar cuando compran con mayor índice permitió conocer el ritmo de producción y puesta en el mercado que debemos tener con la uvilla y sus derivados, del universo de estudio analizado, se determinó que un 63% compran fruta diariamente, lo que da como resultado que va a existir mercado suficiente y que el producto lo podemos comercializar sin problema, a un ritmo de producción semanal, como se observa en la figura 7.

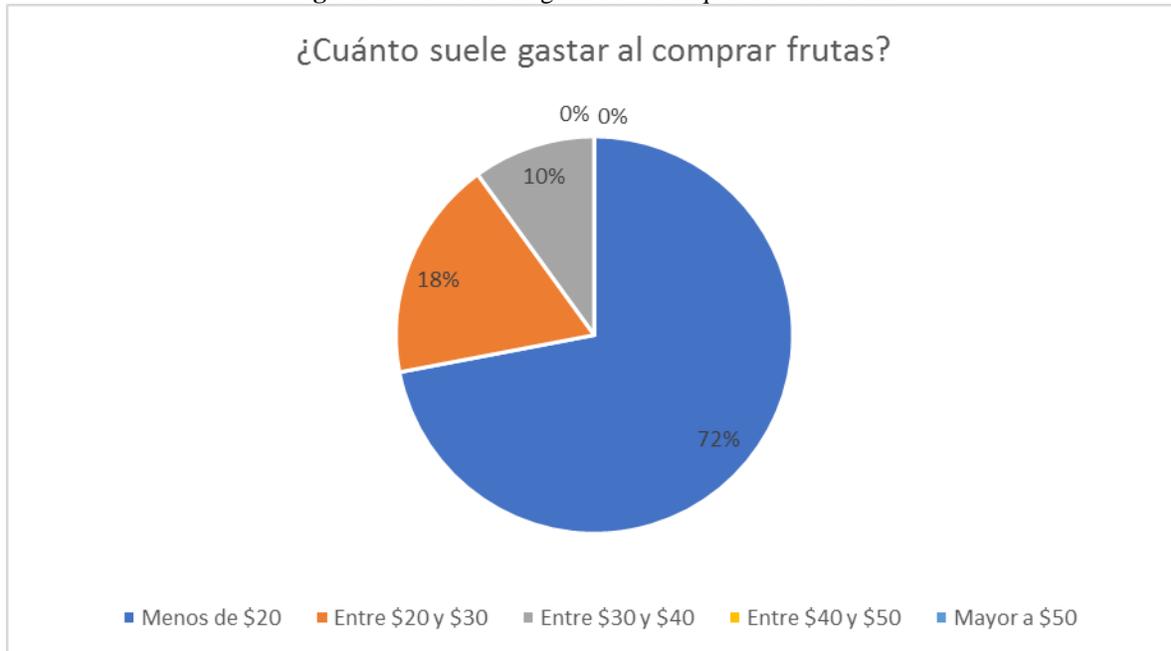
Figura 7. Frecuencia de compra de frutas y verduras.



Elaborado por: El autor

Sobre los valores que suelen pagar los consumidores de frutas al momento de adquirirlas, se observó que el 72% de la población lo hace con valores inferiores a los 20 dólares, siendo algo que se podía predecir pues al comprar los productos la mayoría de los encuestas de manera diaria, los gastos que representa su adquisición no deberían ser onerosos, sin embargo, al ser un gasto diario, es excelente como oportunidad de negocios para los productores de diversos insumos de consumo masivo, información que se presenta en la figura 8.

