

## “TALLER DE PERFILAMIENTO DE LA DINÁMICA ECONÓMICA DEL CANTÓN RIOBAMBA”

Riobamba, 14 de abril de 2010

### 1. ANTECEDENTES

La Competitividad territorial está basada en la capacidad dinámica de un sistema productivo, para mejorar de manera continua y sostenida sus condiciones y características de operación, y por ende, su participación en el mercado nacional e internacional. Esto sin olvidar que el sentido o razón de ser de todo sistema productivo es mejorar la calidad de vida de la población

En este sentido, la definición de una agenda territorial para la competitividad implica la construcción de compromisos interinstitucionales y la priorización de temas y líneas de trabajo, que faciliten e impulsen el desarrollo de actividades productivas en ese ámbito territorial; implica además, la definición de una visión o apuesta productiva conjunta ambientalmente sostenible, socialmente responsable y económicamente rentable.

Con estos antecedentes, y en el marco de un proceso de construcción participativo de una agenda de esta naturaleza en la provincia de Chimborazo, el Municipio de Riobamba y el Consejo Provincial, han decidido aunar esfuerzos para hacer un acercamiento general a la dinámica productiva del cantón Riobamba, en tanto espacio básico de la dinámica productiva de la provincia. Para esto, se programó un FORO CANTONAL, que tuvo como objetivo recabar información de primera mano acerca de temas trascendentales para la economía cantonal y provincial con la participación de algunos actores clave del cantón Riobamba.

Con este paso a paso, prácticamente se cierra la fase de acercamiento a actores de la Construcción de la Agenda de Competitividad, la misma que es el resultado de una construcción colectiva y que fue posible gracias a los aportes y experiencias de diversas instituciones de desarrollo en el análisis de cadenas productivas, así como líderes y actores sociales involucrados en el desarrollo provincial y cantonal.

Con la información lograda en el foro, así como el conjunto de aportes logrados en espacios similares en el resto del territorio provincial y la información secundaria disponible, se diseñará una propuesta inicial de agenda, que en una segunda fase, pasará a ser revisada y discutida a nivel público, a fin de modificarla, ampliarla o ajustarla, y a partir de ella, construir acuerdos interinstitucionales públicos y privados para su realización. En una tercera fase de este mismo proceso, se deberán realizar los ajustes y profundizaciones requeridas en la agenda misma, además de establecer una planificación operativa de ejecución de los acuerdos interinstitucionales logrados.

A continuación se sintetiza las discusiones y resultados del foro cantonal realizado en la ciudad de Riobamba, el día miércoles 14 de abril de 2010

## Contenido

A. MESA AGRÍCOLA .....	4
B. MESA COMERCIO .....	7
C. MESA SERVICIOS EDUCATIVOS Y PROFESIONALES .....	10
D. MESA INDUSTRIA Y ARTESANÍA .....	13
E. MESA TURISMO .....	15
F. MESA SERVICIOS FINANCIEROS .....	18
G. MESA CONSTRUCCIÓN .....	20
H. MESA MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	22
I. CONSOLIDACIÓN DE RESULTADOS .....	23
J. FORO ABIERTO .....	24

## 2. OBJETIVO DEL FORO

- a. Contar con una evaluación rápida de la dinámica productiva cantonal, con un enfoque de cadena productiva
- b. Exponer el proceso de agenda de competitividad

## 3. BIENVENIDA

Lic. Juan Alberto Salazar

### ALCALDE DEL CANTÓN RIOBAMBA

Saluda a todos los representantes de cada una de las instituciones, ratificando el compromiso de trabajo coordinado en beneficio del desarrollo del cantón. Ratifica que al final del evento se fortalecerá las relaciones entre el Gobierno Provincial de Chimborazo, Municipio y todos los entes de desarrollo local. Es hora de tener una identidad, una marca local y por qué no pensar en la mejoría de la capacidad productiva que existe en el cantón. Solicita eso sí enfatizar en resultados y propuestas prácticas más que en diagnósticos y capacitaciones.



