

El Hablaganados 322: El Rostro cambiante de la producción de ganado

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

Un artículo, “La economía de la producción, el tratamiento y el marketing de la agricultura de animales”, escrito por Michea Boehlje, se publicó por la Asociación de Economía Agrícola Americana en su revista electrónica, “Choices”(Volumen 21, No. 3, 2006, www.choicesmagazine.org). El artículo se centra en los temas que la industria de ganado no acepta fácilmente, o por lo menos sus conclusiones no reflejan nuestras esperanzas.

Hace mucho que los productores de ganado saben que las operaciones de producción están creciendo. Las ventajas asociadas de tamaño sencillamente son más importantes que el dejar las cosas como estaban. La solución no se encontrará por ignorar la realidad o por dejarnos llevar por el pánico.

Se causa preocupación revisar los hechos y, por eso, planear para el futuro es imprescindible. La historia nos ha mostrado que el futuro lentamente llega a ser el presente. Las tendencias basadas en los hechos generalmente llegan a ser lo normal.

La industria de ganado está cambiando. La producción de ganado para la carne es sólo una parte de una industria de comida muy grande. Como Boehlje observa en su artículo, la industria de ganado “sigue pasando por cambios estructurales importantes debidos a la revolución rápida en las características del producto, los modelos de consumo y producción mundiales, la tecnología, el tamaño de operación y la ubicación geográfica”.

Estos cambios no son singulares y los productores de ganado no son inmunes. El artículo cita estadísticas del informe del USDA sobre “La Alimentación de Ganado” de febrero de 2006. El informe observa que en 2004, 48,4% del ganado se vendieron por los centros de alimentación con menos de 16.000 cabezas, mientras los centros de alimentación con más de 32.000 cabezas vendieron el 33,6%. En el año 2005, 30,2% del ganado se vendieron por los centros de alimentación con menos de 16.000 cabezas (una caída de 18,2%), mientras los centros de alimentación con más de 32.000 cabezas vendieron el 52% (una subida de 18,4%). Es difícil creer que los números de inventario y de marketing pueden cambiar tanto en un año, pero así es.

De la misma manera, el artículo provee la “tasa de concentración de cuatro empresas” para el ganado. Esta terminología se define como el total de las porciones de las ventas, el valor añadido, los activos o los empleados que tienen las cuatro empresas más grandes de la industria (www.specialinvestor.com).

En 1980, la tasa era 28,4. En 2004, la tasa había subido a 70,9 para la industria de ganado (Informe estadístico para corrales y empresas de productos cárnicos del USDA, G1PSA SR-06-01, febrero de 2006).

Puesto que se puede relacionar esta tasa a la competitividad, el punto de consideración obvio sería que hay menos competición en la la industria de ganado. Estos puntos realmente son unos números iniciales y no son muy comprensivos para las operacio-

nes pequeñas o medianas. Para la mayoría de nosotros, las operaciones de ganado pequeñas o las medianas son lo que somos.

Aún en Dakota de Norte, hay menos operaciones pequeñas y medianas. Desde el principio de este siglo, Dakota de Norte ha perdido 1.600 productores de ganado que tenían cien o menos cabezas de ganado, según el Servicio Estadístico Agrícola de Dakota de Norte (www.nass.usda.gov/Statistics_by_State/North_Dakota/index.asp). La misma fuente mostró que tenemos 500 productores menos produciendo 100 a 499 cabezas de ganado. Hay 70 más productores que tienen entre 500 y 999 cabezas de ganado y había un aumento de 30 productores que tienen operaciones de más de 1000.

Actualmente, el NDASS tiene una lista de 11.700 productores de ganado que es menos de los 13.700 en 2000. Boehlje dice, “Los productores pequeños y medianos exitosos se enfrentan con muchos desafíos de sobrevivir serios para determinar cómo caber dentro de las estructuras integradas de la cadena de suministro .

Mientras que pueden haber algunas oportunidades de valor añadido en el comercio de ganado, lo esencial es agradecer o parecer agradecer. Esto me parece bastante triste.

La respuesta, puesto que no todos vamos a agradecer, parece ser tener redes más eficientes, más y mayor cooperación y la interdependencia importante y significativa entre los productores pequeños y medianos. Esto comúnmente se llama las alianzas o las cooperativas.

