

Repercusión en el Turismo
de la **Celebración** de **Grandes** Eventos Deportivos
en **Andalucía**

11

XI. REPERCUSIÓN EN EL TURISMO DE LA CELEBRACIÓN DE GRANDES EVENTOS DEPORTIVOS EN ANDALUCÍA

Los eventos deportivos que se vienen celebrando en Andalucía desde hace años, no sólo son considerados como uno de los pilares favorecedores de la actividad económica dentro del sector turístico, sino que proporcionan un instrumento de promoción y difusión de la oferta turística andaluza en el resto del mundo.

A lo largo de 2010 la Comunidad acogió más de 300 citas deportivas de todos los niveles y categorías, acontecimientos deportivos que al mismo tiempo que han proporcionado beneficios directos e indirectos a Andalucía, han generado una repercusión mediática capaz de proyectar la región andaluza a nivel nacional e internacional. En este apartado, se recoge el análisis de los más singulares, al ser eventos de gran tradición y repercusión mediática como son el Open de Andalucía de Golf, Andalucía Tennis Experience, Gran Premio de España de Motociclismo, Open de España de Golf y Andalucía Valderrama Masters de Golf.

Esta **proyección** ha resultado ser un éxito en este año 2010 por los siguientes motivos:

- **Alto grado de satisfacción.** En la tabla adjunta aparecen algunos de los indicadores cualitativos extraídos de los distintos análisis que nos dan un fiel reflejo de la imagen que tienen de Andalucía. El notable es la valoración más baja que le dan al evento o al destino turístico andaluz lo que denota su alto grado de satisfacción.
- **Creación de turistas potenciales para Andalucía.** La valoración positiva que hacen del destino turístico andaluz ejerce una clara influencia en su intención de regresar, llegando en algunos casos a declararlo más del 93% de los encuestados.

Indicadores cualitativos - Imagen de Andalucía

Eventos	Val. Evento	Val. Andalucía	% Intención de regresar
Open de Andalucía de Golf	9,2 puntos	9,0 puntos	44,0%
Andalucía Tennis Experience	7,7 puntos	7,8 puntos	93,5%
GP de Motociclismo	7,3 puntos	7,5 puntos	72,0%
Open de España de Golf	8,6 puntos	8,2 puntos	95,0%
Andalucía Valderrama Masters de Golf	7,5 puntos	6,8 puntos	96,4%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

XI.1. OPEN DE ANDALUCÍA DE GOLF 2010

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte viene analizando desde 1999 diversos eventos deportivos que no sólo han influido de manera positiva en la economía del sector turístico, sino que también han sido instrumentos de promoción y difusión de la oferta turística andaluza en el resto del mundo. Para ello, se han llevado a cabo operaciones estadísticas orientadas a estos eventos, capaces de proporcionar información cuantitativa y cualitativa de los turistas que visitan Andalucía motivados por esta tipología de acontecimientos y de realizar una estimación de los resultados económicos que supone su celebración para el turismo en la Comunidad. En esta ocasión, se analiza el Open de Andalucía de Golf, que en esta tercera edición se ha celebrado en el Parador de Golf de Málaga durante los días 25, 26, 27 y 28 de marzo.

Este campeonato se celebró el año pasado en Alcalá de Guadaíra, por lo que los resultados del 2009 y del 2010 vienen influidos por el cambio de ubicación. Se aprecia por lo tanto una afluencia mucho más elevada así como un cambio en la tipología de turismo que acude al mismo, que se manifiesta claramente en algunas variables, entre ellas en un mayor gasto y en una estancia media menor.

Según datos facilitados por la organización del evento, el número total de asistentes a esta edición del OPEN DE ANDALUCIA DE GOLF 2010, alcanzó su máxima afluencia el domingo, llegando a contabilizarse 12.450 asistentes. El número de asistentes durante los cuatro días de duración asciende a 14.700, de los

cuales el 60% de ellos fueron turistas atraídos por el evento. Así durante 2010 la afluencia turística se puede estimar en 17.600 turistas, mientras que en 2009 se sitúa en torno a los 2.700.

La importancia de este evento deportivo para Andalucía desde un punto de vista económico queda constatada, entre otros aspectos, por el volumen de gasto que se genera como consecuencia de las visitas turísticas, estimándose para este evento en 6,1 millones de euros, casi cinco veces más que en la edición del año anterior.

