

El Campo de Golf: Corazón de las Comunidades Residenciales

Un análisis de la simbiosis entre el deporte, la vida social y el valor inmobiliario.



Basado en el análisis de Francisco Aymerich Riestra | CEO Golf Business Partners

El 'Boom' del Golf y el Ladrillo (1996-2008)



200+

Nuevos campos desarrollados en España

70-80%

Vinculados a proyectos residenciales

Un modelo global:

Estándar en España, USA, México, República Dominicana y Argentina

El golf y el inmobiliario formaron un binomio inseparable.

Fase 1: La Luna de Miel (Desarrollo y Construcción)



En esta etapa, los intereses están perfectamente alineados.

El Desafío de la Apertura: Cuando el Promotor se Va



The Past/Sales Phase
The Past/Sales Phase

El cambio de guardia: El promotor deja de subsidiar la caja operativa.



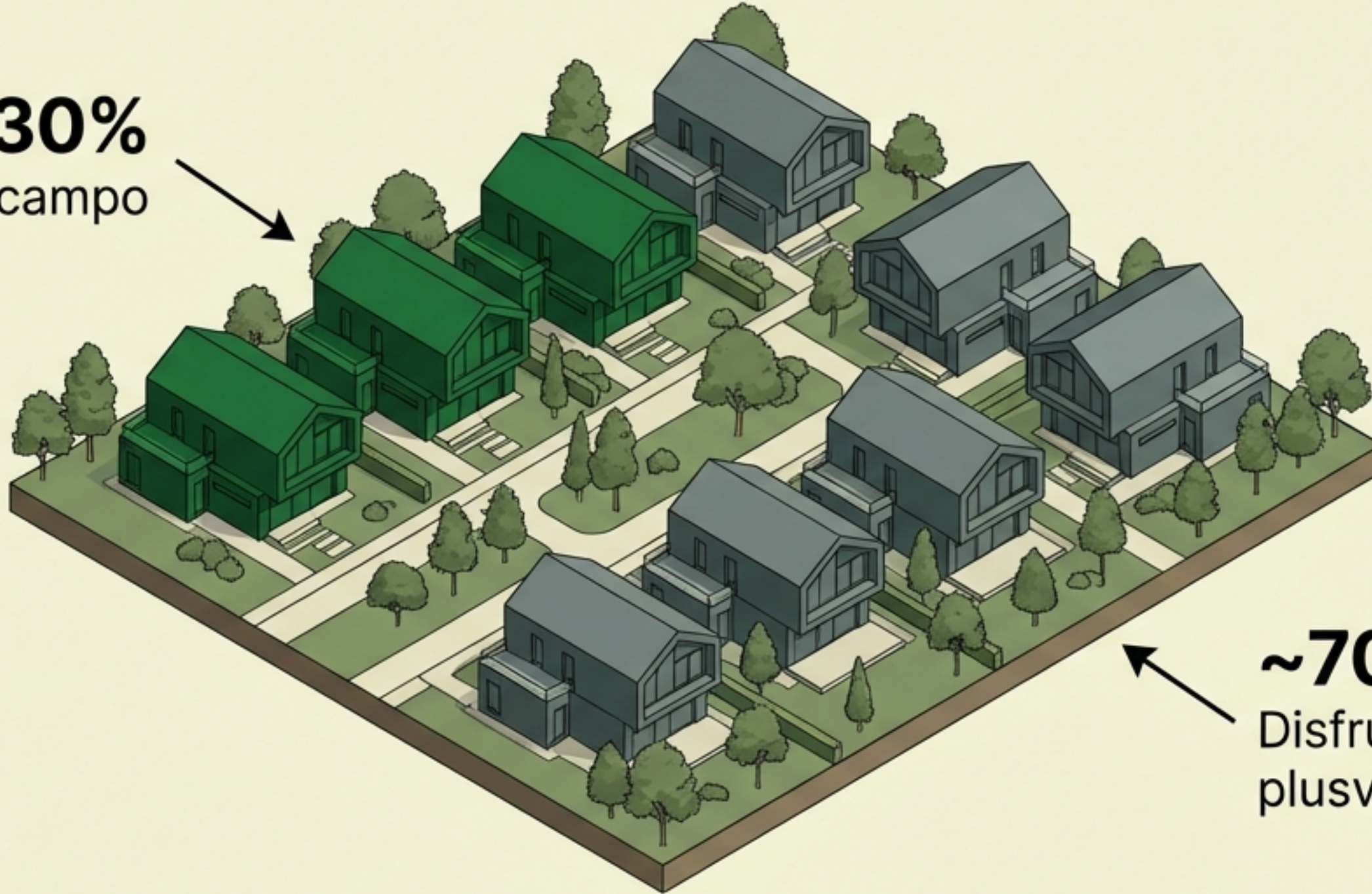
The Present/Operations Phase
The Present/Operations Phase

El riesgo: Déficits de caja y pérdida de la fuente de financiación principal.

El campo mantiene el branding, pero pierde su sustento económico directo.

La Paradoja del Propietario

~30%
Abonados al campo



~70%
Disfrutan las vistas y la
plusvalía sin contribuir

La mayoría de los vecinos no son conscientes del riesgo financiero si el campo falla.

El Círculo Vicioso del Deterioro



¿Cuánto Vale su Casa sin el Golf?

Si el “corazón” se para, el cuerpo sufre.

La pérdida de valor afecta a TODAS las viviendas, jueguen o no al golf.

