

---

---

*Vicente Caballer Mellado \**

---

*El comportamiento  
empresarial del  
agricultor en la dinámica de  
formación y desarrollo  
de cooperativas agrarias*

**1. INTRODUCCION**

Tanto en los estudios de los especialistas en Economía Agraria como en los programas agrarios de los distintos partidos políticos españoles y en las opiniones de todas aquellas personas que, más o menos profesionalmente, se interesan por la situación actual de la agricultura española, coinciden en señalar la necesidad de constituir cooperativas agrarias, principalmente de comercialización, como instrumento imprescindible para un crecimiento de las rentas agrarias que equipare las condiciones de vida del pequeño y mediano agricultor con el resto de la sociedad. Obviamente, el concepto de la cooperativa, y especialmente lo que se refiere a los aspectos sociales, difiere significativamente para los distintos especialistas, y más aún para los distintos partidos políticos en función de su propia ideología. Aun reconociendo la necesidad de una revisión y clasificación del movimiento cooperativo desde una perspectiva de la economía

---

\* Catedrático de Economía de la Empresa Agraria de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de Valencia.

---

de la empresa con el fin de evaluar sus repercusiones sociales y su posible influencia sobre la crisis económica actual, serán soslayados dichos aspectos en el presente trabajo por su escasa incidencia en las conclusiones a las que se pretende llegar.

El objeto del presente artículo es formular un modelo explicativo que relacione el comportamiento del empresario agrario con la mayor o menor predisposición a integrarse en una empresa asociativa agraria, y más concretamente en una cooperativa, en función de la rentabilidad de las explotaciones, de la dimensión de las mismas, del tipo de asociación que se trate, y aceptando el supuesto de que el objetivo de este empresario es alcanzar una «ganancia suficiente», supuesto introducido en anteriores trabajos (1). Asimismo, y como consecuencia del desarrollo del modelo, explicar algunas aparentes contradicciones, que, a simple vista, se pueden observar en la realidad agraria española.

Para ello, tomaremos como primera referencia el funcionamiento de las cooperativas agrarias de comercialización, como segunda referencia al Reglamento de Sociedad Cooperativa de 1978, por varias razones, como son:

1. Las cooperativas de comercialización agraria tienen una importancia económica muy superior a las demás, no sólo en el sector agrario, sino en toda la economía, tanto en lo referente al número de ellas como al volumen de su negocio.

2. Como más adelante veremos, la cooperativa de comercialización se constituye en un núcleo, alrededor del cual aparecen, muchas veces, otro tipo de cooperativas (crédito, producción, suministro). El proceso inverso no es tan frecuente.

3. La adopción de otro tipo de sociedad distinto a la cooperativa por parte de los agricultores, como puede ser una sociedad anónima o sociedad agraria de transforma-

---

(1) Véase Caballer, V.: «En torno al comportamiento del empresario agrícola en algunas regiones españolas», *Agricultura y Sociedad*, núm. 18, 1981.

---

ción (2), etc., introduce pocas modificaciones en las conclusiones, con referencia únicamente a los aspectos sociales de escasa importancia en nuestro trabajo. Asimismo, consideramos a las cooperativas como medio natural de asociación de los pequeños y medianos agricultores, como más adelante se justificará.

4. La elaboración de una nueva normativa legal no parece que vaya a suponer grandes variaciones en los aspectos económicos recogidos en el Reglamento de Sociedades Cooperativas de 1978.

## **2. VENTAJAS PARA LOS AGRICULTORES AL ASOCIARSE EN UNA COOPERATIVA DE COMERCIALIZACION AGRARIA**

Cuando en una comarca se constituye una cooperativa de comercialización agraria, ésta genera una mejora en la renta de los agricultores que se puede desglosar en los siguientes términos:

1.º Se produce un aumento de los precios medios en mercado de origen del producto o productos que comercializa la cooperativa, como consecuencia de la modificación de las estructuras de mercado al producirse una concentración de la oferta como consecuencia de disminuir los oferentes por integración de los agricultores en la cooperativa. Dada la situación de los mercados de origen de muchos productos agrarios con una demanda concentrada en pocas empresas mercantiles frente a una oferta muy dispersa en manos de muchos agricultores (oligosonio), esta concentración puede tener un efecto sobre los precios tan importante como la cantidad ofertada, según lo demuestran algunas experiencias al respecto, que pasamos a señalar.

En primer lugar, de todos es conocido la existencia en Estados Unidos de cooperativas agrarias con el fin exclusivo

---

(2) A nuestro modo de ver, las sociedades agrarias de transformación, según decreto de 3 de agosto, aparecen como un paso intermedio entre cooperativas y sociedades anónimas, con gran imprecisión, por dejar en manos del Ministerio de Agricultura las disposiciones concretas para su funcionamiento.

de influir en la oferta sin llegar a realizar ninguna operación de manipulación, almacenamiento o transporte.

En segundo lugar, en el País Valenciano y Murcia, donde existen mercados de origen a los que acuden los agricultores para vender sus productos, se puede observar cómo, muchas veces, los agricultores de una misma familia, o simplemente con relaciones amistosas, delegan en uno de ellos la venta de la cosecha de todos ellos, con el fin de que la situación estratégica en la negociación por la parte de la oferta frente a un reducido número de compradores mayoristas mejore. El efecto sobre el precio obtenido es apreciable.

En tercer lugar, algunas cooperativas citrícolas, aunque cada vez menos, no establecen el «principio de exclusividad» (3), consistente en exigir un compromiso total por parte de los agricultores en la entrega de cosecha. Cuando no se cumple dicho principio, el agricultor queda en libertad para comercializar a través de la cooperativa o vender libremente en el mercado, lo que puede generar, y de hecho genera, una infrautilización de las instalaciones de la cooperativa con el consiguiente aumento de los costes fijos unitarios para el resto de los socios que si comercializan a través de la cooperativa. Con el fin de paliar el efecto que grava a los agricultores fieles se suele establecer, en algunas cooperativas, un reparto de los costes fijos a todos los agricultores, independientemente de que comercialicen o no a través de la cooperativa, en forma de imputación de gastos fijos, parecido a las cuotas periódicas, pero destinadas a la cuenta explotación directamente. Algunos agricultores, sobre todo los que tienen parcelas de gran precocidad o de gran calidad, están muchos años consecutivos sin comercializar a través de la cooperativa y pagando la parte proporcional de costes fijos, además de haber realizado las correspondientes aportaciones al capital social y los pagos adicionales que se establezcan estatutariamente o por Asamblea. Sin embargo, estos socios no se plantean la salida de la cooperativa, a pesar de su no utilización y parcial financiación, porque saben que salen muy beneficiados de la existencia de la cooperati-

(3) Véase Caballer, V.: *Gestión y Contabilidad de Cooperativas Agrarias*, Ediciones Mundi-Prensa, Madrid, 1980.

