



CRI...Alrededor del Mundo

Información para Distribuidores de CRI

Ventas con Valor Agregado

por Dave Goedken, Vicepresidente Asociado,
Ventas Nacionales, CRI



¿Qué son las “Ventas con Valor Agregado”? Es una filosofía comercial que utilizan muchas empresas que enfatizan la búsqueda de maneras de mejorar, aumentar o completar más las ofertas que les presentarán a sus clientes. Es el prometer mucho, ¡y el entregar aún más! Es estar siempre buscando el modo de exceder las expectativas de nuestros clientes, creando así un valor extra en su mente, y mayores ganancias para sus empresas.

¿Qué características definen a una empresa que vende productos y servicios con Valor Agregado? Estas empresas venden tres cosas fundamentales en forma consistente: 1) El producto o servicio, 2) la empresa y 3) el vendedor. Es todo lo que uno hace antes de empezar a hablar del tema precios. Es el vendedor, el personal de apoyo, el entrenamiento, el conocimiento, la investigación, la inversión en recursos, el servicio al cliente, la dedicación a ser excelentes, etc. Son todos los valores que se le presentan al cliente/cliente potencial desde el comienzo del proceso de ventas, que hace que el precio no sea un factor tan fundamental al cerrar la venta. Si nuestros clientes o posibles clientes no perciben el valor de nuestros productos y servicios, entonces lo que tenemos para ofrecerles no es más que un simple artículo. Todos sabemos que un artículo no tiene los beneficios del Valor Agregado, y se vuelve un producto que más a menudo se vende al mejor postor. Esta forma de venta no representa por cierto el compromiso y la obligación que CRI tiene hacia sus clientes.

En una encuesta conducida en grandes empresas, se encontró que los compradores estaban dispuestos a pagar un 12.2 por ciento más por productos de mejor calidad que los que estaban usando en ese momento, y un 8.5 por ciento más por un servicio mejor que el que estaban recibiendo en ese momento. Se les pidió a los mismos compradores que hicieran una lista de los factores más importantes para ellos. La lista fué así:

Los 10 Factores Más Importantes

- 1) Vendedores bien informados
- 2) Calidad del Producto
- 3) Disponibilidad del Producto
- 4) Facilidad en la transacción
- 5) Respaldo Técnico
- 6) Precio de Adquisición
- 7) Habilidad ejecutiva del vendedor
- 8) Seguimiento de parte del vendedor
- 9) Performance del Producto
- 10) Apoyo luego de la venta

Como puede verse en esta encuesta, los clientes no se fijan sólo en el precio. El precio figura bastante abajo en su lista de factores de importancia. El factor más importante es el conocimiento del vendedor. Es este conocimiento el factor más importante para decidir si van a comprar el producto, o van a utilizar los servicios que les ofrecemos.

Ven a un vendedor bien informado como a un “socio” que es una parte importante para lograr ganancias en su empresa. A continuación del conocimiento del vendedor, encontramos la calidad del producto o servicio. ¿Brindamos los resultados que el cliente espera, o les damos más aún de lo que esperan?

¿Cuáles son algunas de las razones que hacen que un vendedor decida no vender productos y servicios con un Valor Agregado, y en lugar de ello sólo vender un artículo?

Continúa en Página 2

Contenido

Ventas con Valor Agregado	Páginas 1-2
Semen no Disponible.....	Página 2
Contratación de Analista Investigador.....	Página 3
Hija de GARTER:	
Mejor precio en remate Applouis, a us\$ 40.000	Página 3
Hijas que se Destacan Alrededor del Mundo	Páginas 4-5
Hijas de PRELUDE All-American ..	Página 6
Toro a Destacar:	
1HO5588 SOSA	Páginas 7-8

