



TURISMO DE GOLF EN LA COMUNITAT VALENCIANA > noviembre 2011

0 - Índice

1	CARACTERÍSTICAS GENERALES	3-4
	Conceptualización	
	Coyuntura	
2	EL TURISMO DE GOLF EN EUROPA	5
3	EL TURISMO DE GOLF EN ESPAÑA	6-10
	Oferta	
	Demanda	
4	EL TURISMO DE GOLF EN LA COMUNITAT VALENCIANA	11-16
	Oferta	
	Demanda	
	Promoción	
5	DIRECCIONES WEB DE INTERÉS	17

1 – Características generales

CONCEPTUALIZACIÓN

Se considera **turismo de golf** al flujo de personas que pernoctan fuera de su lugar habitual de residencia motivados por la práctica de golf o para asistir como espectadores a competiciones del golf.

El turismo de golf constituye uno de los **clusters de la economía del golf** y su valoración económica incluye el coste del transporte, el alojamiento, la restauración y el ocio que realizan los turistas en su viaje de golf (*).

El destino de golf es aquel que por sí solo es capaz de atraer turismo de golf y que agrupa 4 o 5 campos de golf a menos de 45 minutos por carretera de establecimientos de alojamiento de calidad, los cuales deben estar ubicados a menos de 90 minutos de un aeropuerto (**).

CLUSTERS DE LA ECONOMÍA DEL GOLF

1. ACTIVIDADES	Green fees e inscripciones de socios; beneficios por comida y bebida; patrocinios; leasing y alquileres.
2. INVERSIONES	Desarrollos y ampliaciones del campo; otras inversiones (renovación del club, sistema de riego, etc.).
3. EQUIPAMIENTO	Palos, pelotas, zapatos, bolsas, guantes, ropa.
4. TORNEOS	Torneos internacionales, derechos de transmisión en medios de comunicación; patrocinio de jugadores.
5. TURISMO DE GOLF	Gasto de los turistas de golf en transporte, viaje, alojamiento, restauración, ocio, etc.
6. DESARROLLOS INMOBILIARIOS	Derivado de la construcción de viviendas en el entorno de campos de golf.

Fuente: Amorós. *El Turismo de Golf en la Costa del Sol*. 2003

(*) KPMG. *The Value of Golf to Europe*. 2008

(**) IAGTO. *Golf Tourism Development Strategy. Comunidad Valenciana*. 2009

1 – Características generales

COYUNTURA

La recesión económica no ha afectado al número de **turistas de golf** en el mundo, que se ha **incrementado** en 2009 y 2010. Sin embargo sí que ha provocado una reducción de su gasto medio en destino.

Los campos de golf están registrando **menores beneficios** derivados de un descenso en sus ingresos (menor número de asociados, de gasto en comidas y bebidas, y de ingresos por *green fee*) y un aumento en los gastos. Los campos vinculados a destinos turísticos y que dependen de emisores como Reino Unido o Irlanda son los más afectados por la crisis (**). Este es el caso de los destinos de golf españoles, muy **dependientes del mercado británico** (turistas y residentes expatriados), que también se han visto afectados por la pérdida de valor de la libra esterlina frente al euro (**).

Las estrategias de **marketing relacional**, **yield** (gestión de precios) y creación de **alianzas** comerciales con operadores turísticos son claves para la sostenibilidad futura de los operadores de golf (**).

En lo referido a mercados emisores, los países con mayor peso en el turismo de golf, **Estados Unidos**, **Japón** y **Australia**, han alcanzado **madurez** y no registran un destacable crecimiento en número de jugadores (*).

En Europa se espera que el turismo de golf siga creciendo en los próximos años y que **España y Portugal** mantengan su posición de **liderazgo**, con la incipiente competencia de destinos como Turquía.

Reino Unido, **Suecia** y **Alemania** seguirán siendo los emisores de golf europeos más importantes, pero los que experimentarán mayor crecimiento serán **Suiza**, **Austria**, **Dinamarca** y **República Checa**.

Fuente: KPMG *Golf Travel Insights* 2010.

(*) www.onecaribbean.org con datos de International Association of Golfing Tour Operators (IAGTO).

