

DEPORTE



UN CAMPO DONDE PRIMA LA HABILIDAD POR ENCIMA DE POTENCIA Los golfistas se encontrarán el día 19 un campo que busca ampliar el espectáculo. Los alcornoques, seña de identidad, han crecido mucho desde la última Ryder, por lo que se programó un plan de poda que permitirá a los jugadores arriesgar más. Los 'greenies' serán muy rápidos; en definitiva, es "un campo que requiere habilidad y estrategia por parte del jugador; aquí prima la habilidad por encima de la potencia", dijo ayer Javier Reviriego, director general del club.

Valderrama negocia ventajas fiscales para ganar 'sponsors'

MASTERS García y Rahm, en el único torneo de golf europeo en España.

L. Junco, Madrid

Valderrama se viste de gala para acoger la prueba estrella del golf en nuestro país, el Andalucía Valderrama Masters-Sergio García Foundation, que tendrá lugar del 19 al 22 de octubre en el mítico campo de San Roque, considerado uno de los mejores del mundo.

Valderrama logró regresar al circuito el pasado año con el Open de España, que pudo celebrarse gracias al apoyo de Sergio García, anfitrión de la prueba, y al empeño personal del actual consejero delegado del European Tour, Keith Pelley. Ya este año la Junta de Andalucía anunció su patrocinio durante cinco temporadas, lo que garantiza la continuidad de la prueba. No en vano, el golf es uno de los grandes atractivos turísticos del sur de España. Según la Junta de Turismo y Deporte de Andalucía, en 2016, la región recibió 530.000 turistas de golf, que pasan una media de 10,2 días y gastan 117 euros diarios frente a los 67 del turista medio, cifras que vienen a justificar la inversión (y el regreso como *sponsor*) del organismo público.

Valderrama es un gran escaparate, que se espera atraiga a 40.000 visitantes, lo que supondría un récord de público en el campo que además celebra este año los 20 años de la única Ryder Cup que ha tenido lugar en España.

La presencia de Sergio García, ganador este año del Masters de Augusta, y de Jon Rahm, estrella emergente del circuito americano que se estrena como profesional en nuestro

Según la Junta de Andalucía, los turistas de golf gastan 117 euros frente a los 67 del viajero medio

El Masters de Andalucía-Sergio García Foundation repartirá dos millones de euros en premios

país en el citado Masters, son los grandes reclamos del torneo que llegará a una audiencia global de 400 millones de hogares.

El campo diseñado por Robert Trent Jones mantiene el diseño intacto pero ha sido adecuado gracias a una fuerte inversión a las máximas exigencias que les serán requeridas a los profesionales en quince días.

Excepcional interés público

A pesar de la excepcionalidad del campo, el torneo no contará con grandes patrocinadores. Desde Valderrama llevan todo el año inmersos en la búsqueda de más y nuevos *sponsors* para la tercera edición del torneo pero con escaso éxito lo que mantiene la bolsa de premios en dos millones de euros, como el año anterior. El objetivo de Valderrama, según su consejero delegado Javier Reviriego, es que el Andalucía Valderrama Masters se convierta en sede de una de las Rolex Series, nuevas pruebas creadas este año que reparten entre 7 y 8 millones de euros, ten-

dentos a hacer crecer el atractivo del circuito europeo frente al americano; pero no parece que vaya a haber grandes compañías españolas detrás. De hecho, "al ser un evento de repercusión mundial, no hay que limitarse al Ibex. No es fácil vender golf a una marca española, pero seguiremos insistiendo con compañías internacionales" para lograr el objetivo. Un objetivo que podría alcanzarse en 2019. Para su incentivo, y nunca mejor dicho, se está trabajando en que el evento sea considerado acontecimiento de excepcional interés público de forma que los patrocinadores puedan contar con ventajas fiscales derivados del apoyo al mismo. Así se puso de manifiesto ayer en la presentación del Andalucía Valderrama Masters celebrada en el Consejo Superior de Deportes, en la que José Ramón Lete, secretario de Estado para el Deporte, adelantó que se incluirá la propuesta del Masters como acontecimiento de excepcional interés en los próximos presupuestos del Estado. Los beneficios fiscales para aquellos actos considerados acontecimientos de excepcional interés público pueden llegar a la deducción de hasta el 90% de las donaciones efectuadas.

