

Informe Driving Range

Golf Academy

Introducción

El presente informe tiene como propósito comunicar al cliente el trabajo realizado de manera clara y concisa. Se procederá a detallar las diferentes etapas del proceso, seguido por la presentación del análisis realizado junto con sus respectivas conclusiones. Finalmente, se ofrecerán una serie de propuestas de mejora que se sugiere implementar.

Contexto

Este proyecto fue llevado a cabo por un equipo conformado por un experto en economía, otro especializado en análisis de datos, y un tercero dedicado a la gestión y desarrollo. Vale la pena destacar que los tres miembros del equipo cuentan con una amplia experiencia en el golf, siendo habituales visitantes del Driving Range durante los últimos 10 años.

Proyecto

Desarrollo

Esta sección del informe abarca las diversas etapas que conformaron el desarrollo del proyecto, las cuales se describen detalladamente a continuación.

Recopilación de datos provistos por el cliente

En la fase inicial del desarrollo, se recibió un conjunto exhaustivo de datos proporcionados por la empresa, que abarcaban registros de precios, información de ventas y otros aspectos pertinentes para el análisis. Estos datos fueron minuciosamente revisados con el objetivo de identificar áreas clave de interés, facilitando así la posterior agrupación de la información de manera óptima.

Organización de los datos

En la segunda etapa, tras recopilar los datos, se procedió a organizarlos en un formato coherente y comprensible, con el propósito de facilitar su análisis posterior. Se implementaron técnicas específicas para garantizar la integridad de la información.

Búsqueda de datos externos

En la tercera etapa, complementando los datos internos proporcionados por el cliente, se llevó a cabo una exhaustiva búsqueda de datos externos pertinentes para el caso. Esto

incluyó analizar la trayectoria de la inflación y del dólar en el mercado paralelo durante el periodo relevante (2016-presente).

Creación propia de datos

En la cuarta fase, con el objetivo de fortalecer el análisis y la credibilidad de los datos, se optó por la implementación de encuestas en línea. Estas encuestas fueron creadas utilizando la herramienta Google Forms y se distribuyeron a través de canales como Whatsapp e Instagram, dirigidas específicamente a una audiencia conformada por aficionados al golf.

Relacionamiento entre fuentes de datos

En la quinta etapa, se llevó a cabo la correlación de datos internos, externos y generados a través de encuestas. Este proceso permitió identificar posibles tendencias y establecer conexiones significativas entre las tres fuentes de datos, proporcionando una visión integral para el análisis.

Elaboración de gráficos y análisis

En la sexta etapa, mediante el uso de software especializado, se generaron gráficos, tablas y otros elementos visuales con el fin de representar de manera clara y comprensible los resultados del análisis. Se aplicaron diversas técnicas de visualización de datos para destacar patrones relevantes y comportamientos empresariales a lo largo de este periodo.

Propuestas de mejora

En la séptima y última fase, basándonos en las conclusiones obtenidas, se elaboraron una serie de propuestas de mejora. Estas recomendaciones están diseñadas para que el propietario pueda implementarlas de manera independiente, permitiendo así optimizar y potenciar el rendimiento de la empresa.