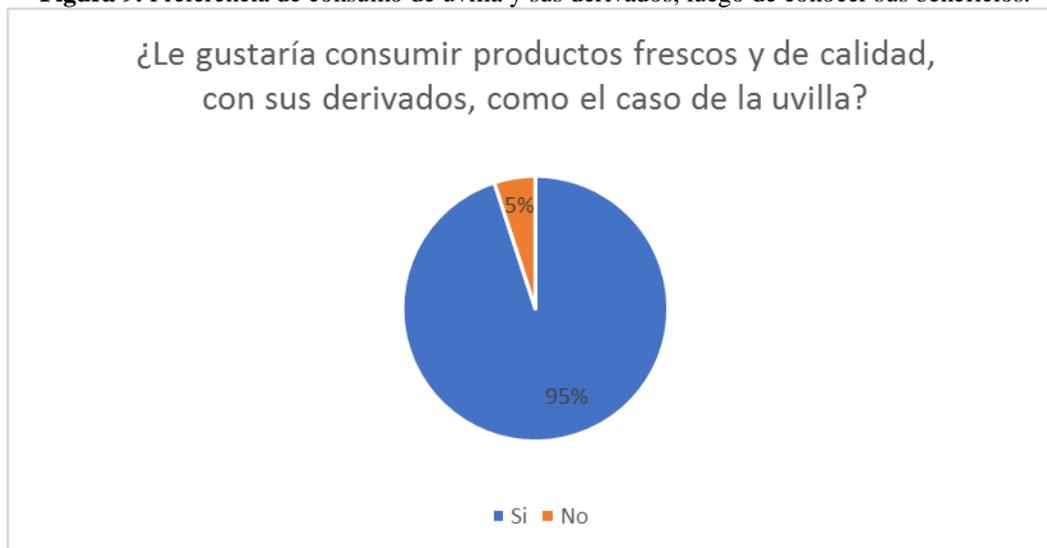
Figura 8. Promedio de gastos en la adquisición de frutas.



Elaborado por: El autor

La figura 9 buscó determinar también la preferencia de los consumidores, una vez que conocen de los beneficios de la uvilla y sus derivados, para saber si estarían dispuestos a comprarla o no, lo que resultó beneficios para los intereses del emprendimiento, pues con un porcentaje del 95% (no esperado) se evidenció que efectivamente estarían dispuestos a consumir nuestro producto.

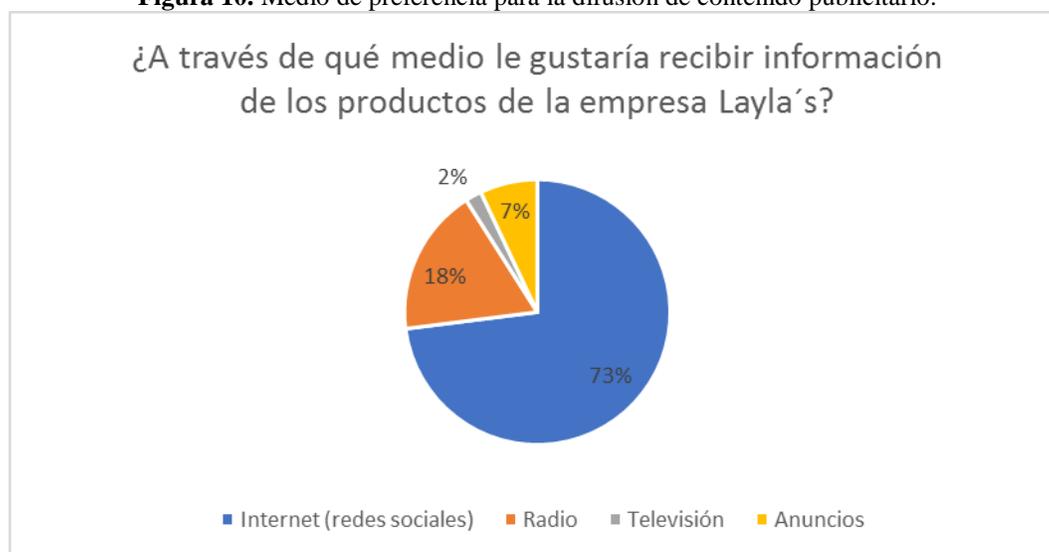
Figura 9. Preferencia de consumo de uvilla y sus derivados, luego de conocer sus beneficios.