Tal vez nuestros padres tenían razón. Ellos formaban parte de la cooperativa, no tanto para vender sino para comprar. Reversando los dos y aumentando el tamaño podría ser la solución. Sólo necesitamos juntarnos y traer la comida.

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

Percentage of Cattle Marketed by Feedlot Size in 2004 and 2005

	2004	2005	Change
Small feedlots (< 16,000 head)	48.4%	30.2%	-18.2%
Large feedlots (> 32,000 head)	33.6%	52.0%	+18.4%

USDA Cattle on Feed, NASS, February 2006

The Changing Face of Beef Production

By Kris Ringwall
Extension Beef Specialist
NDSU Extension Service



An article, “Economics of Animal Agriculture Production, Processing and Marketing,” authored by Michael Boehlje, was published by the American Agricultural Economics Association in its online “Choices” journal (Volume 21, No. 3, 2006, www.choicesmagazine.org). The article focuses on issues the beef industry finds hard to accept, or at least the conclusions probably don’t mirror our hopes.

Beef producers have known for a long time that production operations are getting bigger. The associated advantages of scale simply outweigh leaving things the way they were. The solution will not be found by burying our heads in the sand or by a constant call to arms.

While the review of facts is unsettling, future business planning is essential. History has shown us that the future slowly becomes the present. Trends based on facts generally become the norm.

The beef industry is changing. Beef cattle production is only one part of a very large food industry. As Boehlje noted in the article, the beef industry “continues to undergo major structural change due to rapid evolution in product characteristics, worldwide production and consumption patterns, technology, size of operation, and geographic location.”

These changes are not unique and beef cattle producers are not immune. The article cites statistics from the USDA’s Cattle on Feed report of February 2006. The report notes that in 2004, 48.4 percent of the cattle marketed were sold by feedlots of fewer than 16,000 head, while feedlots of more than 32,000 head marketed 33.6 percent. In 2005, lots of fewer than 16,000 head marketed 30.2 percent (down 18.2 percent), while the lots of more than 32,000 marketed 52 percent (up 18.4 percent). It is hard to believe inventory and marketing numbers can swing that much in one year, but they did.

Likewise, the article lists the “four-firm concentration ratio” for cattle. The term is defined as the sum of the portions of sales, value-added, assets or employees held by the largest four firms in the industry (www.specialinvestor.com). In 1980, the ratio was 28.4. In 2004, the ratio had risen to 70.9 for the cattle industry (USDA Packers and Stockyards Statistical Report, G1PSA SR-06-01, February

2006).

Since one can relate this ratio to competitiveness, the obvious pondering point would be that there is less competition in the beef industry. These points are really some startling figures and not very sympathetic to smaller or midsized operations. For most of us, smaller to midsized beef operations are who we are.

Even in North Dakota, there are fewer small and midsized beef operations. Since the start of the 21st century, North Dakota has lost 1,600 beef producers who had 100 or fewer cows, according to the North Dakota Agricultural Statistics Service (www.nass.usda.gov/Statistics_by_State/North_Dakota/index.asp). The same source showed we have 500 fewer producers raising 100 to 499 head of cattle. There are 70 more producers with inventories between 500 and 999 cows and there was an increase of 30 producers running operations of more than 1,000 cows.

Currently, the NDASS lists 11,700 cattle producers, down from 13,700 in 2000. Boehlje says, “Successful small and midsized producers face serious survival challenges in determining how they fit into integrated supply chain structures.”

While there may be some value-added opportunities in the beef business, the bottom line is to get big or look big. This seems rather sad.

The answer, since we are not all going to get big, appears to be more efficient networks, more and greater co-operation and significant, meaningful interdependence among small and midsized producers. This commonly is called alliances or cooperatives.

Maybe mom and dad had it right. They joined the co-op, not so much to sell, but to buy. Reversing the two and increasing the scale could work. We just need to know where to have the potluck.

May you find all your ear tags.

Your comments are always welcome at www.BeefTalk.com. For more information, contact the North Dakota Beef Cattle Improvement Association, 1041 State Avenue, Dickinson, ND 58601 or go to www.CHAPS2000.com on the Internet. In correspondence about this column, refer to BT0322.