



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

---

**FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION**

**Las Sociedades Cooperativas Agropecuarias  
Formación y Funciones de Comercialización  
Agrícola.**

**Seminario de Investigación Administrativa II**

Que para obtener el Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

**P r e s e n t a :**

*Bernardo Edgardo Manuel Venegas Sánchez*

---

México, D. F., 29 de Agosto de 1977.

**8900**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A MIS PADRES

A MIS HERMANOS

A TODAS LAS PERSONAS QUE  
CONTRIBUYERON EN MI FOR-  
MACION PROFESIONAL.

MI AGRADECIMIENTO AL LAE RENE SOLIS BRUN  
ASESOR DE MI TESIS POR SU VALIOSA AYUDA,  
ASI COMO A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE -  
COLABORARON CONMIGO EN LA ELABORACION DE  
ESTE TRABAJO.

MI AGRADECIMIENTO AL LAE RENE SOLIS BRUN  
ASESOR DE MI TESIS POR SU VALIOSA AYUDA,  
ASI COMO A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE -  
COLABORARON CONMIGO EN LA ELABORACION DE  
ESTE TRABAJO.

## I N D I C E

INTRODUCCION -----	
CAPITULO PRIMERO	
COMERCIALIZACION AGRICOLA.-----	1
CONCEPTO.-----	1
IMPORTANCIA DE LA COMERCIALIZACION.-----	4
LA COMERCIALIZACION Y EL PRODUCTOR.-----	7
a) IMPORTANCIA DE LOS ALICIENTES COMERCIALES.--	9
ALCANCE DE LA COMERCIALIZACION.-----	10
b) CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS.-	11
CAPITULO SEGUNDO	
COOPERATIVAS AGROPECUARIAS.-----	13
ANTECEDENTES DEL COOPERATIVISMO EN MEXICO.-----	13
a) LAS PRIMERAS REALIZACIONES COOPERATIVAS.-----	17
CONCEPTO DE COOPERATIVA.-----	20
CARACTERISTICAS DE UNA COOPERATIVA.-----	22
TIPOS DE COOPERATIVAS.-----	24
CAPITULO TERCERO	
FORMACION Y FUNCIONAMIENTO DE UNA SOCIEDAD COO- PERATIVA.-----	30
a) PRIMERA ASAMBLEA.-----	31
b) LA COMISION DE INVESTIGACION.-----	32
c) SEGUNDA ASAMBLEA-----	33

d) CONTENIDO DE LAS BASES CONSTITUTIVAS.-----	34
e) INSCRIPCION DEL ACTA CONSTITUTIVA.-----	35
CAPITAL SOCIAL.-----	35
FUNCIONAMIENTO DE LA SOCIEDAD COOPERATIVA.-----	37
a) FORMACION DEL CONSEJO DE ADMINISTRACION.-----	39
b) FORMACION DEL CONSEJO DE VIGILANCIA.-----	39
c) FUNCIONES DEL CONSEJO DE VIGILANCIA.-----	40
d) ACUERDOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD.-----	40
e) PERIODO DE DURACION DE LOS MIEMBROS EN LOS CONSEJOS.-----	40
CAPITULO CUARTO	
FUNCIONES DE COMERCIALIZACION AGRICOLA DE UNA SOCIEDAD COOPERATIVA AGROPECUARIA.-----	42
GENERALIDADES.-----	42
RECOLECCION.-----	51
ALMACENAMIENTO.-----	52
PREVENCION DE LAS PERDIDAS DE ALMACENAMIENTO.---	54
CONSTRUCCIONES DE ALMACENES.-----	54
PROBLEMAS DE LA MERMA Y DETERIORO.-----	56
CLASIFICACION DEL PRODUCTO.-----	57
ENVASE.-----	59
TRANSPORTE.-----	61
a) MEDIOS DE TRANSPORTE.-----	61
DISTRIBUCION.-----	65
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS AGROPECUARIAS.-----	66
CONCLUSIONES-----	69
BIBLIOGRAFIA.-----	73

## INTRODUCCION

## INTRODUCCION

He elegido el tema de comercialización de productos agrícolas a través de las Sociedades Cooperativas agropecuarias, por la importancia que representan para México estas organizaciones, para proteger a los agricultores.

El presente trabajo está enfocado a la importancia que tiene la comercialización de los productos agrícolas, tanto en los países desarrollados, como los que están en vías de desarrollo, ya que la economía de éstos por lo regular se basa en la agricultura.

En segundo término se ve lo que es una Sociedad Cooperativa, las características que tiene, así como el tipo de las mencionadas sociedades para que posteriormente se estudie la formación de éstas, -- qué requisitos necesitan para inscribirse y quedar legalmente constituidas, así como la formación de su capital social y el funcionamiento de la organización.

Por último, en base a visitas que se realizaron en el estado de Guanajuato a diversas Sociedades Cooperativas Agropecuarias y entrevistas realizadas a socios de éstas, se analizaron las diversas funciones de comercialización que llevan a cabo, -- tanto para recolectar su producto como para venderlo. Estas funciones son de suma importancia conocer, porque pueden guiar la producción agrícola por canales que sean más benéficos para los socios y hacer que el consumidor obtenga el producto que desea en el momento y lugar oportuno y a un precio razonable.

Deseando que este modesto estudio ayude a ---

orientar a todas aquellas personas interesadas en la formación de Sociedades Cooperativas Agropecuarias, así como la manera de comercializar los productos agrícolas en beneficio, tanto de los socios, de estas como de los consumidores.

**CAPITULO PRIMERO**  
**COMERCIALIZACION AGRICOLA**

**CAPITULO PRIMERO**  
**COMERCIALIZACION AGRICOLA**

## CAPITULO PRIMERO

### COMERCIALIZACION AGRICOLA

#### CONCEPTO.

Actualmente a pesar de que se está progresando en la industrialización de muchos de los países en vías de desarrollo, para salir de la pobreza un sector grande de la población seguirá forzosamente dependiendo de la agricultura para vivir.

Por lo tanto, todo plan de tipo económico ha de tomar especialmente en cuenta la organización de un sistema eficiente de la comercialización de productos agrícolas.

La comercialización puede ser muy sencilla o muy complicada; básicamente esto dependerá de la distancia a que se encuentre el consumidor de la explotación agrícola; depende igualmente, de lo que haya que hacer para transportar el producto desde el campo hasta el mercado en buenas condiciones, en una forma aceptable y cuando el consumidor lo necesite.

La comercialización es sencilla en las comunidades pequeñas como las aldeas, pueblos demasiado pequeños que producen la mayor parte de lo que consumen.

En las comunidades pequeñas, el productor vende directamente al consumidor en su casa, o lo atrae mostrándole el producto en un lugar abierto que puede ser el mercado o una tienda donde venden todo tipo de productos.

La comercialización directa tiene la ventaja para algunas personas de su bajo costo y de que no hay intermediarios entre el productor y el consumidor.

Sin embargo, existen ciertas desventajas en esta actividad ya que los agricultores no pueden vender mas que unicamente a los consumidores locales y, por lo tanto, nunca producirán más de lo que éstos necesitan, ni cultivarán otro tipo de producto, aunque sus tierras se presten para ello.

Al elevarse el nivel de vida de una comunidad, la producción se va tornando más especializada, lo cual obliga a mejorar de modo semejante la comercialización.

Cuando la distancia entre el productor y el consumidor es demasiado grande y cuando el consumidor exige servicios que el productor no puede proporcionarle, las empresas que son especializadas en comercialización, pueden actuar realmente con provecho. Para trabajar sobre una base económica, buscando locales adecuadas, construyendo instalaciones adecuadas de almacenamiento y adquiriendo medios de transporte, mobiliario y equipo adecuado para la manipulación de los productos.

La mayor parte de los productos agrícolas, se caracterizan por ser perecederos y por consiguiente si se tardan mucho en llegar a los consumidores pierden su calidad y se estropean. Por eso es necesario un método de manipulación especializado para algunos productos con el objeto de evitar mermas en los mismos.

El consumo regular necesita alimentos básicos en cantidades relativamente constantes durante todo el año. Las amas de casa no compran alimentos para-

una semana, sino que prefieren la mayoría de ellas comprarlos diariamente.

Por lo tanto, el sistema de comercialización tiene que afrontar la demanda relativamente constante y estable del consumidor, lo cual se logra mediante una rápida movilización de los medios de transporte y de almacenamiento, una manipulación adecuada y la buena voluntad, por parte de los comerciantes para aceptar los riesgos y las responsabilidades que esto acarree.

¿ En sí, qué es la comercialización? Según un estudio de la FAO (1) es una combinación de actividades en virtud de la cual los alimentos de origen agrícola se preparan para el consumo y llegan al consumidor final en forma conveniente y en el momento y el lugar oportunos.

Esta definición incluye el acopio, el transporte, la selección, la limpieza, la tipificación, el almacenamiento, el empaque, la elaboración, la búsqueda de abastecedores y de mercados, el financiamiento de los gastos que ocasiona la conservación del producto desde que se paga al productor hasta que el consumidor lo compra, la aceptación de los riesgos que entraña la conservación del producto mientras se encuentra un mercado, la adaptación del producto a los gustos del consumidor, el informar a los consumidores de su existencia y calidad, el presentárselo en lotes de tamaño conveniente y todas las demás operaciones que implica el llevar los artículos del productor al consumidor final.

(1) La comercialización, su influencia en la productividad, Estudio No. 4: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) 1962.

Otro concepto de comercialización (2) dice que son todas las actividades económicas que lleva consigo el curso de bienes y servicios desde la producción hasta el consumidor final. Abarcando así todos los diferentes sentidos en que puede emplearse el término de comercialización.

### IMPORTANCIA DE LA COMERCIALIZACION

La comercialización de productos agrícolas es de vital importancia tanto para los países en vías de desarrollo como para los desarrollados, ya que en su sentido general, esta comprende todas las operaciones que lleva consigo el movimiento de los productos alimenticios desde la granja hasta el consumidor final. Incluye la manipulación del producto en la granja, su elaboración, clasificación y envases iniciales para mantener y realzar su calidad y evitar el desperdicio.

Son funciones importantes de mercadeo, las disposiciones necesarias para transportar el producto desde la granja a puntos centrales de recolección para la distribución subsiguiente del mismo a los consumidores.

Los servicios de información y los pronósticos sobre el futuro probable de la oferta y la demanda, son de un valor incalculable si la producción y las ventas se planean de modo que se obtengan las máximas ventajas del mercado.

El almacenamiento es otra de las funciones im

(2) Los problemas de la comercialización y medidas para mejorarla. Guía de Mercadeo No. 1: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) 1969.

portantes de la comercialización agrícola, juntamente con los métodos de envasado y presentación del producto de acuerdo con las exigencias de los consumidores finales.

Un sistema eficiente de mercadeo es de importancia decisiva en un país en todas las fases de su desarrollo.

El fallo estacional de la cosecha de un alimento básico puede hacer general el hambre y el sufrimiento en zonas de densa población que vive a un nivel de subsistencia mientras otras partes del mismo país, retienen quizás provisiones más que adecuadas para sus necesidades.

Tales desastres se agravan con la deficiencia de los transportes y del almacenamiento, la falta de comunicaciones entre distintas partes del país, la carencia de información sobre las existencias disponibles, las necesidades futuras y la inseguridad del mecanismo de manipulación existente para hacerse cargo de las necesidades de la comunidad y responder a ellas.

Todas estas condiciones reflejan defectos en la comercialización.

El incremento económico en regiones donde la gran masa de la población vivía anteriormente a niveles de subsistencia, exige el desarrollo de nuevos canales de mercadeo y de nuevos métodos de manipulación. La dieta media incluirá más frutos y hortalizas, y se exigirán normas más altas de calidad. El fomento de estas tendencias y el mejoramiento consiguiente de la salud de la población dependerá del desarrollo de un mecanismo de comercialización que pueda ser capaz de trasladar los productos agrí

colas, principalmente los que se caracterizan por ser perecederos, desde la granja hasta el consumidor final, sin deterioro y a un costo razonable.

A medida que los países se van comercializando más y que una proporción creciente de su población vive en las ciudades, se hace indispensable un sólido mecanismo nacional de mercadeo para satisfacer las necesidades alimenticias a precios razonables.

La provisión de artículos alimenticios que son básicos y que se consideran como un requisito fundamental para la nutrición; su costo y calidad deben constituir un factor importante para el bienestar del consumidor.

Si los consumidores no pueden obtener los elementos principales de su dieta alimenticia a un costo bajo y que esté dentro de sus posibilidades, se reducirá su capacidad de trabajo y se hará perdurable el descontento.

La visible acumulación de excedentes a la vez que el continuado consumo insuficiente de productos agrícolas en muchas zonas, ponen de relieve la importancia de los mecanismos de comercialización como un medio de mantener el equilibrio entre la producción y el consumo.