Declaración de la misión de CRI

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



- 1) **Una de las razones más comunes es que el vendedor es él mismo de hecho un comprador basado en precio.** Una de cada seis personas es un comprador basado sólo en precio, por tanto tiene sentido que una de cada seis personas sea también un vendedor basado sólo en precio. ¡Vende basado en el precio, porque también compra así! Si en su propia mente está pensando en el precio, aún cuando vende, con seguridad que el precio será un factor para el comprador a quien le está ofreciendo el producto.
- 2) **Falta de conocimientos en otras áreas, que hacen que el vendedor no venda el Valor Agregado.** No comprenden que el producto, los servicios y ellos mismos (cuando están bien informados) crean la oportunidad del Valor Agregado. Como vendedores, debemos estar buscando soluciones constantemente, para satisfacer las necesidades presentes y futuras de nuestros clientes.
- 3) **Falta de confianza en lo que se vende.** Algunos vendedores no creen que su producto o servicio es mejor que el de la competencia. Bajan su precio para igualar al del competidor, porque no llegan a apreciar el valor de su producto o servicio. Si este es el caso, deben realmente analizar lo que piensan. Deben estudiar las características y beneficios de su producto, y los servicios de Valor Agregado de su empresa. También es importante que estudien la competencia, para descubrir cuáles son sus puntos fuertes y débiles. *Luego de realizar esta tarea, si usted no considera que es mejor que la competencia, talvez está trabajando en la empresa equivocada.*
- 4) **El temor es otro de los factores que causa que un vendedor no venda el Valor Agregado.** Pueden tener temor de perder una orden, o tienen temor que el comprador los perciba como vendiendo a mayor precio, si les cobran más que la competencia. El hecho es que, cinco de cada seis personas quieren comprar productos con Valor Agregado. Pagarán más por los productos y servicios que aumenten las ganancias de sus fincas. Como vendedores, debemos saber, así podemos educar, y convertirnos en una fuente de recursos para ese cliente. Cuando ayudamos a un cliente a aumentar sus ganancias, nos convertimos en un socio de Valor Agregado de su empresa.

Para concluir, me gustaría hacer esta pregunta: ¿Es el futuro de CRI el de una empresa con Valor Agregado, o que vende sólo un producto comercial? Hemos invertido muchos recursos en personal, educación, investigación, productos y programas para proveer los productos y servicios con el mayor Valor Agregado de la industria.

Pueden estar seguros que nuestros competidores están trabajando en cómo formular un plan que contrarreste lo que nosotros ofrecemos. ¿Debemos continuar siendo un líder, o retrocedemos y nos unimos al común? Yo sé que yo prefiero ser un líder. ¿Y usted?

Debemos esforzarnos para volvernos vendedores del Valor Agregado en cada oportunidad, para maximizar las ganancias de nuestros clientes, y de CRI. ¡Que tengan buenas ventas de Valor Agregado! 🌐

Nota del Editor: Dave Goedken es Vicepresidente Asociado de Mercados Nacionales para una región de 17 estados en el centro de los Estados Unidos. Es responsable por 272 vendedores que atienden aproximadamente 3:400.000 de vacas en 36.000 hatos.

Toros sin Semen Disponible

Deseamos informarles que ya no tenemos más disponibilidad de semen de los siguientes toros:

1AN1036 7D7	1HO5353 LATERAL
1AN0794 BANDO 5175	1HO0915 MAJIC
1SM0032 BOLD HERC	1JE0330 MANNIX
1HO3752 BRITT	1HO9205 MERRILL
1HO2215 CARSON-RED	1JE0325 PREMIUM
1LM0011 DUTCH	1BR0019 TNT 215
1HO2159 ECONO	1JE0317 TOPKICK
1LM0012 FOUNDATION	1HO5170 TRUST
1BS0511 JED	1BR0015 V8 7/5
1HO2737 JURIST	
1HO4332 KODIAK	
1HO3746 LANCE	



Se Contrata Analista Investigador

CRI creó recientemente el cargo de Analista Investigador de Productos, demostrando su actitud progresista con respecto a investigaciones. La contratación del Dr. Gamal Abdel-Azim para este cargo continúa con nuestra tradición de innovación y excelencia genética. “Se reconoce a CRI como a una empresa sólida en las áreas de desarrollo e investigación a nivel científico, y este cargo que se crea expandirá las oportunidades de CRI en esas áreas”, dijo Herb Rycroft, Vicepresidente de Servicios de Apoyo, CRI. “Este cargo demuestra nuestra dedicación a continuar y mejorar nuestras investigaciones y desarrollo”.



