Automovilismo argentino ¿Un solo bloque?

"A veces es muy difícil unir gente en la Argentina. Me la debo. Es difícil armar una gran categoría". Con esta frase, el Presidente de la Comisión Deportiva Automovilística (CDA) del Automóvil Club Argentino, Carlos García Remohí, resume cual ha sido desde hace tiempo y es actualmente la realidad del Motorsport en nuestro país.

Durante **GESTIÓN y DEPORTE | Ciclo Motorsport y COVID-19** (realizado del 15 al 19 de Junio 2020 por Canal YouTube @estiload y salas de Zoom para los Miembros de la Comunidad AD estiload.com/membresía e invitados especiales) hubo coincidencias generales en la necesidad de que todos los dirigentes de las distintas categorías, puedan sentarse en una misma mesa y definir los lineamientos del deporte a partir de un Plan Estratégico (inexistente a la fecha) en el

que puedan quedar definidos costos y reglamentos deportivos, entre otros aspectos que den mayor previsibilidad a la gestión de todos los actores involucrados.

Seguir lineamientos FIA, tanto para Argentina como para CODASUR, es la aspiración. Pues fomentaría más unión, más allá de la diversidad y realidad de cada país.

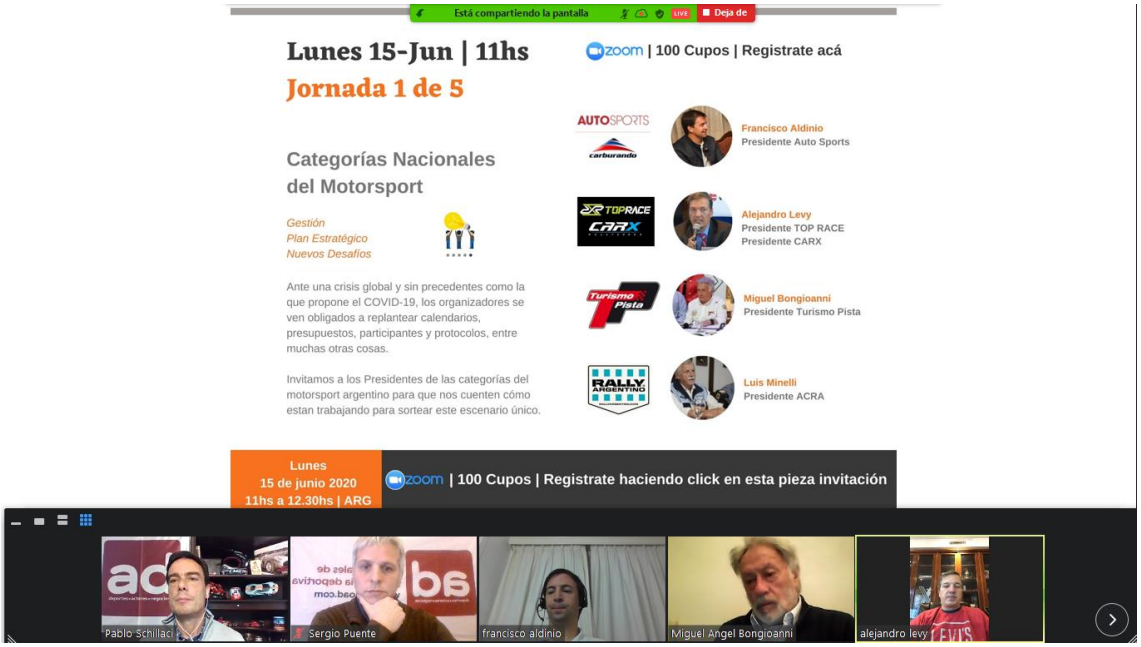
Actualmente, los intereses comerciales de quienes tienen a cargo la producción televisiva es lo que se analiza como el nudo de mayor complejidad. Esto independientemente de cual sea el paraguas que cobije a las categorías (ACA ó ACTC). Definitivamente, el automovilismo dividido (televisivamente) ha perdido. La opción de alcanzar un acuerdo distinto parece difícil de negociarse pero no se descarta, ni se considera imposible.

Los dirigentes parecen estar dispuestos a hablar entre todos. Al menos los que fueron parte de **GESTIÓN y DEPORTE | Ciclo Motorsport y COVID-19**, así lo manifestaron. El futuro de muchos actores del automovilismo (léase pilotos, equipos, etc.) es crítico. Y con ello, también lo es la subsistencia de algunas categorías.

El trabajo conjunto entre las entidades fiscalizadoras, ACA y ACTC, para la confección de los calendarios sin superposiciones (considerando que hay pilotos que participan en hasta 3 categorías diferentes) muestra la buena voluntad de todas las partes y una relación cordial. La diferencia es la postura entre un Ente y otro. A la CDA lo excede lo comercial, no posee los derechos de TV y sus funciones pasan por fiscalizar y ordenar la actividad buscando el mejor desarrollo del deporte.

Los actuales presidentes de **Autosports** (Promotora del Súper TC2000, TC2000 y Fórmula Renault), **Top Race, Rallycross**, **Turismo Pista** y **Rally Argentino,** entienden que dirigir estas categorías es una enorme responsabilidad y que mucha gente depende de sus decisiones. Hoy ya no alcanza con el entusiasmo y el apasionamiento.

El automovilismo es un deporte con un enorme potencial, y desde hace un tiempo no logra despegar, potenciarse, subir un escalón más en la profesionalización.



