

## \$ 23.018,062

Palermo tomó un sábado de marzo, lo armó con cuatro clásicos de Grupo 2 puso incentivos para los apostadores y pasó de recaudar \$ 13 ó 14 millones a más de \$ 23 millones.

Simple. Está todo inventado.

El formato hípico "Un día en las Carreras" es un éxito y afortunadamente la idea es repetirlo todos los meses.

No hace falta mucho estudio de marketing, ni devanarse los sesos.

El aficionado de turf responde ante estímulos determinados: buenos pozos para soñar con "hacer plata" a partir de "¡lo mucho! que sabe de carreras" y una programación más o menos digna.

Lo atrae más los "incrementos" que los "asegurados" y no se lleva bien con las alquimias de retenciones diferenciadas que hace que un acierto de cuatro carreras no alcance ni tan siquiera para pagar la vuelta de café en la mesa.

Como valor agregado estas reuniones irradian sobre las posteriores porque es habitual (o muy posible) que algún pozo quede vacante y entonces, por arrastre, con los mismos recursos se incentiva el programa siguiente. En este caso un lunes.

Esto ya no es una opinión, es una certeza desde los números. Los resultados del último sábado no hacen más que agrandar la grieta entre lo probado como efectivo y lo improductivo.

Al mismo tiempo expone la perjudicial confección del calendario 2019 en el que se le cedió sábados al hipódromo de La Plata que hasta ahora fueron desaprovechados generando un perjuicio enorme a la actividad.

Casi bajo extorsión el circo sureño obligó a que se le otorgaran ocho sábados este año y en lugar de potenciar su oferta aplicó el ridículo concepto de que "simplemente por ser sábado" mejoraría la recaudación. Palermo con incentivos adecuados vendió un 130% más que los sábados platenses de enero comprobando todo lo contrario y resaltando los errores cometidos. La Plata tiene la posibilidad de modificar esta ecuación en su próxima reunión del sábado 30 de marzo.

Con esta experiencia tan positiva a la vista sería sumamente favorable para la actividad que San Isidro encuentre un formato similar que se ajuste a su realidad actual y coadyuve a regenerar el entusiasmo en el público apostador.

Lo que hay que hacer está claro.

Del Editor

