

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

En el Cantón Ibarra, en las parroquias rurales de la Carolina y Lita localizadas al noroccidente disponen de ecosistemas con buenas perspectivas para la implantación de cultivos de guanábana especialmente de la especie *Annona muricata* que una variedad apta para la producción de dulces, por lo cual se establece la perspectiva de crear la microempresa de elaboración y comercialización de dulce de guanábana en la ciudad de Ibarra, para lo cual se realizó un análisis sociológico, de mercado, técnico, ingenieril, económico, financiero y ambiental para su mejor operación en términos de sostenibilidad y sustentabilidad de acuerdo a las potencialidades de los sectores en estudio.

La producción de guanábana es una actividad agrícola que está asociada a otros frutos del sector como; papaya, mandarinas, mangos, guayaba, plátano, naranjas y otros ...como a otras labores agrícolas como el cultivo de frejol, morocho, yuca y la ganadería.

Uno de los cuellos de botella de los agricultores es la comercialización, que normalmente es débil y no reúne condiciones técnicas para fomentar un desarrollo socioeconómico de su población. La guanábana es una fruta que en los últimos años ha disminuido su cultivo, por características como: pago de bajos precios en el mercado, bajo nivel de comercialización, ataque de enfermedades a la planta que no han sido socializadas en forma técnica la aplicación de medidas correctivas, lo que ha originado bajo incentivo para el cultivo de esta fruta, en estas localidades de alto potencial agrícola para el cultivo a gran escala.

La guanábana y otras frutas del sector deben promover la generación de microempresas para fomentar sistemas productivos y cadena de valor así, como dinamizar el desarrollo de estas dos parroquias; Lita y la Carolina,

generando empleo familiar como estrategias claves para impulsar el desarrollo productivo del cultivo de esta fruta (guanábana), que puede tener niveles de preferencia en el mercado consumidor de dulces de Ibarra y la Provincia de Imbabura y el país.

Una de las estrategias de fortalecimiento de las cadenas productivas – territoriales son la formulación de proyectos para crear microempresas que sustenten en forma sostenible la producción agrícola en este caso de la guanábana en las localidades de Lita y la Carolina.

El proyecto propone crear una planta para elaborar dulce de esta fruta para lo cual se desarrolla el diagnóstico situacional de los lugares de producción de guanábana y un enfoque de la posición perspectiva de la dulce de esta fruta en el mercado.

Los altos índices de pobreza siguen siendo el problema central que afecta a la población del sector rural ecuatoriano. A la luz de los avances lentos obtenidos hasta ahora en cuanto a reducción de la pobreza, mejoramiento de la calidad de vida, mejorar los niveles de producción, comercialización de un producto y alcanzar un mejor desarrollo económico – territorial armónico.

Si bien actualmente el gobierno ha establecido políticas públicas a favor del desarrollo local, en torno a iniciativas de fomento productivo, su concepción debe incorporar otras lógicas de intervención, que estimulen los sistemas de producción y motiven la participación de todos los actores públicos, privados, académicos y la sociedad, que es finalmente quienes se beneficiaran de las estrategias implantadas.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional de los agricultores actuales y potenciales del cultivo de guanábana en las parroquias de Lita y la Carolina del Cantón Ibarra y las perspectivas del dulce de guanábana.

1.2.2 ESPECÍFICOS

- a) Establecer los niveles de producción de guanábana en las parroquias de Lita y la Carolina
- b) Describir como actualmente comercializan su producción de guanábana
- c) Determinar las opciones que tiene la empresa AGROIBARRA de tener proveedores de esta fruta en estas dos parroquias de Lita y la Carolina
- d) Medir resultados deductivos de la posición subjetiva del dulce de guanábana en el contexto

1.2.3 VARIABLES

1.2.3.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Deficiente producción, comercialización e inserción de cadena de valor de la guanábana.

1.2.3.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Mejoramiento de fomento productivo e incorporación de valor agregado a la guanábana.

1.2.4 CONCEPTUALIZACIÓN DE VARIABLES

1.2.4.1 Deficiente producción, comercialización e inserción de cadena de valor de la guanábana.

En el marco conceptual de esta variable independiente se sustenta en la nueva concepción de potencializar factores de competitividad territorial, como una estrategia acreditada para establecer o medir los niveles deficientes de producción, comercialización e inserción de cadena de valor de una determinada localidad, cultivo específico como objetivo.

1.2.4.2 Mejoramiento de Fomento Productivo e incorporación de valor agregado a la guanábana.

Se basa en el marco conceptual de competitividad territorial, como capacidad o iniciativa de desarrollo económico para lograr y mejorar la inserción de sistemas productivos a través de cadenas de valor como la creación de microempresas que utilicen como materias primas principales los productos cultivados en las localidades. Procesos para diseñar o validar, transferir iniciativas de desarrollo local y obtener productos para competir a escala local, regional, nacional o internacional.

1.3 INDICADORES

1.3.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

- a) Extensión de terreno
- b) Rendimiento
- c) Densidad de siembra
- d) Comercialización
- e) Forma de comercializar
- f) Precios
- g) Forma de pago

1.3.2 VARIABLE DEPENDIENTE

- a) Posición de la dulce de guanábana
- b) Fortalezas
- c) Debilidades
- d) Amenazas
- e) Oportunidades
- f) Precios
- g) Porcentaje de producción
- h) Proveedores

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNOSTICA

La matriz de relación diagnóstica o de operacionalización de las variables se estructura en base a los objetivos específicos que se requiere obtener del diagnóstico situacional. Se estructura dos matrices que se detallan en los anexos 1 y 2.

