

RESUMEN

El cantón Santo Domingo se encuentra ubicado en un punto geoestratégico a nivel nacional y es considerado un eje de articulación comercial entre la Costa y la Sierra, porque se encuentra vinculado a actividades comerciales y agropecuarias. El sector asociativo agrícola se dedica, en las unidades de producción a cultivar una amplia gama de productos (cacao, plátano, frutas y hortalizas), el 77% de agricultores realizan de manera empírica por la falta de una planificación y asesoramiento técnico, y existe poca participación en los procesos de venta con los distintos actores de los sistemas de comercialización agrícolas, (mayorista, agroindustria, exportador y consumidor final) debido a la gran cantidad de intermediarios en las zonas cercanas a los productores, donde venden su producción, a precios inferiores lo que genera ingresos y rentabilidad baja. Para aportar a la solución del problema se propone un modelo de comercialización asociativo con la creación de un organismo de integración (unión de asociaciones agrícolas) que opere con un centro de acopio bajo un sistema de comercialización descentralizado. El presente modelo está enmarcado dentro de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y aporta a los principios del Plan Nacional del Buen Vivir. El proceso investigativo se realizó utilizando la investigación descriptiva a través de la encuesta, aplicada a las asociaciones agrícolas de las parroquias rurales del cantón.

PALABRAS CLAVES:

- **UNIDAD DE PRODUCCIÓN**
- **ASOCIACIONES AGRÍCOLAS**
- **COMERCIALIZACIÓN DESCENTRALIZADA**
- **ACOPIO**
- **INGRESOS**

ABSTRACT

The Santo Domingo canton is located at a geostrategic point at the national level and is considered an axis of commercial articulation between the Coast and the Sierra, because it is linked to commercial and agricultural activities. The associative agricultural sector is dedicated, in the production units to cultivate a wide range of products (cocoa, banana, fruit and vegetables), 77% of farmers perform empirically for the lack of planning and technical advice, and there is little participation in sales processes with the different actors of agricultural marketing systems (wholesaler, agroindustry, exporter and final consumer) due to the large number of intermediaries in the areas near the producers, where they sell their production, at prices lower which generates income and low profitability. To contribute to the solution of the problem, an associative marketing model is proposed with the creation of an integration body (union of agricultural associations) that operates with a collection center under a decentralized marketing system. This model is framed within the Organic Law of Popular and Solidarity Economy and contributes to the principles of the National Plan of Good Living. The investigative process was carried out using descriptive research through the survey, applied to the agricultural associations of the rural parishes of the canton.

KEYWORDS:

- **PRODUCTION UNIT**
- **AGRICULTURAL ASSOCIATIONS**
- **DECENTRALIZED MARKETING**
- **COLLECTION**
- **INCOME**