

REPORTAJE ESPECIAL

LÍDERES REGIONALES EN PASTO SINTÉTICO

Un foco en la Calidad

El Pasto Sintético es uno de los factores más críticos de los centros deportivos de canchas de fútbol, y la proliferación de distribuidores de este insumo ha ido en aumento en los últimos años. Sin embargo, **son pocas las empresas que se han preocupado por mantener estándares de calidad elevados**, lo que ha resultado en que un gran número de proyectos deportivos se ha desarrollado con deficiencias, ya sea por una mala ejecución del proceso de construcción, una elección equivocada de la fibra de pasto, o bien por no incorporar un programa de mantenimiento adecuado que permita mantener un estado óptimo de las instalaciones en el tiempo.

Es por ello que el equipo editorial de Cancha 433 ha decidido realizar un reportaje especial sobre este componente clave para el negocio, que sirva como **una guía para quienes están tomando decisiones sobre proyectos de Construcción, Renovación o Ampliación de canchas en pasto sintético, y que busquen soluciones de calidad para maximizar el retorno de su inversión.**

En este reportaje encontrarás **entrevistas a los líderes regionales en la producción, distribución e instalación de pasto sintético en América Latina**, quienes destacan por su prestigio y trayectoria, por su capacidad para diseñar y ejecutar proyectos que mantienen características óptimas a lo largo de los años, y por sobre todo, por su enfoque en entregar soluciones de calidad y un servicio post-venta superior, lo que los posiciona como socios de negocios.

Conocerás de primera fuente cuáles son las claves a considerar para tomar decisiones sobre Pasto Sintético, lo que en definitiva les permitirá que sus usuarios disfruten una experiencia deportiva de alto nivel.

EUROGRASS



Que Estados Unidos es una potencia deportiva no cabe duda, y reflejo de ello es la presencia de gigantes en el mundo del pasto sintético. Sin embargo, las características del fútbol jugado en formatos más pequeños – o minifootball como se le denomina en este país y ya casi oficialmente en varias otras regiones – hacen que se requiera una infraestructura muy especial para que el desempeño de juego sea el adecuado, y la mayoría de los gigantes del pasto sintético en USA no han desarrollado soluciones especiales para esta modalidad de juego, pues su foco se ha mantenido en otros deportes masivos de esa economía, como la NFL y la MLB.

En este contexto es que destaca **Eurograss**, una compañía que hoy lidera la industria del pasto sintético en Miami, la zona más futbolizada de este gigante global, y que ha pavimentado un camino de éxito a base de soluciones especialmente adaptadas para las características del minifootball.

Desde una preocupación por diseñar soluciones a la medida de cada proyecto, hasta una ejecución impecable en la construcción y mantenimiento, esta compañía se ha posicionado como líder en su mercado, avalada por sus más de 15 años de experiencia, y una actividad continua en investigación y desarrollo que le permite estar a la vanguardia del mercado. Entrevistamos a su fundador **Luis del Río**, para conocer más sobre sus claves del éxito:

433: Estados Unidos es sin duda un mercado altamente competitivo, pero ustedes destacan por el desarrollo de productos y tecnologías específicas para el minifootball. ¿Qué factores han contribuido al éxito que han tenido en posicionarse como líderes en el mercado de Miami?

EG: El boom de minifootball es relativamente reciente y por eso muchas de las fábricas todavía no comprenden que es una disciplina diferente al fútbol 11.

Eurograss ha invertido muchos recursos en contacto con los departamentos de I+D de las fabricas más prestigiosas para desarrollar un pasto capaz de soportar el uso extremo de esta nueva modalidad del fútbol, en la que 12 personas adultas se concentran en un área de 500 m2, con una frecuencia promedio de más de 5 horas diarias de utilización.

433: En sus más de 15 años instalando canchas de altos estándares han acumulado una importante experiencia. ¿Cuáles dirían que son las claves para ejecutar un proyecto de instalación, renovación o ampliación de canchas, y extender su vida útil?