1.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población objeto del estudio diagnóstico son las personas que habitan en las parroquias de la Carolina y Lita del Cantón Ibarra, y que se dedican al cultivo de la guanábana. Según el MAGAP de Ibarra se dedican alrededor de 150 registrados hasta el año 2009 localizados principalmente en San Gerónimo, de la parroquia de la Carolina y Parambas de Lita.

1.6 CALCULO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente ecuación

1.7 FORMULA DE CÁLCULO

$$n = \frac{P\sigma x N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + P\sigma}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

$P\sigma$ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

N= Población / Universo

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes > 30

E= Nivel de error (5%; 0.05)

K = Error de la muestra

$$n = \frac{0.25 \times 150}{(150 - 1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{37.5}{0.343125}$$

$$n = 109$$

1.8 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1.8.1 ENCUESTA Y ENTREVISTA:

Para levantar las encuestas a los agricultores de la guanábana se diseñó el instrumento de recolección de información que se detalla en el anexo 3 sobre la base de las variables, indicadores, sus objetivos y población objeto. Mediante esta técnica de campo se aplicó la observación directa y se levantó la información a las 109 personas dedicadas al cultivo de guanábana y en una forma descriptiva, explicativa se pretendió información precisa y clara para su interpretación y análisis de resultados.

1.8.2 OPINIÓN DE EXPERTOS:

Se realizó la consulta a los siguientes expertos en el tema del diagnóstico.

- 1.8.2.1** Ing. Msc. Manuel Bastidas experto del SECAP – Ibarra en procesos de producción de guanábana y elaboración de dulces
- 1.8.2.2** Ing. Msc. Pablo Roma técnico del SECAP – Quito, experto en desarrollo local y emprendimiento de competitividad territorial
- 1.8.2.3** Msc. Walter Gubio, SECAP – Ibarra, experto en MBA productividad y competitividad.

La metodología usada fue mediante conversación oral cuya finalidad es obtener información de los temas tratados en el proyecto de manera sistemática y holística que configuran los elementos del diagnóstico, estudio de

mercado, estudio técnico – ingeniería del proyecto así, como temas referente a costos referenciales, inversiones y otros detalles financieros que sustentan la concepción cognoscitiva – practica del proyecto.

1.8.3 Prueba Piloto:

En compañía del Ing. Manuel Bastidas se desarrollo una prueba piloto de entrevista a los agricultores de guanábana, con la finalidad de mejorar su dialéctica – praxis para el llenado del instrumento de recolección de información, en forma objetiva y que las actitudes de respuestas emocionales sean pertinentes y concretas, de esta manera se aseguro la operacionalizacion de las variables e indicadores del diagnostico

1.8.4 Instrumentos para recolección de información secundaria:

Se aplico la técnica de lecturas pre categoriales, categoriales para codificar y decodificar la información de fuentes bibliográficas referente al contexto del proyecto, como herramienta de almacenamiento de datos se uso; fichas bibliográficas y nemotécnicas, resúmenes de contenidos y otros de orden investigativo.

1.8.5 Integración de la muestra:

Se procedió a delimitar la población a encuestar de las dos parroquias Lita y la Carolina considerando 55 personas de la Carolina y 54 de Lita. El tiempo de la aplicación de las encuestas fue de 10 días.

1.8.6 El método estadístico utilizado:

Fue el aleatorio simple al azar en la que cada miembro de la población de agricultores de la guanábana tuvo la oportunidad de ser entrevistado. Para su aplicación se utilizo el modelo numérico al azar, estableciéndose datos agrupados conocidos como clase. Luego se distribuyo a cada clase en frecuencias de clase según la edad.

1.8.7 DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE CLASE (EDADES)

Edades	Frecuencia
18 – 25	40
26 – 33	35
34 – 41	10
42 – 49	14
>49	10
Total	109

La primera clase es de los agricultores de 18 a 25 años y una frecuencia de clase 40; la segunda clase es de 26 a 33 años y una frecuencia de clase de 35; la tercera clase es de 34 a 41 años y se determino 10 como frecuencia de clase; la clase 42 a 49 años tuvo una frecuencia de 14 y el clase de más de 49 años se entrevistaron a 10 agricultores.

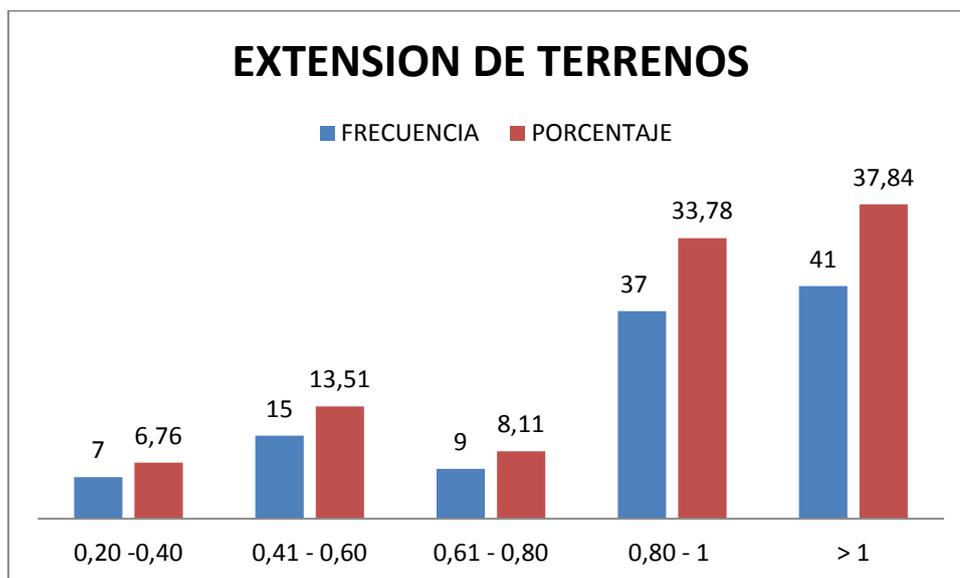
1.9 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.9.1 EXTENSIÓN DE TERRENO

A continuación se procedió a evaluar la información de las 109 encuestas levantadas en el diagnostico situacional; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados.

