



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**  
**DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE FOMENTO PRODUCTIVO**  
**UNIDAD DE MEJORAMIENTO ECONÓMICO**



**MEMORIA TÉCNICA:**

REDES DE COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

**INSTITUCIÓN U ORGANIZACIÓN QUE REPRESENTA EL PROYECTO:**

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

**UBICACIÓN DEL PROYECTO**

PROVINCIA DE CHIMBORAZO

**MONTO DEL PROYECTO**

93.000,00 USD

**MODALIDAD DE EJECUCIÓN**

ADMINISTRACION DIRECTA

**CODIGO**

2.2.02.01.PT2214.001.2019-003

**EJERCICIO FISCAL**

2020



## 1. DATOS DE LA MEMORIA

### 1.1 NOMBRE:

REDES COMERCIALES EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO. (ADQUISICIÓN DE CAMIÓN Y FURGÓN PARA LA UNIDAD DE MEJORAMIENTO ECONÓMICO)

### 1.2. Entidad Ejecutora

Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo, Dirección de Fomento Productivo, Unidad de Gestión de Mejoramiento Económico.

### 1.3. Cobertura y localización

El proyecto está dirigido a los emprendedores de la provincia de Chimborazo.

### 1.4. Presupuesto

El presupuesto de la memoria técnica asciende a \$ 93.000,00 incluye IVA.

## 2. ANTECEDENTES:

La Provincia de Chimborazo fue creada el 25 de junio de 1824, cuenta con una Población total de 458.581 (INEC 2010), ubicado en el centro del Ecuador, con una extensión jurisdiccional de 6500.66 Km<sup>2</sup> (Instituto espacial ecuatoriano IEE 2013), políticamente se subdivide en 10 cantones y 45 Parroquias Rurales, al norte limita con la Provincia de Tungurahua, al sur con la Provincia del Cañar, con un rango altitudinal de 133 msnm hasta los 6310 msnm.

Según la información del INAMHI 2014 los valores de temperatura media mensual son variadas desde los 9 °C hasta los 24°C, los valores máximos por lo general se producen en noviembre y los valores mínimos de temperatura media en julio (diagramas ombrotipos). La temperatura media anual decrece desde el valle central hacia las cordilleras; la menor se registra en áreas pobladas. Las parroquias Juan de Velasco, Pangor, Villa la Unión del cantón Colta y San Juan del cantón Riobamba, Achupallas del cantón Alausí, Palmira del cantón Guamote, presentan temperaturas medias que oscilan entre 9° - 10°C, mientras que la mayor se ubica en la parroquia Multitud del cantón Alausí con 20°C y el Cantón Cumandá con temperaturas cercanas a 24°C. La temperatura ambiental varía de acuerdo a la altura o piso climático.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo trabaja en los análisis de las principales actividades económicas, la dinámica territorial de los factores productivos, la identificación de las zonas productivas y todos los elementos



que contribuyen al desenvolvimiento del desarrollo económico dentro de la Provincia, para poder identificar las capacidades, potencialidades y debilidades que posee la población económicamente activa de la Provincia.

El componente económico productivo examina la dinámica económica de los efectos de la oferta y demanda dentro del territorio y la complementariedad productiva dentro de los procesos de transformación y comercialización provincial.

### 3. JUSTIFICACIÓN:

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo en su labor y servicio en beneficio de la colectividad chimboracense y sus comunidades, tiene como propuesta trabajar en la producción y productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, no agropecuario y agroindustrial, y así mejorar las actividades productivas comunitarias encaminadas al desarrollo económico.

Bajo estos parámetros de trabajo y con el propósito de lograr el desarrollo económico de los emprendedores/productores de la Provincia de Chimborazo, se hace menester trabajar de forma coordinada entre actores comunitarios, emprendedores, productores, Instituciones públicas/privadas y academia, con el fin de fortalecer e incrementar la producción y calidad de vida de los chimboracenses.

Las redes de comercialización o redes de mercadeo, se ha convertido en un modelo de negocio y de distribución de productos, mediante el cual emprendedores/productores, mediante un trabajo eficiente, coordinado, puede lograr obtener incrementar sus comisiones económicas por el movimiento de sus productos o servicios en varios mercados locales, nacionales e internacionales.