El cierre es un **desastre financiero colectivo**.

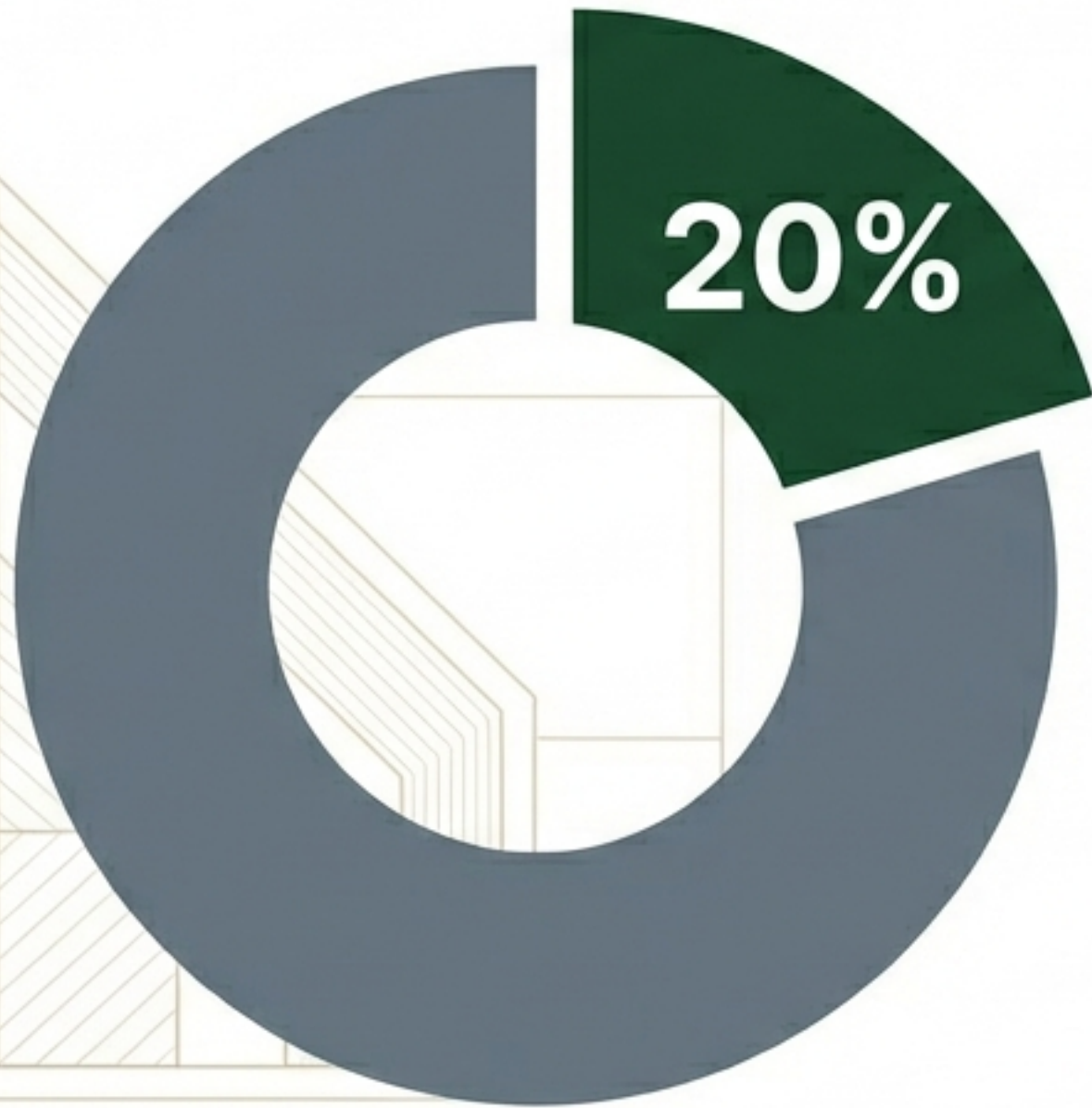


La Estrategia: De Vecinos a “Partners”

Cómo convertir la convivencia en un modelo Win-Win



Pilar 1: El Subsidio de Transición



La Regla del 20%

El Promotor debe reinvertir un ~20% de la plusvalía generada por el golf para asegurar su viabilidad futura.

Objetivo: Garantizar la calidad hasta que la comunidad madure.

Pilar 2: La Cuota de Supervivencia



Ejemplo: 1.000 viviendas x 50
€/mes = Supervivencia asegurada.

Contexto: Menos que el coste de una
piscina comunitaria, pero vital para
proteger el valor de su propiedad.

Pilar 3: El Golf como Epicentro Social

El club como punto de encuentro para todos, no solo jugadores.

Actividades Integradoras: Cenas, música, fiestas, cultura.

Meta: Que el campo sea el centro de la vida social de la comunidad.



Conclusiones Clave

- ✓ **Interdependencia:** El Golf genera valor; la Comunidad debe sostenerlo.
- ✓ **Responsabilidad Compartida:** Evitar el deterioro es prioridad económica para todos.
- ✓ **Visión Social:** Transformar el campo en el 'corazón' social garantiza su viabilidad.



GOLF BUSINESS PARTNERS

Una Visión Compartida

“Que el Golf y el Inmobiliario no solo convivan, sino que se aporten el gran valor mutuo que se merecen.”

Francisco Aymerich | CEO Golf Business Partners