Los servicios que presta la comercialización permiten concentrar los esfuerzos en los ramos más fáciles y más remuneradores. Por eso es indispensable una mayor apreciación de los principios y mecanismos de lo que es la comercialización, de las exigencias de los consumidores y de la naturaleza cambiante de sus gustos. Si los países han de hacer el uso más ventajoso de sus recursos agrícolas deben evitar la producción de productos agrícolas de esca

so consumo y realizar una planeación adecuada de --  
los mismos.

LA COMERCIALIZACION Y EL PRODUCTOR

En los países desarrollados, los agricultores cuentan con buenos sistemas de comercialización, -- sin los cuales se carecería de los medios de subsistencia, por lo cual se puede observar que su producción es tan comercial y especializada que la mayor parte de lo que producen estos agricultores se dirige al mercado. Sus cultivos dependen de un sistema de comercialización que incluye carreteras, ferrocarriles, barcos y centros de distribución de sus productos debido a que ahora en la actualidad en varios países se ha perdido el contacto directo con la inmensa mayoría de la población, que está alejada de la agricultura y viviendo en grandes ciudades.

El sistema de comercialización no sólo significa vida para los modernos agricultores, sino que también significa además una vida mejor que cuando no existía dicho sistema para ocuparse en la venta de sus productos.

El mercadeo permite que se especialice la producción agrícola y que se empleen técnicas mucho -- más avanzadas para el cultivo y la cosecha. Por lo tanto, todo esto se traducirá en un porcentaje de rendimientos más altos por cada hectárea y por cada persona. Proporcionando mayores beneficios con menos trabajo ya que se emplea maquinaria moderna y se tienen menos riesgos porque, gracias al sistema de mercadeo y a la infraestructura del país, se canalizan los productos agrícolas al consumidor. Tomando en cuenta que para obtener los medios de cultivo, los agricultores necesitan los recursos econó

micos que sólo las ventas pueden darle.

Sin dinero en efectivo y sin los medios de comercialización, no sería posible este tipo de producción que ayudaría a mejorar la población disminuyendo su pobreza.

En los países menos desarrollados, la comercialización para el agricultor, de hecho, es uno de los requisitos previos más importantes para una nueva vida de nivel más alto y que con el tiempo sería igual al que prevalece en otras partes más desarrolladas.

Como se ha señalado anteriormente, el enlace comercial con un grupo numeroso de consumidores que no tienen tierra para cultivar, es muy indispensable para pasar de la agricultura de subsistencia a la de producción destinada a los mercados.

La agricultura de subsistencia, prácticamente no ofrece productos para la venta, pero existe otro tipo de agricultura que produce pequeños excedentes la cual es un adelanto a la de subsistencia pero que nunca podrá elevar la economía agrícola a un nivel que permita alcanzar el ahorro y su desarrollo progresivo.

Como los mercados que están al alcance de los medios de transporte del agricultor no pueden absorber más que pequeños excedentes, los campesinos entonces carecen de estímulos que los motive para que eleven su producción por encima del nivel que ya han alcanzado. Para ello, es necesario asegurarles que después de obtener su cosecha vendrán compradores que les van a pagar precios razonables por su producto para enviarlo, quizás, a centros de consumo lejanos. Esta seguridad dará al agricultor el --

aliciente necesario para producir más.

Concretamente se tiene que la comercializa---  
ción agrícola es de vital importancia para los ----  
agricultores, ya que les permite colocar sus produco  
tos en los mercados cercanos y lejanos tendiente es  
ta actividad, a que se lleve a cabo, una producción  
especializada y así obtener mejores precios y mayor  
res beneficios que conduzcan a elevar el nivel de -  
vida del productor agrícola.

### IMPORTANCIA DE LOS ALICIENTES COMERCIALES

El efecto estimulante que tiene el asegurar -  
un mercado para la producción del agricultor, es --  
muy importante tanto para éste como para el sistema  
económico en que vive, ya que podría producir cultiv  
vos especializados, para los cuales las condiciones  
locales son más favorables que en muchos otros lu--  
gares y para los que existe gran demanda, dependient  
tes de la existencia de las técnicas y de los organ  
ismos de comercialización que se encarguen de canal  
lizar el producto hasta los consumidores.

Cuando se estimulan las necesidades del agric  
cultor, el aumento en sus ingresos le va a permitir  
satisfacerlas, no sólo para que se alimente y se --  
mantenga sano, sino que también para gastos adicion  
ales que habrán de traducirse en nuevos aumentos -  
tanto de la producción como de sus ingresos.

Muchas veces la falta de seguridad con respect  
o al suministro de alimentos esenciales es lo que  
disuade a los agricultores de concentrarse en la --  
producción especializada y lucrativa. Como por ejemp  
lo, cuando las tierras de los agricultores de unad  
eterminada región se prestan para producir un de--  
terminado tipo de producto agrícola de excelente --

calidad, pero si no hay las vías de comunicación -- (carreteras, ferrocarril, barcos, etc.) necesarias -- para enviar el producto al mercado, ni adecuados -- sistemas de comercialización, entonces los agricultores se ven marginados aunque en el mercado se pague buen precio por sus productos.

La continuidad del mercado es también un factor importante para estimular a los agricultores.

El precio atractivo que pueda alcanzar el producto en un año determinado, no constituye una base sólida para aumentar su producción si durante el -- año siguiente resulta difícil venderlo. Las desilusiones de este tipo pueden provocar el retorno a la agricultura de subsistencia, cuyos riesgos son más limitados.

Por eso es necesario llevar a cabo el uso de los alicientes comerciales que permitan llegar a -- una especialización de la producción agrícola para que así de esta manera se obtengan mejores productos a precios justos que benefician el nivel de vida de los agricultores.

### ALCANCE DE LA COMERCIALIZACION

Para algunas personas como el agricultor, el término de comercialización significa la venta de -- sus productos para algunos funcionarios la entenderán quizá como un descubrimiento de mercados extranjeros para los artículos producidos en sus respectivos países; otras personas verán en el término los servicios e instalaciones en los mercados públicos; las empresas suelen considerar el término como la -- técnica de vender sus productos asociándola con el arte de la publicidad.

Todos los términos mencionados reflejan el alcance y los diferentes aspectos del proceso de comercialización. La descripción y el análisis de esta a primera vista, puede parecer no necesaria, para las personas que están ocupadas en alguna actividad mercantil. Sin embargo, este análisis consigue algo que no puede ser sustituido por la experiencia. En primer lugar, ayuda a eliminar parcialidades y prejuicios que tienen su origen en la diversidad de intereses de las personas o grupos; en segundo lugar, el análisis es útil para desarrollar una comprensión bastante clara de la relación existente entre las distintas actividades que tiene la comercialización. Este conocimiento no siempre se va a obtener de la experiencia, sin embargo es esencial para aquellas personas que tienen a su cargo programas generales y trabajos de perfeccionamiento y desarrollo de la comercialización.

Entre más completo pueda ser el conocimiento que tengan las diversas personas acerca de lo que le ocurre a un producto desde que deja al agricultor hasta que llega al consumidor, y a medida que va cambiando de forma y de lugar y que va pasando por las manos y propiedad de diferentes intermediarios y acerca de cómo influyen en estas transacciones las condiciones competitivas del comercio; estarán mejor preparados tanto los productores que vendan sus artículos a un mejor precio, como los consumidores al adquirir los productos a un precio más cómodo y satisfacer de esta manera sus necesidades.

### CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS

Algunas características de estos productos -- tienen importantes consecuencias en las demandas -- que se hacen a los sistemas y organizaciones de comercialización, los productos de la granja tienden--



**CAPITULO SEGUNDO**  
**COOPERATIVAS AGROPECUARIAS**

## CAPITULO SEGUNDO

### COOPERATIVAS AGROPECUARIAS

#### ANTECEDENTES DEL COOPERATIVISMO EN MEXICO

Aun cuando en México se conocieron las instituciones más o menos con características cooperativas a principios del siglo pasado, no se puede decir que ellas estuviesen inspiradas en las ideas Rochdalianas. Así, por ejemplo, en 1889 se organizó una caja de ahorros en la Ciudad de Orizaba, Ver., que en su reglamento expedido el 20 de noviembre del mismo año y que fue reformado en 1841, mostraba en su organización, características de las cooperativas de crédito modernas.

En su artículo 10. indicaba que la sociedad, no tan sólo se había constituido para beneficio de los asociados, sino que también para fomentar el bienestar de la sociedad en general.

El artículo 91 que es el más revolucionado según Rojas Coria en el que indica: " Si vinieran individuos que no sean socios a representar en las juntas los derechos de los que lo sean (acreditada su representación) tendrán voz y voto en ellas, pero no podrán obtener más de un voto sea cual fuere el número de las acciones propias o ajenas que representen" (3). El artículo 11, en su cláusula relativa, indicaba que mediante el fin que se ha propuesto la sociedad de ser benéfica con sus capita-

---

(3) Rojas Coria Rosendo, Introducción al Estudio del Cooperativismo. Ensayo Metodológico, 1er. Edición, México (S.E.). 1961.

les y presentar una contra la usura escandalosa de algunos.

En el artículo 19 se indicaba que de las ganancias líquidas que rinda la negociación se descontará y entregará a finales de cada año al Tesorero del Hospital de San Juan de Dios de esta Ciudad --- (Orizaba) un 2% que se cede a beneficio de dicho -- hospital.

En síntesis, la estructura de esta caja de -- ahorros era la siguiente: en el aspecto interior había un control democrático, cada hombre tenía un voto independientemente de las acciones propias o ajenas que representara el capital y las utilidades -- eran tomadas como instrumentos de beneficio publico; y el aspecto exterior, sus funciones eran el -- combate a la usura, impulsar a la industria y ope-- rar como caja de ahorros con servicios gratuitos al público. Aún cuando la industrialización en México se inició a partir más o menos de 1850, debido a -- las constantes revoluciones que se sucedieron por aquellos años, había miseria en los obreros y en -- el artesanado mexicano.

Para aliviar tan graves males, se comenzaron a organizar sociedades mutualistas por los años --- 1853 y 1854, alcanzando su esplendor más o menos -- por el año de 1870; tan sólo en México la fuerza de este movimiento con sus 100 sociedades que comprendían más de 50,000 afiliados, cubrían aproximadamen-- te una quinta parte de la población de la ciudad de México.

No obstante que las sociedades mutualistas, - aunque sea en modesta escala, lograron llevar un pequeño alivio a los pobres, en 1872 el gran precur-- sor cooperativista mexicano, Don Juan de Mata Ribera, periodista decía, en un memorable discurso del-

20 de noviembre de 1872, en el aniversario de la mutualista del ramo de sastrería y ante el Presidente de la República, Don Sebastián Lerdo de Tejada, "No debemos circunscribirnos a ayudarnos sólo en nuestras enfermedades, debemos ir más allá, tender una mano cariñosa a nuestros hermanos que la desgracia-haya llevado a las cárceles, necesitamos movilizar-los fondos que comenzamos a acumular, convirtiéndolos en empresas lucrativas, creando sociedades cooperativas, fundando talleres y estableciendo por último un gran bazar nacional a donde puedan ir a --- vender sus efectos los artesanos sin tener que sacrificarlos en manos de los especuladores" (4).

Por su parte, el joven carpitero Ricardo B., Valletti en su candente discurso en la toma de posesión de la nueva mesa directiva del Círculo Obrero de México, el 16 de Septiembre de 1873, decía emocionado: "No es el socorro mutuo donde la juventud-obrera tiene fundadas sus lisonjeras esperanzas, no es eso, lo que ella ambiciona, el mutualismo no ha de ser, por más que se quiera decir el que ha de levantarnos de la abyección en que hoy estamos postrados ya no más cofradías, fundemos Sociedades Cooperativas de Consumo y Sociales e internacionales y éstas sí, no lo dudeis, nos levantarán y engrandecerán por todas partes, talleres, fábricas, molinos y empresas de ferrocarrileros, vereis, gracias a esas benéficas sociedades que convierten al obrero en propietario y que lo impulsan al estudio del arte y del oficio a que se ha dedicado, para su más perfecta construcción" (5).

Por su parte, el zapatero y líder cooperativista de la época, Fortino C. Diosdado, sentenciaba en Agosto de 1873: Las Sociedades Mutualistas, más tarde o temprano, tendrán que convertirse en coope-

(4) Obra citada en la pág. 13

(5) Obra citada en la pág. 13

rativas.

En 1873, Luis G. Miranda, Tipógrafo, describía en el periódico llamado El Socialista lo siguiente: "Lo repetimos, el único medio que tenemos para remediar éstos males, es formar asociaciones, pero estas sociedades no deben ser sólo los socorros mutuos. Deben girar en un círculo más extenso. Deben ser sociedades cooperativas. Es decir, deben ser reuniones de artesanos que con sus economías formen capitales para establecer talleres y trabajar por cuenta propia. De esta manera, los empresarios no abusarían de la miseria de los obreros". (6).

