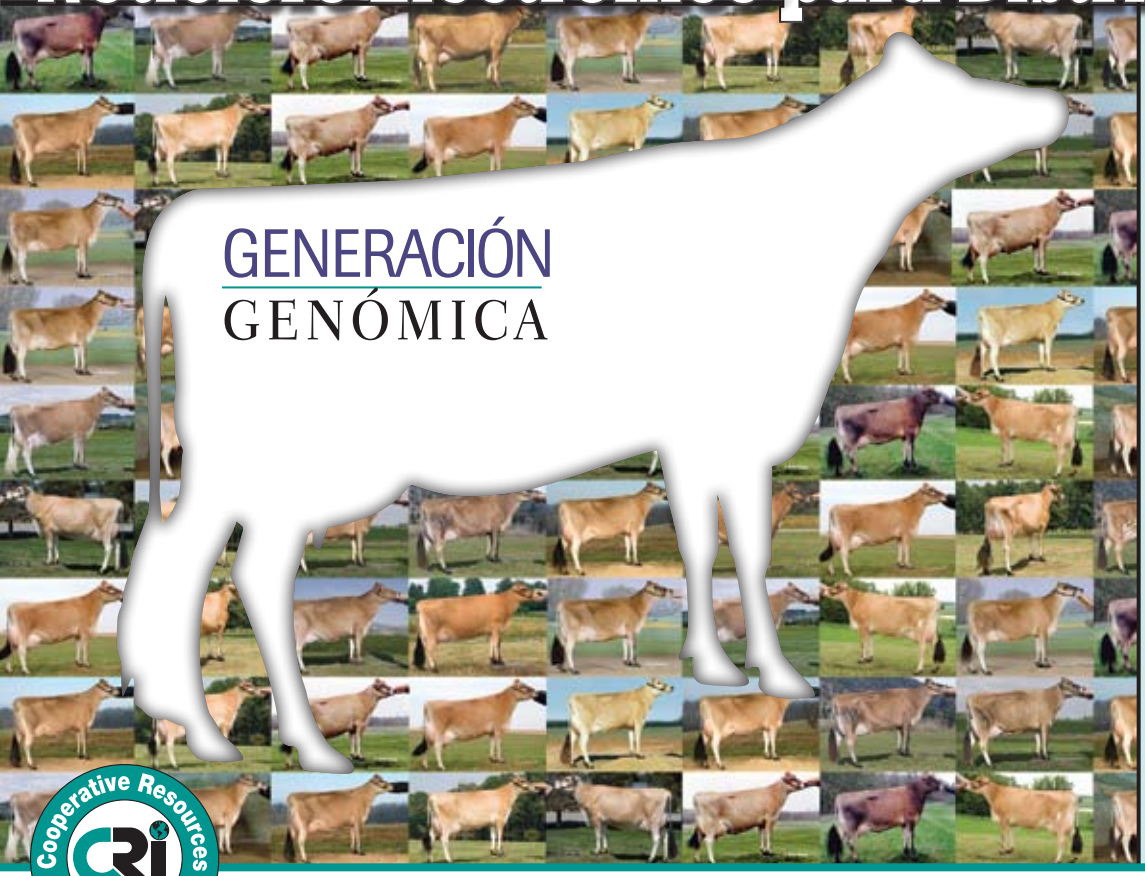
Noticiero Electrónico para Distribuidores

Julio 2009



Índice

Para ver un artículo específico, seleccione el título abajo.

- Uso de la Genómica en la División de Genética Lechera .. p. 1
- Proyecto Genómico de USDA para las otras Razas Lecheras .. p. 1
- ¿Quiere Aumentar sus Ventas? .. p. 2
- Alcanzando el Éxito con el CRI Business College .. p. 3
- Estrategias de Ventas para Tiempos de Dificultades Económicas .. p. 3
- SCR: ¿Cómo se compara CRI? .. p. 4
- ¿Son Mejores los Hatos más Grandes? .. p. 5
- Segunda Mesa Redonda Anual para Distribuidores .. p. 5
- Brillan los Toros de Amélis en las pruebas francesas. p. 6
- Datos de la NAAB del Primer Trimestre del 2009 .. p. 7