(**) IAGTO. *Golf Tourism Development Strategy*. Comunitat Valenciana. 2009

(***) KPMG. *Golf and the Economic Downturn*. 2010

2 – El turismo de golf en Europa

IMPACTO

El turismo de golf supuso para la economía europea en 2006, **antes de la crisis económica** (*):

- **2,2 billones €** de beneficio directo, el 11,5% del generado por la industria de golf europea, que supone a su vez el 30% de los beneficios generados por la industria estadounidense.
- 63% del beneficio obtenido por turismo de golf se produjo en los países de **Europa occidental** (Francia, Italia, España y Portugal), aunque éstos sólo contaban con el 17,5% de la oferta de campos de golf.
- **50.000** puestos de **trabajo y 1,3 billones € en salarios**.
- **1,5% de los viajes** que se produjeron en Europa.
- **250€ por persona y día** durante un viaje de golf de una semana, de los cuales sólo el 26% se atribuye directamente al deporte (el resto corresponde al viaje, alojamiento, restauración, etc.)

El turista de golf tiene una **estancia mayor** que la del turista tradicional, un presupuesto medio un 180% más elevado y un **gasto diario tres veces superior**. El golf supone una **oferta complementaria** al turismo de reuniones (*).

Fuente: KPMG. *The Value of Golf to Europe*. 2008
(*). Editur N° 8. *Golf la hora de dar un nuevo golpe*. 2008

3 – El turismo de golf en España: oferta

OFERTA

El número de **clubes de golf en España** fue de **590** en enero de 2011. **Andalucía**, con 130 clubes de golf, es la comunidad con mayor oferta, seguida de **Cataluña** (66), **Madrid** (59) **Castilla y León** (52) y **Comunitat Valenciana**, con 48 clubes.

Los campos de **18 hoyos** son los más habituales en España y en las zonas turísticas. La mayoría de campos españoles corresponden a la **década de los 90** y son de gestión **privada**, a diferencia de lo que ocurre en otros países líderes en este deporte (**).

Tan sólo el 9,5% de las instalaciones de golf en España son de carácter público y agrupan al 11,8% del total de licencias. Hace 15 años sólo se disponía de 3 instalaciones públicas, lo que indica el positivo proceso de **popularización** experimentado por el golf español en los últimos años (**).

En España los periodos de máxima ocupación de la mayor parte de los campos se registran en **primavera** y **otoño**, excepto en Canarias que es en otoño e invierno. En el litoral mediterráneo se juega con escasas oscilaciones a lo largo del año (*).

Fuente: Real Federación Española de Golf. *Distribución de Clubes por Comunidades Autónomas 1-1-2011*

(*) Conselleria de Turisme

(**) Federación Española de Golf Comité de Campos. *Crecimiento Sostenido 2010*

3 – El turismo de golf en España: oferta

CLUBES DE GOLF EN ESPAÑA 2011													
	60 hoyos	54 hoyos	36 hoyos	27 hoyos	18 hoyos	9 hoyos	Par 3	Pitch& Putt	Rústico	Canchas	Sin campo	Con Campo	TOTAL
ANDALUCÍA	1		7	9	64	11	5	4	1	2	26	102	130
ARAGÓN					6	3		1		1	2	10	13
ASTURIAS					6	9		1		2	4	16	22
BALEARES			2	1	16	2					1	21	22
CANARIAS				1	17		1	2			5	21	26
CANTABRIA				1	2	6	2			1	8	11	20
CATALUÑA			4	2	23	8	2	4	1	1	21	44	66
C. LA MANCHA					7	6	1	1	5	2	9	20	31
CASTILLA LEON					16	12	1		10	5	8	39	52
EXTREMADURA					4	3					2	7	9
GALICIA					7	7	5	3			2	22	24
MADRID			4		12	7	5	3	2	13	13	33	59
MURCIA		1			14	2	2				7	19	26
NAVARRA					3			1		2		4	6
COMUNITAT VALENCIANA			1	2	18	6	1	5	1	2	12	34	48
PAÍS VASCO				2	7	3	2	1		9	3	15	27
CEUTA												0	0
MELILLA						1					3	1	4
LA RIOJA					3						2	3	5
TOTAL	1	1	18	18	225	86	27	26	20	40	128	422	590