Elaborado por: El autor

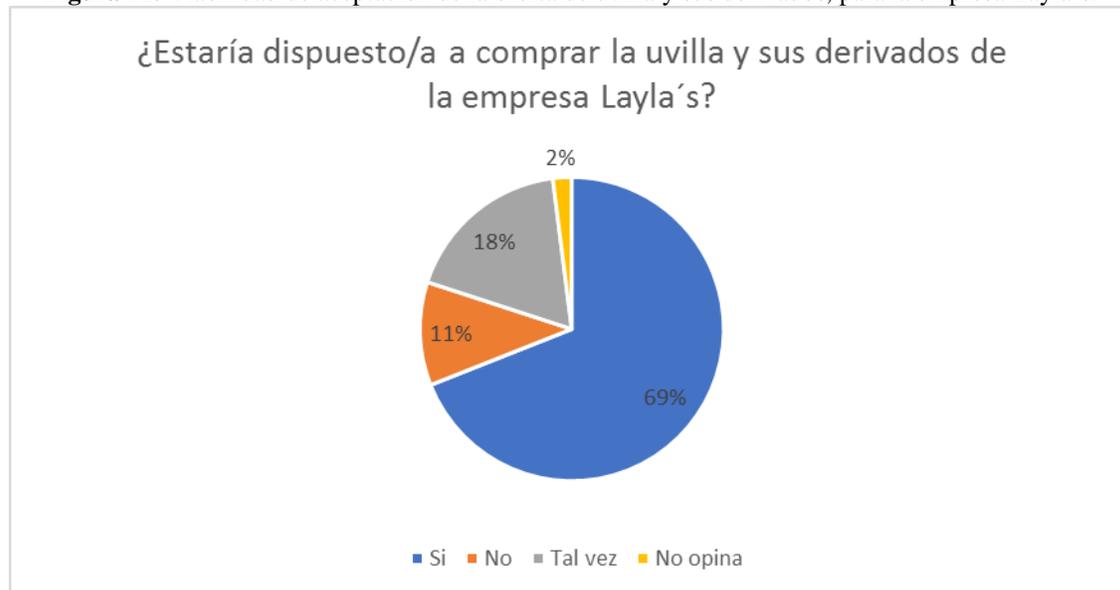
En la figura 10 se presentan los resultados enfocados en la pregunta relacionada con temas de marketing y publicidad, para comprender cuál es el medio de preferencia para brindar información sobre la empresa, sus productos y los beneficios de los mismos, como era de esperarse la tendencia actual hacia los medios digitales tuvo la mayor ponderación en este apartado, el uso de redes sociales, con un 73%, fue el medio que más aceptación tiene para el universo de estudio, resultado importante pues se conoce que la inversión en publicidad en medios digitales no suele ser alta cuando se pretende únicamente dar a conocer productos y llegar de modo masivo a determinada audiencia.

Figura 10. Medio de preferencia para la difusión de contenido publicitario.



Elaborado por: El autor

Finalmente, en la figura 11 se cierra la investigación de mercado, enfocados en conocer si el universo encuestado estaría dispuesto a comprar nuestro producto, junto con sus derivados, convirtiéndose en la pregunta más importante de esta técnica, porque en función a los datos obtenidos se puede determinar si el producto efectivamente tendrá aceptación una vez colocado en el mercado y si es viable o no su elaboración y venta, obteniéndose un 69% de aceptación.

Figura 11. Viabilidad de aceptación de la oferta de uvilla y sus derivados, para la empresa Layla´s.

Discusión

Luego de analizados los resultados del estudio de mercado, siendo estos positivos, se procesó a elaborar el análisis financiero, para conocer la fiabilidad y rentabilidad del emprendimiento, y si los valores obtenidos tributan o no a la toma de decisiones en su implementación.

Para esto, la tabla 1 muestra el estado inicial del proyecto, con su proyección sobre la inversión en activos fijos necesaria para su puesta en marcha.

Tabla 1. Inversión en activos fijos, empresa Layla´s

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS					
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR	TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
ADMINISTRATIVO					
MUEBLES Y ENSERES					
ESCRITORIO	4	100	\$400,00	10	\$40,00
SILLAS	12	30	\$360,00	10	\$36,00
SOFAS	1	60	\$60,00	10	\$6,00
MESAS	2	30	\$60,00	10	\$6,00
MOSTRADORES	3	50	\$150,00	10	\$15,00
ARCHIVADOR	3	80	\$240,00	10	\$24,00
VITRINAS	3	60	\$180,00	10	\$18,00
ESTANTES	3	80	\$240,00	10	\$24,00
ACCESORIOS FRUTAS Y DERIVADOS	25	1	\$25,00	10	\$2,50

