

01
T(129)
C. 3

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE AGRONOMIA



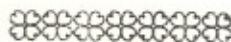
**Comercialización de Hortalizas en las
Cooperativas del Nor-Oriente del País**



TESIS

por

MARCO ANTONIO MALDONADO ANDRADE



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
BIBLIOTECA
DEPARTAMENTO DE TESIS-REFERENCIA

GUATEMALA, JULIO DE 1972

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE AGRONOMIA

COMERCIALIZACION DE HORTALIZAS EN LAS
COOPERATIVAS DEL NOR-ORIENTE DEL PAIS

Tesis

Presentada a la Junta Directiva de la
Facultad de Agronomía
de la
Universidad de San Carlos de Guatemala

Por:

MARCO ANTONIO MALDONADO ANDRADE

Al otorgársele el Grado Académico de

LICENCIADO EN CIENCIAS AGRICOLAS

y el título Profesional de

INGENIERO AGRONOMO

Guatemala, julio de 1972.

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS

Dr. Rafael Cuevas del Cid

JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD

DE AGRONOMIA

DE LA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Decano:	Ing. Agr. Edgar Leonel Ibarra
Vocal Primero:	Ing. Agr. Aníbal Palencia
Vocal Segundo:	Ing. Agr. Mario Molina Ll.
Vocal Tercero:	Ing. Agr. Marco A. Curley
Vocal Cuarto:	Er. César Conde
Vocal Quinto:	P.A. Victor González
Secretario:	Ing. Agr. Oswaldo Porras

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN

GENERAL PRIVADO

Decano:	Ing. Agr. Edgar Leonel Ibarra
Examinador:	Ing. Agr. Aníbal Palencia
Examinador	Ing. Agr. Salvador Sánchez
Examinador:	Ing. Agr. Arturo Guerra
Secretario:	Ing. Agr. Oswaldo Porras.

DEDICATORIA DEL ACTO Y DE LA TESIS

A mis padres: Marco Antonio Maldonado Rodas
María Guadalupe A. de Maldonado

A mis hermanas: Floridálma
Edna Milagro
Rosauro
Rosalma

A las familias: Maldonado Palacios
Barreno Anléu

Al Ing. Agr. M.S. Neptalí Monterroso S.

Agradeciendo su colaboración y
asesoramiento

A todas las Cooperativas del Nor-Oriente

A mis compañeros de promoción

A mis amigos.

Guatemala, julio de 1972

Señor Decano de la
Facultad de Agronomía
Ing. Agr. Edgar Leonel Ibarra
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala.

Señor Decano:

Tengo el honor de dirigirme a usted para manifestarle que, en cumplimiento de la designación de que fui objeto por parte de esa Decanatura, he asesorado al Bachiller Marco Antonio Maldonado Andrade en la elaboración de su tesis titulada "COMERCIALIZACION DE HORTALIZAS EN LAS COOPERATIVAS DEL NOR-ORIENTE DEL PAIS".

Considero que el estudio presentado por el Br. Maldonado Andrade viene a constituir un aporte valioso para las cooperativas del Nor-Oriente del país, y conociéndolo, lo apruebo plenamente.

Sin otro particular aprovecho la oportunidad para suscribirme de usted, con muestras de mi distinguida consideración, como su atento y seguro servidor,

Ing. Agr. Neptalí Monterroso S.
ASESOR.

SEÑORES MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA Y DEL TRIBUNAL EXAMINADOR:

Cumpliendo con el último requisito que enmarca la ley orgánica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para optar al grado académico de LICENCIADO EN CIENCIAS AGRICOLAS y el título de INGENIERO AGRONOMO; presento a ustedes mi trabajo de tesis intitulado: "COMERCIALIZACION DE HORTALIZAS EN LAS COOPERATIVAS DEL NOR-ORIENTE DEL PAIS".

Sin otro particular, de ustedes Atentamente:

Br. Marco Antonio Maldonado Andrade

CONTENIDO:

		Página
CAPITULO I:	INTRODUCCION	1
	1.1. Importancia del estudio	1
	1.2. Objetivos del estudio	3
CAPITULO II:	REVISION DE LITERATURA	4
CAPITULO III:	METODOLOGIA	8
	3.1. Definición de Términos	8
	3.2. Selección del área	10
	3.3. Tamaño de la muestra	10
	3.4. Tipo de Datos recopilados	11
	3.5. Métodos empleados	11-A
CAPITULO IV:	PRESENTACION Y DISCUSION DE RESULTADOS.	12
	4.1. Descripción individual de las cooperativas.	12
	4.2. La organización de las cooperativas: Análisis del conjunto.	18
	4.3. Importancia de la producción de hortalizas en las cooperativas.	25
	4.4. La comercialización de hortalizas: El proceso de comercialización.	28
	4.5. La comercialización de hortalizas: El transporte.	31
	4.6. La comercialización de hortalizas: Los canales de comercialización.	31
	4.7. La comercialización de hortalizas: Los márgenes de comercialización	39
	4.8. Comercialización de hortalizas: Exportación.	46
CAPITULO V:	CONCLUSIONES	49-C
CAPITULO VI:	LITERATURA CITADA.	50
ANEXO		52

1. INTRODUCCION

1.1. Importancia del estudio:

La presencia de las cooperativas en la agricultura, obedece a que este tipo de organización, proporciona a los pequeños agricultores la posibilidad de alcanzar ventajas que le son difíciles de obtener de manera individual. Además, tomando en cuenta que la Agricultura es generalmente el sector más atrasado en los países subdesarrollados, la organización cooperativa ofrece mejores alternativas para mejorar el nivel económico del pequeño agricultor.

Confirma lo anterior, el hecho de que las cooperativas contemplan ayuda mutua entre individuos en posiciones económicas débiles y administración democrática descentralizada mediante relaciones activas de unos socios con otros. Estas características son peculiarmente adecuadas para determinadas necesidades de la agricultura tipo familiar, como son la producción y comercialización de los productos.

La comercialización constituye en gran parte un problema de adaptación de la producción a la demanda. El agricultor, individualmente, no puede reajustar con rapidez su producción. Con frecuencia, sólo le es posible hacerlo después de un período de tanteo que dura varias temporadas. Se enfrenta al problema que, gran parte de lo que produce no se encuentra en condiciones de ser consumido, si no es elaborado y puesto en conserva, y de ordinario, también se hacen necesarias instalaciones y servicios de almacenamiento bastante costosos. En tal situación, como está solo, su posición resulta muy débil, de donde su asociación con otros agricultores viene a ser la solución a sus problemas de producir y comercializar.

En algunos países como Estados Unidos y Dinamarca, por ejemplo, las cooperativas agrícolas han logrado avances y resultados importantes de mucha significancia en el ramo de la comercialización.

En Guatemala, el movimiento cooperativo se inició en Marzo de 1945. La constitución de ese año establece en el artículo 94 la obligación del Estado de proporcionar ayuda técnica y financiera a las cooperativas. En agosto de ese año, se emite el decreto 146 que creó el Departamento de Fomento Cooperativo, adscrito al Crédito Hipotecario nacional.

Desde el inicio del cooperativismo hasta la fecha, las cooperativas se han movido dentro de un empirismo total, debido principalmente a que no les han prestado la asesoría técnica necesaria, ni menos la asistencia creditica que el caso demanda. Otro de los factores de gran importancia que ha contribuido al empirismo cooperativo, reside en el hecho de que las dependencias estatales relacionadas con las cooperativas, no han realizado programas de educación, adiestramiento y entrenamiento cooperativo.

Actualmente se cuenta con 125 cooperativas agrícolas, registradas en el Departamento de Cooperativas del Ministerio de Agricultura. De éstas, la mayor parte son de producción y comercialización, todas ellas caracterizadas por su inestabilidad y debilidad congénita. De allí el interés de estudiar las cooperativas agrícolas de nuestro medio y la forma en que comercializan sus productos.

Este trabajo trata de iniciar ese estudio, tomando para el caso, las cooperativas agrícolas del Nor-Oriente del país.

1.2. Objetivos del estudio:

- 1o. Determinar la organización actual de las cooperativas agrícolas del Nor-Oriente del país.
- 2o. Determinar los canales y márgenes de comercialización de las hortalizas en las cooperativas agrícolas del Nor-Oriente.
- 3o. Ofrecer lineamientos que permitan mejorar la comercialización de hortalizas en las cooperativas agrícolas del Nor-Oriente.

2. REVISION DE LITERATURA

La principal ocupación de los habitantes de la región Nor-Oriental de Guatemala, es la agricultura. Dicha región posee climas y suelos que ofrecen oportunidad para desarrollar una economía productiva y diversificada, principalmente basada en la producción de cultivos de ciclo corto, tales como el tomate, melón, pepino, chile pimiento, etc. Estos cultivos ya están siendo producidos en la región, y sirven para el abastecimiento del mercado nacional, fábricas transformadoras y ultimamente para la exportación (18. p.7; 15. p.4). La última década se ha caracterizado por la inquietud de realizar nuevos contactos con el resto del mundo, para diversificar la agricultura y tener nuevas fuentes de divisas para la economía guatemalteca (16. p.1).

Orozco (18. p.92) afirma que el mercado nacional no es capaz de consumir el volumen de productos que puede producir la región, pero que existen mercados externos con buenas perspectivas que deben aprovecharse para iniciar planes de exportación. El mismo autor dice, que los principales factores que impiden un mayor consumo nacional, son: a) Altos márgenes de comercialización. b) Deficiencia en la selección de los canales de comercialización y c) Baja capacidad de compra como consecuencia del bajo ingreso de la población.

El INDECA (15. p.28) afirma que las malas producciones en la zona Nor-Oriental se deben principalmente a la poca aceptación de la técnica por parte del agricultor, lo que también eleva los costos.

A este respecto Orozco (18. p.94) y Centro Regional de Ayuda Técnica (10. p.158) recomiendan que tanto en la producción como en la comercialización se haga uso de personal técnico calificado que asesore a

los agricultores y se busque una mejor distribución del excedente no exportado en el mercado nacional con el fin de reducir los márgenes de comercialización. La humanidad depende, para su alimentación, no sólo de una agricultura y pesca eficientes sino de todo el proceso mediante el cual llega el producto al consumidor. Este proceso es lo que constituye la comercialización y sus problemas no son siempre idénticos. En realidad, evolucionan constantemente por lo que tiene que ser dinámica y susceptible de adaptarse a nuevas innovaciones (20. p.7)

La comercialización en forma cooperativa no es, según podría suponerse a primera vista, una función fácil, sino que todo lo contrario, es un proceso complicado. No se reduce sólo a las ventas, sino que comprende además, todas las actividades y procesos de transformación que requiere llevar un artículo del productor al consumidor; ~~máxime~~ si se trata de verduras o de frutas frescas, en donde tiene que ser rápida para lograr el mejor éxito económico (21. p.259; 20. p.1; 10. p. 132).

La comercialización cooperativa es el sistema mediante el cual un grupo de agricultores u horticultores se unen para llevar a cabo uno solo o todos los procesos que esta actividad conlleva. Sus objetivos son: racionalizar el sistema de comercialización, manejar productos mejor clasificados y en mayores cantidades, eliminar métodos inadecuados e intermediarios innecesarios, y asegurar una parte mayor del precio que paga el consumidor. Con ésto, la comercialización cooperativa logra simplificar el proceso comercial, otorgando al productor mejores ganancias al efectuar las ventas directas y al precio justo (4. p.90; 7. p.7; 20. p.9)

La comercialización cooperativa no es puramente comercial, pues en la práctica el cooperativismo se ha desarrollado hasta alcanzar una po-

sición de primer rango sobre la esfera de la producción, influyendo sobre la operación normal de ésta; por otro lado, las posibilidades de comercialización son determinadas por la calidad y el precio de los productos. Las cooperativas de comercialización han demostrado que pueden transformarse en un lazo de comunicación entre el productor y el consumidor y además, que pueden ser un factor que oriente a la producción e incremente los mercados. (21. p.262).

La empresa cooperativa de producción y/o comercialización se constituye en un elemento de suma importancia en el conjunto de la economía de una determinada región, por su capacidad de influir en las variables del desarrollo económico, en los elementos que comprende la demanda (consumo, inversión, exportación) y en los representativos de la oferta (producción e importación). Entendiéndose por desarrollo económico, un proceso social continuo que tiene como meta el aumento progresivo de la producción media por habitante. Es necesario para ello, que la producción aumente con mas rapidez que la población (19. p.53-64).

Cuanto mayor sea el margen entre los precios de producción y de consumo, cuanto más reducidos sean los mercados y cuanto mayor sea la magnitud y la frecuencia de cambios de precios, tanto más necesaria será la cooperativa (20. p.9).

