

GOLF BUSINESS PARTNERS

EL VALOR AÑADIDO DEL GOLF AL INMOBILIARIO 2016



INDICE

- 1.- Introducción y Objetivos.
- 2.- El Sector Inmobiliario en España.
- 3.- El Inmobiliario y el Golf.
- 4.- El Valor aportado por el Golf al Inmobiliario en España.
- 5.- Estrategias para la Optimización de las Sinergias entre el Golf y el Inmobiliario.
- 6.- Sobre los autores.

1.- INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

El presente informe surge a raíz de la publicación del estudio “EL IMPACTO ECONÓMICO DEL GOLF EN ESPAÑA”, publicado recientemente por GOLF BUSINESS PARTNERS. De ese estudio se obtuvo la conclusión de que la aportación del Golf al Inmobiliario tiene una gran relevancia, generando la cifra de 747.600.000€ anuales en revalorización de activos inmobiliarios vinculados directa, o indirectamente, a los campos de Golf.

El informe tiene como objetivos:

- Identificar la vinculación de la actividad Inmobiliaria con el Golf en España.
- Cuantificar el número de campos de Golf que tienen alguna vinculación Inmobiliaria.
- Segmentar la vinculación Inmobiliaria con los campos de Golf, ya sea directa o indirecta.
- Evaluar el nº de ventas anuales Inmobiliarias vinculadas al Golf en las distintas zonas.
- Analizar el precio medio de las unidades Inmobiliarias vendidas vinculadas al Golf por zonas.
- Estudiar el % de revalorización de las unidades Inmobiliarias vendidas vinculadas al Golf.
- Valorar el IMPACTO ECONÓMICO global que aporta el Golf al Inmobiliario
- Y, como objetivo fundamental, plantear una serie de estrategias para optimizar las “sinergias” entre el Golf y los desarrollos Inmobiliarios.

2.- EL SECTOR INMOBILIARIO EN ESPAÑA (1)

El Sector Inmobiliario es uno de los sectores más importantes de la economía española, con unos indicadores numéricos que se pueden resumir en:

- Más de 25 MM de viviendas.
- Del total de viviendas, apróx. 19 MM son viviendas principales y 6 MM son de segunda residencia.
- Más de 400.000 viviendas vendidas al año.
- El Precio Medio de las viviendas vendidas está en el orden de 1.500 €/m²
- El Sector Inmobiliario supone el 13% del PIB en España, con una cifra de 135.000 MM €.
- El Sector Inmobiliario absorbe cerca del 5% del empleo en España..
- El número de empleos que genera el Sector Inmobiliario está en el entorno de 900.000.

(1) Datos 2015

3.- EL INMOBILIARIO Y EL GOLF EN ESPAÑA (1)

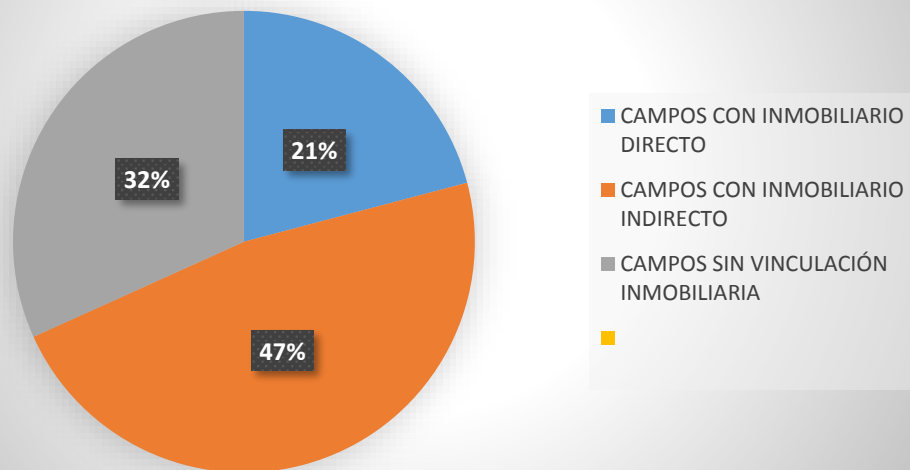
La relación entre el Inmobiliario y el Golf en España ha sido muy estrecha desde los años 90 del siglo pasado, tomando un auge muy importante entre el 2000 y el 2008, para declinar de forma extrema a partir de 2008, aunque sigue teniendo una gran importancia.