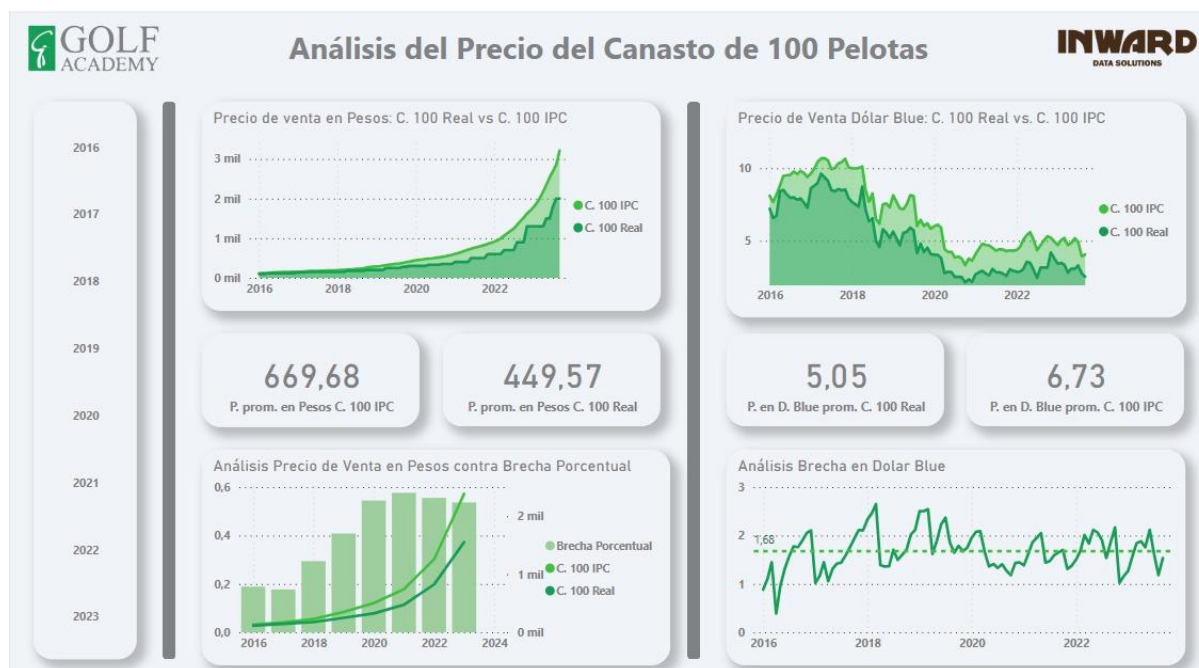
Power BI

Hemos dividido el proyecto en dos partes distintas. En la primera, nos enfocamos en la evaluación del precio de los canastos de 100 pelotas y su evolución a lo largo de los últimos años. Además de utilizar los datos proporcionados por el propietario, incorporamos información externa obtenida en línea, incluyendo el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y la variación del Dólar Blue.

La segunda parte se centra en el análisis de la venta de canastos, abordando diferentes aspectos del tema y complementándolos con datos recopilados a través de encuestas realizadas. El archivo PowerBI se organiza en 4 pestañas para facilitar la exploración. La primera pestaña, llamada "Precio Canastos 100", presenta la evaluación del precio de los canastos de 100 pelotas. Las tres pestañas siguientes se dedican al estudio de la venta de canastos, tituladas "Venta Canastos", "Encuesta Jugadores" y "Encuesta Profesores", respectivamente.

Evaluación del precio de canastos de 100 pelotas

En la pestaña "Precio Canastos 100", se ha habilitado un filtro en el sector izquierdo que posibilita la selección de uno o más años simultáneamente. Esto permite segmentar el análisis según sea necesario. En el cuadrante central de la pestaña, se encuentran dos gráficos y dos tarjetas que representan el precio en pesos argentinos del canasto de 100 pelotas, comparado con el mismo precio ajustado al Índice de Precios al Consumidor (IPC). En el sector derecho se presentan los diversos precios del canasto de 100 pelotas en Dólar Blue.



Análisis

En el primer gráfico, titulado "Precio de venta en Pesos C. 100 real vs C. 100 IPC", se presenta una comparativa entre el precio real en pesos argentinos y el precio ajustado al Índice de Precios al Consumidor (IPC) del canasto de 100 pelotas desde enero de 2016 hasta la fecha actual. Observamos que, al ajustar el precio al IPC desde el año base 2016, la diferencia entre el precio real y el ajustado al IPC aumenta con el tiempo. Inicialmente, esto sugiere que el precio del canasto está quedando rezagado con respecto a la inflación. Sin embargo, antes de llegar a una conclusión definitiva, es crucial analizar otra variable, que se aborda en el siguiente gráfico. También es relevante notar la naturaleza escalonada de los aumentos, donde se observa que cuanto más extensa es la sección horizontal de cada escalón, mayor es el desajuste con respecto al precio ajustado al IPC. Financieramente, la opción óptima sería implementar aumentos periódicos que sigan el ritmo del IPC, aunque esto podría afectar la percepción del cliente al tener que pagar un precio más elevado cada mes.

El segundo gráfico a examinar para complementar el análisis del primero es "Análisis Precio de Venta en Pesos contra Brecha Porcentual". Este gráfico combina líneas y columnas, compartiendo el eje horizontal. El eje vertical derecho representa las líneas, que muestran la misma información que el gráfico anterior. Mientras tanto, el eje vertical izquierdo corresponde a las columnas, que indican la brecha, es decir, la diferencia porcentual entre las líneas. Se optó por expresar la brecha de forma porcentual, considerando la variabilidad

del valor del peso argentino debido a la inflación. A partir de 2017, observamos un aumento en la brecha porcentual que alcanza su punto máximo en 2020, momento en el cual la curva comienza a estabilizarse y, a partir de 2021, muestra una tendencia descendente. A diferencia del primer gráfico, este segundo sugiere que la ganancia en relación con la inflación ha sido menor desde 2016, pero que a partir de 2020, el ajuste de precios acompaña al IPC.

Finalmente, las dos tarjetas centrales presentan los precios promedio discutidos anteriormente. Se recomienda tenerlas en cuenta al utilizar los filtros de año y analizar la evolución año tras año para obtener resultados significativos.



En la siguiente sección, se examinan los dos precios previamente discutidos, pero ahora transformados según la cotización del Dólar Blue correspondiente a cada momento. El primer gráfico, titulado "Precio de Venta Dólar Blue: C. 100 Real vs C. 100 IPC", guarda similitud con el primero presentado en la sección anterior; es un gráfico de área que visualiza los mismos precios, pero ajustados a la cotización del Dólar Blue. Se percibe una diferencia irregular pero constante entre ambos precios a lo largo del tiempo, evidenciando claramente la disminución en el precio del canasto de 100 pelotas en Dólar Blue, independientemente del precio analizado anteriormente. Al igual que en el análisis anterior, se observa una variación significativa desde 2016 hasta 2020, pero a partir de ese momento la curva se estabiliza.

El gráfico "Análisis Brecha en Dólar Blue" ilustra la diferencia entre los dos precios convertidos a Dólar Blue. Se destaca una línea irregular que oscila alrededor de la línea de promedio, situada en 1,68 dólares.

