

# El Mundo de los clubes

Magazine de la Cámara de Clubes Sociales y Deportivos

## Korn Ferry Tour en el Country Club de Bogotá



Apreciados Amigos,

**E**stamos muy orgullosos de tener una Cámara consolidada. Eso demuestra la gran visión de los fundadores.

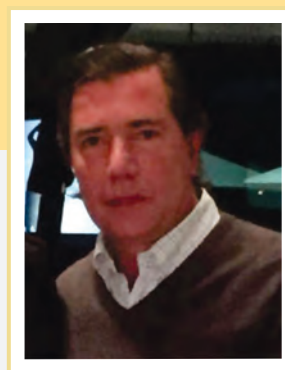
Hoy tenemos 34 clubes miembros y mucha actividad.

Se consolidó la Central de Compras, la cual generó a los clubes afiliados ahorros por \$781 millones en el año 2024.

Los departamentos de compras de los clubes tienen cada vez más información de productos y servicios, y están logrando un efectivo y eficiente proceso de compras y contratación para la administración de los clubes.

Se hicieron encuentros y reuniones con todos los directores de compras y con los principales proveedores de los clubes, quienes están viendo muy atractivo pertenecer a la red de nuestra Cámara.

# La Cámara de Clubes Sociales y Deportivos cumplió 5 años



Guillermo Cabrera Falla

La demanda del acuerdo 897 de 2023 está en curso y esperando resultados para este año.

Como siempre los diplomados de la Cámara son muy atractivos para todos nuestros gerentes y la administración de los clubes.

Muchos temas como seguridad, laboral, energías alternativas, medio ambiente, fundaciones y demás, son tratados con mucho éxito dentro de nuestra Cámara.

Vamos a trabajar en un calendario anual de eventos y actividades para tener una gran agenda.

Hicimos la asamblea con gran participación el pasado 23 de abril. Quiero agradecer la confianza por la elección por otro año como Presidente de la Cámara y el gran apoyo a la junta directiva, donde seguiremos trabajando con entusiasmo por nuestra Cámara de Clubes Sociales y Deportivos. ■

Cordialmente,

**Guillermo Cabrera Falla**  
Presidente Junta Directiva



### **Junta Directiva**

Guillermo Cabrera Falla  
Presidente

José Francisco Chalela Mantilla  
Vicepresidente

#### Vocales

Antonio Dager Fernández  
Club Campestre de Cali

Enrique Carvajales Marulanda  
Country Club de Barranquilla

Esteban Aristizábal Uribe  
Club Campestre de Medellín

Ivan Giraldo Jaramillo  
Club Campestre de Armenia

Jaime Mantilla García  
Metropolitan Club

Mario Felipe Tovar Aragón  
Club Puerto Peñalisa

-----

Joaquín Rocha Tamayo  
Director Ejecutivo

Magazine CCSD - No. 17 - Año 5  
Mayo - Julio 2025  
Bogotá - Colombia

### **Contenido**

- Editorial
- Korn Ferry Tour  
en el Country Club de Bogotá
- Escasez de agua e influencia de los  
Clubes Campestres en su solución
- Desafíos para la seguridad  
de los clubes sociales y deportivos
- ¿Cómo influye el liderazgo  
en la experiencia de los socios del club?

[www.camaradclubes.com](http://www.camaradclubes.com)



# Korn Ferry Tour en el Country Club de Bogotá

**E**l Korn Ferry Tour, perteneciente al PGA Tour, ha consolidado su presencia en Colombia a través del Astara Golf Championship presentado por Mastercard. Este evento, celebrado en el Country Club de Bogotá, se ha convertido en una cita obligada para los amantes del golf y en una plataforma esencial para el desarrollo de talentos emergentes. Durante quince años, ha contribuido no solo al crecimiento del deporte en Colombia, sino también a la proyección internacional de sus jugadores.

## ¿Qué es el Korn Ferry Tour?

El Korn Ferry Tour es el camino oficial para acceder al PGA Tour, el circuito de golf más importante del mundo. Su temporada se extiende de enero a noviembre, y al finalizar, entrega 20 tarjetas que otorgan acceso directo al PGA Tour. El circuito recorre países como Las Bahamas, Panamá, Colombia, Argentina, Chile, México y Estados Unidos, en ese orden.