El Dr. Gamal Abdel-Azim ayudará a establecer los nuevos productos y sistemas que mejorarán los programas de CRI, y las ganancias de sus socios a través de la genética. El primer énfasis se ha colocado en establecer un sistema para el análisis de las pruebas de tipo animal. Este sistema interno le permitirá a CRI el continuar los cambios en las pruebas de progenie preliminares de los toros a medida que se agregan hijas, estimando al mismo tiempo los valores genéticos de todas las hembras con puntajes de tipo en nuestro banco de datos. Esto ayudará en la procuración de toros y en la mejor preparación para la venta de nuevos toros.

La segunda área de énfasis será un sistema mejorado de evaluación de fertilidad para los toros de CRI. Los datos de fertilidad han sido recabados y archivados cuidadosamente durante muchos años, preservando millones de datos de fertilidad. La disponibilidad de tales datos nos permite el seleccionar dentro de los mejores métodos estadísticos para evaluar a los animales por fertilidad. Esta evaluación está siendo diseñada para mejorar el sistema de evaluación de ERGR actual.

Gamal proveerá también apoyo técnico a la división internacional de CRI y a otras subsidiarias de CRI.

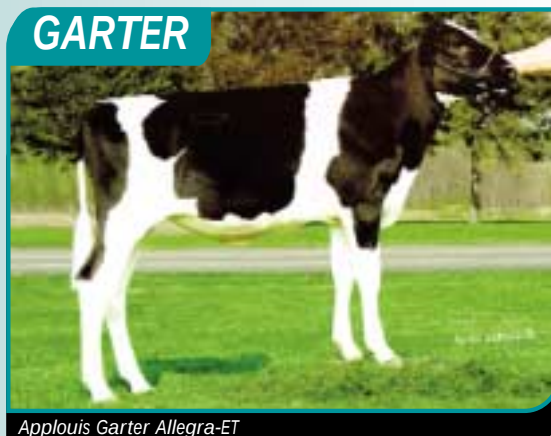
En el 2001, Gamal recibió su Doctorado en Genética y Ciencia Animal, con énfasis en Estadística, en la Iowa State University. Completó su tesis para el Doctorado en el tema de progreso genético a través de la selección asistida por marcadores genéticos, para ganado lechero. El trabajo de Gamal a posteriori de obtener su título se centró en analizar los datos de rasgos sanitarios, y en esta área desarrolló un nuevo método innovativo de análisis, que resultó en una estimación mucho más alta de heredabilidad, en relación con estudios anteriores.

Gamal recibió también su título de Maestría en la Universidad de Iowa, y su diploma de Bachiller en la Universidad de Cairo, Egipto. Gamal, su esposa y sus dos hijos, Salma y Ahmad, residen ahora en Shawano. 🌐

Progenie de Toros de CRI

Una hija de GARTER alcanza us\$ 40.000. en un remate

Una vaquilla de noviembre del 2002 hija del 1HO6149 GARTER, se vendió al mejor precio en el remate Applouis Holsteins Genetic Rewards, con un precio de us\$ 40.000. Fred Lang de Marathon, Wisconsin fué el comprador de Applouis Garter Allegra-ET. Esta venta se celebró el 29 de marzo, 2003, en Richland Center, Wisconsin. El remate promedió us\$ 7.491 en 68 lotes. Lang describe a Allegra como “más alta que el promedio y muy lechera”.



Hijas Impactantes Alrededor del Mundo

Las hijas de EDDIE confirman lo que se esperaba

Tres hijas de EDDIE en Welcome Stock, todas clasificadas Muy Bueno en su primera lactancia, están probando su excelencia en producir leche. Welcome EDDIE Grady-ET se clasificó con EX-91, EX-P y P, EX-SM a los tres años, siendo antes MB-87. Está promediando 57 Kgs. de leche con un 4.85% de grasa en los primeros 84 días de su segunda lactancia, luego de haber llegado a los 69 Kgs. a los 64 días. En su primera lactancia Grady tuvo 13.987 Kgs. de leche, con 4.0% de grasa y 3.1% de proteína. Se han exportado embriones de esta vaca impactante a Francia, y algunos de sus hijos se han contratado para empresas de IA en los Estados Unidos (incluyendo a CRI), Alemania y Japón.

