



## El Hablaganados 451: La marca requiere un equipo

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

*Requiere un equipo y todos en ese equipo deben comprenderse.*

Las noticias de un sistema de identificación animal parece estar lentamente, pero metodológicamente, apareciendo en las noticias otra vez. Las noticias son continuas y bastante competitivas en una manera extraña, así que conseguir un poco de espacio siempre es significativo.

De hecho, Steve Holcomb de Pardalis, S.A. recientemente notó, “La seguridad de los alimentos está al centro del orden del día del público. El charloteo ha vuelto en la industria de carne de res que la identificación animal obligatoria ‘viene’... El ambiente total ha cambiado significativamente desde hace dos años.”

Unos pensamientos fuertes y, estoy seguro, unas reacciones fuertes vendrán. Sin embargo, como productores de ganado, no podemos argumentar con el cambio. Sólo podemos hacer lo mejor que podamos para guiar el cambio. ¿Entonces qué hacemos? Una buena pregunta y desafío en una época que ya se domina por desafíos.

El otro día, el Centro de Investigación por Extensión en Dickinson compró unas vaquillas de reemplazo. Interesantemente, la búsqueda de vaquillas documentadas por edad y fuente no es fácil. Encontrar un grupo de vaquillas que cumplen con todos los requisitos toma tiempo porque la gran mayoría de los grupos de vaquillas son categorizadas previamente, entremezcladas.

Las vaquillas son buenas y la administración es buena, pero no hay la verificación de edad y fuente. Los datos sencillamente están ausentes, pero, como productores, sabemos que los paquetes son maravillosos. Tal vez eso es el meollo de la discusión.

Tal como Holcomb ha destacado en discusiones previas, como industria hemos fracasado y continuamos a fracasar en hacer la conexión entre el valor de datos y el valor del producto. La marca orejera es la conexión, entonces sin la conexión, la marca obviamente no tiene valor y la oportunidad de aumento por medio de “la comercialización conectiva” es cero. Se trata de valor, valor aumentado y un poco de compartir ese valor entre los involucrados.

El Centro finalmente sí encontró y compró unas vaquillas de reemplazo. Durante la venta, los novillos de la misma operación se vendieron antes de las vaquillas en lotes documentados por edad y fuente. La venta prosiguió bastante bien.

Parfraseando la lonja de ganado local, “En esta venta, por fin pudimos conseguir una prueba de verdad del valor de la verificación de fuente y edad. Los lotes cargados de novillos de pesos ocho y nueve eran verificados por edad y fuente y marcados con identificación electrónica. Se vendieron muy, muy bien y la verificación de edad y fuente tuvo mucho que ver con eso.”

La lonja continuó a decir, “Para los que están contemplando la verificación de edad y fuente, necesitan entender que inscribir los becerros y darles una marca no lo cumple eso por sí mismo. El ganado necesita ser de alta calidad, uniforme y en buenas condiciones (limpios y verdes). Si verifican por edad y fuente, pero no tienen las cosas en orden, van a estar amargamente desilusionados.”

Estos comentarios de la lonja de ganado local es una evaluación muy cierta y una declaración muy progresiva resumiendo la venta. ¿Pagaron más los que compraron los lotes verificados por edad y fuente, y ganaron más dinero los productores que vendieron las vaquillas? Bueno, dos lotes de cargas de camión de novillos negros muy buenos pesando 840 libras alcanzaron hasta \$96. Un grupo similar muy bueno de vaquillas negras de 784 libras alcanzó \$97. Estos lotes y otros lotes verificados por edad y fuente no eran muy difíciles de encontrar en los resúmenes de ventas. Rindieron más dólares. Basta.

Los resultados estaban allí, pero como destaqué al principio de este artículo, los tiempos de cambio otra vez están tocando nuestra puerta. Podemos construir barreras o podemos adaptarnos, pero ambos requieren trabajo y dólares. Ninguno es fácil.

Se cometerán errores, dólares serán perdidos y dólares ganados. Tomaremos pasos atrás y moveremos adelante ya que tenemos que adelantarnos si, como industria, podemos progresar más allá de los que piensan que saben más que nosotros. ¿Es la respuesta la identificación obligatoria? No. ¿Es hacer lo que queremos hacer la respuesta? No. Requiere un equipo y todos en ese equipo deben comprenderse. Debe ser lo bastante flexible para responder al cambio y lo bastante activo para mantener esta industria como es.

Para concluir, la marca nos da la mayoría de los dolores de cabeza porque la marca es la fuente de todos los datos. Los datos son nuestros



mejores amigos y nuestros peores enemigos. Sin embargo, tal como se reportó en la venta de ganado reciente, si usted no tiene estas cosas en orden primero, estará amargamente desilusionado.

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.