

El Hablaganados 598: Comprender cosas que no controlamos

[[previo](#)] [[próximo](#)] [[versión impresor](#)] [[inscripción](#)]

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

El productor vaca-becerro, por lo general, no calcula los márgenes y no tiene la opción de aumentar el precio para cubrir las pérdidas de ayer.

Discutir el valor de la carne de res siempre genera una reacción animada. La relación entre comprador y vendedor siempre reside en lo justo. Sin embargo, la documentación de lo que es justo es difícil, si no imposible.

El mundo de la carne de res es una mezcla de muchos grupos diferentes. Cuando los productores presentan los becerros u otro ganado, el producto que se vende representa años de pensamiento y trabajo duro que se formaron por un poco de anticipación de lo que se vendería mejor. El aspecto del pensamiento y trabajo duro del negocio de vaca-becerro se acosa con retrasos de tiempo. En otras palabras, los becerros comercializados hoy no se valoran para el mercado de hoy. Se valoran para algún mercado del futuro que es desconocido.

Para hacer las cosas aun más difíciles, esos toros escogidos para el apareamiento esta primavera no tendrán progenie en la barrera por tres años. En realidad, los productores que compran toros hoy están conjeturando los precios de becerros en dos o tres años en el futuro.

Dado el retaso de tiempo gigantesco, no sorprende nada que esta mezcla de los que están involucrados en el negocio de carne de res siempre está aparente cuando se discute el valor de la carcasa. Sería maravilloso poder decir que todas estas discusiones son geniales. Sin embargo, cada vez que un vendedor trae un productor para vender, siempre habrá esa pregunta inquietante de cuál es el valor verdadero del producto.

¿Recibió el vendedor el valor apropiado? ¿Subvaloró o sobrevaloró el comprador el producto? Para complicar el asunto más, en el negocio de carne de res, hay varios mecanismos que se pueden usar para vender ganado.

Hay los mercados públicos, acuerdos privados, subastas por video o varias combinaciones de procesos de comercialización que también tienen una variedad de términos de entrega y/o porcentajes de propiedad.

Tal como ya se ha notado, para complicar el proceso aun más, esta venta puede ocurrir varios meses o más de un año antes de que el producto final, el cual es la carcasa, se valore en la barrera. La especulación individual en cuanto al valor verdadero de la carcasa se basa en proyecciones del mercado, calculaciones de demanda y una cantidad de acuerdos de comercio tipo gubernamental que están sujetos a cambio.

Estos cambios pueden ser muy bien planeados o sencillamente hechos de noche a día. Un envío de carne de res realmente podría estar en rumbo a su destino final pero entonces devuelto.

Bueno, todos podríamos estar de acuerdo que esta discusión parece alejarse un poco del mercado de becerros de engorde pero, en verdad, no lo está. El valor de cualquier becerro, vaca o toro no sólo es una proyección de lo que será el valor en la barrera. Aun para el ganado de cría, los productores compran animales escogidos basándose en el valor proyectado de la progenie en la barrera.

Por ende, no requiere mucho tiempo para darse cuenta de que una diferencia de opinión de verdad influirá en la afabilidad dentro de la industria de la carne de res. Para confundir el asunto aun más, los que están involucrados en el negocio basado en márgenes (corrales de alimentación y empacadores) tienen la flexibilidad de superar pérdidas actuales o estimular rentabilidad actual. Esto esconde aun más el valor real de las ofertas del mercado actuales.

Los márgenes de compra y venta son fáciles de calcular para los alimentadores y empacadores. Apenas una semana pasará sin que estos números sean discutidos y ajustes del mercado sean calculados.

Para agregar más dificultad al ambiente del mercado, el productor vaca-becerro, por lo general, no calcula márgenes y no tiene la opción de aumentar el precio para cubrir las pérdidas de ayer. Así que, es fácil entender que el productor vaca-becerro no tiene la flexibilidad para ajustar los mercados.

También va en la mano que una cierta cantidad de frustración será evidente cuando se discuten los temas de la comercialización de ganado, la comercialización justa o el valor de la carcasa. Sin embargo, comprender el mercado y cómo funciona es esencial al éxito en el negocio de carne de res, si uno es productor vaca-becerro, alimentador o empacador.

Las herramientas disponibles a cada uno son algo diferentes y los riesgos no son los mismos por toda la industria. Proteger a uno mismo del riesgo de un cambio del mercado repentino es crítico y necesita ser entendido.

No hay una respuesta fácil. Por ende, los planes de negocio necesitan reflejar los planes de cría y administración, además que el plan de comercialización. Para el segmento vaca-becerro de la industria, significa juntándose con la gente apropiada para asegurar que el riesgo de comercialización esté en el plan de negocio. 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.

Marketing Cattle – The Time Offset from Conception Through Harvest
Winter of 2012 – Buy bull
Spring/Summer of 2012 – Breed cows
Spring/Summer of 2013 – Calve cows
Fall/Winter of 2013/14 – Wean Calves
Spring/Summer/Fall 2014 – Finish Calves
Mid 2014 to late 2015 – Harvest Calves

Comercializar el ganado—El atraso de tiempo de la concepción hasta la cosecha:
Invierno de 2012—Comprar el toro;
Primavera/verano de 2012—Aparear vacas;
Primavera/verano de 2013—Parto de becerros;
Otoño/invierno de 2013/14 —Destetar becerros;
Primavera/verano de 2014—Terminar becerros;
Mediados de 2014 hasta finales de 2015—Cosechar becerros