## 4. PRESENTACIÓN DEL TALLER

Ing. Guillermo Terán F.

### COORDINADOR DE PLANIFICACIÓN DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE CHIMBORAZO.

Los técnicos no actúan de forma independiente, responden a las metas de las autoridades Provinciales y Cantonales quienes se encuentran preocupados por el desarrollo económico territorial, esto significa luchar contra la pobreza, generar empleo y riqueza, y hacerlo convocando al esfuerzo mancomunado del conjunto de actores de la provincia. El objetivo es construir una agenda de competitividad que identifique las apuestas y visiones productivas clave de la provincia, y quienes mejor para ello que los representantes de los sectores invitados, agricultores, comerciantes etc., en el caso del cantón Riobamba, por supuesto, el Municipio de Riobamba es un ente clave en este proceso.



## 5. ORIENTACIONES GENERALES DE TRABAJO

Eco. Patricio López

### ASESOR PROMODE GTZ

Se propone trabajar en mesas temáticas para analizar las siguientes actividades: industria, comercio, agricultura y ganadería, servicios educativos y profesionales, construcción, turismo, servicios financieros y medios de comunicación. En cada mesa temática se procurará caracterizar la actividad respectiva, ubicarla espacialmente y definir sus potencialidades y fortalezas, sus restricciones y acciones a tomar para su fomento, a corto y largo plazo.




## 6. FORMACIÓN DE MESAS TEMÁTICAS Y DISCUSIÓN

### A. MESA AGRÍCOLA

#### Participantes:

NOMBRE	SECTOR
Lenin Montenegro	Productor Lechero
Hernán Chiriboga	Presidente Centro Agrícola
Antonio Lasso	Licto
Ramón Pinduisaca	Punín
Igancio Guamán	San Luis
Alfonso Agualsaca	Calpi
Fernando Esparza	Gerente EMMPA
Alvino Flores	Presidente de la Federación de comerciantes de la EMMPA
Claudia Fuentes	Presidente de Consorcio Juntas
Carlos Falconí	Fundación Marco
Aurelio Silva	Cesa



<p><b>Moderador:</b></p> <p><b>Fernando Freire</b> <b>Ana Cadena</b></p> <p>GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO</p>		
PRODUCTOS / SERVICIOS	TRANSFORMACIÓN	COMERCIALIZACIÓN
HORTALIZAS	No existe	90% Mercado mayorista 10% otros
LECHE	Proceso de transformación	60% Costa 4% Local
CEREALES	10% Proceso de transformación	98% Nacional 2% Exportación
ESPECIES MENORES	No existe	Local
POTENCIALIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baja Hortalizas</li> <li>- Consorcios Organizados</li> <li>- Alta Cereales</li> <li>- Tipos de suelo</li> <li>- Clima</li> <li>- Experticias en el manejo de hortalizas</li> <li>- Demanda Internacional</li> </ul>	
PROBLEMAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay infraestructura</li> <li>- Débil nivel organizativo</li> <li>- Acceso limitado a servicios Financieros</li> <li>- Desconocimiento de consorcios existentes</li> <li>- Problema de mercado</li> <li>- Falta de tecnología acorde a la demanda</li> </ul>	
ACCIONES A TOMAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimiento organizacional</li> <li>- Articular en Cadena a los productores</li> <li>- Contar con servicios acordes a las necesidades</li> <li>- Apertura de nuevos mercados para nuestros productos</li> </ul>	

### UBICACIÓN GEOGRÁFICA



### SÍNTESIS DEL TRABAJO



### EXPOSICIÓN DE LOS RESULTADOS





## B. MESA COMERCIO

### Participantes:

NOMBRE	SECTOR
Wilson Andrade	ESQUEL
Fernando Esparza	EMMPA
Gerardo Mena	Cámara de comercio
Hugo Pesantez	IMR
Vicente Morocho	Comunidad San Francisco
Raúl Martínez	ENTER SYSTEM
Moisés Trujillo	EMMPA
Fernanda Albuja	Cámara de comercio
Ma. Fernanda Andrade	IMR
Edwin Vacacela	Unión de taxis de Chimborazo



