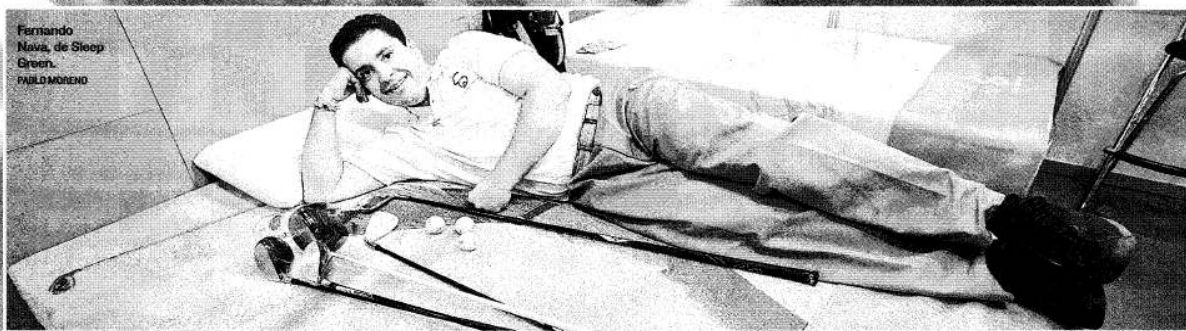


Fernando Nava, de Sleep Green.
PABLO MORENO



M. PONCE DE LEÓN Madrid

Jugar unos hoyos en pijama ya no es un desvarío. Algunos devotos del golf pueden hacerlo con absoluta tranquilidad. Un buen día decidieron ocupar unos metros de la parcela anexa a su casa con un green y, ahora, "presumen de lo lindo".

Luis Alberto Moreno es el director comercial de Nice Garden, una de las pocas empresas en España que planifican y construyen estos campos domésticos. Empezaron en 2006. Y aunque reconoce que estas peticiones todavía pertenecen al catálogo de las excentricidades, "cada vez resultan más habituales y tienen mucho porvenir". Coincide con él, Dimitris Tsalidis, responsable de Only Golf (desde 2003, pionera en este tipo de instalaciones), quien explica que "esta opción gana adeptos conforme crece la popularidad del deporte".

Obviamente uno de los alicientes del golf es el entorno en el que se practica. Sin embargo, los golpes desde el confort del hogar ayudan a mejorar la técnica en el juego corto. De ahí que los *amateurs*, o bien los noveles "para quienes representa un hobby simplemente", dice Tsalidis, aparezcan como los clientes principales.

¿Qué es necesario para dotar nuestro domicilio con uno de estos llamativos extras? Lo primero, "una superficie a partir de los 40 m²", según Nice Garden. "Desde 70 m²", en el particular de Only Golf. Lo segundo, y no menos importante: 5.000 euros de inversión mínima. Un precio que se refiere exclusivamente a los green construidos con césped artificial.

Este material se ha convertido precisamente en el impulsor del golf doméstico, dado que "implica menos complicaciones en cuanto a mantenimiento", argumenta Moreno. "Conservar un green natural daría muchos dolores de cabeza", zanja Tsalidis. El seguimiento de un campo sobre césped artificial conlleva un gasto anual de 200 o 300 euros, mientras que "un jardinero que cuida de la buena salud

Se vende casa con campo de golf

Construir un 'green' en el jardín empieza a ser una alternativa a la piscina o a la pista de pádel

del vegetal natural implica un dispendio mayor", defienden.

El abaratamiento de la instalación en casa ha acercado esta opción a más propietarios, incluso a ciertas comunidades de vecinos que viven en bloques de pisos pero que disponen de una zona común. "Aún las contamos con los dedos, pero empiezan a interesarse por el green como alternativa o complemento de la tradicional piscina o de la pista de pádel", indican ambos portavoces.

Es probable que al igual que el golf ha contribuido a enriquecer algunos desarrollos inmobiliarios en el sector turístico, ahora se aplique esa baza en el residencial: "En muchos chalés



o viviendas nos solicitan el producto porque las revaloriza y hace que se vendan mejor", señala Moreno, que añade: "Cuando se le muestran varias casas a un posible comprador y luego se le pregunta cuál te ha gustado más, casi siempre responde que la del green. Está claro que es un distintivo".

Tanto Nice Garden como Only Golf están presentes -con éste y con otros servicios de mayor calado- en la feria comercial MadridGolf durante el fin de semana. Dos jornadas en las que el pabellón 6 de Ifema se transforma en el epicentro nacional del golf, alojando un amplio repertorio de novedades y diversiones.

Modus vivendi

El golf tiende a generar un universo de órbitas propias. Y de productos propios también. El eslogan comercial *piensa en verde* -de una popular cervecera- deja paso al *duerme en verde* de la marca Sleep Green, que fabrica colchones específicos para golfistas. Fernando Nava, responsable de la idea y "pirado del golf", aclara que sus cualidades van más allá de los meros motivos decorativos de la funda: "Está diseñado para aliviar la presión de la espalda (en lumbares y cervicales) de los jugadores, con siete zonas de descanso y una combinación de viscoelástica termovisible y transpirable, y es-

timación en base vegetal como material". Desde que saltara a la venta, hace dos meses, "la aceptación del mercado ha resultado muy favorable", confirma Nava.

El *fitting* (la adecuación individual) de palos, por su parte, resiste como uno de los atractivos más importantes para los visitantes de MadridGolf. El camino de Taylor Made, que recorre el circuito facilitando esta opción a los aficionados, se encuentra en el certamen. Asimismo, a la personalización de los palos se añaden ahora las bolas, de la mano de Bridgestone Golf. La empresa ha desarrollado un sistema tecnológico para comprobar cuál es la que mejor se ajusta a cada una de las características particulares de juego. "Una bola incorrecta influye en el resultado", remarca Edelweiss Munerol, directora de Holiday Golf (distribuidor en España de la firma).

La tecnología es uno de los ejes de la oferta concurrente en el Salón. Los simuladores para practicar *indoor* exhiben su potencial como herramientas de perfeccionamiento. En el caso de AboutGolf -"el único reconocido por la PGA (Asociación de Profesionales de Golf, en sus siglas en inglés)", remarca el distribuidor oficial en España-, se emplean una serie de cámaras de alta velocidad que registran el movimiento del jugador en el momento de la pegada. Las imágenes y una aplicación informática sirven para detectar y corregir los errores. Full Swing Golf tiene semejante utilidad, pero con otros parámetros: uno sensores colocados sobre el cuerpo realizan el estudio biomecánico del golpe.

También como accesorio del *handicap*, el público de MadridGolf puede adquirir la pulsera Power Balance (35 euros). Según sus comercializadores, "ayuda a regular la frecuencia del cuerpo y eso repercute en la mejora de los resultados deportivos, especialmente en el golf, donde el equilibrio es esencial".