1.9.1.1 ¿Qué extensión de terreno dedica o dedicaría al cultivo de guanábana?

EXTENSIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,20 -0,40	7	6,76
0,41 - 0,60	15	13,51
0,61 - 0,80	9	8,11
0,80 - 1	37	33,78
> 1	41	37,84
TOTAL	109	100%

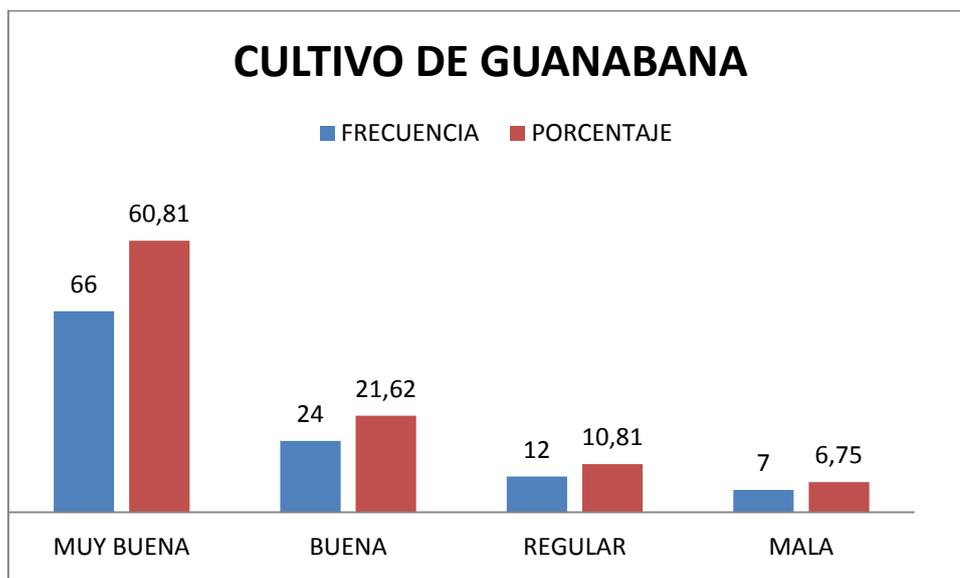


1.9.1.1.1 ANÁLISIS

De las encuestas aplicadas se establece que el 6.76% disponen de terrenos para el cultivo de guanábana entre 0.20 a 0.40 de hectárea. El 13.51% disponen de áreas de entre 0.41 a 0.60. El 8.11% tienen áreas de 0.61 a 0.80 hectáreas. El 33.78% estarían en condiciones de implementar cultivos de guanábana en áreas de terreno entre 0.80 y 1 hectárea. El 37.84% de los agricultores del sector estarían en condiciones de tener cultivos de guanábana de más de una hectárea. Estos resultados es una fortaleza para el proyecto ya que dispondrá de materia prima.

1.9.1.2 ¿Cómo considera la producción de cultivos de guanábana en el sector?

CONCEPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY BUENA	66	60,81
BUENA	24	21,62
REGULAR	12	10,81
MALA	7	6,75
TOTAL	109	100%

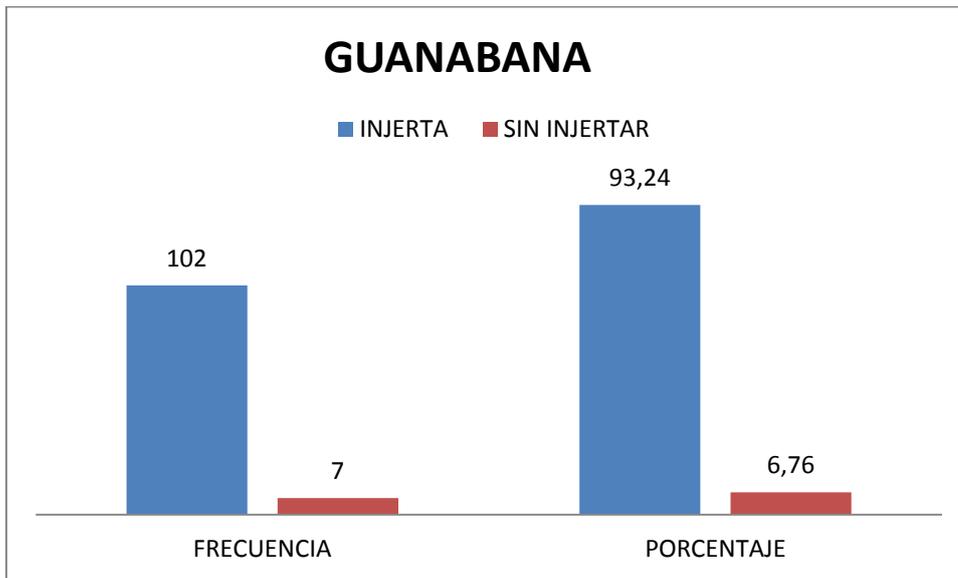


1.9.1.2.1 ANÁLISIS

Al ser encuestado sobre la apreciación que tienen del cultivo de guanábana los encuestados manifestaron lo siguiente: 45% que es una actividad agrícola muy buena, porque es una fruta muy apetecida en el mercado local y escasa. El 16% que es buena, este criterio lo sostienen por las dificultades de comercialización. El 8% que es una actividad regular porque su producción demora de 1.5 a 2 años para su primera cosecha. El 5% manifiestan que es una mala actividad porque, actualmente no tiene mercado seguro y le ataca varias enfermedades a la planta.