**Moderador:**  
**Patricio López**

Asesor Promode  
(GTZ)



### PRODUCCIÓN

- La mayor parte de la actividad comercial se centra en la comercialización de alimentos.
- La actividad comercial más numerosa de la ciudad es la de servicios personales, como por ejemplo comunicaciones y anexos (locutorios, venta de equipos y accesorios celulares, etc.). Esta actividad ha tenido un gran crecimiento desde hace 6 años
- Existen otras actividades comerciales con menor número de participantes, pero mayores ingresos, por los precios y tipo de productos que manejan (automotores, línea blanca, ropa, materiales de construcción)
- Las cifras de catastro municipal son adecuadas a la realidad mercantil
-

<b>TRANSFORMACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ninguna</li> </ul>
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dentro de la comercialización de alimentos, el 30% del volumen total de ventas al año tiene como destino la propia provincia (ventas internas), mientras el 70% está destinado para fuera de la provincia (ventas externas); el Mercado Mayorista maneja aprox. el 20 de las ventas internas y el 60% de las externas, mientras los otros mercados de la ciudad manejan el 10% de las internas; el 10% restante de las ventas externas lo realizan los propios cantones directamente, que venden su producción a Tungurahua, Cañar o Guayas.</li> </ul>
<b>POTENCIALIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicación geográfica (clima, tierras fértiles)</li> <li>- Gran variedad de productos</li> <li>- Población rural campesina dedicadas a la agricultura</li> <li>- Presencia de Universidades en la provincia.</li> </ul>
<b>PROBLEMAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carencia de valor agregado en alimentos vendidos</li> <li>- Poco avance en temas de diseño (prendas de vestido), moda, calidad.</li> <li>- Bajo número de productores, en lo que es herramientas e insumos</li> <li>- Baja calidad en servicio al cliente, aquí en la parte comercial.</li> <li>- Limitadas capacidades técnicas y organizativas de los comercializadores</li> <li>- Debilidad de procesos organizativos en productores y comerciantes</li> <li>- Relación difícil entre productores e intermediarios se ve más como competencia</li> <li>- Carencia de negocios de entretenimiento y diversión</li> <li>- Debilidad del productor para fijar precios</li> <li>- Inseguridad ciudadana y jurídica.</li> <li>- Limitada infraestructura pública (riego, vías, comunicación)</li> <li>- Poca calidad y calidez en la atención</li> </ul>
<b>ACCIONES A TOMAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyectos que generen valor agregado a la producción actual en los diferentes sectores que creen valor agregado</li> <li>- Legislación acorde y que promueva el avance de los sectores.</li> <li>- Generar alianzas estratégicas con Universidades</li> <li>- Construir infraestructura productiva para fortalecer actividades agrícolas</li> <li>- Potenciar acceso a financiamiento</li> <li>- Establecer datos estadísticos de líneas base, la toma de decisiones es en base a datos para ello es necesario saber dónde estamos, cuanto se comercializa, cuanto se consume de afuera etc.</li> </ul>



### UBICACIÓN GEOGRÁFICA



### SÍNTESIS DEL TRABAJO



### EXPOSICIÓN DE LOS RESULTADOS

- Riobamba ocupa el 46% PEA Provincial
- Establecimientos catastrales:
- Comercio: 53,57%
- Servicios: 24%
- Manufactura: 9%
- Agropecuario: 7%
- Servicios Alimenticios/Hospedaje: 6%