Otras dos hijas en la Welcome Stock Farm, las dos MB-85, prometen mucho. Una de las EDDIE está promediando 50 Kgs. de leche con 4.0% de grasa en los primeros 132 días de su segunda lactancia, mientras que la otra, su hermana completa, terminó su primera lactancia a los 2 años 2 meses, en 365 días, con 15.582 leche, 648 grasa y 479 proteína (Kgs.).



Welcome Eddie Grady-ET, EX-91, EX-P y P, EX-SM

Una EDDIE ganadora de Premios en Canadá

Una hija de EDDIE de tres años, MB-85, recibió un premio por lactancia superior. Bornhaven Jasmine Eddie completó una impactante lactancia en 365 días, a los 2 años 4 meses, con 12.435 leche, 583 grasa y 444 proteína (Kgs.). Para poder hacerse acreedora a este premio, Jasmine Eddie tuvo que completar un puntaje de lactancia de 250 puntos por encima del promedio de la raza, y tener una desviación de por lo menos 50 puntos en comparación con sus compañeras de rebaño, por encima del promedio del hato en leche, grasa y proteína. Jasmine Eddie es propiedad de Village Ranch Ltd. de Matsqui, British Columbia.



MAGIC: ¡ es de verdad !



Esta estupenda hija del 1HO5021 MAGIC obtuvo el premio de su categoría en la Exposición Regional Emilia Romagna del 2003 en Parma, Italia. Un buen ejemplo de la prueba de MAGIC, tiene promedios altos en sus componentes en los

primeros tres meses de su lactancia: 4.60% grasa y 3.28% proteína. Esta vaca joven que promete mucho está en el hato de Giuseppe y Mirco Grasselli de Reggio Emilia, Italia.

Otra hija de MAGIC que está generando interés es Laura 8. Con un promedio a los 305 días de 4.4% grasa y 3.5% proteína, tiene 10.109 Kgs. de leche. Se clasificó MB-86, MB-SM a los dos años, y es propiedad de Jan Kolff de los Países Bajos.



Grasselli Magic Hà, MB-85



Laura 8

¡ Fabulosas hijas de LYNCH !

¡Wavrunek Lynch #56 completó otra lactancia de excepción! Esta hija del 1HO5045 LYNCH produjo 14.052 Kgs. de leche, 534 grasa y 438 proteína en 357 días, con cinco años de edad. Esta vaca que se mantiene muy bien, está promediando 48 Kgs. de leche en los primeros 113 días de su cuarta lactancia. Su propietario es James Wavrunek de Denmark, Wisconsin.



Hija destacada de LYNCH de segunda generación en Alemania: Berolina.

Estaba produciendo 45 Kgs. de leche en el momento de tomar esta foto.



Excepcional hija de ONEIDA

Luego de completar una primera lactancia de casi 14.000 Kgs. de leche, Webb-Vue Oneida #2248 ha comenzado muy bien su segunda lactancia. En los primeros 100 días está promediando 45 Kgs. de leche, con 3 ordeñes diarios. Esta hija del 1HO5485 ONEIDA de alta producción es propiedad de Robert Webb de Plymouth, Wisconsin.

ONEIDA



Webb-Vue Oneida #2248

Campeonas hijas de JETWAY en Alemania y Austria



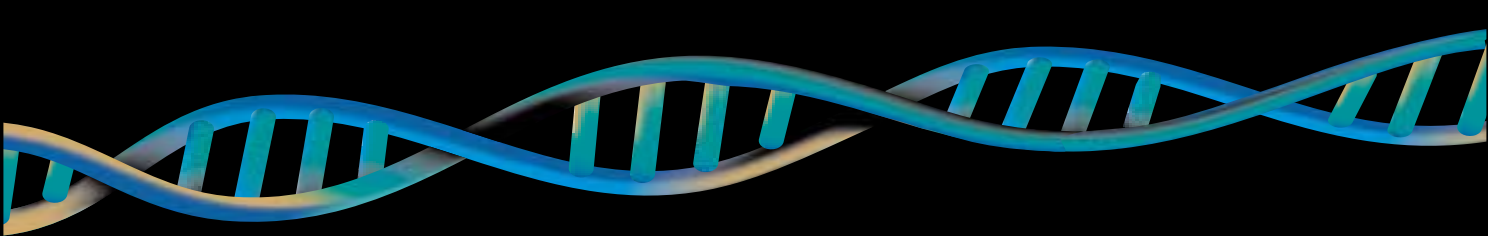
Jetway Grazie fué elegida Gran Campeona de la Exposición de Bavaria en Buchloe, Alemania. En cuatro lactancias ha promediado 12.317 leche, 3.97% y 489 grasa, 3.81% y 469 proteína (Kgs.). Es propiedad de Johann Ostenried, Pforzen. Grazie es hija del 1BS106 JETWAY.

