
El Hablaganados 376: La llave y el becerro tienen valor

Por Kris Ringwall, Especialista de ganado
Servicio de Extensión de NDSU
Traducción por Dr. John S. Ballard,
Dickinson State University

El comercio de ganado para la carne de res es una red compleja de senderos que envuelve muchos pasos por la cadena industrial. El productor de vaca/becerro pasa la producción (los becerros) al siguiente eslabón de la cadena de marketing.

En el medio ambiente actual, los principios básicos de marketing no son tan claros como han sido en el pasado. Un repaso reciente de dos de los puestos de poliza gobernantes sobre la propiedad personal y el marketing de esa propiedad de la Asociación de los Criadores de Animales de Dakota de Norte definen claramente lo que pretende la Asociación.

En el caso de la propiedad personal, la poliza del grupo declara: “La NDSA cree que el derecho de tener y disfrutarse del uso de la propiedad privada es la clave a una sociedad libre y opone firmemente cualquier obstáculo a su uso legal o cualquier esfuerzo que resulta disminuir el valor o los retornos debe considerarse una recaudación la compensación justa debe proveerse.”

Para el marketing, la posición de la Asociación declara: “Esta asociación cree en los principios de un mercado libre como el primero de los conceptos económicos.”

Estos pensamientos, junto con todas las actividades cotidianas que son partes de la administración y la operación de una operación para la carne de res, ciertamente podrían hacer que los productores piensen en la totalidad.

Me pidieron dar testimonio ante la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos para proveer información relacionada a un análisis de la calidad y hasta lo posible la cantidad de los efectos económicos de la salud animal extranjera y las medidas sanitarias de comida y sus impactos para la exportación de la carne estadounidense. Esto sí es mirar la totalidad.

Mientras me preparo, es muy obvio que los productores buscan un medio ambiente de mercado sin limitaciones que les permite a los compradores de todas partes del mundo ofrecer para los becerros. Alcanzar esta meta no es posible sin algunas dificultades.

La batalla viene de la realidad que vivir en los EEUU no asegura a nadie de la seguridad absoluta contra las fuerzas fuera del país. El impacto directo del acto terrorista del once de septiembre y el impacto indirecto del anuncio de la encefalopática espongiiforme bovina (BSE) se descubrió dentro de las fronteras de los EEUU son reales y todavía afectan mucho a la industria ganadera.

Las reglas cambiaron. No había ningún voto. No había participación. Sólo había el conocimiento que todo sería distinto.

Los productores de carne de res están luchando con los

resultados que no son muy claros hasta ahora. Es difícil dentro del medio ambiente actual que los conceptos administrativos sean efectivos en cualquier forma.

Recientemente, las cosas empezaron a esclarecerse mientras yo escuchaba a Steve Holcombe, el fundador y dirigente de Pardalis Inc. (Paradalis es una compañía de guardar datos de tercer mano que maneja los datos como si fueran lo mismo que el dinero.)

Holcombe dice que “ el desafío es instigar regulaciones que incluyen los granjeros pequeños y que reconoce que ahora hay dos productos distintos que se producen por las cadena de depósitos agrícolas de hoy: (1) los productos de animales de cria tradicionales (o producto de cosecha) y (2) un producto informacional que describe el pedigrí del producto tradicional.”

Este punto es importante y los productores están empezando a pensar en él. Los productores de hoy no sólo producen y venden un producto físico, tal como un becerro, pero también vende la información del becerro.

Mientras el becerro es el producto verdadero que tiene valor en el mercado libre, los datos del producto contienen la llave para abrir las distintas puertas que se necesitan para entrar al mercado. Ninguna de estas llaves carece de importancia pero tradicionalmente no han tenido mucho valor en el mercado.

Dentro del mundo cambiante de hoy, la realidad es las llaves, que tienen que presentarse a la hora de marketing. Como resultado de este cambio, una gran pregunta se ha surgido. ¿Es todo eso simplemente más trabajo o es una oportunidad?

Espero que usted encuentre todas sus etiquetas de oreja.

Sus comentarios siempre son bienvenidos en www.BeefTalk.com. Para más información, póngase en contacto con el North Dakota Beef Cattle Improvement Association(la Asociación de Mejoramiento de la Carne de Res de North Dakota 1133 State Avenue, Dickinson, ND 58601 o vaya a www.CHAPS2000.com en la Red Internet.

Fuente: Kris Ringwall, (701) 483-2348, ext 103,
kringwal@ndsuxext.nodak.edu

Redactor: Rich Mattern, (701) 231-6136,
richard.mattern@ndsu.edu