### 4. EMPRENDIMIENTOS ECONÓMICOS

#### 4.1 Cadenas productivas a nivel de Ecuador.

La agricultura es una fuente de insumos sustancial para otras actividades productivas, con importantes encadenamientos hacia adelante (alimentos, agroindustria y exportaciones) y hacia atrás (insumos, transporte, etc.) que dinamizan la economía chimboracense, el comportamiento de las cadenas productivas que se pueden identificar como potenciales dentro de la provincia se presentan a continuación mostrando la disponibilidad de la producción interna.



#	PRODUCTO	PRESENTACIÓN	GRUPO	SUMINISTRO DISPONIBLE PARA LA UTILIZACIÓN INTERNA (t)			DISPONIBLE
				PRODUCCIÓN NETA <sup>1</sup>	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	
1	Leche	Leche fresca entera	PA	2.217.874	6.089	36.833	2.248.619
2	Trigo	Grano seco	C	3.825	981	788.894	791.739
3	Pollo	Carne a la Canal	PA	459.886	0	0	459.886
4	Res	Carne a la Canal	PA	155.443	0	554	155.996
5	Azúcar	Azúcar Refinada	ED	578.085	72.852	18.624	523.857
6	Arroz	Arroz limpio y pulido	C	780.247	447	149	779.949
7	Pescado	Pescado a la canal	PA	283.630	70.267	10.980	224.343
8	Huevos	Huevo fresco entero	PA	142.446	3	236	142.679
9	Palma	Aceite Refinado	O	566.929	314.370	876	253.435
10	Papa	Tubérculo fresco	RT	479.964	488	19.359	498.836
11	Plátano	Fruta fresca	F	737.545	164.475	0	573.070
12	Cerdo	Carne a la Canal	PA	137.995	0	550	138.546
13	Tomate riñón	Tomate riñón fresco	H	58.626	6	81	58.701
14	Atún	Atún a la canal	PA	217.498	144.666	163.254	236.086
15	Cebolla paiteña	Bulba fresca	H	65.897	1.138	422	65.180
16	Naranja	Fruta fresca	F	138.640	0	14.671	153.311
17	Manzana	Fruta fresca	F	732	0	54.970	55.702
18	Tomate de árbol	Fruta fresca	F	19.173	286	83	18.969
19	Maíz suave choclo	Grano de maíz suave choclo	C	61.399	0	0	61.399
20	Fréjol	Fréjol seco en grano	L	22.799	3.944	87	18.943
21	Café	Grano oro	ES	22.575	40.741	39.235	21.069
22	Camarón	Fresco sin cabeza y sin cáscara	PA	512.053	439.642	13	72.424
23	Cacao	Almendra de cacao	ES	373.639	339.332	25.584	59.892
29	Banano	Fruta fresca	F	6.133.847	6.002.897	0	130.951
<b>TOTAL</b>				<b>14.170.747</b>	<b>7.602.621</b>	<b>1.175.455</b>	<b>7.743.582</b>

Cuadro: Hoja de Balance de Alimentos (HDBA)

Fuente: INEC - ESPAC / Instituto Nacional de Pesca (Estadísticas flota atunera y desembarques de las principales especies pelágicas pequeñas) / Subsecretaría de Comercialización / Banco Central del Ecuador (2017)

Elaboración: Equipo técnico UOT- GADPCH.

En 2018, las importaciones agroindustriales ascienden al 4,6% del total importado con productos que, en su mayoría, podrían ser producidos localmente (aceites animales y vegetales, preparaciones de carne, confitería de azúcares, cacao procesado, preparaciones alimenticias, vinagres, productos químicos orgánicos, abonos, manufacturas de madera).

Por otra parte, el sector agropecuario ecuatoriano es dinámico aunque muy errático. Ello se explica en buena medida por las variaciones de precios en el mercado internacional de los exportables y por los cambios climáticos fuertes (inundaciones y/o sequías).

Como se puede observar en el cuadro anterior cerca de la mitad de la producción agropecuaria es utilizada como insumo de otras industrias y/o sectores. Los datos del cuadro se detallan la cantidad de alimento disponible en nuestro país de productos agrícolas primarios. Lo que significa que los rubros producidos en el sector agropecuario, debería transformarse en valor agregado algo que no sucede



por la falta de incentivos al sector terciario y la falta de organización de los productores.