Cada torneo no solo es una vitrina de talento, sino también una competencia de alto nivel:

cada parada ofrece una bolsa de un millón de dólares, lo que aumenta la competitividad y el atractivo para jugadores de todo el mundo.

Desde su inclusión en el calendario del Korn Ferry en 2010, el Astara Golf Championship se ha consolidado como uno de los eventos deportivos más importantes en Colombia y Latinoamérica.

### Un Formato de Competencia Único

Una de las particularidades del Astara Golf Championship, es su desarrollo en dos campos simultáneamente durante los dos primeros días: los Campos Fundadores y Pacos y Fabios del Country Club de Bogotá. Luego del corte clasificatorio, la competencia continúa sábado y domingo únicamente en el Campo Fundadores. Este modelo de competición en múltiples campos, ocurre únicamente en Colombia y en los Estados Unidos dentro del calendario del Korn Ferry.

Durante la semana del torneo también se realiza una rueda de prensa oficial, que permite a medios y patrocinadores interactuar con jugadores y organizadores. Además, se llevan a cabo cuatro eventos PRO-AM, con la participación de 72 profesionales y 216 invitados aficionados, fomentando el intercambio entre deportistas de élite y figuras del ámbito empresarial y social.

### Un Torneo con Sello Internacional

En su edición más reciente, el Astara Golf Championship reunió a 156 jugadores provenientes de 19 países de América, Europa

y Asia. El torneo no solo destaca por su competitividad, sino también por atraer a figuras prominentes del golf nacional e internacional. Entre los colombianos que han brillado en este evento están Camilo Villegas, ícono del golf nacional; Juan Sebastián Muñoz, campeón en 2016; Nicolás Echavarría, Daniel Faccini, Marcelo Rozo, Ricardo Celia y Esteban Jaramillo. También han participado grandes estrellas del golf mundial como Scottie Scheffler, Patrick Cantlay, Jordan Spieth y Justin Thomas, quien ganó recientemente el título del RBC Heritage 2025.



### Impacto Económico y Social

El impacto del torneo en Bogotá va mucho más allá del deporte. El evento genera aproximadamente 950 empleos, con 230 temporales directos, una base de 400 colaboradores del Club, 200 empleos indirectos, y la participación de 120 estudiantes voluntarios, quienes aprenden valores como la disciplina, la organización y el compromiso.



El evento también impulsa el turismo y la economía local, con un estimado de 650 visitantes internacionales entre jugadores, caddies, staff técnico y acompañantes, que dinamizan sectores como la hotelería, transporte y gastronomía. Muchos de estos visitantes se convierten en embajadores del país, difundiendo la calidad del torneo y las bondades turísticas de Colombia.

### **Formación, Comunidad y Educación**

El Astara Golf Championship abre sus puertas a las nuevas generaciones con clínicas de golf para niños y jóvenes, donde reciben instrucción directa de jugadores profesionales. Esta apuesta por la formación temprana es un pilar del torneo, sembrando la semilla del deporte en futuros talentos.

Así mismo, el torneo ha apoyado a la Fundación Cardioinfantil con actividades sociales. Este programa inició hace tres años y tiene una visión a largo plazo y se busca continuar fortaleciendo el apoyo y promoción a la Fundación Cardioinfantil.

### **Un Torneo Sostenible**

En línea con las tendencias globales de sostenibilidad, el torneo ha desarrollado iniciativas medioambientales como la eliminación del plástico de un solo uso, la instalación de dispensadores de agua y sistemas de clasificación y disposición de residuos. Estas acciones reafirman el compromiso del torneo con el entorno y con una gestión responsable del evento.

### **Reconocimientos y Proyección Regional**

Recientemente, el torneo fue galardonado con el premio a la mejor organización del Korn Ferry Tour 2022, reconocimiento que valora aspectos como la presentación del campo, la atención a los jugadores y espectadores, la logística, la difusión nacional e internacional, y la satisfacción de los patrocinadores.