1.9.1.3 ¿Cuál especie de guanábana que cultiva o cultivaría usted?

GUANÁBANA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INJERTA ANNONA MURICATA	102	93,24
SIN INJERTAR	7	6,76
TOTAL	109	100%

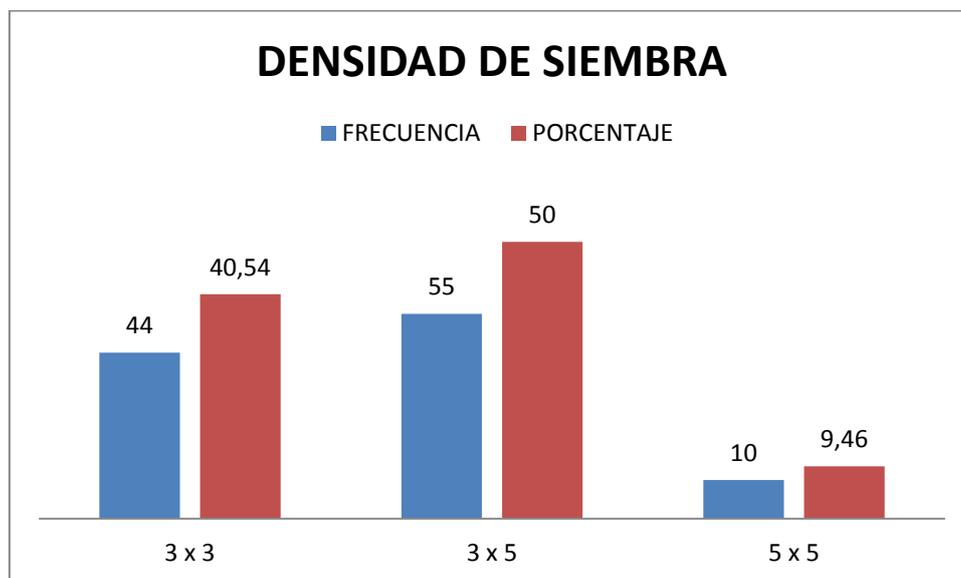


1.9.1.3.1 ANÁLISIS

El 93.24% de los encuestados sostienen que actualmente cultivan guanábana injerta de la especie *Annona Muricata*, debido a que es una fruta que se desarrolla más rápida, es decir de 1.5 a 2 años para su primera cosecha, la guanábana es de gran tamaño, dulce, resiste mas las enfermedades y ataques de insectos y es la más preferida por el mercado. El 6.76% prefieren la especie de guanábana sin injertar porque asumen que es más resistente al clima y cargan arboles de 40 – 60 frutas por cosecha.

1.9.1.4 ¿Cuál es la densidad de siembra o distancia que utiliza para el cultivo de guanábana?

DENSIDAD DE SIEMBRA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3 x 3	44	40,54
3 x 5	55	50
5 x 5	10	9,46
TOTAL	109	100%



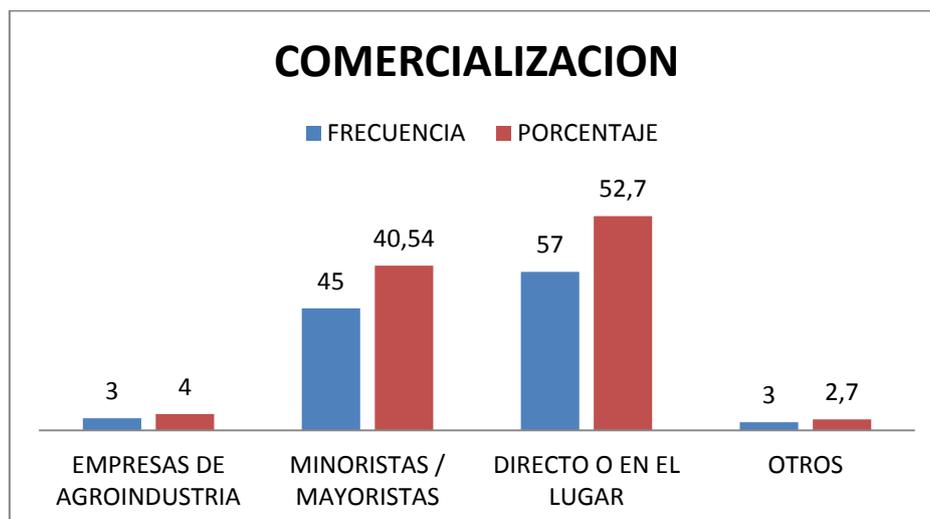
1.9.1.4.1 ANÁLISIS

El 50% de los agricultores aplican la densidad de siembra de 3 x 5 metros, por cuanto les brinda una mejor desarrollo de los arboles por el ingreso de luz, por tanto frutas de mejor tamaño. El 40.54% cultivan a 3 x 3 metros para tener mayor numero de arboles por hectárea y obtener más guanábanas. El 9.46% siembran a 5 x 5 metros, porque sus árboles son más robustos y cargan mejor y mayor numero de guanábanas. Según la opinión de los expertos en cultivo de esta fruta lo más recomendable es de 3 x 5 metros los que muestra una coherencia técnica con los agricultores encuestados.

1.9.2 COMERCIALIZACIÓN

1.9.2.1 ¿Forma de comercializar su producto?