MUEBLES OFICINA	3	85	\$255,00	10	\$25,50
MUEBLES BODEGA	4	120	\$480,00	10	\$48,00
LETRERO	1	80	\$80,00	10	\$8,00
SUBTOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$2.530,00		\$253,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE					
COMPUTADORA	4	350	\$1.400,00	3	\$466,67
SOFTWARE	1	1500	\$1.500,00	3	\$500,00
SUBTOTAL EQUIPO DE CÓMPUTO Y SOFTWARE			\$2.900,00		\$966,67
EQUIPO DE OFICINA					
SUMINISTRO DE OFICINA	1	150	\$150,00	5	\$30,00
TELÉFONO	1	120	\$120,00	5	\$24,00
SUBTOTAL EQUIPO DE OFICINA			\$270,00		\$54,00
PRODUCCIÓN					
MAQUINARIA					
MAQUINARIA PARA PRODUCCIÓN DE DERIVADOS	1	16200	\$16.200,00	5	3240
MAQUINARIA PARA PROCESAMIENTO DE UVILLA	1	8300	\$8.300,00	5	1660
SUBTOTAL MAQUINARIA			\$24.500,00		\$4.900,00
VENTAS					
					\$1.000,00
SUBTOTAL VENTAS			\$4.650,00		
TOTALES ACTIVOS FIJOS DEPRECIBLE			\$7.173,67		\$7.173,67
TERRENO	1	15000	\$15.000,00		
TOTAL INVERSIÓN ACTIVO FIJO			\$49.850,00		

Elaborado por: El autor

Luego, se determinó la inversión en activos diferidos, para dar continuidad al análisis y obtener valores reales que permitan conocer un balance y flujo adecuado, dichos datos se presentan en la tabla 2.

Tabla 2. Inversión en activos diferidos emprendimiento de uvilla y sus derivados
INVERSIÓN EN ACTIVO DIFERIDO

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		\$802,30
APROBACIÓN DE CONSTITUCIÓN	\$450,00	
PUBLICACIÓN	\$82,60	
INSCRIPCIÓN CÁMARA DE COMERCIO	\$50,00	
REGISTRO MERCANTIL	\$30,00	
NOTARIA	\$20,00	
REGISTRO DE MARCA	\$86,00	
PATENTE MUNICIPAL	\$83,70	
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		\$1.100,00
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	\$1.100,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$1.902,30	\$1.902,30

Elaborado por: El autor

La tabla 3 presenta los valores proyectados de conceptos y gastos de la empresa.

Tabla 3. Costos y gastos para la empresa Laylas´s
COSTOS Y GASTOS

CONCEPTO	AÑO
	2021
COSTOS DIRECTOS	
(+) MATERIA PRIMA DIRECTA	\$85.000,00
(+) MANO DE OBRA DIRECTA	\$35.200,00
(=) TOTAL COSTO DIRECTO	\$120.200,00
COSTOS INDIRECTOS FABRICACIÓN	
(+) SERVICIOS BÁSICOS	\$620,00
(+) IMPLEMENTOS Y UNIFORMES	\$40,00
(+) MANTENIMIENTO MAQUINARIA	\$180,00
(+) INSUMOS DE FABRICA	\$780,00
(+) MANO DE OBRA INDIRECTA	\$1.250,00
(+) DEPRECIACIONES	\$4.900,00
TOTAL COSTO INDIRECTO	\$7.770,00
(=) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$127.970,00
(+) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$46.943,47
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$22.080,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$410,00
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	\$50,00
UNIFORMES	\$50,00

	DEPRECIACIÓN	\$2.273,47
	GASTOS DE VENTAS	\$21.840,00
	SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$10.015,00
	SERVICIOS BÁSICOS	\$410,00
	SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	\$50,00
	IMPLEMENTOS Y UNIFORMES	\$50,00
	PUBLICIDAD	\$1.300,00
(=)	GASTOS OPERATIVOS	\$68.783,47
(+)	GASTOS FINANCIEROS	\$1.200,00
	GASTOS INTERES	\$1.200,00
(=)	COSTO TOTAL	\$197.953,47

Elaborado por: El autor

Para el análisis financiero y su evaluación, se proyectaron la inversión total y el financiamiento, valores importantes que permiten luego el cálculo de presupuestos, flujo de efectivo, TIR y VAN, resultados que se expresan en la tabla 4.