Por su parte, José Ma. González, en el periódico llamado El Hijo del Trabajo escribía en 1876 lo siguiente: " Hay un modo que en nuestro humilde concepto puede conciliar el auxilio mutuo y la utilidad común, hablamos de las compañías cooperativas" (7). Como decimos al principio, a partir de 1850, poco más o menos, se inició la industrialización de México, sustentada por la teoría política de liberalismo económico, y sus consecuencias fueron las mismas que en Europa, miseria y abandono de las clases menesterosas de México.

Así por ejemplo, en el campo, el acaparamiento de tierras era notable y la explotación de que fueron víctimas los campesinos no había tenido paralelo en la vida civilizada de México.

Por lo que se refiere a la situación de los trabajadores industriales, el periódico La Abeja de cía en enero de 1875 entre otras cosas, lo siguiente: "Mucho hemos de trabajar, muchos y grandes e -

---

(6) Obra Citada en la pág. 13

(7) Obra Citada en la pág. 13.

imperiosos son los deberes que tenemos que cumplir con esta madre común que se llama Patria, tiempo -- es ya de levantar valerosa cruzada contra el oscu-- rantismo y contra la miseria que amenazan nuestras-- masas industriales".

Se cree fundamentalmente que las ideas coope-- rativas vinieron después de 1867, fecha en que con-- cluye victoriosamente para México la guerra contra-- Francia.

El libro que en México popularizó y divulgó -- la existencia de las cooperativas europeas, fue el-- de Fernando Garrido, escrito en París y publicado -- en Barcelona el 28 de mayo de 1864. Este influyó -- de una manera decisiva en la manera de pensar de -- los primeros líderes obreros acerca del cooperati-- vismo.

### LAS PRIMERAS REALIZACIONES COOPERATIVAS

El resultado de esta propaganda ideológica, -- fue que los dirigentes del gran Círculo Obrero de -- México, aprobaran en una sesión de 1873, la crea--- ción de una sociedad cooperativa. La propuesta parti-- ó de Juan de Mata Ribera y fue apoyada por el sas-- tre Victoriano Mereles que fue el ejecutivo de la -- sociedad, unido al pintor Benito Castro. Reunió a -- un grupo de sastres para que figuraran como socios, obreros y poco después consiguieron un local con -- vista a la calle de 5 de mayo en el No. 1 Don Mata-- Ribera a quien denominamos el intelectual del gru-- po, estableció las oficinas del taller cooperativo-- en su domicilio situado en la calle de Corchero No. 13.

Habiendo informado Victoriano Mereles a los -- Directores del Círculo que aun cuando con muchos sa

crificios y penalidades (había pesimismo en ciertos sectores artesanos), el taller podría inaugurarse, los dirigentes obreros acordaron formular un programa para que, de ser posible, se hiciera la inauguración el mismo día de la toma de posesión (el 16 de Septiembre) de la Mesa Directiva del Gran Círculo Obrero de México. El programa se sintetizó en dos puntos:

1.- Toma de posesión de los directivos electos por la mañana.

2.- Inauguración solemne del taller de sastrería por la tarde.

Llegó por fin el 16 de septiembre de 1873, día de la Independencia de la Patria, y los dirigentes del Círculo Obrero de México, encabezado por su Presidente Epitanio Romero, se dirigieron a las oficinas situadas en la calle de Corchero, para asistir a la inauguración del primer taller cooperativo de México situado en la calle de 5 de mayo No. 1, de esta capital.

La ceremonia se llevó a cabo con gran solemnidad frente a los retratos de Don Benito Juárez y de Don Ignacio Zaragoza, héroes de la intervención Francesa, habiéndose pronunciado discursos de encendido entusiasmo en favor del cooperativismo.

A esta primera sociedad cooperativa le sigue otra más organizada por la Sociedad Progresista de Carpinteros el 3 de Marzo de 1874. Otro ensayo más dió la cooperativa organizada por la Mutualista Fraternal de Sombrereros a fines de 1874. Los dos ensayos anteriores todavía eran una mezcla un tanto rara de Cooperativa de Consumo, de Producción, de Vivienda, etc.

La primera sociedad cooperativa de consumo --

fue organizada bajo la inspección de las Reglas de Rochdale, organizada el 18 de agosto de 1876 en la Colonia Obrera de Buenavista, entre obreros ferroviarios y se llamó "Primera Asociación Cooperativa de Consumo de Obreros Colonos" habiendo resultado Presidente el obrero José Muñuzuro.

No obstante que los ensayos cooperativos de referencia fracasaron lastimosamente a los pocos años de iniciados, continuó intensamente la propaganda en favor del cooperativismo durante los años de 1877 a 1890 aproximadamente, en los periódicos obreros El Socialista, El Hijo del Trabajo, La Convención Radical y los periódicos nacionales La Patria, El Diario del Hogar, El Siglo XIX, La Semana Mercantil, etc.

Los ensayos que se llevaron a la práctica bajo el entusiasmo de esta propaganda cooperativa fueron los siguientes: El Banco Social del Trabajo en 1877; la Caja Popular Mexicana el 11 de septiembre de 1889, El Banco Popular de Obreros de 1883, La Colonia Cooperativa de Tlalpizalco, Municipio de Tenancingo, Edo. de México en 1886, la Cooperativa de Consumo los Amigos de la Virtud en 1880, La Cooperativa La Minerva, también en 1880, la Cooperativa de Tipografía organizada en el mismo año, La Sociedad Cooperativa Mexicana de Consumo de 1890, la Sociedad Nacional Cooperativa de Ahorro en Construcción de Casas de 1896, la Protectora Cooperativa de Ahorro y Crédito de 1903.

Las causas del fracaso de todos estos ensayos la podemos encontrar en la falta de convicción y conocimiento de lo que es el cooperativismo, pero además, porque el ambiente social y económico de la época porfirista (1876-1910), asfixiaba al Movimiento Cooperativo en razón de que imperaban las teorías por el liberalismo económico.

## CONCEPTO DE COOPERATIVA

El concepto de cooperativa de organización varía ampliamente entre las diferentes naciones del mundo. Algunos países, principalmente aquellos que tienen una tendencia hacia un alto grado de socialismo en sus objetivos económicos, tienden a considerar a la "cooperativa como un grupo económico social el cual desempeña actividades en común"

Para construir una verdadera cooperativa en tales países, los miembros de la misma deben operar los ranchos que son de la propiedad común y distribuir los ingresos de su empresa equitativamente en proporción a la mano de obra suministrada. En México, los ejidos sirven como la base para la organización de cooperativas individuales las cuales usan estos bienes comunes en sus programas de producción.

Sin embargo, la naturaleza individualista de los miembros a menudo tiende a chocar con el espíritu de cooperación que es muy necesario para el buen funcionamiento armónico de la sociedad.

Así por ejemplo, las cooperativas formadas sobre la base de propiedad comunal pueden revertirse a la de propiedad privada bajo la cual los miembros se vuelven empleados que trabajan para ganar un salario.

La mayor parte de los ejidatarios, en México por ejemplo, han elegido sus tierras como empresas privadas de tipo individual en vez de trabajar en conjunto con otros ejidatarios como originalmente fue planeado.

Por otro lado, el concepto de cooperativa en-

las naciones de tipo capitalista, la considera "como organización designada a proveer oportunidades para grupos de agricultores con relativamente pequeñas unidades de producción o consumo para actuar conjuntamente o de manera cooperativa en el mercadeo, compra o adquisición de servicios para lograr una escala de operación necesaria para el desarrollo eficiente y con éxito de tales funciones en competencia con otras formas de empresa".

En los países que favorecen el sistema de libre empresa y dan un fuerte énfasis a la eficiencia de la producción, las cooperativas se establecen para que compitan con otros tipos de empresas a cada nivel en el proceso de mercadeo entre el agricultor y el consumidor. Así la empresa cooperativa debe presionar a otros competidores hacia operaciones más eficientes o proveer servicios más deseables o ambos.

Por otro lado, este concepto de cooperativa, tiene una relevancia en los países que están en desarrollo, ya que la extremadamente parcela operada por el pequeño agricultor independiente en México, puede hacer que sea efectivo el mercadeo y la compra en forma cooperativa, ya que es virtualmente imposible si actuara sobre una base individual.

O sea que el pequeño agricultor aislado encuentra dificultad para obtener crédito, instrucciones adecuadas sobre manejo y otros servicios. Su necesidad de actuar en conjunto con otros agricultores es mucho mejor que la que puede obtener solo.

Por último, más concretamente la sociedad cooperativa es aquella formada por trabajadores (agricultores), cuya principal aportación es su trabajo en común con el objeto de producir bienes o servicios; también se puede asociar para adquirir los --

bienes que requiere la satisfacción de sus necesidades individuales para producir, o para satisfacer las necesidades de consumo de su hogar. (8)

### LAS CARACTERISTICAS DE UNA COOPERATIVA

Las características de las Sociedades Cooperativas se dividen en dos de acuerdo a las actividades que desarrollan éstas, son de producción o de consumo:

Las sociedades cooperativas de producción son aquellas en que los individuos se asocian para trabajar en común, en la producción de bienes o en la prestación de servicios. (9) Sus características esenciales son:

a).- Los socios deben trabajar directamente en esa empresa, en forma colectiva, y lo que en ella hay les pertenece a todos ellos.

b).- Los socios producen para el mercado.

c).- Los socios ocupan puestos, acordes con sus conocimientos y aptitudes.

d).- Las ganancias, después de separar los fondos sociales, se distribuyen entre los socios de acuerdo con el tiempo trabajado y la calidad del trabajo que cada uno hizo en la cooperativa.

Los fondos sociales son las aportaciones de los socios, que pueden ser en dinero, especie o de

---

(8) ¿Qué es una Cooperativa y como funciona?

No. 17 Publicaciones de la Secretaría de Industria y Comercio.

(9) Obra citada en la página. 22

rechos patrimoniales, así como los donativos que la sociedad reciba y el porcentaje de las ganancias -- que para incrementar el mismo se destinen.

Las sociedades cooperativas de consumo son -- aquellas en que los socios se unen para adquirir, -- en común, bienes y servicios para ellos, sus hogares o sus actividades individuales de producción, -- (10) sus características esenciales son:

a).- En ella no se colectivizan los instrumentos de trabajo, sino las cooperaciones económicas o comerciales.

b).- Los socios deberán abastecerse directamente de los bienes o servicios que ofrece la sociedad cooperativa.

c).- La sociedad cooperativa no podrá ofrecer sus bienes o servicios a personas ajenas a dicha empresa.

d).- Los rendimientos deberán distribuirse en relación directa al momento de las operaciones realizadas por cada socio con la cooperativa.

Estas cooperativas se clasifican a su vez en dos y son:

a).- De consumo doméstico

b).- De obtención de Bienes y Servicios para actividades individuales de producción.

Las de consumo doméstico, como por ejemplo

las de obreros, reúne a consumidores para satisfacer sus necesidades y las de su hogar, y no tiene que ver nada la cooperativa con la ocupación o profesión que tengan los socios. Al final del ejercicio se distribuyen las ganancias en proporción a la cantidad de mercancías compradas.

La de obtención de bienes y servicios para actividades industriales de producción; reúne a productores de bienes o de servicios, independientes entre sí, como por ejemplo los agricultores. No interesa a la cooperativa la actividad individual de cada socio, y le respeta la propiedad ya sea de tierras, ganado o instrumentos de trabajo.

### TIPOS DE COOPERATIVAS

Las sociedades cooperativas agropecuarias se clasifican en dos (11) y son:

a) Por la amplitud de sus actividades

b).- Por el tipo y extensión de su integración dentro de una organización

a) Las cooperativas por la amplitud de sus actividades se dividen a su vez en dos y son:

1.- Cooperativas de simple propósito y

2.- Cooperativas de múltiple propósito.

Las asociaciones de un simple propósito son -

---

(11) Haag y Soto. El Mercadeo de los Productos Agropecuarios. Editorial Limusa, 1975.

aquellas que enfocan sus actividades a una sola función relacionada usualmente con un sólo artículo o un grupo de productos similares. Por ejemplo, una - asociación establecida para efectuar el mercadeo de tomates será ciertamente una organización de simple propósito.

Por otro lado, una cooperativa de propósito - múltiple se espera que sirva para satisfacer un --- gran número de necesidades de un grupo particular - de productores agrícolas o de una comunidad.

Si la asociación para el mercadeo de tomates también maneja otros productos agrícolas obtenidos - por sus miembros y compra semilla, fertilizantes, - productos químicos y otros insumos necesitados por ellos, ciertamente esta asociación sería clasificada como una cooperativa de propósito múltiple.

Las cooperativas también pueden separarse en - categorías de acuerdo con las funciones que llevan a cabo. Así las cooperativas de mercadeo, están involucradas principalmente en la recolección y venta de los productos de los agricultores.

Estas asociaciones pueden desarrollar otros - servicios auxiliares, tales como almacenamiento, -- transporte o clasificación para facilitar sus programas de venta.

En los países desarrollados, algunas cooperativas de mercadeo, pueden ser negocios o empresas - gigantescas que cuentan con grandes establecimien-- tos para el mayoreo y procesado así como una red de asociaciones locales para servir como acopiadores de los productos necesitados.