El Astara Golf Championship no solo ha elevado el perfil del golf en Colombia, sino que también fue pionero en introducir el Korn Ferry

Tour en Sudamérica, impulsando la creación de nuevos torneos en países vecinos. Actualmente, el 7% de los jugadores del PGA Tour son latinoamericanos, muchos de los cuales comenzaron su carrera profesional en esta gira.

### Aliados Estratégicos y Organización de Excelencia

El éxito del torneo también se debe al esfuerzo continuo de la organización del Club y su relación con aliados comerciales. Se desarrollan estrategias personalizadas y mediciones de impacto que permiten alcanzar objetivos de visibilidad, posicionamiento de marca y proyección comercial. Esta gestión ha sido clave para mantener el compromiso y la vinculación de los patrocinadores año tras año.

“Para el Country Club de Bogotá es motivo de orgullo celebrar una vez más el Astara Golf Championship, presentado por Mastercard, este año con mayor emoción en la decimoquinta edición. Desde el Country Club reafirmamos nuestro compromiso con el desarrollo del golf colombiano, posicionando al Club, a la ciudad y al país como referentes. Queremos desde el Country seguir impulsando las grandes noticias y los grandes talentos”, dijo el Dr. Guillermo Cabrera, presidente del Country Club de Bogotá. ■



Guillermo Cabrera F. y Kyle Westmoreland, ganador del Astara Golf Championship 2025.



Adriana Moreno  
Gerente General  
Country Club de Bogotá

# Escasez de agua e influencia de los clubes campestres en su solución



Camilo Gómez Estévez

El mundo sufrirá cada vez más la falta del líquido vital y hay cuatro causas principales por las que los recursos hídricos no son suficientes para satisfacer la demanda:

- Cambios climáticos que incluyen sequías o inundaciones (Niño o Niña)
- Crecimiento demográfico unido a mayor desarrollo económico y digital
- Desequilibrio entre la oferta y la demanda hídrica
- Falta de infraestructura adecuada

Para 2025 se prevé que el 66% de la población mundial podría encontrarse en situación de Estrés Hídrico (entre 500 y 1.000 m<sup>3</sup> de agua al año per cápita) y por increíble que parezca,

Bogotá y sus alrededores ya sufrieron por varios meses un racionamiento cercano al Estrés Hídrico mencionado. De las 4 causas principales de escasez, la primera y la segunda están fuera del control humano y sólo la tercera y la cuarta podrían ser solucionadas a partir de un manejo apropiado.

En Colombia, por ser un país de 1.800 ríos y contar con el segundo nivel de lluvias más alto del mundo, toda el agua potable proviene de ríos y de embalses superficiales. En el resto del mundo, el uso de agua potable de pozos profundos (*underground water* o acuíferos) es la constante y es usada mayormente cuando por razones climáticas que causan desequilibrio entre la oferta y la demanda, el agua superficial es insuficiente. El volumen de agua almacenada en los acuíferos del mundo es 60 veces más grande que el agua dulce en ríos y lagos.

Un análisis de los clubes campestres en Colombia, indica que de toda la superficie que conforman estos sitios, sólo el 10% está compuesto de áreas techadas, vías sólidas, patios y andenes en donde cuando llueve, el agua recibida en estas áreas es manejada por el sistema interno de aguas lluvias que se canalizan para finalmente desembocar en algún río, aguas abajo y fuera del alcance inmediato de los sistemas de captación de agua para ser potabilizada.

El 90% restante del área de los clubes campestres cuenta con amplios espacios de grama, arboles, cuerpos de agua, zonas de bosques nativos o plantados y albergan y protegen una población de aves y animales silvestres en un entorno que frena la contaminación atmosférica, reduce la acción erosiva de la lluvia, del sol y del viento, disminuye la escorrentía en épocas de lluvia y contribuye notablemente a la carga de los acuíferos localizados en el subsuelo los que son fuente potencial de agua para el consumo humano, la agricultura y la industria.

En el año 2023, en pleno Fenómeno del Niño, la precipitación anual en Colombia fue de

1.620 milímetros, equivalente al 50% de la precipitación normal. Para un club campestre con 90 hectáreas (900.000 m<sup>2</sup>) de espacio abierto, el agua infiltrada a los acuíferos sería de 1.46 millones de metros cúbicos de agua por año, teniendo en cuenta que un milímetro de lluvia equivale a depositar un litro de agua por metro cuadrado de área.