---

---

va por el efecto de concentración de la oferta, más aumentado, si cabe, cuando se trata de naranjas de gran calidad o precocidad.

En el momento de constitución de la cooperativa, y durante los primeros años de funcionamiento, se puede observar, en muchos casos, un cierto efecto de «dumping» por parte de las empresas mercantiles que actuaban sin competencia en la comarca y se ven perjudicadas por la existencia de la nueva cooperativa. La subida de «precios de mercado», no debida a una causa económica, como es la concentración de la oferta, sino realizada de manera artificial, tiene dos objetivos. En primer lugar, intentar hundir a la nueva empresa en los primeros años de funcionamiento, generalmente con gran endeudamiento. En segundo lugar, establecer unos precios de mercado excesivamente altos para que no puedan ser alcanzados por la cooperativa, a pesar de tener la misma eficacia comercializadora que la competencia y presente liquidaciones por debajo del comercio libre que generará una salida de socios o, por lo menos, un desprestigio de la cooperativa de comercialización.

Este efecto puede aparecer aumentado si en los primeros años se lleva una política de amortización acelerada, bien de manera explícita, bien como consecuencia de no distinguir entre la amortización técnica de los activos inmovilizados y la amortización financiera de los préstamos que se generan para la compra de los mismos. Al no coincidir la duración de ambos por ser, generalmente, superior la duración de inmovilizados se contabiliza como coste una cifra superior a la correspondiente a la depreciación real y, por tanto, una liquidación a los socios inferior y una capitalización de la empresa a través de un fondo de amortización que enmascara una ganancia.

2.º Siempre que la cooperativa comercialice con eficacia análoga o parecida a la correspondiente al conjunto de empresas mercantiles que actúan en la zona se generan unos excedentes netos empresariales que, de manera más o menos directa, se hace repercutir sobre los socios.

En teoría, el cálculo de este excedente neto no tiene

grandes dificultades; simplemente siguiendo el Reglamento de Sociedades Cooperativas (4). Dichos excedentes netos se calculan como diferencia entre ingresos, por ventas, y costes de comercialización, incluido como tal el valor de la cosecha entregada por los socios a «precio de mercado», y se materializa en el saldo acreedor de la cuenta explotación, exactamente igual como debe hacerlo cualquier empresa en general. Sin embargo, existen grandes dificultades técnicas en calcular el «precio de mercado» de la mayor parte de productos agrarios en origen. Salvo casos aislados, como el algodón, la remolacha y algún otro agropecuario, la mayor parte de productos hortofrutícolas, vino y aceite, no tiene un precio que represente suficientemente el mercado de ese producto, sobre todo en aquellas comarcas, como algunas vitivinícolas minifundistas, donde todo el comercio se realiza a través de la cooperativa o en aquellos otros donde existen fuertes variaciones de precios, como consecuencia de diferentes calidades, difíciles de evaluar, diferentes precocidades, estacionalidad de riesgo, como el caso de los cítricos.

Por todo ello, resulta sumamente explicable el hecho de que la inmensa mayoría de cooperativas hortofrutícolas, bodegas y almazaras, no utilizan el «precio de mercado» en sus contabilidades, haciendo caso omiso al Reglamento, donde se establece que la liquidación se hará a los socios a «precio de mercado», añadiendo la parte proporcional al trabajo más la aportación de cosecha de los retornos cooperativos que serán, como máximo, el 75 por 100 de los excedentes netos (5). En estas cooperativas se liquida a los socios siguiendo el criterio que llamaremos «margen bruto», que consiste en calcular la diferencia entre los ingresos generados por las ventas y los costes de comercialización, sin incluir el valor de la cosecha entregada por los socios. En realidad, se trata de retribuir a los socios por dos subprocesos: el proceso de producción y el proceso de comercialización, considerando que el margen bruto retribuye a ambos, o dicha liquidación corresponde a un precio de mercado «a pos-

(4) Reglamento de Sociedades Cooperativas, Real Decreto 2.710/1978, de 16 de noviembre de 1978.

(5) Reglamento de Sociedades Cooperativas.

---

teriori», y la empresa cooperativa no genera nueva ganancia siguiendo el criterio, absolutamente absoleto, de que las cooperativas no tienen afán de lucro.

La aplicación del sistema de márgenes brutos para la liquidación a los socios presenta las siguientes características:

En primer lugar, existen ciertas dificultades técnicas en la planificación de la contabilidad como consecuencia de manejar unidades físicas sin valorar, junto a unidades monetarias en las cuentas. Se puede resolver esta dificultad con la utilización de la contabilidad multidimensional (6).

En segundo lugar, los resultados se reducen a la liquidación a los socios, y no se pueden utilizar para estimar la eficacia comercializadora de la empresa por ser oscilantes, a lo largo del tiempo, alrededor del precio de mercado.

En tercer lugar, se lleva una política de máxima liquidez para con los socios, mediante el reparto en forma de retornos (no como tales, sino incluidos en el margen bruto) de todos los excedentes, con participación exclusiva de la aportación de cosecha y eliminando totalmente el destino de parte de dichos excedentes al Fondo de Reserva (15 por 100 mínimo, según Reglamento, al Fondo de Educación, y Obras Sociales el 10 por 100 como mínimo, según Reglamento) y la parte que le corresponda a la aportación de trabajo.