Una segunda categoría son las asociaciones pa

aquellas que enfocan sus actividades a una sola función relacionada usualmente con un sólo artículo o un grupo de productos similares. Por ejemplo, una asociación establecida para efectuar el mercadeo de tomates será ciertamente una organización de simple propósito.

Por otro lado, una cooperativa de propósito múltiple se espera que sirva para satisfacer un gran número de necesidades de un grupo particular de productores agrícolas o de una comunidad.

Si la asociación para el mercadeo de tomates también maneja otros productos agrícolas obtenidos por sus miembros y compra semilla, fertilizantes, productos químicos y otros insumos necesitados por ellos, ciertamente esta asociación sería clasificada como una cooperativa de propósito múltiple.

Las cooperativas también pueden separarse en categorías de acuerdo con las funciones que llevan a cabo. Así las cooperativas de mercadeo, están involucradas principalmente en la recolección y venta de los productos de los agricultores.

Estas asociaciones pueden desarrollar otros servicios auxiliares, tales como almacenamiento, transporte o clasificación para facilitar sus programas de venta.

En los países desarrollados, algunas cooperativas de mercadeo, pueden ser negocios o empresas gigantescas que cuentan con grandes establecimientos para el mayoreo y procesado así como una red de asociaciones locales para servir como acopiadores de los productos necesitados.

Una segunda categoría son las asociaciones pa

ra la compra, las cuales se relacionan con la adquisición y distribución de semillas, fertilizantes y compra de otros insumos agrícolas necesarios para los agricultores.

Una tercera categoría la constituyen las cooperativas de servicios, las cuales suministran a los agricultores ciertos servicios no involucrando el manejo, electricidad, etc. Estos servicios se llevan a cabo por asociaciones de simple propósito aunque hay poca justificación para tal relación.

La mayor parte de las cooperativas en cada una de las categorías anteriores deberán tener facilidades y equipo para llevar a cabo las funciones desarrolladas y poder estar realmente coupadas físicamente en el manejo de los productos.

Un diferente tipo de operación, sin embargo puede practicarse por alguna de las asociaciones de mercadeo, compra y servicios, ellas pueden estar enroladas en operaciones de regateo más que en la comercialización propiamente dicha. Un grupo de productores puede organizar una asociación cuyos empleados sirvan como agentes de regateo en la venta de los productos agrícolas pertenecientes a todos los miembros en la compra de ciertos insumos agrícolas, combinando o conjuntando las necesidades de todos los miembros, o aún en la adquisición de los servicios requeridos.

Las cooperativas a veces se han apartado más allá de los confines de las fronteras precisas para ellas establecidas. De aquí que las cooperativas de propósito múltiple a menudo incluyan en una sola asociación la entera gama de servicios necesitados por los agricultores fuera de las actividades del rancho.

Ellas venden o comercian su producto, adque-

ren sus insumos e implementos y suministran a los agricultores los otros servicios que necesitan. Esto permite al agricultor concentrar su atención en el trabajo del rancho y reservar a la cooperativa, la realización de los trabajos ajenos al rancho.

b) Por el tipo y extensión de su integración de una organización. Se tiene que en los niveles -- locales, la asociación puede ser una cooperativa local independiente sin afiliación fuera del área. Si se trata de una asociación de producción de mercado, ella trata de vender los productos de sus miembros en cualquier lugar en que pueda encontrar un comprador y un mercado satisfactorio.

Si se trata de una sociedad de consumo, ella compra en cualquier lugar y de cualquier persona -- donde pueda obtener los precios y condiciones más favorables.

Otras asociaciones locales pueden ser sucursales de una cooperativa de mayoreo central o unidades locales de una federalizada.

Un sistema cooperativo federalizado es aquel establecido por un gran número de asociaciones locales con el propósito de suministrar servicios de mayoreo, procesado, almacenamiento, transporte, financiamiento, etc. servicios tales que una asociación local es incapaz de suministrar por sí sola.

Las asociaciones locales son miembros de la asociación federal. A través de sus delegados ellos hacen las decisiones reservadas a los miembros de una cooperativa y eligen a sus representantes en la asamblea anual de la asociación federal. O sea que los agricultores no son miembros directamente de la asociación cooperativa más grande.

Pór otro lado, puede establecerse por los agricultores una asociación regional centralizada - al desarrollar los mismos servicios como la asociación federal, y esta asociación en turno, puede organizar asociaciones locales, las cuales son miembros de la asociación regional más que de la local.

La sucursal local de la asociación regional - no tiene un cuerpo local de directores porque las políticas y programas de cada asociación local estrán determinados por la administración de la organización regional y puede llegar a ser uniforme a través de todo el sistema.

Por otro lado, la unidad local de la cooperativa federal, puede operar de una manera ampliamente diferente de aquella que lo hace otra unidad local cercana. Las cooperativas federales, por lo tanto, tienen más dificultades que las centralizadas para lograr una uniformidad en sus políticas y prácticas y aun para retener la lealtad de sus unidades locales en el uso exclusivo de las facilidades suministradas para ellos.

Es frecuente que una asociación regional incluya dentro de sus múltiples operaciones tanto a las asociaciones locales federales, como las centralizadas.

Puede encontrarse que el sistema federal sirve bien en ciertas áreas donde los agricultores locales han adquirido considerable conocimiento y experiencia con la forma cooperativa de la empresa.

En contraste, para lograr el volumen de negocios necesarios para una operación más eficiente, - puede ser deseable formar una sucursal de distribución o la instalación de puntos de acopio en áreas donde los agricultores no están dispuestos a finan-

ciar una unidad local federal.

A menudo, es más fácil para la regional obtener capital local a través de la venta de sus propios valores que lo que sería convencer a los agricultores locales a invertir en una asociación local aun no organizada.

En conclusión la diferencia entre una sociedad cooperativa federal y una centralizada, está en relación con la autonomía local, esto quiere decir que la sociedad local federalizada tiene un cuerpo directivo y un delegado que la represente ante la asociación federal.

En cambio en la centralizada no se tiene un cuerpo de directores, pues las políticas y prácticas se aplican desde la asociación regional centralizada.

CAPITULO TERCERO  
FORMACION Y FUNCIONAMIENTO DE UNA  
SOCIEDAD COOPERATIVA AGROPECUARIA

## CAPITULO TERCERO

LA FORMACION Y FUNCIONAMIENTO DE  
UNA SOCIEDAD COOPERATIVA AGROPE-  
CUARIA.

Una Cooperativa Agrícola se puede iniciar como una idea en las mentes de un individuo o de un grupo de individuos, quienes creen que por medio de la acción cooperativa los agricultores puedan mejorar sus ingresos u obtener mejores o nuevos servicios que los que actualmente reciben o tienen. También el reconocimiento de un problema común y la imposibilidad de resolverlo en forma individual puede hacer que se asocien para resolverlo.

El individuo puede ser un agricultor o cualquier otra persona que esté trabajando con agricultores, pero él debe de incitar el interés de las personas o líderes agropecuarios para que pueda lograrse el inicio de la asociación.

La necesidad de una nueva cooperativa puede surgir de los siguientes problemas; por ejemplo, que los métodos de mercadeo sean inadecuados, la escasez de compradores puede hacer que el costo del producto sea relativamente bajo, etc. La solución a estos problemas puede ser simple, como por ejemplo establecer un pequeño mercado público local donde los vendedores exhiban sus productos y que los compradores acudan un determinado día de la semana a comprar; esto puede hacer que los agricultores, en forma cooperativa, compren un camión para que transporte los productos agrícolas en lotes con juntos a un mercado cercano. También puede incluirse que se construya en forma cooperativa, canales de riego para las tierras de los agricultores.

Sin embargo, todas estas pequeñas soluciones no son siempre suficientes para corregir las condiciones locales. Por lo general, los problemas de los agricultores que generan bajos ingresos y por consiguiente causan un bajo nivel de disponibilidad de servicios, son complejos y requieren amplios programas para reducir los costos de producción y mercadeo y mejorar los precios de los productos agrícolas. En estos casos, las cooperativas de propósito múltiple, servirán a la comunidad entera y pueden emplearse para suplementar y aun reemplazar los servicios deficientes de que actualmente se dispone.

### PRIMERA ASAMBLEA

Antes de continuar con el proyecto, las personas que estén promoviendo la cooperativa deben acudir con algunos expertos agrícolas de una escuela de agricultura cercana o de alguna estación agrícola experimental y exponer sus ideas y será mejor visitar alguna cooperativa que esté cerca y desarrolle algunos servicios similares a aquéllos propuestos para la cooperativa que se trata de crear. Así pueden, discutir sus proposiciones o ideas con el administrador y directores, así como con algunas personas que patrocinen la cooperativa visitada.

Posteriormente, los promotores convocan a una asamblea a todos los agricultores que pudieran estar interesados en la nueva asociación. En esta asamblea los promotores exponen y discuten los problemas que están generando la necesidad de la asociación; indican los programas o actividades que una cooperativa puede desarrollar para corregir las condiciones existentes en base a lo que investigaron.

Los promotores deben pedir la aprobación y se

lección de una comisión de investigación la cual deberá hacer un estudio más detallado de todos los aspectos de la asociación propuesta.

Los participantes en esta asamblea deben elegir individuos con capacidad para encontrar los hechos, analizar los problemas y llegar a ciertas conclusiones y si la comunidad está compuesta por varias clases sociales, deben incluirse personas que representen a cada uno de los grupos que están involucrados. Dicha comisión deberá constituirse por no más de la mitad de personas seleccionadas entre los promotores. El jefe del grupo de investigación estará autorizado para convocar a una segunda asamblea de los agricultores interesados, cuando el grupo esté listo para reportar sus conclusiones.

### LA COMISION DE INVESTIGACION

La comisión de investigación debe estudiar y llegar a conclusiones concernientes a muchas diferentes situaciones las cuales habrán de determinar el éxito o fracaso de una cooperativa. En este caso, se enfocará la investigación a los problemas que tenga la nueva sociedad para vender sus productos agrícolas. Lo más importantes que el organizador o jefe de grupo debe estudiar, son los siguientes: Deberá tratar de conocer en detalle cómo se vende el producto en las circunstancias del momento, quién lo compra y dónde, cómo y por quién es transportado, limpiado y almacenado, cuánto tiempo se requiere para hacerlo llegar al consumidor y por cuántos intermediarios ha de pasar. Importa saber si los agricultores no consideran satisfactorio el sistema de comercialización existente, sea porque los comerciantes les compran a un precio demasiado barato el producto o porque la cadena de distribución se encuentra mal eslabonada, pues resulta que es más difícil reemplazar a comerciantes eficientes que sean buenos compradores que cambiar los sistemas

anticuados y antieconómicos de mercadeo.

## SEGUNDA ASAMBLEA

Debe convocarse a una reunión general de los interesados tan pronto como el grupo de investigación esté listo para reportar sus hallazgos y recomendaciones. Después de escuchar el reporte y de una discusión adecuada, que incluirá tal vez modificaciones de las recomendaciones, los interesados deberán determinar si se continúa con la formación de la nueva cooperativa. En caso favorable, los pasos que siguen son los siguientes: Se nombra a una persona para que solicite el permiso correspondiente a la Secretaría de Relaciones Exteriores. Se asentara en la solicitud a esta Secretaría el nombre de la Sociedad, domicilio, duración, objeto social, régimen de responsabilidad y cláusula de extranjería.

Una vez obtenido el permiso de la mencionada Secretaría, se lleva a la Dirección de Fomento Cooperativo; o se entrega en la delegación más cercana para solicitar una forma llamada Acta de Bases Constitutivas que se entrega en original y cinco copias.

Después de obtenida el Acta de Bases Constitutivas, los promotores proceden a convocar a una segunda Asamblea General donde se procede a llenar la mencionada forma anotando los nombres de los socios, estado civil, domicilio, nacionalidad, ocupación de cada uno de los socios fundadores comparecientes y de las personas que resulten electas para integrar, por primera vez, los Consejos de Administración, Vigilancia y Comisiones, debiendo insertarse, además, el texto de las Bases Constitutivas. En esta Asamblea se invita a un corredor titulado,-

o a cualquier autoridad del lugar donde se levanta el acta, funcionario federal que ahí tenga jurisdicción o notarios público, para que comparezca a certificar las firmas de los asistentes socios fundadores, Si no es posible que alguno de dichos funcionarios se presente a la Asamblea, podrán los interesados acudir posteriormente ante él a ratificar y reconocer sus firmas.