La actividad ha resultado de alguna manera sustentable, pero podría serlo aún más de no existir dos “ecosistemas” como existen en la actualidad. **Por un lado Carburando (Canal 13) por otro ACTC Media (La TV Pública). Ni la audiencia, ni la monetización acompañan pues están particionadas.**

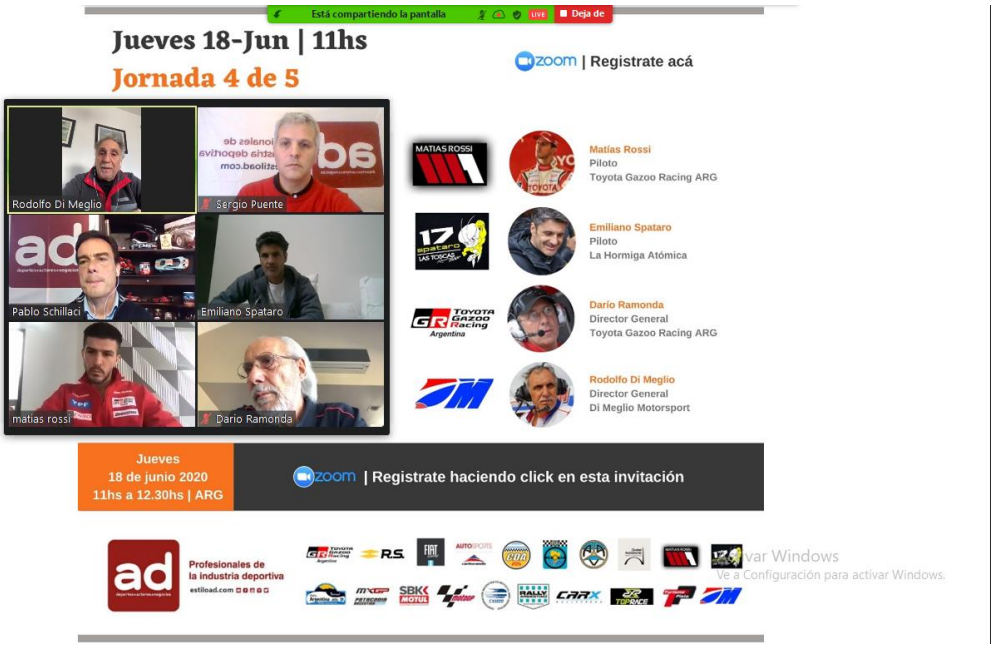
Armar un plan estratégico a varios años, es una materia pendiente de TODOS los actores para tratar de reposicionar el automovilismo, llegando a nuevos públicos por fuera del ¨tuerca¨. Al mismo tiempo y dentro de ese plan, se debe definir el posicionamiento puntual de las distintas categorías y considerar la viabilidad de cada una de ellas. Segmentar, posicionar y trabajar para que dentro de ese universo, las categorías puedan crecer e inclusive proyectar pilotos al exterior.

El automovilismo debe ser repensando entre todos. El decaimiento en la apetencia del público presencial, en la taquilla, en la TV y la radio, conspira y hace decrecer el producto. Mejorar la calidad, entender los motivos que apartaron a la afición del deporte, estudiando el mercado, debe formar parte de esas acciones de planeamiento. La clave pasa porque las propuestas queden escritas, y no como intenciones voluntaristas. Y plasmarlas realmente con hechos concretos. Nunca se produjo un hecho catalizador, pero esta cuarentena puede tomarse como un nuevo punto de partida. El automovilismo está muy atomizado.

La **Asociación Argentina de Volantes** contabiliza 350 categorías en todo el país, entre nacionales, regionales y zonales. Hay coincidencia de que tantas categorías terminan confundiendo a la gente que no es del nicho. Es un reclamo a viva voz la regularización a nivel Federación por parte del ente rector. Definiendo reglamentos técnicos similares para que en todas las provincias, desde las categorías con rango nacional hasta una promocional, se basen en una misma columna vertebral. El ACA debe poner restricciones. El formato de categorías es distinto en la ACTC.

Carreras creíbles y reglamentos sustentables, horarios accesibles y generar una actividad más rentable, son los desafíos que deben asumir los dirigentes.

En la visión de los **Directores de Equipo y los Pilotos**, la desunión dirigencial es inconveniente. Ha perjudicado y le ha quitado presencia y difusión al deporte en los medios masivos. Se dispersan energías y no ha sido bueno. Y en estos tiempos se sigue verificando de la misma manera. No hay trabajo de equipo en la búsqueda por resolver de qué manera transitar la situación y encontrar una salida.



Hay muchas expectativas, en la dirigencia, en su gestión y capacidad. Se espera que gracias a su experiencia, comprendan las necesidades de construir, de imponer actitudes más solidarias y de acompañamiento. Que se puedan generar políticas propias. A los pilotos no les corresponde llevar soluciones. Pueden opinar, pero no decidir. Los dirigentes son lo que tienen que encontrar el camino, tirando todos, unidos, para el mismo lado. Que todos los actores (las categorías más importantes del país, los pilotos, los directivos del ACA y la ACTC) sean proactivos sin pensar en el objetivo personal, sin ser egoístas.

La gestión del automovilismo tiene que cambiar y ser más solidaria. Es el anhelo. Después de grandes crisis hubo cambios importantes, se esperanzan algunos.