El principal avance logrado por las cooperativas de comercialización de verduras es que los negocios se han realizado como grupo y no como individuos, para poder llegar a un acuerdo con respecto al precio y a otras condiciones del contrato (20. p.11).

Como el mercadeo comprende dos aspectos: el físico (siembra, corte, empaque, enfriamiento, clasificación, transporte, etc.) y el económico

(venta, cotización y actividades similares); se comprende que ninguna persona puede dominar todas las fases de comercialización, por lo que viene a ser manejado por agrupaciones o cooperativas, que vienen a ser la solución de los pequeños agricultores (16. p.22).

Otro avance vital lograrán las cooperativas cuando puedan regular los gastos de comercialización de manera que estimulen satisfactoria - mente al productor y al consumidor (4. p.128; 20. p.11).

Por otra parte el cooperativismo como forma de organización de negocios en la agricultura, quizá está todavía lejos de haber agotado su posible alcance. Es muy prometedor como medio de lograr dos fines diferentes; uno consistente en dar a los agricultores un poder de equilibrio en el mercado, y el otro, en llevar a los agricultores las ventajas económicas de la técnica, en una escala que ellos no pueden lograr individualmente. Puesto que ambos fines van de acuerdo con el bienestar económico, la política oficial de estimular la formación de cooperativas está justificada (22. p.531).

Una cooperativa agropecuaria debe enfocarse en sus dos aspectos fundamentales, es decir, como asociación y como empresa, aspectos distintos pero estrechamente relacionados. Por lo que hay que examinarla en función de los principios doctrinarios y de las normas financieras, administrativas y contables (19. p.24)

La cooperativa es igual a un motor, sus piezas tienen que moverse en armonía y en movimiento continuo. El combustible de ese motor son los socios que tienen que darle la fuerza y el impulso. Para lograr ese buen funcionamiento del motor o cooperativa, debe contarse con una administración eficiente para realizar buenas operaciones de producción

y comercialización, asistencia técnica especializada, socios bien informados y activos, dirigentes hábiles con buenos antecedentes en los negocios y líderes que hayan demostrado honestidad e integridad, así como espíritu cooperativista (16. p.24; 17. p.76; 7. p.1; 22. p.516; 9. p.1.).

Gándara (14. p. 1-2) dice que el empirismo cooperativo guatemalteco se debe a la falta de asistencia técnica y financiera que han tenido las cooperativas, a la falta de educación de los asociados y a factores internos en las comunidades que inciden sensiblemente en los resultados, tales como: costumbres, egoísmos, supersticiones, analfabetismo y alto grado de conformismo o falta de interés por el progreso. Se hace indispensable introducir en forma planificada y sistemática, métodos administrativos eficaces y adaptables a las comunidades de cada caso.

En el buen funcionamiento de una cooperativa la educación cooperativista de los socios es básica y determinante, para lo cual deben realizarse cursillos impartidos por personal técnico especializado. La junat anual es una buena oportunidad que debe aprovecharse (5. p.1; 6. p.1; 14. p.2; 8. p.4; 13. p.5-7)

3. METODOLOGIA

3.1. Definición de Términos:

- a) Cooperativa: Voorhis citado por Barrascout (2), y los autores Olsen (17) y Preuss (21) coinciden al definir a la cooperativa en los siguientes términos: "Es un grupo de personas ante una sociedad común, que deciden que la única manera de satisfacer sus necesidades es asociándose voluntariamente para reunir su capital de inversión y así tener, controlar y fomentar, su propia empresa".

- b) Comercialización: Es un proceso, en el cual por etapas y por diferentes tipos de empresa, se realizan varias funciones que conducen el producto desde el sitio de producción al lugar de consumo (23. p. 10).

La comercialización comprende las funciones de: transporte, elaboración, clasificación, empaque, almacenamiento y organización de la comercialización, propiamente dicha. En esta organización se distinguen las etapas o niveles; acopiadores, transportistas, mayoristas, minoristas, etc., y los diferentes tipos de organizaciones que la llevan a cabo (empresas particulares, empresas estatales y cooperativas) (3. p.7).

- c) Mercado: Es el sitio o el momento en el que se enfrentan la oferta y la demanda. Como resultado de la relación entre ambas se forma el precio (23. p.7; 10. p.68)
- d) Eficiencia de la comercialización: Se define como el movimiento de las mercancías, de los productores a los consumidores, al costo mas bajo compatible con el suministro de los servicios que desean los consumidores. (1. p. 243).
- e) Canales de comercialización: Serie ininterrumpida de intermediarios y de mercados a través de los cuales pasan las mercancías desde el productor hasta el consumidor (3. p.52)
- f) Márgenes de comercialización: Remuneración de los distintos elementos que intervienen en el proceso de la comercialización; entendiéndose por "márgen" la diferencia entre el precio que paga el primer comprador y el que paga el último comprador. En el márgen, están comprendidos generalmente todos los costos involucrados en los procesos de comercialización, las pérdidas su-

fridas por el producto y las utilidades de los diversos elementos participantes (3. p.58)

3.2. Selección del Area:

Este estudio fué localizado en el Nor-Oriente de Guatemala por las siguientes razones:

- 1) Porque la región es adecuada para la producción de hortalizas, como lo demuestra el análisis de las condiciones ecológicas, edáficas y de infraestructura de la zona.
- 2) Por encontrarse los cultivos hortícolas en esta región, bajo sistemas inadecuados de producción y comercialización.
- 3) Por ser esta región de un alto potencial agrícola para el cultivo de hortalizas.
- 4) Porque ésta región por su posición geográfica, es la más conveniente para la exportación de productos hortícolas.
- 5) Porque las cooperativas Nor-Orientales adolecen de una buena organización y administración, lo que influye grandemente tanto en la producción, como en la comercialización.

3.3. Tamaño de la Muestra:

Al investigar sobre las cooperativas del Nor-Oriente se encontró que el número de cooperativas activas es de doce en total, de las cuales los socios de once de ellas, se dedican al cultivo de hortalizas, y los socios de la restante el cultivo de café y cítricos.

La localización por Departamento, de las once cooperativas hortícolas, es la siguiente:

Baja Verapaz:

- 1) Cooperativa "Agrícola del Valle" ubicada en San Jerónimo.

Chiquimula:

- 2) Cooperativa Agrícola e Industrial "Centro Campesino", ubicada en Camotán.
- 3) Cooperativa Agrícola S.V. "Chiquimula", ubicada en la cabecera Departamental.

Jutiapa:

- 4) Cooperativa Agrícola "San Juan Bautista", ubicada en Moyuta.

Jalapa:

- 5) Cooperativa Agrícola "El Arado", ubicada en San Carlos Alzatate.
- 6) Cooperativa Agropecuaria "Las Brisas", ubicada en la Aldea Las Flores, Mataquescuintla.

Zacapa:

- 7) Cooperativa Agropecuaria Regional S.V. "De Oriente", ubicada en Teculután.
- 8) Cooperativa Agrícola "Motagua", ubicada en Cabañas
- 9) Cooperativa Agrícola "Gualán", ubicada en Gualán.
- 10) Cooperativa Agrícola "El Rosario", ubicada en la aldea El Rosario, Río Hondo.
- 11) Cooperativa Agrícola "La Fragua", ubicada en la Aldea La Fragua, Zacapa.

La investigación se llevó a cabo en las once cooperativas mencionadas.

3.4. Tipo de datos recopilados:

La investigación utilizada se obtuvo de fuentes primarias y secundarias. La información primaria fué recogida a base de entrevistas personales con los directivos de las cooperativas, para lo cual se elaboró un cuestionario que fué contestado por el autor en base a las informaciones que dieron los directivos.

Para la presentación del cuestionario a los directivos fué necesario el traslado del autor a las localidades o sedes de las cooperativas.

Las informaciones de carácter secundario, fueron obtenidas en el Departamento de Cooperativas del Ministerio de Agricultura y en los Archivos y publicaciones de dicho Departamento. Así también se visitó repetidamente a INDECA, Municipalidad capitalina y la Dirección General de Estadística.

Con el cuestionario se obtuvo información principalmente sobre la organización cooperativa, producción y formas de comercialización.

3.5. Métodos empleados:

El trabajo de laboratorio consistió en la tabulación manual de los datos recogidos, que fueron compilados, sintetizados, analizados y evaluados para determinar los principales objetivos del estudio y problemas que aquejan a las cooperativas del área bajo estudio.

Como resultado de este proceso, que incluye análisis tanto subjetivos como objetivos, se obtuvo un diagnóstico preciso del estado actual de las cooperativas y de sus problemas de producción y comercialización, que permitieron presentar algunas conclusiones sobre ello y ofrecer algunas recomendaciones para mejorar la comercialización de hortalizas en esas cooperativas.

4. PRESENTACION Y DISCUSION DE RESULTADOS

4.1. Organización de las Cooperativas: Descripción Individual.

4.1.1. Cooperativa Agrícola "Del Valle": Ubicada en el municipio de San Jerónimo, Baja Verapaz. Fundada en el año 1969, registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 176 y con un capital suscrito de Q. 2,880.00

Se inició con 24 socios y en la actualidad tiene 34, por lo que el incremento anual ha sido de 3.3. socios.

No tiene ningún bien en propiedad, el local que ocupa es alquilado. No tiene gerente y el personal se reduce únicamente a un contador y un bodeguero.

Las hortalizas cultivadas por los socios son, principalmente: tomate, chile pimiento y papa. En la actualidad, tiene contrato con una compañía norteamericana para la exportación de chile pimiento. Sus mercados nacionales han sido las fábricas transformadoras y el Mercado de La Terminal, zona 4, de la capital

Su crédito actual ante BANDESA es de Q. 138,000.00

Dentro de sus principales problemas se pueden mencionar:

a) El fracaso económico en el cultivo de la papa debido al ataque de enfermedades, y b) La escasez actual de mano de obra.

4.1.2. Cooperativa Agrícola e Industrial S.V. "Centro Campesino": Ubicada en el municipio de Camotán, Chiquimula. Fundada en el año 1971, registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 062 y con un capital suscrito de Q. 495.00

Se inició con 20 socios y actualmente tiene 25, por lo que

el incremento anual ha sido de 5 socios.

Posee en propiedad un edificio moderno, equipo de campo y de oficina, así como establos, gallineros, porquerizas, silos, bombas hidráulicas, ventiladores, terrenos y un camión para el transporte de los productos y materiales.

El personal está formado por: contador, piloto automovilista y tractorista.

Su principal mercado es La Terminal, Zona 4 de la Capital, en donde vende todos sus productos. No tiene contratos de producción para el país ni para la exportación. Las hortalizas que cultivan son: tomate, chile pimiento, berenjena, frijol y melón.

Actualmente no tiene crédito.

Su principal problema reside en que la extensión de tierra a trabajar es muy pequeña.

Esta cooperativa trabaja bajo el sistema comunal en donde todo es de todos, y todos trabajan para la cooperativa, no tienen sueldo porque en la liquidación se reparten los excedentes por igual.

- 4.1.3. Cooperativa Agrícola S.V. "Chiquimula": Ubicada en la cabecera Departamental del Departamento de Chiquimula. Fundada en el año 1969 y registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 235 y con un capital suscrito de Q. 20.000.00

Se inició con 35 socios y actualmente cuenta con 50, por lo que el incremento anual ha sido de 5 socios.

Posee un predio para construir su propio edificio, cuenta con equipo de oficina pero no con equipo agrícola.

El personal está formado por: gerente, oficinista, contador y bodeguero.

Sus mercados han sido una fábrica transformadora de plátano capital y el Mercado de la Terminal, zona 4 de la capital. No se han realizado exportaciones.

La hortaliza que más cultivan sus socios es el tomate, y en menor escala, el frijol.

El crédito que actualmente posee es de Q. 95,000.00 ante BANDESA.

El principal problema de la cooperativa reside en que la fábrica tiende a reducirles los volúmenes a entregar y a bajar los precios del tomate.

4.1.4. Cooperativa Agrícola "San Juan Bautista" : Ubicada en el municipio de Moyuta, Jutiapa. Fundada en el año 1970, registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 183 y con un capital suscrito de Q. 8,600.00.

Se inició con 20 socios y actualmente tiene 30, por lo que el incremento anual ha sido de 5 socios.

No tiene ningún bien en propiedad, no tiene empleados, a excepción del contador, el cual es pagado por la ANACAFE. La hortaliza que sus socios producen principalmente, es el frijol, el cual venden a intermediarios o en la capital.

Esta cooperativa se dedica principalmente al cultivo del café y su producción hortícola es muy limitada.

Actualmente no tiene ningún crédito.

Sus principales problemas son la falta de asesoramientos y de vehículos.

- 4.1.5. Cooperativa Agrícola "El Arado" : Ubicada en el municipio de San Carlos Alzatate, Jalapa. Fundada en 1968, registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 111 y con un capital suscrito de Q. 1550.00.