### CONTENIDO DE LAS BASES CONSTITUTIVAS

Las bases constitutivas contendrán básicamente lo siguiente: (12)

a).- La denominación y domicilio social de la sociedad.

b).- Su objeto, expresando con claridad cada una de las actividades que se desarrollarán.

c).- El régimen de responsabilidad que se adopte.

d).- Requisitos para admisión, exclusión o separación voluntaria de los socios.

e).- La forma de constituir o incrementar el capital social, expresando el valor de los certificados de aportación y la forma de pago y devolución de su valor.

f).- La forma de constituir los fondos sociales, su monto, objeto y reglas para su aplicación.

g).- Secciones especiales que vayan a crearse

(12) ¿Como se Constituye una Sociedad Cooperativa?  
No. 21 Publicaciones de la Secretaría de Industria y Comercio.

y reglas para su funcionamiento.

h).- Duración del ejercicio social: Deberá ser no mayor de un año.

i).- Reglas para la liquidación y disolución de la sociedad.

j).- Forma en que deberá caucionar su manejo el personal que tenga fondos y bienes a su cargo.

k).- Las demás disposiciones que establece -- el Reglamento y que se estimen necesarios para el -- buen funcionamiento de la sociedad.

#### INSCRIPCION DEL ACTA CONSTITUTIVA

Los ejemplares del acta deberán remitirse a -- la Dirección de Fomento Cooperativo directamente o por medio de la delegación más cercana perteneciente a la antes mencionada. En esta se estudia (Departamento de Tramitación) que la nueva sociedad no va ya a crear situaciones de competencia, que sea ruina para otras cooperativas u organizaciones de -- trabajadores. Una vez hecho dicho estudio y aceptada el acta, se sella y se le da un número de registro (en el Departamento de Registro) para que quede registrada dicha sociedad. Una vez otorgado el -- registro, empezará a surtir efectos la misma y la Dirección de Fomento Cooperativo señala a la socie-- dad un plazo determinado para iniciar sus operaciones.

#### CAPITAL SOCIAL

El capital social se constituirá con las ---- aportaciones de los socios, que podrán ser en dinero, especie o derechos patrimoniales así como con --

los donativos que la sociedad reciba y con el porcentaje de las ganancias que para incrementarlo se destinen. La parte social es el certificado de aportación, y su valor lo fijarán los socios al constituir la cooperativa de acuerdo con su capacidad económica, entendiéndose que el valor de cada certificado no debe ser inferior a diez pesos (13). Cada socio debe aportar por lo menos el valor de un certificado, y puede aportar un número ilimitado de ellos.

Cuando el capital se juzgue excedente y la Asamblea General acuerde reducirlo, se hará una determinada devolución a aquellos socios que posean mayor número de certificados, y si los socios poseen en número igual, la devolución se hará a prorrata para lograr el equilibrio económico de la sociedad.

El socio que suscriba un certificado no siempre lo paga íntegramente. Al constituirse la sociedad, o al ingresar en ella, será forzosa la exhibición del 10%, cuando menos, del importe del certificado de aportación debiendo cubrir el valor restante en el plazo que señalen las Bases Constitutivas.

Los certificados de aportación de acuerdo con la Ley General de Sociedades Cooperativas sólo podrán transferirse en el siguiente caso: cuando el socio sea titular de más de un certificado, y el beneficiario tenga también carácter de socio. Así se evitará que los certificados pasen a poder de alguna persona que esté impedida de entrar a la cooperativa.

Los fondos que prevee la Ley, son por un lado,

---

(13) Obra citada en la página. 34

Los fondos que prevee la ley son, por un lado, el fondo de reserva que servirá a la cooperativa para que, en su caso, pueda resarcirse de un ejercicio social, y por el otro, el fondo de previsión social, que beneficia al socio dándole protección en caso de riesgos y enfermedades profesionales. La cooperativa puede crear otro tipo de fondos como son el fondo de educación cooperativa, etc.

### FUNCIONAMIENTO DE LA SOCIEDAD COOPERATIVA

El órgano supremo de la cooperativa es la Asamblea General de los socios, cada socio dispone en ella de un voto, y todos tienen obligación de comparecer.

La Asamblea General deberá convocar por escrito, insertando el orden del día, por lo menos con cinco días de anticipación a la fecha en que se haya de celebrar, la convocatoria se entrega personalmente cuando el número de socios lo permita, recogiendo el nombre y firma de cada uno de ellos en la lista respectiva, o por medio del correo en caso contrario, mediante tarjeta abierta y certificada que deberá depositarse con la debida anticipación. La Asamblea se reúne por lo menos una vez al año, si se trata de Asamblea Ordinaria, y en Asambleas Extraordinarias siempre que las circunstancias lo requieran. Y aborda, entre otros, los siguientes asuntos principales.

A).- La redacción de un informe de actividades del año al que se anexa un estado financiero.

B).- La distribución de los ingresos que resultaren del ejercicio.

D).- La Admisión y separación de socios.

D).- La elección de los integrantes de los -- consejos o comisiones que dirijan los asuntos de su competencia.

E).- Los demás asuntos que señala la Ley.

El quórum de la Asamblea General se constituirá con la presencia de la mayoría de los socios, -- salvo en los casos en que se requiera asistencia especial, la cual debe ser por lo menos de las dos -- terceras partes esos casos especiales los establece la Ley, o serán fijados como tales en las Bases --- Constitutivas. En caso de no reunirse el quórum en primera asamblea, se convoca a una segunda, y los -- acuerdos se tomarán, ya en esta última; por el número de socios que concurran.

Los que pueden convocar a Asamblea en primer lugar son: El Consejo de Administración; si éste -- se rehusa o está excedido en su mandato, lo hará el Consejo de Vigilancia; ; si éste, a su vez, se rehuse a hacerlo o también estuviera excedido, la --- Asamblea podrá ser convocada por el 20% de los socios, por lo menos. La Dirección de Fomento Cooperativo dependiente de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social podrá también convocarla cuando conozca de alguna irregularidad, previa visita de inspección.

El voto por poder podrá ser autorizado, siempre que recaiga en un coasociado, sin que pueda éste representar a más de dos socios. Cuando los socios pasen de quinientos o residan en lugares distantes de aquél en que debe celebrarse la Asamblea, ésta podrá efectuarse con delegados socios elegidos por secciones o distritos.

La Asamblea General delega la administración y control de la Sociedad en el Consejo de Administración, el Consejo de Vigilancia, las Comisiones -

que establece la Ley y las demás que la propia Asamblea designe.

Las comisiones no pueden delegar sus funciones en otras personas; los únicos que pueden hacerlo son el Consejo de Administración que puede delegar parte de sus facultades designando a uno o más Gerentes. El Consejo de Administración es el órgano ejecutivo de la Asamblea General, y tiene la representación y firma de la sociedad.

### FORMACION DEL CONSEJO DE ADMINISTRACION

La Asamblea General es la que nombra a los miembros del Consejo de Administración mencionando, al emitir el voto, el nombre de la persona y el cargo que desempeña.

El Consejo de Administración se integra normalmente con un presidente, un secretario, un tesorero y comisionados de educación y propaganda, organización de la producción y distribución según el caso, y de contabilidad e inventarios. El número de miembros debe ser impar y no menor de tres ni mayor de nueve, para dejar al presidente el voto decisivo de calidad en caso de empate. Si el número de puestos es menor de cinco, se desempeñarán los tres primeros y los demás tendrán características de vocales.

### FORMACION DEL CONSEJO DE VIGILANCIA

El Consejo de Vigilancia se integra por un presidente, un secretario y varios vocales, en número impar no menor de tres ni mayor de cinco, con igual número de suplentes.

Las funciones que desarrolla el Consejo de Vigilancia son las siguientes.

Supervisar todas las actividades de la sociedad, y poder vetarlas ante el Consejo de Administración, dentro de las cuarenta y ocho horas posteriores a la sesión, para que dicho organismo reconsidere el caso, si el Consejo de Administración ratifica su decisión inicial, el Consejo de Vigilancia debe ponerla en práctica, y en su oportunidad, llevarla a consideración de la asamblea.

Acuerdos para la Administración de la Sociedad:

Los acuerdos que se toman para la Administración de la Sociedad, los llevan a cabo el Consejo de Administración o el de Vigilancia.

Deberán sesionar conjuntamente, por lo menos cada 15 días, y los acuerdos se tomarán por mayoría de votos de los miembros del Consejo de Administración, quien los comunicará por escrito al Consejo de Vigilancia, si este no estuviere presente en la sesión.

Duración de los Miembros en los Consejos:

Los miembros de los Consejos durarán en su cargo no más de dos años a partir de la fecha en que iniciaron su gestión, y sólo podrán ser reelectos para el mismo cargo después de transcurrir un período igual a partir del término de su primer ejercicio (14).

---

(14) Ley General de Sociedades Cooperativas Publica da en el Diario Oficial del 15 de Febrero de 1938.

Posteriormente en el capítulo siguiente de -- acuerdo, al estudio que se pretende en este traba-- jo, que es el encaminado a determinar las principa-- les funciones de comercialización de productos agrí-- colas en las sociedades cooperativas agropecuarias, en el cual se realiza un estudio basado en entre--- vistas con los socios de las diferentes sociedades-- que se visitaron.

**CAPITULO CUARTO**  
**FUNCIONES DE COMERCIALIZACION AGRICOLA**  
**DE UNA SOCIEDAD COOPERATIVA AGROPECUÁ-**  
**RIA.**

## CAPITULO CUARTO

### FUNCIONES DE COMERCIALIZACION AGRICOLA DE UNA SOCIEDAD COOPERATIVA AGROPECUARIA.

#### GENERALIDADES

Las funciones de una sociedad cooperativa --- agropecuaria tanto a nivel nacional como estatal, -- traen grandes beneficios para los productores, ya - que por medio de éstas se puede asegurar tanto la - compra de insumos (fertilizantes, insecticidas, --- etc), más baratos para sus cosechas así como la --- venta de sus productos agrícolas, tratando de elimi- nar la intervención del intermediario en beneficio- del productor cooperativo. Cabe señalar que el bene- ficio también sería para el consumidor ya que, de- bido al sistema que se pretende de venta directa, - el consumidor puede obtener más producto, de mejor- calidad y a un precio menor.

Se le denomina intermediario, al que obtiene- el producto directamente para revenderlo nuevamente al verdadero consumidor. Existen dos grupos de in- termediarios.

1.- Aquel que obtiene ciertos productos direc- tamente del centro de producción a bajo precio, pa- ra posteriormente revenderlo al consumidor y obte- ner así un lucro, a esta persona se le llama "reven- dedor".

2.- Aquel en el que intervienen determinadas- personas, que si bien no participan en el proceso - de producción, si prestan un servicio al producto - agrícola (como es la transportación y almacenamien- to del producto) obteniendo un pago por el servicio prestado.

Cualquiera de los dos intermediarios viene a ser nocivo para el productor, pero el denominado -- "revendedor" lo es en mayor escala, ya que obtiene una ganancia que no le corresponde, y por lo tanto, hace que el valor del producto se eleve.

Cuando la sociedad cooperativa agropecuaria es fuerte económicamente y cuenta con instalaciones propias como son bodegas, algunas veces en los centros de consumo, cámaras frigoríficas, transportes adecuados, maquinaria para cosechar los productos, etc., si puede llegar a prescindir del intermediario.

Si se trata de una cooperativa agropecuaria naciente o si posee pocos recursos, es equivocado tratar de eliminar de inmediato al intermediario, -- antes bien se debe utilizar para poder tener una -- mejor distribución y comercialización de sus productos, tratando así de evitar el fracaso de la sociedad.

Las cooperativas agropecuarias, para desarrollar sus funciones de comercialización, deben tener una comisión llamada de Control Técnico. Una de sus funciones es la de comercializar los productos de la sociedad promoviendo ante la Asamblea General las iniciativas necesarias para utilizar o perfeccionar los sistemas de producción así como las funciones de recolección, almacenamiento, trastornos del producto, clasificación, envasado, transporte y distribución o ventas.

En base a entrevistas que se realizaron con personas de la C. N. P. P. (Confederación Nacional de la Pequeña Propiedad), que agrupa a diversas cooperativas agropecuarias en todos los estados de la República Mexicana, se tomó una muestra de cinco -- cooperativas de diferentes tamaños en el Estado de

Guanajuato, que fueran representativas de la mayoría de su tipo en el país, para realizar un estudio sobre las funciones de comercialización agrícola -- que desarrollan, A continuación se verá como los -- desarrolla cada sociedad.

a).- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Abasolo, C. N. P. S. C. L. que se encuentra en la ciudad de Abasolo, Gto.

Esta Sociedad cuenta con 319 socios y 3 empleados (dos almacenistas y una secretaria). Los productos que cultivan sus socios son: En menor escala alfalfa y cebada y en Mayor escala, sorgo, -- trigo y maíz.

Las funciones que desarrolla son las siguientes:

Recolección: La llevan a cabo por lo regular los socios con ayuda de maquinaria que -es propiedad de ellos, utilizando poca mano de obra (peones)

Almacenamiento. No poseen almacenes para el producto de los socios, sino más bien tienen para guardar los insumos que la sociedad consigue para sus socios. Se tiene en proyecto a corto plazo la construcción de instalaciones para almacenar los productos agrícolas de los socios.

Mermas y deterioros: Se pudo observar que si llegan a tener en sus productos agrícolas, ya -que éstos por lo regular sufren este tipo de pérdidas, - aunque sea en mínima parte.