- A efectos del estudio, denominamos INMOBILIARIO DIRECTO a aquellos desarrollos Inmobiliarios vinculados directamente a un Campo de Golf.
- INMOBILIARIO INDIRECTO son aquellas promociones Inmobiliarias que se benefician de la proximidad de un Campo de Golf, aunque no tienen vinculación empresarial directa con el mismo.
- De los 359 Campos de Golf de España, 245 tienen vinculación Inmobiliaria, 75 de forma directa y 170 de forma indirecta.
- El % de Campos de Golf en España que tienen alguna vinculación Inmobiliaria es del 68% del total.
- El Nº de unidades Inmobiliarias vinculadas directa, o indirectamente, a los Campos de Golf en España es de 234.500.
- El Nº de ventas de unidades inmobiliarias anuales vinculadas, directa, o indirectamente, a Campos de Golf en España es de 8.400 (2)

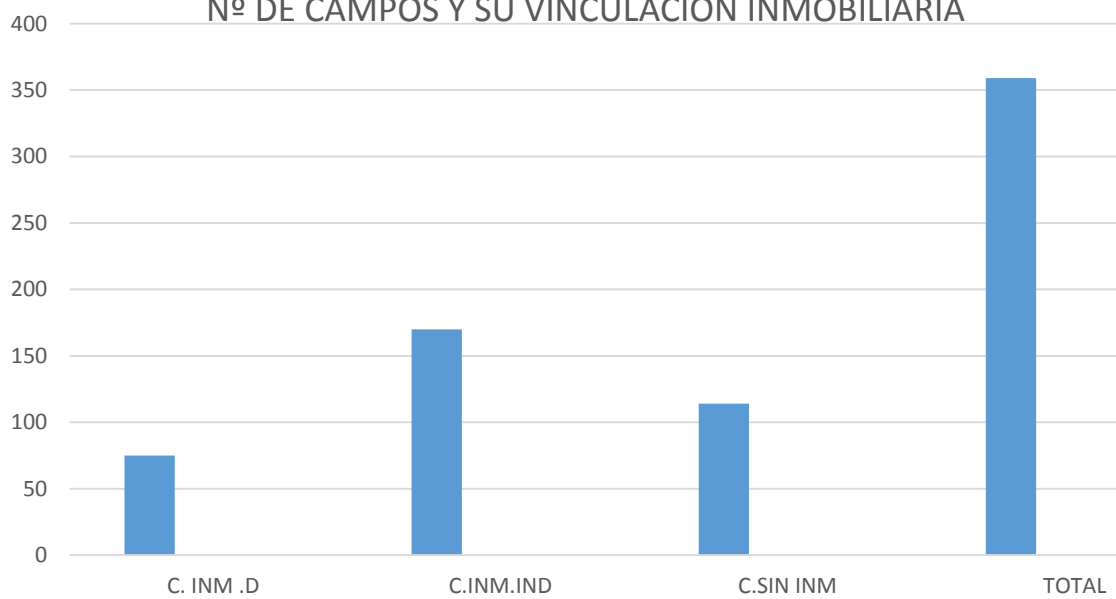
(1) Todas las cifras expresadas en este informe están calculadas por muestreo, por lo que son cifras aproximadas.