Se inició con 62 socios y actualmente tiene 22 por lo que el decremento anual es de 10 socios. Eso se debe a alimnación de morosos y retiros voluntarios.

Unicamente cuenta con una oficina-bodega y equipo agrícola. No tiene equipo de oficina.

El personal está formado por: gerente, contador, tractorista y bodeguero.

No tiene ningún contrato de producción, y sus mercados tradicionales en hortalizas se reducen a Jalapa, que es la cabecera departamental y a Asunción Mita. Dentro de las hortalizas que cultivan en muy pequeñas extensiones, se pueden mencionar: tomate, cebolla, frijol, brócoli y lechuga. Esta cooperativa se dedica principalmente al cultivo del trigo.

Su préstamo ante BANDESA es de Q. 19,500.00

Dentro de sus principales problemas están: a) Ningún asesoramiento, tanto en la producción como en la comercialización, de parte de dependencias estatatas, unicamente de parte

de la Grenial Nacional de Trigueros. b) Pésimas carreteras y c) Socios morosos.

4.1.6. Cooperativa Agrícola "Las Brisas": Ubicada en la Aldea Las Flores, del municipio de Mataquescuintla, Jalapa. Fundada en el año registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 149 y con un capital suscrito de Q. 1,550.00

Se inició con 42 socios y actualmente tiene 132 socios por lo que su incremento de socios en un año ha sido de 6

Esta cooperativa tiene en propiedad bodegas para el almacenamiento de café, siendo éste grano su principal producto. Su producción hortícola es muy limitada, pudiendose mencionar el frijol y la papa como principales.

Posee un préstamo de Q. 15,000.00 ante el Banco Inmobiliario.

Los principales problemas de la cooperativa pueden resumirse así: a) Ningún asesoramiento de dependencias estatales (únicamente la asesora el Movimiento Guatemalteco de Reconstrucción Rural), b) Malas carreteras y c) Falta de vehículos para el transporte de los productos.

4.1.7. Cooperativa Agropecuaria Regional S.V. de Oriente: Ubicada en el municipio de Teculután, Zacapa. Fundada en el año 1,965, registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 064 y con un capital suscrito de Q. 24,100.00

Se inició con 60 socios y actualmente tiene 206, por lo que el incremento anual ha sido de 20.8 socios.

Esta cooperativa es la más antigua del Nor-Oriente y la más grande en cuanto a socios y capital suscrito. Tiene representantes y asociados en los municipios de Río Hondo, Huité, Usumatlán, El Jicaro, San Agustín Acasaguastlán y otros

Posee en propiedad un moderno edificio, equipo de oficina y agrícola.

El personal está constituido por: gerente, contador, secretario, auxiliar de contabilidad, asesor agrícola, bodegueros, tractoristas y guardián.

Actualmente tiene contratos para la producción de hortalizas tanto para el mercado nacional, como para la exportación.

Su crédito actual ante BANDESA es de Q. 310,340.00

En 1971 esta cooperativa firmó contrato con la compañía EXIMCO para la exportación de pepino, pero la compañía no cumplió por lo que existieron muchos problemas y hubo necesidad de reducir el volumen a exportar.

4.1.8. Cooperativa Agrícola "Motagua": Ubicada en el municipio de Cabañas, Zacapa. Fundada en el año 1,968, registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 206 y con un capital suscrito de Q. 2,250.00.

Se inició con 41 socios y actualmente tiene 44, de donde su incremento anual ha sido de 0.75 socios.

Posee en propiedad un moderno edificio, equipo de oficinas pero no agrícola.

Posee contratos para la producción de tomate, con una fábrica transformadora de la capital y con una compañía norteamericana para la exportación de pepino y melón.

Su préstamo ante BANIESA es de Q. 86,000.00.

Sus principales problemas son las malas carreteras y ningún asesoramiento en la comercialización de sus productos.

- 4.1.9. Cooperativa Agrícola "Gualán": Ubicada en el municipio de Gualán, Zacapa. Fundada en el año 1,969, registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 215 y con un capital suscrito de Q. 2,800.00

Se inició con 24 socios, mismos que posee actualmente.

No tienen ningún edificio en propiedad, tiene equipo agrícola pero no de oficina.

El personal está formado por: contador, bodeguero y tractoristas.

Sus mercados nacionales son: una fábrica transformadora y el mercado de La Terminal de la zona 4, ambos de la capital. No han realizado exportaciones, pero buscan el mercado de Japón para la exportación de tomate ya enlatado, para lo cual tienen que poner una fábrica en el municipio.

Su crédito actual ante BANIESA es de Q. 40,000.00.

Esta cooperativa ha tenido problemas principalmente de organización y administración.

- 4.1.10. Cooperativa Agrícola "El Rosario": Ubicada en la aldea El Rosario del municipio de Río Hondo, Zacapa. Fundada en 1970 y registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 254 y con un capital suscrito de Q.3,300.00
Se inició con 29 asociados y en la actualidad tiene 33 por lo que su incremento anual de socios ha sido de 2.

No posee ninguna instalación en propiedad, pero sí, equipo de oficina y agrícola.

Su personal está formado por: gerente, contador y tractoristas, sus mercados nacionales han sido: una fábrica transformadora y el mercado de La Terminal, zona 4, ambos de la capital.

Su crédito ante BANDESA es de Q. 38,000.00

Las hortalizas cultivadas por los socios son: tomate, berenjenas, chile pimiento y frijol.

4.1.11. Cooperativa Agrícola "La Fragua": Ubicada en la aldea La Fragua, del municipio de Zacapa. Fundada en el año 1,970, registrada en el Departamento de Cooperativas Agrícolas del Ministerio de Agricultura con el número 262 y con un capital suscrito de Q. 750.00

Se inició con 15 socios y actualmente tiene 45, por lo que su incremento anual ha sido de 15 socios.

El personal está formado por: secretario, contador, bodeguero, guardián, jefe de planta y tractoristas.

Sus mercados nacionales han sido una fábrica transformadora y el mercado de La Terminal, zona 4 de la capital. En la actualidad, esta cooperativa tiene contrato con una compañía norteamericana para la exportación de pepino.

Tiene un edificio en propiedad, equipo agrícola y de oficina.

El principal problema que tienen los socios es el transporte de los productos por la falta de vehículos.

4.2. Organización de las cooperativas: Análisis del conjunto.

4.2.1. Organización y fines: La primera cooperativa activa del Nor-Oriente del país, fué fundada en el año 1,965, luego, de 1,968 a 1,971 se formaron las diez restantes.

La mayor parte se inició con un número de socios entre 15 a 50 que se consideran fundadores; existiendo sólo 3 casos en los que el número de socios iniciales fué mayor de 51.

Si se considera que el período total de estudio de estas cooperativas es de 7 años, el aumento en número de socios ha sido positivo y sostenido, exceptuando un caso en el cual, habiéndose iniciado la cooperativa con más de 51 socios, actualmente se mantiene con menos de 32. Esto puede explicarse más, al decir que a la fecha casi la mitad de las cooperativas poseen de 32 a 50 socios. (Ver cuadro No. 1)

Cuadro No. 1

Cooperativas del Nor-Oriente
Número de socios iniciales y actuales.

Iniciales	Actuales			Total	
	15-32	33-50	51-mas	No.	%.
15-32	3	3		6	54.6
33-50		2		2	18.2
51-mas	1		2	3	27.3
Total	No. 4	5	2	11	100 %
	% 36.4	45.5	18.20	100	

Fuente: Encuesta realizada.

En todas las cooperativas existe la libre adhesión. El aspirante a socio hace una solicitud por escrito ante la Junta Directiva, ésta la presenta la Asamblea General para su estudio y si es aceptada se le comunica al aspirante para que éste cumpla con los requisitos de ingreso, que consisten, en una cuota inicial y una aportación de capital. En algunas cooperativas la

solicitud tiene que ir acompañada por la recomendación de dos o más socios.

La cuota de ingreso varía de unas cooperativas a otras, predominando la cuota de Q. 1.00 la que se ha establecido en siete de ellas; luego en otras tres cooperativas la cuota es de Q. 2.00 y en la restante es de Q. 3.00.

La aportación de capital en cuatro cooperativas oscila entre Q. 25.00 y Q. 68.00; en otras cuatro está entre Q. 60.00 y Q. 112.00; y en las tres restantes se han fijado aportaciones de Q. 120.00, Q. 200.00 y Q. 500.00, respectivamente.

Esto indica que el 72.80 % de las cooperativas exigen de sus asociados una aportación no mayor de Q. 112.00.

La cuota de ingreso, dado su bajo valor, debe ser pagada desde que el aspirante es aceptado y registrado como socio. La aportación puede ser cancelada, por lo general, en cuatro pagos durante un año.

En todas las cooperativas, el interés limitado al capital está establecido en el 8 % anual.

Al investigar sobre la asistencia de los socios a las reuniones, se constató que en siete de ellas (63.70%), la asistencia era buena y solamente en una se observó la falta de muchos miembros.

El control democrático que debe existir en las cooperativas, se pudo comprobar que existe en las que se encuestaron, pues, en todas hay administración democrática descentralizada, siendo la Asamblea General, la máxima autoridad.

En relación a instalaciones, son pocas las cooperativas que cuentan con edificios propios, la mayor parte de ellas siguen el sistema de alquiler. Aquellas que poseen edificio propio, que únicamente son cuatro, lo han construido bien y estos reúnen condiciones muy aceptables, con oficinas y bodegas amplias, ventiladas y seguras. Una de las cooperativas no alquila, pero como edificio únicamente posee una bodega-oficina. En cuanto a facilidades de almacenamiento, solo una cooperativa posee silos.

Vale la pena mencionar que una cooperativa posee radiotransmisor y otra, teléfono, facilidades que les permiten mejor comunicación e información técnica y comercial.

Los gastos administrativos, en cuanto a personal, son bajos en la mayoría de las cooperativas. Solamente una ha encargado a más de cuatro diferentes personas las atribuciones de Gerente, Secretario, bodeguero y Tractorista. Las demás, reúnen en una o dos personas, todas las funciones a desempeñar.

Analizando puestos y salarios individualmente, se tiene que únicamente cuatro cooperativas tienen gerente y que solamente dos de ellas les pagan un salario mayor de Q. 127.00. De igual manera, cuatro han contratado los servicios de un secretario y sólo una de ellas paga más de Q. 85.00. El mayor salario de bodeguero sobrepasa los Q. 85.00, y aunque siete son las cooperativas que emplean a una persona para tal puesto, dicho salario se presenta una sola vez.

Los salarios de los tractoristas se mantienen entre Q. 37.00 y Q. 84.00; pero únicamente cuatro cooperativas tienen motivo para emplearlos. (Véase cuadro No. 2)

Cuadro No. 2.

Cooperativas del Nor-Oriente
Puestos y salarios del personal.

Salario	Gerente	Secretario	Bodeguero	Tractoristas.
5-20	1			
21-36			3	
37-52		1	1	1
53-68			2	2
69-84		2		1
85-110	1	1	1	
111-126				
127-mas	2			
Total:	4	4	7	4

Fuente: Encuesta realizada.

Otro de los principios que tienen que cumplir las cooperativas, es que debe existir en ellas neutralidad política y religiosa. Sin que signifique una afirmación, pues, faltaron elementos para comprobarlo, en dos cooperativas (18.20 %) no se pudo comprobar la neutralidad religiosa, ya que éstas son asesoradas por sacerdotes católicos, los que necesariamente tienen que influir en la orientación religiosa de los miembros de la cooperativa. En el resto, se puede afirmar que sí se cumple el principio. En todas no se observó influencia política.

Existen diferencias entre lo observado y los resultados de la encuesta realizada, en cuanto se refiere al fomento de la educación y proyección social. Se pudo comprobar que sólo una cooperativa satisface plenamente este principio, siendo ésta la cooperativa "El Centro Campesino" de Camotán, Chiquimula. En muy pocas de

ellas se realizan en forma esporádica cursillos sobre cooperativismo y enseñanza agrícola. Contrasta el hecho de que siete cooperativas informaron tener comités de educación.

Por otra parte, ocho de las cooperativas (72.80 %) afirmaron que promovían el bienestar social entre los asociados, siete de ellas afirmaron que ayudaban a su comunidad, en actividades sociales, festividades y deportes. Es significativo que sólo una de ellas informó tener Comité de Bienestar Social.

Las once cooperativas coincidieron al contestar que uno de los fines que buscan con el sistema cooperativo, es estabilidad y mejores precios. Otras respuestas que dieron al respecto fueron: mejorar la comercialización y lograr asistencia técnica, nuevos mercados y contratos de producción, créditos, defensa del agricultor y educación agrícola.