**No hay ninguna actividad financiera, comercial, industrial, de construcción o de servicios que tenga un efecto tan positivo sobre el agua, como el aquí mostrado**

Si se cumpliera el deseo de algunos Concejales, enemigos de los clubes, de urbanizar estos espacios, las 90 hectáreas mencionadas arriba de espacios abiertos, pasarían a tener 90% de

áreas techadas, vías asfaltadas y aceras, reduciendo la infiltración a los acuíferos en 1.31 millones de metros cúbicos de agua por año y aumentando la demanda hídrica de estas personas, lo que es totalmente contraproducente.

Dentro de sus planes a corto plazo, las empresas de acueducto y especialmente la de Bogotá requerirán proporcionar la infraestructura adecuada para solucionar el desequilibrio entre la oferta y la demanda hídrica. ■

CAMILO GÓMEZ ESTÉVEZ I.Q.U.N.  
Socio Club Campestre de Cali  
Miembro del Comité de Gestión Ambiental - CCSD  
Consultor en Energía y Medio Ambiente



# Desafíos para la seguridad de los clubes sociales y deportivos



Carlos Bastidas  
Director de Seguridad  
Gun Club

Los clubes sociales y deportivos enfrentamos hoy en día múltiples desafíos para garantizar la seguridad de nuestros asociados y afiliados. Sin embargo, el principal reto es fomentar una cultura de la seguridad que abarque a todos los actores involucrados en nuestras actividades: desde proveedores y colaboradores, hasta los miembros de las juntas directivas, quienes son nuestro respaldo para establecer las políticas que rigen la seguridad dentro de nuestras organizaciones.

Con las nuevas tecnologías, se hace cada vez más necesario mantenernos actualizados y a la vanguardia para poder anticiparnos a las amenazas del mundo digital. Entre ellas se destacan:

- El secuestro de nuestras bases de datos
- Suplantaciones electrónicas potenciadas con inteligencia artificial
- Debilidades en nuestro software y hardware
- Falta de cifrado adecuado de la información
- Riesgos asociados al uso de aplicaciones y plataformas de pago, cada vez más utilizadas por nuestros socios para interactuar con las áreas administrativas

Si bien este salto tecnológico ha impulsado una evolución necesaria en la sociedad, también nos plantea nuevos retos en materia de seguridad, que deben ser abordados desde una estrategia integral adaptada a la realidad de los clubes sociales y deportivos.

## Factores clave de una estrategia de seguridad integral

### Factor humano

La capacitación continua es esencial para contar con personal entrenado, no solo en la atención de emergencias, sino también en la identificación y gestión adecuada de riesgos.

### Cultura de seguridad

Es fundamental generar conciencia de seguridad entre colaboradores, contratistas y socios. Esto implica diseñar protocolos claros, bien difundidos y verdaderamente interiorizados por todos los involucrados.

### La inversión en seguridad

Durante años, los departamentos de seguridad fueron considerados por algunas organizaciones como un activo costoso o de baja prioridad. Sin embargo, hoy se reconoce que son uno de los pilares más importantes para cualquier organización empresarial.

En el caso de los clubes, contar con departamentos de seguridad robustos permite que el socio disfrute de las actividades con tranquilidad, generando una experiencia segura y confiable dentro de nuestras instalaciones y en los eventos que programamos. Esto tiene un impacto directo en la calidad del servicio y en la percepción de valor del club, minimizando los riesgos físicos y reputacionales. Por esta razón la seguridad debe ser vista como una inversión ya que enriquece nuestro portafolio de servicios y la experiencia del socio.