## C. MESA SERVICIOS EDUCATIVOS Y PROFESIONALES

### Participantes

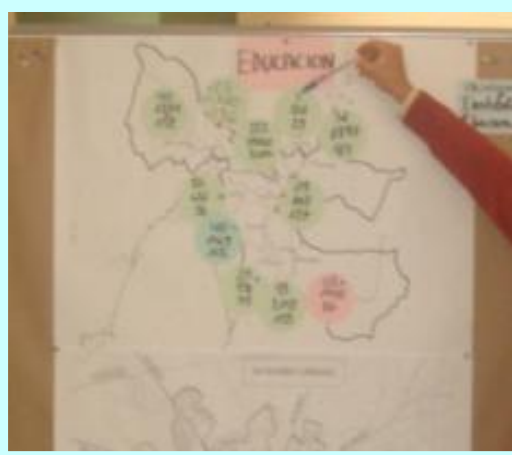
NOMBRE	SECTOR
Juan Carlos Mancheno	UNACH
María Fernanda Miño	IMR
Alejandro Barreto	Educación
Carlos Vargas	UNIDEC



<p><b>Moderador:</b> <b>Carlos Andrade</b></p> <p>TÉCNICO GTZ</p>	
<b>PRODUCCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudiantes 23.000 estudiantes en la actualidad</li> <li>- Profesores y administrativos un total de 2100</li> </ul>
<b>TRANSFORMACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carreras semipresenciales</li> <li>- Carreras a distancia</li> <li>- Carreras clásicas</li> <li>- Carreras innovadoras</li> </ul>
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofertan carreras clásicas e innovadoras. Las clásicas la gente no tiene que salir a buscar en otras ciudades. Las innovadoras son requeridas por diferentes sectores por ejemplo el sector productivo solicita carreras afines a este sector, sin embargo las plazas de trabajo para estas carreras son escasas.</li> <li>- Oferta de servicios como capacitación y talleres, el limitante es el tema jurídico por ello no se puede ofrecer el servicio a instituciones públicas y privadas</li> <li>- Visitas a medios</li> <li>- Campañas de información</li> <li>- Cabe mencionar que existe una sobredemanda de servicios educativos superiores, sobre todo en las carreras clásicas como ingeniería, arquitectura, entre otras.</li> </ul>
<b>POTENCIALIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura nuevas</li> <li>- Preferencia por contratar a profesionales locales</li> <li>- Coordinación entre instituciones de educación superior</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acercamiento con los sectores productivos</li> <li>- Educación a distancia</li> <li>- Riobamba ciudad universitaria y tranquila</li> <li>- Costos de colegiatura y manutención bajos</li> <li>- Ofertas de pros-grado</li> </ul>
<p><b>PROBLEMAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitación de recursos económicos para investigación, no hay desarrollo de tecnologías. Déficit de estructura tecnológica</li> <li>- No existe orientación vocacional en niveles primarios y secundarios</li> <li>- Desinformación por parte del gobierno</li> <li>- Bajos salarios de profesores</li> <li>- Intromisión partidos políticos</li> <li>- Sistemas de educación básica y bachillerato caducos</li> <li>- Carencia de un marco legal para universidades que facilite la canalización de recursos extra-gubernamentales y la participación en procesos de consultoría, asesoría o investigación a cualquier nivel</li> <li>- Falta de recursos para la investigación</li> <li>- No existe una ciudadela universitaria</li> <li>- La nueva propuesta de ley superior atenta contra la autonomía educativa y la libertad de decisión de los estudiantes.</li> </ul>
<p><b>ACCIONES A TOMAR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homologación curricular en la educación media y básica.</li> <li>- Valoración de las capacidades y los profesionales locales.</li> <li>- Despolitizar la educación</li> <li>- Aulas virtuales en los diferentes cantones para fomentar la profesionalización de los habitantes de zonas rurales y evitar la migración por este motivo.</li> <li>- Fomentar el post-grado</li> <li>- Concienciar a las autoridades para crear carreras innovadoras, y coordinar con la empresa privada para aprovechar el talento humano formado y especializado.</li> </ul>

## UBICACIÓN GEOGRÁFICA



## SÍNTESIS DEL TRABAJO



## EXPOSICIÓN DE LOS RESULTADOS




## D. MESA INDUSTRIA Y ARTESANÍA

### Participantes

NOMBRE	SECTOR
Javier Villacrés	IMR
Geovanny Puebla	Cámara de la Producción
Alex Sancho Herdoiza	Cámara de Industrias
Mario Almeida	Sector Gráfico FEPACH
Fredy Loza	CRECER
Carlos Cali	GPCH