Otra hija del JETWAY, Felizia, fué elegida Campeona Junior de la categoría de vacas jóvenes en la Exposición Austríaca de Vorarlberg, Austria. Esta vaca de dos años es propiedad de Christoph Borg, Beschling, Austria. Está promediando 36 Kilos en su primera lactancia.

JETWAY



Jetway Grazie



All-Americans de PRELUDE

Dos hijas del 1BS0493 PRELUDE fueron elegidas All-American – la mejor vaca de exposición de su edad – por un panel de jueces.

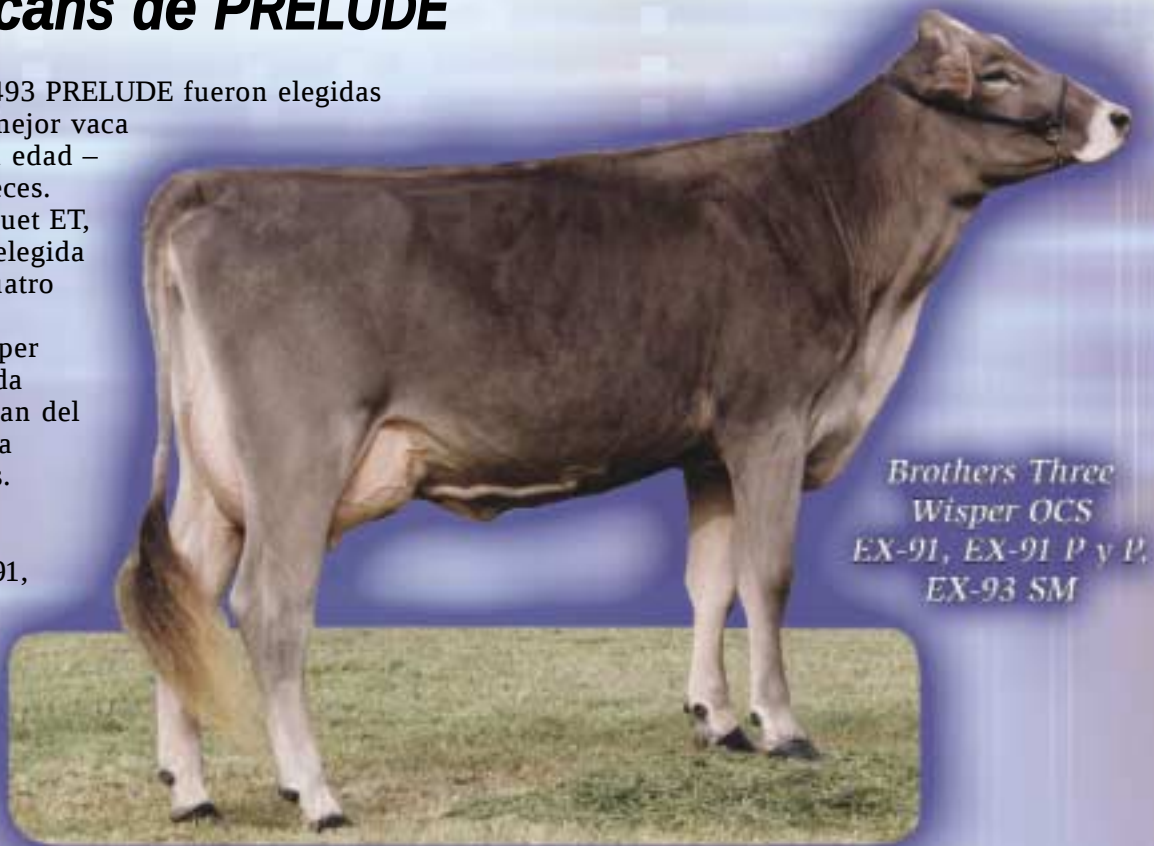
Top Acres Pre Bouquet ET, EX-91, EX-SM, fué elegida All American de Cuatro Años, mientras que Brothers Three Wisper OCS fué seleccionada como la All American del 2002 de la Categoría Junior de Dos Años.