(2) Datos de 2015

% DE CAMPOS VINCULADOS A DESARROLLOS INMOBILIARIOS

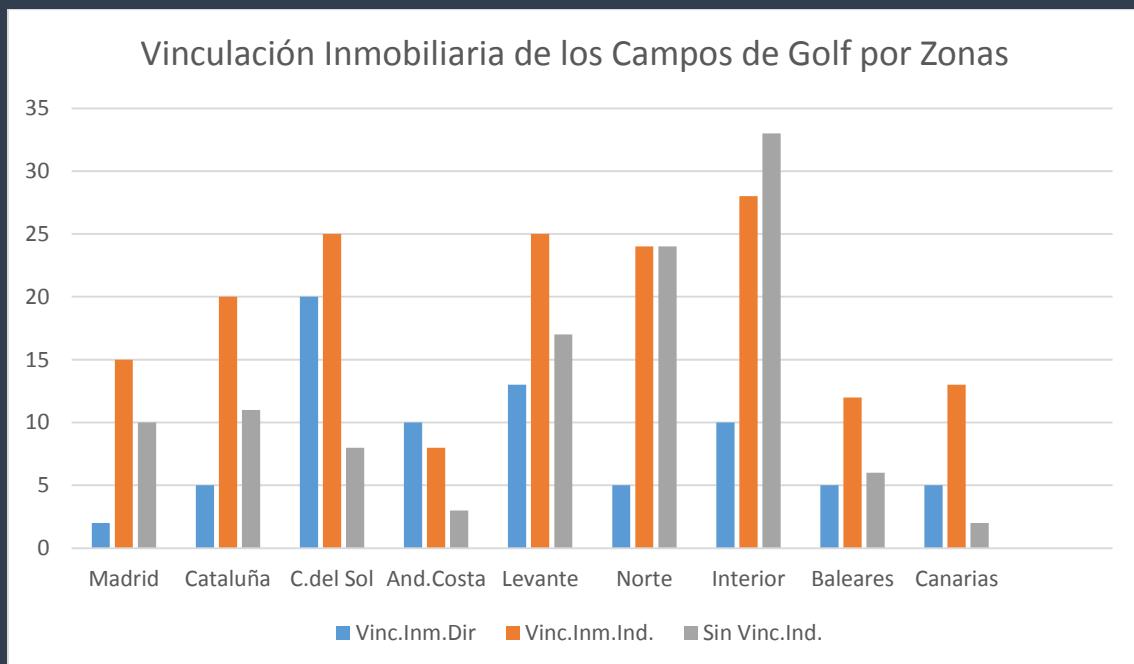


Nº DE CAMPOS Y SU VINCULACIÓN INMOBILIARIA



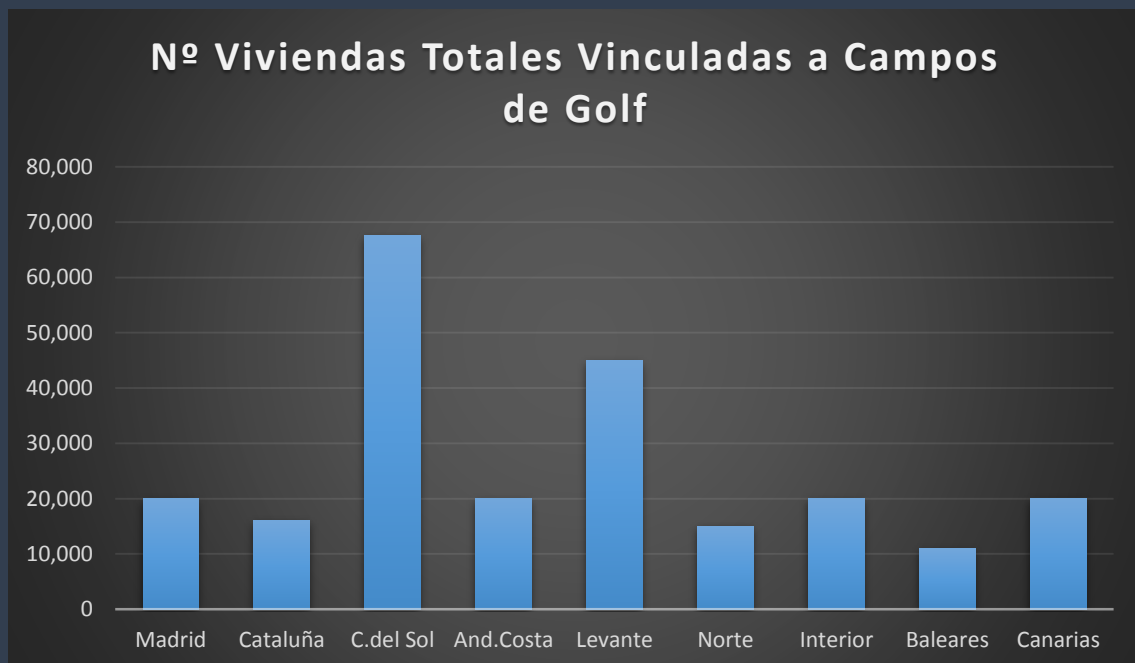
Nº DE CAMPOS VINCULADOS A DESARROLLOS INMOBILIARIOS POR ZONAS

- La Zona con más campos vinculados DIRECTAMENTE a Promociones Inmobiliarias es la Costa del Sol, con 20 de sus 53 campos. Le sigue Levante con 13 y Andalucía Costa e Interior con 10 cada una.
- En cuanto a vinculación Inmobiliaria INDIRECTA, la Zona con más campos es Interior con 28, seguida de Levante y Costa del Sol con 25 cada una.
- La Zona con más campos sin ninguna vinculación Inmobiliaria es Interior con 33, seguida de la Norte con 24.