<p><b>Moderador:</b> <b>Carlos Manya</b></p> <p>GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO</p>	
<b>PRODUCCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cemento, cerámica, bloques, ladrillos, tejas, actualmente ferretería, productores de madera, metal mecánica, agroindustrial (producción orgánica con alto potencial, hierbas aromáticas) Quínuá (Guano – Colta)</li> </ul>
<b>TRANSFORMACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En la construcción y en los sistemas de comercialización</li> </ul>
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Local</li> <li>- Nacional</li> </ul>
<b>POTENCIALIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Políticas públicas en construcción y aplicación</li> <li>- Potencialidad productivas existentes</li> <li>- Mano de obra calificada 26% PEA titulada</li> </ul>

<p><b>PROBLEMAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reordenamiento territorial</li> <li>- Planificación</li> <li>- Dispersión de la producción</li> <li>- Falta de servicios básicos para la industria</li> <li>- Incumplimiento de las ordenanzas Municipales</li> <li>- Inseguridad Jurídica</li> <li>- Falta de garantías</li> <li>- Requisitos muy engorrosos</li> <li>- Falta de crédito al sector artesanal y microempresa</li> <li>- Desorden en la ubicación del sector productivo</li> <li>- Tráfico de tierras en el sector industrial</li> <li>- Estructura Municipal obsoleta</li> </ul>
<p><b>ACCIONES A TOMAR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Construcción de políticas públicas participativas</li> <li>- Políticas ambientales</li> <li>- Producción amigable al ambiente</li> <li>- Prohibición de insumos no permitidos</li> <li>- Sistema de productividad ordenado</li> <li>- Creación de banco de datos de los sectores productivos involucrados</li> <li>- Optimización de la infraestructura básica</li> <li>- Trámites rápidos y eficientes</li> <li>- Generación de información</li> <li>- Crear sanciones ejemplarizadoras</li> <li>- Crear una base de información estadística local</li> <li>- Valor agregado en los productos</li> <li>- Mejora del clima de negocios</li> <li>- Servicio de conectividad</li> </ul>

**UBICACIÓN GEOGRÁFICA**



**SÍNTESIS DEL TRABAJO**



**EXPOSICIÓN DE LOS RESULTADOS**





## E. MESA TURISMO

### Participantes

NOMBRE	SECTOR
Pilar Chiriboga	MINTUR
Rosa Ambi	Juntas Parroquiales
María Palacios	ESQUEL
Martha Amalsaca	San Francisco
Sandra Vargas	CAPTURCH
Carla Arguello	IMR
Ven Dorpe Pierrick	Palacio Real Calpi



**Moderador:**  
**Fernanda Logroño**

GOBIERNO DE LA  
PROVINCIA DE  
CHIMBORAZO



### PRODUCCIÓN

Casa Cóndor-San Juan, Cacha, Palacio Real-Calpi, Pulingui-San Juan, UCASAJ-San Juan

#### TREN

- Ruta Nariz del Diablo (Riobamba - Palmira)

#### TURISMO DE AVENTURA

- Parroquia San Juan – Reserva de Producción Faunística Chimborazo.

#### TURISMO CULTURAL

- Ciudad de Riobamba – Centro Histórico

### TRANSFORMACIÓN

En la actividad de turismo comunitario lo esencial es la convivencia cultural, conocer las costumbres y tradiciones de las comunidades indígenas. En el caso de Turismo de aventura se oferta una serie de productos: biking, trekking, escalada, alta montaña, una importante actividad es el Tren, la ciudad de Riobamba es el centro de operaciones para la oferta de este producto, además una importante actividad que posee la ciudad de Riobamba es el turismo cultural puesto que Riobamba posee una riqueza histórica y cultural (centro histórico).

