

Mesa Redonda de Distribuidores

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

En conjunción con la reunión anual de CRI en marzo, cuatro distribuidores se encontraron en Minneapolis, Minnesota, para participar en la tercera mesa redonda de distribuidores. Estuvieron presentes Dong Lee, Corea, José Vidal, España, Sergio Niklitschek, Chile y Remigio Espinosa, México. Los temas considerados fueron: análisis genómicos de machos y hembras, trabajo con hatos progresivos, planes de negocio y comercialización, comunicaciones virtuales y "virales", "networking" y alianzas. Los comentarios recibidos de todos los participantes le proporcionaron al personal de CRI International información directa acerca de estos importantes tópicos estratégicos.

Todos los distribuidores verán próximamente las decisiones tomadas acerca de los tópicos antes mencionados. El personal internacional analizará el desarrollo e implementación de los planes, para asegurarse que CRI permanezca al tope de nuestra industria. Como siempre, apreciamos recibir comentarios y retro-alimentación de todos nuestros distribuidores. Un agradecimiento especial a los participantes de esta mesa redonda por el tiempo y la energía dedicados a la misma.

Actualizando Información de Amélis

por Patrick McGrath, Gerente de Exportaciones, Amélis

Las ventas de semen de toros genómicos llegan a ser ahora el 40 por ciento de la cantidad total de semen vendido por Amélis en Francia. Esta cifra supera las predicciones hechas para el primer año de ventas genómicas, que fueron estimadas en un 25 por ciento. El uso de toros genómicos por los productores franceses ha sido ahora muy bien aceptado, y los productores pueden ver las ventajas del progreso genético obtenido al usar toros probados genómicamente. Todos los toros entrando al programa genético de Amélis tienen su genotipo, al igual que las mejores vacas en todos los hatos donde Amélis hace sus contratos de toros jóvenes.

Durante el próximo show NRM en los Países Bajos del 25 al 26 de junio, Amélis estará bien representada. Se presentará un grupo de hijas de segunda generación del toro 1HO02430 SURVIVOR (Jesther x Gelpro). SURVIVOR se ha usado intensamente, tanto en Francia como en los Países Bajos. Es además uno de los mejores toros en tipo de Francia. En los Países Bajos tiene un puntaje total de 112 puntos que lo coloca al tope de la lista. SURVIVOR tiene 966 hijas en su prueba francesa, y un puntaje de tipo de +3.3, siendo así uno de los cinco toros mejores en tipo de Francia. Y tiene un puntaje de +2.4 en ubres, y +2.3 en patas y pezuñas.



Survivor Uniforme, Hija

Desarrollos Genéticos en la Tecnología de "Chips"

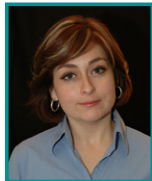
por Keith Heikes, Vice Presidente, División de Genética Lechera y Alianzas Globales, Genex

Con la introducción de la genómica en 2009, el estándar para la industria ha sido el uso del BeadChip Illumina Bovine SNP50. Los genotipos de este chip de 50.000 SNPs han sido utilizados para desarrollar los valores genómicos genéticos, que revolucionaron nuestra industria.

La ciencia de la genómica continúa evolucionando, y en los últimos meses han surgido varias cosas que continuarán cambiando nuestro mundo. La imputación de genotipos de una cantidad de SNPs a otra (con más alto nivel de exactitud), nos permitirá utilizar los chips de 3.000 SNPs en una base más amplia y de menor costo, que predecirá valores genéticos con una confianza aproximada a la de los chips de 50.000. Al mismo tiempo, hay por lo menos dos empresas que están próximas a lanzar al mercado chips de alta densidad, de 700.000 a 900.000 SNPs. Todavía no sabemos cuál será el aumento en el nivel de confianza con estos nuevos chips de alta densidad, por tanto aún no podemos predecir el uso exacto que les daremos en nuestro programa genético.

En un futuro no muy lejano la secuencia genómica completa de los toros será probablemente un hecho común, a medida que los costos sean más accesibles y comunes. La selección en una población grande será realizada con el chip de 3.000 SNPs, y luego los animales de alto ranking serán sometidos a análisis más detallados a través de análisis de alta densidad o genómico completo.

your **Profit** partner™
Confidencial



Cambios de Personal en la División Internacional

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

Ximena del Campo ha renunciado recientemente a CRI por razones personales. Se ha mudado de

Wisconsin a Montana para comenzar un nuevo capítulo en su vida. Estoy seguro que se unirán a mí para agradecerle a Ximena por siete años de servicio dedicado a la División Internacional de CRI. Ximena fue responsable del crecimiento en los países de América Central, Chile y Oceanía. Se ha publicado un anuncio para este puesto, y esperamos encontrar pronto un reemplazo.

Reestructuración Doméstica

por Tom Bjelland, Vice Presidente, Desarrollo Estratégico de Mercados Domésticos, Genex

La reestructuración es un proceso continuo en la División de Ventas Domésticas de Genex. A través de los años, importantes reestructuraciones han tenido lugar durante fusiones de organizaciones, o con la compra o inclusión de un equipo de ventas. Programas menores de reestructuración se han implementado para satisfacer necesidades locales, o para introducir productos muy importantes, tales como GenChoice™. Los cambios en el mercado han sido siempre la base respaldando la reestructuración, atendiendo las necesidades del mercado.