Fuente: Real Federación Española de Golf. Distribución de Clubes por Comunidades Autónomas 1-1-2011

3 – El turismo de golf en España: demanda

DEMANDA INTERNACIONAL

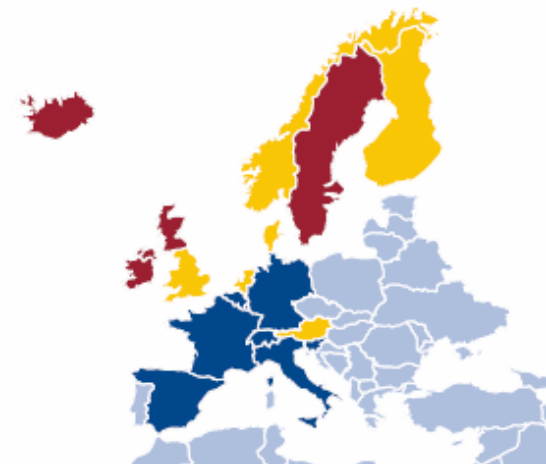
56 millones de personas juegan al golf en el mundo: 26,7 millones son **estadounidenses**, 14 millones proceden del **Japón**, 5,5 millones son **europeos** y 5 millones de **Canadá** (*).

Reino Unido es el país europeo que dispone de más campos de golf (2.576) y mayor número de jugadores federados (1.110.448). A mucha distancia le siguen **Países Nórdicos**, **Alemania**, **Francia e Irlanda** (número de campos) o **Países Bajos** (número de federados). **España** ocupa la **sexta** posición en número de campos y en número de jugadores federados.

España es el destino del 35% de los viajes de golf en el continente (****) y es el principal elegido por el mercado alemán, el británico y el sueco, y el segundo del francés (***).

La **calidad** de las instalaciones de golf, la **accesibilidad** de los campos y el **precio** son los factores que más valoran los turistas de golf europeos en la selección de sus destinos de golf. Los turistas de golf europeos juegan una media de 5 vueltas en 3,5 campos de golf diferentes, durante un viaje de una semana de duración (*****).

MERCADOS EMISORES DE GOLF EN EUROPA (% POBLACIÓN QUE JUEGA AL GOLF 2006 **)



- Mercado maduro (>= 5%)
- Mercado desarrollado (1%-5%)
- Mercado en crecimiento (0.2%-1%)
- Mercado emergente (<0.2%)