En cuarto y último lugar, se puede intentar eludir el impuesto sobre sociedades que para el excedente neto de las cooperativas es de menor cuantía que el resto de empresas, y que deben pagar las cooperativas al caducar la vigencia del Estatuto Fiscal. Sin embargo, este instrumento puede volverse contra las propias cooperativas si, como ha ocurrido con algunas bodegas cooperativas, el Ministerio de Hacienda pretende hacer la imposición sobre la diferencia entre el precio de liquidación y el precio mínimo del vino procedente de la negociación entre el Ministerio de Agricultura y los sindicatos de agricultores, ya que, como resulta obvio, el precio de mercado es superior al precio mínimo de intervención.

---

(6) Véase Ballester, E.: *Teoría y estructura de la nueva contabilidad*, Alianza Textos, Madrid, 1979.

3.º Independientemente de los dos apartados anteriores, la pertenencia de un socio a una cooperativa representa una situación de mayor seguridad para el agricultor en dos aspectos: seguridad en la comercialización y seguridad en el cobro de la cosecha. La seguridad en la comercialización procede de una diferencia sustancial entre las cooperativas y las empresas mercantiles en cuanto a la estrategia ante el mercado. Mientras las empresas mercantiles planifican su campaña de comercialización en función de las expectativas de ganancias, con mayor volumen cuando existen mayores expectativas y menor volumen, que puede reducirse a nulo, cuando estas expectativas son menores o no existen, las cooperativas planifican sus campañas de comercialización atendiendo única y exclusivamente a la producción de sus socios, ya que tienen la obligación de prestar dicho servicio, sean cuales fueran las expectativas de ganancias y otras circunstancias del mercado. El agricultor que pertenece a una cooperativa tiene la absoluta seguridad que su cosecha no se le quedará en el campo ningún año, por difícil que se presente, mientras el agricultor que no pertenece a la cooperativa tendrá gran facilidad de venta las campañas buenas y tendrá una mayor dificultad de venta en las campañas difíciles.

En cuanto a la seguridad en el cobro, también es mayor cuando se comercializa a través de la cooperativa que en las ventas a empresas mercantiles; por varias razones. La primera razón es la propia naturaleza de la cooperativa, que permite una distribución de riesgos entre todos los componentes de la misma, estableciendo una especie de autoseguro que permite que no se dé nunca una situación de impago total individual. En la segunda razón se puede apuntar la adopción de estrategias menos arriesgada por parte de la cooperativa que por parte de otras empresas mercantiles, despreciando muchas veces la especulación, no por principio, sino ante las dificultades técnicas de imputar y repartir dicho riesgo. Como tercera y última razón, la inmovilización (7) es, normalmente, mayor en cooperativas que em-

(7) Se puede definir como:  $I = \frac{\text{Activo}}{\text{Ventas}}$  y es el ratio inverso al de la velocidad de

rotación. Véase Ballesteros, E.: *El balance: una introducción en las finanzas*. Alianza Editorial, 1975.



---

---

presas mercantiles, siendo más difícil se produzca un impago en las cooperativas que en otro tipo de empresas, aunque existe una mayor difusión de los fracasos de las cooperativas como consecuencia del carácter social, no absolutamente normalizadas, de las cooperativas y de las relaciones de la sociedad cooperativa con sus socios individualmente.

Indudablemente, la mayor seguridad en la venta influye en la mayor predisposición a formar cooperativas por parte de los agricultores que producen con menor calidad ya que estos empresarios tienen mayores dificultades en la venta que aquellos que cultivan mejor o que, por las condiciones climatológicas y edafológicas de sus explotaciones, obtienen una mayor calidad, a igualdad de cultivo. Este hecho, fácilmente constatable, puede tener su importancia sobre todo en aquellos productos en los que existe una gran diferencia económica entre cosechas producidas en parcelas relativamente cerca, y la diferencia de calidad se traduce no sólo en una diferencia de precios percibidos por los agricultores, sino también en una mayor seguridad en la venta, ya que éstas se establecen cronológicamente siguiendo criterios de calidad en sentido estricto o en sentido amplio (precocidad). Por otra parte, la estimación de distintas calidades para la aportación de cosecha de cada socio y la cuantificación económica en la liquidación a los socios constituye uno de los graves problemas que tienen planteados las cooperativas de comercialización agraria.

4.º Cuando la cooperativa, más o menos explícitamente, lleva una política de capitalización con continuados incrementos de la financiación propia, está obligando a sus socios a ahorrar, al margen de la liquidación anual de las cosechas. El hecho de que parte de esta capitalización no puede repartirse entre los socios, como apuntábamos anteriormente, no influye en el carácter de ganancia de esta capitalización, materializada en la diferencia entre el valor real del activo menos el exigible, que puede estar representada o no en el balance de la cooperativa.

5.º Todo lo apuntado anteriormente, excepto lo que se refiere a la consideración de la seguridad, es perfectamente válido tanto para las cooperativas como para otro tipo de

---

empresas mercantiles, como las sociedades anónimas. Además de estas ventajas, la cooperativa tiene una serie de ventajas sociales, exclusivamente propias a este tipo de empresas. Veamos algunas de ellas.

En primer lugar, conviene señalar que el contenido social del cooperativismo inicial, con una unión total entre la aportación de capital y trabajo y utilización de los servicios cooperativos, se ha diluido con el paso del tiempo, quedando como cooperativas, en sentido estricto, únicamente las de trabajo asociado. No obstante, en las cooperativas de comercialización quedan algunos rasgos del contenido social inicial del movimiento cooperativo, como son: *a)* la preocupación por la formación y desarrollo intelectual y cultural de los socios para lo que se destina el Fondo de Educación y Obras Sociales; *b)* la participación de los trabajadores en los retornos cooperativos en la misma proporción que los socios que aportan cosechas, con lo que, en nuestro caso, se favorece, de manera especial, al pequeño agricultor que aporta a la cooperativa sus cosechas y el trabajo, tanto propio como el de su familia, frente al gran agricultor que sólo aporta cosechas o el asalariado que sólo aporta trabajo; *c)* la participación en las decisiones de la cooperativa por parte de los socios en función de ellos, y no en función del volumen de cosecha de aportación al capital social, genera un sistema de democracia interna superior al de las sociedades mercantiles, a pesar de la importancia que en ambos casos tiene la tecnoestructura, observándose una mayor convivencia ciudadana en los pueblos con cierta tradición cooperativa.