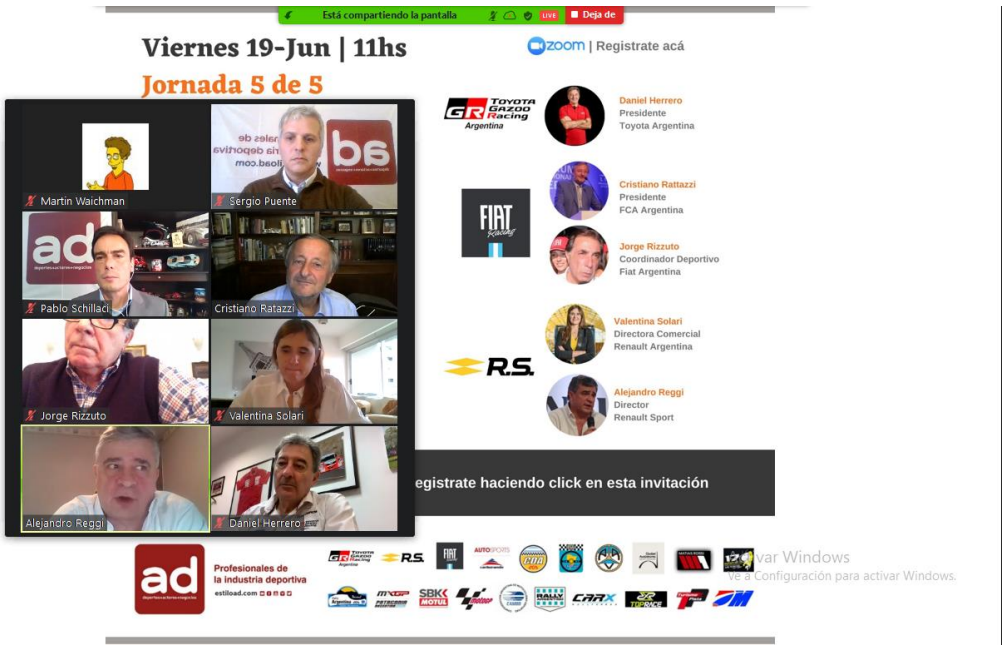
Dejar las diferencias de lado, de acá en adelante. Entender que si bien hay categorías diferentes, pueden convivir, competir y rivalizar sin por eso ser enemigos.

Ser más profesionales. El automovilismo lo necesita. Miles de personas dependen de ésta industria.

Los dirigentes deben evaluar aquellas cosas que llevaron al retroceso del automovilismo y modificarlo. Se considera que tras la cuarentena, no volverán a ser las cosas igual que antes.

Ante la incertidumbre, construir soluciones colectivas es consustanciarse sabiendo que todos están en el mismo barco. Poner las instituciones por encima de las personas, generará fortalezas para resolver cuestiones del contexto que se vive, para integrar.

Hay forma de hacer viable un automovilismo unido. Flexibilizando y articulando entre todos, dirigentes, equipos, terminales y pilotos, cambiando los que sea necesario. Sin apasionados, justificar el presupuesto para un equipo de competición es difícil. Hay que mostrar que la actividad está viva y tiene futuro y que eso incite a otros a apoyar. Responsabilidad muy grande también de parte de las automotrices, que asumen la misión de unir al automovilismo.



El espectáculo deportivo y otros entretenimientos / actividades

Las categorías, los pilotos y los equipos son el motor del evento deportivo, pero la mayoría coindice que también es necesario darle más espectáculo a la gente, para que se aproxime a los autódromos y encuentren mayor interés general. Que se convierta en un atractivo para toda la familia.

Hay cierto convencimiento en que el automovilismo tiene que mutar, transformarse en un gran festival, no sólo para el fanático. Que puedan disfrutarse de otros espacios y momentos sin que todo pase, exclusivamente, por las carreras tradicionales.

Que se agreguen actividades anexas al evento es bien considerado pero, como también se postula, el público que tracciona primero es el entusiasta, y lo hará si el automovilismo mejora como expresión deportiva.

Un ejemplo que asombra, son los Track Day. Allí están los jóvenes que no pueden ser captados en la actualidad. Cómo generar las condiciones para atraerlos, es el punto en el que los dirigentes deben trabajar. Concentrar fuerzas de trabajo también entre los promotores y organizadores. Abrir la cabeza y romper paradigmas, como el tema horarios. Mantener la esencia de la actividad pero acompañarla con otras acciones y modelos tendientes a atraer al público, utilizando los nuevos modelos de comunicación.

Antes se les conocía la cara a los 20 primeros pilotos del TC. Hoy un chico tal vez sólo conoce con suerte a 1. Hay que trabajar para hacer conocidos a los pilotos referentes.

Actualmente, ha cambiado la gestión del evento y de ver la TV. Hay que pensar en eventos cortos, concisos. Aggionar el deporte. Que sea una fiesta, abierta a la participación de la familia. Una propuesta reincidente es hacer todo más corto. Un reality, basándose en la historia del auto o del protagonista. Contar la historia desde la emoción, ser parte de la experiencia.

Las terminales observan que solo una sola vereda se encuentra predispuesta para mejorar los contenidos. Seria inteligente estandarizar las carreras como en el pasado, pero con nuevos contenidos. A los organizadores les cuesta mezclar la vida de un piloto, cambiar y atraer sponsor.