Finalmente, las tarjetas presentan la misma información que las anteriores pero en relación al Dólar Blue. El concepto y los consejos sobre su uso son idénticos a los previamente discutidos.



Conclusiones

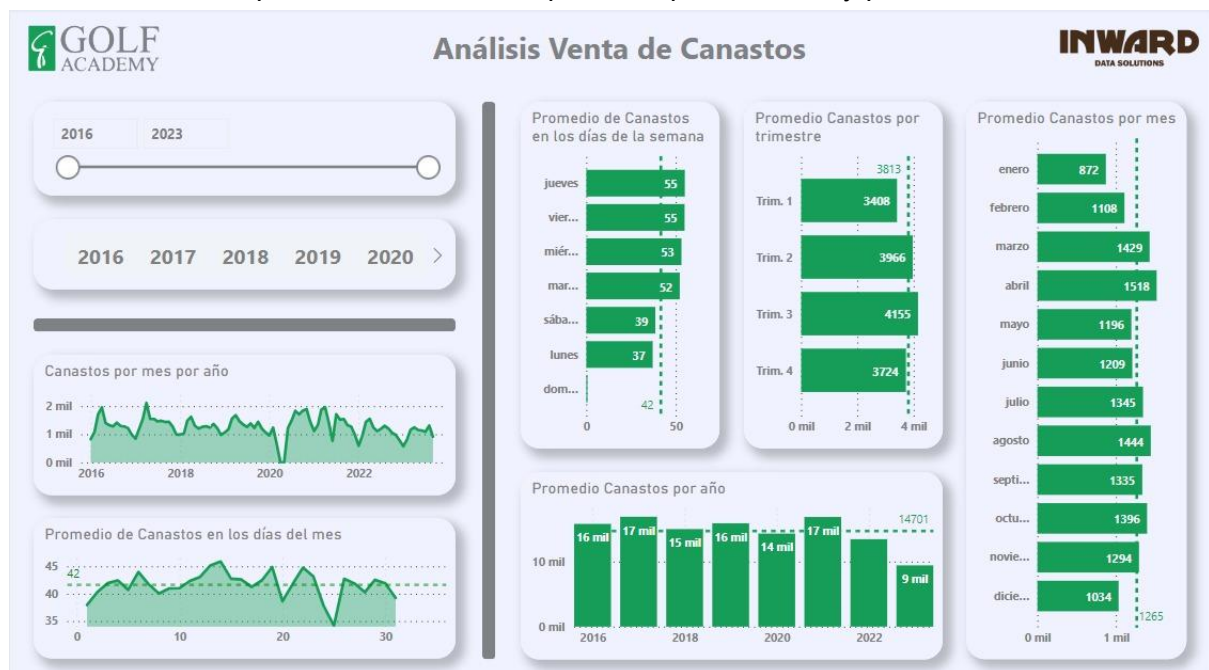
De esta diapositiva que examina el precio de los canastos de 100 desde 2016 hasta la fecha actual, se pueden extraer las siguientes conclusiones. A pesar de existir un retraso en el precio real en comparación con el precio ajustado al IPC desde 2016, notamos que, si el análisis se inicia a partir de 2020, el ajuste de precios se ha alineado con el aumento de este índice. Esta deducción se realiza a partir del segundo gráfico, donde se analiza la brecha entre el precio real y el precio ajustado al IPC de manera porcentual.

Por otro lado, es importante tener en cuenta la forma en que se llevan a cabo las actualizaciones de precio, representadas en el gráfico de forma escalonada. Cuanto más extensas sean las secciones horizontales de los escalones, mayor será el área creada por la diferencia entre una curva y la otra, lo que implica menores ingresos en comparación con los precios ajustados al IPC.

Finalmente, respecto al análisis en relación al Dólar, se concluye que la disminución del precio del canasto de 100 pelotas en esta moneda se debe a factores a nivel nacional, ya que tanto la curva del precio ajustado al IPC como la del precio real siguen un comportamiento similar.

Estudio de la venta de canastos

En la pestaña "Venta Canastos", encontrarán la diapositiva presentada a continuación. En el sector izquierdo, en la parte más alta, se encuentran los filtros de año, presentados en distintos formatos para mayor comodidad. En la parte inferior izquierda, se ubican dos gráficos de línea que representan la cantidad de canastos vendidos por mes y por día del mes en promedio, respectivamente, desde 2016 hasta la fecha actual. En el cuadrante derecho, se presentan gráficos de barras y columnas que muestran los promedios de canastos vendidos por día de la semana, por mes, por trimestre y por año.



Análisis

El gráfico "Canastos por mes por año" es una representación de área que muestra la suma de la venta de canastos por mes desde 2016 hasta la fecha actual. Al analizar los picos y valles del gráfico, podemos deducir en qué meses del año suele haber una mayor o menor demanda de canastos. También se destaca el impacto de las medidas de cuarentena durante la pandemia de COVID-19, donde se observa una disminución en la venta de canastos debido a las restricciones de movimiento. Posteriormente, se evidencia una rápida recuperación de la demanda, llegando incluso a un aumento tras el fin de la pandemia. Sin embargo, en los dos últimos años, se registra una disminución por debajo de los niveles normales.