E-News es una herramienta de comunicación importante para nuestros distribuidores. Muchos de los artículos que aparecen en E-News son temas con información sensible que deben ser leídos por nuestros distribuidores solamente. Por lo tanto "Confidencial" aparacerá en la parte inferior de cada pagina. Contamos con su cooperación.

your Profit partner™

Confidencial

Cooperative Resources International

La Misión de CRI

El proveer productos y servicíos en la forma más efectiva posible, para maximizar las ganancías de nuestros socios y clientes a través del mundo, manteniedo al mismo tiempo una cooperativa sólida.

PÁGINA SIGUIENTE⇨

Uso de la Genómica en la División de Genética Lechera

por Steve Schnell, Vice Presidente, Genética de Ganado Lechero, CRI

La genómica ha cambiado la manera en que CRI procura a los toros jóvenes. Para empezar, la genómica ha influído en la elección del tipo de toros que usamos como toros de apareamiento. Actualmente CRI está utilizando toros probados genómicamente como **1HO8784 FREDDIE**, **1HO2565 CASSINO** y otros, como toros para apareamiento.

Para considerar a una vaca para un contrato, esa madre potencial de un toro tiene que tener sus pruebas genómicas, y estar ubicada dentro del mejor cinco por ciento de la raza. Además, estamos trabajando ahora más que antes con vacas/vaquillas de dos años (no paridas), como madres posibles de toros. Y lo mismo, la vaquilla debe tener su análisis genómico para que se la considere.

Cuando nace el ternerito macho producto de este contrato, se le toma una muestra de ADN para realizar su análisis genómico. Luego que CRI recibe los resultados, se compran sólo los toros jóvenes con los "rankings" más altos, y se trasladan a las instalaciones de la cooperativa. Luego de su llegada se les recolecta el semen a estos toros, y se utiliza en el programa Quantun™ de pruebas de la cooperativa. Quantum se ha diseñado para obtener datos adicionales correctos de los toros genómicos de "rankings" altos.

Proyecto Genómico de USDA para las otras Razas Lecheras

por Angie Coburn, Gerente de Procuración Lechera, CRI

Como muchos ya saben, la utilización de los valores genómicos en los Holstein fue implementada en las evaluaciones genéticas de U.S.A. de enero 2009. Al mismo tiempo, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) ha estado trabajando en las razas Jersey y Pardo Suizo. Otras razas lecheras importantes tienen interés en participar en un proyecto genómico, pero carecen en el momento actual de la población necesaria de animales para poder generar valores genéticos estimados de magnitud.

Con las evaluaciones de abril 2009, la mayoría de los toros Jersey comercializados por CRI y otras organizaciones de Estados Unidos han tenido datos genómicos incorporados a sus evaluaciones genéticas oficiales. Todos los toros Jersey de CRI restantes recibirán sus valores genómicos genéticos con las pruebas de agosto 2009. Y además, el USDA ha anunciado su propósito de utilizar datos genómicos para las evaluaciones de Pardo Suizo de agosto.

La ganancia promedio en confianza al agregar información genómica varía por raza, y aparece en la tabla debajo.

	Holstein	Jersey	Pardo Suizo
No. de animales predictores nacidos >2000	5.369	1.361	512
No. de animales predictores nacidos <2000	2.035	388	150
Ganancia en Confianza por Rasgo			
MNV	24	8	9
Leche	26	6	17
Grasa	32	11	10
Grasa %	50	36	8
Proteína	24	2	14
Proteína %	38	29	10
Vida Productiva	32	7	12
Puntaje de Células Somáticas	23	3	17
Tasa de Preñez de las Hijas	28	7	18
Puntaje Final/PTA Tipo	20	2	5
Profundidad de Ubre	37	20	8
Promedio de Todos los Rasgos	29	12	8

GENERACIÓN GENÓMICA

¿Quiere Aumentar sus Ventas?

