

Nueva terminología para los índices productivos (y III)

¿Cómo ponerla a nuestro servicio?

En esta última entrega sobre la nueva terminología, se aborda con mayor detalle el aspecto del beneficio, y en cómo usar estos términos.



John Gadd
Consultor porcino
internacional

En los dos artículos anteriores se explicó (y se demostró) por qué están desfasados algunos de los índices de medida más comúnmente empleados en producción animal, al medir solamente el rendimiento productivo. Es el caso del Índice de Conversión, Ganancia Media Diaria, Porcentaje de Mortalidad, etc. Estos están siendo sustituidos por términos nuevos como CTP (Carne por Tonelada de Pienso) o MA (Mortalidad Absoluta), que incorporan también una parte sustancial del beneficio probable, sin que se vea alterada la percepción del rendimiento productivo. Son tan fáciles de calcular como los antiguos y familiares índices.

A continuación, se muestra cómo usar estos nuevos índices, no sólo para tomar mejores decisiones en cómo gastar un dinero caro y limitado, sino que también se sugiere cómo se puede evaluar la enorme gama de pruebas concluyentes sobre el rendimiento de los productos que se ofertan en el mercado, algunas de ellas contradictorias.

RGE (Retorno sobre Gastos Extraordinarios)

El Retorno sobre Gastos Extraordinarios (RGE) es un índice extremadamente útil para el productor. No es lo mismo que RI (Retorno sobre la Inversión) o RC (Retorno sobre el Capital) que los contables y los planificadores utilizan correctamente para las inversiones de grandes sumas en desarrollos más importantes como la compra o remodelación de una granja, la instalación de un sistema de ventilación actualizado, la introducción de un gru-

po de cerdas de reposición o la renovación del sistema de eliminación de aguas residuales.

Estas cuestiones sólo tienen lugar de vez en cuando, mientras que RGE se utiliza varias veces a la semana en proyectos mucho más pequeños que requieren una decisión económica. Por ejemplo, ¿hay que gastar dinero en un aditivo para el pienso o hay que gastar este mismo dinero en alguna otra cosa? En el caso de un aditivo, ¿en cuál? En el mercado existen actualmente al menos 67 aditivos sustitutos de los antibióticos promotores del crecimiento diferentes. ¿Cuál elegir?

RGE resuelve este problema, restringiendo el número de opciones a aquellas propuestas, que para los gastos suplementarios necesarios, parecen ser las más valiosas. Estas pueden estudiarse entonces con más detalle.

Una maravillosa variedad de usos

El RGE agrupa todas las opciones en un valor común: ¿cuánto voy a recuperar, en un periodo determinado, del dinero suplementario que tengo que invertir? Este valor puede compararse entonces con otros RGE. Esto puede hacerse no solamente con productos de una misma categoría, como los aditivos para pienso (es decir, promotores del crecimiento, antiparasitarios, protectores frente a micotoxinas y una multitud de otras cosas que se incita a añadir a los piensos en estos días), sino directamente a través de una amplia gama de opciones alternativas y muy diferentes de gastar el dinero (un verraco más caro, un nuevo sistema de registros, análisis de las materias primas para el pien-



so, utilización de una nueva vacuna, incremento de las medidas de bioseguridad, llamando al veterinario con más frecuencia para supervisar el perfil de enfermedades del rebaño -y por tanto prevenir las patologías probables antes que intentar curarlas- o cambiando algún tipo de contrato).

RGE ayuda a elegir la opción más rentable entre cientos de ellas similares.

VAI (Valor Anual de Inversión)

El VAI trabaja mano a mano con el RGE de la siguiente manera.

Suponiendo que un ejercicio de RGE muestre una ventaja mucho más favorable de un producto frente a otro. De acuerdo, ¿pero es así? Uno de los criterios que sigue un director de banco para decidir cuál es el mejor de los candidatos para sus fondos es clasificarlos de acuerdo a qué cantidad del préstamo va a ser devuelta, normalmente en el plazo de un año. Cuanto más viable parezca ser, mejor, y de esta manera un candidato se cuela en la cola del crédito o se le conceden unas condiciones de préstamo más favorables.

En este caso, se toma un promotor de crecimiento para el pienso. Utilizado desde el destete hasta el sacrificio,

“ El Retorno sobre Gastos Extraordinarios ayuda a elegir la opción más rentable entre cientos de ellas similares ”

el RGE puede ser un muy satisfactorio 10 a 1. Los gastos se recuperan multiplicados por diez cada 22 semanas o lo que es lo mismo 2,4 veces al año. Esto supone un Valor Anual de Inversión (VAI) sobre el Retorno sobre Gastos extraordinarios (RGE) de $10 \times 2,4 = 24$.

Un producto competitivo en un pienso prestarter tiene un aparentemente modesto RGE de 4 a 1. Parece obvio, ¿no? Tómese un minuto. El pienso prestarter se usa durante unas 6 semanas por cerda como mucho, u 8,7 veces por año. Por lo que el VAI sobre el RGE es $4 \times 8,7 = 34,8$. El mismo capital circulante hace un uso mucho mejor del dinero, aunque a primera vista el RGE pareciera considerablemente más pobre.