Tabla 4. Inversión total y financiamiento para el proyecto.

INVERSIÓN TOTAL		
CONCEPTO		
	INVERSIÓN ACTIVO FIJO	\$49.850,00
	INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	\$15.680,53
	INVERSIÓN ACTIVO DIFERIDO	\$1.902,30
	TOTAL	\$67.432,83

FINANCIAMIENTO		
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	APORTACIÓN
CAPITAL PROPIO	\$45.200,00	82,46%
DEUDA	\$20.000,00	17,54%
TOTAL	\$65.200,00	100,00%

Elaborado por: El autor

El presupuesto de costos y gastos proyectados se expresa en la tabla 5.

Tabla 5. Presupuesto de costos y gastos proyectado.

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	
COSTOS DIRECTOS						
(+) MATERIA PRIMA DIRECTA	\$85.000,00	\$89.250,00	\$98.175,00	\$107.992,50	\$118.791,75	
(+) MANO DE OBRA DIRECTA	\$35.200,00	\$36.960,00	\$40.656,00	\$44.721,60	\$49.193,76	
(=) TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$120.200,00	\$126.210,00	\$138.831,00	\$152.714,10	\$167.985,51	
COSTOS INDIRECTOS						
(+) SERVICIOS BASICOS	\$620,00	\$651,00	\$716,10	\$787,71	\$866,48	
(+) IMPLEMENTOS Y UNIFORMES	\$40,00	\$42,00	\$46,20	\$50,82	\$55,90	
(+) MANTENIMIENTO MAQUINARIA	\$180,00	\$189,00	\$207,90	\$228,69	\$251,56	
(+) INSUMOS DE FABRICA	\$780,00	\$819,00	\$900,90	\$990,99	\$1.090,09	
(+) MANO DE OBRA INDIRECTA	\$1.250,00	\$1.312,50	\$1.443,75	\$1.588,13	\$1.746,94	
(+) DEPRECIACIONES	\$4.900,00	\$5.145,00	\$5.659,50	\$6.225,45	\$6.848,00	
(=) TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$7.770,00	\$8.158,50	\$8.974,35	\$9.871,79	\$10.858,96	
(=) COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$127.970,00	\$134.368,50	\$147.805,35	\$162.585,89	\$178.844,47	
(+) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$46.943,47	\$26.106,64	\$28.717,31	\$31.589,04	\$34.747,94	
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$22.080,00	\$23.184,00	\$25.502,40	\$28.052,64	\$30.857,90	
SERVICIOS BASICOS	\$410,00	\$430,50	\$473,55	\$520,91	\$573,00	
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	\$50,00	\$52,50	\$57,75	\$63,53	\$69,88	
UNIFORMES	\$50,00	\$52,50	\$57,75	\$63,53	\$69,88	
DEPRECIACIÓN	\$2.273,47	\$2.387,14	\$2.625,86	\$2.888,44	\$3.177,29	
(+) GASTOS DE VENTAS	\$21.840,00	\$22.932,00	\$25.225,20	\$27.747,72	\$30.522,49	
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$10.015,00	\$10.515,75	\$11.567,33	\$12.724,06	\$13.996,46	
SERVICIOS BASICOS	\$410,00	\$430,50	\$473,55	\$520,91	\$573,00	
SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	\$50,00	\$52,50	\$57,75	\$63,53	\$69,88	
IMPLEMENTOS Y UNIFORMES	\$50,00	\$52,50	\$57,75	\$63,53	\$69,88	
PUBLICIDAD	\$1.300,00	\$1.365,00	\$1.501,50	\$1.651,65	\$1.816,82	
(=) GASTOS OPERATIVOS	\$68.783,47	\$49.038,64	\$53.942,51	\$59.336,76	\$65.270,43	
(+) GASTOS FINANCIEROS	\$1.200,00	\$800,00	\$400,00			
GASTOS INTERES	\$1.200,00	\$800,00	\$400,00			
(=) COSTO TOTAL	\$197.953,47	\$184.207,14	\$202.147,86	\$221.922,64	\$244.114,91	

Elaborado por: El autor

Los ingresos y su flujo en los 5 años proyectados, se presentan en la tabla 6, los mismos que son en función de la venta de la uvilla y sus derivados, con el precio de venta calculado en un promedio de \$10.278441489 USD.