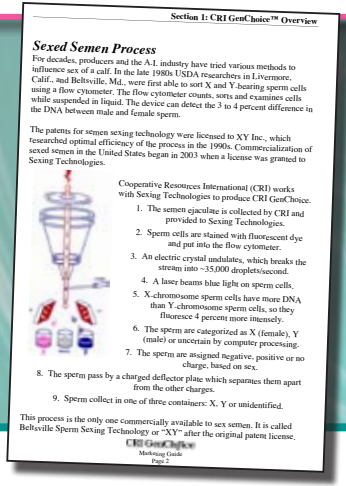
por Bob Stratton, Vice Presidente Asociado, Mercados Internacionales, CRI

¿Sus ventas de CRI GenChoice™ no han llegado al nivel que quisiera? ¿Sus vendedores resisten esta nueva tecnología? CRI ha preparado una guía completa de comercialización especialmente destinada a las ventas de CRI GenChoice. Estudie esta nueva herramienta disponible ahora en el CRI Extranet, bajo el sub-título CRI GenChoice.

Esta Guía de Comercialización es útil para entrenamiento en grupo, al igual que para estudiarla en forma individual. Hay enlaces para conectarse con fuentes adicionales de información, y videos que aumentarán su comprensión y capacidad de ventas de este producto revolucionario. Los tópicos incluídos en la Guía de Comercialización de CRI GenChoice son:

- Resumen de CRI GenChoice
- Comprendiendo su mercado
- Fijación de metas
- Presentación del producto
- Comprendiendo su valor
- Selección de mercados
- Estrategias de mercado
- Manejo de objeciones
- Estableciendo los protocolos de las fincas
- Control de los resultados
- Obteniendo datos de contactos
- Mejoramiento de hatos que precisan ayuda

Los vendedores con entrenamiento profesional podrán aumentar su auto-confianza, su efectividad y obtener una porción del mercado en cualquier situación económica.



Section 1: CRI GenChoice™ Overview

Sexed Semen Process

For decades, producers and the A.I. industry have tried various methods to influence sex of a calf. In the late 1980s USDA researchers in Livermore, Calif., and Beltsville, Md., were first able to sort X and Y-bearing sperm cells using a flow cytometer. The flow cytometer counts, sorts and examines cells while suspended in liquid. The device can detect the 3 to 4 percent difference in the DNA between male and female sperm.

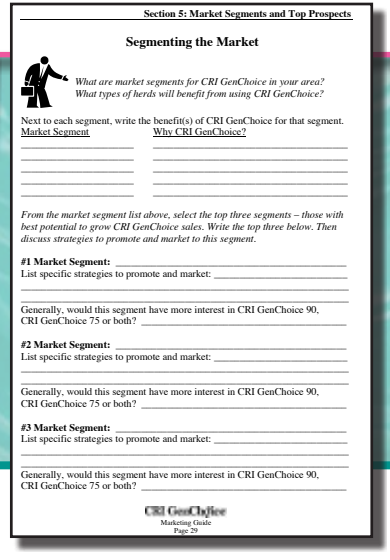
The patents for semen sexing technology were licensed to XY Inc., which researched optimal efficiency of the process in the 1990s. Commercialization of sexed semen in the United States began in 2003 when a license was granted to Sexing Technologies.

Cooperative Resources International (CRI) works with Sexing Technologies to produce CRI GenChoice.

1. The semen ejaculate is collected by CRI and provided to Sexing Technologies.
2. Sperm cells are stained with fluorescent dye and put into the flow cytometer.
3. An electric crystal undulates, which breaks the stream into ~35,000 droplets/second.
4. A laser beams blue light on sperm cells.
5. X-chromosome sperm cells have more DNA than Y-chromosome sperm cells, so they fluoresce 4 percent more intensely.
6. The sperm are categorized as X (female), Y (male) or uncertain by computer processing.
7. The sperm are assigned negative, positive or no charge, based on sex.
8. The sperm pass by a charged deflector plate which separates them apart from the other charges.
9. Sperm collect in one of three containers: X, Y or unidentified.

This process is the only one commercially available to sex semen. It is called Beltsville Sperm Sexing Technology or "XY" after the original patent license.

CRI GenChoice
Marketing Guide
Page 2



Section 5: Market Segments and Top Prospects

Segmenting the Market

What are market segments for CRI GenChoice in your area? What types of herds will benefit from using CRI GenChoice?