Por tanto, no debe olvidarse comprobar el VAI cada vez que se esta- >>



“ *Para obtener un mejor aprovechamiento del dinero hay que pensar como un director de banco* ”

blezca un prometedor RGE. La rotación de la inversión puede ser tan importante como la inversión en sí misma, por lo que hay que pensar en cómo obtener un mejor aprovechamiento del dinero propio, tal y como lo haría un director de banco.

RGE y VAI dependen de una información exacta

¡Por supuesto! Pero cómo calcula el productor atareado la fiabilidad de hecho del rendimiento de unos productos, en los que le están pidiendo que invierta, para establecer su RGE. Los vendedores no son unos mentirosos descarados, pero tienden (ellos o sus departamentos de marketing y ventas) a maximizar los resultados beneficiosos de los estudios de sus productos y a dejar los menos buenos en el cajón.

Hacer las preguntas correctas

Tomando el caso de un aditivo para el pienso, lo primero que se necesita es hacer siete preguntas. Esto es lo que los estadísticos dicen que debe “separar el polvo de la paja”.

- ¿Cuántas pruebas de alimentación correctamente controladas tiene so-

bre el producto? Unas veinte pruebas de este tipo pueden ser necesarias para una primera evaluación y se pueden necesitar cincuenta para variables clave.

- ¿Cuántas de estas pruebas no tienen controles negativos? Tener sólo un control positivo debe limitar el valor del ensayo porque no muestra si alguno de los dos productos comparados es efectivo. Todos los ensayos necesitan un control negativo.
- ¿Existe una lista de referencias bibliográficas para apoyar las dos últimas preguntas? Esta lista desvela dónde se realizaron los ensayos, por los servicios técnicos propios o por uno independiente. Siempre debe preguntarse si todos los datos del ensayo están disponibles, tanto los negativos como los favorables. Hay que ser muy cauto cuando no haya disponibles resultados negativos.
- Frecuencia de respuesta. ¿Cuántas veces de cada diez el producto mejora el rendimiento? En el pasado, respuestas de mejoras de 70-75% se encuentran en cientos de pruebas. Cualquier aumento sobre este estándar podría considerarse aceptable.
- Los resultados de las pruebas varían. ¿Cuál es el coeficiente de variación (CV) de éstas? Las variaciones de hasta más o menos el 50%, deberían ser aceptables
- ¿Qué dosificación o porcentaje de inclusión del producto debería maximizar el retorno de la inversión? Pregunte al proveedor qué piensa sobre el retorno de la inversión en su producto, si será la mitad o el doble, al nivel de inclusión recomendado. Un buen fabricante habrá hecho pruebas de dosis-respuesta de sus productos. Muchos vendedores dicen que esto es irrelevante y que no hay que preocuparse, basta con ajustarse al nivel recomendado. No es irrelevante, ya que una respuesta en confianza a esta pregunta muestra que la compañía ha enfocado con responsabilidad la información sobre la prueba.
- ¿Pueden suministrar RGE, VAI y si procede, CPT, de su producto y en qué condiciones de granja fueron calculados? Este tipo de preguntas revela si la compañía o su red de

ventas han hecho los cálculos económicos de su producto y que los mantienen actualizados, siendo conscientes que el beneficio es más importante que los resultados productivos. Esto no quiere decir que el producto no sea bueno, o que no haga lo que ellos dicen que hace, sino que ofrece más indicios sobre la confianza que merecen las afirmaciones de la compañía.

¿Pero son de utilidad estas preguntas para el productor?

Si son interpretadas correctamente, con seguridad, sí. Esto se hace mejor si se tiene en cuenta la capacidad del vendedor para responder. Las respuestas mostrarán rápidamente qué productos son cuestionables y rechazables en función de las pruebas suministradas hasta la fecha.

“ Uno de los retos es convertir complicados temas técnicos en un lenguaje comprensible para el productor ”

¿Cómo responden los vendedores a preguntas como éstas?

Consternación, vergüenza, incluso horror. Con frecuencia no se obtiene ninguna en absoluto por parte de ninguno de ellos. Lo menos que se puede esperar es que digan que se lo van a pasar a sus oficinas centrales. Por ello para ahorrar tiempo es bueno tener las siete preguntas impresas, preparadas para entregar en mano.

Hay que estudiar las respuestas cuando lleguen. Si están expresadas en un lenguaje sumamente técnico, esto sugiere que la compañía trata de “cegar con la ciencia” o que el técnico es perezoso y no se preocupa en expresar las cosas de forma que el productor (y cliente) pueda entenderlas.

Muchos responsables de departamentos técnicos son así. El autor, en sus inicios como periodista especializado, mientras asesoraba a una gran compañía química, tuvo que aprender a hacer esto: cómo convertir complicados temas técnicos en palabras y frases que el productor pudiera entender. Muchas veces estas explicaciones claras llevaron a ventas y su carrera comercial prosperó. Mucho más tarde, como consejero independiente, tuvo que inventar la nueva terminología, una parte de la cual se ha estado perfilado en las últimas tres entregas, y que está siendo adoptada por las compañías más dinámicas con buenos productos para vender. ■



LEVADURA ENRIQUECIDA EN SELENIO ORGÁNICO

Selsaf®

• **Descripción :**

Levadura inactivada (*Saccharomyces cerevisiae* CNCM-I3399) rica en selenio orgánico (principalmente en forma de selenometionina).

• **Contenido en selenio :**

2 200 (+/- 200) mg Se/kg.

• **Registro UE :**

nº EC 3b8.12



DAN
Development of Animal Nutrition