Se ha identificado que los encadenamientos hacia delante se producen principalmente en las oleaginosas, productos animales, pescados, cacao, chocolate, alimentos para animales y en los productos de exportación (camarón, pescado y otros productos acuáticos).

#### 4.2. Cadenas Productivas a nivel de Chimborazo

La provincia de Chimborazo tiene una vocación agropecuaria que no es aprovechada, su gran potencial agroindustrial. Entre los principales rubros de exportación en esta ultimada década dentro de Chimborazo tenemos:

RUBRO	DESTINO	INSTITUCIÓN	UBICACIÓN
Te de Hierbas Medicinales	España, Colombia	Jambi Kiwa	Riobamba
Quinoa	Canadá, Alemania, Bélgica, Holanda,	COPROBICH	Riobamba, Quinoa, Colta
Café	Estados Unidos y Corea del Sur.	Hacienda Lugmapata	Pallatanga
Brócoli	Estados Unidos	Varios productores	Colta
Fréjol	Colombia	Coprocofrepac	Pallatanga
Cacao	Italia	Varios productores.	Cumandá, Pallatanga y Alausí

Cuadro: Rubros de exportación dentro de Chimborazo.

Fuente: UME GADPCH - DP

Elaboración: Equipo técnico UOT- GADPCH

Dentro del país la industrialización de frutas, tubérculos vegetales y otros productos agrícolas es escasa. Pero se ha identificado que la producción agroindustrial desarrollada está relacionada principalmente relacionada con los productos del mar, elaborados de café, cacao, y lácteos mostrando hacia donde se deberían enfocar los esfuerzos.

El manejo de las cadenas de valor es una respuesta a temas de carácter público y de mercado: contribuyen a reducir la pobreza, se enfocan en el tema de seguridad y soberanía alimentaria (identidad preservada, trazabilidad), innovación y diferenciación de productos, el manejo de la calidad e inocuidad de los bienes, la reducción de costos económicos y de transacción y desarrollo de nuevos mercados (nichos).

El trabajo en cadenas de valor se concibe como una estrategia comercial potencialmente exitosa, que se puede emplear para desarrollar relaciones de negocios fuertes y sustentables a nivel local para competir con éxito en la economía globalizada. En la provincia de Chimborazo en base al análisis realizado por la Dirección de Fomento Productivo del GADPCH de ha podido determinar las



siguientes cadenas de valor que deberán ser estudiadas en los próximos años ya que presentan un desarrollo productivo agropecuario para sus localidades:

<b>Agropecuarias</b>	<b>No agropecuarias</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrícolas (Papa Maíz, Frejol, cebada, Trigo, Chocho)</li> <li>• Pecuaria (Leche)</li> <li>• Agroalimentaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Textiles (ropa deportiva)</li> <li>• Artesanías</li> <li>• Cuero y calzado</li> </ul>

Cuadro: Cadenas de valor identificadas dentro de Chimborazo.

Fuente: Dirección de Fomento Productivo.

Elaboración: Equipo técnico UOT- GADPCH

## 4.2. Indicadores económicos relevantes en la provincia

### • Establecimientos registrados.

Con relación a las principales actividades económicas que se realizan dentro de la provincia de Chimborazo se muestran las siguientes en función a la información proporcionada por el Servicio de Rentas Interna de los contribuyentes agrupados por ramas de actividad o subsectores económicos.

SECTOR	SUBSECTOR ECONOMICO	SRI 2019			
		Número de establecimientos	Porcentaje	Número de establecimientos	Porcentaje
Primario	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1.422	4,24%	1.349	4,02%
	Explotación de minas y canteras			73	0,22%
Secundario	Manufactura	2.959	8,83%	2.959	8,83%
Terciario	Suministro de electricidad y de agua	29.140	86,93%	19	0,06%
	Construcción			744	2,22%
	Comercio			10.069	30,04%
	Actividades de alojamiento y de comidas			1.758	5,24%
	Transporte, información y comunicaciones			4.874	14,54%
	Actividades financieras			243	0,72%
	Actividades profesionales e inmobiliarias			5.964	17,79%
	Administración pública			660	1,97%
	Enseñanza			1.307	3,90%
	Salud			1.526	4,55%
Otros servicios	1.976	5,89%			
<b>ECONOMIA TOTAL</b>		<b>33.521</b>	<b>100%</b>	<b>33.521</b>	<b>100%</b>

Tabla: Contribuyentes por rama de actividad y sectores económicos.