<p><b>COMERCIALIZACIÓN</b></p>	<p><b>TURISMO COMUNITARIO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Operadora Comunitaria Puruha Razurku, operadoras locales (Riobamba)</li> </ul> <p><b>TREN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresa de ferrocarriles del Ecuador, Agencias Operadoras locales, nacionales.</li> </ul> <p><b>TURISMO DE AVENTURA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencias Operadoras locales, nacionales, internacionales.</li> </ul>
<p><b>POTENCIALIDADES</b></p>	<p>El cantón Riobamba posee muchas potencialidades en torno al desarrollo del turismo entre las principales tenemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biodiversidad – Presencia del Parque Nacional Sangay, Reserva de producción Faunística Chimborazo.</li> <li>- Riqueza cultural</li> <li>- En torno al Turismo comunitario existe una infraestructura turística aceptable.</li> <li>- Tres de los productos analizados están dentro de los productos a potenciar según el Plan de Marketing MINTUR (Tren, Turismo Cultural, Turismo de aventura, turismo de naturaleza)</li> <li>- Concentración de Agencias Operadoras</li> <li>- La presencia de la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador</li> <li>- Riqueza cultural y patrimonial</li> </ul>
<p><b>PROBLEMAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El nivel de inseguridad de la ciudad se está acrecentando cada vez en mayor porcentaje.</li> <li>- Guías (Capacitación) Sistema de capacitaciones sin una metodología más práctica.</li> <li>- Carencia de señalética adecuada para la promoción de productos turísticos.</li> <li>- Falta de promoción</li> <li>- Falta de cultura turística (empoderamiento )</li> <li>- Inexistencia de una planificación consensuada.</li> <li>- La cobertura de la infraestructura de apoyo a la producción no está en su totalidad.</li> <li>- Espacios de concertación con desconocimiento de roles. (Mesa de Turismo).</li> </ul>

### ACCIONES A TOMAR

- Planificación consensuada – análisis de la situación actual del turismo en el cantón.
- Evaluación de los niveles de ejecución de los planes de turismo a nivel cantonal.
- Generar rutas innovadoras de calidad
- Fortalecer espacios de concertación (Mesa de Turismo)
- Potencializar las rutas que ya tienen un flujo de turistas.
- Establecer un sistema de estadísticas a nivel provincial para definir con eficiencia las estrategias a seguir (Observatorio Turístico).
- Creación de políticas de turismo.
- Innovación de productos turísticos para mejorar la competitividad del turismo en el cantón.

### UBICACIÓN GEOGRÁFICA



### SÍNTESIS DEL TRABAJO



### EXPOSICIÓN DE LOS RESULTADOS



108 atractivos  
PEA: 0.49%  
PIB: 2% (2008)

## F. MESA SERVICIOS FINANCIEROS

### Participantes

NOMBRE	SECTOR
Laura Alarcón	Cooperativa Riobamba
Vicente Parra	Cooperativa Riobamba
Samia Abdo	Banca Pública
Alexandra Tapia	Esquel
Raúl Cadena	Corporación Financiera Nacional CFN
Silvana Alvarez	Diócesis / Microfinanzas
Patricio Sánchez	IMR



**Moderador:**  
**Juan Carlos Arellano**

GOBIERNO DE LA  
PROVINCIA DE  
CHIMBORAZO



### PRODUCCIÓN

- Análisis de los indicadores de:
- Banca Privada
  - Banca Pública
  - Cooperativas controladas
  - Cooperativas no controladas
  - Bancos y cajas comunales.

### TRANSFORMACIÓN

- Instrumentos de captación e instrumentos de colocación (cuentas corrientes, cuentas de ahorros e instrumentos de inversión; Colocación de créditos a microempresarios pequeños empresarios, medianos y asociaciones )

### COMERCIALIZACIÓN

- Para la banca privada son el consumo, vivienda, comercio y microcrédito.
- Para la banca pública son la comercial, microcrédito y consumo.
- Para las cooperativas son el microcrédito individual, asociativo, consumo y vivienda.