El segundo gráfico, "Promedio de Canastos en los días del mes", representa el promedio diario de canastos vendidos en cada día del mes. Este gráfico permite identificar en qué momentos del mes suele haber una mayor o menor venta de canastos. Se observa un pico alrededor del día 5, coincidiendo con el periodo en que la mayoría de las personas reciben

su salario. Este patrón se mantiene con fluctuaciones hasta aproximadamente el día 22, donde se registra un mínimo, para luego volver a la normalidad, aunque con un promedio ligeramente inferior hasta el día 5 del próximo mes. La línea horizontal representa el promedio de canastos vendidos en un día, específicamente 42 canastos. REVISAR GRAFICO EJE Y NO EMPIEZA EN CERO



En el segundo cuadrante, se presentan 4 gráficos muy similares, todos representan los promedios de canastos vendidos mediante gráficos de columnas o barras. La diferencia radica en que uno lo hace en función de los días de la semana, otro por mes, otro por trimestre y otro por año. Todos estos gráficos incluyen líneas que muestran el promedio de los promedios.

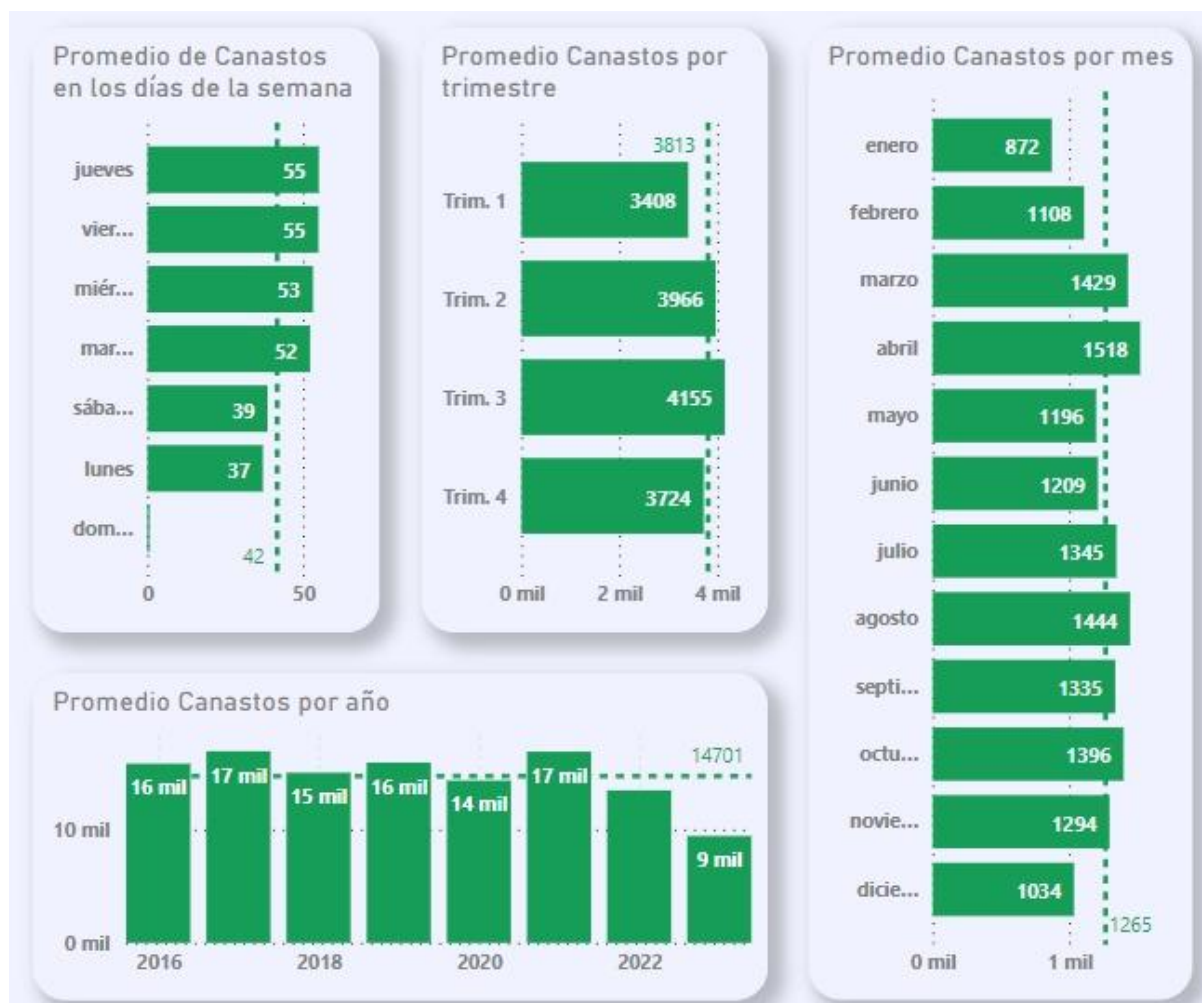
En relación a los días de la semana, el gráfico muestra un orden de mayor a menor, con los días completos (Martes, Miércoles, Jueves y Viernes) rondando los 53 canastos, los medios días (Lunes y Sábado) con aproximadamente 38 canastos, y el domingo prácticamente sin canastos al abrir solo en ocasiones especiales.