En segundo lugar, y como ya hemos apuntado anteriormente, y demostraremos a continuación las cooperativas de comercialización agraria actúan como núcleos generadores de otro tipo de cooperativas, como las de producción, servicios, créditos, etc.

---

### 3. GANANCIA COOPERATIVA Y LIBERTAD EMPRESARIAL

Llamaremos ganancia cooperativa, para un agricultor, al valor económico de la suma de ganancias que por los distintos conceptos éste obtiene por pertenecer a la cooperativa.

En el caso de una cooperativa de comercialización, la ganancia cooperativa se compone de los siguientes sumandos:

1.º Los retornos cooperativos, o diferencia entre la liquidación a los socios y el precio de mercado, según el sistema de contabilidad. Supondremos, para mayor simplificación que la cooperativa ya está constituida y, beneficiándose el agricultor de la concentración de la oferta que se ha generado, las alternativas son pertenecer o no a la cooperativa. Por el contrario, si partimos de una situación inicial en que no se ha constituido la cooperativa, se debe incluir en la ganancia de la misma la subida de precios como consecuencia de la concentración de la oferta.

2.º La mayor seguridad que le proporciona al agricultor, previamente valorada, pertenecer a la cooperativa, como consecuencia de una comercialización segura y un cobro de dicha cosecha menos arriesgado.

3.º La participación del socio en el valor del patrimonio neto de la cooperativa, individualmente o colectivamente, desde una perspectiva estática, como aumento de la diferencia entre activo y pasivo exigible o desde una perspectiva dinámica, como incremento de la capacidad de generar ganancias de dicha cooperativa «8».

4.º La participación en el fondo de Educación y Obras Sociales y otras ventajas de tipo social de la cooperativa.

Algunos conceptos son fácilmente cuantificados, otros ofrecen una mayor dificultad, pero siempre se podrá hacer una estimación, más o menos perfecta, en términos económicos.

---

(8) Véase Ballesteros, E.: *Principios de Economía de la Empresa*, Alianza Textos, 1978.

---

Si en vez de considerar una cooperativa de comercialización hubiéramos considerado una cooperativa de suministros, la ganancia cooperativa se calcularía de la misma manera, sustituyendo liquidación de la cosecha por liquidación del suministro. Algo parecido ocurre con la constitución de una Caja Rural, con una cooperativa de vivienda o con una cooperativa de consumo.

Cualquier integración, tanto horizontal (cooperativas de segundo y posterior grado) como vertical (cooperativas de producción, consumo y comercialización a la vez), supone un aumento de la ganancia cooperativa, por yuxtaposición, siendo como mínimo la suma de las ganancias cooperativas de las cooperativas integradas. Puede existir un efecto de «economía de escala» o también un efecto multiplicador de la ganancia por la simple integración.

Introduzcamos en nuestro razonamiento una serie de hechos fácilmente constatables en la realidad española, especialmente agraria, que son los siguientes:

1.º Existen muchas más cooperativas de comercialización agraria y de suministros de factores de producción que cooperativas de producción.

2.º En los sectores donde existe un cooperativismo de comercialización agraria eficaz y los agricultores están beneficiándose del mismo, las cooperativas de segundo grado y posterior grado no se desarrollan con la velocidad que se podría esperar.

3.º La constitución y desarrollo de todo tipo de cooperativas tiene lugar con mayor intensidad en los momentos de crisis del sector, con menos intensidad cuando el sector tiene menos problemas, pudiéndose establecer una relación entre predisposición de constituir o entrar, por parte del agricultor, en una cooperativa dedicada a una determinada actividad y la crisis de dicha actividad. En cooperativas de comercialización agrarias: precios bajos; en cooperativas de viviendas: precios altos; en cooperativas de trabajo asociado: paro; etc.

4.º Existe una mayor propensión a integrarse en coope-

---

rativas por parte de los pequeños y medianos agricultores que por parte de los grandes agricultores.

5.º Se puede observar cómo los empresarios agrarios que han sido forzados a serlo como consecuencia de haber heredado alguna parcela, y no viven de la agricultura exclusivamente, están más predispuestos a integrarse en cooperativas de comercialización y en algunas fases de la producción que los profesionales de la agricultura.

Obviamente, estos hechos no se pueden explicar, en su totalidad, partiendo de la ganancia cooperativa. Es más, parece que, en algunos casos, el agricultor no considera esta ganancia cooperativa exclusivamente en su comportamiento, derrumbándose así el razonamiento de las ventajas de la construcción y desarrollo de cooperativas y quedando, por tanto, invalidado parcialmente o, por lo menos, cuestionado el papel del cooperativismo en la crisis del sector agrario.

Lo que realmente ocurre es que para explicar la constitución y desarrollo de empresas cooperativas hay que considerar otra componente de comportamiento del agricultor frente a las cooperativas, que llamaremos *libertad empresarial*, cuyo efecto, como veremos más adelante, se materializará en dirección de contrarrestar los efectos de la ganancia cooperativa.

Por libertad empresarial debemos entender la capacidad de tomar decisiones económicas por parte del agricultor, tanto en la vertiente de productor como de consumidor. Como ejemplo, un agricultor que no pertenece a la cooperativa de comercialización posee un mayor grado de libertad empresarial que el socio de una cooperativa, porque el primero puede vender su cosecha en el momento que quiera, a quien quiera y como quiera, mientras que el socio de la cooperativa no puede hacerlo porque estas decisiones las toma el gerente o director de la cooperativa o el mismo Consejo rector, para el conjunto de cosecha y, en el mejor de los casos, siguiendo una cierta planificación con una disciplina mínima.

A primera vista, la definición puede resultar imprecisa y difícil de cuantificar. No obstante, se puede avanzar en la

profundización de esta definición en varias direcciones con el fin de establecer una ordenación de diferentes niveles de libertad empresarial que hagan operativo el concepto.

