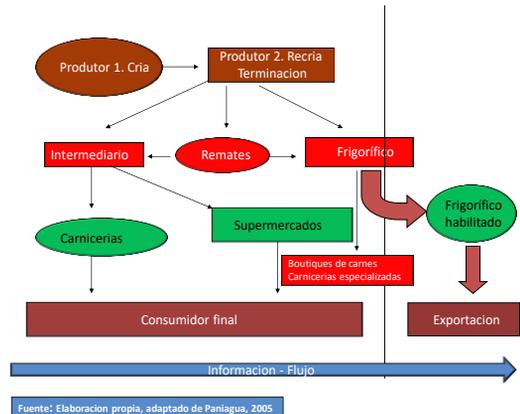




Mercado de Terneros

Valorización del ternero y mejora en los índices de preñez como estrategia de aumento de la rentabilidad en campos de cría

Diego Ocampos Olmedo
Departamento de Producción Animal



Fuente: Elaboración propia, adaptado de Paniagua, 2005

Mercado de terneros

2006

- 65% de los animales comercializados en tres ferias de ganado de la Zona Central

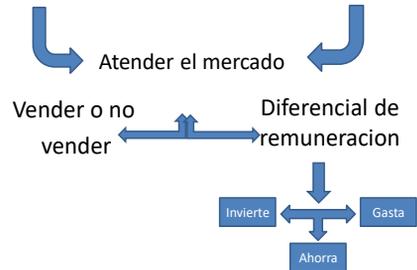
2007

- 83% de los animales comercializados en tres ferias de la zona Central

Reacciones del Criador ante cambios en el mercado

Crisis (Oferta Alta)

Bonanza



Como podemos atender nuestro mercado de terneros?

- ✓ Cuales son las preferencias de mi cliente?
- ✓ Existe un diferencial en la remuneración cuando logramos atender las demandas del mercado o sus preferencias específicas?



Percepción del comprador

- ✓ Preguntas dirigidas en base a cuestionarios pre-elaborados.
- ✓ Estaría dispuesto a pagar mas por animales que presenten las características deseadas?
95% Si



Percepción del Comprador

- ✓ Al momento de la compra, cual de las características de abajo es la mas importante en los animales?

Precio, Raza y Calidad

- ✓ Que debería presentar un lote de animales para que usted lo considera muy bueno?

Calidad, Genética superior comprobada y buen precio

Comprador

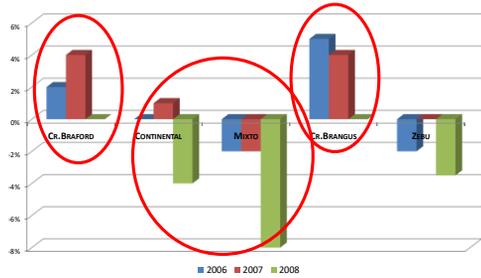
- Remunera mejor desde que:
 - ✓ Percibe que el producto insumo pueda generar valor adicional a su sistema de producción
 - ✓ Reducción de Costos
 - ✓ Aumentos de desempeño

Como generar ese Valor

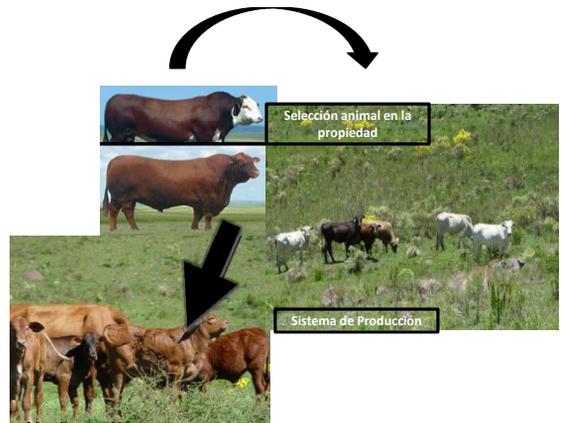
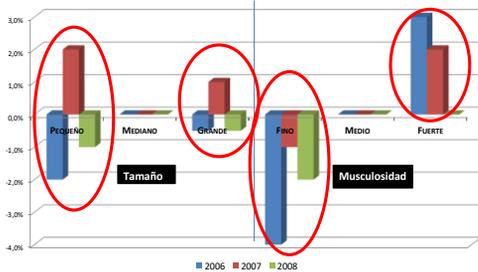
- Tendencias de mercado
- ✓ Que y porque remunera mas o menos algunas características?



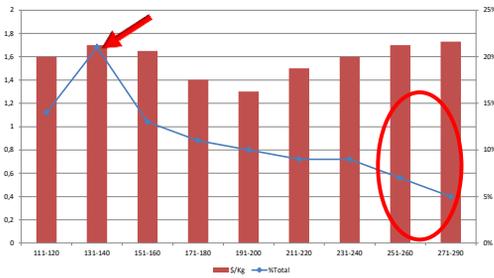
Valorización(%/kg) en relación al biotipo racial



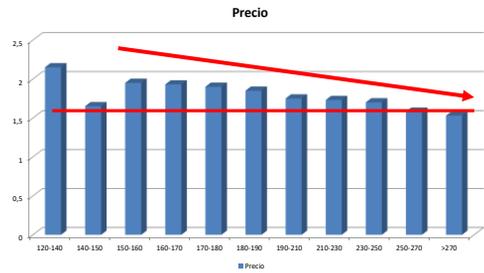
Valorización (%/kg) conforme el tamaño y la musculosidad predominante en el lote



Peso Vivo



Relación del Precio por rango de peso vivo en feria



Manejo

- Manejo pos nacimiento
 - Peso y condición corporal al destete
- Aspectos sanitarios
 - Vacunas, garrapaticidas, vermifugos
- Época de destete
- Condiciones alimenticias
 - Antes de la venta (Ración, PC)



Comunicar efectivamente diferencias....