Tabla 6. Presupuesto de ingresos por ventas proyectado.

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
PRODUCTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
CANTIDAD	18800	19740	20727	21763,35	22851,5175
PRECIO DE VENTA	\$10,278441489	\$10,792363563	\$11,331981741	\$11,898580828	\$12,493509869
TOTAL INGRESOS	\$193.234,70	\$213.041,26	\$234.877,99	\$258.952,98	\$285.495,66

Elaborado por: El autor

Luego, se elaboró el estado de resultados de la empresa Layla´s para tener una fotografía actual del balance de la empresa y su proyección en los 5 años de evaluación para determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto, valores expresados en la tabla 7.

Tabla 7. Estado de resultados inicial del proyecto.

ESTADO DE RESULTADOS						
	CONCEPTO	AÑOS				
		1	2	3	4	5
(+)	VENTAS	\$193.234,70	\$213.041,26	\$234.877,99	\$258.952,98	\$285.495,66
(-)	COSTO	\$127.970,00	\$134.368,50	\$147.805,35	\$162.585,89	\$178.844,47
(=)	UTILIDAD BRUTA	\$321.204,70	\$347.409,76	\$382.683,34	\$421.538,86	\$464.340,13
(=)	GASTO OPERACIONAL	\$73.752,43	\$53.607,60	\$58.111,47	\$59.336,76	\$65.270,43
(+)	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$50.712,43	\$29.875,60	\$32.486,27	\$31.589,04	\$34.747,94
	SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$22.080,00	\$23.184,00	\$25.502,40	\$28.052,64	\$30.857,90
	SERVICIOS BÁSICOS	\$410,00	\$430,50	\$473,55	\$520,91	\$573,00
	SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	\$50,00	\$52,50	\$57,75	\$63,53	\$69,88
	UNIFORMES	\$50,00	\$52,50	\$57,75	\$63,53	\$69,88
	DEPRECIACIÓN	\$2.273,47	\$2.387,14	\$2.625,86	\$2.888,44	\$3.177,29
	AMORTIZACIÓN	\$3.768,96	\$3.768,96	\$3.768,96		
(+)	GASTOS DE VENTAS	\$21.840,00	\$22.932,00	\$25.225,20	\$27.747,72	\$30.522,49
	SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$10.015,00	\$10.515,75	\$11.567,33	\$12.724,06	\$13.996,46
	SERVICIOS BÁSICOS	\$410,00	\$430,50	\$473,55	\$520,91	\$573,00
	SUMINISTROS DE OFICINA Y LIMPIEZA	\$50,00	\$52,50	\$57,75	\$63,53	\$69,88
	IMPLEMENTOS Y UNIFORMES	\$50,00	\$52,50	\$57,75	\$63,53	\$69,88
	PUBLICIDAD	\$1.300,00	\$1.365,00	\$1.501,50	\$1.651,65	\$1.816,82
(+)	GASTOS FINANCIEROS	\$1.200,00	\$800,00	\$400,00		
	GASTOS INTERESES	\$1.200,00	\$800,00	\$400,00	\$ -	\$ -
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION	\$246.252,27	\$293.002,15	\$324.171,87	\$362.202,11	\$399.069,70

IMPUESTOS							
(-)	PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	A	\$36.937,84	\$43.950,32	\$48.625,78	\$54.330,32	\$59.860,45
(-)	IMPUESTO A LA RENTA		\$46.049,17	\$54.791,40	\$60.620,14	\$67.731,79	\$74.626,03
(=)	UTILIDAD NETA ANUAL		\$163.265,26	\$194.260,43	\$214.925,95	\$240.140,00	\$264.583,21

Elaborado por: El autor

Finalmente, para el cálculo del TIR y VAN de la actividad, fue necesario elaborar el flujo de fondos del proyecto, de igual manera para un horizonte de 5 años, con todos los valores que influenciarían en su desarrollo, proyectados desde el año 0. Dicho flujo se puede observar en la tabla 8.