Hoy se debate en el mundo cómo reconfigurar la organización de los eventos del motorsport. Sin perder la esencia, que es la carrera, pero apelando a la empatía con el espectador que va al autódromo poniéndose en su lugar.

Las terminales automotrices asumen que parte del futuro del deporte está en sus manos. Trabajar con todos los “Stakeholders” de manera mancomunada, con sinergias e ideas que permitan que el automovilismo trascienda más allá de las pistas. Que sea un entretenimiento.

Si bien todas las marcas quieren ganar carreras y campeonatos, aseguran que hoy piensan en el bien del automovilismo. Romper con el sistema, ampliar el evento más allá del “fierrero” apasionado. Ampliar la actividad a más gente que se interese e invierta en el automovilismo, porque sirve estar.

Un departamento de competición, le permite a una terminal realizar acciones de fidelidad, acercamiento, de posicionamiento de marca, de difusión del modelo de auto que fabrica y compite en las pistas. Las categorías federales son una herramienta para que la red de concesionarios aproveche para hacer marketing. El show tiene que ir más allá de la pista.

MARCA PAIS: proyección de pilotos y eventos internacionales

Otro trabajo que habrá que desarrollar en conjunto, es la proyección internacional. Vender la marca país y tener así mayor potencialidad de la actividad. Argentina ha sido un referente con distintos programas de promoción de jóvenes talentos a nivel internacional. En la actualidad no existe ninguno avalado por las entidades madres del automovilismo y/o el motociclismo. El **Grupo OSD**, que organiza los **GP de MotoGP y Superbike**, ha reconocido que no ha podido hacer prosperar distintas opciones para pilotos como Iturrióz, Tati Mercado o Sebastián Porto.

Toyota Gazoo Racing, ha logrado que pilotos de talla de Fernando Alonso (bicampeón de Fórmula 1 y titular del Mundial de Resistencia) y Rubens Barrichello (ex piloto Ferrari de F1) prueben y hasta corran en el SúperTC2000, con lo que le dan relevancia al nivel de desarrollo tecnológico del deporte.

En la actualidad, son las carreras mundiales las que prestigian al ACA o CAMOD, gracias a los altos riesgos a los que se exponen las organizaciones como el Grupo OSD y +Eventos. El Rally mundial y el Motocross, están aún en carpeta. Pero la devaluación y los riesgos de inversión, llevan a pedir una política de estado que pueda brindar ciertos parámetros de certidumbre para el sostenimiento en el tiempo de esta clase de eventos, extremadamente complejos en su armado logístico.

Incluso, el autódromo de Buenos Aires sigue en su plan de remodelación para lograr la mejor graduación para poder recibir nuevamente categorías internacionales.

Secuelas de la Pandemia

Desde luego, la Pandemia cambiara muchas cosas en cuanto al funcionamiento del Motorsport argentino. El equilibrio y el modelo de negocios se sabe que estarán afectados, pero no en qué magnitud. Los escenarios proyectados son todos hipotéticos, dificultan y afectarán a toda la cadena de valor: equipos, pilotos, sponsors, gobiernos, organizadores, autódromos, etc.

Algunos ya han probado la convivencia de dos categorías en un mismo autódromo, en un mismo espectáculo de fin de semana. Sin equipos y pilotos, no hay categorías, por lo que la ayuda que se les pueda brindar será determinante.

Hacer que las cosas sean y se hagan más fáciles, hará que nadie quede en el camino. Hay conciencia de que será complejo que vuelvan todos. Muchos pilotos, categorías y equipos se sostienen por sponsoreo, por ese financiamiento. Pero también las empresas se ven complicadas por su propia actividad, y no muchas destinarán dinero para la difusión de sus productos y marca en el automovilismo.

Se espera mucha inventiva para que se pueda correr. Hay una necesidad pues aún, cuando muchos pilotos son entusiastas, los equipos son pequeñas pymes. No poder correr en 2020, sería casi letal para más de uno.

Modificar el formato de competencias que garanticen mínimas condiciones de seguridad sanitaria, es clave. La seguridad sanitaria absoluta no existirá hasta que no haya una vacuna. Pero quedarse inmovilizado se evalúa como un imposible pues de lo contrario se destruirán muchas fuentes de trabajo. Más allá que algunos equipos estén en posición de privilegio (por apoyo de las terminales), se desea que se salven todos o la mayor cantidad de estructuras.

Tomando como ejemplos la F1 o el Nascar, con otra complejidad logística, se considera que el automovilismo argentino está capacitado para poder volver a las pistas minimizando los riesgos.

Los planteos han incluido a la ACTC, proponiendo eventos de un solo día de actividad. La preocupación es grande, pues *"si los engranajes siguen parados y se oxidan, será muy difícil que puedan volver a funcionar"*.