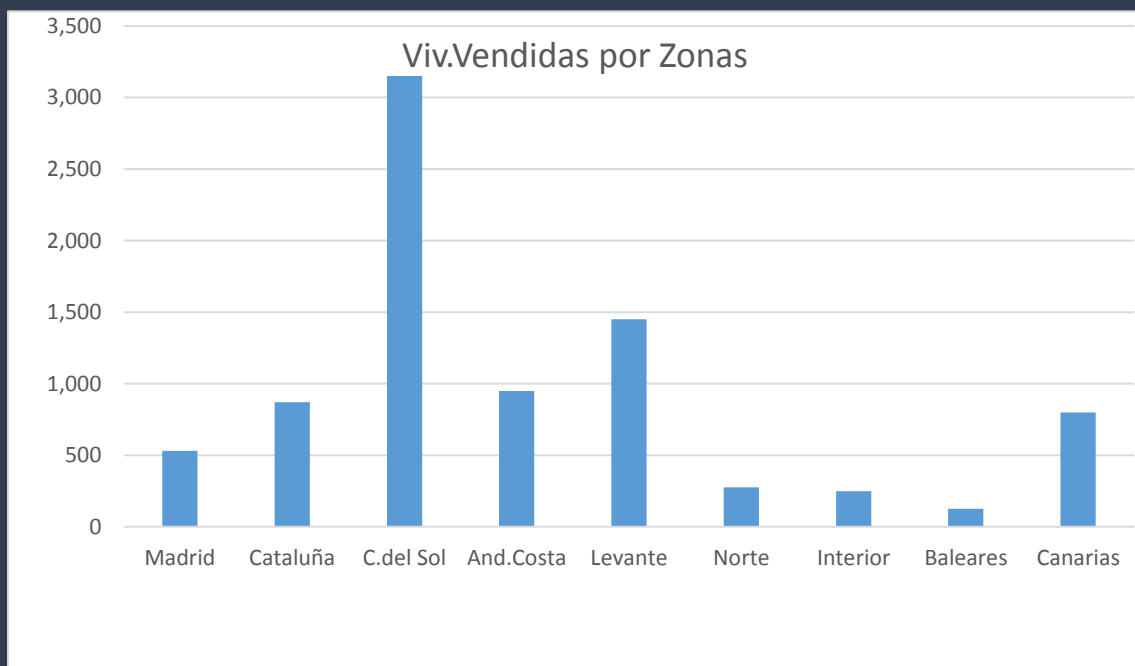
Nº DE VIVIENDAS TOTALES VINCULADAS A LOS CAMPOS DE GOLF POR ZONAS

- El Nº de viviendas totales vinculadas, directa, o indirectamente, a los Campos de Golf en España es de 234.500.
- El Nº de viviendas vinculadas a los Campos de Golf en España supone algo menos del 1% del total de viviendas en España.
- Por Zonas, la que más viviendas tiene vinculadas a Campos de Golf es Costa del Sol, con 67.500, seguida de Levante, con 45.000, con Madrid, Andalucía Costa, Interior y Canarias en el entorno de 20.000 cada una.
- La Zona con menos viviendas vinculadas a sus Campos de Golf es Baleares, con 11.000.



Nº DE VENTAS ANUALES DE VIVIENDAS VINCULADAS A CAMPOS DE GOLF (1)

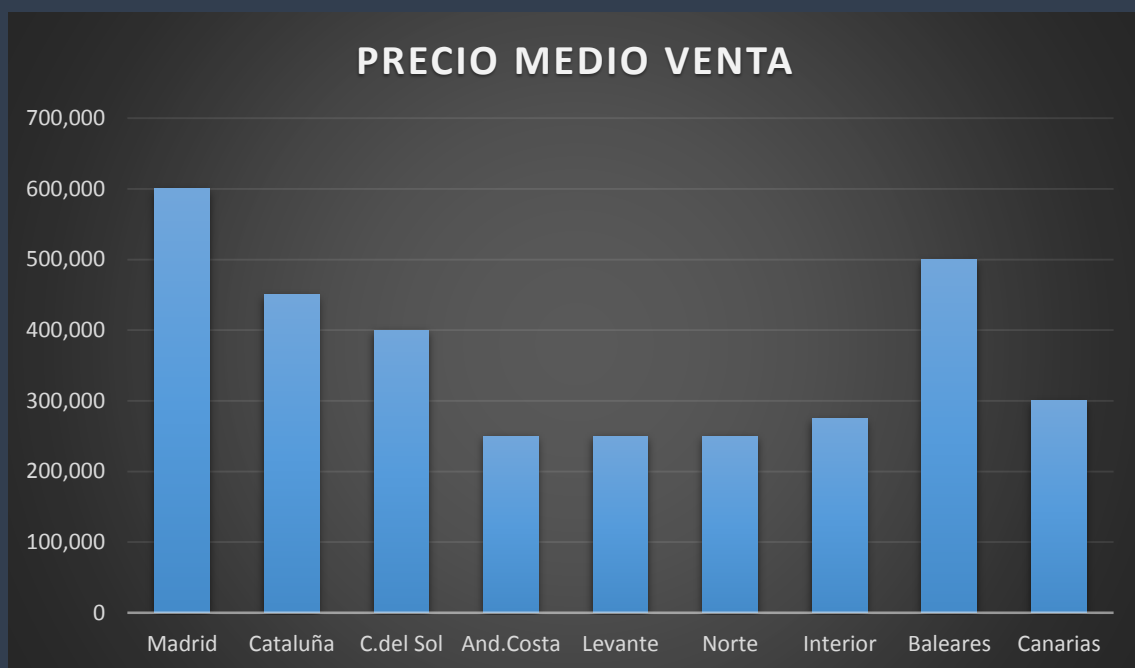
- Del muestreo efectuado en más de 30 promociones Inmobiliarias vinculadas a Campos de Golf en las distintas Zonas, se obtiene una cifra de 8.400 unidades vendidas en 2015.
- La Zona con más viviendas vendidas es Costa del Sol con 3.150, seguida de Levante con 1.450.
- La previsión de ventas para 2016 es de entre un 5 y un 10% superior a 2015.