Fuente: SRI, 2019

Elaboración: Equipo técnico UOT- GADPCH.

El sector económico con mayor importancia dentro de la Provincia en función del número de contribuyentes es el Sector Terciario el cual abarca el 86,93% de los registrados en la base de datos del SRI, seguido del sector secundario con el 8,83% y el sector primario con el 4,24% de los contribuyentes. Se debe tener en presente que no todos los productores agrícolas y ganaderos de la zona registran sus actividades dentro de la base de datos del SRI.



La actividad económica más relevante de la provincia, es decir la que cuenta con el mayor número de contribuyentes es el Subsector de Comercio el cual abarca el 30,04% del total de personas y empresas registradas en el SRI, seguido del subsector de las actividades profesionales e inmobiliarias con el 17,79% estando las dos dentro del sector terciario.

- **Emprendimientos en la provincia de Chimborazo**

El diagnóstico sobre los emprendimientos en la provincia nos permite determinar que las actividades principales están relacionadas con pequeños negocios determinándose 31 emprendimientos diversificados en los diferentes sectores de la producción, dirigidos por sus propios dueños o personal contratado para el efecto su mercado es local regional hasta nacional.

CANTON	N.º EMPRESARIOS	PRODUCTO
Alausí	8	Derivados de leche, pollo pelado,
Chambo	1	Chorizo artesanal,
Colta	2	Comercialización de harinas y collares
Cumandá	3	Pasta de cacao, panela granulada, café molido
Guamote	4	Granos seleccionados, producción de especias menores, semilla certificada
Guano	3	Dulce de leche y yogurt de cabra, miel de abeja, vino de uvilla
Penipe	2	Horchata, mistela de frutas,
Riobamba	8	Ponchos, piletas, probióticos y bioinsumos; café de haba, barra energética; dulce de sambo; hidro miel; yogurt de mashua; derivados lácteos
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	

Tabla: Número de emprendimientos.

Fuente MAG- Agrocalidad 2018

Elaborado. Equipo del PDyOT GADPCH

- **Políticas de apoyo a las actividades productivas.**

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) plantea el objetivo 8 que busca promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, a partir de crear las condiciones necesarias para que las personas accedan a empleos de calidad, se creen más oportunidades laborales en condiciones de trabajo decente, para aumentar la productividad laboral, reducir las tasas de desempleo y mejorar el acceso a servicios financieros, de esta forma generar crecimiento y desarrollo sostenible e inclusivo. “El aumento de los compromisos con el comercio, la banca y la infraestructura agrícola también ayudará a aumentar la productividad y a reducir los niveles de desempleo en las regiones más empobrecidas del mundo”, (ONU, 2019). La ONU promueve políticas orientadas al desarrollo que apoyen a las actividades productivas, el

**Dirección:** Primera Constituyente y Carabobo – Riobamba

**Teléfonos:** (593 3) 2 960 2019 - 2 969 887



emprendimiento, la creatividad y la innovación, para incitar la oficialización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, mediante el acceso a servicios financieros

El Gobierno Nacional dentro del Plan Nacional de Desarrollo plantea las siguientes políticas encaminadas al fomento de la actividad productiva, la creación de puestos de empleo y el fomento a la creatividad, innovación y emprendimiento:

- Garantizar el acceso al trabajo digno y la seguridad social de todas las personas.
- Canalizar los recursos económicos hacia el sector productivo, promoviendo fuentes alternativas de financiamiento y la inversión a largo plazo, con articulación entre la banca pública, el sector financiero privado y el sector financiero popular y solidario.
- Incentivar la inversión privada nacional y extranjera de largo plazo, generadora de empleo y transferencia tecnológica, intensiva en componente nacional y con Producción limpia; en sus diversos esquemas, incluyendo mecanismos de asociatividad y alianzas público-privadas, con una regulación previsible y simplificada.
- Generar trabajo y empleo dignos fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas.
- Fomentar el desarrollo industrial nacional mejorando los encadenamientos productivos con participación de todos los actores de la economía.
- Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica.
- Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades.
- Fomentar la producción nacional con responsabilidad social y ambiental, potenciando el manejo eficiente de los recursos naturales y el uso de tecnologías duraderas y ambientalmente limpias, para garantizar el abastecimiento de bienes y servicios de calidad.
- Fortalecer y fomentar la asociatividad, los circuitos alternativos de comercialización, las cadenas productivas, negocios inclusivos y el comercio justo, priorizando la Economía Popular y Solidaria, para consolidar de manera redistributiva y solidaria la estructura productiva del país.

#### **4.3. Industria, innovación e infraestructura a Nivel Provincial.**

- **Comercialización.**

La comercialización es un proceso de intercambio de bienes en este caso agropecuarios, que se da en los mercados; y, por medio del cual los productos pasan de manos de los productores a los intermediarios, eventualmente a transformadores y que por ese medio llega finalmente al consumidor. En





Chimborazo se han identificado 34 centros de comercialización distribuidos en los diez cantones de la provincia, de los cuales, la mayor parte, se encuentran ubicados en los cantones de Riobamba y Guamote. Existen también mercados de tránsito menores sobre todo en zonas rurales que sirven como centro de acopio y distribución de y para el cantón y la parroquia.

CANTON	CENTRO / ESPACIO DE COMERCIALIZACION	PRODUCTO
Riobamba	La Condamine	Verduras y pescado, ropa
	El Prado	Animales, verduras, ropa
	General Dávalos	Papas
	Mariano Borja (La Merced)	Cárnicos, verduras y hornado
	Pedro de Lizarzaburu (San Francisco)	Papas y verduras
	Simón Bolívar (San Alfonso)	Frutas y verduras
	Víctor Proaño (Santa Rosa)	Verduras, cárnicos, frutas
	Feria Ciudadana de Productores en las instalaciones del MAGAP	Productos de primera necesidad Verduras, cárnicos, frutas
	Plaza de la Hierbas (La Esperanza)	Alfalfa
	Feria de Salarón	Intercambio de productos agrícolas
	Feria de venta de vehículos usados	Vehículos
Guamote	Mercado Mayorista de papas y hortalizas	Papa y hortalizas
	Mercado Central de cárnicos y hortalizas	Carne faenada y hortalizas
	Plaza de ganado mayor	Bovinos
	Plaza de ganado menor	Ovinos, porcinos y especies menores
	Plaza de equinos, mulares y asnos	Equinos, mulares y asnos
	Puesto de comidas, junto a la línea del Ferrocarril	Sección de comidas
	Mercado Central	Legumbres, hortalizas, cárnicos y viveres
	Mercado Central	Comidas
Cumandá	Centro Comercial Municipal	Mercadeo p. Alimenticios
	Mercado Municipio. Bucay	Mercadeo p. Alimenticios
Pallatanga	Vía Principal Panamericana	Frejol Seco
	Vía Principal Panamericana	Frejol Seco
	Vía Principal Panamericana	Mora Y Frutilla
	Vía Principal Panamericana	Aso. Paperos
Penipe	Mercado Municipal	Legumbres, hortalizas, comida
Chunchi	Mercado Mariscal Sucre	Legumbres, hortalizas, comida, frutas, cárnicos.
	Mercado Central	Legumbres, hortalizas, comida, frutas, cárnicos.
Chambo	Mercado Municipal	Productos de primera necesidad Verduras, cárnicos, frutas
Guano	Mercado Santos Napoleón Cabezas	Productos de primera necesidad Verduras, cárnicos, frutas
Alausí	Mercado Municipal	Legumbres, hortalizas, comida
	Plaza Jesús	Productos de primera necesidad Verduras, cárnicos, frutas
Colta	Mercado Municipal	Productos de primera necesidad Verduras, cárnicos, frutas
	Centro de expendio de animales	Expendio de animales
	Centro de expendio de hierba	Expendio de hierba

Tabla: Centros de comercialización dentro de Chimborazo.  
 Fuente: PD y OT 2015 -2019