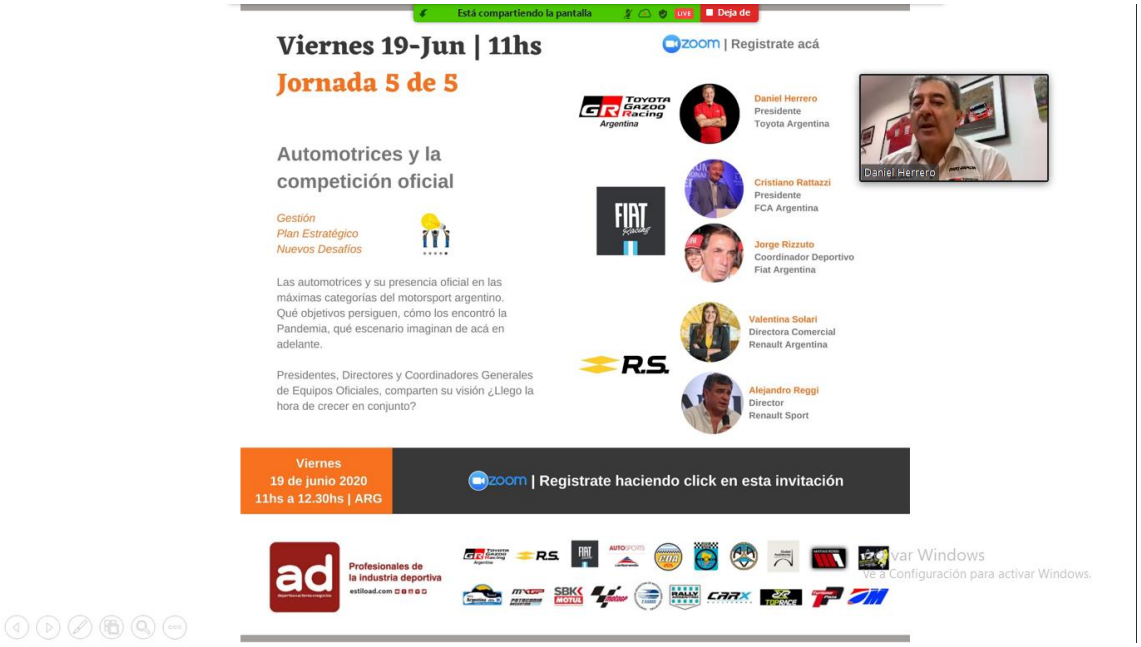
Sin fecha cierta, los más optimista creen que hasta septiembre 2020 no habrá acción. Si bien se reclaman carreras más largas, ahora impera reducir la actividad al 50% para mitigar los efectos de la pandemia. Usar menos auto, menos motor (bajando 500 vueltas) abaratará costos y se podrán cubrir los fijos. Mantenerse como hasta marzo no le permitiría estar en la grilla a la mitad del parque. Automovilismo austero y práctico para llegar a fin de año y repensar el 2021.

Vincular el automovilismo alrededor de una carrera. Oportunidad de volumen y no en desmedro de la calidad. Amortizar costos fijos, ampliar los esquemas de horarios, cambiar el modelo de negocio. Quién acompaña a quién debe ser irrelevante. Modelos asociativos harán que las gestiones organizativas sean más eficientes y brinden mayor potencial de negocio.

Nadie quiere hacer futurología. El automovilismo sufrirá carencia de aportes de sponsors. Trabajar sobre los costos será lo más importante: logística, combustible, neumáticos. Todos perdedores. El apoyo será mucho más pobre del que existía.

Desde las terminales asumen una responsabilidad grande y más en un momento tan difícil. Articular y trabajar codo a codo entre todos, siendo solidarios, flexibles y creativos en pos de defender el automovilismo. Para tener un automovilismo grande a futuro, copiar a Indy y Nascar que nunca compartieron un escenario. Ir juntos permite bajar costos, logística y defender los sponsors.

A nadie le gustan las crisis, pero esta, es una oportunidad para cambiar. Estando bien a nadie se le ocurrió pensar por qué tantas categorías, por qué funcionar divididos, por qué cambiar. Esto se toma ahora como un punto de partida para que los dirigentes se sienten y vean cómo se ordena todo.



A veces las categorías escuchan y otras no tanto. Y a veces los resultados no son los deseados. La vocación de las terminales automotrices, más allá de querer ganar campeonatos es ver el bosque y que el árbol no los tape. Pero la definición no forma parte de su potestad. Están para ayudar, si las consultan.

UNA NUEVA MATRIZ

El ACA tiene una manera muy especial de trabajar. Se fundó para hacer carreras de autos. Pero ahora organiza algunas (Rally de Argentina y Gran Premio Histórico) y fiscaliza al automovilismo. Cuando cedió el poder fiscalizador a la Confederación Argentina (la extinta CADAC) no funcionó. La CDA no está dispuesta a tomar decisiones que no le parezcan pertinentes. Quiere ser funcional al deporte. El automovilismo está acompañado por negocios de TV y promotores y se lo ha llevado de la mejor manera posible para que se desarrolle como se desarrolló.

Profesionales de la industria deportiva
estiload.com

Las críticas han estado en la gran cantidad de categorías que han convivido y siguen conviviendo. El argumento hasta ahora se basaba en la demanda (30 a 40 autos) ¿Entonces para que menos si había clientes? Además, de seguir lineamientos FIA teniendo categorías de distintas variedades.

El automovilismo, de todos modos, se imagina con un arranque en baja. Un reinicio de etapa histórica, hasta recuperar la actividad que hubo siempre.

El reordenamiento no ocurrió porque cada cual se las arreglaba bien y funcionaba. Hoy, hay que juntarse y combinar los costos para que se absorban y todo sea mucho más barato. Divididos, habrá más debilidades. Abaratar los costos que son enormes, sin perjudicar a la gente, el uno de los grandes desafíos.

En la Argentina la mayoría de los pilotos gestionan sus propios recursos para correr. La rueda del automovilismo en el 80 o 90% se mueve por lo que genera el piloto. Ya hace un par de años se les complicó mucho para conseguir esos recursos.