(1) Datos obtenidos por muestreo con 30 promociones inmobiliarias vinculadas a Campos de Golf en las distintas Zonas.

PRECIO MEDIO DE LAS UNIDADES INMOBILIARIAS VENDIDAS EN LOS DESARROLLOS VINCULADOS A LOS CAMPOS DE GOLF

- El Precio Medio de las unidades Inmobiliarias vendidas en las promociones vinculadas a los Campos de Golf en España ha sido de 356.000 €.
- El Precio Medio más alto se ha obtenido en Madrid con 600.000 €, seguido de Baleares con 500.000.
- El Precio Medio más bajo, ha sido en Andalucía Costa y Levante con 250.000 €.



% DE REVALORIZACIÓN DE LAS UNIDADES INMOBILIARIAS VENDIDAS DERIVADO DE SU VINCULACIÓN A CAMPOS DE GOLF

- Para analizar el % de revalorización de las Unidades Inmobiliarias vendidas vinculadas a Campos de Golf, se ha efectuado un muestreo en 30 promociones Inmobiliarias vinculadas a Golf y se han comparado con viviendas similares en las mismas Zonas, pero sin vínculo con Golf.
- Para este análisis, también se han utilizado datos obtenidos en el estudio GOLF COURSE DEVELOPMENT WITH RESIDENTIAL COMMUNITIES publicado por la URBAN LAND INSTITUTE (ULI), el mayor gabinete de investigación Inmobiliario de USA.
- Comparando los datos obtenidos del muestreo con lo publicado por URBAN LAND INSTITUTE, se han obtenido cifras muy similares, por lo que se consideran indicadores fiables.
- De la conclusión de los dos análisis se ha obtenido que la revalorización promedio de una Unidad Inmobiliaria vinculada a un Campo de Golf, en comparación a una sin vínculo golfístico es de un 25%.
- Los % de revalorización varían en función de la situación de las Unidades Inmobiliarias respecto al Campo de Golf. Cuando se trata de Unidades en primera línea de Golf y con vistas a un green, lago u otro elemento singular del Campo, la revalorización está en el entorno de un 40%, en el caso en que estén en primera línea, pero sin vista a un elemento referencial, el % se sitúa alrededor del 30-35%. Y en los casos que estén en una promoción anexa al Campo, pero no en primera línea, la revalorización se aproxima al 15%.

4.- EL VALOR APORTADO POR EL GOLF AL INMOBILIARIO EN ESPAÑA

Basándonos en los datos obtenidos en este estudio, las conclusiones sobre el VALOR que aportan los Campos de Golf al Sector Inmobiliario en España, se pueden resumir en:

- Un 68% de los Campos de Golf Españoles tienen vinculación Inmobiliaria, Directa o Indirecta.
- El nº Total de Unidades Inmobiliarias vinculadas a los Campos de Golf es de 234.500.
- Las Unidades Inmobiliarias vinculadas a Campos de Golf en España suponen algo menos del 1% del total de viviendas.
- Las ventas anuales de Unidades Inmobiliarias vinculadas a Campos de Golf es de 8.400.
- El Precio Medio de las Unidades Inmobiliarias vendidas con vinculación a Campos de Golf es de 356.000 Euros.
- La REVALORIZACIÓN MEDIA de las Unidades Inmobiliarias vendidas vinculadas a Campos de Golf es del 25% respecto a sus similares sin vínculo golfísticoa.

EL TOTAL DEL VALOR APORTADO POR EL GOLF AL SECTOR INMOBILIARIO ES DE **747.600.000 Euros**

5.- ESTRATEGIAS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LAS SINERGIAS ENTRE EL GOLF Y EL SECTOR INMOBILIARIO EN ESPAÑA

El presente estudio ha puesto de manifiesto la gran aportación de los Campos de Golf al Sector Inmobiliario en España.

No obstante, desde GOLF BUSINESS PARTNERS estamos muy sensibilizados de la complejidad de esa relación, y de los problemas que puede causar sino se ejecuta todo el proceso de forma muy profesional. De todos es sabido que el periodo 2000-2008 fue de una gran proliferación de Campos de Golf vinculados a Promociones Inmobiliarias, pero la gran crisis de la economía mundial, extremada en la actividad Inmobiliaria, que se produjo en 2008, deterioró de una forma muy dura todo el “valor” creado por el binomio Golf-Real Estate.