EG: La mayoría de los proyectos son iniciativas privadas que sufren el proceso de construcción con muchos sobrecostos y con un proceso muy duro para obtener los permisos necesarios. Es por eso que se descuidan aspectos fundamentales que pueden repercutir en el éxito del negocio a medio y largo plazo. Una mala base, un mal drenaje y un aspecto descuidado en los acabados, así como una mala instalación o elección del pasto apropiado para este deporte son los errores más comunes. Nosotros precisamente intentamos cuidar cada detalle para aumentar tanto la vida útil de las canchas como la imagen de estas. Y que el césped se adapte perfectamente a esta disciplina. Para ello hemos desarrollado nuestros propios productos, seleccionando los mejores materiales capaces de aguantar el uso extremo del fútbol rápido.

EMPRESA

Eurograss

GERENTE GENERAL

Luis del Río

CASA MATRIZ

Miami, FL, USA

WEB

<http://www.eurograss.us/>



A su vez hemos desarrollado nuestras propias herramientas para instalar y hemos seleccionado el mejor adhesivo del mercado. No solo es importante un buen pasto sino una impecable instalación. A su vez, hemos hecho hincapié en diseños personalizados que permitan a cada cancha desarrollar su *branding* y así se conviertan en un producto franquiciable.

433: Una de las innovaciones que está tomando fuerza es complementar el pasto sintético con una base de amortiguación, o shockpad. En su experiencia, ¿cuándo es conveniente instalar esta tecnología?

EG: En la actualidad se han desarrollado muchos "Shocking Pads" drenantes. Es decir materiales que se instalan debajo del pasto sintético y que tienen una doble función. Base amortiguadora que a su vez drena. Son materiales un poco caros pero muy utilizados a nivel profesional puesto que disminuyen las lesiones y además mejoran considerablemente el drenaje.

433: Su empresa destaca por la inversión en Investigación y Desarrollo. ¿Nos pueden adelantar que nuevas tecnologías y productos están pensando introducir en el mercado, y que tendencias hacen que sus clientes los vayan a adoptar?

EG: Durante nuestro proceso de selección de los mejores pastos siempre teníamos que buscar un equilibrio entre durabilidad y suavidad. A veces los productos más duraderos eran demasiados toscos y muy difíciles de vender. Pero nuestra búsqueda finalmente ha cristalizado y hemos desarrollado un producto muy suave y muy duradero: el pasto **Unbreakable** saldrá al mercado. Su fibra es de 400 micrones, superando con mucho a lo existente en el mercado en la actualidad. La garantía ofrecida es por 10 años.



433: Su trayectoria y prestigio en Miami es indiscutible. ¿Han considerado un plan de expansión a otros mercados en USA, u otros países?

EG: Si. De hecho estamos en ello. Hemos acumulado mucha experiencia y nuestros proyectos han alcanzado difusión internacional. Actualmente nos estamos posicionando en Europa y Latinoamérica. Estamos en la búsqueda de socios estratégicos que puedan hacer llegar nuestros productos a toda Latinoamérica.

433: El fútbol es todavía menos popular que otros deportes en USA, comparado con Latinoamérica y otras regiones. Sin embargo, es claro que va ganando popularidad. ¿Nos podrían contar sobre las tendencias que ven en la adopción de este deporte en su mercado, y que rol están jugando ustedes en potenciar su crecimiento?

EG: El fútbol no para de crecer en USA, y sin duda se está notando la influencia latina. Miami, Chicago, Los Angeles, San Antonio, Texas, son ciudades donde el **Soccer** es el deporte rey. A esto hay que sumarle la gran aceptación del Soccer entre las mujeres, **siendo el deporte más practicado por las niñas entre 10 y 15 años**. No es de extrañar que la selección de USA de mujeres sea la campeona del Mundo.