Aparentemente semejantes.....



Criados en campo Nativo con suplementación	Criados en pasturas implantadas
Destetados hace un mes	Destetados recientemente
Desparasitados	Proveniente de zona sin garrapatas

Diferencias que generen valor

Que esa diferencia sea pagada....



Que beneficio trae para un sistema de producción adquirir uno u otro?

Valorización de la Estrategia comunicacional

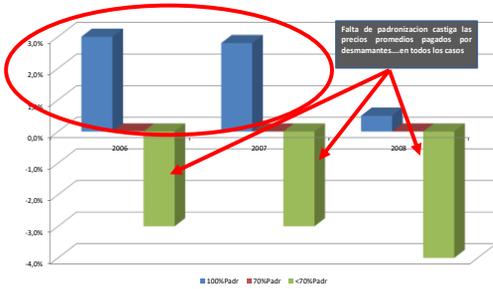
- Uniformidad o padronización de los lotes
- Relación con manejo y con comercialización
- Concentración de la parición
- Formación de lotes para remate



Padronización de carcasas en el frigorífico



Uniformidad del Lote y variación de precio

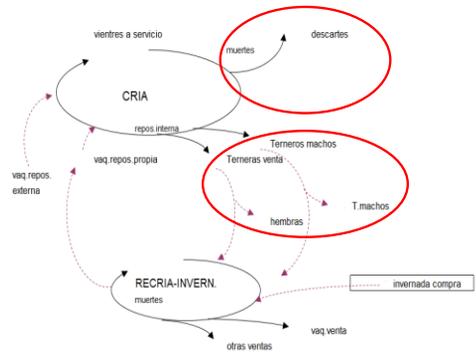


Analizemos estrategias.....

Cual es la principal estrategia de un productor de terneros?....

Que incidencia real tiene en el mercado?...

Cual de todas sus variables internas y o externas tiene un mayor impacto sobre su economia?..



Estudio de caso

Incidencia de la variación de los porcentajes de Marcacion en la rentabilidad de la finca.

Indicador	Promedio	Indicador	Valor
Tasa de preñez	67%	Tasa de preñez	82%
Descartes varios al tacto	5%	Descartes varios al tacto	3%
Tasa de merma tacto-parto	4.4%	Tasa de merma tacto-parto	2.7%
Tasa de merma parto-destete	1%	Tasa de merma parto-servicio	3%
Proporción vacas CUT al tacto	16%	Tasa merma servicio-destete	3%
Mortandad anual Rodeo de vacas	2.4%	Proporción vacas CUT al tacto	8%
Mortandad de vaquillonas	4%	Mortandad anual Rodeo de vacas	2.5%
Edad entore vaquillonas (meses)	35	Edad entore vaquillonas (meses)	27
Porcentaje de toros	5%	Porcentaje de toros	4%
Vida útil de toros (años)	4	Vida útil de toros (años)	6
Ingreso por ventas de animales (Gs)	1.830.335.100	Ingreso por ventas de animales (Gs)	3.682.920.296
Egreso por compras de animales (Gs)	697.350.680	Egreso por compras de animales (Gs)	212.160.530
Gastos Directos (Gs)	955.526.625	Gastos Directos (Gs)	1.684.183.220

Comparativo

Indicador: Tasa de Marcación. Finca 1			
Margen Bruto (Gs)	Índice de preñez (%)	Var Indicador (%)	Var Resuesta (%)
-45.576.245	57	-10	-26
117.457.795	67		100
394.714.895	77		222
Indicador: Tasa de Marcación. Finca 2			
Margen Bruto (Gs)	Índice de preñez (%)	Var Indicador (%)	Var Resuesta (%)
591.222.692	72	-10	66
1.053.243.212	82		100
1.245.120.372	92		118

Consideraciones Finales

- ✓ Planificación estratégica?.
- ✓ Tendencias de mercado?.
- ✓ Búsqueda constante de mejoras tranqueras adentro como base de una producción eficiente a corto y largo plazo.
- ✓ Los % de Marcación altos como resultados de mejora de procesos y no de intensificación en insumos ha demostrado tener el mayor impacto sobre la rentabilidad en campos de cría.
- ✓ Productores de Pastizal son productores de Terneros.....La pregunta es....son Terneros de CALIDAD?....Como se mide y como se paga esa calidad a partir de asegurar altos porcentajes de marcación?

Consideraciones finales

- La complejidad de una empresa ganadera requiere de una vision sitemica-holistica-integradora
- Implica
 - Considerar multiples dimensiones
 - Debemos dejar de comparar autopcias a planificar
 - Comparar entre campos y productores no para criticar....sino para aprender
- Sabemos lo que queremos.....ahora falta definir como lo lograremos..

Gracias Totales