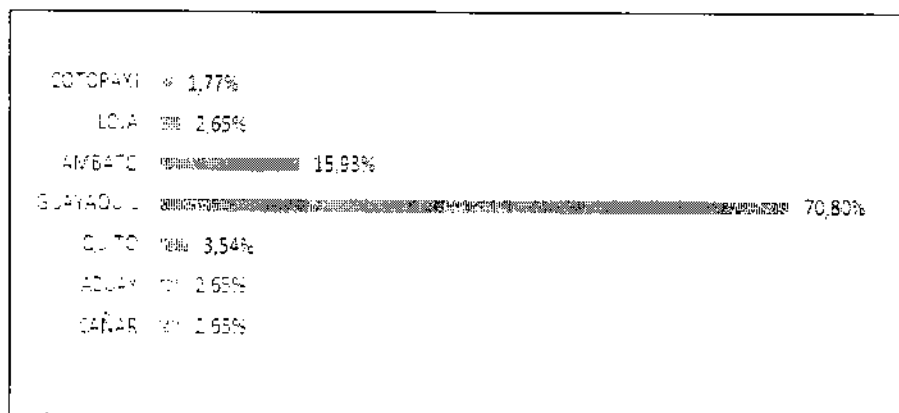
**Dirección:** Primera Constituyente y Carabobo – Riobamba

**Teléfonos:** (593 3) 2 960 2019 - 2 969 887



Elaborado: Equipo del PDyOT GADPCH 2019

## • Lugares de Destino



Gráfica: Destino de los productos.  
Fuente MAG- 2019

Elaboración: Equipo PDyOT GADPCH 2019

## 5. OBJETIVOS E INDICADORES

### 5.1. OBJETIVO GENERAL:

Fomentar la comercialización local, nacional e internacional de los productos agropecuarios, no agropecuarios y agroindustriales, mediante la creación de redes de comercialización para fortalecer la economía de los emprendimientos de la provincial durante el año 2020.

### 5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar espacios de comercialización para productores de la Provincia de Chimborazo
- Generar una propuesta de servicios provinciales que faciliten la obtención de notificaciones sanitarias, certificados de exportación, obtención de RUC, RUP y su participación en proceso de compras públicas / privadas, para el accesos a mercados emprendedores de la provincia de Chimborazo.
- Fortalecer e identificar emprendedores de la provincia, para la participación en ferias locales, nacionales e internacionales



## Acciones Estratégicas

- ✓ Generar una línea base y levantar un catastro de los diferentes emprendimientos/productores a nivel de la provincia de Chimborazo.
- ✓ Asesorar a los emprendimientos de la Provincia para el inicio de sus actividades económicas como en la obtención de Notificaciones Sanitarias de los productos elaborados, Certificados de Exportación, obtención de RUC, RUP y su participación en proceso de compras públicas / privadas.
- ✓ Gestionar espacios físicos para la implementación de puntos de comercialización para productores de la Provincia de Chimborazo (Mercado de productores Norte u otros) e incluir nuevos emprendedores/productores en las feria Chimborazo hacia el cambio.
- ✓ Facilitar a los productores una plataforma de comercialización de productos y servicios para ofertar Canastas Comunitarias a la Ciudad.
- ✓ Gestionar la participación de los emprendedores/productores en ferias locales y provinciales, para promocionar los productos de la Provincia.
- ✓ Promocionar a los emprendedores/productores e implementar un punto de venta y exhibición de los productos de la Provincia.

## 6. MARCO LÓGICO

FIN	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Fortalecer el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.	Al menos el 30 % de los emprendedores catastrados, mejoran sus ingresos económicos en base a la comercialización de los productos	Línea Base Registro de producción	Los Emprendedores tienen cantidad y calidad de productos y acceso a mercados para una comercialización adecuada.
<b>PROPÓSITO</b>			
Fomentar la comercialización de los productos agropecuarios, no agropecuarios y agroindustriales, mediante el desarrollo de redes comerciales en la Provincia de Chimborazo	El 20% de los emprendedores comercializan y promocionan sus productos a nivel local y nacional.	Registro de asistencia y ventas en las diferentes ferias.	Empresa pública y privada facilita la compra para los emprendedores  Activa participación de los emprendedores en los diferentes espacios de comercialización.
<b>COMPONENTES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTES DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>