Es importante que las categorías puedan hacer lo mismo para que no necesiten lo que generan los pilotos. Y a partir de ahora, hasta que se reacomode la situación general, será mucho más difícil.

Se llegó a un punto de inflexión. Las categorías deben bajar los costos para que los pilotos puedan participar. Los pilotos aseguran que tras pagar todos los gastos de carrera, los beneficios son pocos o nulos. Desde hace años el margen para los pilotos son centavos. Cambiar esto seriamente, es fundamental ya que será muy difícil reunir los presupuestos para correr.

Optimizar, no es bajar la calidad del producto. Pero va a haber modificaciones fuertes de la oferta por una condición no deseada. Que ocurra por esta circunstancia y no por una planificación estratégica, es lamentable.

La postura crítica pasó por cierta comodidad de los directivos que no se han puesto en la piel de los equipos. Sin ingresos, hay grandes dificultades para endeudarse, pues en esta actividad hay mucha gente que no está blanqueada y no llega al apoyo estatal.

La mayoría de los equipos se encuentran entre un piso y un techo, siendo este el piloto, que debe conseguir los recursos. El piso son los valores de los elementos y lo que cobran las categorías para solventar porcentajes de las carreras.

Las dirigencias deberían gestionar sponsors propios para que mucho de esos gastos (incluyendo el sostenimiento de las instituciones) no deban ser solventados por el bolsillo de los pilotos. El piso cada día se eleva más, incluso con un escenario inflacionario del orden del 50% anual y que no se puede trasladar al negocio. Sin voz ni voto y sin posibilidades de crecer, para los equipos será más difícil sostener sus estructuras.

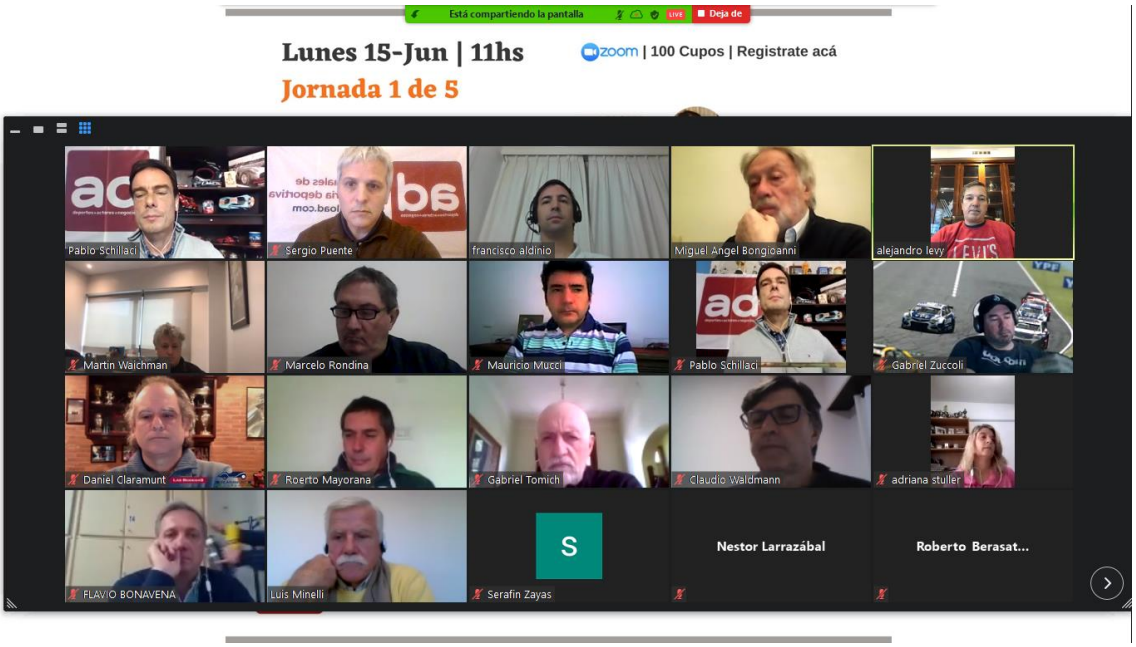
La economía en los últimos 5 años ha ido cuesta arriba. Que haya cambios sustanciales en la matriz es prioritario. Terminar con la famosa grieta que existe también en el automovilismo para lograr una convivencia normal, construir, hacer y gestionar. No imponer sino sumar, que todos puedan dignamente vivir de la actividad y donde unos pocos obtengan sus dividendos.

ad
Profesionales de la industria deportiva
estiload.com

Se ciernen dudas sobre si es bueno o malo la atomización y la cantidad de categorías existentes. Pero la mayoría coincide que hay que cambiar esto, y en el corto plazo. Es importante que a futuro el automovilismo tenga una mesa de concertación, que defina un rumbo. Muchas veces se crean categorías que usan elementos que quedan en desuso de otras, para darles más trabajo a ciertos equipos que no logran subvencionarse.

Una definición compartida durante GESTIÓN y DEPORTE | Ciclo Motorsport y COVID-19 fue que sólo deberían quedar dos categorías importantes y dos promocionales. Suficiente. No cualquiera debería poder subirse a un auto de una categoría top. Los que quieran correr que lo hagan en un sistema más amateur y sólo 4 o 5 deberían ser categorías profesionales.

Los reglamentos también deberían adecuarse a los costos, sin depender del apoyo de las fábricas. Es muy bueno cuando se vuelcan totalmente al deporte pero hoy el futuro de muchas empresas no está asegurado ni en la F1.