En primer lugar, la libertad empresarial está relacionada con la iniciativa empresarial en el sentido de que la asunción del riesgo inherente a la actividad empresarial está compensado, en cierto grado, por la libertad empresarial, además, obviamente, de la esperanza de obtener un beneficio o ganancia. En este sentido, cabe señalar la influencia de la libertad empresarial en el cálculo de los costes de oportunidad para el pequeño y mediano empresario. En efecto, se puede observar una valoración de los factores de la producción propios (9) diferente si se aportan a la propia empresa o se aportan a otra empresa donde el propietario no toma decisiones. También conviene señalar la diferencia en valoración de dichos factores, y muy concretamente del trabajo, por los diferentes componentes de la familia, según tengan acceso a la toma de decisiones empresariales o no. En ambos casos, se puede considerar la libertad empresarial como una retribución adicional, junto al beneficio, de la actividad empresarial.

Evidentemente, ello sólo afectará a aquellos empresarios agrarios que prefieran tomar sus decisiones a que las tomen otras personas; es decir, aquellas personas que quieran ser empresarios agrarios. Si una persona se tiene que hacer cargo de una empresa agraria no siendo profesional de la agricultura, a la que se dedica a tiempo parcial, no considerará como un valor la libertad empresarial. Por el contrario, estará más predispuesto a que tomen decisiones otros centros de decisión, ya individual o colegiado, y, por tanto, estará más predispuesto a formar parte de la cooperativa, tal como enunciábamos en el apartado 5.º del párrafo anterior.

En segundo lugar, existen dos parámetros que cualitativamente influyen en la libertad empresarial, en el caso concreto de los empresarios agrarios, que son: la duración y el nivel de integración. La primera componente explica el hecho de que existan más cooperativas de comercialización

(9) Véase Ballesteros, E.: *Principios de Economía de la Empresa*, y Caballer, V.: «En torno al comportamiento del empresario agrícola en algunas regiones españolas».

que de producción, porque la comercialización de la mayor parte de productos agrarios se realiza en un período de tiempo relativamente corto, mientras que el proceso de producción tiene una duración mucho mayor, comprendiendo el resto del año. Suponiendo una distribución uniforme de las decisiones empresariales a lo largo del tiempo, la libertad empresarial será inversamente proporcional a la duración del proceso que se realiza de forma asociativa. La segunda componente está relacionada con la posibilidad de acceso a la toma de decisiones en cuanto a la distancia física del centro decisor y el empresario agrario o la organización y estructura para llegar a dicho centro decisor. Cuando el agricultor no está asociado, toma él las decisiones empresariales. Si está asociado en cooperativa de primer grado, las decisiones se toman de manera directa y él puede participar ejerciendo su derecho en la Asamblea general de socios y, en determinados casos, perteneciendo al Consejo rector u otros órganos directivos y de control. Si la cooperativa se integra, junto a otras, en una cooperativa de segundo grado, el centro decisor se aleja, ya que las decisiones, normalmente, se toman en un ámbito distinto al local, la participación en ellas es indirecta y la posibilidad de influir disminuye. Esta componente justifica plenamente, entre otras variables, las dificultades en la constitución de cooperativas de segundo grado, aun en aquellas zonas con cooperativismo de primer grado muy desarrollado.

#### 4. LAS FUNCIONES GANANCIA COOPERATIVA Y LIBERTAD EMPRESARIAL

Existe una estrecha relación entre ganancia cooperativa y libertad empresarial, como ya se ha apuntado en párrafos anteriores, de manera que, a mayor ganancia cooperativa, menor libertad empresarial, y viceversa. Para mayor simplificación, supondremos que se puede expresar esta relación mediante una función decreciente, cuya representación gráfica aparece en la figura 1 (10).

(10) Matemáticamente se expresa como:  $G_c = G_o - PLe$ , donde:

- $G_c$  = Ganancia cooperativa unitaria
- $Le$  = Libertad empresarial.
- $G_o$  y  $P$  = Parámetros.

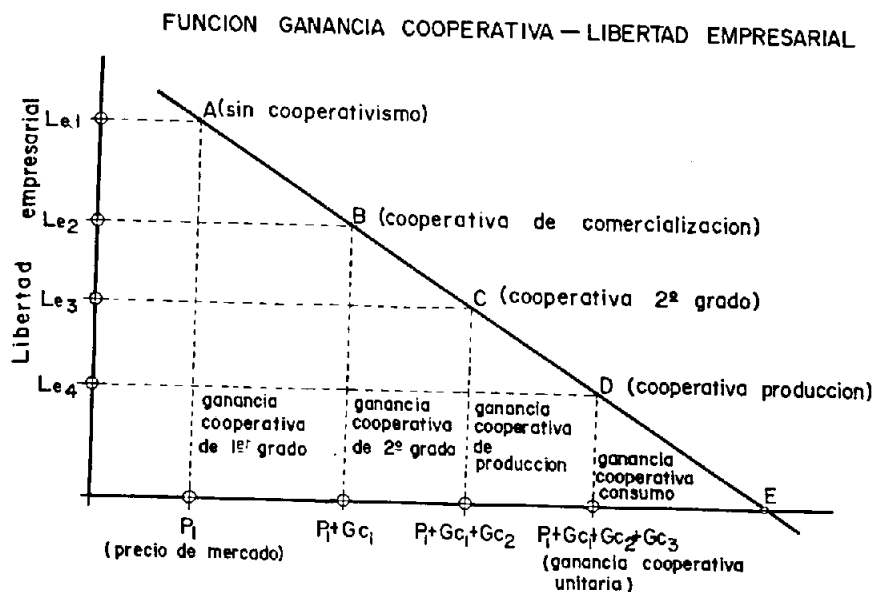


Figura 1.

El punto A de la figura representa al agricultor individual sin ningún tipo de asociación, gozando de la máxima libertad empresarial, pero sin aprovecharse de ningún tipo de ganancia cooperativa. Suponiendo una cooperativa de comercialización, percibe el «precio de mercado» ( $P_1$ ).