Diez cooperativas dejan generalmente entre el 10 % al 20 % de las utilidades como reserva, así también diez de ellas dejan porcentaje para educación y actividades sociales.

4.2.2. Financiación e Ingresos: En la mayoría de las fincas de la república se enfrentan dos problemas que prácticamente limitan las posibilidades de un desarrollo económico. Esto es más frecuente en las explotaciones pequeñas, y las del Nor-Oriente del país no se excluyen de esta situación. En primer lugar, la mayor parte de los agricultores no elaboran planes de trabajo ya que consideran que desde el punto de vista práctico, estos no son necesarios. En segundo término, y como consecuencia de lo anterior, cuando presentan sus solicitudes de capital, las fuentes de crédito las rechazan por considerar que no existe seguridad de recuperación.

Por lo anteriormente expuesto, el pequeño agricultor ha visto en el sistema cooperativo una forma de llegar más fácilmente a las fuentes de capital. Siendo este factor el principal para que los pequeños agricultores se agrupen en forma cooperativa.

Al investigar sobre solicitudes de capital hechas por las cooperativas del Nor-Oriente del país, se encontró que nueve de ellas han obtenido créditos mayores de Q. 15,000.00, existiendo una cuyo crédito otorgado sobrepasa los Q. 300,000.00. Ocho de estas cooperativas obtuvieron su crédito en BANDESA y la restante, en un banco particular.

Sin embargo, al tratar de establecer el resultado del uso de este capital (de manera subjetiva) se encontró que el estado actual de las economías de esas cooperativas, no es halagador en su mayor parte. En otras palabras, los ingresos que han obtenido los agricultores a raíz de la posesión de mayor cantidad de capital no han sobrepasado los costos de producción y comercialización realizados.

Otra forma en la cual las cooperativas bajo estudio superan sus necesidades para la producción y comercialización, es mediante la ayuda de instituciones públicas, privadas y extranjeras. En el cuadro No. 3 se presentan las dependencias del Sector Público Agrícola que ayudan a las cooperativas, ayuda que no se ofrece en forma regular por estos organismos.

Así también, se encontró que reciben ayuda y colaboración de instituciones internacionales y privadas, nueve de las cooperativas bajo estudio.

En diez de ellas, los suministros para la producción son obtenidos por las propias cooperativas y en la restante, por el socio en forma individual.

Cuadro No. 3.

Cooperativas del Nor-Oriente
Dependencias del Sector Público Agrícola que ayudan

	I N D E C A		D I G E S A		B A N D E S A	
	Sí reciben	Ninguna	Sí reciben	Ninguna	Sí reciben	Ninguna
No.	6	5	4	7	8	3
%	54.60	45.50	36.40	63.70	72.80	27.30

Fuente: Encuesta realizada.

4.3. Importancia de la Producción de Hortalizas en las Cooperativas:

La mayor parte de las cooperativas del Nor-Oriente, como ya se ha visto, tienen como principal producción, las hortalizas.

Es bastante significativo el hecho de que no existen estadísticas sobre la cuantía de la producción, no sólo de la que se logra a través de cooperativas como también para los departamentos de esa región. La línea de producción más importante la ha constituido el tomate, y aún de ese producto no se poseen datos que dan ilustrar la importancia de su producción en la región Nor-Oriental.

La investigación realizada, ha debido tomar en consideración la información existente en la Cooperativa Agropecuaria Regional de Servicios Varios de Oriente, R.L. (CARSVO). Esto con

el objeto de mostrar la importancia de los cultivos, así como la necesidad de mejorar su comercialización. Esta Cooperativa, durante el ciclo de actividades comprendido del 10. de enero de 1,968 al 30 de julio de 1,971 (cuatro ciclos anuales de producción) se ha llevado a cabo la siembra de maíz, tomate, pepino, melón, sandía, piña, pepinillo y otros. No fué sino hasta 1,971, que se dió inicio a programas de exportación. Por lo general, el producto ha sido vendido a fábricas transformadoras de la Capital.

La extensión sembrada también ha variado. Al cultivo del tomate, le sigue en importancia el de maíz y luego el cultivo del pepino, últimamente ha tomado gran auge.

Del valor de la producción considerados, resulta la importancia, tanto del sistema Cooperativo como de los cultivos que se realizan. Aunque vale la pena indicar que este valor llegó a ser mas alto (por lo menos en la cooperativa bajo estudio) antes de iniciarse el proceso de exportación.

Para mayor explicación en cada uno de estos aspectos, véase el cuadro No. 4.

Cuadro No. 4.

Cooperativas del Nor-Oriente
Producción de hortalizas en CARSVO, 1968-71

Año	Producto	Ext. sembrada Mz.	Producción Ton.	Valor Producción Q.	Consumidores.
1968	Tomate	*	11,374	614,303.53	Kerns, Sharp Ana Belly y Ducal
	Piña	*	73	3,473.83	Kerns y Ana Belly
	Pepinillo	*	5	525.22	Kerns y Ana Belly
1969	Tomate y Piña	*	7,079	383,225.63	B y B
	Tomate	*	2,320	125,802.32	Sharp Ana Belly, IMA.
	Tomate y chile	*	110	17,859.17	Ducal
	Pepinillo	*	*	1,828.88	B y B
1970	Tomate	2,400	12,243	661,221.29	Kerns, Sharp, Ana Belly y Ducal
	Pepinillo	*	*	279.24	B y B
	Pepino	700	*	697.95	Fyrco
1971	Tomate	1,600	5,637	304,512.19	Kerns, Ana Belly y Sharp.
	Pepino	960	1,220	71,403.58	Bruno Stragá General Broke- rage.

* Sin información
Fuente: Memorias de CARSVO.

4.4. La comercialización de hortalizas: El Proceso de Comercialización

La comercialización de los productos hortícolas en las cooperativas del Nor-Oriente, se inicia desde el momento en que se realiza la preselección en el campo. Esta preselección es efectuada por los mismos productores (en el caso de los mercados locales) y en la preclasificadora (en el caso de la exportación); tiene como principal objetivo efectuar un control sobre la calidad de los productos, cuidando que estén presentes características tales como: fruto sano, tamaño, limpieza, madurez, buen color y ausencia de deformaciones. Con esta práctica los socios de las cooperativas logran satisfacer el principio que dice: "Operar a la mejor calidad".

Luego, el socio entrega su producto a la Cooperativa (como sucede en seis de ellas), para que sea ésta la encargada de comercializar el producto. En otros casos (las cinco restantes) se entrega producto a la cooperativa y también a intermediarios; iniciándose así, la cadena de canales y mercados por los que pasa el producto hasta llegar al consumidor.

Estas cinco cooperativas restantes no cumplen con la práctica cooperativista que establece que la cooperativa únicamente debe operar con sus socios y éstos con su cooperativa.

Las cooperativas venden las hortalizas por caja de determinado peso, de acuerdo a la hortaliza de que se trate, esto sucede con el tomate, chile pimiento, pepino y berenjena. El frijol se vende por sacos, cuyo peso es generalmente de 1 quintal. Tanto el valor de las cajas como el de los sacos, no están incluidos en el precio del producto.

Los mercados en los cuales las cooperativas venden sus productos son los siguientes: seis de ellas entregan su producto a fábricas transformadoras de la capital, previo contrato con dichas fábricas y cinco han tenido contratos con compañías norteamericanas para la exportación de hortalizas a Estados Unidos. Además de utilizar estos canales, siete hacen uso del mercado de La Terminal, en la zona 4 de la capital y ocho venden en los mercados de sus localidades.

De acuerdo con los mercados, así es el control de calidad que se efectúa. Para la exportación el control es riguroso, ya que el fruto tiene que satisfacer los standars de calidad establecidos por los mercados norteamericanos. Las fábricas transformadoras también exigen calidad óptima. Para el mercado local y para el mercado de La Terminal, se envían los productos que son rechazados en la preclasificación para la exportación (chile pimiento, pepino y berenjena), y el producto que no haya clasificado para la fábrica (tomate). Es decir, que para estos mercados el control de calidad es ní nimo o no lo hay.

Se encontró que ocho cooperativas (72.80 %) tienen actualmente (momento de la encuesta) contratos para la producción de hortalizas algunas con fábricas transformadoras y otras con compañías exportadoras.

Al investigar sobre la forma de venta de las hortalizas en los diferentes mercados, se encontró que ocho de ellas venden sólo al contado y tres venden tanto al contado como al crédito. Por consiguiente, sólo el 72.80 % de las cooperativas cumple con el principio cooperativista de vender únicamente al contado. Hay que hacer notar, en el caso de la exportación de hortalizas, al recibir la

cooperativas el producto de los socios, lo envía a la compañía exportadora a Pómpano, Florida. Esta lo recibe a consignación y paga según el precio que alcance al momento de su llegada. Se han encontrado problemas porque la compañía amenaza demandando la liquidación para cancelar el producto.

Se deduce que existen problemas en la venta de los productos a estos mercados (que pueden considerarse tradicionales) ya que actualmente la totalidad de cooperativas busca nuevos.

Con respecto a los meses de venta, los de diciembre a marzo, son los de mayores ventas en los mercados nacionales, bajando en los meses de abril a mayo. En julio ninguna cooperativa informó tener ventas, principiando éstas de agosto a noviembre.

Se pudo determinar que cinco cooperativas han tenido problemas de índole económico debido a diversas causas, tales como: mala comercialización e incumplimiento de contratos por parte de la compañía exportadora, desconocimiento de la comercialización y sus funciones por parte de los cooperativistas y mal asesoramiento técnico. Así también, tres cooperativas informaron tener problemas en la recepción del producto, tanto en la fábrica transformadora como en la preclasificación para la exportación.

Las cooperativas tonateras del Nor-Oriente tuvieron el problema de que la fábrica transformadora pretendía reducirles los volúmenes a entregar y a bajar los precios, pero debido a una relación o cooperación intercooperativa lograron eliminar el problema, (al menos para el presente año) para lo cual tuvieron que entrevistarse con altos funcionarios públicos y con los directivos de la fábrica.

4.5. La comercialización de hortalizas: El transporte.

Para el transporte de los productos a los mercados nacionales la mayor parte de las cooperativas (91 %) utiliza vehículos de personas particulares contratados para el servicio. Sólo una cooperativa usa su propio vehículo. El flete se para para el traslado del producto desde las plantaciones hasta el mercado, por lo que no pasa por ningún centro de acopio. Se pudo determinar que cinco cooperativas tienen problemas con el transporte de sus productos debido a la falta de vehículos y malas carreteras.

El producto a exportar, es trasladado a puerto guatemalteco (generalmente Puerto Santo Tomás de Castilla), en furgones refrigerados pertenecientes a una Compañía contratada para tal efecto. Luego, el producto se embarca. Uno de los mayores problemas con que se tropieza en la actualidad para el incremento de las exportaciones de hortalizas, es que el productor (en este caso las cooperativas) están supeditadas a solamente una compañía de transportes con medios adecuados, la cual no cuenta con capacidad suficiente para movilizar los productos. En el año 1971-72 fueron solo cuatro cooperativas - las que exportaron y se tuvieron problemas de transporte, lo cual indica que el problema se agravará más cuando sean más cooperativas las que deciden exportar.

4.6. La comercialización de hortalizas: Los canales de comercialización

Como se indicó anteriormente, los canales de comercialización corresponden a la serie ininterrumpida de intermediarios y de mercados a través de los cuales pasan las mercancías desde el productor hasta el consumidor. En este estudio corresponden a los distintos intermediarios por los que pasan las principales hortalizas cul-

tivadas y comercializadas por las cooperativas del Nor-Oriente, desde la entrega de llas por los socios hasta que llegan a los consumidores.

Las figuras números 1, 2, 3, 4 y 5, ilustran sobre los canales de comercialización que siguen las hortalizas: tomate, chile pimiento, berenjena y frijol respectivamente, cuando son comercializadas por las cooperativas de la zona Nor-Oriental.

Las figuras indican que por lo general, los socios entregan la mayor parte de su producto a la Cooperativa para que sea ésta la encargada de comercializarlo. Cuando se trata de mercado local, entregan producto a camioneros intermediarios o venden directamente al mercado capitalino. Por otra parte algunos productores independientes entregan producto a las cooperativas. En ninguno de los casos es posible cuantificar con precisión, el volumen de ventas a camioneros intermediarios y al mercado capitalino. Es frecuente también que un productor independiente, de su producto a un productor asociado, para que éste haga la entrega a la Cooperativa como producción propia.

como puede observarse en los gráficos, la única hortaliza que llega a los mercados de Centro América, mediante previo procesamiento en las fábricas transformadoras en donde es elaborado y enlatado o embotellado, es el tomate. Así, mismo, la única hortaliza que pasa a mercados centroamericanos, principalmente al salvadoreño, como fruta fresca, es el pepino.

