

LA IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DE LA INDUSTRIA DEL GOLF

Dada la situación tan extraña que estamos viviendo alrededor del mundo del golf, donde conjuntamente a su imparable expansión, se está maltratando de forma interesada a este deporte, me gustaría mostrar mi modesta opinión sobre la importancia que creo, tiene y tendrá la industria del golf, en el futuro de la economía y de la sociedad en este país, y me gustaría hacerlo desde una perspectiva estratégica. Para ello me voy a centrar en el mercado como parte integrante de la estrategia básica (binomio producto/mercado).

Desde el punto de vista del mercado, ¿qué puede aportar el golf a este país?, ¿a quién está destinado este deporte?, el golf ¿debe ser tratado sólo como un deporte?, ¿debe ser tratado como un deporte al servicio del sector turístico?, ¿debe ser tratado como un deporte al servicio del desarrollo residencial?, ¿es un instrumento útil para nuestra economía?, ¿y para nuestra sociedad?

Actualmente, hay varios mercados claramente definidos en la industria del golf que son los jubilados extranjeros que residen una parte o todo el año en España, los federados y aficionados españoles, y los turistas extranjeros que vienen a jugar por unos días desde el Reino Unido y desde el centro y norte de Europa a nuestro país. Estos mercados, son muy importantes para la economía, especialmente para la contabilidad del sector turístico, aunque no voy a entrar a hablar de romper la estacionalización, ni de la aportación en valor añadido, ni de calidad, ni de diferenciación.

De lo que sí quiero hablar, es de la visión que yo tengo de los mercados que están por explotar, que junto con los anteriormente citados, harán de este deporte un factor estratégico clave en el futuro económico y también social de nuestro país. En este sentido, me centraría en dos mercados. El primero trataría de captar a los trabajadores en activo europeos que estarían dispuestos a venirse a vivir a España en su edad laboral a cambio de unos incentivos no cuantificables económicamente (y que curiosamente son asiduos practicantes de este deporte). ¿Qué ofrecería España a este tipo de trabajador, que ofrecería su empresa a ese trabajador, y que ofrecería en sí el trabajador a este país y a su empresa?

España ofrecería la mejor materia prima de Europa, sol (la clave de todo esto), infraestructuras, servicios sanitarios, vida europea, escuelas internacionales para los hijos de estos trabajadores, polígonos tecnológicos para albergar a estas empresas, y una oferta complementaria cultural y de ocio (donde los campos de golf son un pilar clave). Las empresas (químicas, farmacéuticas, de automoción, tecnológicas, en sus fases de investigación y de creación de productos más que de procesamientos), conseguirían la fidelidad de los buenos trabajadores, técnicos e investigadores con un valor añadido más valorado que los incentivos económicos, a la vez que una buena actitud hacia el trabajo (lo cual influye directamente en la productividad). El trabajador repercutiría directamente en el crecimiento económico, y con ello social de este país (importaríamos talentos, aunque fueran para empresas extranjeras).

Puede parecer una tontería, pero salir a Europa a vender un polígono tecnológico con agua, luz, fibra óptica, accesos y los medios antes citados incluyendo que se encuentra situado dentro de un destino golf, es bastante fácil. Imagínense en cuantos llanos se puede hacer un centro tecnológico en España y a todos llega el sol (y el agua que no es una limitación).

El segundo mercado por explotar adecuadamente, sería el de los trabajadores en activo españoles que estarían dispuestos a producir más y mejor para su empresa en su edad laboral a cambio de unos incentivos no cuantificables económicamente, y el de trabajadores en activo que necesitan de este deporte para crecer personalmente y para poder progresar en su profesión y no ser excluido socialmente en su ámbito laboral y profesional. Este tipo de mercado necesita un trato monográfico dada su importancia, ya que tendríamos que hablar de enseñanza en universidades y escuelas de negocios de todo lo relacionado con la industria del golf (historia, competiciones, normas, destinos, ...), hablar de lo interesante de saber jugar al golf para cerrar negocios, o de saber de golf para limar asperezas en negociaciones, o de lo importante que puede ser el golf para la mujer a la hora de entrar en el círculo poco permeable de los directivos de las empresas, o simplemente para la obtención de sinergias entre departamentos o distintas unidades de negocios mediante el acercamiento de sus trabajadores a través de los encuentros alrededor de un resort de congresos y golf,....

En definitiva, el golf no sólo es un deporte, por su dificultad engrandece al ser humano y es estratégicamente importante, ya que puede mejorar los resultados de las empresas y con ello beneficiar a nuestra economía y a nuestra sociedad.