El punto B de la figura representa el primer paso en el cooperativismo, materializado en una cooperativa de comercialización de primer grado. En esta situación, el agricultor ha perdido libertad empresarial (pasando de  $Le_1$  a  $Le_2$ ) a cambio de participar en la ganancia cooperativa  $G_{c1}$ , obteniendo ahora  $P_1 + G_{c1}$  (11).

Una mayor integración está representada por el punto c con la constitución de una cooperativa de segundo grado,

(11) Una fórmula intermedia entre las situaciones representadas por los puntos A y B correspondería a la constitución de una cooperativa de comercialización en la que el socio goza de la libertad de comercializar a través de la cooperativa o hacerlo libremente. En ellas no se cumple «el principio de exclusividad». Véase Caballer, V.: *Gestión y contabilidad de cooperativas agrarias*, Edición Mundi-Prensa, Madrid, 1980.



---

que genera una nueva ganancia  $g_2$  a cambio de una nueva pérdida de libertad empresarial, pasando de  $Le_2$  a  $Le_3$ .

Mayor integración, aun, representa el punto D, uniendo a las cooperativas de comercialización de primer y segundo grado la cooperativa de producción que genera nuevas ganancias cooperativas ( $G_{c3}$ ) a cambio de una pérdida de libertad empresarial, pasando a  $Le_4$ . El orden que se ha establecido es de suponer que la cooperativa de segundo grado genera una menor pérdida de libertad empresarial que la cooperativa de producción, ya que la duración es mucho más importante, generalmente, que el efecto distancia organización.

El punto E representa una situación de integración cooperativa total, que incluye el consumo, constituyendo la materialización de lo que ha venido siendo llamado como «el cooperativismo como tercera vía» entre el capitalismo y la economía planificada. En el momento actual, podría tomarse como ejemplo un «Kibutz» israelí. La nueva integración, a igual que la anterior, genera una ganancia cooperativa mayor al añadir un nuevo sumando  $G_4$ , procedente del consumo. A cambio de ello se pierde de manera absoluta la libertad empresarial, no sólo de lo referente a las decisiones de producción, sino también a las decisiones de consumo. Sólo en una economía de guerra como la israelí puede materializarse un cooperativismo integral, por lo que a esta situación extrema sólo le atribuiremos un valor conceptual y no será considerada en lo que sigue (12).

Por otra parte, conviene señalar que la ganancia cooperativa total será diferente para los distintos grupos de agricultores según su volumen comercializado (producido en su caso), generándose una ganancia total para cada grupo de agricultores en función de la dimensión de sus explotaciones cuya representación es una familia de curvas que supondremos, para mayor facilidad, rectas, tal como aparece en la figura 2.

---

(12) En España, las cooperativas de consumo se desarrollan independientemente de las cooperativas de producción y comercialización, aunque, en casos aislados, se han creado cooperativas de consumo, abarcando algunos productos con gran libertad de compra.

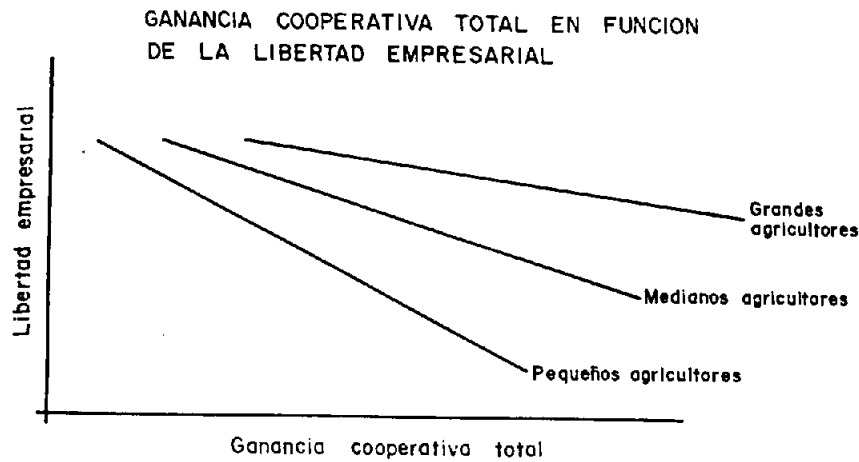


Figura 2.

Si en vez de agrupar a los agricultores en tres grandes grupos, considerando la dimensión de las explotaciones como una variable continua, podemos expresar la ganancia cooperativa total para los distintos tipos de integración cooperativa y la dimensión de las explotaciones (13). La representación gráfica aparece en la figura 3.

(13) Suponiendo una función de producción idéntica para todas las explotaciones, con productividades marginales decrecientes:

$$q = a_1x^2 + a_2x + a_3$$

donde:

q = producción total.

x = dimensión (superficie, kilos, etc.).

y unos costes totales de producción compuestos por un coste fijo K y unos costes variables CX, se generan ganancias mayores a medida que aumenta la dimensión de la explotación como consecuencia de las economías de escala.

Para la no integración y libertad total (situación A):

$$G_{T1} = I_1 - C_1 = P_1 (a_1x^2 + a_2x + a_3) - K - rX = P_1 a_1x + (P_1 a_2 - r)X + (P_1 a_3 - K)$$

Para la integración en cooperativas de comercialización:

$$G_{T2} = (P_1 + G_1)(a_1x^2 + a_2x + a_3) - K - rX = (P_1 + G_1) a_1x^2 + (P_1 + G_1) a_2x - rX + (P_1 + G_1) a_3 - K$$

y sucesivamente se podrán calcular las funciones de ganancia cooperativa total para los diferentes niveles de integración cooperativa que se representan a la figura 3.