Clasificación: No se realiza esta actividad - en virtud de que los socios no clasifican el producto, ya que éste se siembra por variedades.

Envase: Casi no lo utilizan porque los productos que trabajan se manejan a granel, y de vez en cuando llegan a utilizar costales.

Transporte. La sociedad no tiene transportes propios, pero los insumos o productos que requieren transportarse se mueven en vehículos de los socios.

Distribución: Esta función la desarrollan tanto la sociedad como los socios al vender el producto a diferentes compradores, ya que la sociedad llega en algunos casos a hacer contratos para obtener mejores precios por los productos agrícolas de los compradores, otras ocasiones los mismos socios se ayudan a vender sus productos consiguiendo compradores para éstos.

b).- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Cortazar, S. C. L., que se encuentra ubicada en Cortazar, Gto.

Esta organización tiene 589 socios y llega -- a contratar trabajadores en calidad de eventuales -- (almacenistas, cargadores, etc.).

Los productos que cultivan sus socios son: En mayor escala; trigo, cebada, maíz, sorgo y jitomate; y en menor escala cebolla y ajo.

Las funciones de comercialización agrícola -- que desarrolla son:

Recolección: Los mismos socios son los que -- realizan esta función de la manera siguiente: Entre 40 y 50 miembros utilizan maquinaria para recolectar su producto y los demás asociados recolectan su producto contratando trabajadores (peones) y ayudan a la recolección de maquinaria.

Almacenamiento. No tienen almacenes para guardar el producto agrícola de sus socios, únicamente poseen un almacén donde guardan los insumos (insecticidas, semillas, etc.) que se venden a los socios

Problemas de merma y deterioro: Se observó -- que sí tienen este tipo de problemas ya que por --- ejemplo el sorgo se tiene que secar de 20° a 14°, - si se pasa de esta temperatura llega a sufrir mer-- mas el producto. El jitomate cuando se cosecha, si- no se consigue rápidamente comprador se puede echar a perder.

Clasificación: El único producto que se clasi- fica es el jitomate de acuerdo a su madurez, etc., - ya que los demás productos que cosechan los socios- se siembran por variedades y no es necesaria su cla- sificación.

Envase: El único producto que requiere envasar se es el jitomate para evitar que se maltrate. Los- demás productos que cosechan los socios de esta coo- perativa por lo regular se manejan a granel aunque- también llegan a manejarse en costales o arpillas.

Transporte: La sociedad posee un camión que - utiliza para transportar los insumos que consigue-- para los socios. Los productos agrícolas que se --- transportan se hacen a través de camiones propiedad de los socios.

Distribución: La realizan los mismos socios - al vender sus productos a diferentes compradores. - La sociedad llega a realizar contratos de venta, -- obteniendo un mejor precio por el producto de sus - socios, también exporta productos agrícolas depen- diendo del precio que se pague por éstos.

c).- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Jaral, S.C.L. ubicada en Jaral del Progreso, Gto.

Cuenta con 171 socios y 9 empleados, es la más pequeña de las sociedades estudiadas. La cooperativa es de consumo, ya que se encarga de conseguir los insumos (semillas, fertilizantes, etc.) que necesitan los socios de ésta a un precio más barato de lo que podrían estos conseguir en el mercado.

Las funciones de comercialización agrícola no las desarrolla esta sociedad, únicamente interviene en algunas de ellas en beneficio de sus asociados. Los mismos socios son los encargados de cosechar y vender sus productos a los compradores que paguen un mejor precio por los mismos.

d).- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Salamanca, S. C. L. ubicada en la ciudad de Salamanca, Gtos

Esta sociedad, es dentro de las que se estudiaron la más grande, ya que cuenta hasta la fecha con un total de 1200 socios y 31 empleados en calidad de eventuales.

Los productos que cultivan sus socios son: En mayor escala trigo, cebada y sorgo; en menor escala papa, tomate, jitomate y ajo.

Las funciones de comercialización agrícola que desarrolla son las siguientes:

Recolección: La realizan los mismos socios con la ayuda de maquinaria y peones. La maquinaria la utilizan para recolectar la cebada y el sorgo.

Almacenamiento: La sociedad posee almacenes - muy grandes, donde guarda el producto que cosechan sus socios, también guarda insumos (insecticidas, fertilizantes, etc.) que consigue la cooperativa a precios muy reducidos para vendérselos a sus asociados al costo.

Una parte de los almacenes los alquila la sociedad a empresas para que guarden sus productos. - Esta sociedad posee también cámaras que se cierran herméticamente para guardar productos durante un período considerable de tiempo.

Los almacenes son adecuados hasta cierto punto, ya que al construirlos no se planearon de acuerdo a las necesidades de la sociedad, pero se les están haciendo reformas con el fin de hacerlos más funcionales.

Merma y deterioro: Se determinó que si se llegan a tener en casi todos los productos que cosechan ya que casi es imposible que no se sufra este tipo de pérdidas, pero se han llegado a minimizar en base a la experiencia de los mismos socios.

Clasificación: El sorgo, trigo y cebada no se clasifican ya que se cultiva por variedades. Pero la papa, tomate, y jitomate, sí se llega a clasificar en base a su estado de madurez, tamaño, etc.

Envase: El sorgo, trigo y cebada por lo regular no se envasan, sino que se manejan a granel. -- Los productos que se envasan son tomate, jitomate y en ocasiones el ajo y la papa porque estos dos últimos a veces se mueven a granel o envasados.

Transporte: No se tienen transportes propios porque los socios poseen su propio equipo en el ---

cual mueven su producto para llevarlo a la cooperativa o a donde se haya destinado dicho producto.

Distribución; La realizan los socios y en algunas ocasiones la cooperativa al vender el producto a diferentes compradores.

La sociedad realiza contratos de venta para obligar a los compradores a pagar buen precio por el producto de sus asociados. Por ejemplo en el mes de noviembre de 1976 la sociedad se comprometió a vender 3825 toneladas de sorgo con un costo de aproximadamente \$10'000,000.00 logrando su objetivo y obteniendo un mejor precio por el producto de sus asociados.

e).- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Santa Ana de la C.N.P. S. C. L. en Santa Ana Pacueco, Municipio de Pénjamo, Gto.

Esta sociedad tiene 350 socios aproximadamente y 6 empleados eventuales.

Los productos que cultivan sus socios son: En mayor escala trigo, sorgo, cebada y maíz; en menor escala productos frutícolas.

Las funciones que desarrollan son las siguientes:

Recolección: Cada socio recolecta su producto utilizando por lo regular maquinaria propia.

Almacenamiento: Pudo observarse que se cuenta con este tipo de instalaciones y que son regularmente adecuados, en estos se guardan los insumos que consigue la cooperativa para sus socios y muy pocos

socios almacenan sus productos agrícolas, ya que los almacenes que se tienen son pequeños, pero se tiene en proyecto la construcción de almacenes grandes -- para proporcionar un servicio mejor a sus socios.

Merma y deterioro. Llegan a tener problemas de merma porque por lo regular los productos agrícolas sufren este tipo de problemas, pero se minimizan gracias a la experiencia de sus asociados.

Clasificación: No clasifican el producto ya que se tiene por variedades.

Envase: Por lo regular todos los productos cosechados por los socios se manejan a granel evitando de esta manera envasar el producto en costales o sacos, aunque algunas veces lo llegan a hacer esporádicamente.

Transporte: La sociedad no posee transportes porque los socios tienen los suyos propios tanto -- para mover sus productos como los insumos que consiguen a través de la sociedad.

Distribución. Por lo regular el producto se vende a compradores de la misma región, excepción de la cebada, ya que la mencionada región es porcícola.

La cooperativa consigue compradores para el producto de los socios y hasta llega a hacer contratos para conseguir mejores precios por el producto de los socios.

Las sociedades cooperativas citadas fueron -- las que se visitaron y de acuerdo a entrevistas que se hicieron a sus socios, se obtuvo la información antes mencionada. A continuación se procede a expli

car detalladamente cada una de las funciones de comercialización agrícola que realizan las Sociedades Cooperativas Agropecuarias, dando sus definiciones y aspectos generales de cada una.

### RECOLECCION

La recolección es una de las primeras operaciones que comprende la comercialización agrícola y consiste en reunir los productos agrícolas y concentrarlos de las distintas granjas o terrenos en puntos convenientes. A continuación se menciona la recolección que efectúan diversas cooperativas que se visitaron.

Se pudo determinar que las Sociedades Cooperativas Agropecuarias Abasolo, Salamanca y Santa Ana por lo regular sus socios utilizan, sus socios maquinaria para recolectar sus productos, en comparación con la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Cortazar, en que la mayoría de sus socios utilizan trabajadores para recolectar sus productos. Todo esto debido a que no se cuenta con los recursos necesarios para hacer la recolección con maquinaria. Por lo regular después de recolectar el producto agrícola se debe concentrar en puntos convenientes ya sea para su almacenamiento o para su distribución y venta.

Es notorio que existen casos respecto a los beneficios que dan las sociedades cooperativas agropecuarias, ya que los socios de estas no tienen necesidad de buscar compradores para sus productos agrícolas, sino que es directamente a través de estas sociedades las cuales facilitan hasta cierto punto la venta, evitando a todos aquellos compradores que a veces no disponen del tiempo necesario para andar de una granja o terreno a otro recolectan-

do los productos deseados y acuden directamente a las mencionadas sociedades para realizar las operaciones de compra.

La recolección incluye también cierta elaboración y envases preliminares. Todo esto es para facilitar su manipulación al almacén o a los distintos mercados y depende del producto agrícola que habrá de manejarse. Por ejemplo, si se trata de una cosecha de granos de consumo corriente como lo son maíz, arroz, etc., que se cosechan una vez al año durante un período que no excede por lo general de unas --- cuantas semanas, se requiere en algunos casos de un envase preliminar como pueden ser costales, cajas, etc., lo mismo sucede con los productos como el jitomate, melón, etc., que requieren de cierto envase preliminar durante la recolección, para que puedan llegar en buenas condiciones al almacén en donde -- en última instancia lo envasan definitivamente para su colocación en el mercado.

### ALMACENAMIENTO

El almacenamiento de productos agrícolas es de vital importancia debido a lo perecedero de éstos, ya que permanecen periodos considerables de -- tiempo guardados por la necesidad de extender una -- producción concentrada a largos períodos de demanda relativamente estable.

Se entiende por almacenamiento agrícola a la función de conservar en buenas condiciones los productos agrícolas durante un período de tiempo determinado, o sea que el almacenamiento es la función -- posterior a la recolección y varía dependiendo de -- la clase del producto de que se trate y del ambiente climático existente. La duración del almacena--- miento puede ser muy variable ya que puede presen--

tarse por tan sólo unos días, mientras se vende el producto, hasta más de un año cuando los sobrantes de una buena cosecha se arrastran a la temporada siguiente.

La Sociedad Cooperativa Agropecuaria Salamanca, S. C. L., en Salamanca, Gto., cuenta con adecuadas instalaciones de almacenamiento que conservan los productos de los socios en buenas condiciones aunque en nuestro medio lo más frecuente es que los socios lo vendan del campo directamente al comprador. Pero cuando se presenta la necesidad de conservar un producto largos períodos de tiempo, la Sociedad Cooperativa Salamanca, S. C. L. cuenta con un tipo de almacenamiento agrícola que consiste en una cámara que se cierran herméticamente y que impide penetren animales o insectos. Existen otras sociedades como, por ejemplo, la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Abasolo Santa Ana, C. N. P. P. S. C. L. en Abasolo, Gto., que no cuenta con almacenes propios y se ven en la necesidad de rentarlos. Pero en la gran mayoría de estos casos, las sociedades cooperativas tienen proyectos a corto plazo para la construcción de sus propios almacenes, para que sus socios puedan almacenar sus productos, así como fertilizantes, semillas, etc.

Las instalaciones y servicios de almacenamiento se utilizan en diferentes etapas de la comercialización ya que muchos productores conservan su cosecha o una parte de ella en almiares, graneros o silos que pueden ser propios o de la cooperativa. Por lo regular casi todos los compradores o comerciantes que obtienen el producto poseen instalaciones de almacenamiento, para poder revender el producto en el momento más oportuno.

El acceso al almacenamiento es necesario en todos los centros de mercado importantes a fin de que los sobrantes que quedan sin vender puedan ven-

derse a otro día o días sin que se echen a perder.

## PREVENCION DE LAS PERDIDAS DE ALMACENAMIENTO

Es de vital importancia el evitar las pérdidas o deterioros que sufren los productos agrícolas cuando se encuentran almacenados, ya que éstos se ven amenazados por factores climáticos, plagas de insectos, etc., que deterioran el producto y causan innumerables problemas como son una baja en la calidad y, por consiguiente, en el precio de venta o que definitivamente resulte imposible venderlo. Como ejemplo de esto se puede mencionar que la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Salamanca, S. C. L., que cuenta con eficaces sistemas de almacenamiento y previenen las pérdidas mediante la fumigación del producto; utilizan también diversas técnicas para secar el grano. Todo esto depende del empleo correcto y oportuno que se haga de las mencionadas técnicas.