Lo que sucede con este último es que ca - - - - -

misioneros salvadoreños lo compran en la Cooperativa "La Fragua" de Zaocapa, lo trasladan al Salvador y envían una parte del producto a Nicaragua. En la cosecha del año 1971-72 éstos misioneros absorvieron el 30 % del producto rechazado en la proclasificación para Estados Unidos.

TOMATE

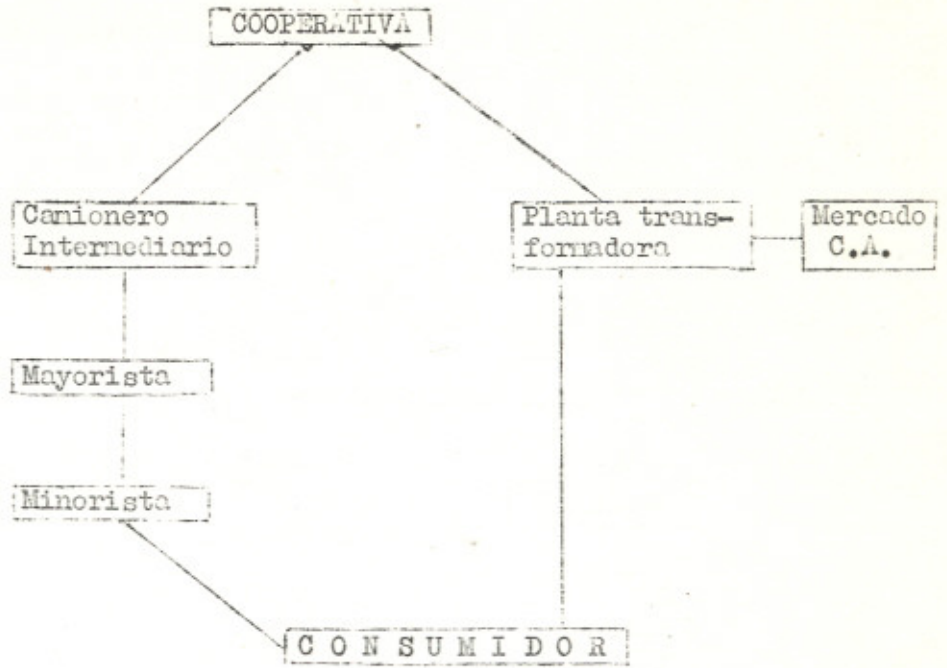


Figura No. 1

CHILE PIMIENTO

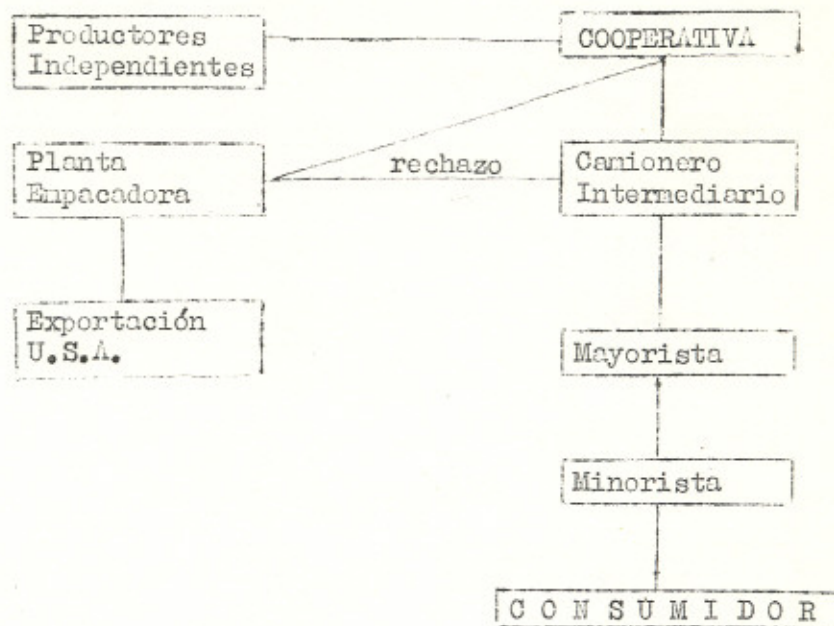


Figura No. 2.

PEPINO

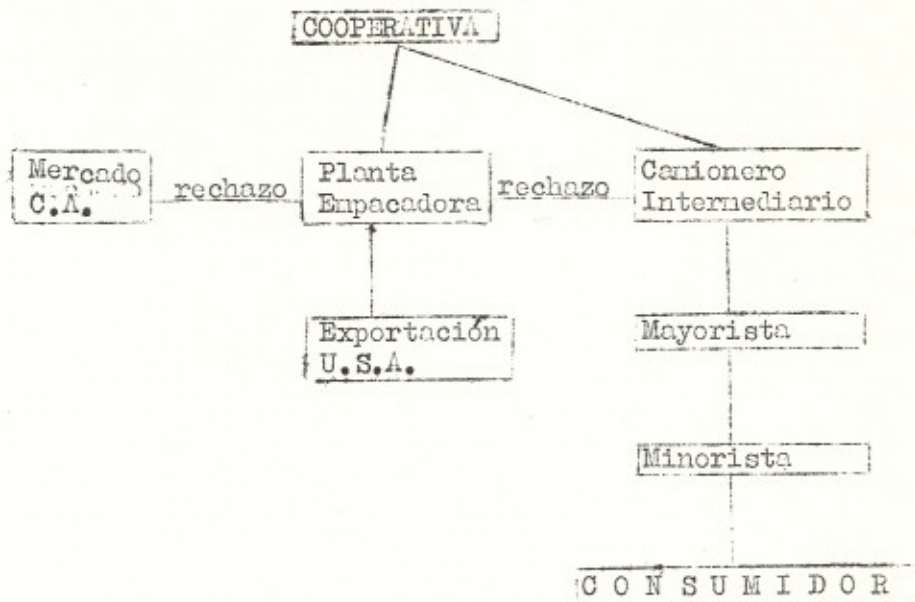


Figura No. 3.

B E R E N J E N A

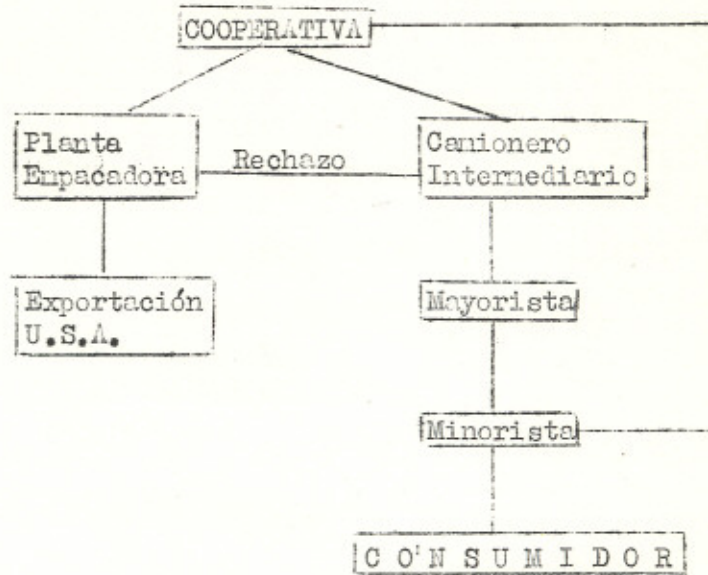


Figura No. 4.

FRIJOL

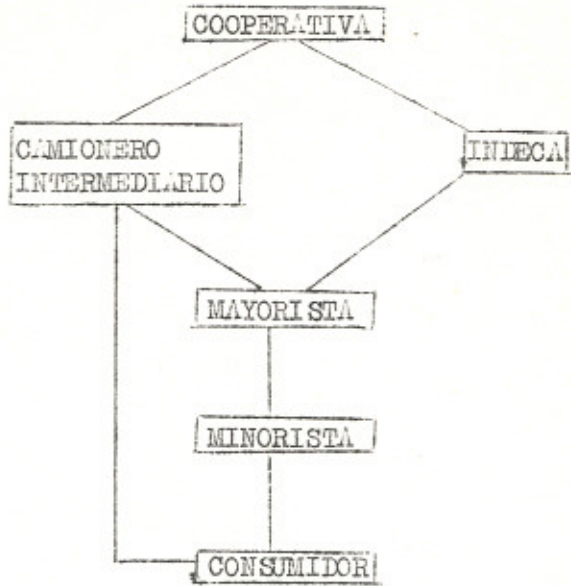


Figura No. 5.

4.7. La comercialización de hortalizas: los márgenes de comercialización.

Recibe el nombre de "Márgen de comercialización total" la diferencia entre el precio pagado por el primer comprador y el que paga el último comprador de un producto determinado. Las diferencias que existen entre los precios pagados por dos compradores intermediarios reciben el nombre de "Márgenes parciales". Si éstos se expresan en por cientos se llaman "Márgenes relativos" y si nó, "absolutos".

Así mismo el término "precio agrícola" se otorga al valor de los precios de los productos y de los materiales utilizados a través de todas las fases de comercialización.

El cálculo de los márgenes, entonces, supera los costos de la comercialización y los precios de los productos en cada una de sus fases o procesos comerciales de compra-venta.

En relación a los precios, uno de los grandes problemas que confrontan las cooperativas dedicadas al cultivo de hortalizas, en nuestro medio y en casi todo el mundo, se debe al hecho de que los precios son muy fluctuantes, aún de un día para otro. Al investigar sobre este aspecto, siete de las cooperativas bajo estudio afirmaron tener el problema de la fluctuación, mientras las cuatro restantes indicaron que los precios a los cuales vendían eran fijos; pero esto se debe a que éstas cuatro entregan todo su producto (tomate) a una fábrica transformadora, en donde, el contrato establece que el precio por tonelada de tomate es de Q. 54.00 en cualquier época de entrega, es decir, que en este caso el precio se establece anterior a la entrega del producto, cosa que no sucede en los demás mercados, principalmente el de exportación en donde, la venta tiene que hacerse al precio que el mercado tenga en el momento de la llegada del

producto.

Por otra parte, los márgenes de comercialización están compuestos de los costos de la comercialización y las ganancias de la operación. Los principales costos fijos de los márgenes comerciales son el transporte, los salarios, los impuestos, los intereses y las rentas.

En el caso de las hortalizas estudiadas, los costos comerciales del productor comprenden el impuesto pagado a las alcaldía municipales, el que generalmente oscila entre Q.0.02 y Q.0.03 por caja de hortalizas y es de Q.0.05 por cada quintal de frijol. (Dos cooperativas informaron no pagar el impuesto municipal). También deben ser incluidos los gastos por empaque de cajas, preclasificación (para la exportación), clasificación (para la fábrica transformadora), flete terrestre, flete marítimo, aforo arancelario, empaque, manejo e inspecciones varias que son cargados al productor.

En la determinación de los márgenes de comercialización, los precios fueron obtenidos de la siguiente manera: los precios de venta de los productores en las propias cooperativas y con productores independientes. Los precios de venta de los camioneros intermedarios se tomaron directamente de ellos, estableciéndose que cobran Q.0.25 por transportar cada caja de hortalizas y obtienen Q.0.05 de ganancia por cada caja vendida por ellos mismos. El precio del mayorista se obtuvo de las medias mensuales existentes en los archivos de INDECA. Los precios pagados al minorista por parte del consumidor, se obtuvieron de los archivos del Departamento de Abastos y Mercadeo de la Municipalidad de Guatemala, éstos son por unidad o fruta en el caso del pepino y la berenjena y por docena en el caso

del chile pimiento, por lo que hubo necesidad de trasladar estos datos a cajas de hortalizas. Los precios encontrados para el tomate sí fueron por caja.

Para cada una de las hortalizas bajo estudio, se calculó el valor de los márgenes para los meses que fueron posibles de obtener en las cooperativas (precios pagados al productor). Dada la característica de los precios de los productos se pensó que debían de existir datos de varios años pero se tropezó con el inconveniente de que no existen en ninguna de las fuentes consultadas, por lo cual su uso debe efectuarse tomando en consideración esa restricción.

4.7.1. Tomate: Los precios del productor fueron obtenidos en la cooperativa agropecuaria Regional S.V. de Oriente, R.L., de Teculután, Zacaapa para los meses indicados en el cuadro No. 5.

Los márgenes del productor obtenidos para los tres meses son 55.25 %, 22.94 % y 37.84 %, lo que indica que solo durante el primer mes superaron al de comercialización. El valor de la caja para el consumidor fué el mismo para febrero y mayo, y no obstante eso en mayo el margen comercial (77.05 %) supera mas ampliamente al del productor y en febrero el margen del productor es más alto que el de comercialización.