<p><b>POTENCIALIDADES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversificación de créditos</li> <li>- Existe demanda de apoyo financiero en varios sectores de la producción.</li> <li>- Instituciones financieras con liquidez</li> <li>- Credibilidad; ya que permite confianza a sus clientes.</li> <li>- Segmentación de mercado de acuerdo al ingreso de la población (media- alta)</li> <li>- Cobertura; ya que poseen sucursales a nivel local, nacional.</li> </ul>
<p><b>PROBLEMAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trámites engorrosos para el otorgamiento de crédito.</li> <li>- Poca diversificación de productos</li> <li>- Falta de cobertura al sector rural</li> <li>- Fuga de capitales</li> <li>- Falta de capacidad para asesorar a clientes</li> <li>- Morosidad</li> <li>- Poca capacidad de ahorro</li> </ul>
<p><b>ACCIONES A TOMAR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financiar proyectos productivos</li> <li>- Mayor Apoyo crediticio a proyectos productivos</li> <li>- Ofrecer productos que ayuden a formular proyectos</li> <li>- Conocer al cliente o socio para oferta de productos</li> <li>- Regular las tasas de interés</li> <li>- Mejorar/fortalecer herramientas de calificación de créditos</li> <li>- Buscar regulación especializada para todas las instituciones</li> <li>- Trabajar con sentido solidario</li> </ul>

**UBICACIÓN GEOGRÁFICA**



**SÍNTESIS DEL TRABAJO**



**EXPOSICIÓN DE LOS RESULTADOS**





## G. MESA CONSTRUCCIÓN

### Participantes

NOMBRE	SECTOR
Iván Ríos	Cámara de la Construcción
Edgar Cabezas	IMR
Mayra Sánchez	GPCH



<p><b>Moderador:</b> <b>Santiago Velasteguí</b></p> <p>GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO</p>	
<b>PRODUCCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zonas de provisión de materiales, materia prima de construcción (Hormigones Moreno, marmoleras, bloqueras, canteras, Cemento Chimborazo.) Empresas constructoras y profesionales</li> <li>- Particulares sin mano de obra calificada.</li> </ul>
<b>TRANSFORMACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existencia de empresas constructoras con conocimientos para la realización de condominios, urbanizaciones.</li> <li>- Construcciones con una gran variedad de tipologías constructivas así como de una gama de materiales en su construcción</li> </ul>
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A través de ferreterías, proveedoras de materiales de construcción</li> <li>- A través de volquetas</li> <li>- A través de inmobiliarias calificadas y no calificadas</li> </ul>
<b>POTENCIALIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ciudad universitaria (elemento técnico)</li> <li>- Ubicación estratégica</li> <li>- Contar con lugares de provisión de materiales</li> </ul>
<b>PROBLEMAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo de crecimiento de ordenamiento territorial no acorde a las necesidades No existen políticas claras de ordenamiento territorial</li> <li>- Servicios básicos deficientes (movilidad, sanidad)</li> <li>- Mano de obra no calificada que incumplen ordenanzas</li> </ul>

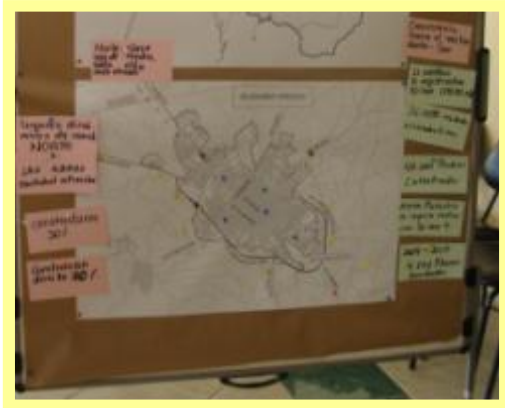


**ACCIONES  
TOMAR**

**A**

- Actualización y mejoramiento de los planes existentes y políticas públicas consensuadas en función de las necesidades
- Aplicación del Plan Maestro de agua potable y mejorar los servicios básicos.
- Control permanente por parte de la Comisaria de la Construcción

**UBICACIÓN GEOGRÁFICA**



**SÍNTESIS DEL TRABAJO**



**EXPOSICIÓN DE LOS RESULTADOS**



- 36.000 Unidades Viviendísticas
- 40.000 Predios Catastrados en el Cantón Riobamba. Con el nuevo catastro se prevé incrementar 36.000 predios más, un total de 76.000 (urbano).
- Desde el 2004 hasta el 2010 4242 planos aprobados.
- OFERTA: 70% ciudadano que hace la construcción con un maestro
- 30% ciudadanos que hacen la construcción con un profesional.