Al analizar el gráfico de los meses, se observa que los meses con menor venta de canastos son principalmente Diciembre, Enero y Febrero, con una ligera disminución también en Junio y Julio. El resto de los meses son más consistentes, destacándose Abril con 1518 canastos vendidos.

El gráfico de los trimestres refleja lo mencionado anteriormente, donde los trimestres afectados por los meses más bajos presentan naturalmente una menor cantidad de canastos vendidos. No obstante, se destaca que el trimestre con mayores ventas es el tercero, con 4155 canastos.

Por último, el gráfico de años confirma lo dicho anteriormente en el primer gráfico de este cuadrante. Los años han mostrado una gran similitud entre sí, incluso durante el 2020 con la pandemia, llegando a una disminución en 2022 y 2023.

Se recomienda el uso de ambos filtros de año en esta diapositiva, principalmente para realizar análisis pre y post pandemia. Además, al estudiar el comportamiento año tras año y considerando el 2020 como un año particular, se pueden observar distribuciones interesantes que motivaron la realización de encuestas y la reflexión sobre las razones subyacentes que impulsan la asistencia en ciertas épocas del año.



Conclusiones

A primera vista, al analizar los picos en el gráfico de área de los canastos vendidos por mes y por año, junto con el gráfico de promedio de canastos por trimestre y por mes, se desprende que el negocio del Driving se ve influenciado por las estaciones, siendo los meses de calor extremo (Diciembre, Enero y Febrero) y los más fríos (Junio y Julio) los periodos más afectados en Córdoba. Al profundizar y examinar año tras año con el filtro, se destacan los picos más altos en Marzo, Abril y Septiembre, con una disminución en los meses de Junio, Julio y Diciembre, Enero y Febrero, respectivamente. Esta observación motiva la realización de encuestas para comprender por qué los jugadores tienden a frecuentar o evitar el Driving en ciertas épocas del año. El análisis detallado de estas encuestas se abordará en la siguiente sección **(A)**.

Por otro lado, el promedio de canastos vendidos en los días del mes sugiere que la fecha de cobro de los salarios afecta la asistencia al establecimiento, con picos a partir del día 6, hacia el final de la semana cuando generalmente se realiza el pago a los trabajadores, manteniéndose estable hasta aproximadamente fin de mes, momento en el que se observa una disminución en el promedio de asistencia.

En relación a los días de la semana, la distribución es relativamente uniforme, con ventas de alrededor de 54 canastos en los días completos, alrededor de 38 canastos en los medios días, y prácticamente ninguna venta los domingos, que solo abre en ocasiones especiales. Además, al comparar los medios días, que abren a partir de las 15:00, con los días

completos, se puede inferir que por la tarde se suelen vender más canastos que por la mañana.

Finalmente, el promedio de canastos por año, considerando un 2023 incompleto, ha experimentado un declive a partir del 2022, después de la fase de entusiasmo por los deportes individuales al aire libre que se dio después de la pandemia.

Encuestas a jugadores y profesores de golf

A partir del análisis de los gráficos en la pestaña "Venta Canastos", determinamos que era fundamental recopilar más datos para obtener información adicional y generar hipótesis más sólidas. Para abordar esta necesidad, creamos encuestas utilizando la herramienta Google Forms, que nos permitió diseñar encuestas en línea y compartir el enlace correspondiente.

Decidimos realizar dos tipos de encuestas: una dirigida a los jugadores y otra dirigida a los profesores de golf, con el objetivo de obtener la máxima cantidad de datos posible y comprender mejor los factores que influyen en sus hábitos y decisiones.

Es relevante destacar que, en ambas encuestas, segmentamos a los jugadores en dos grupos: uno denominado "Estudiante (12 a 25 años)" y otro "Trabajador (26 años en adelante)". Esta elección se basó en la importancia de entender los hitos que guían el día a día de los encuestados, como períodos académicos, calendarios de exámenes, o épocas laborales de alta demanda. Además, definimos tres etapas en el año para proporcionar un contexto temporal más detallado. Consideramos el año completo como "Todo el año", desde marzo hasta noviembre como la "Época de cursado" de acuerdo con el calendario académico, y, por último, las vacaciones, que abarcan los meses de diciembre, enero y febrero, siguiendo la lógica anterior.

Estos criterios nos permitirán obtener datos más específicos y comprender cómo influyen diferentes aspectos en los patrones de asistencia de los jugadores al Driving Range.

Encuesta a jugadores de golf

La primera pregunta de la encuesta, "Seleccione su rango de edad," con opciones "12 a 25 años (Estudiante)" y "26 años en adelante (Trabajador)", tuvo como objetivo segmentar la audiencia. Consideramos que podríamos observar comportamientos distintos entre estos dos grupos y queríamos identificar cualquier disparidad que pudiera surgir. Posteriormente, ambos grupos respondieron a las mismas preguntas, las cuales fueron:

1. ¿Usted juega al golf?
 - a. Sí
 - b. No
2. ¿Va al driving regularmente?
 - a. Sí
 - b. No, pero en algún momento lo hice
 - c. No
3. ¿Cuál es o era la época del año en la que usted más asiste o asistió al Driving?
 - a. Todo el año
 - b. Período de Cursado
 - c. Vacaciones
4. Si en alguna época del año practica menos, ¿Cuál es la principal razón?
 - a. Vacaciones

- b. Exámenes
- c. Clima
- d. Otra, ¿Cuál?