Cuadro No. 5.

<u>Comercialización de hortalizas en las cooperativas: Tomate.</u>			
<u>Mes de febrero 1972</u>			
	<u>Precio Venta</u> Q. caja.	<u>Márgen absoluto</u>	<u>Márgen relativo</u>
Productor	1.88	1.88	55.25
Camionero	2.18	0.30	8.88
Mayorista:	2.99	0.81	23.82
Minorista:	3.40	0.41	12.05
Consumidor:		<u>3.40</u>	<u>100.00 %</u>
<u>Mes de mayo de 1972</u>			
Productor	0.78	0.78	22.94
Camionero	1.08	0.30	8.82
Mayorista	3.00	1.92	56.47
Minorista	3.40	0.40	11.76
Consumidor		<u>3.40</u>	<u>100.00 %</u>
<u>Mes de junio de 1972</u>			
Productor	1.47	1.47	37.84
Camionero	1.77	0.30	7.62
Mayorista	3.50	1.73	43.58
Minorista	3.94	0.44	11.16
Consumidor		<u>3.94</u>	<u>100.00 %</u>
<u>Promedio de los tres meses:</u>			
Productor	1.37	1.37	38.26
Camionero	1.67	0.30	8.39
Mayorista	3.16	1.49	41.32
Minorista	3.58	0.42	12.03
Consumidor		<u>3.58</u>	<u>100 00 %</u>

4.7.2. Chile pimiento: El precio del productor fué obtenido en la cooperativa Agrícola Del Valle R.L. de San Jerónimo, Baja Verapaz, para los meses indicados en el cuadro No. 6.

El precio del consumidor fué obtenido en la Municipalidad Capitalina y resultó ser de Q.0.30 la docena, y además se estableció que la caja de chile pimiento tiene 80 unidades del tamaño mediano, de ahí el precio que se observa en los cálculos.

El margen del productor (14.38 %, 15.15 % y 12.63 %) es superado ampliamente en los tres meses por el margen de comercialización (85.82 %, 85.76 % y 87.37 %) y ambos márgenes se mantienen sin variaciones de significancia.

El margen obtenido por el mayorista es el más alto para los meses de marzo y mayo, siendo superado solo en abril por el minorista.

Cuadro No. 6.

Comercialización de hortalizas en las cooperativas: Chile.

Mes de marzo 1972

	<u>Precio Venta</u>	<u>Márgen absoluto</u>	<u>Márgen relativo</u>
Productor	0.28	0.28	14.38
Canionero	0.58	0.30	15.15
Mayorista	1.75 *	1.17	59.06
Minorista	1.98	0.23	11.61
Consumidor		<u>1.98</u>	<u>100.00 %</u>

Mes de abril 1972

Productor	0.25	0.25	12.63
Canionero	0.55	0.30	15.15
Mayorista	0.85	0.30	15.15
Minorista	1.98	1.13	57.07
Consumidor		<u>1.98</u>	<u>100.00 %</u>

Mes de mayo 1972

Productor	0.30	0.30	15.15
Canionero	0.60	0.30	15.15
Mayorista	1.75	1.15	59.00
Minorista	1.98	0.23	11.61
Consumidor		<u>1.98</u>	<u>100.00 %</u>

Promedio de los 3 meses

Productor	0.27	0.27	13.63
Canionero	0.57	0.30	15.15
Mayorista	1.45	0.88	44.44
Minorista	1.98	0.53	26.78
Consumidor		<u>1.98</u>	<u>100.00 %</u>

4.7.3. Pepino: El precio del productor fué obtenido en la cooperativa Agropecuaria Regional de S.V. de Oriente, R.L. de Teculután, Zacapa, los que fueron comparados con los obtenidos en la Cooperativa "La Fragua", de la aldea La Fragua, Zacapa, para tener una mejor visión sobre los márgenes de este producto. Los cálculos para determinar el valor por caja se hicieron considerando que la caja de pepino tiene 30 pepinos, de ahí el valor Q. 2.00 que aparece en los cálculos.

En ambos meses el margen comercial (87.00 y 74.00 %) supera ampliamente al margen del productor (23.00 y 26.00%). Los márgenes obtenidos por el camionero, mayorista y minorista, se mantienen sin variaciones importantes, pero hay que hacer notar que en el proceso comercial de este producto, es el minorista el que obtiene los márgenes más altos.

Cuadro No. 7.

<u>Comercialización de hortalizas en las cooperativas: Pepino.</u>			
<u>Mes de mayo, 1972</u>			
	<u>Precio Venta</u> Q. caja.	<u>Márgen absoluto</u>	<u>Márgen relativo.</u>
Productor	0.46	0.46	32.00
Camionero	0.76	0.30	15.00
Mayorista	1.19	0.42	21.50
Minorista	2.00	0.81	40.50
Consumidor		<u>2.00</u>	<u>100.00 %</u>
<u>Mes de junio de 1972</u>			
Productor	0.52	0.52	26.00
Camionero	0.82	0.30	15.00
Mayorista	1.31	0.49	24.50
Minorista	2.00	0.69	34.50
Consumidor		<u>2.00</u>	<u>100.00 %</u>
<u>Promedio de los dos meses</u>			
Productor	0.47	0.47	24.50
Camionero	0.79	0.30	15.00
Mayorista	1.25	0.46	23.00
Minorista	2.00	0.75	37.50
Consumidor		<u>2.00</u>	<u>100.00 %</u>

4.7.4. Berenjena: El precio del productor fué obtenido en la Cooperativa "El Rosario" de la aldea El Rosario, Río Hondo, Zacapa, el mismo corresponde a la media obtenida por la cooperativa en la Terminal de la Zona 4.

El precio obtenido en la Municipalidad de la capital fué de cinco centavos por unidad de berenjena, por lo que se consideró que la caja de berenjena tiene 30 unidades de ahí el precio de Q. 1.50 que aparece en los cálculos para el consumidor.

En éste producto el márgen de comercialización (53.44%) supera al del productor (46.66%), pero todos los márgenes están mejor distribuidos que en las demás hortalizas consideradas en este estudio.

En el proceso comercial de la berenjena, el agricultor es el que obtiene el márgen mas alto, siguiendole el mayorista y el minorista es el que obtiene la ganancia menor (Véase cuadro No. 8).

Cuadro No. 8. Comercialización de hortalizas en las cooperativas, Berenjena.

	<u>Precio Venta</u> Q. caja.	<u>Márgen' absoluto</u>	<u>Márgen relativo</u>
Productor	0.70	0.70	46.66
Mayorista	1.20	0.50	33.44
Minorista	1.50	0.30	20.00
Consumidor		1.50	100.00 %

4.8. Comercialización de hortalizas: Exportación.

Guatemala es un país principalmente agrícola. Su estructura económica gira al rededor de las exportaciones de tres o cuatro productos en los que predominan el café, algodón, banano y carnes frescas. Estos productos están sujetos a cuotas de exportación y a la fluctuación de los precios en el mercado internacional, esto hace que

La economía nacional se resienta frecuentemente.

Por lo dicho anteriormente se ha hecho necesario exportar otros productos para la diversificación de la agricultura nacional y tener nuevos fuentes de divisas. Las hortalizas están clasificadas dentro de estos nuevos grupos de productos exportables. Y de allí la importancia de conocer el sistema de comercialización externa que éstos siguen. Por tener la región Nor-Oriental del país condiciones ideales para el cultivo de hortalizas, es en esta zona en donde se ha concentrado la exportación de estos productos.

La exportación de hortalizas fué iniciada por la cooperativa Agropecuaria S.V. de Oriente de Teculután, Zacapa, en el año 1970 habiendo obtenido resultados poco satisfactorios, debido a la falta de planificación de todas las actividades y el incumplimiento de la compañía intermediaria.

Hasta el momento son 5 las cooperativas del Nor-Oriente que han efectuado exportaciones hortícolas, las seis restantes (54.60%) no han tenido ninguna proyección comercial en este sentido. El destino que han tenido las hortalizas ha sido Pómpano Beach, Florida en Estados Unidos.

En todas las exportaciones del año 1971-72, las cooperativas han sido asesoradas tanto en la planificación como en la producción, comercialización y créditos, por las dependencias estatales INDECA, DIGESA, BANDESA, pero los resultados obtenidos distan mucho de los planificados.

Los meses en los cuales se han realizado dichas exportaciones han sido los comprendidos entre el período de noviembre a mayo; aprovechando que en este período no hay producción hortícola en los

Estados Unidos debido a las bajas temperaturas.

De las hortalizas estudiadas en este trabajo, las cooperativas del Nor-Oriente exportaron a Pompano Beach, Florida, las siguientes: Chile pimiento, pepino y berenjena.

La forma en la cual las cooperativas fijan sus cantidades a cada socio, es a base de la demanda que haga la compañía exportadora, pero han existido casos en los cuales se hace en base a lo que cada socio pueda sembrar.

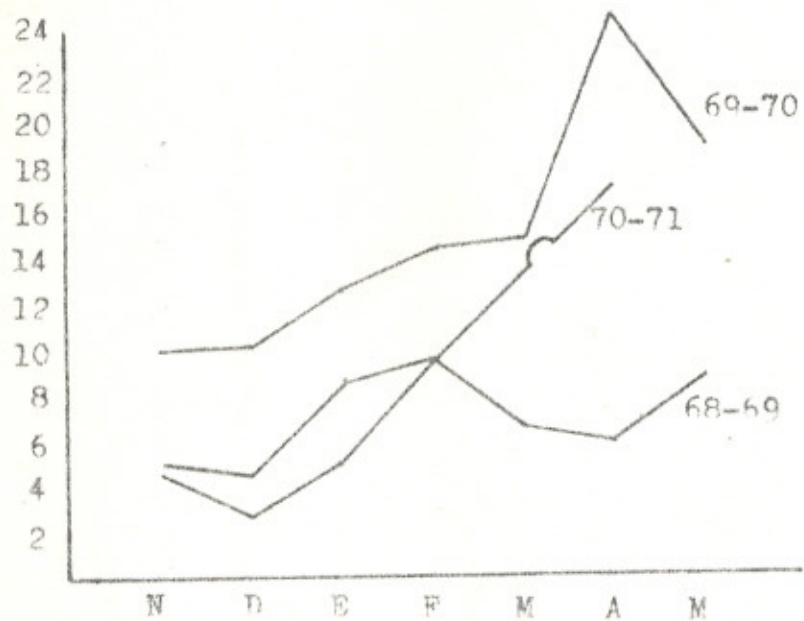
Para su venta, se han establecido varios tipos y tamaños entre las hortalizas a exportar, y de allí la necesidad de la preclasificación. Los de chile son: medium, largo, extralargo, mediano, grande y pequeño. Los tipos de pepino son: Super selecto, selecto y Carton size. La berenjena no se vende por tipos.

Un resumen de los precios de estas hortalizas en el período de 1968-69 a 1970-71, nos indica que no existe una relación creciente o decreciente de un año a otro, pero que sí la hay entre el precio de un tipo con otro, de la misma hortaliza. Este último caso se ilustra, por ejemplo, indicando que la variación del precio por caja de pepino Super-selecto a través de los meses de 1968-69 es la misma para los mismos meses de dicho año para el pepino selecto y carton-size (Véase cuadro No. 9 y figura No. 7)

