



El Hablagaanados 484: Hay que saber cuándo jugar, y cuándo no

Por Kris Ringwall, Especialista de ganado Servicio de Extensión de NDSU
Traducción por Dr. Michael Cartmill, Dickinson State University

Como productores vaca-becerro, es fácil ser supersticiosos de lo desconocido, pero es una decisión que algunos hacen.

El juego no está amañado, pero el productor vaca-becerro sí tiene buena jugada. Cómo productores tenemos una decisión de cuando no seguir jugando y entregar las riendas al siguiente segmento de la industria. Mientras unos dicen que los productores están en control, otros dicen que el productor del becerro o dueño de la vaca está en el escalón más bajo y tiene que tomar lo que se ofrezca.

Un argumento se puede hacer para ambas posiciones. Un hilo común extiende por ambas opciones, el cual es la necesidad de entender mejor las complejidades de la industria entera.

Como productores vaca-becerro, es fácil ser supersticiosos de lo desconocido, pero es una decisión que algunos hacen. Un especialista experimentado de adquisición para los corrales de alimentación (comprador de ganado) notó que un sistema de identificar ganado que funcionará y será eficaz para el productor, el alimentador y el empacador requiere un conocimiento formidable. Al final, a muchos de nosotros se nos acaba el tiempo necesario para adquirir todo el conocimiento necesario.

Los números aumentan rápidamente y la relación entre los números pronto llega a ser aplastante. La mayoría de productores vaca-becerro vuelve a lo que sabe mejor, lo cual es producir becerros. Sin embargo, la pregunta del verano pasado todavía nos inquieta. ¿Cómo sabemos si recibimos nuestra parte justa?

Una buena manera de terminar la discusión con respecto a determinar el valor de becerros es de escuchar a Tim Petry, economista de la comercialización de ganado del Servicio por Extensión de NDSU. Tim dice que la respuesta sencilla es la oferta y la demanda.

Tim dice que la mayoría de las fábricas empacadoras tienen gente cuyo trabajo es vender la carne en la nevera. La demanda de ciertos cortes de carne puede ser muy estacional y muy competitiva porque el espacio de la nevera está limitado. Un nuevo grupo de cortes llegarán después de la cosecha diaria.

Cada día, gente vendedora recibirá un listado de lo que hay para vender y se pondrá en contacto con los clientes. El deseo es de vender por el precio más alto, pero el cliente quiere pagar el precio más bajo.

Tal como todos involucrados en la industria de carne de res, negociamos. Tim sigue explicando que los clientes negocian con varias fábricas para la mejor oferta. Pedidos de volumen grande pueden ser aceptados a un precio reducido. El pedido grande podría ser toda una carga de camión de IMPS (especificaciones de



compra de carne institucional) 180 lomo, tira, sin hueso, 0x1 o sólo una caja o dos.

Si la sección de ventas tiene problemas con vender un corte IMPS particular (digamos IMPS 120A carne de pecho, sin punto, sin hueso) debido a la estación del año u otros factores, el personal de ventas puede negociar para vender al cliente un corte de demanda alta, tal como IMPS 112A costilla, ribeye o sin hueso, muy cerca el extremo alto del mercado, pero después está dispuesto a incluir la carne de pecho cerca por el extremo bajo del mercado. En muchos casos, el precio alto o bajo es un intercambio de muy poco volumen, tal como una caja.

Al final del día, el promedio ajustado está más cerca al mercado donde la mayoría de los cortes se venden y los extremos alto y bajo del rango son transacciones únicas relacionadas más a las negociaciones sobre pedidos específicos. Bienvenido al mundo de vender carne.

Lo esencial es la oferta y la demanda. A veces eso es difícil de aceptar. Como productores, parece que hay mucho vaivén en este negocio.

Eric Berg, científico de carne de NDSU, notó que las fábricas ofrecen un precio de oferta basado en las proyecciones de ventas (demanda) y compiten con la mercancía disponible. Las fábricas de carne necesitan ganar bastante dinero como para pagar la luz en un negocio de funciona con márgenes pequeños (a veces centavos) dentro de mercancías más grandes de escala.

El negocio de carne de res no es un negocio fácil. Los productores vaca-becerro tal vez tengan las riendas en las manos, pero como cantó Kenny Rogers, “hay que saber cuándo jugar, y cuándo no.”

Que encuentre usted todas sus marcas orejeras.

Sus comentarios siempre son bienvenidos en <http://www.BeefTalk.com>

Para más información, contacte a la oficina NDBCIA, 1041 State Ave., Dickinson, ND 58601, o vaya al <http://www.CHAPS2000.com> por internet.