FORMA DE COMERCIALIZAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EMPRESAS DE AGROINDUSTRIA	4	4
MINORISTAS / MAYORISTAS	45	40,54
DIRECTO O EN EL LUGAR	57	52,7
OTROS	3	2,76
TOTAL	109	100%

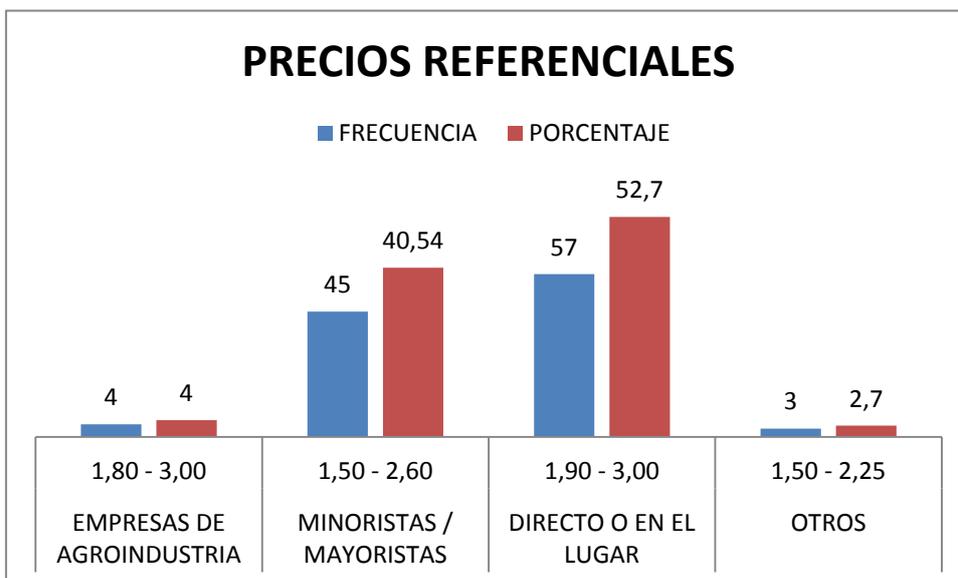


1.9.2.1.1 ANÁLISIS

El 52.70% de los agricultores de guanábana comercializan actualmente en forma directa o en el sitio de cultivo, donde los clientes acuden a comprar sean de los minoristas o usuarios finales. Esta forma manifiesta que es la que más prefieren porque les evita costos de transporte y otros gastos de pos cosecha. El 40.54% comercializan a minoristas porque de esta forma aseguran toda su producción en forma estable en un mercado fijo aunque el precio este en relación a la oferta y la demanda. El 4% comercializa con microempresas que utilizan como materia prima la guanábana. El 2% de los cultivadores de esta fruta aplican otras formas de comercializar como es el trueque con vecinos normalmente con otros productos agrícolas.

1.9.2.2 ¿Qué precios referenciales tiene la guanábana que usted comercializa?

CATEGORÍA	PRECIOS REFERENCIALES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EMPRESAS DE AGROINDUSTRIA	1,80 - 3,00	4	4
MINORISTAS / MAYORISTAS	1,50 - 2,60	45	40,54
DIRECTO O EN EL LUGAR	1,90 - 3,00	57	52,7
OTROS	1,50 - 2,25	3	2,76
TOTAL		109	100%

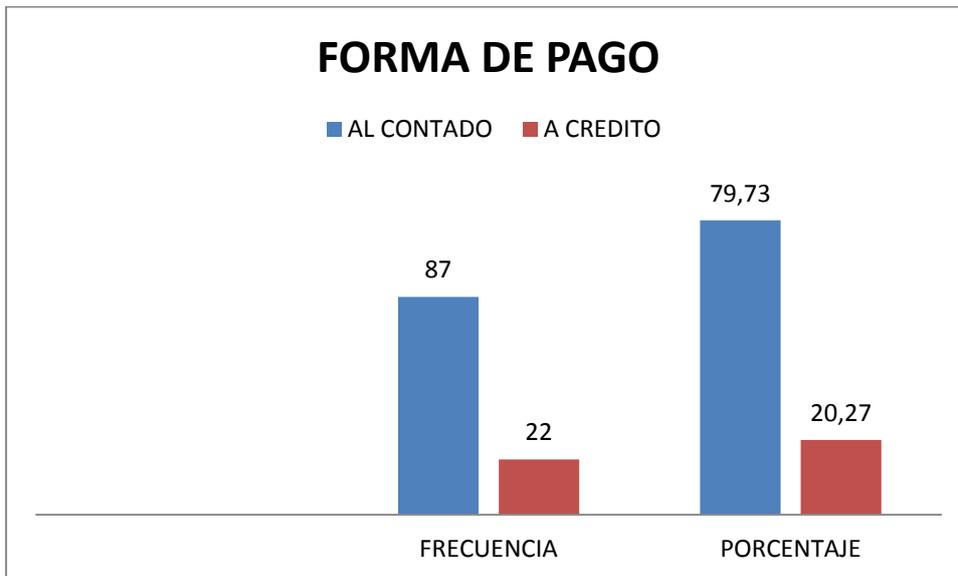


1.9.2.2.1 ANÁLISIS

El 52.70% de los agricultores de la guanábana venden con precios referenciales de 1.90 a 3.00 dólares por unidad y manifiestan que está en relación al tamaño de la guanábana y a la época del año; los compradores son turistas locales y extranjeros. En 40.54% venden la guanábana entre 1.50 a 2.60 dólares y depende del mercado y la época. El 4% comercializan la fruta de 1.80 a 3.00 dólares a pequeñas microempresas que utilizan esta fruta como materia prima para otros derivados. El 2.70% aplican precios de 1.50 a 2.25 dólares.