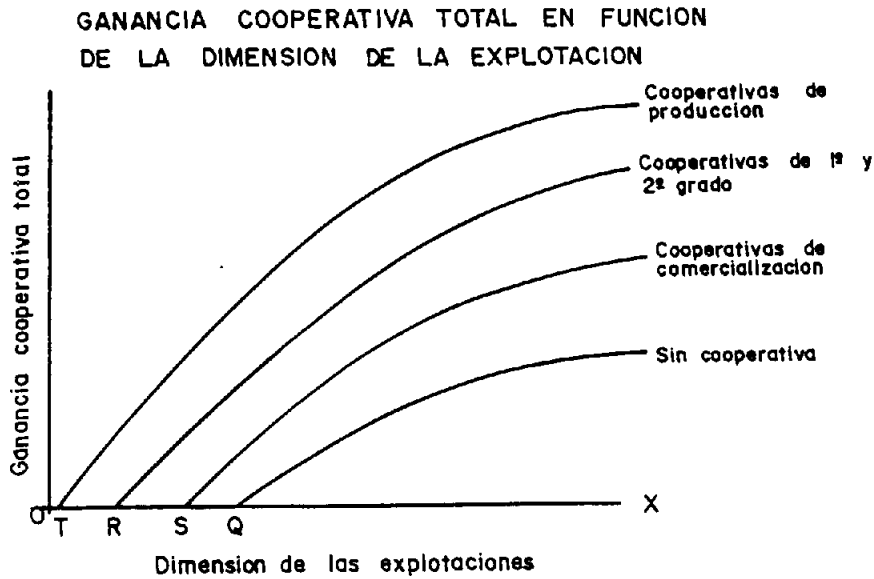


Figura 3.

Como se puede observar en la figura 3, la ganancia cooperativa total acrecentada por el efecto de la dimensión, lo que podría dar que pensar que serán los grandes agricultores los más interesados en la constitución de cooperativas, al contrario de lo que se observa en la realidad. Así ocurrirá si no se considera una nueva componente al comportamiento del agricultor, que es *la ganancia suficiente*, que desarrollaremos a continuación.

## 5. LA GANANCIA SUFICIENTE EN EL COMPORTAMIENTO DEL EMPRESARIO AGRARIO

En anteriores trabajos (14) hemos considerado la posibilidad de que el empresario agrario tenga como objetivo la obtención de una ganancia suficiente cuando toma decisiones empresariales, de tal naturaleza, que el aumento de la ganancia genera aumento de riesgo o se incluya en con-

(14) Véase Caballer, V.: «En torno al comportamiento del empresario agrícola en algunas regiones españolas».

---

texto algo más complicado, como puede ser el de los bienes mixtos de producción-consumo.

Ante la entrada en una cooperativa, consideraremos como objetivo del empresario la obtención de una ganancia empresarial individual (ganancia de la explotación más ganancia en busca de la maximización, lleva consigo, como hemos visto en párrafos anteriores, a la pérdida de libertad empresarial, porque si la máxima ganancia empresarial se obtiene con la máxima ganancia cooperativa, si la ganancia de la explotación se considera ganancia cooperativa, si la ganancia de la explotación se considera constante, lo que se consigue con la mínima libertad empresarial.

El agricultor estará dispuesto a renunciar a su libertad empresarial si su objetivo es maximizar la ganancia. También estará dispuesto a renunciar a ella si, en la situación inicial, no alcanza la ganancia suficiente y la ganancia cooperativa le conduce al cumplimiento de su objetivo. Por el contrario, si el empresario agrario se halla en una situación que rebasa la ganancia suficiente, no estará dispuesto a la pérdida de la libertad empresarial a cambio de ganancia cooperativa porque sobrepasa el valor considerado suficiente.

Paralelamente a lo ocurrido con la variable «libertad empresarial», resulta difícil cuantificar la ganancia a la cual el agricultor renuncia a su incremento a cambio de perder libertad empresarial. Pero, análogamente, se pueden establecer algunas hipótesis de trabajo suficientemente explícitas para hacer operativo el razonamiento y llegar a conclusiones útiles, aunque una cuantificación requeriría un estudio previo del consumo y ahorro de cada agricultor.

En primer lugar, esta ganancia suficiente ha de ser positiva, o lo que es lo mismo, el agricultor estará dispuesto a renunciar a su libertad empresarial siempre que su situación se encuentre por debajo del umbral de rentabilidad. En la figura 3, los puntos, T, R, S y Q corresponden a los umbrales de rentabilidad. Por tanto, los agricultores comprendidos entre O y Q serán los más predispuestos a la asociación con el fin de hacer rentables sus explotaciones, siendo mayor esta tendencia a la asociación cuanto más pequeña sea la explotación.

En segundo lugar, puede pensarse que la ganancia suficiente sea positiva y diferente para los distintos agricultores; siendo, obviamente, mayor para aquellos que tengan una explotación mayor. Para simplificar, también podemos suponer:

$$G_s = G_0 + \lambda x$$

donde:

$G_s$  = Ganancia suficiente.

$G_0$  y  $\lambda$  = Parámetros.

La representación gráfica de esta relación aparece en la figura 4.

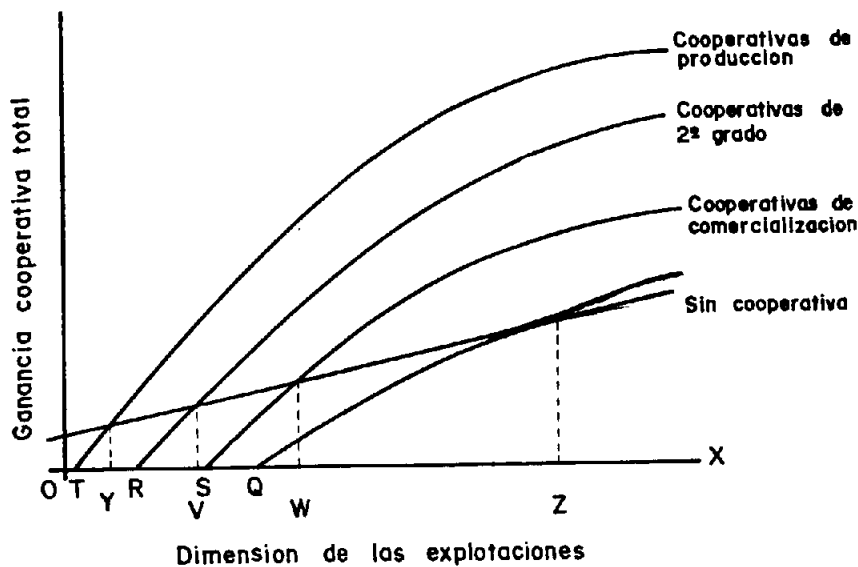


Figura 4.

