



IDENTIFICACIÓN DE FACTORES QUE INFLUYEN EN EL PRECIO DEL GANADO: ESTUDIO DE PRECIOS HEDÓNICOS

**ANTONIO ANDRES VALDIVIA MUÑOZ
INGENIERO AGRONOMO**

RESUMEN

Los objetivos de este estudio es estimar el impacto porcentual en el precio del ganado bovino en pie, de algunas variables que son parte de la información con que se transa el ganado y son observables en las ferias de animales. Las variables analizadas son: tamaño del lote (número de cabezas que componen el lote), categoría del animal de acuerdo a sexo y edad, peso vivo, raza, fecha de venta. Para cumplir con el objetivo, se compiló una base de datos consistente de un total de 1.602 transacciones en las cuales se vendieron 9.302 cabezas de ganado de distintas razas y categorías. Se ajustó mediante Mínimos Cuadrados Ordinarios una función semi-logarítmica en que la variable dependiente es el logaritmo del precio y las variables explicativas son las listadas arriba. Las principales conclusiones del estudio son: Existe una función hedónica que explica el precio del ganado, y esta función varía de acuerdo a la categoría de ganado que se trate. Las variables explicativas más relevantes cambian dependiendo del tipo de ganado. No obstante, en las distintas categorías de ganado, las variables de mayor impacto porcentual en el precio fueron: - Raza - Fecha de venta - Condición corporal al momento de la venta. En cuanto a la raza, puede afirmarse, que el mercado privilegia las razas de carne y castiga significativamente el ganado holandés con precios marginales negativos. Por otra parte, con respecto a la época del año en la cual se realiza la venta, se puede decir que el mercado favorece las ventas realizadas en el tercer y cuarto trimestre del año, lo cual es particularmente notorio en el caso de novillos gordos y terneros. Por último, la condición corporal de "gordo", recibe también, un importante impacto positivo en el precio por parte del mercado.

ABSTRACT

This study aims at estimating the percent impact on the price of beef cattle, of a Lumber of visible variables that are common information in the cattle stockyards. These variables are:

- _ Size of the lot.
- _ Category of the animals, according to breed and sex.
- _ Liveweight.
- _ Breed, and
- _ Date of sale.

A data set of 1,602 transactions and 9,302 head of cattle was compiled and different hedonic price functions were fitted for each category of cattle, via Ordinary Least Squares regression. The specification used was a semi-logarithmic function with price (in logarithms) as dependent variable and the variables listed above, as explanatory variables.

The conclusions of the study follow.

- _ There exists a hedonic price function, different for each category of animals.
- _ The most relevant variables vary depending on the type of cattle. However, the following variables showed the greatest percent impact on price: breed; date of sale and corporal condition of the animals.

In the stockyard, buyers are prepared to pay a premium price for the specialized beef cattle breeds and, contrariwise, penalize the Holstein cattle. Also animals reaching the market on the third and fourth term receive a premium price, a characteristic that is particularly notorious with steers and fat bulls. Finally, the animals that reach with a corporal condition that the market considered as "fat" or "finished", receive a positive price premium.