Next to each segment, write the benefit(s) of CRI GenChoice for that segment.

Market Segment	Why CRI GenChoice?

From the market segment list above, select the top three segments – those with best potential to grow CRI GenChoice sales. Write the top three below. Then discuss strategies to promote and market to this segment.

#1 Market Segment: _____
List specific strategies to promote and market: _____

Generally, would this segment have more interest in CRI GenChoice 90, CRI GenChoice 75 or both? _____

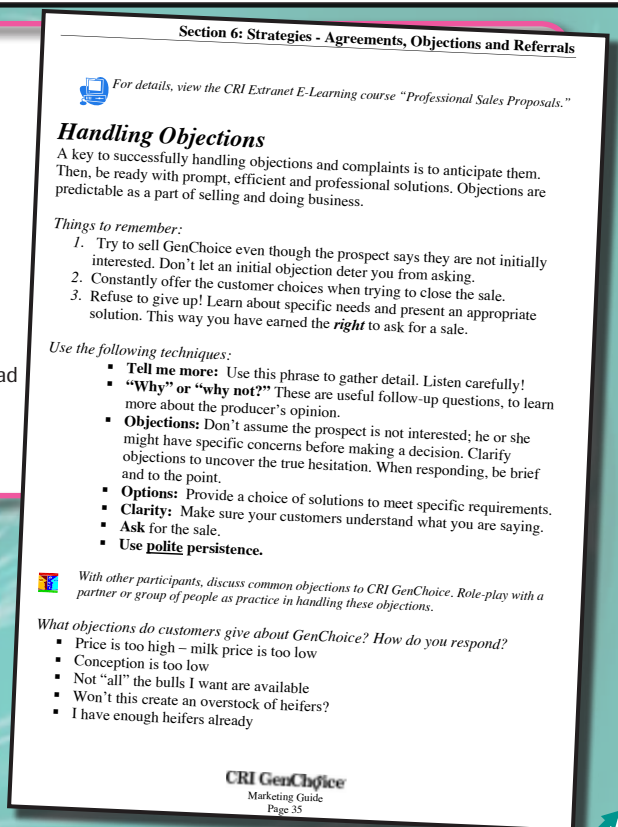
#2 Market Segment: _____
List specific strategies to promote and market: _____

Generally, would this segment have more interest in CRI GenChoice 90, CRI GenChoice 75 or both? _____

#3 Market Segment: _____
List specific strategies to promote and market: _____

Generally, would this segment have more interest in CRI GenChoice 90, CRI GenChoice 75 or both? _____

CRI GenChoice
Marketing Guide
Page 29



Section 6: Strategies - Agreements, Objections and Referrals

For details, view the CRI Extranet E-Learning course "Professional Sales Proposals."

Handling Objections

A key to successfully handling objections and complaints is to anticipate them. Then, be ready with prompt, efficient and professional solutions. Objections are predictable as a part of selling and doing business.

Things to remember:

1. Try to sell GenChoice even though the prospect says they are not initially interested. Don't let an initial objection deter you from asking.
2. Constantly offer the customer choices when trying to close the sale.
3. Refuse to give up! Learn about specific needs and present an appropriate solution. This way you have earned the ***right*** to ask for a sale.

Use the following techniques:

- **Tell me more:** Use this phrase to gather detail. Listen carefully!
- **"Why" or "why not?"** These are useful follow-up questions, to learn more about the producer's opinion.
- **Objections:** Don't assume the prospect is not interested; he or she might have specific concerns before making a decision. Clarify objections to uncover the true hesitation. When responding, be brief and to the point.
- **Options:** Provide a choice of solutions to meet specific requirements.
- **Clarity:** Make sure your customers understand what you are saying.
- **Ask** for the sale.
- **Use polite persistence.**

With other participants, discuss common objections to CRI GenChoice. Role-play with a partner or group of people as practice in handling these objections.

What objections do customers give about GenChoice? How do you respond?