En la pestaña "Encuesta Jugadores," se presentaron los resultados. En la parte superior izquierda se encuentra el número de respuestas y un filtro que permite segmentar los gráficos según el rango etario para analizarlos por separado y comparar los diferentes comportamientos en cada grupo. En el cuadrante inferior izquierdo, se encuentran cuatro gráficos, dos relacionados con la asistencia al Driving y dos con la época en la que lo hacen. Finalmente, en la sección derecha, se disponen dos gráficos que muestran las razones por las cuales se asiste con menor frecuencia al Driving.

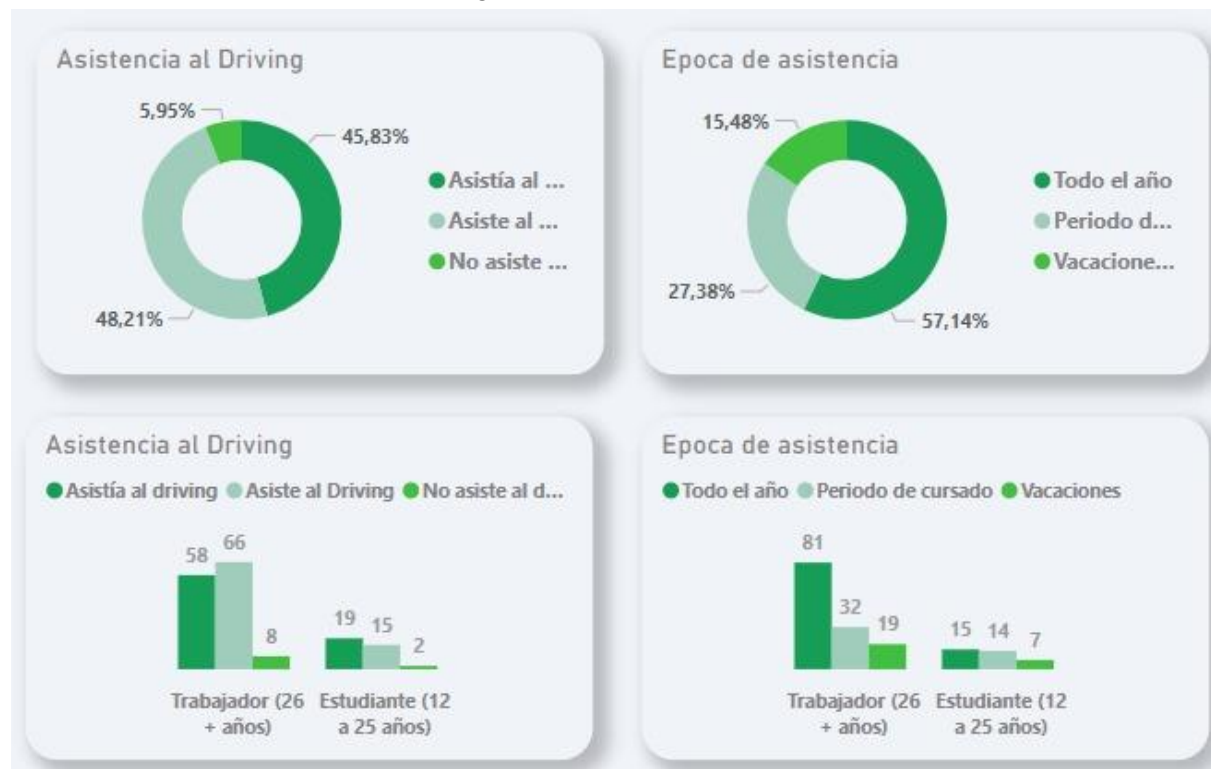


En esta sección, se presentan dos conjuntos de dos gráficos cada uno, cada conjunto contiene un gráfico de Dona y otro de Columnas Agrupadas. Se optó por esta disposición con el objetivo de proporcionar una ayuda visual adicional: en el primero, se observan los porcentajes, mientras que en el segundo se muestran las cantidades. Además, en el gráfico de Dona se presenta el total de las respuestas, mientras que en el de Columnas Agrupadas se encuentran agrupadas según el rango etario. En caso de querer analizar el gráfico de Dona por rango etario, se debe utilizar el filtro mencionado anteriormente.

Los dos gráficos de la izquierda, titulados "Asistencia al Driving," muestran la cantidad de personas que asisten al Driving regularmente en la actualidad, los que alguna vez lo hicieron y los que nunca lo hicieron. Con ellos, buscamos conocer cómo se distribuyen estos tres grupos, para, en el futuro, trabajar no solo con aquellos que asisten regularmente, sino también con los que alguna vez lo hicieron y ahora no. Podemos notar que el grupo que asiste regularmente al Driving y el que alguna vez lo hizo contienen prácticamente la misma cantidad de integrantes, mientras que el grupo "No asiste" es significativamente menor.

En los gráficos titulados "Época de Asistencia," se observa en qué época del año asisten regularmente al Driving los jugadores de golf. En el gráfico de barras, donde la información está segmentada, se visualiza que los Trabajadores suelen asistir durante todo el año, y solo algunos durante la época de cursado y aún menos en las vacaciones. Por otro lado, en

el caso de los estudiantes, suelen asistir de igual manera durante todo el año y en el periodo de cursado, mientras que algunos solo lo hacen en vacaciones.