Si el empresario agrícola tiene como objetivo obtener una ganancia suficiente con el máximo de libertad empresarial, éste se encontrará con una situación de equilibrio en las siguientes condiciones:

1. Los empresarios agrarios cuyas explotaciones sean mayores de Z no estarán dispuestos a asociarse, porque en el mercado libre obtienen una ganancia superior a la sufi-

ciente y, por tanto, no están dispuestos a cambiar libertad empresarial por ganancia cooperativa total.

2. Los empresarios agrarios cuyas explotaciones estén comprendidas entre Z y W estarán dispuestos sólo a formar cooperativas de comercialización de primer grado, pero no de segundo, porque con sólo la ganancia generada por este primer tipo de asociación, por una pérdida mínima de libertad empresarial (la referente a la comercialización, con corta duración y tomando las decisiones colectivamente, pero directamente), pueden obtener su ganancia suficiente.

3. Los empresarios cuyas explotaciones se sitúen entre W y V estarán dispuestos a que su cooperativa participe en las cooperativas de comercialización de segundo grado con el fin de obtener la ganancia suficiente.

Las decisiones se dejan de tomar individualmente. Son las mismas que en el caso anterior, pero se toman con participación indirecta.

4. Los empresarios cuyas explotaciones se sitúan entre S y R estarán dispuestos a renunciar a la libertad empresarial que hace referencia a la producción, además de las que se refieren a la comercialización, como los anteriores, a cambio de alcanzar su ganancia suficiente.

5. Por último, los empresarios agrícolas en explotaciones comprendidas entre O y T no alcanzarán nunca su ganancia suficiente mientras se mantengan las condiciones actuales.

## **6. RELACION ENTRE CONSTITUCION Y DESARROLO DE COOPERATIVAS Y VARIACION DE PRECIOS Y COSTES**

El modelo de comportamiento anterior es válido siempre que los precios agrarios y costes de producción se mantengan constantes y explica, con una cierta aproximación, la mayor propensión de los pequeños y medianos agricultores a una mayor integración cooperativa.

Sin embargo, queda por explicar la mayor propensión de los agricultores, con distintas dimensiones de explotación, a la integración en momentos en que la actividad a que se dedican, entendida ésta no a nivel sectorial, sino de producción específica (agrios, vino, etc.), pasa por una crisis.

Con el modelo anterior, la explicación es obvia. En efecto, la crisis del sector se puede resumir: el aumento de los costes reales es superior al aumento de los precios reales. Esta variación en la relación entre precios y costes se materializa en un cambio de los parámetros que definen la ganancia, según pie de página 6, generando nuevas ecuaciones cuya representación gráfica se traduce en un desplazamiento de las funciones de ganancia y una disminución de las pendientes de dichas funciones, tal como aparece en la figura 5.

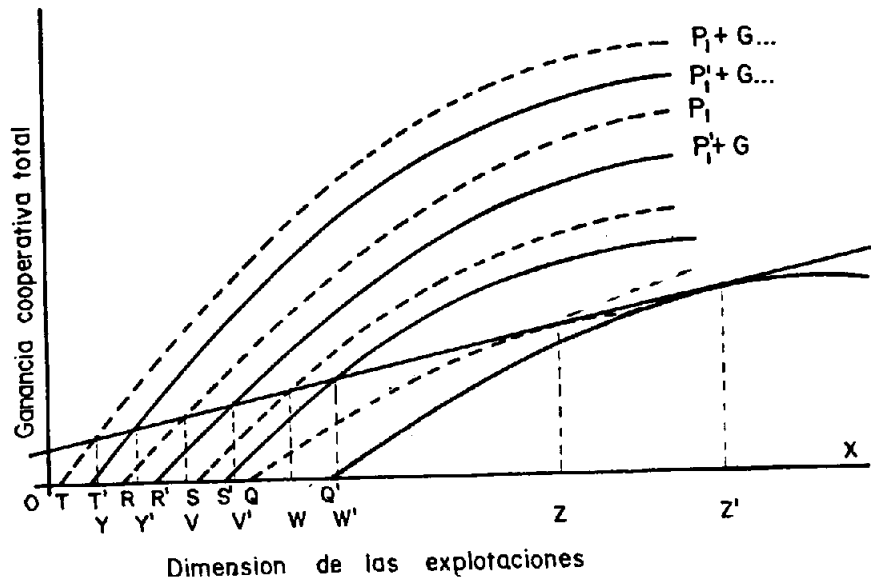


Figura 5.

Los resultados de rentabilidad se han desplazado hacia dimensiones mayores ( $T'$ ,  $R'$  y  $Q'$ ) y los agricultores predisuestos a determinado grado de integración tienen explotaciones mayores ( $Y'$ ,  $V'$ ,  $W'$ ), lo que explica que en momentos de crisis de precios de mercado o de costes de producción se constituyan y desarrollen más cooperativas.

### RÉSUMÉ

*Dans cet article on développe un modèle explicatif de la prédisposition des agriculteurs à créer des entreprises associatives agraires en général, et des coopératives en particulier, en acceptant l'hypothèse que l'agriculteur traite de maximiser sa liberté comme entrepreneur, comprise comme accès à la prise de décisions individuellement ou collectivement, sujet à la contrainte d'obtenir un gain suffisante comme objectif d'entreprise.*

*Le modèle permet d'expliquer la différente propension à s'associer des différents groupes d'agriculteurs en fonction de la professionnalité, type d'intégration, taille des exploitations et situation économique de l'activité agricole à laquelle ils appartiennent.*

### SUMMARY

*The present work develops an explanatory model of the predisposition of farmers to establish associative agricultural enterprises in general, and cooperatives in particular, accepting the hypothesis that the farmer tries to maximize this entrepreneurial freedom, understood as the access to the decision making individually or collectively, subject to the restriction of obtaining a sufficient profit as an entrepreneurial objective.*

*The model permits to explain the different propensity to associate of the different groups of farmers as a function of the professionalism, type of integration, farm size and economic situation of the agricultural activity to which they belong.*