Tabla 8. Flujo de fondos con un horizonte de 5 años.

FLUJO DE FONDOS							
CONCEPTOS	AÑOS						
	0	1	2	3	4	5	
INGRESO POR VENTAS		\$193.234,70	\$213.041,26	\$234.877,99	\$258.952,98	\$285.495,66	
COSTOS DE VENTAS		\$127.970,00	\$134.368,50	\$147.805,35	\$162.585,89	\$178.844,47	
UTILIDAD OPERATIVA		\$65.264,70	\$78.672,76	\$87.072,64	\$96.367,09	\$106.651,19	
COSTOS DE OPERACIÓN		\$ 68.783,47	\$49.038,64	\$53.942,51	\$59.336,76	\$65.270,43	
GASTOS FINANCIEROS			\$1.200,00	\$800,00	\$400,00		
DEPRECIACIÓN		\$7.173,67	\$7.532,35	\$8.285,59	\$9.114,14	\$10.025,56	
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		\$ -10.692,44	\$22.101,76	\$24.844,54	\$27.916,19	\$31.355,19	
15% TRABAJADORES			\$3.315,26	\$3.726,68	\$4.187,43	\$4.703,28	
IMPUESTO A LA RENTA			\$4.133,03	\$4.645,93	\$5.220,33	\$5.863,42	
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS		\$ -10.692,44	\$14.653,47	\$16.471,93	\$18.508,44	\$20.788,49	
GANANCIAS DESPUÉS DEL CAPITAL							
DEPRECIACIÓN		\$7.173,67	\$7.532,35	\$8.285,59	\$9.114,14	\$10.025,56	
FLUJO OPERACIONAL		\$-3.518,77	\$22.185,82	\$24.757,52	\$27.622,58	\$30.814,05	
INVERSIÓN FIJA	\$49.850,00						
VALOR RESIDUAL						\$3.399,23	
CAPITAL DE TRABAJO	\$15.680,53						
RECUPERACIÓN DE CAPITAL						\$15.680,53	
PRÉSTAMOS		\$20.000,00					
AMORTIZACIONES			\$6.666,67	\$6.666,67	\$6.666,67		
FLUJO DE CAPITALES	-\$67.432,83	\$20.000,00	-\$6.666,67	-\$6.666,67	-\$6.666,67	\$19.079,76	
FLUJO DE CAJA	-\$67.432,83	\$16.481,23	\$15.519,15	\$18.090,85	\$20.955,91	\$49.893,81	

Elaborado por: El autor

El flujo de efectivo se analizó con un crecimiento anual del 10%, para el TIR y VAN la tasa igualmente se fijó en un 10% anual, para proyectos de este tipo, dando resultados favorables y altamente satisfactorios, con un VAN positivo y un TIR con 18.71%, superior al de proyección; lo que permite inferir en que el proyecto si es viable y por ende factible su implementación y desarrollo. Este cálculo y los valores se observan en la tabla 9.

Tabla 9. TIR y VAN del proyecto.

TIR Y VAN	
TASA	10%
VNA	\$86.693,91
VAN	\$19.261,08
TIR	18,71%

Elaborado por: El autor

Conclusiones

Después de aplicar el instrumento de recolección de información, con los datos obtenidos, se pudo analizar e interpretar esta información, determinándose que las variables planteadas como parte del estudio de mercado efectivamente brindaron información importante sobre la preferencia de los consumidores y que la puesta en marcha de este proyecto, al mostrar aceptación en la muestra efectivamente generará ingresos para este emprendimiento y brindará la oportunidad de crear fuentes de empleo en estos tiempos de incertidumbre generados por el impacto y continuidad del virus COVID-19 a nivel mundial.

El proyecto fue diseñado para satisfacer la demanda de los clientes en las ciudades de Cuenca y Azogues, además de sus alrededores, mediante la producción de uvilla y sus derivados, con una propuesta innovadora desde el punto de vista de la gestión de proyectos y su planificación, infiriendo en la existencia de una alta aceptación por el producto, con una gran oportunidad de crecimiento, con valores reales en la proyección financiera y precios al alcance de todos los hogares de la región.