- Price is too high – milk price is too low
- Conception is too low
- Not "all" the bulls I want are available
- Won't this create an overstock of heifers?
- I have enough heifers already

CRI GenChoice
Marketing Guide
Page 35

yourProfitpartner™
Confidencial

Alcanzando el Éxito con el CRI Business College

por Ximena del Campo, Gerente Regional de Ventas Internacionales, CRI

Invertir en su propio desarrollo profesional y en el de sus empleados en un medio cada vez más competitivo puede significar la diferencia entre el éxito y el fracaso. ¡Es el momento de posicionar a su empresa y a su equipo de ventas en el camino del éxito!

El CRI Business College es una herramienta poderosa para alcanzar este éxito. El Business College les proporcionará a determinadas personas un conocimiento profundo, y nuevas perspectivas para pensar de manera crítica acerca de su negocio y el mercado.

A través del CRI Business College, usted y su personal adquirirán –en un salón de clases- estas técnicas al examinar los desafíos reales que se presentan a nivel mundial:

- Técnicas prácticas de manejo de agro-negocios
- Herramientas de análisis de mercado, y técnicas para enfrentar en forma efectiva sus distintos segmentos
- Instrucciones para manejo de personal y equipos de ventas
- Entrenamiento en producto, servicio y tecnología
- Oportunidades de entrenamiento en agro-negocios
- Entrenamiento en producto, servicio y apoyo
- Reuniones con técnicos expertos, productores, gerentes comerciales y profesionales de la industria

Para obtener más información, o si están interesados en concurrir al CRI Business College en los próximos meses, contacten a **Ximena del Campo.**

Estrategias de Ventas para Tiempos de Dificultades Económicas

por Jim Henion, Director de Servicios Consultivos, CRI

Los vendedores con años de experiencia saben que nuestra industria regularmente experimenta 'tiempos buenos' seguidos por períodos de 'tiempos no tan buenos'. Todos sabemos que los 'malos tiempos' pueden causar mucho estrés, no sólo para nuestros socios y clientes, sino también para esos vendedores que están determinados a mantener (y aún a hacer que crezcan) sus ventas, durante tiempos económicos difíciles.

Para tener una perspectiva de cómo actuar durante períodos de dificultades económicas entrevistamos a varios representantes de CRI en ventas y servicios de la zona central del estado de Nueva York, y les pedimos que describieran las actitudes personales y las actividades diarias que ellos y sus equipos han implementado para mantener sus ventas durante tiempos difíciles.

Lo que emergió de nuestras entrevistas es '10 Estrategias de Ventas para Épocas de Adversidad Económica'. He aquí una lista de las 10 estrategias:

1. **Permanezca positivo y bien enfocado.**
2. **Organice y perfeccione su propia actividad.**
3. **Comuníquese.**
4. **Enfatice el 'largo plazo'.**
5. **Infórmese y eduque.**
6. **Trabaje con representantes de la industria.**
7. **Use las herramientas de su profesión.**
8. **Confíe en su equipo.**
9. **Afile la punta de su lápiz y ajuste su mira.**
10. **¡Disfrute!**

El video y el los comentarios de audio completos describiendo estas 10 estrategias están disponibles en el CRI Extranet, publicados en dos segmentos de aprendizaje. Para acceder a esta información, entre en la página de CRI **www.crinet.com** y luego en el CRI Extranet, en el extremo inferior derecho de la página. Luego, apriete CRI Corporate>E-Learning>Agri-Marketing Courses. Selling Estrategies (Estrategias de Ventas) Parte I y Parte II, figuran en la lista como cursos #71 y #72.

SCR: ¿Cómo se compara CRI?

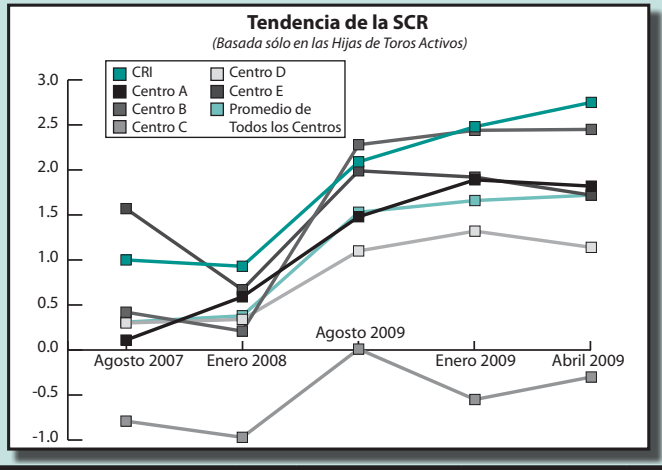
por Michael Sleeper, VPA, Mercados Internacionales, CRI