**Dirección:** Primera Constituyente y Carabobo – Riobamba

**Teléfonos:** (593 3) 2 960 2019 - 2 969 887



C1. Identificar espacios de comercialización para productores de la Provincia de Chimborazo	Cuatro puntos de comercialización identificados en la Provincia de Chimborazo	Estudio de factibilidad. Acuerdos y compromisos	Los emprendedores de la provincia cuentan con espacios adecuados de comercialización.
C2. Generar una propuesta de servicios provinciales que faciliten la obtención de notificaciones sanitarias, certificados de exportación, obtención de RUC, RUP y su participación en proceso de compras públicas / privadas, para el accesos a mercados emprendedores de la provincia de Chimborazo.	40 emprendimientos de la Provincia de Chimborazo cuentan con asesoramiento técnico para el inicio de sus actividades comerciales.	Notificaciones Sanitarias Certificaciones.	Los emprendimientos de la provincia cuentan con permisos y documentos para comercializar.
C3 Fortalecer e identificar emprendedores de la provincia, para la participación en ferias locales, nacionales e internacionales.	50 emprendedores participan en las ferias semanales del GADPCH	Registro de ventas. Registro de producción. Lista de participantes.	Los emprendedores cuentan con un espacio adecuado de comercialización.
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>INSUMOS</b>	<b>PRESUPUESTO</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<b>C1. Construir un espacio de comercialización para productores de la Provincia de Chimborazo</b>			
C1.A1 Acercamiento con las autoridades cantonales y parroquiales.	PEDRO BRITO – GAD LICAN		Apertura de las autoridades para dar viabilidad al proyecto.
C1.A2 Verificación de espacios físicos y servicios básicos para la construcción y adecuación de espacios de comercialización.	PEDRO BRITO		
C1.A3 Gestionar permisos y convenios para la construcción y adecuación de espacios de comercialización.	PEDRO BRITO		
C1.A4 Elaboración de matriz para levantar una línea base de los emprendimientos de la Provincia de Chimborazo	PEDRO BRITO		Activa participación de los Emprendedores.
C1.A5 Acercamientos con los emprendedores para levantar una línea base y visita de campo	PEDRO BRITO		
C1.A6 Aplicación de la línea base a los diferentes emprendimientos a nivel de la provincia de Chimborazo.	PEDRO BRITO – PRODUCTORES		
C1.A7 Tabulación e interpretación de datos de la línea base aplicada a los emprendimientos de la Provincia de Chimborazo	PEDRO BRITO		



C1.A8 Coordinar la creación de un sistema para catastrar a los emprendimientos mediante un registro electrónico.	PEDRO BRITO		
C1.A9 Talleres de socialización para la obtención de documentos para la participación en el portal de compras públicas/privadas	PEDRO BRITO – EMPREENDEDORES Y PRODUCTORES		Los emprendimientos participan en procesos de contratación de productos o servicios a nivel provincial.
C1.A10 Asesorar a productores de la provincia de Chimborazo para obtención de documentos y su participación en el acceso al proceso de compras públicas / privadas.	PEDRO BRITO – EMPREENDEDORES Y PRODUCTORES		
C1.A11 Socialización con los productores del programa de canasta comunitarias y elaborar propuestas de las mismas.	PEDRO BRITO – EMPREENDEDORES Y PRODUCTORES		
C1.A12 Coordinar la creación de un programa para comercializar en una plataforma electrónica las canastas comunitarias.	PEDRO BRITO		Los emprendimientos distribuyen sus productos a nivel local y provincial.
C1.A13 Adquisición de bolsos ecológicos para comercializar las canastas comunitarias	PEDRO BRITO – ADQUISICIONES – FINANCIERO - BODEGA		
C1.A14 Promoción y difusión de las canastas comunitarias a través de medios digitales, radiales, televisivos e impresos	PEDRO BRITO – COMUNICACIÓN		
C1.A15 Comercializar productos provinciales a través de canastas comunitarias y otros a la población chimboracense.	PEDRO BRITO – EMPREENDEDORES		
C1.A16 Adquisición de camión y furgón para la unidad de mejoramiento económico	PEDRO BRITO	93.000	
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>PRESUPUESTO</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACION</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<b>C2. Generar una propuesta de servicios provinciales que faciliten la obtención de notificaciones sanitarias, accesos a mercados entre otros a los emprendedores de la Provincia de Chimborazo</b>			
C2. A1 Socialización del servicio de apoyo en la obtención de notificaciones sanitarias, permisos, RUC, RUP y certificados de exportación	MARCO PACA, TÉCNICOS UME		Espacio de articulación con la academia y
C2.A2 Identificación de los emprendimientos y productos que no	MARCO PACA,		