Wisper fué recientemente clasificada con EX-91, EX-91 Patas y Pezuñas, EX-93 Sistema Mamario.

Completó su primera lactancia con una producción de 8.441 Kgs.

de leche, 334 grasa,

307 proteína en 291 días. Wisper es propiedad de Jacob Hushon de Airville, Pennsylvania.



Brothers Three
Wisper OCS
EX-91, EX-91 P y P,
EX-93 SM

Top Acres Pre Bouquet ET se vendió en el remate Top Acres Brown Swiss Dispersal en Urbana, Illinois el pasado 14 de junio,

por un precio que quebró todos los récords: us\$ 67.000.

La compró Sunshine Genetics, Garrison Brothers, e Idyl Wild Farm, Whitewater, Wisconsin. El récord de mayor precio pertenecía

previamente a la famosa vaca madre Idyl Wild Improver Jinx, que se vendió en us\$ 60.000 el 2 de abril de 1983. Este remate

promedió us\$ 7.592.



Top Acres
Pre Bouquet ET
EX-91, EX-SM

Toro a Destacar

SOSA: ¡ El Nuevo Toro N° 1 en Leche !

Leche, leche, leche! SOSA debuta como el toro N° 1 de la raza en Leche y en Mérito Neto Fluído. Con un pedigree que desborda producción, este hijo de Manfred ofrece una prueba excepcional de + 2.980 Leche, + 67 Proteína y + 76 Grasa.

El 1HO5588 Rich-J SOSA-ET *TV está dentro del mejor 1% de la raza en Mérito Neto Vitalicio con + \$624 y en muy buena posición en TPI™ con + 1714, con un pedigree impactante: Manfred x EX-90, 2E Bellwood x MB-86 Blackstar x MB-86 Mark x EX-90, EX-SM, 2E Tradition.

Las hijas de SOSA reflejan el tipo fabuloso de su destacada línea materna. Como su madre, las hijas de SOSA son muy altas y de cuerpos profundos, exhibiendo una fortaleza tremenda. Con relación al alto volumen de leche de su prueba, SOSA transmite ubres levantadas y bien adheridas. Este hijo de Manfred mejora ubicación de pezones. SOSA tiene un Compuesto de Ubre de + 1.17, Compuesto de Patas y Pezuñas de + 0.84 y un PTA Tipo de + 1.21.

Steve DeWall, Supervisor de Programas de Apoyo de CRI, está entusiasmado con las hijas de SOSA. "Las hijas de SOSA son altas, derechas, con pechos anchos", dijo DeWall. "Este ancho se mantiene hasta el anca, permitiendo mucho lugar para sus ubres posteriores, altas y anchas. Sus hijas se movilizan con patas y pezuñas correctas, exhibiendo un pronunciado ángulo de pie y caminando derechas". Basado en las 15 hijas de SOSA que ya ha visto, DeWall piensa que sus hijas serán vacas productivas, sin problemas, y que van a durar por mucho tiempo.

Un ejemplo de una hija impactante de SOSA es Elsbernd Sosa #143, que está promediando 40 Kgs. de leche en sus primeros 40 días de lactancia. Es propiedad de Elsbernd Dairy LLC de Calmar, Iowa.

"La producción sumamente alta de SOSA unida a su excelente performance en los rasgos importantes de tipo funcional, combinados con la alta Vida Productiva de su padre, Manfred, hacen que este toro sea una opción excepcional para el productor



lechero
progresista y
enfocado en
ganancias de hoy
en día", dijo
Michael Sleeper,
Vicepresidente
Asociado de Mercados
Internacionales de CRI.

SOSA fué diseñado para
trasmirir alta producción, y
está respaldado por cuatro
generaciones de vacas

Elsbernd Sosa #143

Excelente y Muy Bueno. Su madre es la fantástica Sildahl-Eagle BW Spicey-ET, EX-90, MB-SM, 2E, con el récord de mayor producción de leche y proteína del país en 1999, con una producción increíble a los 4 años 3 meses, con 3 ordeñes, en 365 días, de 28.118 leche, 741 grasa y 756 proteína (Kgs.). Hasta la fecha, es la única vaca de Utah que llegó a producir más de 28.000 Kilos de leche en una sola lactancia.

