

El Hablaganados 656: La publicidad buena capta dólares disponibles

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

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

La publicidad mejorada para captar el dinero disponible es la clave.

Los productores de ganado necesitan fijar metas enfocadas y sistemáticas para captar más dólares netos. Cuando la discusión queda en el lado de ingresos, la publicidad es el enfoque. La publicidad mejorada para captar el dinero disponible en el mercado es la clave.

A pesar de las ganancias netas actuales, la meta de aumentar las ganancias netas en la operación de ganado siempre es económicamente viable. Para los que están luchando con las ganancias netas negativas, el aumento debe mover la operación vaca-becerro en una dirección positiva y proveer bastantes dólares adicionales para permanecer en el negocio.

Para los que están en una posición muy positiva, el desafío enfatizará de nuevo la necesidad de siempre quedar astutos y conscientes de la dinámica cambiante del negocio de carne de res. El desafío o meta es loguable, pero enfrentar el desafío no va a ser fácil. El lugar para empezar es con un bolígrafo y papel en la mano para hacer algunas calculaciones creativas, pero salgamos del pensar anticuado para comprender cómo hacerlo.

Al principio, dividamos \$200 en mitad y añadamos \$100 al lado de ingresos de la operación vaca-becerro y \$100 al lado de gastos de la ecuación. Para esta discusión, vamos a trabajar en el lado de ingresos.

Para hacer progreso en aumentar los ingresos en una operación de carne de res, uno primero debe evaluar el margen en bruto. Para hacerlo, necesitamos volver a los números del Programa de Administración de Granjas de Dakota del Norte que están disponibles en el sitio de FINBIN (www.finbin.umn.edu/) del Centro de Administración Financiera de Granjas en la Universidad de Minnesota. Estos números documentan el margen en bruto de una empresa vaca-becerro.

El margen en bruto consta de la compra y venta de todos los becerros, las vacas y toros para el mercado, además los animales transferidos en la operación y cualquier cambio global del inventario de ganado, según Jerry Tuhy, instructor de la administración de empresas agrícolas en el Centro de Investigación por Extensión en Dickinson. Por lo tanto, los márgenes en bruto reflejan la cantidad de dinero que los productores de ganado tienen con qué trabajar, así que nuestra meta necesita ser ligada a los valores de márgenes en bruto.

Más específicamente, la meta es de aumentar nuestro margen en bruto por \$100. Sabemos que las ventas influyen los márgenes en bruto, pero evaluar los márgenes en bruto no es fácil ni sencillo. Dependiendo de cómo un productor comercializa los becerros y si el productor está expandiendo o reduciendo, los números de vacas tienen fuertes efectos en la cantidad disponible del margen en bruto.

Téngase presente que el margen en bruto es el número que paga las cuentas y es un compuesto de todas las ventas. El margen en bruto promedio para los productores vaca-becerro con más de 50 vacas inscritas en el programa de la Administración de Granjas de Dakota del Norte desde 2006 hasta 2011 fue \$549.

La meta es de aumentar el \$549 hasta \$649. ¿Se puede lograr? Si uno repasa los años 2006 a 2011 y mira al valor de los becerros que se vendieron, unos números interesantes se asoman.

Basándose en las ganancias netas por vaca, esos productores que estaban en el 40 por ciento más alto vendieron un promedio de 604 libras de becerro desde 2006 hasta 2011 con un precio promedio de \$115 (\$116 en 2006, \$109 en 2007, \$94 en 2008, \$92 en 2009, \$119 en 2010 y \$141 en 2011) por cien libras de becerro. La diferencia fue \$58.

Los productores que tuvieron un rendimiento neto más alto vendieron becerros más pesados por más dinero por libra que esos productores que tuvieron ganancias netas más bajas. Al contrario completo del pensar popular, los becerros de menos peso no rindieron más dólares por cien libras de becerro, y el peso adicional de cada becerro con un valor más alto de verdad acentuó los impactos positivos de buena publicidad de becerros más pesados.

El valor de la publicidad es enorme y será la clave al usar cualquier factor singular al determinar los aumentos potenciales en los márgenes en bruto. El mercado premiará el valor, así que vale buscarlo.

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.

Margen en bruto promedio Empresa vaca-becerro de 2006 hasta 2011	
Margen en bruto promedio	\$549
El 40% más alto ganancia neta por vaca	
Precio promedio por cien libras	\$115
Peso promedio de becerros	604 libras
El 40% más bajo ganancia neta por vaca	
Precio promedio por cien libras	\$111
Peso promedio de becerros	574 libras

FINBIN (www.finbin.umn.edu) del Centro de Administración Financiera de Granjas, Universidad de Minnesota

[Haga clic para la versión en español](#)