Muchas veces a través de los años hemos hablado de la Tasa de Concepción del Toro (SCR) y de su predecesor ERCR. En CRI nos enorgullecemos con razón, ya que hemos sido número uno en este rasgo desde las primeras evaluaciones a finales de los 80. Tanto fuera la medida un promedio general del toro, el promedio de los toros activos, o el número de toros a determinados niveles genéticos, CRI ha sido la líder de la industria en fertilidad.

En el mercado actual, la fertilidad es casi siempre mencionada como uno de los factores –o el factor- más importante que impacta las ganancias de los productores lecheros globalmente. Dicho simplemente, las vacas no preñadas y las vaquillas no logran contribuir mucho a las ganancias de una finca lechera. En la economía lechera actual, los productores no pueden permitir que algún factor que ellos mismos pueden controlar, interfiera con su potencial de ganancias. Debido a este hecho de importancia crítica, hemos visto comentarios de muchos de nuestros competidores clamando tener la ventaja en fertilidad.

Entonces, ¿cómo se compara CRI con los otros competidores principales? La gráfica a la derecha muestra claramente la perspectiva de la industria para todos los toros activos, por centro. Como puede verse de inmediato, CRI se ha destacado en los promedios generales de SCR. Es interesante ver la línea de tendencia ascendente de la industria. Esto refleja el énfasis que está colocando el cliente en la fertilidad. El foco de CRI en este rasgo ha sido sin duda un factor significativo en esta demanda generada por el mercado.

Si bien la fertilidad es muy importante, la fertilidad COMBINADA con la genética de un Mérito Neto Vitalicio "elite" es la combinación invencible, que permite que los productores maximicen sus oportunidades de ganancias. El cuadro debajo demuestra la posición de primacía irrefutable de CRI, cuando se combina el MNV$ con la mejor genética, junto al semen de fertilidad muy alta.



La Ventaja Suprema – Preñeces y Ganancias

	CRI	Centro A	Centro B	Centro C	Centro D	Centro E
≥ +2 SCR & ≥ +$450 MNV	16	9	10	1	7	2
≥ +2 SCR & ≥ +$500 MNV	12	6	5	0	3	1
≥ +2 SCR & ≥ +$600 MNV	4	2	2	0	1	0

La gran ventaja que tiene CRI con la fertilidad de sus toros lo coloca, al igual que a sus vendedores, en una posición envidiable e incontestable cuando presentan las propuestas de venta a sus clientes. Se debe enfatizar con persistencia y consistencia la importancia de la alta fertilidad para tener éxito en su empresa, y la incomparable ventaja en fertilidad que provee CRI.

Cooperative Resources International

your Profit partner™

Confidencial

¿Son Mejores los Hatos más Grandes?

por Huub te Plate, Vice Presidente, Mercados Internacionales, CRI

La subsidiaria de CRI AgSource Cooperative Services agrupó a los hatos Holstein con los que trabaja según su tamaño. Se crearon cinco grupos: hatos lecheros con menos de 100 vacas (2.722 hatos), de 100 a 250 vacas (814 hatos), de 250 a 500 vacas (218 hatos), de 500 a 1.000 vacas (121) y de más de 1.000 vacas (64). Realicemos algunas comparaciones entre el segundo y quinto grupo, para ver algunas diferencias clave entre los hatos de tamaño mediano y grande.