Fuente: European Golf Association 2010

(*) www.onecaribbean.org

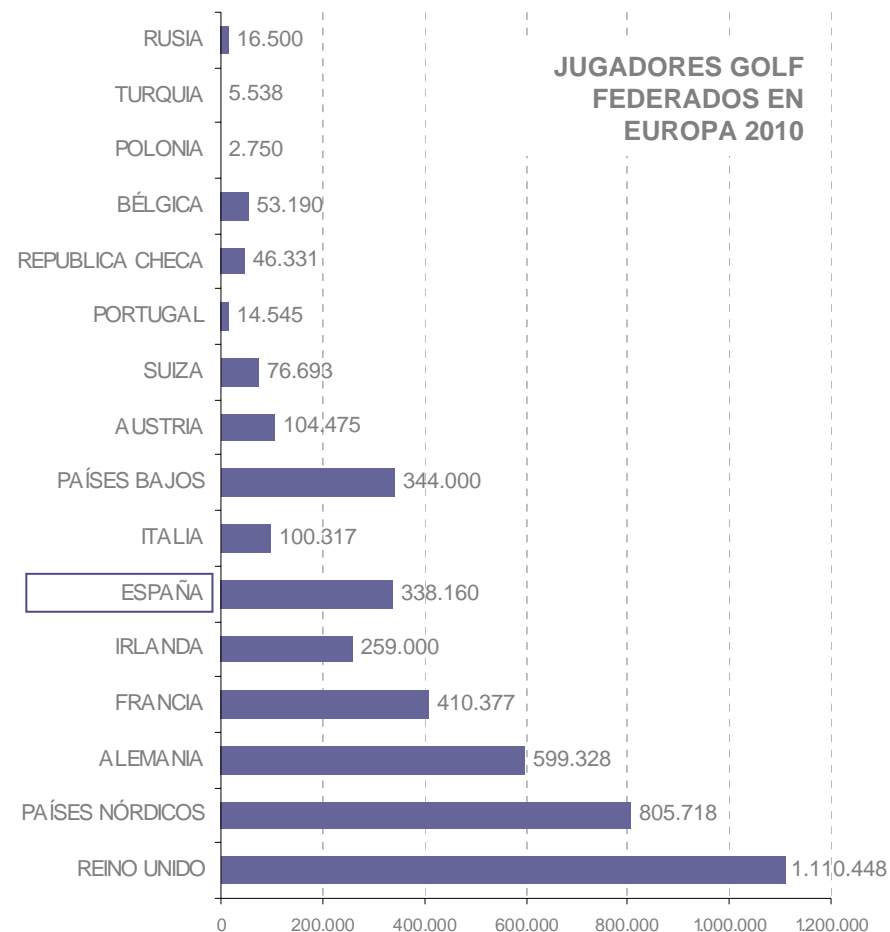
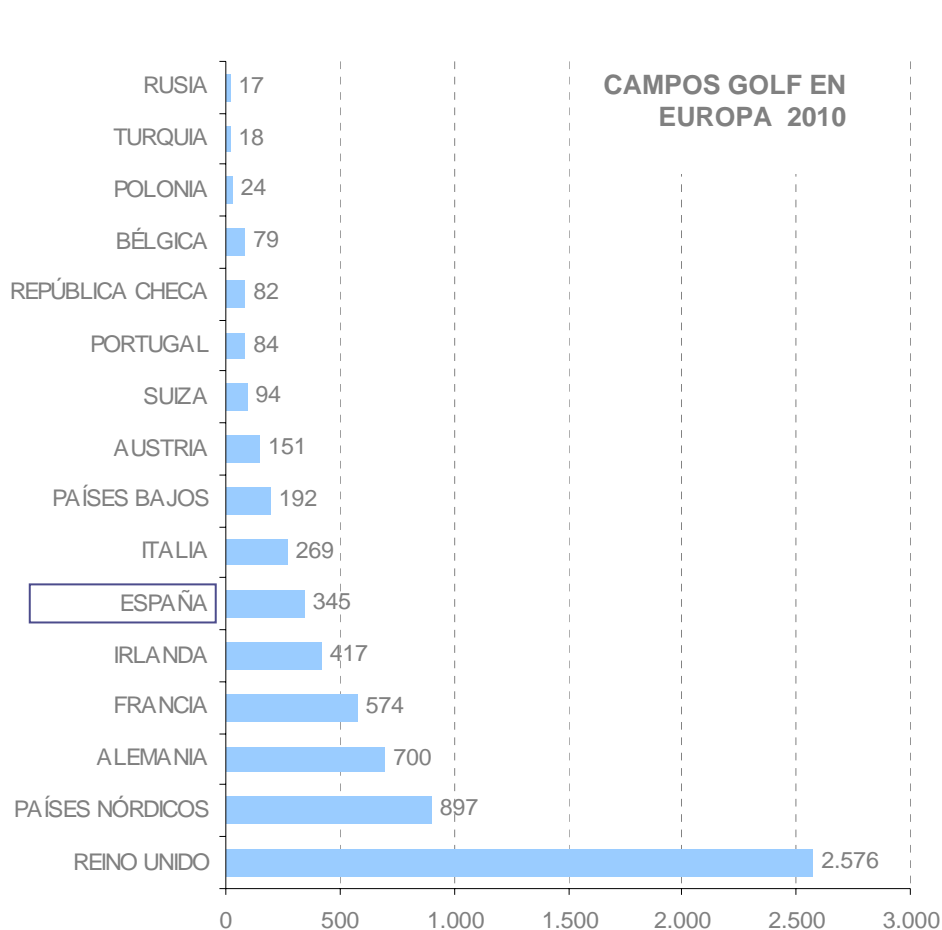
(**) KPMG. The Value of Golf to Europe, Middle East and Africa. 2008

