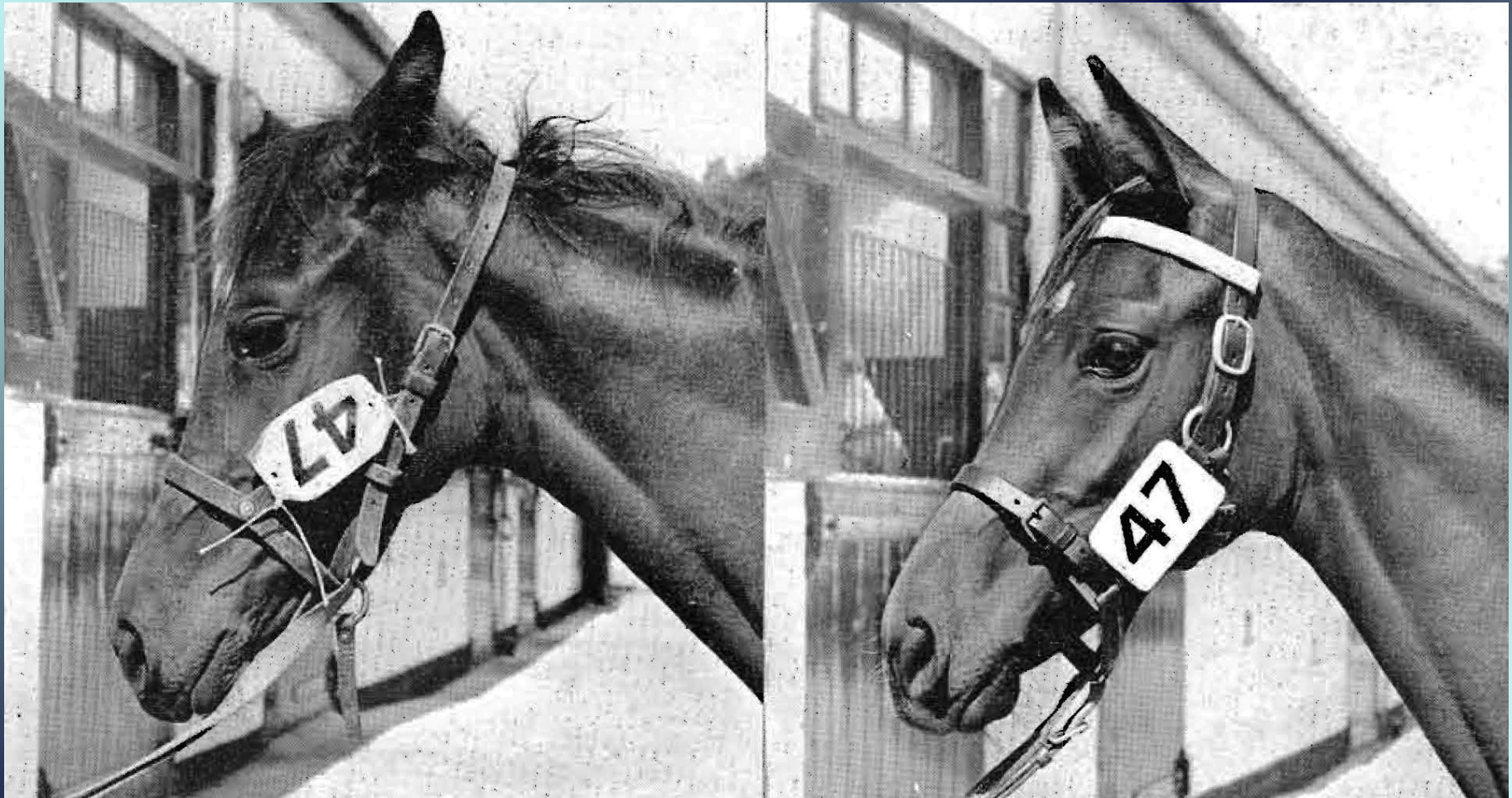


# MARKETING DEL PURASANGRE



TIM RICHARDSON

27 JUNIO 2008

MANAGER - HARAS DE FRESNAY-LE-BUFFARD  
MIEMBRO DE LA ASOCIACIÓN DE CRIADORES FRANCESA

# GLOBALIZACIÓN Y SUPERPRODUCCIÓN

**Globalización de los Mercados**  
+  
**Superproducción de Purasangres**  
=  
**SELECCIÓN**

La actual situación de  
Globalización y Superproducción  
nos obligan a ser selectivos

# EL CRIADOR COMERCIAL

*¿Qué significa?*

EVALUAR

- Los objetivos de cría a conseguir
- El presupuesto necesario (a 5 años vista)
- Las instalaciones con las que contamos

La cría comienza evaluando con *objetividad* nuestros objetivos junto con las necesidades financieras y las posibilidades de nuestra yeguada

# QUE EL CRIADOR ASUMA QUE LOS REPRODUCTORES TIENEN...

## ✓ **Pedigrí / Actuaciones?**

¿Tienen los reproductores  
suficiente pedigrí y actuaciones para criar *comercialmente*?