Creemos que es el momento idóneo para establecer una “doctrina” de como debe comportarse la relación entre el Golf y el Inmobiliario, de forma que se aproveche su potencial, pero al mismo tiempo se eviten los errores que se cometieron en el ciclo anterior, y que tantos problemas crearon a los dos en el periodo 2008-2014.

OBJETIVOS DE UN DESARROLLO INMOBILIARIO CON GOLF

En primer lugar es muy importante entender cuales son los objetivos que tiene un Promotor Inmobiliario cuando afronta un Proyecto Residencial con Campo de Golf. Básicamente los objetivos son tres:

- Revalorizar el precio de las Unidades Inmobiliarias.
- Acelerar el ritmo de venta.
- Crear un Activo Operacional, el Campo de Golf, que sea “sostenible” a largo plazo.

Parece claro que los dos primeros objetivos se suelen conseguir en condiciones normales de ciclo económico, sin olvidarnos del periodo trágico 2008-2014, pero el punto tercero es el que más ha fallado y el que más dificultad tiene, prueba de ello es la cantidad de Campos de Golf vinculados a Inmobiliario que se han quedado sin viabilidad por errores cometidos, habiéndose tenido que cerrar varios de ellos y quedando otros muchos en manos de las entidades financieras que los habían financiado con resultado fallido.

Partiendo de las premisas anteriores, consideramos, en base al conocimiento, y a las desgraciadas experiencias vividas, que se puede establecer un “catecismo” bastante contrastado para que el Sector Inmobiliario sigan unidos y creándose VALOR MUTUO.

FUNDAMENTOS BÁSICOS DE LA RELACIÓN GOLF E INMOBILIARIO

Estos serían las bases, que podríamos llamar filosóficas, para que la relación sea “sana” y equilibrada.

- El Golf aporta el “valor” y el Inmobiliario debe financiar su desarrollo a cambio del “valor” recibido. Este primer mandamiento se ha incumplido sistemáticamente, sobre todo en el periodo “negro”. El motivo ha sido que muchos promotores pensaban que el Golf además de “valor” era Plus-valía y le han intentado exprimir, agotando así su músculo para crear “valor”. Este es el primer error en el que no se debe incurrir.
- Una vez expresado en el punto anterior que el Golf no debe autofinanciar su Desarrollo, ya que su misión es de creador de Valor y no de plus-valía, si que hay que conseguir que el Golf si que financie su Explotación por medio de un MODELO DE NEGOCIO adecuado. Por tanto al Golf hay que financiarle su Desarrollo a cambio del tesoro que aporta,

pero tiene que financiar su Explotación a partir de un plazo relativamente corto.

- El vínculo entre los compradores del Inmobiliario y el Campo de Golf hay que regularlo con mucho detalle, ya que es una convivencia a largo plazo, que puede ser muy amable o “insoportable” para ambos.
- El Promotor Inmobiliario tiene que prever su “salida” de la Propiedad del Campo de Golf, y sobre todo de su Explotación, de una forma muy meditada, ya que hacerlo antes de haber vendido la mayoría de las Unidades Inmobiliarias es peligroso, y hacerlo muy tarde es muy consumidor de energía en detrimento de su “core Business” Inmobiliario. En este punto suele haber alguna disfunción debido a que el Golf es un gran estimulador del “ego satisfaction” de sus Promotores, y a veces les cuesta mucho quitarse de en medio.

Entendemos que estos cuatro “mandamientos” deben ser la parte fundamental del argumentario filosófico de la relación.

Una vez establecidas las bases espirituales de la relación, es el momento de pasar al Procedimiento Técnico que debe seguirse para que el binomio Golf-Inmobiliario alcance sus objetivos.

PROCESO DE CREACIÓN DE VALOR DE UN PROYECTO INMOBILIARIO CON GOLF

En este punto, es muy importante advertir que aunque el Proceso parezca obvio, la experiencia dice que es muy frecuente que no se respete y que se desvíe con mucha frecuencia.

Por tanto, en opinión de GOLF BUSINESS PARTNERS, el procedimiento a seguir debe cumplir con los siguientes pasos.

1.- FASE DE PLANIFICACIÓN: Se trata del periodo de tiempo comprendido entre que el Promotor tiene la idea y el momento de empezar. Se trata de la Fase clave, y de ella dependerá en gran parte el éxito o el fracaso de todo el Proyecto.