(***) IAGTO. *Golf Travel Report* 2003

(****) International Golf Travel Market. IGTM Brochure. Noviembre 2008

(*****) IAGTO. Golf Tourism Development Strategy-Comunidad Valenciana. 2009

3 – El turismo de golf en España: demanda



Fuente: European Golf Association. www.ega-golf.ch

3 – El turismo de golf en España: demanda

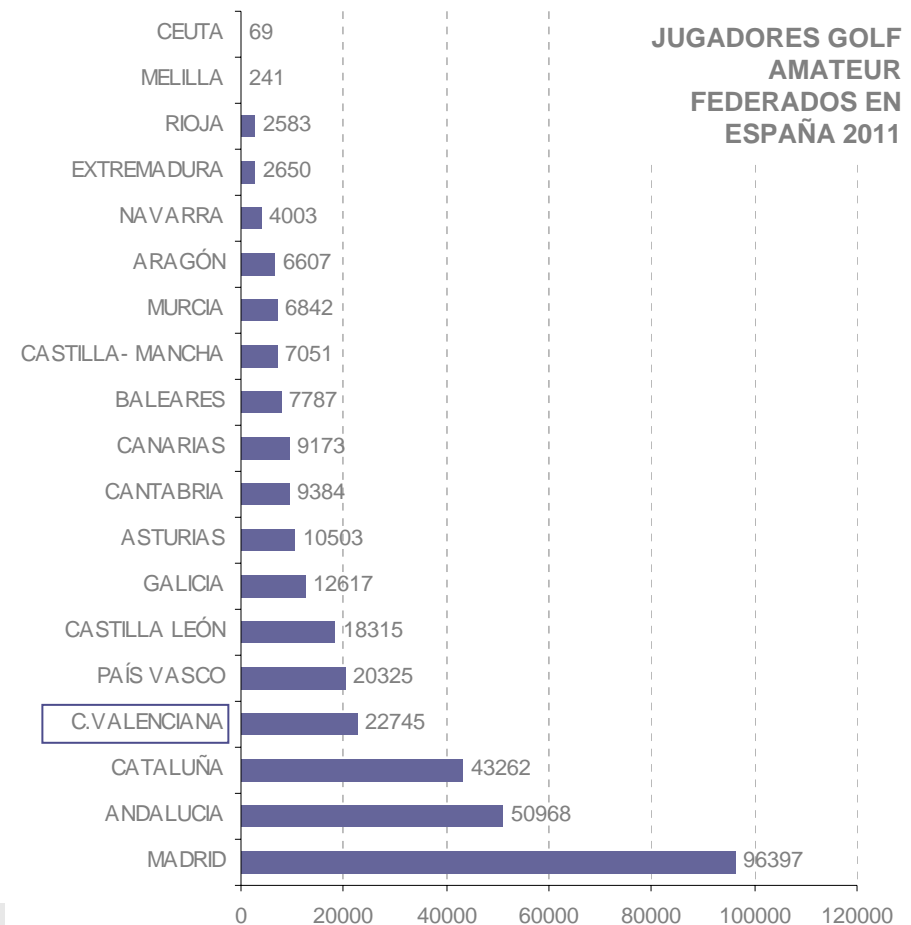
DEMANDA NACIONAL

En enero de **2011** el número de jugadores de golf con licencia amateur en España fue de 331.533, **más del doble** de las licencias registradas en el año **2000**.

Madrid es la Comunidad española con mayor número de jugadores amateur federados, seguida en importancia por **Andalucía, Cataluña, Comunitat Valenciana, País Vasco** y **Castilla y León**.

Con respecto a 2010 todas las Comunidades Autónomas han registrado un menor número de licencias de jugadores amateur, a excepción de Aragón, Asturias, Ceuta, Melilla y Navarra.

Los **destinos** elegidos por los **golfistas españoles** son Costa del Sol, Huelva, Cádiz, Almería, Canarias, Baleares, Cataluña y la **Comunitat Valenciana**. (*)



Fuente: Real Federación Española de Golf. Comité de Licencias. *Número de Licencias Amateur por Territoriales*. Octubre 2011

4 – El turismo de golf en la Comunitat Valenciana: oferta

OFERTA

La **Comunitat Valenciana** es la **quinta** región española con mayor volumen de **oferta**, con 48 clubes de golf en 2011 (8,13% del total), por detrás de Andalucía, Cataluña, Madrid, y Castilla y León (*).