La empresa Layla´s, experimenta una gran posibilidad de crecimiento y expansión, en virtud de que logrará comercializar sus productos tanto en mercados y comisariatos, así como también, a través de medios electrónicos de publicidad, lo que brindará una oportunidad de llegar hacia un mayor mercado, objetivo principal de un emprendimiento, generando nuevas plazas de trabajo,

reactivando la economía del sector, y promoviendo estrategias innovadoras en el sector agrícola y agro industrial, para que otros productores, similares o diferentes, puedan proyectar también sus empresas con horizontes semejantes.

Finalmente, se determinó que el emprendimiento es viable, de acuerdo a los criterios de un VAN > 0, y un TIR con un porcentaje superior al exigido, respaldado por el estudio de mercado que presenta una alta demanda del producto en las ciudades donde se pretende su comercialización.

Agradecimiento

A la Unidad Académica de Posgrados de la Universidad Católica de Cuenca por permitir el desarrollo y fomento de la investigación.

Referencias

1. *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?* • *gestiopolis*. (n.d.). Retrieved January 5, 2022, from <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
2. *¿Qué es y para qué sirve un análisis de mercados?* | *Innovamedia*. (n.d.). Retrieved December 23, 2021, from <https://www.innovamediaconsultores.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-analisis-de-mercados/>
3. Acosta, A., López, S. (Susana M. L. O., & Villamar, D. (2006). *La migración en el Ecuador: oportunidades y amenazas*. 269. <https://www.uasb.edu.ec/publicacion/la-migracion-en-el-ecuador-oportunidades-y-amenazas-270-id270/>
4. Brito Grandes, B., Espín, S., Villacrés, E., Vaillant, F., Medina, G., & Badillo, F. (2008). *Uvilla (Physalis peruviana L.). Características físicas y nutricionales de la fruta importantes en la investigación y elaboración de pulpas, jugos, concentrados y postres*. <http://repositorio.iniap.gob.ec/handle/41000/2623>
5. Chaparro López, H. C. (2021). *Año, 2021*. 3260, 1–39.
6. *Estudio de Mercado y Análisis de la Demanda | TAM ENTREPRENEUR VC*. (n.d.). Retrieved January 5, 2022, from <http://cedconsultoria.net/2016/11/01/estudio-mercado-y-analisis-demanda/>
7. Genta, N., & Ramírez, J. (2008). Ecuador: La migración internacional en cifras. *UNFPA y FLACSO-Ecuador*, 47. <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:ECUADOR:+La+migr>

- aci?n+internacional+en+cifras#0%5Cnhttp://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Ecuador:+La+migraci?n+internacional+en+cifras#0
8. *La Idea de Negocio en Proyectos de negocio - wiki EOI de documentación docente.* (n.d.). Retrieved December 23, 2021, from https://www.eoi.es/wiki/index.php/La_Idea_de_Negocio_en_Proyectos_de_negocio
 9. *La Uvilla - Ecuador - MAAN Platform.* (n.d.). Retrieved January 5, 2022, from <https://maan.ifoam.bio/display/ECU/La+Uvilla>
 10. Nava Rosillón, M. A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48), 606–628. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009&lng=es&nrm=iso&tlng=es
 11. Puerta, F., José, G., Arrieta, V., Huertas, N., Puerta, C., Fabio, G., Vergara, A., José, H., & Cardozo, N. (2018). Análisis financiero: enfoques en su evolución. *Criterio Libre*, 16(28), 75–94. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/CRITERIOLIBRE.2018V16N28.2125>
 12. Tomalá, M. (2016). El proceso migratorio en el Ecuador después de la crisis económica-financiera de 1998-1999. Un análisis histórico descriptivo. *XLII Reuniones de Estudios Regionales AECR, Internatio*, 26. <http://reunionesdeestudiosregionales.org/Santiago2016/htdocs/pdf/p1696.pdf>
 13. *UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR ESCUELA DE GASTRONOMÍA Estudio de la uvilla: propuestas innovadoras para preparaciones gastronómicas TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN GASTRONOMÍA.* (n.d.).
 14. Yesserie. (2015). No Title空間像再生型立体映像の研究動向. *Nhk技研*, 151, 10–17. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>