En cuanto a los gráficos del cuadrante derecho, se sigue la misma lógica de presentar dos con el mismo título, en este caso, "Causa de menor asistencia". Aquí, se observan las causas por las cuales los jugadores dejan de asistir regularmente al Driving. Nuevamente, se nota un comportamiento diferente en los dos grupos. Mientras que a los trabajadores les suele afectar más el clima, a los estudiantes les afectan los exámenes. Las vacaciones son otra razón importante por la cual se suele ir al Driving con menor regularidad, y cabe resaltar que, porcentualmente, estas afectan a ambos grupos por igual.

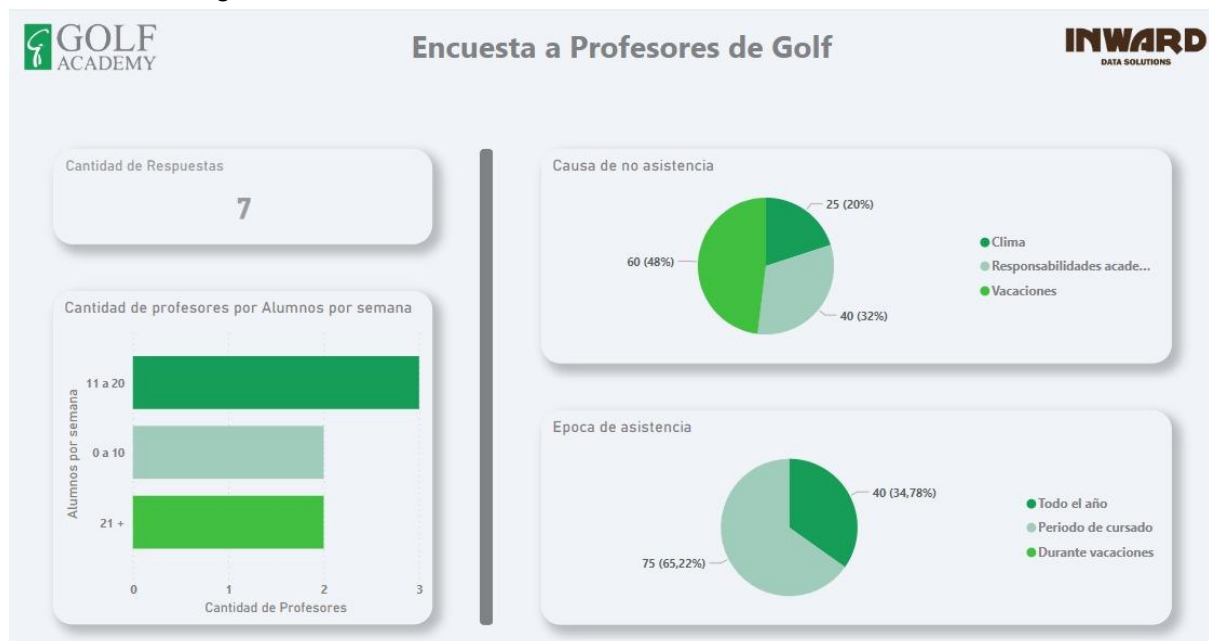


Encuesta a profesores de golf

En este caso, la primera pregunta de la encuesta fue: "¿Cuántos alumnos tiene por semana?", con las opciones: menos de 10, entre 10 y 20, y más de 20. A partir de esta respuesta, seleccionamos un número de alumnos promedio para analizar la relevancia, es decir, por la cantidad de alumnos que vale, la respuesta de cada profesor. Al igual que en la encuesta anterior, las próximas preguntas fueron las mismas para los tres grupos:

1. ¿En qué época del año tiene más alumnos?
 - a. Todo el año
 - b. Período de cursado
 - c. Vacaciones
2. ¿Por qué cree que existe una época con menor cantidad de alumnos?
 - a. Vacaciones
 - b. Responsabilidades académicas o laborales
 - c. Clima
 - d. Otra, ¿Cuál?
3. ¿Qué tipo de alumno es el que más deja de practicar en cierta época del año?
 - a. Estudiante
 - b. Trabajador

Cabe resaltar que a los profesores que pusieron menos de 10 alumnos, se los consideró como que su respuesta valía por 5, a los que pusieron entre 10 y 20 se lo hizo por 15, y a los que pusieron más de 20, se lo hizo por 30. La pestaña "Encuesta Profesores" está dividida en dos secciones. En la izquierda, encontramos el número de respuestas totales y debajo, en el gráfico de barras, la cantidad de profesores por cada grupo. A la derecha se encuentran dos gráficos de torta con datos sobre la asistencia de los alumnos.



Continuando con el análisis, en la sección derecha de la pestaña, se presentan dos gráficos de torta. En el primero, titulado "Causa de no asistencia," se detallan las razones por las cuales los alumnos no asisten a las clases en el Driving. La causa principal son las vacaciones, seguida de las responsabilidades académicas y, en última instancia, el clima. En el segundo gráfico, denominado "Época de asistencia," se examina en qué momento del año suelen asistir los alumnos. Es notable que no hubo respuestas seleccionando la opción "Vacaciones," dividiéndose las respuestas entre las otras dos categorías, con un mayor número durante la "Época de cursado."