1.9.2.3 La forma de pago que realizan sus clientes son:

FORMA DE PAGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AL CONTADO	87	79,73
A CRÉDITO	22	20,27
TOTAL	109	100%



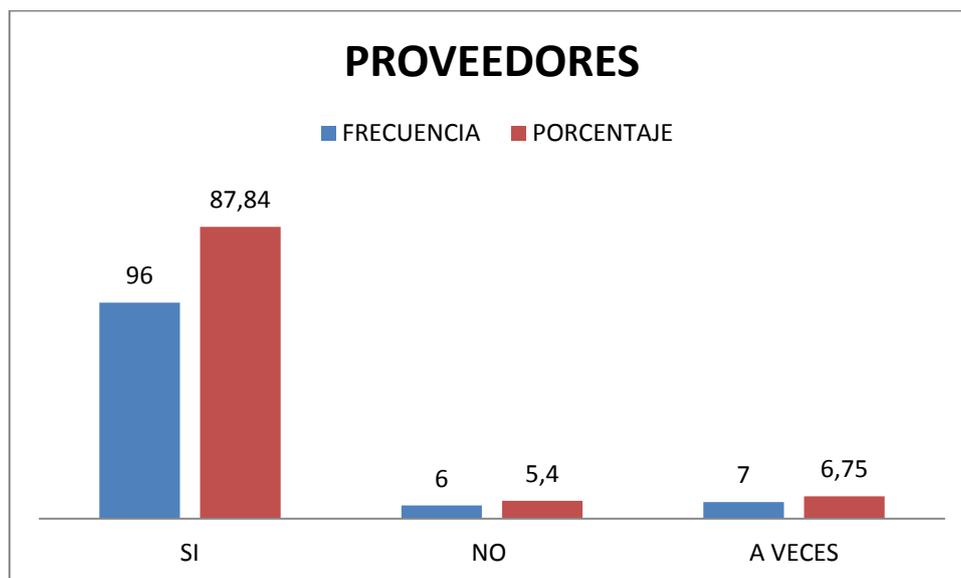
1.9.2.3.1 ANÁLISIS

El 79.73% de los agricultores que cultivan o cultivarían la guanábana comercializan de la forma de pago al contado, es decir que normalmente entregan la fruta y reciben el valor económico. El 20.27% realizan a crédito de forma que sus clientes pagan una cierta cantidad cuando reciben la fruta y otra después de unos días que pueden ser de 7 a 10 según el arreglo de las partes. Esta forma de pago deberá ser considerada por la empresa AGROIBARRA con la finalidad de que el pago a los potenciales proveedores de la guanábana se lo haga de contado.

1.9.3 ESTRATEGIAS PARA PROVEEDORES DE LA EMPRESA

1.9.3.1 El proyecto tiene como finalidad crear una microempresa de producción de dulces de esta fruta y requiere de proveedores por tanto usted considera formar parte de ellos?

PROVEEDORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	96	87,84
NO	6	5,4
A VECES	7	6,75
TOTAL	109	100%

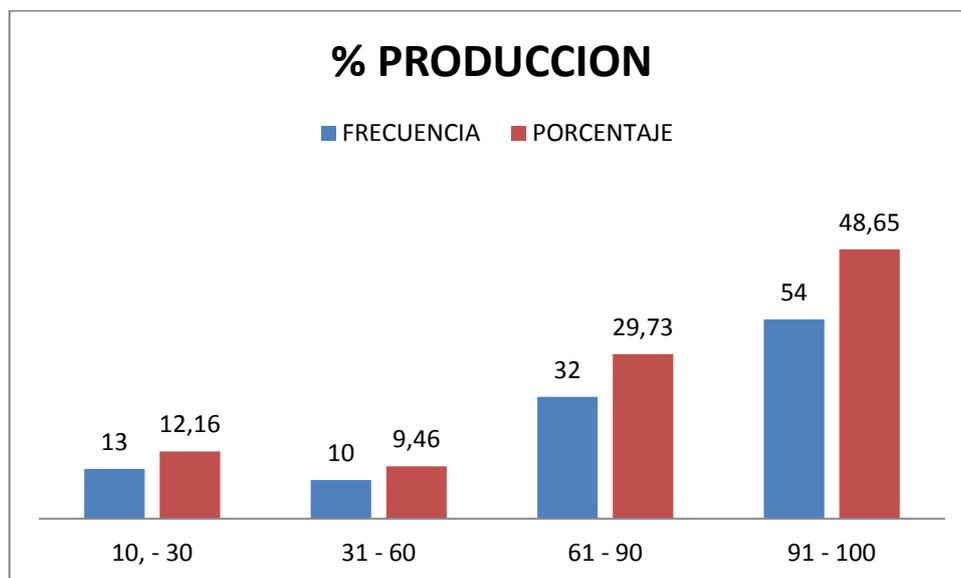


1.9.3.1.1 ANÁLISIS

El 87.84% de los encuestados si están en condiciones de formar parte del portafolio de proveedores fijos de esta fruta a la microempresa AGROIBARRA y sostienen que es una manera de tener un solo cliente fijo lo que asegurara que se venda toda su producción. El 5.40% no desea formar parte de los proveedores de la empresa porque consideran tener mayor oportunidad vendiendo de otras formas y por lo tanto pueden generar mejores precios según la época. El 6.75% sostienen que podrían ser proveedores en ciertas ocasiones.

1.9.3.2 ¿Si la empresa requeriría de altos volúmenes de guanábana que porcentaje estaría en condiciones de comercializar?

% PRODUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 - 30	13	12,16
31 - 60	10	9,46
61 - 90	32	29,73
91 - 100	54	48,65
TOTAL	109	100%

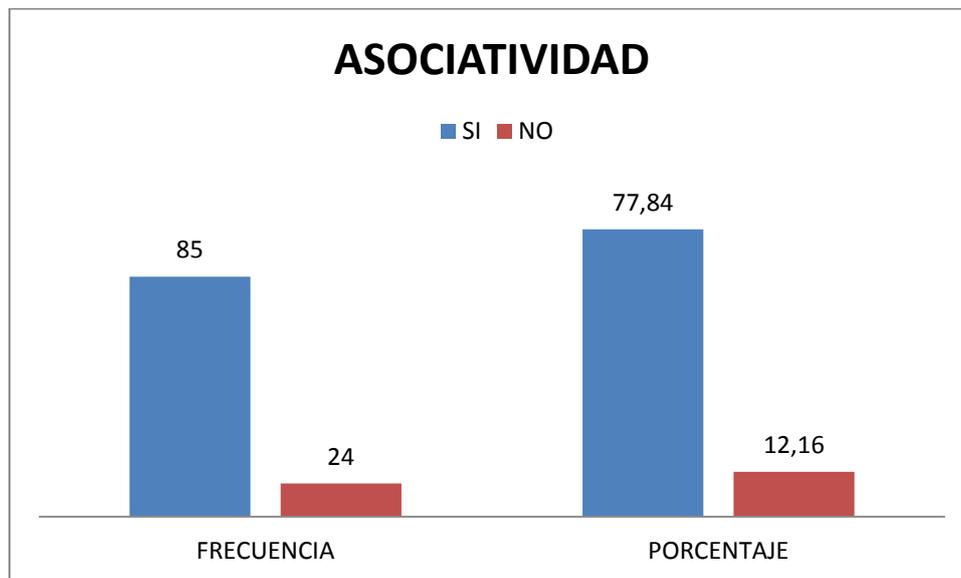


1.9.3.2.1 ANÁLISIS

El 48.65% de los agricultores de guanábana manifestaron que comercializarían con AGROIBARRA del 91 al 100% de la producción de esta fruta debido a que tendrán asegurado sus volúmenes de producción a una sola empresa y por lo tanto es el mejor canal de comercialización. El 29.73% comercializarían con la empresa del 61 al 90% de su producción; el 9.46% lo harían del 31 al 60% de su volumen de producción y el 12.16% comercializarían del 10 al 30% de sus cultivos. Estos resultados son una fortaleza significativa para el proyecto porque asegurara un abastecimiento continuo, sustentable y sostenible de su materia principal.

1.9.3.3 ¿AGROIBARRA tiene como visión la asociatividad de sus proveedores por tanto estaría usted en condiciones de formar parte de esta?

ASOCIATIVIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	85	77,84
NO	24	22,16
TOTAL	109	100



1.9.3.3.1 ANÁLISIS

El 77.84% de los agricultores del sector afirman que si estarían dispuestos a formar parte de la asociación de proveedores de guanábana para AGROIBARRA ya que ayudarían a fortalecer el cultivo de esta fruta y un canal fijo de comercialización, a la vez ser beneficiarios de programas de capacitación y asesoramiento técnico por parte de la empresa u otros organismos. Este resultado es un indicador óptimo para el proyecto por cuanto los proveedores si piensan asociarse para asegurar su comercialización con la empresa lo que viene a ser una fortaleza. El 12.16% no quieren formar parte de la asociatividad.

1.10 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR (ALIADOS, Oponentes, Oportunidades, Amenazas)

Con los resultados de la información obtenida y la recopilación de información de expertos en el cultivo de la guanábana y su contexto se procedió a construir la matriz AOR.

Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> a) Ecosistemas altos para el cultivo de guanábana de la especie <i>Annona muricata</i>. b) Zonas de cultivo con árboles que cargan en forma normal c) Adaptación a labores culturales del medio d) Agricultores aplican labores culturales que obtienen buenos rendimientos e) Áreas de cultivo apropiadas f) Aprovechamiento de ecosistemas potenciales aptos para este cultivo g) Introducción en forma optima de la guanábana de la especie <i>Annona Muricata</i> h) Conocimiento de los agricultores del ciclo productivo de esta fruta i) Tener capacidad para proveer materia prima con fines industriales 	<ul style="list-style-type: none"> a) Enfermedades de las plantas sobre todo de insectos b) Costos directos un poco altos para su nivel económico al inicio de la plantación c) Tiempo de primera cosecha de 1.6 a 2 años d) Ataque de enfermedades fisiológicas a las plantas e) Ataque de hongos y otras enfermedades f) Introducción de otros cultivos en áreas aptas para la producción de guanábana g) No aplicación de asociatividad en los agricultores
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> a) Desarrollo local sustentable b) Mejorar el uso potencial del suelo c) Fomentar la competitividad territorial d) Propender la cadena de valor productiva e) Mejorar la calidad de vida de los agricultores f) Optimizar el entorno territorial de producción de guanábana <i>Annona muricata</i> g) Aprovechamiento optimo de la fruta con fines de agroindustria h) Desarrollo tecnológico del sector i) Apoyo a la creación de microempresas j) Sistemas integrados de producción de guanábana con fines agroindustriales k) Incentivar la asociatividad de los cultivadores de esta fruta 	<ul style="list-style-type: none"> a) Bajo aprovechamiento territorial con la introducción de otros cultivos b) Débil nivel de desarrollo tecnológico en relación a otros cultivos c) Hacer cambios de uso del suelo por otros cultivos d) Pérdidas de puestos de trabajo familiar y local por la disminución de este tipo de cultivo e) Éxodo de los agricultores a las urbes f) Pérdida o disminución de la

<p>l) Capacitación en el manejo de plantación de guanábana</p> <p>m) Fomentar las líneas de crédito</p>	<p>cultura del cultivo de la guanábana</p>
---	--