Tamaño del Hato	100–250 vacas	>1000 vacas
Hatos	814	64
Vacas/hato	151,3	2005,4
Promedio contin. del hato (Kgs. Leche)	10.188	11.991
Edad 1a. Parición (meses)	26	23,9
Intervalo de Parición (meses)	14	13,5
Días abiertas	155,1	136,3
Servicios por concepción (vacas)	2,3	2,4
Tasa de Preñez vacas (%)	14,3	18,6
Tasa de Servicio vacas (%)	37,4	55,9
Porcentaje Crías Hembra	48	50,3
MNV de toros de servicio	321	410
MNV de padres de vaquillas	251	323
MNV de todas las vacas	178	218
Tasa Preñ. Hijas de toros de servicio	-0,2	0,2
Vida Productiva toros de servicio	1,9	2,6
Porcentaje total del hato (no están/murieron)	*35,7*	*35,7*

Basado en datos de mayo 1, 2009

Muchos de estos resultados me sorprendieron. Pienso que esta información es excelente para los vendedores en sus esfuerzos para incentivar a sus clientes a que consideren los hatos progresivos. Para obtener más información, **APRIETE AQUÍ**.

Segunda Mesa Redonda Anual para Distribuidores

por Huub te Plate, Vice Presidente, Mercados Internacionales, CRI

La segunda mesa redonda de distribuidores de CRI tuvo lugar en agosto 2008 en Shawano, Wisconsin. Distribuidores selectos nos visitaron por dos días, para hacernos llegar sus comentarios acerca del manejo de CRI sobre temas estratégicos. Participaron José Vidal (España), Juan Debernardi (Argentina), Dong Lee (Corea) y Jean-Marc Pinsault (Francia). ¡Gracias por su tiempo y su colaboración! Los temas tratados fueron CRI GenChoice™, genómica, marca, presentación de productos, estrategias de hatos progresivos y un análisis SWOT de CRI.

Mucho agradecemos los comentarios de nuestros valiosos distribuidores acerca de cómo continuar desarrollando a CRI. Pronto verán una completa Guía de Comercialización de CRI GenChoice, al igual que el comienzo de la CRI Business School. Ambas son resultado directo de las mesas redondas con los distribuidores. Ambas fueron identificadas por los distribuidores como áreas en las que CRI podía ayudar.

Algunos temas discutidos en la primera mesa redonda en 2007 que resultaron en proyectos y conversaciones continuadas son: Fijación de metas, nombre de marca e imagen, comercialización en el Web, escuela de ganancias de CRI (ahora el CRI Business College), puntos de referencia e interconexiones, estrategias para ampliar el grupo de toros vendidos y desarrollo de una relación con los VIP (Very Important People) de la industria.

La tercera mesa redonda de distribuidores se realizará en marzo del 2010, en conjunción con la reunión anual de CRI en Minneapolis, Minnesota. Estaremos informándoles del impacto que tanto usted como los demás distribuidores están teniendo en la dirección estratégica de CRI. Para obtener mayor información respecto a las estrategias y a la dirección que sigue la empresa, hable con su persona de contacto en CRI.

Brillan los Toros de Amélis en las pruebas francesas

por Patrick McGrath, Gerente de Ventas Internacionales, Amélis

Con las pruebas francesas de toros del 18 de junio, Amélis fortaleció su posición de liderazgo como proveedor de genética. Toros de Amélis que ya están en la lista de toros activos de CRI – tales como **1HO2497 CLIMB**, **1HO3007 COUDAS**, **1HO2416 REVIVIEN *CV**, **1HO2434 TEMPEURO** y **1HO2443 USOLEN** – mejoraron aún más con estas pruebas. Las pruebas incluyeron además –por primera vez- a los toros genómicos. Amélis y sus asociados pueden estar muy orgullosos de tener algunos de los mejores toros genómicos de Francia.

Entusiasmo Genómico: Entre los toros recién activados por Amélis en Francia se encuentra BITAX, el toro genómico número uno del país. Este hijo de Mascol tiene muy buen tipo, con componentes altos y facilidad de parición. BIOLET, hijo de FBI, es el toro genómico en tercer lugar de Francia. Posee muy buen tipo y capacidad, y es un toro bien lechero. CAMARY, un toro de tipo excelente hijo de una Roumare, tiene muy buen puntaje de células somáticas y posee factor rojo. ¡Y aún más entusiasmo se ha generado con BINAS, el primer hijo de TOYSTORY disponible en Francia! BINAS combina buen tipo y patas y pezuñas, siendo excelente en fertilidad y en SCS.