Además, se hizo hincapié en la falta de un Open de España dentro del calendario del European Tour. Según Gonzaga Escuariza, presidente de la Real Federación Española de Golf, los potenciales *sponsors* no han mostrado interés por una prueba que el circuito europeo espera que se pueda recuperar próximamente.

FORMATOS ASEQUIBLES

Una fábrica donde comer y beber cerveza

Marta Fernández, Madrid

Cuando arrancó en 2011, era un pequeño proyecto impulsado por Jaime Riesgo y Ana Coello, que contaron con la colaboración de Estanis Careno y Pablo Giudice (dueños del recién desaparecido Sudestada) como asesores gastronómicos. Cervezas La Virgen era, en todo caso, una pequeña fábrica ubicada en Európolis, polígono de Las Rozas (Madrid), que planteaba un sistema de elaboración artesanal de cerveza, bajo un proceso sostenible de producción basado en el uso de biomasa.

Desde entonces, algunas cosas han cambiado. La principal es que, a principios de año, el gigante cervecero AB Inbev (con marcas como Budweiser o Corona) adquirió Cervezas La Virgen para apoyar su plan de crecimiento, al tiempo que la multinacional seguía reforzando su división artesanal. Pero en lo principal, que es la relación con el cliente, el negocio de la firma madrileña no ha variado, ya que La Virgen apostó desde sus inicios por añadir más vías de negocio.

Así, su factoría en Las Rozas incorporó una oferta para comer, al tiempo que la marca generaba conceptos ligados a la gastronomía como un *foodtruck* que se mueve por eventos de *streetfood* o una barra en el cada vez más gastronómico Mercado de Vallehermoso. Además, la fábrica en Európolis acoge conciertos y permite tours guiados.

Esa factoría creció, de hecho, en el otoño de 2015, cuando se mudó a otro local de Európolis de más de 2.000 metros cuadrados, que implicó una inversión de 1,6 millones de euros. De este modo, Cervezas La Virgen impulsaba su capacidad de producción hasta unos 400.000 litros de cerveza pura al año. Y, a la vez, se confirmaba la doble finalidad de este espacio de Las Rozas como centro de producción y como lugar para comer y beber.

CERVEZAS LA VIRGEN

- **Dónde:** Turín, 13. Polígono Industrial Európolis. Las Rozas (Madrid).
- **Formato:** Fábrica de cerveza con oferta para comer.
- **Web:** www.cervezaslavirgen.com
- **Precio medio:** De 10 a 15 euros.
- **Horario:** Cierra los lunes; de martes a domingo, abre de 12:30 a 0:00 (en viernes y sábado, hasta la 1).



Cervezas La Virgen es miembro del gigante cervecero AB Inbev (con marcas como Corona o Budweiser) desde principio de 2017.

Una gran barra de 27 metros ocupa un local que suma varias mesas largas compartidas, junto con una terraza en la entrada. El cliente debe pedir en esta barra, tanto la bebida (con varias opciones de cerveza, como *Lager*, *Jamónera* o *Madrid 360°* como principales) como la comida.

La carta suma desde varias opciones de Pinchos morunos, de carnes como la picaña o el pollo; cuatro tipos de hamburguesas y varios perritos, con diferentes aderezos. Como aliada, las *Patatas de callejón*, gajos que plantean varios aliños (como la salsa brava) y que reciben este *apellido* por la localización de la primera fábrica en un callejón de Európolis.



Una gran barra de 27 metros de largo corona el local de Las Rozas.