Es necesario que conozcan todos los productores, vendedores, socios de cooperativas, etc., las técnicas (fumigación, secado del producto, etc.) que se encaminan a mejorar los métodos e instalaciones de almacenamiento con el fin de prevenir pérdidas posteriores.

## CONSTRUCCION DE ALMACENES

Los métodos que se siguen para el almacenamiento de productos agrícolas y los materiales que se utilizan para su construcción, varían de acuerdo a la experiencia y recursos económicos del productor o de la cooperativa agropecuaria. Si se toma en cuenta la escasez de capital existente en los países subdesarrollados es en este punto donde más se debe ampliar el proyecto para obtener el servicio de almacenamiento agrícola y la durabilidad de los

mismos; pero habrá que tener mucho cuidado al de--  
terminar su tipo, tamaño y ubicación. Se tendrá que  
calcular el volumen y clase de la supuesta o futura  
producción de los agricultores o socios de la socie-  
dad cooperativa agropecuaria con el fin de determi-  
nar la cantidad potencial que se habrá de almacenar  
. También se debe estudiar el tipo de territorio --  
existente, el clima que puede ser frío, tropical, -  
templado y su distribución estacional, así como la-  
posibilidad de darle usos complementarios en caso -  
de posibles cambios en el nivel de producción.

De las sociedades cooperativas agropecuarias-  
estudiadas en el estado de Guanajuato se pudo cons-  
tatar que ninguna había hecho un estudio profundo -  
para determinar el mejor tipo, tamaño o ubicación -  
de sus almacenes de acuerdo a sus necesidades, ya -  
que los que se han construido se hicieron de acuer-  
do al criterio de las comisiones encargadas para --  
llevar a cabo el proyecto, por lo que es necesario-  
dar a conocer a los agricultores, socios de coopera-  
tivas, etc., la importancia que ésto representa.

En las regiones donde la mano de obra es abun-  
dante se deben evitar proyectos que requieran un --  
equipo de construcción muy mecanizado y materiales  
caros. El almacenamiento a granel y la instalación-  
de equipo para llenar y vaciar rápidamente los alma-  
cenes es de gran utilidad en los puertos y mercados  
centrales donde se mueven gran cantidad de produc-  
tos agrícolas.

Es necesario tomar en cuenta dos aspectos pa-  
ra la construcción de almacenes que son:

- 1.- El financiamiento de las nuevas instala-  
ciones de almacenamiento, su localización y las ne-  
cesidades de los productores.

2.- El adiestramiento y selección de personal que dirija y maneje los almacenes.

### PROBLEMAS DE LA MERMA Y DETERIORO

Se entiende por merma o deterioro a la disminución del peso, calidad y valor del producto agrícola ocasionada por diversos factores como lo pueden ser climáticos, de manipulación, de almacenaje, etc. Al manipular el grano u otros productos agrícolas, hay que tener mucho cuidado por el deterioro que puede sufrir el producto. Como ejemplo de esto, cuando se seca el grano a través de algunas cámaras que emiten calor, si se llega a pasar del tiempo -- o la temperatura que normalmente se utiliza, causa una disminución fuera de lo normal del peso del producto agrícola, y por lo consiguiente disminuye la calidad del producto y el precio del mismo.

El deterioro de la calidad y valor del producto constituye una pérdida que incluso se sufre aun a pesar de que haya sido cuidadosamente almacenado el mismo. Si se guarda demasiado tiempo, como sucede en la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Salamanca, S. C. L. en Salamanca, Gto. que al manipular jitomate y tomate se llega a tener este tipo de pérdidas por lo percedero del producto.

Es posible en base a la experiencia calcular estas pérdidas y preveerlas reduciendolas en la mayor proporción posible. Los socios de las socieda--des cooperativas agropecuarias de Abasolo, Cortazar y Salamanca, por lo regular sufren pérdidas en casi todos los productos que cosechan pero en base a su experiencia llegan a preveer y minimizarlas, ya sea vendiendo el producto lo más rápidamente que se pueda, rociando insecticida a los productos para evi--tar plagas, etc.

El manejo de otros cultivos extensivos, siempre que no sean de fácil alteración, exige métodos parecidos y plantean problemas similares a los mencionados como es el caso de los frijoles, las lentejas, que pueden ser tratados de la misma forma que los cereales.

### CLASIFICACION DEL PRODUCTO

La clasificación del producto agrícola consiste en la separación del mismo en lotes diferentes, cada uno con las mismas características con respecto a su calidad comercial. Estas características -- pueden ser el tamaño, la forma, el sabor, el grado de madurez o cualquier otro aspecto que pueda afectar el valor mercantil del producto.

El propósito de la clasificación es auxiliar a los compradores para que elijan el producto que consideren más conveniente, y por lo tanto, ayudar al vendedor o productor para obtener los precios -- más justos por sus productos.

La normalización requiere de determinadas especificaciones de calidad que sean válidas en diferentes lugares y tiempos, tanto para compradores -- como para vendedores, las cuales servirían de base para la separación del producto en diferentes tamaños o clases a través de diversos criterios establecidos. Debido a que no existen normas o criterios -- oficiales para la clasificación del producto, ésta pierde notablemente su valor, si no se observan -- las mismas especificaciones en todos los sectores -- del mercado y en todas las épocas del año.

Para crear una clasificación general y uniforme se requiere que se formulen dichas especificaciones en términos precisos, y darlos a conocer a los interesados para que empiecen a aplicarlas. Por ---

ejemplo, en las Sociedades Cooperativas Agropecuarias Salamanca, Cortazar, Abasolo, Santa Ana, no se utiliza la clasificación para ciertos productos como la cebada, maíz, sorgo, trigo, ya que estos productos se siembran por variedades y llevan implícita su clasificación desde la semilla. En cambio, el jitomate y el tomate si se clasifican de acuerdo al tamaño, forma, sabor, etc., y de acuerdo a su calidad, si es tierno, maduro o mallugado.

La clasificación permite al comprador obtener con mayor exactitud el producto que desea. De esta manera aumenta su satisfacción y se hace más eficiente el sistema de comercialización. Si no existiera la clasificación de productos agrícolas ocasionaría al comprador el tener que examinar la totalidad de éstos para poder elegir la calidad deseada.

En el comercio de exportación, cuando el vendedor y el comprador se encuentran separados por largas distancias, la inspección del producto agrícola resulta impracticable y se dificulta el intercambio a menos que se haga sobre la base de alguna descripción que sea satisfactoria tanto para los compradores como para los vendedores. Por ejemplo, los socios de la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Cortazar, S. C. L. en Cortazar, Gto., llegan a exportar jitomates para lo cual mandan descripciones del producto y, si se puede, muestras del mismo a los posibles compradores. Lo mismo sucede en la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Salamanca que llegan a exportar maíz, trigo y sorgo en base a muestras que distribuyen previamente entre los posibles compradores. Los comerciantes experimentados pueden comprar valiéndose tan sólo de descripciones; de este modo, el producto puede venderse y revenderse sin ser visto, facilidad en la que ni siquiera habría pensar si hubiera de inspeccionarse cada lote para poder apreciar su valor.

Las transacciones de los productos clasificados se pueden llevar a cabo por medio de correo, -- teléfono o telegramas, cuando las características físicas del producto son conocidas y no queda por -- determinar sino el precio y las condiciones de venta.

El vender un producto clasificado por orden -- descendente de calidad a diferentes precios que --- sean apropiados, aumentará el mercado total, ya que los compradores de bajos ingresos podrán obtener el producto a una calidad y precio acordes con sus necesidades.

Los beneficios que se obtienen al efectuar -- un sistema de clasificación alcanzan su plenitud -- cuando se lleva mediante diferentes precios y de -- acuerdo a la calidad hasta los productores.

De esta manera la clasificación se convierte en un medio poderoso que guía la producción por canales que se basan en las características del producto agrícola dando la pauta de consumo imperan--- te. Una indicación clara del valor que los consumidores atribuyen a cada clase, permite a los productores hacer sus planes para producir la máxima cantidad de los productos agrícolas de mejor calidad. Los productores que venden sobre la base de una cla sificación, disfrutan de la orientación más clara -- para adaptar su siembra y recolección a las exigencias del mercado.

### ENVASE

La mayor parte de los productos agrícolas tie nen que ser envasados de alguna manera si han de cōmercializarse adecuadamente.

El envase es aquel que sirve para proteger -- el producto así como para hacer la promoción del -- mismo y sirve para manipular los artículos de un -- modo conveniente, ayuda a impedir el deterioro, ha -- ce más difícil el robo, la adulteración o sustitú -- ción, asegura la limpieza, facilita la medición y -- colocación de etiquetas, instrucciones de venta, y -- otras descripciones, además que puede fomentar las -- ventas si se tiene un aspecto atractivo para el con -- sumidor, sirviendo como un medio adecuado de publi -- cidad.

El tipo de envase varía ampliamente de acuer -- do a las características del producto, el ambiente -- físico y climático y la fase de la comercialización -- en que se emplea. Por lo regular, el envase cambia -- en el curso del movimiento del productor al consumi -- dor, Así se tiene que en la Sociedad Cooperativa -- Agropecuaria Salamanca, Cortazar, Abasolo y Santa -- Ana, el trigo, sorgo, cebada y el maíz se manejan -- por lo regular a granel aunque a veces el maíz se -- envasa en costales para ser vendido. En cambio cier -- tos productos como el jitomate, tomate, etc., se -- tienen que envasar en cajas para conservarlos en -- buen estado y protegerlos, ya que si se manejaran a -- granel se reventarían disminuyendo su precio y cali -- dad.

Por ejemplo, un producto puede salir de la -- cooperativa o de la granja en sacos, arpillas, ca -- jas, etc., para su transporte y posteriormente en -- el almacén manejarse en masa o a granel y por últi -- mo para su distribución a los consumidores puede -- presentarse en paquetes o cajas con diseños atracti -- vos.

## TRANSPORTE

Cualquier país que tenga una agricultura de subsistencia requiere generalmente de poco transporte, pero en cambio la producción agrícola para su comercialización exige el desarrollo del transporte económico y eficaz.

El transporte es el medio a través del cual se trasladan mercancías, personas, etc., de un lugar a otro; los medios de transporte más comunes son: Los terrestres (camiones, ferrocarril, etc.) aéreos y marítimos.

La producción agropecuaria necesita transportarse desde el campo hasta la cocina; hay casos en que la distancia es corta cuando el producto se consume en el pueblo cercano, pero a veces el viaje puede cubrir miles de kilómetros, por ejemplo las remesas de lana que se mandan a Australia; el algodón que llega de Japón a México.

## MEDIOS DE TRANSPORTE

Existen seis maneras distintas de traslado que se utilizan en el movimiento de productos agrícolas de los centros de producción o sociedades cooperativas, estos son: Hombres, animales, ferrocarril, camión, aviones y barcos. A excepción de la utilización de los barcos, el desarrollo de un país se puede medir por el tipo de transporte que utilice de una manera primordial, por ejemplo los países más desarrollados utilizan generalmente vehículos terrestres de motor y aviones. La utilización extensiva de hombres y animales es en general en los países subdesarrollados.

Para fines de este estudio se analizarán principalmente los vehículos de motor como lo son el camión y el ferrocarril que son los medios de transporte más utilizados, por las sociedades cooperativas agropecuarias estudiadas y se mencionan las características que presentan el transporte aéreo y marítimo.

Camión: Muchos agricultores se ven obligados a cultivar productos que no son los más necesarios ni los más lucrativos, debido a la falta de carreteras que los unan a los mercados o por lo elevado de los precios del transporte. La sola perspectiva de que se construya un camino es por lo regular un estímulo suficiente para que se comercialice la producción, ya que de otra manera no se pasaría de la agricultura de subsistencia.

Las sociedades cooperativas agropecuarias que se estudiaron en Salamanca, Cortazar, Jaral, Abasolo y Santa Ana en el Estado de Guanajuato, tienen sus instalaciones colocadas estratégicamente cerca de las carreteras o caminos no pavimentados pero transitables, por lo que la mayoría de las mencionadas utilizan para transportar sus productos e insumos, camiones y camionetas.

Los compradores que llegan a los centros de producción, transportan los productos agrícolas que obtienen a sus bodegas o a los mercados de consumo en sus propios medios siendo el camión el más utilizado.

Ferrocarril: El ferrocarril es uno de los medios de transporte que se utilizan para transportar grandes cantidades de productos agrícolas. Pese a la construcción de carreteras y al mayor uso que cada día se hace de los camiones, la vía férrea sigue siendo muy importante en los países desarrolla-

dos y aún de más significación para México y otros países en proceso de desarrollo. Las Sociedades Cooperativas Agropecuarias de Salamanca y Cortazar en el Estado de Guanajuato, están ubicados junto a la estación de ferrocarril, esto representa una ventaja para la transportación de sus insumos (fertilizantes, insecticidas, etc.) y productos, y a la vez tiene mayor facilidad para la comercialización de los últimos.