Conclusiones

(A) Continuamos con el análisis anterior centrado en la venta de canastos de pelotas de golf a lo largo del año.

En la encuesta dirigida a los jugadores, observamos inicialmente que aproximadamente la mitad de los encuestados solían asistir regularmente al Driving en el pasado, pero actualmente ya no lo hacen. Este grupo presenta una oportunidad para recuperar clientes, siempre y cuando se les motive o convenza adecuadamente. Al analizar la época del año en la que los jugadores solían asistir regularmente, identificamos comportamientos distintos entre los dos grupos. Mientras que la mayoría de los adultos asisten durante todo el año al Driving, atribuido a las restricciones de tiempo que tienen los trabajadores debido a sus vacaciones anuales limitadas, los estudiantes se dividen entre los que asisten durante todo el año y aquellos que lo hacen solo en la época de cursado, con algunos solo durante las vacaciones. Esta variación se debe a que, con el comienzo de las vacaciones, los jóvenes suelen abandonar sus rutinas diarias al no tener un cronograma establecido. En relación con las razones por las cuales dejan de asistir, nuevamente observamos divergencias entre los dos grupos. Principalmente, los trabajadores dejan de asistir debido al clima, siendo las vacaciones la segunda causa. Este resultado sugiere que la interrupción de la rutina durante las vacaciones impacta en la asistencia, como se analizó previamente. Por otro lado, las razones por las cuales los estudiantes no asisten regularmente en ciertas épocas del año se distribuyen de manera bastante equitativa entre el clima, las vacaciones y los exámenes.

Los resultados de las encuestas a los profesores reflejaron resultados similares. La principal causa de no asistencia, según los profesores, son las vacaciones, seguidas de las

responsabilidades académicas y, en tercer lugar, el clima. Suponemos que esta tendencia se debe a la considerable cantidad de alumnos jóvenes, menores de 25 años, y afecta de manera similar a la época de asistencia. De esta manera, el período de cursado, que comprende de marzo a noviembre, representa el momento del año en que más asisten los jugadores.

Propuestas de mejora

A modo de conclusión, presentamos una serie de propuestas que consideramos podrían contribuir a mejorar el rendimiento general del Driving.

En relación al precio de los canastos, proponemos establecer una política de precios predeterminada, evitando la improvisación. Sugerimos aumentos trimestrales, alineados en cierta medida con la trayectoria de la inflación, pero siendo más agresivos en períodos de alta demanda, como marzo, abril y agosto, septiembre. Dado que la demanda varía significativamente con las estaciones y el ciclo académico, esta estrategia podría impulsar la facturación en esos momentos clave, con ajustes menores en épocas de menor demanda.

En cuanto a la cantidad de canastos vendidos, es crucial implementar diversas estrategias de venta y atracción de clientes durante las temporadas de menor demanda (verano e invierno). Algunas recomendaciones incluyen:

- **Redes sociales:** Enfatizar el uso de plataformas de redes sociales para alcanzar a un público más amplio y comunicar información relevante como promociones, eventos y horarios de apertura.
- **Carteles publicitarios:** Explorar la posibilidad de incorporar carteles publicitarios en la entrada y el perímetro del Driving para aumentar la visibilidad y potenciar la facturación, además de contribuir a la prevención del robo de pelotas.
- **Zona de práctica para approach:** Considerar la implementación de una zona específica para practicar approach, atrayendo a golfistas interesados en perfeccionar su juego corto. Esta adición de valor a las instalaciones puede atraer a un mayor número de jugadores, ya que una oferta más completa y mejor mantenida puede generar un mayor interés.
- **Promociones:** Ofrecer descuentos atractivos en los meses de menor flujo (de diciembre a febrero) para incentivar la práctica. Un porcentaje de descuento llamativo que solo se pueda utilizar en dicho periodo.
- **Ventiladores:** Colocar ventiladores tipo industriales en las gateras para hacer más amena y saludable la práctica durante la época de verano.
- **Escuela de verano:** Proponer inscripciones para una escuela de verano dirigida a niños, con el fin de incentivar la práctica de deporte y entretenimiento durante las vacaciones.
- **Promociones con el bar:** Ofrecer promociones matutinas con un rango horario específico (9 a 11 a. m.) que incluyan un canasto de 50 pelotas y café para llevar. Además, establecer una oferta los días con menor flujo en la semana, como el "Miércoles de Powerade", que incluya un canasto y una bebida refrescante.
- **Vínculo con CGC (Córdoba Golf Club):** Ofrecer canastos o chequeras como premios para los torneos diarios del Córdoba Golf Club, especialmente durante los fines de semana o días específicos.

- **Relacionar el "ser socio" del CGC con el driving:** Explorar la posibilidad de ofrecer una integración que permita a los socios del CGC acceder a beneficios especiales, como tiradas gratuitas o descuentos exclusivos, en el Driving.

Estas propuestas están diseñadas para abordar las fluctuaciones estacionales y las tendencias de la demanda, proporcionando una base más sólida para el rendimiento sostenible del Driving.