## H. MESA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

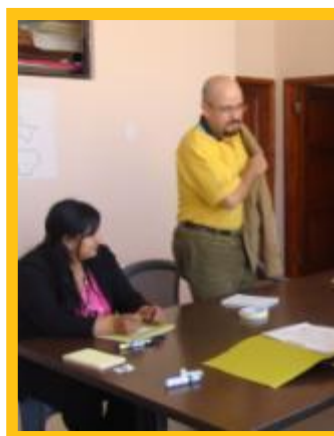
### Participantes

NOMBRE	SECTOR
Paulina Robalino	IMR
Marco Martínez	GPCH
Danilo Vinueza	IMR
Lucy Freire Célleri	La Prensa



**Moderador:**  
**Alejandra del Pino**

**GOBIERNO DE LA  
PROVINCIA DE DE  
CHIMBORAZO**



### ACCIONES A TOMAR

- Chimborazo debe tener clara su identidad productiva, no identidad social ni cultural.
- Chimborazo - Riobamba debe trabajar en temas de calidad como por ejemplo la calidad en la educación superior.
- Calidad en los medios de comunicación
- Consolidar a Chimborazo como un ente público- privado vinculación entre sectores
- Crear un ente o institución donde se registre los datos. (infocentro)

## I. CONSOLIDACIÓN DE RESULTADOS

Los compromisos deben sumarse y deben estar inmersos todos los sectores como: Sector privado, líderes, sector educativo etc. El taller se resume en 3 aspectos más relevantes:

### POTENCIALIDADES

- Instituciones Educativas Superiores de alto nivel
- Ciudad Universitaria
- Ubicación geográfica centralizada
- Buena disponibilidad de espacios de Concertación público - privado

### RESTRICCIONES

- Clima de Negocios inadecuado para el fomento productivo
- Falta de Planificación y Ordenamiento Territorial
- Mala Infraestructura de apoyo a la producción
- Inseguridad jurídica y ciudadana

### ESTRATEGIAS

- Gestión de la Información Estadística actualizada por sectores de la producción (observatorios económicos – Productivos)
- Planificación y Ordenamiento Territorial
- Políticas Públicas adecuadas de regulación e incentivos para el fomento productivo
- Clima de Negocios favorable
- Mejorar infraestructura de apoyo a la producción
- Mejorar Calidad de servicios y productos
- Fortalecimiento Organizativo y de espacios de concertación interinstitucional
- Crédito productivo adecuado
- Proyectos productivos para agregar valor a la producción primaria

## J. FORO ABIERTO.

1. Se debe fortalecer la identidad de todas las personas que han migrado hacia la ciudad de Riobamba como “Riobambeños” sin importar el estrato económico al que pertenezcan, la raza, actividad laboral u otros.
2. Cuál es la apuesta productiva del cantón Riobamba?
  - Apostar a un solo sector no es beneficioso debemos apostar a varios ejes productivos como el agrícola, ganadero, agroindustrial productivo, convertir a Riobamba en una ciudad universitaria sin dejar de lado el tema turístico.
  - Es muy importante fortalecer el área comercial de la urbe, que permiten tener ingresos económicos propendiendo a la elaboración y ejecución de proyectos de asociatividad para la producción agrícola.
  - Realizar un trabajo articulado y coordinado.
  - Tener una interdependencia entre los sectores productivos

Finalmente se señala que el camino es claro y está enrumado, la principal potencialidad es asociarse, mejorar la calidad, aumentar los volúmenes de producción, fortalecer el mercado actual y acceder a nuevos mercados, sobre todo del exterior; y potenciar el empleo.