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la autora

1.11 MATRIZ AOR DEL DULCE DE GUANÁBANA

Matriz AOR

ALIADOS	OPONENTES
<p>a) Las dulces constituyen un alimento indispensable en la dieta de la población</p> <p>b) Experiencia del mercado en su adquisición</p> <p>c) Altos niveles de satisfacción de los potenciales clientes</p> <p>d) Consumo preferencial de dulces de guanábana</p> <p>e) Por ser una fruta de alta preferencia se asegura su producción</p> <p>f) Buen nivel de aceptación de la dulce de esta fruta en el mercado meta</p> <p>g) Precio acorde a la competencia</p> <p>h) Buena imagen de los consumidores potenciales al producto</p> <p>i) Aplicación de tecnologías convencionales para su elaboración</p>	<p>a) Débil posicionamiento en el mercado en relación a sus competidores</p> <p>b) No aceptación de ciertos segmentos de mercado al producto</p> <p>c) Baja imagen de AGROIBARRA y su producto DULCELYS</p> <p>d) Que unos segmentos de mercado prefieran dulces de frutas de otros sabores</p>
OPORTUNIDADES	RIESGOS

<p>a) Posicionarse en segmentos de mercado meta por ser dulce de fruta de alta preferencia</p> <p>b) Elaboración de dos tipos de dulces convencional y light</p> <p>c) Marco de desarrollo de la microempresa agroindustrial</p> <p>d) Aprovechar en forma optima la guanábana de la especie <i>Annona muricata</i> dándole un valor agregado</p> <p>e) Generar ingresos micro empresariales a través del cultivo de esta fruta y sus derivados</p> <p>f) Satisfacer la demanda de dulce de guanábana en ciertos mercados de la Provincia de Imbabura</p>	<p>a) Posicionamiento en el mercado de algunas marcas de dulces de frutas</p> <p>b) Imagen de marcas de otras empresas</p> <p>c) Ingreso de otros productos de marcas existentes como Conservas Guayas, Facundo, Arcor, SNOB, San Jorge.</p> <p>d) Aplicación de tecnologías de mayor calidad de empresas competitivas</p> <p>e) Planes de marketing costosos de la competencia</p>
---	--

Fuente: Investigación directa **Elaborado por:** la autora

1.12 CRUCES ESTRATÉGICOS

Cruces estratégicos

ESTRATEGIAS AO (Aliados y oportunidades)	ESTRATEGIAS OO (Oponentes y Oportunidades)
<p>Fomentar el uso apropiado de la guanábana <i>Annona muricata</i> en la elaboración de dulces a través de microempresas locales</p> <p>Aprovechar en forma racional los ecosistemas aptos para el cultivo de esta especie de guanábana en las parroquias de la Carolina y Lita que son las áreas más potenciales del Cantón Ibarra.</p> <p>Ampliación de áreas de cultivo de guanábana para un uso sustentable y sostenible de los ecosistemas potenciales por tanto un mejoramiento al desarrollo del sector en términos de uso territorial, económico, social, tecnológico.</p>	<p>Elaborar proyectos que articulen factores claves de desarrollo tecnológico, comercial, económico y territorial a través de pequeños productores agroindustriales con la finalidad de que se promueva nuevas actividades generadoras de empleo e ingreso para la población rural de las dos parroquias</p> <p>Generar acciones de desarrollo local para buscar ventajas comparativas a favor de esta fruta, porque la actividad generara empleo y el pequeño agricultor mejorara las escalas de producción y</p>

<p>Propender al fomento de la cadena productiva a través de la creación de la microempresa AGROIBARRA que elaborara dulces a base de esta fruta por tanto articulara un valor agregado al sector.</p>	<p>mitigara la línea de pobreza</p>
<p>ESTRATEGIAS AR (Aliados y Riesgos)</p>	<p>ESTRATEGIAS OR (Oponentes y Riesgos)</p>
<p>Estructurar acciones, procesos de socialización con agricultores de esta fruta para una incorporación tecnológica en las labores de cultivo y agroindustriales para encontrar nuevos productos en base a esta materia prima.</p> <p>Por ser la especie <i>Annona muricata</i> una fruta de alta potencialidad para la fabricación de dulces se debe aplicar procesos de socialización y capacitación en el sector con instituciones como el MAGAP, SECAP, UTN y otras instituciones públicas y privadas que tienen relación con esta actividad.</p>	<p>Aplicar acciones de capacitación técnica para el cultivo de la guanábana de la especie <i>Annona muricata</i> con la finalidad de que no se disminuya las áreas de cultivo en las dos parroquias sino por lo contrario que se aumenten y se promueva en áreas que no están cultivadas y que tienen uso potencial</p> <p>Desarrollar políticas que determinen una integración de las labores agrícolas con el empleo familiar y local a través de incentivos al desarrollo de nuevas plantaciones de esta fruta y el uso en la agroindustria.</p>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la autora

1.13 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNOSTICO CAUSAS EFECTOS

En la dinámica de la cadena de producción de la guanábana en forma tradicional los pequeños agricultores son los que menos se benefician ya que son absorbidos por los comerciantes de esta fruta por lo que sus utilidades no son significativas lo que ha motivado una disminución territorial de estos cultivos en la zona

Ante esta situación el productor se encuentra desprotegido ya que no cuenta con mecanismos necesarios para sacar las frutas desde la finca a centros de acopio con vínculos de asociatividad. En este sentido no se han aplicado estrategias que impulsen el manejo local de esta fruta promoviendo “Cadena de Valor deseado” para lograr fomentar la creación de microempresas agroindustriales que rompan estos eslabones de desarrollo de este cultivo y por tanto origine valores agregados con la elaboración de dulces que es el objetivo del presente proyecto.

Bajo este enfoque de causas y efectos y desde la perspectiva institucional de la UTN a través de la facultad de ciencias económicas y administrativas a la cual se atribuye la competencia de vinculación social se plantea el estudio de factibilidad o plan de negocios para crear la microempresa AGROIBARRA para la elaboración y comercialización de dulces a base de guanábana. Para tener un enfoque sistemático del diagnóstico de sus causas y efectos se realizó la matriz del árbol de problemas y oportunidades que se detalla en los anexos 5 y

6