
El Hablaganados 323: El futuro del ganado — los desafíos medianos

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

Hay una dificultad considerable que viene con estar en el medio porque el medio raras veces se queda el medio. El medio (promedio) está donde uno quiere quedarse. Para la mayoría, nuestra crianza ha sido movernos del medio y tratar de sobresalir, dominar y extender lo que sea que hacemos hasta las alturas.

La consecuencia de esta manera de enfrentarnos al mundo en el mundo comercial ha afectado las áreas rurales en muchas maneras. Un efecto mayor ha sido la falta de vecinos. En las regiones de ganado, la falta de vecinos traduce a la falta de ayuda. Este no es un concepto nuevo, pero sí es un concepto que está con nosotros desde que la gente empezó a hacer el comercio.

La eliminación gradual de los jugadores o los socios en el comercio de ganado es parte de un ciclo que (con esperanza) quizás un día vaya a reciclarse y redistribuir los recursos. Por ahora, el futuro del comercio de ganado parece apuntarse hacia las operaciones más grandes y expansivas.

¿Entonces cuáles son los obstáculos o las dificultades en sobrevivir con una escala reducida? Realmente, la mayoría de los que tienen operaciones de tamaño pequeño o mediano ya siente apresurado. Esto viene de los costos incrementados y la inhabilidad de proporcionar efectivamente esos costos tras unidades de producción limitadas (la vaca y el becerro). Además de las batallas obvias e inmediatas, el futuro trae consigo lo desconocido que tiene consecuencias para las operaciones de ganado.

Según un artículo, “La economía de la producción, el tratamiento y el marketing de la agricultura de animales”, escrito por Michea Boehlje y publicado por la Asociación de Economía Agrícola Americana en su revista electrónica, “Choices”(Volumen 21, No. 3, 2006, www.choicesmagazine.org), hay varios impactos muy reales para las operaciones pequeñas y medianas que van a surgir más en el futuro. Es mucho como correr en una carrera, por lo menos en una carrera dentro de que se colocan varios obstáculos a lo largo que hay que superar para seguir con éxito.

Para los que participan en la agricultura de animales, siempre hay el riesgo de funciones reguladoras adicionales, deseos del consumidor cambiantes y estructuras de marketing que varían. En cuanto a los temas reguladores adicionales, Boehlje dice que son “las restricciones adicionales para los modelos de negocio, como la producción de contrato o la integración vertical, las políticas de inmigración más restrictivas o reglas para la seguridad de los obreros, la regulación del medio ambiente aumentada y las restricciones para el uso de aditivas/ingredientes en los alimentos.” Todo esto quiere decir un futuro incierto.

Además de la regulación potencial guiada por gente que está relativamente desconectada de la producción de los productos agrícolas, esta misma gente tiene esperanzas muy anchas de los productos disponibles. Boehlje dice que los deseos cambiantes del consumidor incluyen palabras conocidas tales como bienestar, orgánico, responsabilidad social, responsabilidad para el medio ambiente, producción de pradera libre, criado en rancho y el no usar antibióticos, hormonas de crecer sintéticos u organismos modificados genéticamente.

Todos de estos aparecen en la lista de atributos de productos y pueden ser muy difíciles de alcanzar y, aun si la producción se ajusta para cumplir con ellos, es posible que las tendencias que no son objetivas y puedan cambiar más rápidamente que la producción. La última categoría de obstáculos, como los define Boehlje son “las preocupaciones que los acuerdos de marketing, los contratos y arreglos de comercio similares sean más propicios para las operaciones más grandes; reducen la liquidez del mercado de sitio; reducen la disponibilidad de la información de mercado que se necesita para el descubrimiento de precio eficiente; y afectan adversamente las operaciones más pequeñas”.

“Si hay modo de hacerlo, puede ser hecho” se cita a menudo por los que trabajan duramente para alcanzar su sueño final, pero las dosis de realidad son duras. Como los obstáculos en una carrera, el que gana alcanzará el fin. Desafortunadamente, los obstáculos se desvanecen más rápidamente para alguien más grande que usted. Otra consideración triste, pero la vida sigue de todos modos.

Espero que usted encuentre todas sus etiquetas de oreja.

Sus comentarios siempre son bienvenidos en www.Beef-Talk.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

Three Big Hurdles for the Future of Beef!

1. Additional regulatory functions
2. Changing consumer wants
3. Varying marketing structures

Adapted from Michael Boehlje,
(www.choicesmagazine.org, Volume 21, No. 3, 2006)

The Future of Beef – Midsized Challenges

By Kris Ringwall
Extension Beef Specialist
NDSU Extension Service



There is considerable difficulty in being in the middle because the middle seldom stays the middle. The middle (average) is where no one wants to stay. For most, our upbringing has been to move away from the middle and strive to excel, dominate and extend whatever it is that we do to further heights.

The consequence of this business approach has affected rural areas in many ways. One major effect has been the lack of neighbors. In cattle country, the lack of neighbors translates into the lack of help. This is not a new concept, but it is a concept that has been with us since people have been engaged in business.

This gradual elimination of the players or partners in the beef business is part of a cycle that (hopefully) will perhaps someday recycle and redistribute resources. For the time being, the future of the cattle business seems to be pointed to larger and more expansive operations.

So what is the albatross or difficulty in surviving with reduced scale? Actually, most of those involved in small to midsized operations already feel the pinch. The pinch is increased costs and the inability to effectively proportion those costs across limited production units (the cow and calf). Along with the immediate and obvious struggles, the future brings with it some other unknowns that impact beef operations.

According to an article, “Economics of Animal Agriculture Production, Processing and Marketing,” authored by Michael Boehlje and published by the American Agricultural Economics Association’s online Choices magazine (www.choicesmagazine.org, Volume 21, No. 3, 2006), there are several very real impacts for small and midsized operations that loom in the future. It is a lot like running a race, at least a race in which various hurdles are placed before you and you must overcome them to continue successfully.

For those involved in animal agriculture, there is always the risk of additional regulatory functions, changing consumer wants and varying marketing structures.

Regarding additional regulatory issues, Boehlje lists “added restrictions on business models, such as contract production or vertical integration, more restrictive immigration policies or worker safety rules, increased environmental regulation and restrictions on the use of feed ingredients/additives.” These all add up to an uncertain future.

In addition to potential regulation guided by people who are relatively disconnected from the production of agricultural products, these same people have a very broad expectation of available products. Boehlje says changing consumer wants include many familiar terms, such as animal welfare, organic, social responsibility, environmental responsibility, free-range production, locally grown and no use of antibiotics, synthetic growth hormones or genetically modified organisms.

These are all on the list of product attributes that may be difficult to meet and, even if production is geared up to meet them, nonfactual trends are very apt to change faster than production can. The last category of hurdles, as defined by Boehlje, “are concerns that marketing agreements, contracts and similar business arrangements are more conducive to larger operations; reduce spot market liquidity; reduce the availability of market information needed for efficient price discovery; and adversely affect smaller operations.”

“If there is a way, it can be done” is often quoted by those working hard to reach their end dream, but the doses of reality are hard. Like hurdles in a race, the winner will get to the end. Unfortunately, the hurdles usually are cleared faster by someone bigger than you. Another sad note, but life goes on.

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 BT0323.