



Qué mejor que el campo

Muchas veces en mi trayectoria como greenkeeper he tenido la sensación de que a menudo nos olvidamos de las prioridades en cuanto a lo que debemos ofrecer a los clientes en nuestros campos de golf. Sin restar importancia a otros departamentos o áreas del club, y dando por hecho que no todos los clubs son iguales, ni están orientados a la misma clientela, ni tienen los mismos objetivos, ¿no es verdad que la mayoría de los jugadores nos visitan para *jugar al golf*...? Sin embargo, ¿en cuantos casos las inversiones durante la construcción se centran en una palaciega casa club, unas avenidas colosales y una zona restaurante digna de reyes mientras que en la construcción del campo escatimamos en partidas que sacrifican para siempre la presentación, la calidad y a veces incluso la supervivencia de la zona de juego? ¿en cuantos casos el personal fluye sin límites alrededor de la casa club, los vestuarios o el comedor, mientras que la

plantilla de mantenimiento es insuficiente para cubrir las necesidades mínimas para ofrecer un campo a la misma altura que el resto de instalaciones? ¿en cuantos casos el presupuesto de mantenimiento es el primero que se reduce cuando llegan las vacas flacas o los resultados no son los esperados?. Obviamente tampoco sería lógico que los 18 hoyos se encontraran en excelentes e imaculadas condiciones mientras que al entrar en la casa club nos encontraríamos un servicio insuficiente, unas instalaciones precarias o unos coches de golf obsoletos e impresentables. Pero ¿conocéis con franqueza muchos campos en los que ocurra este extremo...?

Curiosamente pasó por mis manos hace poco un estudio realizado por la Nacional Golf Foundation para la GCSAA, realizado en el 2002 en USA, en el que se analizaba la actitud y percepción de los jugadores habituales

Factor	Porcentaje jugadores que lo consideraron importante
Condiciones del campo	90%
Disponibilidad de otros servicios (tenis, piscina...)	85%
Disponibilidad de salidas	78%
Precio del green fee	69%
Velocidad de juego	66%
Instalaciones bien mantenidas	61%
Diseño del campo	58%
Dificultad del campo	36%
Cercanía	33%
Calidad y servicio en la tienda	27%
Calidad y servicio de la casa club	26%
Facilidad para conseguir un buen resultado	25%
Servicio de restauración y comida	8%
Nombre del diseñador	5%

LAS VARIEDADES N.º 1 DEL MUNDO DEL GOLF



AGROSTIS STOLONIFERA L93

PRINCESS 77
BERMUDAGRASS F1



BEDAZZ
POA PRATENSIS

Opzelle
FESTUCA ARUNDINACEA

PRIZM
RAYGRASS INGLES

Ray-Vit
RAYGRASS INGLES

INTRIQUE
FESTUCA RUBRA COMMUTATA

Trueline
AGROSTIS STOLONIFERA

MILLENNIUM
FESTUCA ARUNDINACEA

TODO EMPIEZA CON UNA SEMILLA...



Semillas Dalmau, s.l.

ESPECIALISTAS EN CÉSPED DESDE 1970

Bailén, 30 · 46007 Valencia, España

Tel.: 96 342 36 73 / 342 24 22 · Fax: 96 341 85 18

E-mail: semillas@semillasdalmau.com · www.semillasdalmau.com

respecto a que factor les condicionaba en mayor medida a la hora de seleccionar un campo donde jugar.

Me da la sensación de que en muchos casos el error radica en el planteamiento de objetivos a la hora de construir o dirigir un club de golf. Por ejemplo al desviar grandes partidas económicas a factores que pueden ser muy importantes a la hora de recibir un campeonato del circuito profesional descuidando otras fundamentales en el día a día. Aunque en muchas ocasiones es necesario apostar por traer un campeonato de reconocimiento, ¿no son a la larga los jugadores “de a pie” los que deben garantizar la sostenibilidad económica y el negocio? Y por lo tanto ¿no debe ir la inversión y el gasto destinado principalmente a garantizar dicha clientela?

El campo de golf es el activo más importante de la mayoría de los clubes de golf y como tal deberíamos darle la importancia que se merece. Es verdad que el departamento de mantenimiento es de los pocos que no generan ingresos directos y tan solo generan gastos de

importante cuantía. Pero no es menos cierto que todos los departamentos o puntos de venta de un club dependen directa o indirectamente del resultado obtenido por el equipo de mantenimiento y que el estado del campo condiciona a corto, medio y largo plazo los ingresos generales. Si los jugadores dejan de venir porque el campo vecino tiene mejores greens, no se generan greenfees, la tienda no vende, en el restaurante no se consume, no se dan clases de golf, no se alquilan carros de golf...

Una reflexión más. ¿Cuánto tiempo sobreviviría económicamente un club de golf estándar con el restaurante cerrado? ¿y con la tienda de golf cerrada? ¿y con los vestuarios cerrados? ¿y con el club social cerrado? ¿y con la calle de prácticas cerrada?

¿y con el campo cerrado.....?

Rafael González-Carrascosa Bassadone
Alicante Club de Golf. Hansa Urbana

