

Golpes con efecto

El aficionado al golf tiene, por lo general, un alto poder adquisitivo y está familiarizado con internet. Cuatro empresas virtuales españolas luchan por conquistar un jugoso mercado potencial



Tal para cual. Los analistas coinciden en que el perfil del internauta medio es parecido al del aficionado al golf. Un estudio de la consultora **Screen Digest** revela que el tenis y el golf son, después del fútbol, los deportes

más demandados en la red, y predice que el 36% de sus entusiastas comprará online algún producto relacionado con la especialidad en los próximos seis meses. Además, España es el paraíso europeo del turismo de golf.

Con estas credenciales, haciendo una regla de tres —si el golfista medio es un buen

navegante, al navegante medio le gusta el golf, y a ambos les une un alto poder adquisitivo— se podría concluir que este deporte es un 'green' ideal para que un

empresario con un mínimo de intuición consiga de un golpe hacer un hoyo perfecto. Pero las buenas ideas no son propiedad exclusiva del primero que las tiene, y sólo ganan los que mejor las convierten en realidad. **GolfSpain.com**, 'Golfysol.com', 'Golfissimo.com' y la Real Federación Española de Golf (Rfeg) son cuatro instituciones que han visto el hueco, han desarrollado su idea, y ahora tratan de hacer de ella un negocio rentable.

Cuatro bajo par

GolfSpain.com, propiedad del grupo **Netjuice**, fue la primera en nacer. Acaba de adquirir **Call & Play** y **Master Golf**, empresas que ofrecen una tarjeta de afiliación para golfistas y software de gestión de campos de golf, respectivamente. Después de estas compras y un reciente rediseño de su web, sus responsables aspiran a que el portal alcance las 100.000 reservas online para jugar al golf y facture un millón de euros en 2000. Por su parte, 'Golfysol.com' es el primer

proyecto de **Oletemas.com**, empresa fundada en 1999 para crear un gran portal de ocio en España. Funciona desde febrero, aunque no hará su campaña de lanzamiento hasta septiembre. Además de información —guía de campos, noticias, enlaces con agencias de viaje y hoteles...—, el portal vende a través de **TitanicGolf**, una de las tiendas de golf más importante del mundo. El objetivo inicial es generar tráfico, aunque pronto la firma se quedará con una comisión por cada venta. En cambio, la filosofía de 'Golfissimo.com' es diferente. Nacido para ser una guía de los mejores campos de golf y hoteles del mundo, es un producto de **Nonesuch**, una empresa fundada en 1998 por cuatro particulares. La firma es la demostración de que la red elimina fronteras: aunque situada en Rota —Cádiz—, el web sólo está en inglés. De momento informa sobre España y Portugal, pero abarcará el resto de Europa antes de final de año. Entonces se traducirá a los idiomas de cada país y luego dará el salto a Estados Unidos y Latinoamérica.

La próxima iniciativa que verá la luz es el nuevo portal de la Rfeg, que se lanzará en noviembre a través de **Portal Golf Gestión**, empresa en la que también participan las federaciones territoriales, la constructora **Acciona** y varios socios sin concretar. Con una inversión de 800 millones de pesetas, el web informará sobre gestión de ayudas, subvenciones y licencias, y tendrá una plataforma de comercio electrónico que pretende ser la base de su financiación. ■

Afinan el 'swing'

Radiografía de las cuatro iniciativas virtuales de golf más importantes de España

Fuente: Elaboración propia

| Portal | Contenidos | Capital ¹ | Visitas ² | Previsiones ³ | Comercio Electrónico |
|---------------------------|---------------------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|--|
| GolfSpain.com | Información y guía 'e-commerce' | 300 ⁴ | 200.000 | 166,3 | Reserva de 'green fees' Venta de la tarjeta Call & Play Tienda y paquetes turísticos |
| ' Golfysol.com ' | Información y guía 'e-commerce' | 56 ⁵ | 40.000 | — | Venta de artículos de golf a través de TitanicGolf |
| ' Golfissimo.com ' | Guía mundial seleccionada | 100 ¹ | 50.000 | — | No. Proyecto de futuro vía subcontratación |
| RFEF | Información y guía 'e-commerce' | 800 | — ⁷ | 4.000 ⁸ | Sí, pero aún está sin definir |

¹Millones de pesetas ²Páginas vistas al mes ³Año 2000. Millones de pesetas ⁴Última ampliación de capital, suscrita totalmente por Netjuice ⁵Capital actual de Oletemas.com para este y otro proyecto ⁶Nonesuch, su propietario, está negociando la ampliación de capital por este importe ⁷Lanzamiento en noviembre ⁸A partir del tercer año