Continúa en Página 8

La historia de Spicey es descrita como “un cuento de hadas” por su propietario, Richard Orton, el criador de SOSA. Spicey fué adquirida por Orton de Salem, Utah, en el Remate de Vaquillas de Watkins County en Washington, siendo una vaquilla abierta en 1996. “Fué la única vaquilla que me interesó, por ser una Bellwood y por la producción y tipo destacados de la línea materna. Oferté sólo una vez, y terminé consiguiéndola. En ese momento me sentí casi decepcionado de haberla comprado, porque tenía que solucionar como traérmela de Washington a Utah”, comenta risueño Orton, rememorando.

Cuando tenía dos años, Spicey tuvo un puntaje de MB-86, MB-SM y produjo 19.800 Kgs. de leche en su primera lactancia. Fué madurando muy bien, y se clasificó Excelente en la siguiente clasificación. Completó tres lactancias excelentes, logrando una producción de 75.896 Kilos de leche durante su vida, en el hato de Orton de 200 vacas en estabulación libre. “Spicey nunca recibió tratamiento preferencial y fué siempre un placer trabajar con ella”, dijo Orton.

Orton comenta que Spicey tenía una altura de 1 metro 65, y cuando se le pregunta acerca de su fenotipo, simplemente dice, “Una vaca con 2E-90 habla por sí misma”.

La Especialista en Procuración de Ganado Lechero de CRI, Angie Coburn, reitera los comentarios de Orton. “Llaman la atención de inmediato la altura impactante de Spicey, su estructura y su tremenda hendidura de ubre, sin dejar de lado su deseo y habilidad de dar leche”, dijo Coburn, que vió a Spicey cuando tenía tres años.

Orton atribuye la producción fabulosa de Spicey a su genética de excepción, y a su personalidad “agresiva”. “Spicey dejaba el establo e iba inmediatamente al comedero”, agrega Orton. “Sabía que sus metas en la vida eran comer y producir leche, y eso es lo que hizo”. Spicey ya no vive, pero su legado continúa con varias vaquillas en el hato. Si bien ninguna de ellas está produciendo todavía, Orton aguarda ansioso, esperando que sean tan buenas como Spicey.

“Quisiera tener la oportunidad de lograr otra vaca como Spicey en algún momento de mi vida”, concluye Orton. “Vacas como ella no surgen todos los días”.



Madre de SOSA: Sildahl-Eagle BW Spicey-ET, EX-90 MB-SM, 2E



Maas Sosa

Respaldando a Spicey tenemos a Wilcoxview Blacks Sally-ET, una Blackstar MB-86 con lactancias de hasta 14.200 Kilos de leche. Su abuela es Wilcoxview Walkway Sally, una Mark MB-86, MB-SM, DOM★, que tuvo una lactancia al año 11 meses, en 365 días, de 12.324 leche, 395 grasa y 347 proteína, a fines de los años 80. Su tatarabuela, Wilcoxview Tradition Sally, EX-90, 2E, EX-SM, DOM★, produjo casi 75.000 Kgs. de leche en su vida, en cinco lactancias.

Spicey tiene seis hermanas completas con lactancias de gran producción, diseminadas en hatos en distintas partes de Estados Unidos, incluyendo a Sildahl-Eagle BW Skye-ET, propiedad de Stouder Holsteins, Wendell, Idaho, que tiene actualmente el récord de proteína del país en una única lactancia. Spicey y sus hermanas han sido contratadas como madres de toros por empresas de IA de Estados Unidos. “Es una tremenda familia de vacas”, concluye Coburn.

A través de su genética que genera ganancias, SOSA llena el tanque, mejorando ubres y patas y pezuñas. ¡ SOSA ofrece una combinación ganadora para obtener más leche, mayores ganancias y mejores vacas ! 🌱

★ GMD, DOM - Medalla de Oro, Premio al Mérito, designaciones otorgadas por la Asociación Holstein-USA