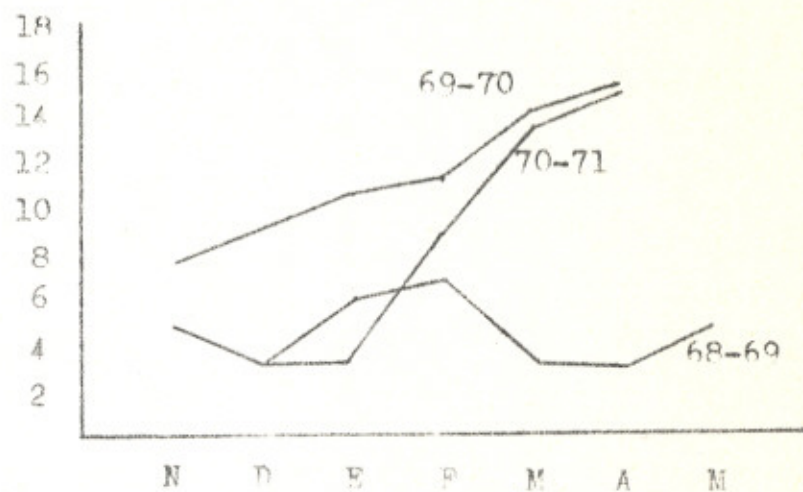
Cuadro No. 9

<u>Comercialización de hortalizas: Exportación.</u>								
Hortalizas	Año	Novbre.	Dicbre.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
<u>Pepino:</u>								
Super-Selecc.	68-69	.	19.00	9.40	6.00	6.63		
Super-selec.	69-70		8.56	10.90	10.25	9.81		
Selecta	68-69	6.78	20.61	9.88	7.31	2.16	2.18	6.88
Selecta	69-70	5.81	9.44	12.25	11.25	10.25	12.00	5.75
Selecta	70-71	4.06	4.94	5.88			13.92	
Cartons	68-69			3.33	2.08	2.31		
<u>Chile:</u>								
Medium	68-69	3.69	3.13	5.25	5.56	2.69	2.53	3.75
Medium	70-71	3.75	2.09	4.31	6.50	16.00	14.00	
Largo-Extr.	68-69	5.00	4.67	8.84	9.33	6.00	5.84	8.42
Largo-Extr.	69-70	10.00	10.21	12.83	14.19	14.68	22.42	18.75
Largo-Extr.	70-71	4.75	2.95	4.70	9.50		16.75	
Medio-grande	68-69	4.81	3.41	6.00	6.44	3.38	3.00	4.50
Medio-grande	69-70	7.94	9.00	10.96	11.06	14.06	15.00	
Medio-grande	70-71		3.38	3.44	9.00	13.50	2.17	
Pequeño-medio	69-70	2.87	2.75	4.30	4.63	2.19	10.38	2.75
Pequeño	70-71	2.62	1.51	2.00	3.75	14.00	.	
<u>Berenjena:</u>								
	68-69	4.95	4.88	4.45	4.00	3.81	3.25	2.88
	69-70	3.88	4.54	5.37	4.75	6.60	4.97	6.13
	70-71	2.07	1.84	2.62	2.69	5.81	4.35	4.50

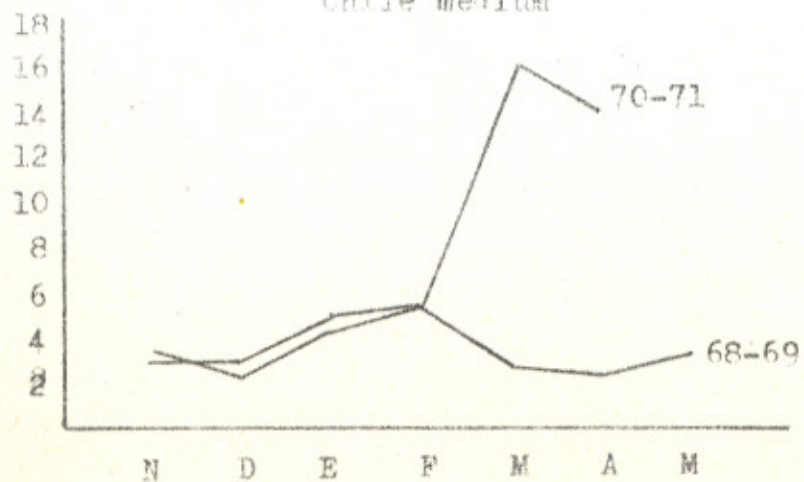
Chile Largo-extralargo



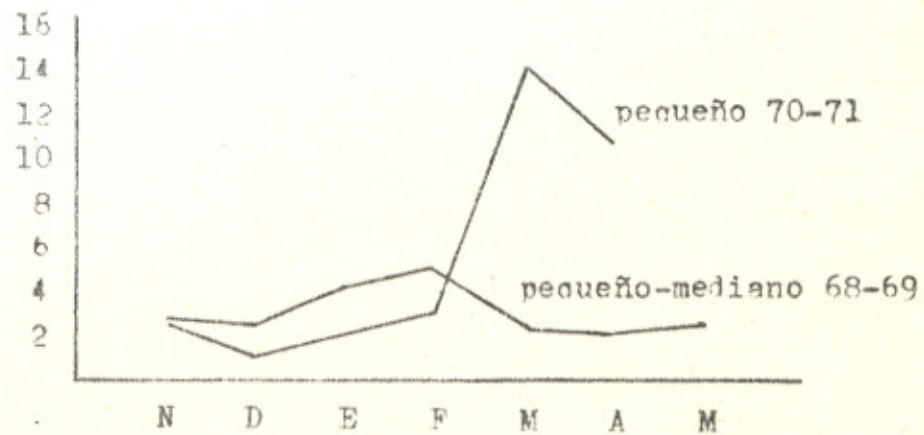
Chile mediano-grande



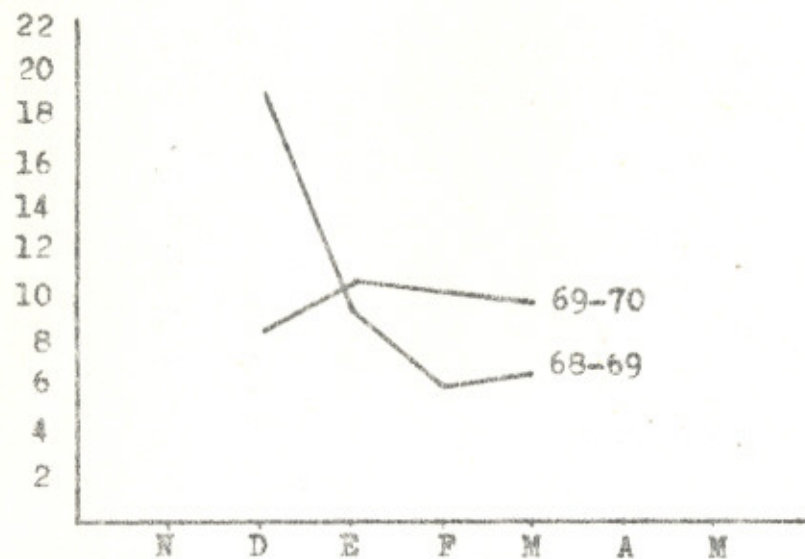
Chile medium



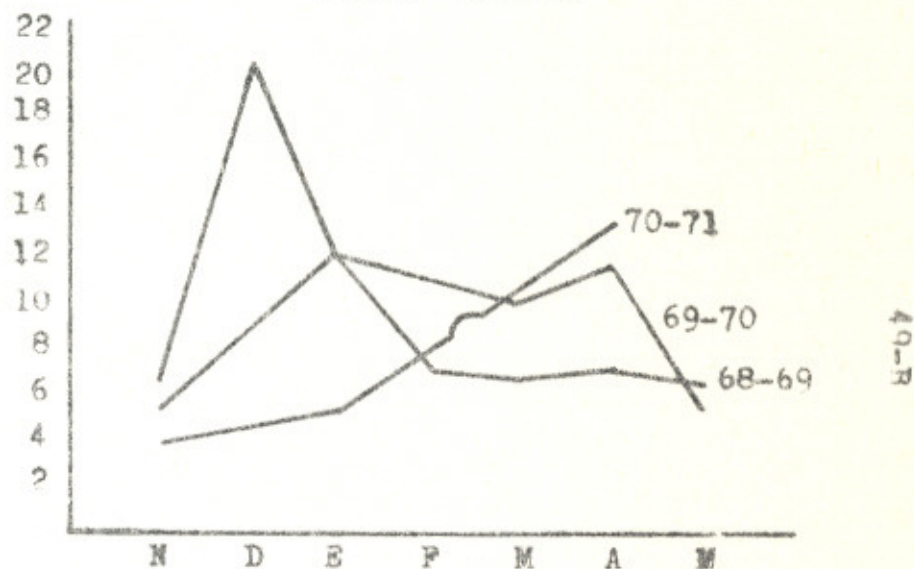
Chile pequeño-mediano y mediano



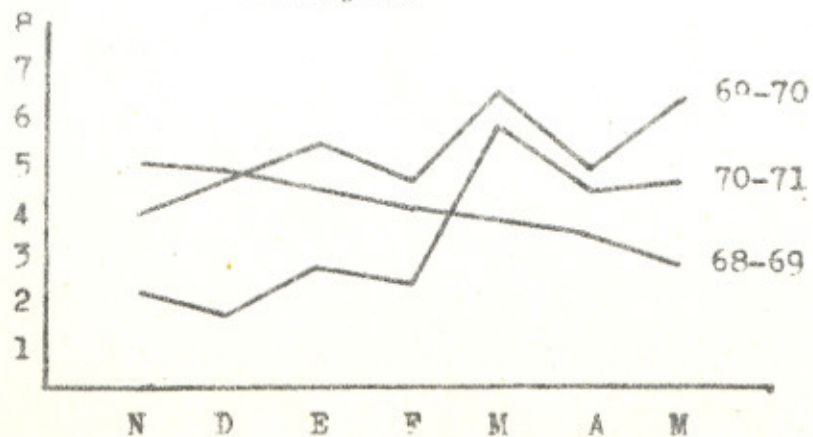
Pepino Super-selecto



Pepino Selecto



Berenjena



Figs. No. 7

Fuente: INDECA

Exportaciones guatemaltecas (Chile, pepino y Berenjena), de 1968-1971.

5. CONCLUSIONES

1. La presencia de las cooperativas en la agricultura, obedece a que este tipo de organización, proporciona a los pequeños agricultores la posibilidad de alcanzar ventajas que le son difíciles de obtener de manera individual. Además, tomando en cuenta que la agricultura es el sector más atrazado en los países subdesarrollados, la organización cooperativa ofrece mejores alternativas para mejorar el nivel económico del pequeño agricultor.
2. La comercialización constituye en gran parte un problema de adaptación de la producción a la demanda. El agricultor, individualmente, no puede reajustar con rapidez su producción. Con frecuencia, sólo le es posible hacerlo después de un período de tanteo que dura varias temporadas. En tal situación como está solo, su posición resulta muy débil, de donde su asociación con otros agricultores viene a ser la solución a sus problemas de producir y comercializar.
3. La principal ocupación de los habitantes de la región Nor-Oriental de Guatemala, es la agricultura. Dicha región posee climas y suelos que ofrecen oportunidad para desarrollar una economía productiva y diversificada, principalmente basada en la producción de cultivos de ciclo corto, tales como el tomate, melón, pepino, chile pimiento, etc. Estos cultivos ya están siendo producidos en la región, y sirven para el abastecimiento del mercado nacional, fábricas transformadores y últimamente para la exportación.
4. La comercialización cooperativa es el sistema mediante el cual un grupo de agricultores u horticultores se unen para llevar a cabo uno solo o todos los procesos que esta actividad conlleva. Sus objetivos son: racionalizar el sistema de comercialización, manejar productos mejor clasificados y en mayores cantidades, eliminar métodos inadecuados e intermediarios innecesarios, y asegurar una parte mayor del precio que paga el consumidor.

5. La mayor parte de las cooperativas bajo estudio, se inició con un número de socios entre 15 a 50 que se consideran fundadores, existiendo solo tres casos en los que el número de socios iniciales fué mayor de 51.

Si se considera que el período total de estudio de estas cooperativas es de 7 años, el aumento en número de socios ha sido positivo y sostenido, exceptuando un caso en el cual, habiéndose iniciado la cooperativa con más de 51 socios, actualmente se mantiene con menos de 32.

6. Los gastos administrativos, en cuanto a personal, son bajos en la mayoría de las cooperativas. Solamente una ha encargado a más de cuatro diferentes personas las atribuciones de Gerente, Secretario, Bodeguero y tractorista. Las demás, reúnen en una o dos personas todas las funciones a desempeñar.
7. En la mayoría de las fincas de la república se enfrentan dos problemas que prácticamente limitan las posibilidades de un desarrollo económico. Esto es más frecuente en las explotaciones pequeñas, y las del Nor-Oriente no se excluyen de ésta situación.
8. Es bastante significativo el hecho de que no existen estadísticas sobre la cuantía de la producción, no solo de la que se logra a través de cooperativas como también para los departamentos de esa región.
9. Los mercados en los cuales las cooperativas venden sus productos son los siguientes: seis de ellas entregan su producto a fábricas; y cinco han tendido contratos con compañías exportadoras norteamericanas para la exportación de hortalizas a Estados Unidos. Además de utilizar estos canales, siete hacen uso del mercado de La Terminal, en la zona 4 de la capital y ocho venden en los mercados de sus localidades.