Existen dos tipos de equipo que se utiliza para el traslado de productos agrícolas que son los siguientes:

1.- El equipo general del ferrocarril, que consiste en los furgones del mismo, que se utilizan para cualquier tipo de mercancía seca, como el grano, cereales, etc., son productos que no requieren de un cuidado especial.

2.- El equipo especial que incluye carros equipados con refrigerador, los cuales tienen un uso limitado a determinados productos especiales como la fresa que se transporta congelada.

El equipo especial no lo utilizan las sociedades cooperativas agropecuarias que se estudiaron, ya que su producción no lo requiere, en cambio si utilizan el equipo general, tanto para transportarlos insumos que necesitan los socios, como para trasladar lo que venden. Por lo regular las Sociedades Cooperativas Agropecuarias, Salamanca y Cortazar venden una parte de su producción a compradores de otras regiones, llegando a transportar dichos productos por ferrocarril.

Los Aviones: El alto costo que ocasiona el transporte aéreo restringe su uso a los productos que tienen un alto valor por unidad, tanto de peso-

como de espacio. Algunos especialistas pronostican el desarrollo de grandes aviones con una alta capacidad de carga que permita economizar al transportar los productos agrícolas. Si ésto llega a ocurrir el área de abastecimiento para ciertos productos sería mucho más extensa de lo que es actualmente. De las sociedades cooperativas estudiadas se encontró que ninguna utiliza este medio de transporte por lo costoso que resulta y elevaría notablemente el precio del producto.

En 1965 (1) los aviones que sirven en México, transportaron 44,426 toneladas de mercancías, durante los últimos 10 años el tonelaje varió entre --- 36,600 y 48,800 toneladas. Esto demuestra que la --tendencia de transporte aéreo de mercancías no se --ha incrementado y se mantiene casi a un mismo ni---vel.

Barcos: Este medio de transporte es demasiado lento para servir a las necesidades de un país que cuenta con carreteras, ferrocarriles, etc. Los barcos pueden representar un importante medio de transporte para productos agrícolas en países que cuentan con una gran afluencia fluvial, ya que teniendo este tipo de vías navegables se pueden transportar los productos de los centros de producción a los --mercados de consumo.

En nuestro país solamente unos cuantos ríos --son navegables y cuentan con la suficiente longitud como para ser utilizados para transportar algunos --productos agrícolas. Aunque es de hacer notar que --en el comercio interno de México es casi nula su --

---

(1) Haag y Soto, el mercadeo de los productos agropecuarios, Editorial Limusa, México, 1975, Pp.-234.

utilización, ya que únicamente se llega a utilizar de una manera frecuente en la importación y exportación de mercancías.

### DISTRIBUCION

La distribución es aquella que se encarga de mandar el producto a diferentes mercados de acuerdo a la demanda de los consumidores.

Desde sus propias bodegas, la Sociedad Cooperativa Agropecuaria Cortazar los productores despachan su producto a los mercados centrales de venta al por mayor, éstos a su vez los distribuyen a los mercados minoristas para su venta final a los consumidores individuales. El sistema distributivo debe igualar las disponibilidades con la demanda de los consumidores. La demanda del consumidor puede variar según la época del año, tipo y calidad del producto que prefiera, ingresos, costumbres locales y otros muchos factores.

Los distribuidores deben adaptar los suministros que poseen a estas variaciones de la demanda, mediante la experiencia propia y la intercomunicación con los mercados, de esta manera se ponen en circulación los productos agrícolas que se encuentran almacenados o se envían a otras zonas para que éstos lleguen a los consumidores de acuerdo a sus necesidades existentes.

Es de hacer notar la relevante importancia -- que tiene el que, el distribuidor mantenga estrechas relaciones comerciales a través del intercambio de información, tanto con los productores como con los minoristas con el fin de trasladar sus productos agrícolas a las localidades donde es mayor el consumo.

Los miembros productores de las sociedades -- cooperativas agropecuarias Abasolo, Cortazar, Salamanca y Santa Ana llevan a cabo una serie de funciones indispensables de ajuste y de igualación a la demanda mediante la distribución. La distribución ideal que pretenden estas sociedades agropecuarias estudiadas es vender directamente a los minoristas y de esta manera evitar a los intermediarios. Mediante este tipo de función los minoristas obtendrían una mejor precio por su producto, ya que de esta manera se dividirían para beneficio mutuo las ganancias del intermediario y a la vez los primeros ofrecerían un precio más bajo al consumidor. Las cooperativas y los productores frecuentemente venden a los molinos y fábricas de conservas granos, frutos, hortalizas, etc. para que posteriormente vuelvan a pasar por nuevas fases de reunión y distribución del producto ya elaborado.

De todo lo mencionado anteriormente se pudo observar que la Sociedad Cooperativa Agropecuaria - Salamanca, S. C. L., es la que se puede considerar como la más representativa o ideal, ya que desarrolla funciones tanto de compra de insumos para sus asociados como de venta de sus productos aplicando todas las funciones de comercialización agrícola -- que se estudiaron a excepción del transporte que se cubre, con el equipo propio de los socios.

#### VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS AGROPECUARIAS

En base al estudio efectuado en algunas sociedades cooperativas agropecuarias del estado de Guanajuato, mediante entrevistas con sus gerentes y secretarios, se determinaron las ventajas y desventajas que tienen este tipo de sociedades; por lo que a continuación se mencionan las más importantes.

### VENTAJAS

a) Se pudo investigar que la principal ventaja que obtienen los socios de las cooperativas agropecuarias, es el de obtener sus insumos (fertilizantes, insecticidas, etc.) para sus cosechas a un costo más bajo de lo que cuesta en el mercado, debido a que éstos se compran en mayor volumen y naturalmente a un menor costo.

b) Otro de los principales beneficios y uno de los más importantes es la venta de los productos agrícolas de los socios por medio de la cooperativa, ya que ésta obliga a los compradores a cumplir con sus contratos de compra, logrando así obtener un mejor precio para los socios por la venta de sus productos.

### DESVENTAJAS

a) La mayor desventaja en este tipo de sociedades es la desconfianza que existe de parte de los socios hacia la cooperativa debido a que muchos de ellos creen que la mencionada trata de explotarlos.

b) Otra de las desventajas que ocurre con cierta frecuencia es que algunos socios que tienen o llegan a obtener una posición económica mejor que la del resto de los socios de la cooperativa y que tienen algún cargo dentro de ésta, empiezan a dejar a un lado a la sociedad para trabajar individualmente, esto llega a traer como consecuencia que existan conflictos entre los socios y quizá una disminución en el capital de la cooperativa ocasionando con ello, que la sociedad no pueda cumplir con sus-

objetivos propuestos y posteriormente tienda a desa parecer.

Es obvio que en este tipo de sociedades existan innumerables ventajas y desventajas, pero es posible que éstas funcionen adecuadamente a través -- de una buena administración, motivación, convenci-- miento y más que nada una buena educación acerca de lo que es una cooperativa, cómo se forma, su funcionamiento y beneficios que se puedan obtener a tra-- vés de ella.

## CONCLUSIONES

- 1.- Entenderemos la comercialización agrícola como aquellas actividades que están encaminadas a la venta de los productos con el fin de obtener un mejor precio y que éstos lleguen en óptimas condiciones de calidad al consumidor.
- 2.- La comercialización agrícola es de vital importancia para un país, ya que a través de un sistema eficiente del mencionado, se puede hacer llegar el producto a zonas densas de población o a sectores que viven a un nivel de subsistencia.
- 3.- La comercialización agrícola hace que la producción agrícola sea mas especializada, esto quiere decir que se cultive lo que las personas consumen más, aparte de que exista una infraestructura y alicientes adecuados para que sean aprovechados por el agricultor.
- 4.- El término de comercialización agrícola se entiende de diferentes maneras de acuerdo a la persona. Por eso es necesario que la mayoría esté enterada de lo que es este término, ya que de esta manera ayudarían a planear mejor la distribución del producto agrícola.
- 5.- La definición de cooperativa difiere de acuerdo al criterio de los socialistas, o al de los capitalistas, pero en sí, es aquella formada por trabajadores que se unen para producir bienes o servicios o para adquirirlos y satisfacer sus necesidades.
- 6.- Existen dos tipos de cooperativas que son, de consumo y de producción, siendo que cada una-

poseen características diferentes. Las sociedades cooperativas agropecuarias pueden pertenecer a los dos tipos.

- 7.- Las cooperativas agropecuarias se dividen de acuerdo a diferentes criterios como lo pueden ser, por el tipo de actividades que desarrollan o por la organización a donde se afilien como las regionales o federales.
- 8.- Una cooperativa agropecuaria se origina por la iniciativa de una persona o personas que realizan reuniones o asambleas periódicas para conocer la opinión de los interesados. Si éstos aceptan, se procede a inscribirla de acuerdo con la ley al respecto.
- 9.- El Capital Social de una sociedad cooperativa consta de las aportaciones que realizan los socios, que pueden ser en dinero o en especie, El valor de cada aportación lo deciden los socios de acuerdo a sus posibilidades.
- 10.- Los socios de las cooperativas agropecuarias estudiadas recolectan el producto agrícola con maquinaria, transportándolo posteriormente a los almacenes.
- 11.- Los almacenes de las cooperativas agropecuarias vistas son adecuados para almacenar, tanto los insumos que vende la sociedad a los socios, como los productos que éstos cosechan.
- 12.- Los socios de las cooperativas que se analizaron, por lo regular tienen trastornos por el deterioro de sus productos, pero en base a la experiencia de los agricultores éstas se llegan a minimizar.

- 13.- Por lo regular, los productos que son cosechados por los socios de las cooperativas analizadas no se clasifican, porque se siembran de acuerdo a determinadas variedades; sólo algunos productos que son fácilmente perecederos se clasifican.
- 14.- Los productos agrícolas se transportan de acuerdo a su estado perecedero, utilizando para ello, camiones. Los productos que menos se echan a perder se transportan generalmente en ferrocarril.
- 15.- Dentro de las cooperativas agropecuarias estudiadas, la venta de los productos agrícolas la realizan los socios de la misma. Otras veces la organización hace contratos con compradores obligando a éstos a pagar buen precio por el producto de sus asociados.
- 16.- La comercialización agrícola es aquella actividad encaminada a la distribución y venta de los productos, y representa una gran importancia, ya que, si ésta es eficiente se puede hacer llegar el producto a todos los mercados, por lo tanto la comercialización de productos agrícolas hace que se especialice la producción del campo.
- 17.- Por cooperativa se entiende aquella sociedad formada por trabajadores que se unen para producir bienes o servicios, o para adquirirlos y satisfacer sus necesidades. Las sociedades cooperativas agropecuarias pueden ser de los dos tipos; de consumo o de producción, y se forman por iniciativa de una persona o personas y por sus aportaciones que pueden ser en dinero o en especie. Los mismos socios son generalmente quienes desarrollan las funciones de comercialización agrícola.

- 18.- Las funciones de comercialización agrícola -- que realizan las cooperativas agropecuarias -- visitadas son fundamentalmente: La recolección, el almacenamiento, minimización de mermas y deterioros, clasificación del producto, envasado, transportación y finalmente la distribución de sus productos agrícolas.

BIBLIOGRAFIA

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación).

La comercialización su influencia en la Productividad. Estudio básico No.4 Roma 1962.

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación)

Los problemas de la comercialización y Medidas para Mejorarla: Guía de Mercadeo No. 1 Barcelona 1969.

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

Cooperativas Agrícolas de Comercialización: Cuaderno de Fomento Agropecuario No. 53 Roma, 1968.

Haag y Soto.

El Mercadeo de los Productos Agropecuarios. Editorial Limusa, S.A. México 1975.

Ley

Ley General de Sociedades Cooperativas. Publicada en el Diario Oficial del 15 de Febrero de 1938.

Rojas Coria Rosendo

Introducción al Estudio del Cooperativismo. Ensayo Metodológico. México -- (S.E.). 1961.

Secretaría de Industria y Comercio.

Serie la Empresa:-  
¿Qué es una Cooperativa y cómo funciona? Folleto NO.17

Secretaría de Industria y Comercio.

Serie la Empresa. -  
¿Cómo se constituye una Sociedad Cooperativa No. 21, 3a. Edición.

### INVESTIGACION DE CAMPO

- 1.- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Regional Abasolo C. N. P. P. S. C. L., Abasolo, Gto.
- 2.- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Cortazar, - S. C. L., Cortazar, Gto.
- 3.- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Jaral, S. C. L., Jaral del Progreso, Gto.
- 4.- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Salamanca, S. C. L. Salamanca, Gto.
- 5.- Sociedad Cooperativa Agropecuaria Santa Ana - de la C. N. P. P. S. C. L. Santa Ana Pacueco, Municipio de Pénjamo, Gto.