Toros Activos: CLIMB es un hijo excelente de Bolton con gran tipo, ubres, patas y pezuñas, fertilidad y bajo puntaje de células somáticas. CLIMB cuenta con un pedigrí moderno e integra una bien conocida familia francesa, que nos dio antes a Survivor.

COUDAS es hijo de Billion, con buen tipo, muy buenas patas y pezuñas y buena fertilidad. De una familia de vacas americana "Crockette Acres Mtot Elly EX-90", COUDAS es un toro muy completo con muy buen tipo en general (+2.3) y patas y pezuñas (+1.4). Se destaca también en rasgos de salud.

REVIVIEN continúa siendo un toro de gran desempeño, el número uno de Amélis y número cuatro en Francia. Tiene atractivo internacional por su alta producción y su tipo funcional. REVIVIEN tiene facilidad de parición y es muy bueno en patas y pezuñas. Sus hijas son de gran longevidad. Es una de las mejores elecciones para un criador lechero que busque vacas que no causen problemas. REVIVIEN ha sido usado mucho en México, y ahora también está siendo usado intensamente en Estados Unidos, donde sus datos de fertilidad son excelentes. Es sin duda uno de los mejores hijos de Jocko Besne.

TEMPEURO confirmó su lugar como uno de los especialistas en ubres y tipo, ubicándose entre los primeros en la lista francesa de los mejores. Esto, combinado con sus muy buenas patas y pezuñas y su puntaje general en tipo, lo han transformado en un líder en tipo funcional. Está ubicado en 2° lugar en tipo dentro de los 100 Mejores de Francia.

USOLEN proviene de la famosa familia de vacas de Ivory EX-94 Mark Robthom de Estados Unidos. La madre de USOLEN, HPV Owen, 89 puntos, es una hija de Manfred y de una Lord Lily también con 89 puntos. Este toro con alta prueba de leche y muy buen tipo funcional va a atraer a muchos productores lecheros que están buscando un pedigrí diferente. USOLEN tiene buena facilidad de parición y sus hijas son vacas muy duraderas. Es un toro muy fácil de usar, ya que no tiene sangre de Bellwood, Mtoto, Addison, Jocko Besne, Luke, Jesther o Mascot.

La gama de toros de Amélis disponibles a través de CRI muestra una gran variedad, y ofrece toros que pueden satisfacer las necesidades de cualquier criador, ya sea en tipo, rendimiento o buenas vacas productoras que duren mucho.

Amélis
L'ELEVAGE, LA VIE

Cooperative Resources International

your Profit partner™
Confidencial

Datos de la Asociación Nacional de Criadores de Animales del Primer Trimestre del 2009

Durante el primer trimestre del 2009, comparado con el primer trimestre del 2008, el mercado doméstico de Estados Unidos disminuyó en casi 400.000 unidades de semen de toros de leche, o un 7,5%. Las ventas en el país de semen de leche de Genex/CRI disminuyeron un 1,9 por ciento. En otras palabras, las ventas de Genex/CRI bajaron, pero otros tuvieron disminuciones aún mayores.

Las ventas en Estados Unidos de semen de ganado de carne disminuyeron un 9,9 por ciento (37.000 unidades). Las ventas de semen de carne de Genex/CRI sin embargo aumentaron en un 23,6 por ciento. Esto representa una ganancia importante en la participación de CRI en este mercado. Las exportaciones de semen de carne en la industria disminuyeron un 12,8 por ciento, mientras que las de CRI aumentaron un 6,5 por ciento.

Las ventas totales internacionales de la industria de I.A. aumentaron un 11,1 por ciento. CRI aumentó sus ventas un 15,0 por ciento. Nuevamente, CRI está a la vanguardia de la industria.

En resumen, si bien las ventas de semen lechero en los mercados en Estados Unidos han decrecido, los resultados de Genex/CRI son mejores que los de otras empresas, y está ganando participación en ese mercado – al igual que en el de semen de carne y en las exportaciones.

©2009 CRI N0410-069