La Comunitat Valenciana cuenta con **30 campos** de golf. **Alicante** es la provincia que mayor oferta concentra con 19 campos, Valencia cuenta con 8 y Castellón dispone de 3 campos. También cuenta la Comunitat con **6 “pitch and putt”**, 3 de los cuales se ubican en la provincia de Alicante, 2 en Valencia y 1 en Castellón.

Se pueden distinguir **6 destinos de golf** en la Comunitat Valenciana que corresponden a municipios que incluyen en su entorno una oferta suficiente de instalaciones de golf, alojamiento de calidad y conveniente accesibilidad: **Torreveja, Alicante, Benidorm, Dénia, Valencia y San Jorge (**)**.

ZONAS Y PROVINCIAS	CAMPOS DE GOLF 2010
Benidorm	2
Litoral	13
Interior	4
PROVINCIA DE ALICANTE	19
Litoral	1
Interior	2
PROVINCIA DE CASTELLÓN	3
Valencia ciudad	1
Litoral	1
Interior	6
PROVINCIA DE VALENCIA	8
COMUNITAT VALENCIANA	30

Fuente: Conselleria de Turisme

Real Federación Española de Golf. *Distribución de Clubes por Comunidades Autónomas 1-1-2011*

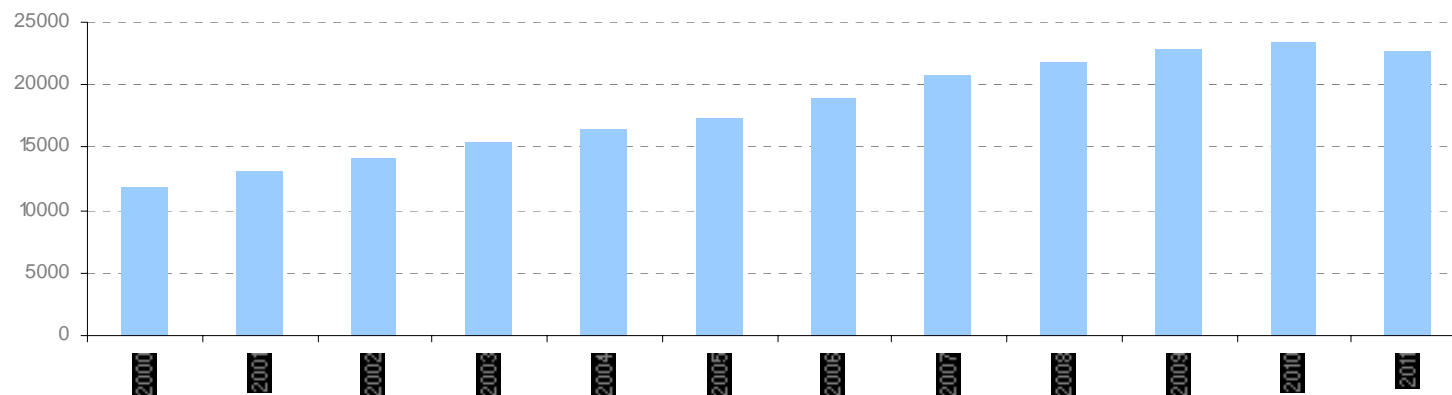
(**) IAGTO. *Golf Tourism Development Strategy-Comunidad Valenciana. 2009*

4 – El turismo de golf en la Comunitat Valenciana: demanda

JUGADORES DE GOLF FEDERADOS 2000-2011

Con **22.745 licencias federativas** de golf en 2011, la Comunitat Valenciana es la cuarta autonomía con mayor número de jugadores de golf amateur, por detrás de Madrid, Andalucía y Cataluña.

El número de jugadores de golf en la Comunitat Valenciana ha experimentado un **crecimiento continuo** que se ha visto frenado por primera en 2011, con un decrecimiento interanual del -2,2% en el número de licencias amateur.



Fuente: Real Federación Española de Golf. Comité de Licencias. *Número de Licencias Amateur por Territoriales*. (Datos a 1 de enero de cada año).

4 – El turismo de golf en la Comunitat Valenciana: demanda

PERFIL

El **Reino Unido** es el país de origen del **43,8%** de los turistas de golf en la Comunitat Valenciana, le sigue en importancia **España (20,6%)**, Alemania (7,5%), Suecia (6,2%) y Francia (5,5%).