**Dirección:** Primera Constituyente y Carabobo – Riobamba

**Teléfonos:** (593 3) 2 960 2019 - 2 969 887



cuenten con notificaciones sanitarias	TÉCNICOS UME		emprendimiento           Activa participación de los emprendedores en los procesos de obtención de notificaciones sanitarias
C2.A3 Reunión de trabajo con los emprendedores para iniciar con el asesoramiento en la obtención de notificaciones sanitarias, permisos, RUC, RUP y certificados de exportación	MARCO PACA, TÉCNICOS UME		
C2.A4 Visitas técnicas a los emprendimientos para verificar su cumplimiento en infraestructura, documentación legal de funcionamiento	MARCO PACA, TÉCNICOS UME		
C2.A5 Selección y asesoramiento a los emprendedores en el cumplimiento de todos los requisitos necesarios para la obtención de notificaciones sanitarias, permisos, RUC, RUP y certificados de exportación	MARCO PACA, TÉCNICOS UME		
C2.A6 Apoyo técnico en procesos de elaboración y toma de muestras para enviar a los laboratorios acreditados para sus respectivos análisis del producto.	MARCO PACA, TÉCNICOS UME		
C2.A7 Apoyo y seguimiento respectivo de los análisis de laboratorios enviados para ver si las muestras cumplen con los parámetros para la obtención de notificaciones sanitarias.	MARCO PACA, TÉCNICOS UME		
C2.A8 Capacitaciones en manipulación y manejo higiénico de los productos de cada emprendimiento (BPM)	MARCO PACA, TÉCNICOS UME		
C2.A9 Apoyo en ventas y comercialización de productos una vez obtenido las notificaciones sanitarias, permisos, RUC, RUP y certificados de exportación	MARCO PACA, TÉCNICOS UME		
C2.A10 Obtención de certificaciones internacionales y notificaciones sanitarias.	MARCO PACA, TÉCNICOS UME		
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PRESUPUESTO</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACION</b>	
<b>C3 Fortalecer e identificar emprendedores para las ferias de la Provincia de Chimborazo</b>			
C3.A1 Elaboración de bases para seleccionar emprendimientos que participaran en las diferentes ferias.	JAQUELINE TAPIA		Masiva participación de los emprendedores.
C3.A1.A1. Lanzamiento de la Convocatoria a emprendedores para participar en ferias.	JAQUELINE TAPIA		



C3.A1.A2 Identificación de los emprendimientos que califiquen.	JAQUELINE TAPIA		
C3.A1.A3 Visitas técnicas de campo a los emprendimientos.	JAQUELINE TAPIA		
C3.A1.A4 Selección de emprendimientos	JAQUELINE TAPIA		
C3.A1.A5 Cronograma de participación de grupos de emprendimientos en las ferias	JAQUELINE TAPIA		Apoyo de las autoridades para el desarrollo de las actividades.
C3.A1.A6 Participación de emprendimientos en ferias locales, nacionales e internacionales.	JAQUELINE TAPIA		Disponibilidad de presupuesto.
C3.A2 Elaboración plan de promoción y publicidad de ferias.	JAQUELINE TAPIA		Disponibilidad de recursos humano y económico
C3.A2.A1 Aplicación del plan de promoción y publicidad de emprendimientos en las ferias.	JAQUELINE TAPIA		Disponibilidad de presupuesto
C3.A2.A1 Promoción de productos de la provincia en puntos de fijos y estratégicos.	JAQUELINE TAPIA		Disponibilidad de presupuesto

## 7. PARTIDA PRESUPUESTARIA

Nº	DESCRIPCIÓN	NOMBRE	PARTIDA
1	Adquisición de camión y furgón para la unidad de mejoramiento económico	Vehículos	8.4,01.05.001.060 000.01.000.00000