- Análisis de la Viabilidad Física: Es “llave”. Consiste en determinar si el terreno tiene condiciones para desarrollar el proyecto.
- Viabilidad Administrativa: También determinante. Se analiza la calificación Urbanística y su proceso de transformación mediante la adaptación a las normativas locales, autonómicas...
- Viabilidad Medio-Ambiental: Ligada a los dos puntos anteriores. Normalmente necesita una Evaluación y el consiguiente Estudio.
- Viabilidad Hídrica: De donde vamos a obtener el agua, su cantidad, calidad, precio...
- Análisis de Mercado: Quienes van a ser los clientes, del Inmobiliario, del Golf...de donde vienen...etc.
- Estudio de la Competencia: Como son los Proyectos similares del área de influencia, sus características, sus clientes, sus precios...
- Modelo de Negocio: En función de los puntos anteriores, hay que definir el Negocio, modelo de explotación del Golf privado, pay&play,mixto), Hotel...?, tipología de las viviendas...
- Modelo de Proyecto: En función del Modelo de Negocio, hay que definir el Proyecto Físico, Campo de Golf, Casa-Club, otras instalaciones...para que se adapte al Mercado, Competencia...
- Análisis de la Inversión: Una vez que se ha definido el Proyecto hay que valorarlo económicamente.

- Financiación: Como se va a Financiar. % de Recursos Propios, Financiación Bancaria, Otros orígenes...
- Viabilidad Económico-Financiera: Es el punto clave de la Fase de Planificación. Es donde se va a estimar la viabilidad del Proyecto. Salen, o no salen los números.

Con estos pasos realizados es cuando el Promotor tiene que decidir si acomete, o no, el Proyecto. La experiencia nos dice que todos los pasos indicados son imprescindibles, y que necesitan la intervención de un equipo profesional muy cualificado.

Una vez que el Promotor decide seguir adelante, empieza la segunda Fase.

2.- FASE DE DESARROLLO: Esta es la Fase de Ejecución Física y de Preparación Operativa.

-Master-Plan Preliminar: Importantísimo. Consiste en definir donde se sitúa cada elemento del Proyecto, Campo de Golf, siempre es el “vertebrador”, viales, viviendas, casa-club, nave de mantenimiento...De acertar en este paso dependerá grandemente que las Unidades Inmobiliarias alcancen su potencial de precio (maximización de la “primera línea”)

-Route-Plan: Aquí ya entra el “arte”del diseñador del Campo de Golf, que se habrá elegido en base a criterios muy estrictos.Es cuando se decide el trazado del Campo de Golf y su “vecindad” con los activos que se van a revalorizar (viviendas, parcelas...) y los comerciales (hotel, centro comercial...)

- Proyectos de Ejecución: Se trata de la ingeniería de cada elemento del Proyecto. Requieren una gran definición y adaptación a las normativas.

- Licitación de Obras: Una vez terminados, y legalizados, los Proyectos de cada unidad, se procede a abrir la licitación de cada

elemento a los distintos contratistas que presupuestaran en base a los Proyectos. La decisión de adjudicación es fundamental y debe ser muy profesionalizada.

- Dirección de Obra: Una vez que las obras están adjudicadas y comienzan, cada responsable de su unidad se encargará de conseguir de acuerdo a especificaciones, calendarios y presupuestos...En este punto es básica la coordinación entre las distintas direcciones y la propiedad.

- Pre-Opening: Suele ser el gran olvidado. Consiste en que con una razonable antelación a la apertura, se definan los elementos necesarios para la operación, plantilla, sistemas, servicios, mobiliario, equipos...y como punto imprescindible, creación y puesta en marcha del Plan Comercial.

Estos son los pasos básicos desde que empieza hasta que se abre, sobre todo afecta al Campo de Golf, y debe estar monitorizada por el mejor equipo profesional, consultores, abogados, financieros, arquitectos, ingenieros, gestores, marketinianos...

En el momento en que la operación, Campo de Golf, se vaya a abrir, hay que tener preparada la tercera Fase.

3.- FASE DE OPERACIÓN: Se trata de lo que al final van a percibir los Clientes, tanto del Inmobiliario, como de los negocios operativos, sobre todo el Campo de Golf. Es otra etapa fundamental, y suele chocar con muchas reacciones “emocionales” debido al peligroso “glamour” del Golf.

- Modelo de Gestión: El Promotor debe decidir si gestionar directamente, buscar una Gestión Profesional, alquilar el campo, venderlo...cada alternativa tiene sus pros y sus contras. Es importante que el Promotor no se desvincule totalmente hasta que no haya vendido la mayoría de las Unidades Inmobiliarias.