Durante los últimos 24 meses, hemos comenzado a desarrollar el National Accounts Business Center (Centro de Negocios de Cuentas Nacionales) dentro de las Ventas Domésticas. Con hatos cada vez más grandes, es importante tener experiencia profesional para trabajar con estos hatos. El Centro de Negocios de Cuentas Nacionales está dirigido por Roy Wilson.

Roy ha contratado a tres personas para dirigir las áreas de Cuentas Nacionales, Especialistas Reproductivos y Alianzas Nacionales. Otra área de énfasis designada específicamente para genética estará a cargo de Roy hasta que el Centro de Negocios de Cuentas Nacionales esté funcionando en las otras tres áreas. El énfasis fundamental del Centro se centrará en la atención a los hatos de gran tamaño.

Los cambios producidos en la estructura actual de las Ventas Domésticas brindan la oportunidad de atender las necesidades de los hatos más tradicionales, y también de la nueva generación de hatos muy grandes.

Próximas Actividades

World Dairy Expo: Setiembre 30-Octubre 2, 2010

Cuando estén en Madison, los visitantes de CRI se alojarán en Best Western Inn on the Park. La tarifa por noche es de US\$ 139. por habitación con una cama y US\$ 159. por una habitación con dos camas; estas tarifas no incluyen los impuestos. El hotel tiene una estadía mínima de tres días durante la exposición World Dairy; la estadía requerida es para las noches de los días jueves, viernes y sábado.

CRI - Tour de Ganancias: Octubre 4 al 6, 2010

Los participantes del Tour de Ganancias se alojarán en el Hotel Sierra en Green Bay, Wisconsin. La tarifa por noche es de US\$ 105 por habitación con una cama, y US\$ 95 por una habitación con dos camas; estas tarifas no incluyen los impuestos. El Tour de Ganancias de CRI incluye charlas y presentaciones, visitas a hatos y una recorrida de las oficinas centrales de CRI. Los participantes deben planear su partida de Green Bay para el jueves 7 de octubre. El hotel ofrece traslados sin costo al aeropuerto Austin Straubel (GRB).



your **Profit** partner™
Confidencial

Promocione la “Marca”

por Amanda Hannes, Gerente de Relaciones Públicas, CRI

La tienda Promo Shop de CRI tiene lo que precisa para promocionar la identidad de nuestra marca. Puede acceder al Promo Shop desde el CRI Extranet, o directamente yendo a <http://newdata.crinet.com/crishop/>. Con la tecnología de una tienda en línea, podemos agregar nuevos artículos regularmente, y además ofrecer precios con descuento en artículos ya retirados. Visite la tienda a menudo.



¿No ve lo que quiere? El Departamento de Relaciones Públicas de CRI puede ordenar artículos especiales, con su logotipo incluido en los mismos. Recuerde que el costo de embarque a su país/zona puede ser mayor que el beneficio de un artículo de bajo costo aquí en USA; pero siempre estaremos dispuestos a investigar todas las posibilidades. Para obtener más información, contáctese con Amanda Hannes.

Interacción Social y sus Aplicaciones Comerciales

por Amanda Hannes, Gerente de Relaciones Públicas, CRI

La interacción social es una nueva manera de comunicarse, una nueva manera de vender, una nueva manera de vida. La novedad de la interacción social comenzó como una manera de publicar información, compartir fotos y comunicarse con amigos, pero ha crecido además para llegar a ser un método comercial, para agregar atractivo a sus ventas, y para controlar el mensaje acerca de su marca y productos. La interacción social provee la oportunidad de dirigir y controlar mensajes que afectan nuestra marca. Permite también la revisión positiva de nuestros productos y servicios, que puede diseminarse con mucha más velocidad y alcance que antes.

Actividades de interacción social de CRI: Las subsidiarias de CRI, AgSource, Central Livestock y Genex, junto a la División Internacional de CRI, todas tienen su presencia en interacciones sociales. La página en Facebook de Genex y la División Internacional de CRI tiene actualmente 530 seguidores. Recibimos semanalmente aproximadamente 15 interacciones entre empleados y clientes (muchos de ellos de varias partes del mundo). Existe la oportunidad de remover comentarios negativos, o simplemente responder a los mismos de manera positiva. A través de la interacción social, nuestras metas de aumentar el conocimiento de nuestra marca, atraer interesados a nuestra página Web, y conquistar atención en las máquinas de búsqueda se están transformando en una realidad. Tratamos además de hacer que nuestros “seguidores” sientan que están recibiendo información extra de nuestra empresa. Esto ciertamente logrará la lealtad al producto y a la marca.

Y en el futuro: La intercomunicación social continuará. CRI va a continuar avanzando con sus esfuerzos, manteniendo algunos puntos in mente. Las herramientas llegan y se van - no se trata de las herramientas, debe ser siempre acerca de la gente. La gente siempre va a intentar encontrar información acerca de su producto; que aparezca en resultados de investigaciones es muy importante. La tecnología no es un obstáculo para las próximas generaciones, por tanto la intercomunicación crecerá y se expandirá. A medida que la interacción social crezca, también lo hará el reconocimiento de nuestra marca y la lealtad al semen de CRI, y sus productos y servicios.



your **Profit** partner™