El automovilismo además debería tener una regulación tributaria. Necesita legislaciones propias. Es imperante que el automovilismo transite un camino de madurez. El individualismo debe darle paso al trabajo en equipo en este deporte.

La esperanza está en que siempre hubo recuperación. Pero el automovilismo vive de los pilotos, de los sponsor, de la gente que invierte porque lo consideran un canal de notoriedad. Se espera menos movimiento, un cúmulo de dinero menor. Impera entonces la unión de sinergias y bajar costo. Hoy no hay sponsors para ayudar a nadie.

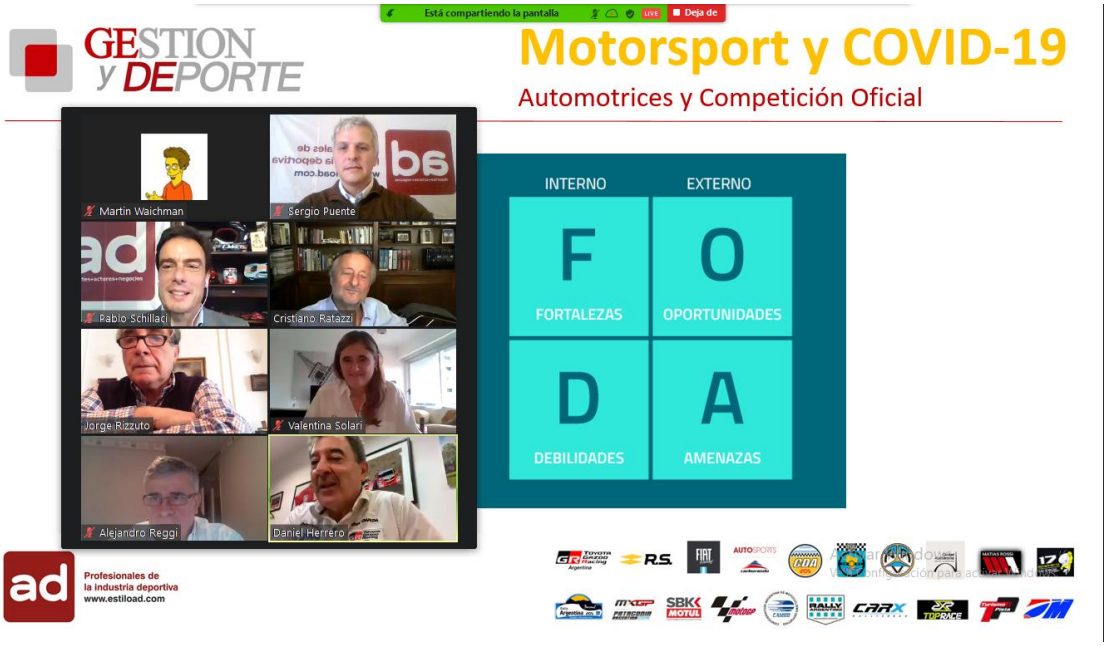
El automovilismo tendrá que retornar a las carreras de pilotos y no de marcas, para generar más ídolos. La responsabilidad de las automotrices pasa por mantener la bandera que siempre el deporte ha tenido. Y más allá de la marca, defender a los pilotos.

“Ceder para crecer”. Al argentino le cuesta mucho poner en práctica esta frase. Entenderla, brindará muy buenos resultados.

Es difícil tirar para el mismo lado. Las crisis ofrecen oportunidades. Ser realistas, ver que automovilismo hay, defenderlo e ir sobre nuevos pasos firmes. El automovilismo se debe llegar a un consenso, buscar mayor eficiencia y hacerlo en conjunto para el bien de todos.