- Recursos Humanos: Fundamental su definición, selección, formación y dirección. Son la “cara y ojos” del Proyecto.
- Sistemas de Control: Al ser un negocio operativo, y de “caja” es fundamental establecer un sistema analítico de control de la operación.
- Marketing: Es el “corazón” de la operación. Hay que escapar de las obviedades y profesionalizarlo al 100%.
- Mantenimiento: Lo primero, definir el “standard” de calidad adecuado, para luego definir plantilla, maquinaria...equipos,
- Actividad Deportiva: Definir que nivel de campeonatos, actividad infantil hay que tener en función del Proyecto.
- Servicios: Importantísimo. Definir cuales, como y quien los lleva en cuanto a servicios como la restauración, escuela de golf, pro-shop...determinan la calidad del Club.
- Finanzas: El Promotor debe tener muy claro hasta cuando tiene que financiar la operación, en cuanto y de donde obtiene los recursos.

Evidentemente la operación de un Campo de Golf requiere más actividades que las enunciadas, pero estas son las básicas para su funcionamiento adecuado al Proyecto Global.

RESUMEN: Estos puntos descritos son los “mandamientos” fundamentales para que un Campo de Golf cumpla con los objetivos de CREADOR DE VALOR de un Desarrollo Inmobiliario, y que este consiga sus tres máximas:

- Revalorizar el precio de sus Unidades Inmobiliarias
- Acelerar el Ritmo de Venta
- Crear un activo operacional, Club de Golf, “sostenible” en el tiempo.

Desde GOLF BUSINESS PARTNERS estamos completamente seguros que si la Industria del Golf es capaz de PROFESIONALIZAR este Proceso, el Golf y el Inmobiliario volverán a ser “locomotora” del Sector y convivirán con gran satisfacción para ambos.

5- SOBRE LOS AUTORES

El presente informe “EL IMPACTO ECONÓMICO DEL GOLF EN ESPAÑA” ha sido elaborado por el equipo de “asociates” que componen GOLF BUSINESS PARTNERS.

LA EXPERIENCIA DE GOLF BUSINESS PARTNERS (GBP) EN LA INDUSTRIA DEL GOLF

GBP es una firma dedicada 100% a generar “valor” para la Industria del Golf.

GBP tiene como misión contribuir al desarrollo, modernización y reingeniería de un Sector, que, ya está considerado como de alto contenido empresarial y que tiene una importancia relevante en otras actividades, fundamentalmente, inmobiliarias y turísticas.

GBP orienta su aportación a la Industria del Golf en tres grandes áreas:

- **FORMACIÓN:** Se desarrolla bajo el “paraguas” de GOLF BUSINESS CAMPUS. Tiene la vocación de devolver a la Industria del Golf, en forma de distintos programas de Formación y Perfeccionamiento, al menos, una parte de la experiencia obtenida por sus profesionales en más de 250 proyectos de Golf por todo el mundo. GOLF BUSINESS CAMPUS cuenta con 450 alumnos de 24 países, en España, Portugal y Latín-América.
- **TECHNICAL PARTNERSHIP:** La asistencia que ofrece GBP a cualquier Promotor o Propietario de un Proyecto con Golf, asegura al mismo, el acompañamiento permanente, no de un proveedor, sino de un Partner técnico absolutamente comprometido con los objetivos, tanto empresariales, como de creación de “valor” del Proyecto, Campo o Resort.

- **CORPORATE FINANCE:** Actividad inédita en este Sector. Bajo este concepto, nuestros **Profesionales Asociados** asisten a cualquier Propietario o Promotor de un campo de Golf en sus estrategias empresariales y financieras, búsqueda e incorporación de inversores, tasación de sus activos, procesos de compra o venta... y otras necesidades corporativas básicas en estos momentos de cambio.
- **GBP PUBLICACIONES:** En su misión de contribuir al progreso de la Industria del Golf, desarrolla recurrentemente una serie de publicaciones de gran contenido analítico y estratégico para el Sector. Últimas publicaciones:

- LA INDUSTRIA DEL GOLF EN SUDAMERICA

- EL IMPACTO ECONÓMICO DEL GOLF EN ESPAÑA

- EL VALOR AÑADIDO DEL GOLF AL REAL ESTATE

GOLF BUSINESS PARTNERS (GBP), es una compañía internacional, constituida por un grupo de **Profesionales y Empresas Asociadas**, expertos en las distintas disciplinas necesarias para desarrollar y operar eficientemente un Proyecto con Golf, ya sea parte de un desarrollo inmobiliario, turístico, social, público o de otra naturaleza y para desarrollar “herramientas” para la formación y el conocimiento del Sector.

Para asegurar la máxima eficiencia en el Partnership que establece con sus Clientes, **GOLF BUSINESS PARTNERS** ha implantado una Red de Delegaciones en diversos países de Europa, LATAM y ASIA.

- GBP España
- GBP Suiza
- GBP India
- GBP Panamá
- GBP Colombia
- GBP México
- GBP Brasil

www.golfbusinesspartners.com

www.golfbusinesscampus.com

www.golfbusinesspartners.blogspot.com.es

INFORMACIÓN

info@golfbusinesspartners.com