### La seguridad es transversal

La seguridad no se limita a contar con una empresa de vigilancia que cuide nuestras instalaciones. Su alcance es mucho más amplio y debe permear todos los procesos del club, como:

- La selección del personal
- La investigación de antecedentes de empresas proveedoras
- La identificación de riesgos físicos, como una mala iluminación o una cámara de CCTV fuera de servicio
- La evaluación y respuesta ante posibles amenazas de mayor complejidad, como una situación de orden público o una amenaza terrorista

En resumen, la seguridad debe ser entendida como una responsabilidad colectiva y un compromiso constante con la prevención, la preparación y la mejora continua. ■

# ¿Cómo influye el liderazgo en la experiencia de los socios del club?

Fondo Editorial  
**NCA**

Como en cualquier negocio, el liderazgo, tanto intencional como no intencional, puede moldear significativamente la cultura, las operaciones y la experiencia de los socios de un club privado, cuando este se manifiesta a través de la junta y el personal.

El liderazgo deliberado y estratégico a menudo se alinea con la misión, la visión, los valores y los objetivos del club. Es intencionado e implica la orientación consiente de los demás hacia un objetivo específico, guiado por la estrategia, la autoconciencia y el compromiso. Este rol lo vemos frecuentemente en la junta y comités, cuando proporcionan orientación visionaria al desarrollar y establecer objetivos a largo plazo para la experiencia de los socios y la infraestructura del club. Tomarse el tiempo para crear políticas y procedimientos integrales que reflejen las prioridades del club ayuda a garantizar que la operación fluya sin tropiezos; y la administración, responsable de los presupuestos y recursos, asegura la sostenibilidad del club. El diálogo continuo, los foros organizados, y las encuestas periódicas, proporcionan a los directivos una visión más profunda de las necesidades y deseos de los socios.

## Liderazgo intencional

El liderazgo intencional ejercido por el personal en la atención proactiva y solución de problemas anticipa las necesidades de los socios y evita que se intensifiquen. Igualmente, la implementación de un programa de comunicaciones estratégico y consistente mantiene a los socios informados de los acontecimientos, cambios y oportunidades. El liderazgo intencional también es producto del empoderamiento, capacitación y desarrollo continuo, que mejora la calidad del servicio y se alinea con los estándares establecidos por el club.

## Liderazgo involuntario

Es importante recordar el potencial del liderazgo involuntario, que ocurre cuando un individuo influye en los demás o en el entorno del club sin tener la intención consciente de liderar. El liderazgo involuntario puede afectar al club tanto positiva como negativamente y, a menudo, surge de comportamientos, actitudes o decisiones que dan ejemplo, moldean percepciones y/o establecen normas.

Los miembros de la junta pueden establecer involuntariamente patrones culturales a través de su comportamiento, como cuando favorecen la inclusión o, por el contrario, la exclusión. Tomar decisiones ad-hoc que respondan a una estrategia coherente crea confusión y puede reñir con las expectativas de los socios, y en algunos casos, sin saberlo, pueden crear tensión dentro de la estructura de gobierno. Por ejemplo, llegar tarde a las reuniones puede indicar involuntariamente que la puntualidad no es una prioridad, y los comentarios casuales que no se alinean con la misión, la visión o los valores, pueden establecer un tono equivocado.

## Influencia del personal

El comportamiento del personal, su forma de manejar los conflictos, de interactuar con los socios o de mostrar entusiasmo (o falta de él) también afecta la cultura organizacional y el ambiente del club. **Cuando los líderes espontáneos muestran integridad, compromiso o positividad, pueden inspirar a otros y reforzar esa cultura organizacional de manera saludable, lo que convierte a algunos en referentes para obtener orientación y apoyo, y moldear de manera positiva el trabajo e incluso la moral.** Al mismo tiempo, actuar de una manera que contradiga la cultura lleva a socavar los esfuerzos positivos.

Si bien el liderazgo intencional impulsa el éxito estratégico, el liderazgo no intencional puede ofrecer información sobre la cultura del club y la dinámica subyacente. La reflexión regular, la comunicación abierta y la alineación de los objetivos de los socios y del personal pueden ayudar a que ambas formas de liderazgo impacten positivamente el entorno del club y, en última instancia, en la experiencia brindada a los socios. ■

Julia Kelly,  
VP de Ventas y Marketing de Troon Privé  
jkelly@troon.com  
Impreso con autorización de la National Club Association.

# Nuevos miembros

**Damos una muy cordial bienvenida  
a los siguientes Clubes  
y a sus respectivos presidentes:**



CLUB DEL  
**COMERCIO**  
DE BOGOTÁ



*Pura vida*