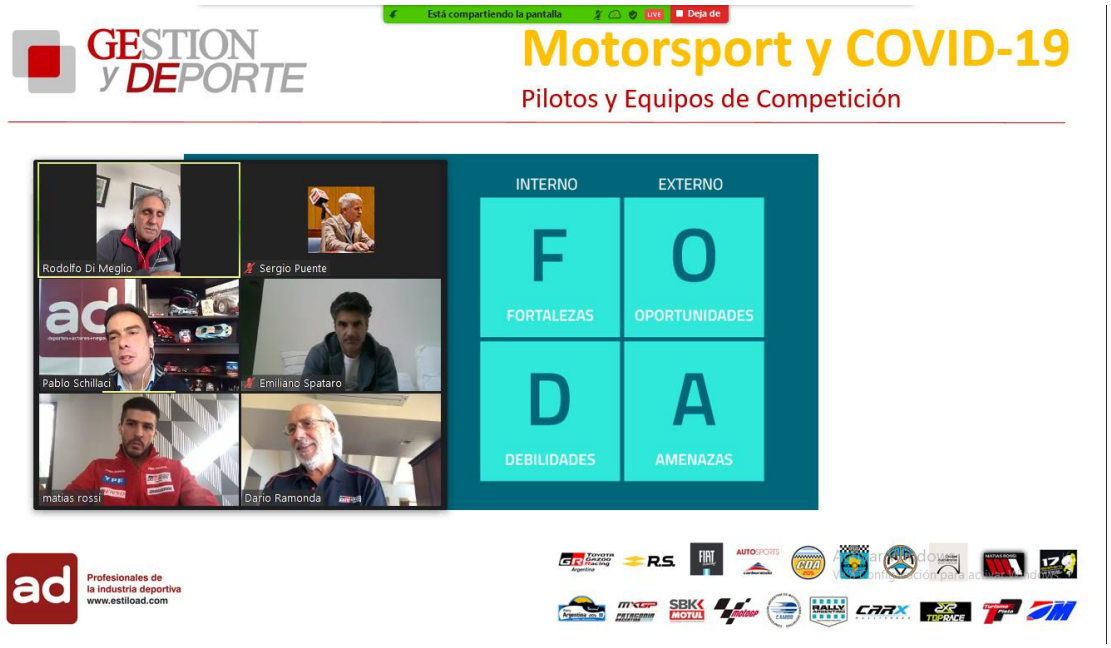
F.O.D.A
Los protagonistas analizan

En cada una de las cinco Jornadas de GESTIÓN y DEPORTE | Ciclo Motorsport y COVID-19 se invitó a los disertantes a realizar un análisis F.O.D.A del Motorsport argentino. Las siguientes son las conclusiones en base a sus respuestas



Fortalezas

Pasión de la gente. País fierrero. El argentino es apasionado por el automovilismo. Se transmite de generación en generación. Es irracional. Siempre estuvo de pie en las buenas y en las malas. Su historia, deporte relevante. Experiencia de superación de crisis. Gran entusiasmo por el deporte. El público. El involucramiento de las terminales comparado a otros países. Nivel de pilotos muy alto conductivamente. Peso específico muy grande en el continente. Increíbles autos de carrera. Circuitos en todo el país. Argentina es tuerca. Calidad. Segundo deporte después del futbol. Técnicos, inventiva. Resiliente. La mística.



Oportunidades

Reinventarse. Ser más fuerte. Transformar la desunión. Cambiar colectivamente. Tiempo para pensar alternativas. Promotores y categorías trabajen mancomunadamente. Reordenamiento. Ver qué no funciono y dar paso atrás. Pensar al automovilismo como uno solo. Los hombres pasan y las instituciones quedan. Depende de cada uno dejar enseñanza y donde queremos que vaya el deporte. Los E-Sports mirando al futuro, al nuevo público: los millennials. Generar más unión y tirara todos para el mismo lado. La posibilidad de diseñar plan estratégico a corto plazo para ordenar la coordinación. Y uno a largo plazo que permita ordenamiento de los recursos que no están bien aprovechados. Repensar y exigir que la unión del deporte motor tenga proyectos importantes. Bajar los costos hasta un 40%. Juntar categorías. Más espectáculo. No ser egoístas. Nuevo modelo del negocio. Mucha solidaridad para seguir en pie.

Debilidades

Diferencias cambiarias permanentes. Insumos valor dólar. Decaimiento a nivel dirigencial. Categorías y equipos que no son autosustentables. Incertidumbre dependiendo de terceros. No poder ser atractivos para las empresas como medio para difundir su producto o estrategia. No estar unidos como bloque. Cantidad de categorías. Se genera menos impacto por diversidad. No lograr unidad de criterios. El deporte no está ordenado. Pilotos talentosos se pierden en la cantidad de categoría tomando decisiones incorrectas. Desunión. Individualismo. No defender el bien común trabajando juntos. Más allá que hay público para cada categoría no compartir pantallas de TV, divide patrocinio, menos dinero. Egos. La grieta que divide y genera conflictos. Ver siempre a los mismos pilotos en distintas categorías no jerarquiza ni prestigia a las categorías que se lo merecen. El golpe económico que se sufrirá.

Amenazas

Falta de inteligencia y de auto superación. Gente o equipos que queden en el camino. Presión fiscal complicaría la obtención de recursos, para seguir teniendo un automovilismo profesional como hasta hoy. Pandemia económica después de la sanitaria. Que no se inicie la actividad. Oferta desquiciada. Inexistencia de alguna categoría. Piloto que no pueda seguir corriendo. Contexto económico. Perdida de parque importante. Categorías débiles. Difícil mantener clientela firme por tanta apertura. No olvidarse de todos los que acompañaron y no puedan estar. Que esto genere los menores daños posibles.

Palabras finales

Las conclusiones que forman parte de este documento, elaborado sobre las palabras de los participantes de **GESTIÓN y DEPORTE | Ciclo Motorsport y COVID-19**, realizado entre el 15 y el 19 de Junio 2020, fueron realizadas pensando en brindarle a todos los actores del Motorsport argentino una guía para poder apoyarse y avanzar en la toma de decisiones hacia la elaboración un **Plan Estratégico de la Marca País: Motorsport argentino**.

Agradecemos a todos y cada uno de los participantes. Promotores de Categorías Nacionales, Presidentes, Gerentes y Miembros CD de Entidades e Instituciones, CEO y Directores de los Organizadores de Grandes Eventos Internacionales, Pilotos y Directores de Equipos de Competición; Presidentes, Directores y Coordinadores Generales de los Equipos de Competición Oficiales, Periodistas y Profesionales de la Industria Deportiva que hicieron posible este Ciclo con su participación en las Salas de Zoom y/o siguiéndolo desde el Canal YouTube @estiload, donde las cinco Jornadas continúan disponibles para tod@s l@s interesad@s.

Ojala sirva como excusa para generar un punto intermedio donde todos los protagonistas se sientan cómodos, para sentarse a una gran mesa de trabajo.

Pablo Schillaci

Periodista Deportivo

Junio 2020