10. En el caso de la exportación de hortalizas, al recibir la cooperativa el producto de los socios, lo envía a la compañía exportadora a Pómpano, Florida. Esta lo recibe a consignación y paga según el precio que alcance al momento de su llegada.
11. Uno de los mayores problemas con que se tropieza en la actualidad para el incremento de las exportaciones de hortalizas, es que el productor (en este caso las cooperativas), está supeditado a solamente una compañía de transportes con medios adecuados, la cual no cuenta con capacidad suficiente para movilizar los productos. En el año 1972-72 fueron solo 4 cooperativas las que exportaron y se tuvieron los problemas del transporte, lo cual indica que el problema se agravará más cuando sean más cooperativas las que deciden exportar.
12. Por lo general, los socios entregan la mayor parte de su producto a la cooperativa para que sea ésta la encargada de comercializarlo. Cuando se trata de mercado local, entregan producto a camioneros intermediarios o venden directamente al mercado capitalino. Por otra parte, algunos productores independientes entregan producto a las cooperativas. En ninguno de los casos es posible cuantificar con precisión, el volumen de ventas a camioneros intermediarios y al mercado capitalino.
13. La única hortaliza que llega a los mercados de Centro América, mediante previo procesamiento en las fábricas transformadoras en donde es elaborado y enlatado o embotellado es el tomate. Así mismo, la única hortaliza que pasa a mercados centroamericanos, principalmente el salvadoreño, como fruta fresca, es el pepino.
14. En el caso de las hortalizas estudiadas, los costos comerciales del productor comprenden el impuesto pagado a las alcaldías Municipales el que generalmente oscila entre dos y tres centavos por caja de hor-

talizas y es de cinco centavos por quintal de frijol (dos cooperativas informaron no pagar ningún impuesto). También deben ser incluidos los gastos por empaque de cajas, preclasificación (en el caso de la exportación), clasificación (en el caso de fábricas transformadoras), flete terrestre, flete marítimo, aforo arancelario, empaque, manejo e inspecciones varias que son cargados al productor.

15. En todas las exportaciones del año 1971-72, las cooperativas han sido asesoradas tanto en la planificación como en la producción, comercialización y créditos por las dependencias estatales INDECA, DIGESA y BANDESA, pero los resultados obtenidos distan mucho de los planificados.

6. LITERATURA CITADA

1. ABBOT, J.C. Los problemas de la comercialización y medidas para mejorarla. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Guía de comercialización No. 1, segunda edición. 1966. 294 p.
2. BARRASCOUT, G. Cooperando. Departamento de Cooperativas Agrícolas, Ministerio de Agricultura. Segunda edición, Guatemala, C.A., 1971.
3. CARTAY ANGULO, R. La Comercialización de café en Costa Rica a través de cooperativas. Turrialba, Costa Rica, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la O.E.A., 1969. 150 p.
4. CENTRO REGIONAL DE AYUDA TÉCNICA. Las Cooperativas Agrícolas en los Estados Unidos, Boletín FCS. Num. 1. México 1967.
5. _____ . Como iniciar una Cooperativa, primera edición al español, México, 1966.
6. _____ . Organización y dirección de Juntas Anuales de Cooperativas, Circular educativa, México/Buenos Aires, 1967.
7. _____ . Lecciones básicas sobre Cooperativismo, folleto informativo, segunda edición, México, 1966.
8. _____ . Disposiciones contenidas en los estatutos de las principales cooperativas agrícolas, Informe general No. 78. México/Buenos Aires, 1967
9. _____ . Administración de Cooperativas Agrícolas, circular educativa No. 17, México/Buenos Aires, 1967.
10. _____ . Informe del primer seminario sobre fomento de Mercadotecnia y cooperativas agrícolas en la América Latina y en el Caribe, Kingston, Jamaica, 1961.
11. DEPARTAMENTO DE COOPERATIVAS AGRÍCOLAS. Proyecto de estatutos. Ministerio de Agricultura, novena edición, Guatemala, C.A., 1971
12. _____ . Legislación cooperativa, Ministerio de Agricultura, tercera edición, Guatemala, C.A., 1971
13. _____ . Proyecto de reglamento interno para cooperativas agrícolas, Ministerio de Agricultura, Guatemala, C.A., 1971
14. GANDARA, F. Introducción al estudio de la administración cooperativa, Departamento de Cooperativas Agrícolas, Ministerio de Agricultura, segunda edición, Guatemala, C.A., 1967.

15. INSTITUTO NACIONAL DE COMERCIALIZACION AGRICOLA. Análisis Agro-económico de la producción y exportación de pepino de la zona Nor-Oriental de Guatemala durante el período de octubre de 1970 a marzo de 1971, Ministerio de Agricultura, Guatemala, C.A., 1971
16. MINISTERIO DE AGRICULTURA-BANCO DE GUATEMALA. Seminario sobre el Fomento de exportación de frutas y hortalizas frescas, Guatemala, C.A., 1970.
17. OLSEN, O. Cooperativas de Agricultores, Manual Formados, Centro Regional de Ayuda Técnica, primera edición al español, UTHEA, México, 1966.
18. OROZCO, O. Proyecto para la exportación de pepinos de ensalada y melones tipo Cantaloupe del Nor-Oriente de Guatemala, Facultad de Agronomía, Guatemala, C. A., 1970. (tesis)
19. ORGANIZACION DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACION. Manual para la organización de cursillos sobre gerencia de cooperativas agrícolas. Cuaderno de fomento agropecuario No. 87, Italia, 1968.
20. _____ . Cooperativas comerciales de productos agrícolas, cuaderno de fomento agropecuario No. 53, Italia, 1956.
21. PREUSS, W. El cooperativismo en Israel y en el mundo. Centro de Estudios Cooperativos y Labores, segunda edición, Israel, 1966.
22. SCHICKELE, RAINER. Tratado de Política Agrícola. Carlos Fernández, Fondo de cultura económica, primera edición española, México/Buenos Aires, 1962.
23. WIERER, K. Introducción a la economía. Bogotá, Instituto Latinoamericano de Mercadeo Agrícola, 1969. 40 p.

A N E X O

Nombre de la Cooperativa:

Ubicación Cooperativa:

Nombre del entrevistado:

Cargo del entrevistado dentro de la cooperativa:

I. ORGANIZACION DE LA COOPERATIVA:

1. Es una cooperativa de producción y/o comercialización?
2. Número de socios actuales?
3. Número de socios iniciales?
4. Año de formación:
5. Han observado algunos beneficios con el sistema cooperativo?
Sí _____ No _____ Cuáles?
 - a) _____ b) _____
 - c) _____ d) _____
6. Qué ayuda reciben de:
 - a) INDECA
 - b) DIGESA
 - c) BANDESA
 - d) Otras:
7. Cómo considera usted esa ayuda: buena, regular, mala, deficiente,
8. Cuentan con: gerente, contador, administrador, otro empleado
9. Qué medios de comunicación poseen: radio, teléfono, otro
10. Instalaciones que poseen
11. Mobiliario y equipo de oficina
12. Tienen préstamo actualmente: Sí _____ No _____ Cuánto es Q. _____
En qué banco? _____
13. Es buena o mala la asistencia de socios a las reuniones?
14. Cuáles son los fines de la cooperativa: a).....
b)..... c).....

15. Cuál es la cuota de ingreso y la aportación que se paga? Q. _____
16. Actualmente como están las economías de la cooperativa?
17. Se promueve el bienestar social de los asociados: Sí _____ No _____
En que forma?
18. Qué aportes dá la cooperativa a la comunidad? (escuela, festividades, artísticamente, otros.....)
19. Cuáles son los requisitos de ingreso? a)
b) c)
20. Hay comités de: vigilancia, educación, bienestar social o jurado arbitral, qué otro
21. Del excedente económico obtenido se deja algún porcentaje como reserva: Sí _____, No _____, Cuál es ese porcentaje?
22. Se dejan porcentajes para educación, sociales y otros? Sí _____ No _____
23. La cooperativa recibe producto solo de los socios o también de particulares? En caso afirmativo se les trata como a socios? Sí _____
No _____ En caso negativo, cuáles son las limitaciones?
24. Cuáles son los siguientes salarios?

Gerente	Q.
Administrador	"
Secretario	"
Otros	"
25. De donde saca la cooperativa para pagar esos salarios?
26. Los suministros para la producción son obtenidos por la cooperativa ó por los socios en forma individual?

II

PRODUCCION:

1. Plantación mínima que han cultivado.....año.....máximo.....año.....
2. Desde cuándo cultivan hortalizas?
3. Qué hortalizas han sembrado? a).....b).....
c).....d).....e).....
4. Cómo consideran los rendimientos de ellas? buenos, malos, regulares?
5. Tienen equipo agrícola, Sí _____, No _____ Cuáles?.....
6. Proporciona la cooperativa a los socios materia prima como: abonos, maquinaria, insumos, herramientas, otros?

7. Se le limita a los socios sus aportaciones o cuotas de producción? Sí____, No____, Por qué?
8. Han tenido problemas de escases de mano de obra? Sí____, No____
Cómo han resuelto el problema?
9. Tienen mano de obra local o de otra localidad. De cuál?
10. Usan semilla mejorada, fertilizantes, insecticidas, fungicidas, herbicidas?

III COMERCIALIZACION:

1. Hay centro de acopio? Sí____, No____
2. A quién venden?
3. Qué pasos sigue mas o menos la cooperativa para vender sus productos?.....
.....
4. Usan transportes de la cooperativa, de los socios o de particulares?
5. A quien entregan los socios sus productos? a) la cooperativa
b) a otros socios. c) a particulares, d) otros
6. Han tenido exportaciones? Sí____, No____ Con qué compañía?.....
.....A qué países?.....
7. Tienen conecciones con el exterior: Sí____ No____Cuál es?.....
.....
8. Venden al crédito, al contado o ambos?
9. Tienen información sobre el mercado internacional? Sí____ No____
Por qué medio?
10. Cómo se informan sobre los precios del mercado nacional?.....
.....en el momento o con algún retraso? Cuánto tiempo?.....
11. Cómo fijan sus cantidades a exportar: a) en base a la demanda,
b) en base a la calidad, c) por el área que cada socio pueda sembrar.....
12. Han tenido problemas con el transporte de sus productos? Sí____ No____
13. Han tenido problemas con la recolección? Sí____ No____ Por qué?.....
14. Han tenido problemas con la recepción del producto? Sí____ No____
15. Han tenido algún fracaso económico? Sí____ No____ Por qué?.....
Cuál fué?

16. Tienen actualmente contratos de producción? Sí No
17. Tienen actualmente contratos de crédito? Sí No
18. La cooperativa garantiza al socio que todo su producto será recibido y vendido si está dentro de la calidad establecida?
Sí No
19. Han tenido buenas, medianas o malas utilidades?
20. Los precios son fijos o fluctuantes?
21. Qué impuestos pagan?
22. Qué porcentaje gana la compañía exportadora?
23. Cuál es el costo de producción de las principales hortalizas? Mz.
A).....b).....c).....
24. Cuál es el ingreso de esas hortalizas por mz.? a).....
b).....c).....
25. La comercialización se realiza en forma cooperativa (elaboración, clasificación, empaque y venta del producto) Sí No
26. El precio se establece anterior o posterior a la entrega del producto?
27. Reciben algunos anticipos antes de la cosecha? Sí No
28. Recibe el socio pago total en el momento de la entrega? Sí No
29. Qué operaciones previas a la venta recibe el productor? a).....
.....b).....c).....
30. Cuenta la cooperativa con alguna preclasificadora de productos hortícolas? Sí No
31. Tienen mercados tradicionales? Sí No Cuáles? _____
32. Tienen o buscan mercados nuevos? Sí No Cuáles? _____
33. Qué tipo de empaque usan?
34. El transporte del campo al centro de acopio (del producto), es realizado por los socios o por la cooperativa?
35. Tienen problemas de carreteras o vehículos para el transporte de sus productos? Sí No

36. Es la cooperativa la encargada de negociar todo el producto?
 Sí _____ No _____
37. En que meses realizan mayores exportaciones?
38. En que meses realizan mayores ventas locales?.....
39. Qué puerto usan para exportar?
40. Cuál es el destino que han tenido los productos de exportación?
41. Cuál es el destino que han tenido los productos de consumo local?
42. Qué precios han logrado alcanzar en las principales hortalizas, tanto máximos como mínimos?
 a).....máximo.....mínimo.....
 b)..... " "
 c)..... " "
43. Qué control de calidad realiza la cooperativa?
44. Para la determinación de precios la cooperativa se basa en precios mínimos, máximos, medios alcanzados anteriormente, o por el precio que el producto alcance en el momento de la venta?
45. Han podido determinar sus costos de comercialización? Sí _____
 No _____ Cuál es ese costo?
46. Se agrupan los socios para la comercialización o lo hacen en forma individual?
47. Cómo se informan sobre los precios de comercialización, tales como: transporte, empaque, embarque, etc.....
48. La cooperativa comercia. directamente con el mercado o usa intermediarios:

MARCO ANTONIO MALDONADO ANDRADE

Vo. Bo.

ING. AGR. NEPTALI MONTERROSO S.
Asesor.

Imprimase:

ING. AGR. EDGAR LEONEL IBARRA
Decano.

REPUBLICA DE CHILE
MINISTERIO DE AGRICULTURA
Y PESQUERÍA