En el mercado nacional destaca **Madrid (32%)**, la **Comunitat Valenciana (14%)**, **Cataluña (12%)** **Castilla-La Mancha (11%)** y **Aragón (7%)**.

El turista de golf que visita la Comunitat **no suele participar en competiciones**, sino que juega por placer, por realizar ejercicio físico o por razones sociales.

Un 86,1% ha realizado **viajes de golf** en los últimos 5 años que han tenido como destino otras CCAA (Andalucía y Murcia) y países (Portugal, Francia, EEUU y Reino Unido).

Los mayoría de los viajes de golf a la Comunitat se realizan en **otoño (52,8%)**, y de manera residual en primavera (19,8%), invierno (16,5%) y verano (10,9%).

Los principales factores de atracción del turista de golf a la Comunitat son el **clima**, la **accesibilidad** al territorio, y la **variedad** de oferta de turismo de golf y su relación **calidad/precio**.

El gasto que realiza el turista de golf en la Comunitat Valenciana es de **900 euros** de **media por persona y viaje**. El **gasto medio diario** se cifra en **163 euros**: 216 euros si el turista se aloja en establecimiento hotelero y 123 para los que se alojan en no hotelero.

El turista de golf de la Comunitat realiza una **valoración positiva** del conjunto del campo y del destino. Valora positivamente la relación calidad/precio de los campos y sus instalaciones (destacando el trato personal, la tranquilidad, el medio ambiente/entorno y la restauración).

Un 94,5% **recomendaría** el destino. 3 de cada 4 turistas de golf **repite visita** a la Comunitat Valenciana. El 51% conoció el destino a través familiares y/o amigos.

Fuente *Estudio de la demanda de turismo de golf en la Comunitat Valenciana.*
Conselleria de Turisme. 2007

4 – El turismo de golf en la Comunitat Valenciana: demanda

MOTIVACIÓN

Jugar al golf (50%), disfrutar de **vacaciones** (23,2%), poseer una **casa en propiedad** (14,2%), visita a familiares y amigos (8,7%), negocios (3,2%).

ALOJAMIENTO

El **55,9%** utiliza **vivienda gratuita**: propia (28,1%), de familiares y amigos (27,8%). El **41%** se aloja en **oferta reglada**: hoteles de 4 o 5 estrellas (25,9%), hoteles de 3 (4,7%), apartamento (10,2%).

GRUPO

Grupos de **cuatro personas**. Un **57%** **viaja con amigos**, un 20,4% en pareja y un 16,9% en familia.

ESTANCIA MEDIA

Una semana. Durante su viaje realiza **3 salidas** de golf y visita **2 campos**.

TRANSPORTE Y ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

El medio de transporte a la Comunitat Valenciana es el **avión**. Dentro del destino, es el **coche propio** (42,5%) y de **alquiler** (40,5%). La organización del viaje es **individual** (80,6%). Tiene especial relevancia el uso de **Internet** (51,7%).