## ✓ **Potros / Potrancas?**

Si estos caballos no tienen buen pedigrí pero sí buena conformación y actuaciones en pista, pueden ser buen material para las ventas-  
**sin resultados en pista la cría comercial tiende a fracasar**

# COMENZAR

- ✓ Comprar yeguas
- ✓ ¿Qué tipo de yegua: *pedigrí* y *presupuesto*?
- ✓ Cuando comprar la yegua:

⇒ ¿De foal, yearling, potranca retirada or todavía en activo?

⇒ ¿Yegua preñada o vacía?

⇒ ¿En subasta y/o en venta pública?

Debe hacerse con asesoramiento de algún buen  
entrenador o agente

# COMENZAR (2)

## Elegir una política comercial:

- Velocidad: 1000m – 1400m
- Milla y más: 1600m – 2100m
- Clásico: 2200m – 2400m +
- Salto

Caballos de maduración temprana pueden dar éxito comercial más rápido a un criador que un caballo de tipo Clásico

# ¿DÓNDE CRIAR?

- ✓ Poseer una finca: criar caballos en terreno propio
- ✓ Alojarse en una yeguada profesional

Evaluar correctamente la política de cría

*pero*

evaluar incorrectamente los métodos y lugares de trato de los animales

**¡destruirá la política de cría y la moral del criador!**

*★ Se realista y ten muy en cuenta*

*la calidad de tus reproductores ★*

# FACTORES DESCONOCIDOS

- ✓ Se sugiere a los criadores eliminar estos factores
- ✓ ¿Cuáles son estos factores?
- ✓ Controlar personalmente la política y los medios
- ✓ Inversión consecuente en infraestructuras
- ✓ Atención a los detalles





# CONOCER LOS MERCADOS

- ✓ Estar atento a todos los escenarios de ventas
- ✓ Elección de la agencia de subastas:
  - *Estudiar el procedimiento de la agencia de subastas*
  - *Agencias de Subastas de prestigio*
- ✓ Ubicación correcta del producto en la subasta



# DIFICULTADES EN LA CRÍA COMERCIAL

- ✓ El método más difícil para criar
- ✓ Vender el producto a diferentes entrenadores



- ✓ Identificar los pros y contras de las madres
- ✓ ¿Vender los machos, quedarse con las hembras?

# EL MARKETING EMPIEZA EN CASA

## Asegurar la calidad mediante:



- ✓ Ejercicio en el Paddock
  - ✓ Trato Cuidadoso
- ✓ Atención en la alimentación
  - ✓ Preparación
- ✓ Ejercicio en el andador
  - ✓ Herraje
- ✓ Vigilancia sanitaria
  - ✓ etc...

# PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

- ✓ Internet: videos y fotos en páginas-web
- ✓ Revistas y periódicos del sector
- ✓ Fotografías, etc...



*¡¡El mejor marketing es ganar carreras!!*





# CONCLUSIÓN

1. Objetividad sobre nuestros reproductores
2. Selección sobre pedigrí y conformación física
3. Eliminar factores desconocidos
4. Crear una reputación de consistencia
5. Conocer los mercados
6. Usar las principales agencias de subastas

*Para el criador comercial el mejor marketing es criar buenos caballos*



# RECONOCIMIENTOS

D. CARLOS ESCRIBANO,  
Director General de Recursos Agrícolas y Ganaderos  
-MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, MEDIO RURAL Y MARINO-

D<sup>a</sup> ISABEL GARCÍA SANZ, Subdirectora General

D. MANUEL G<sup>o</sup> OROZCO, Presidente de la Sociedad de Fomento de la Cría  
Caballar

D. MARIANO CASADO, Presidente de Hipodromo de la Zarzuela

D. FERNANDO MELCHOR, Presidente de la Asociación de Criadores de PSI de España