PERFIL SOCIOECONÓMICO

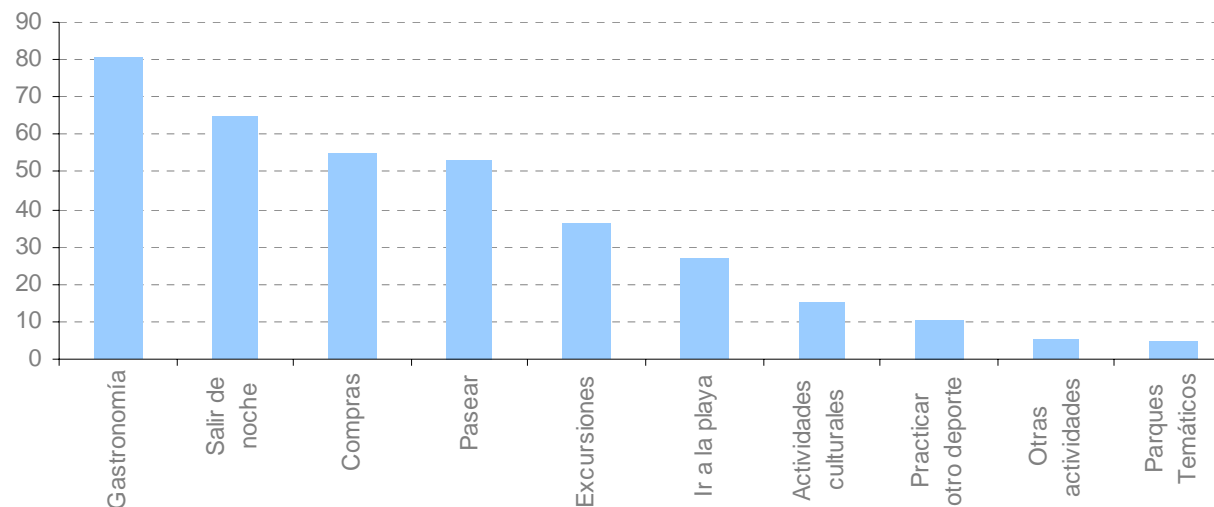
Hombre (72,5%) con edad media de **60 años**, **nivel cultural medio-alto** (87,0%). Un **33%** está **jubilado** y un 12,7% desarrolla una profesión liberal.

Fuente *Estudio de la demanda de turismo de golf en la Comunitat Valenciana*. Conselleria de Turisme. 2007

4 – El turismo de golf en la Comunitat Valenciana: demanda

ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS TURISTAS DE GOLF EN LA COMUNITAT VALENCIANA

La **gastronomía** es la actividad de ocio más frecuente entre los turistas de golf que visitan la Comunitat Valenciana, seguida por las **salidas nocturnas**, los paseos y las **compras**.



Fuente *Estudio de la demanda de turismo de golf en la Comunitat Valenciana*. Conselleria de Turisme. 2007

4 – El turismo de golf en la Comunitat Valenciana: promoción

El turismo de golf constituye uno de los productos turísticos **en fase de desarrollo** contemplados en el Plan Estratégico Global del Turismo 2010-2020. La visión estratégica para el turismo de golf es: **VERTEBRACIÓN DEL PRODUCTO, MAYOR ORIENTACIÓN COMERCIAL Y GENERACIÓN DE OFERTA EN LAS PROVINCIAS DE VALENCIA Y CASTELLÓN (*)**.

En **2011** se ha reforzado el producto de turismo de golf a través de actuaciones dirigidas a configurar un Club de Producto (**)

FERIAS 2011			
NORDIC GOLF TRAVELER NETWORK		8 al 10 febrero	Estocolmo (Suecia)
RHEINGOLF		11 al 23 febrero	Colonia (Alemania)
IGTM (INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET)		14 al 17 noviembre	Belek (Turquia)
MADRID GOLF		25 al 27 noviembre	Madrid
VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN 2011			
REVISTA GOLF & COUNTRY	Viaje de prensa	23-30 enero	Comunitat Valenciana
TOUROPERADOR DE GOLF NORUEGO	Viaje de familiarización	6-13 marzo	Alicante
OTRAS ACTUACIONES 2011			
ACUERDO CON LA INTERNATIONAL ASSOCIATION OF GOLF TOUROPERATORS (IAGTO)			

Fuente: Servicio de Promoción. Agència Valenciana del Turisme.

(*) Conselleria de Turisme: *Plan Estratégico Global del Turismo en la Comunitat Valenciana 2010-2020*.

(**) Conselleria de Turisme: *Plan Operativo del Turismo de la Comunitat Valenciana 2011*

5 – Direcciones de organismos de interés

Comunitat Valenciana: www.comunitatvalenciana.com

Observatorio Turístico de la Comunitat Valenciana: www.turisme.gva.es

Asociación de Campos de Golf de la Costa Blanca (Alicante): www.golfcostablanca.org

Asociación de Campos de Golf de Castellón: www.golfcastellon.com

Asociación de Campos de Golf de la Provincia de Valencia: www.golfcv.com

Federación de Golf de la Comunidad Valenciana: www.golfcv.com

Real Federación Española de Golf: www.rfegolf.es

International Association of Golf Touroperators (IAGTO): www.iagto.com

European Golf Association: www.ega-golf.ch