Durante la edición del año 2010, el 94,8% de los turistas recibidos declara que el principal motivo de su visita a Andalucía ha sido la asistencia al campeonato de golf, la mayoría de estos turistas han asistido en calidad de aficionados a este deporte (67,5%). Como en ediciones anteriores, son dos las nacionalidades que más predominan entre los asistentes al campeonato, de manera que españoles y británicos acaparan el 83% de los turistas recibidos.

Distribución porcentual de los turistas asistentes al Open de Andalucía según país de residencia. Año 2010

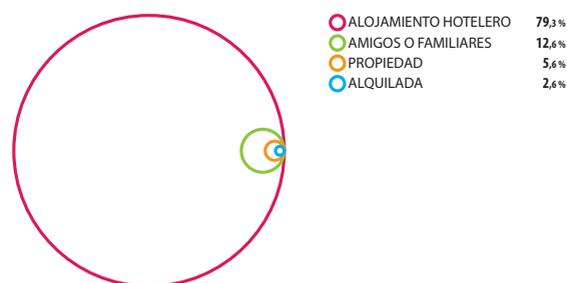
País de procedencia	Año 2010
Total España	60,9%
Alemania	8,6%
Italia	2,7%
Reino Unido	22,1%
Otros	5,7%
Total	100,00%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La estancia media de los turistas se ha situado en 4 días. En términos generales el gasto medio diario que realiza un turista asistente a este campeonato es más elevado que la media de los turistas en Andalucía, concretamente se ha situado en 81,3 euros por persona y día. Entre estos turistas, el tipo de alojamiento más

utilizado ha sido el establecimiento hotelero (79%), seguido a gran distancia de vivienda de amigos y familiares (12,6%).

Tipo de alojamiento utilizado por los turistas. Open de Andalucía 2010



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 95,2% de los turistas ha **organizado su viaje** de forma particular, mientras que el resto ha utilizado algún tipo de intermediario. Como viene siendo habitual, el coche y el avión han sido los **medios de transporte** utilizados principalmente para realizar el viaje a Andalucía, captando entre ambos al 91% de los encuestados (55,2% y 36% respectivamente).

En la edición del 2010, el 60,6% de los turistas que visitaron Andalucía con motivo del Open de Andalucía han sido hombres, porcentajes muy similares a los correspondientes a anteriores ediciones. El segmento de **edad** más representado ha sido el comprendido entre los 41 y los 45 años. Más de la mitad de los turistas (58,2%) se encuentran entre los 31 y los 45 años. La **situación laboral** más frecuente ha sido la de trabajo remunerado.

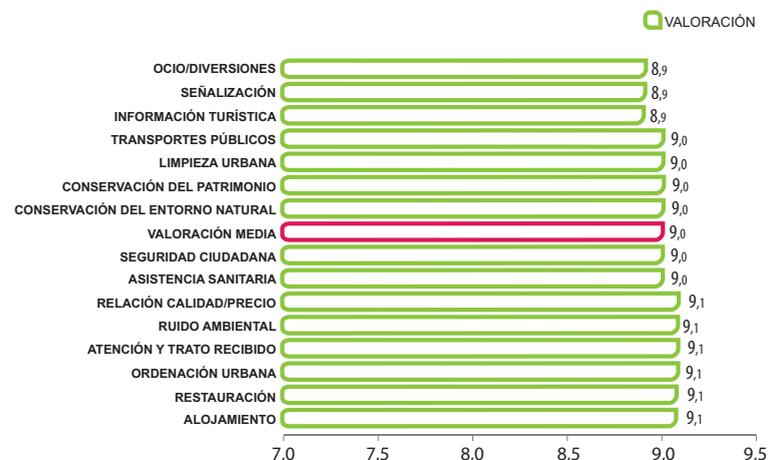
Perfil sociodemográfico de los turistas que asistieron al Open de Andalucía 2010

Edad	%
< 16 años	1,0%
16-20	0,2%
21-25	1,7%
26-30	3,8%
31-35	17,1%
36-40	16,8%
41-45	24,3%
46-50	9,4%
51-55	14,9%
56-60	4,0%
61-65	4,9%
66-70	1,2%
71-75	0,5%
Total	100,0
Situación laboral	(%)
Trabajo remunerado	77,9%
En paro	0,4%
Estudiante	3,5%
Retirado/jubilado	6,9%
Labores del hogar	11,3%
Otros	0,0%
Total	100,0
Género	(%)
Hombre	60,6%
Mujer	39,4%
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **valoración** otorgada al **destino andaluz** por los turistas ha sido de sobresaliente, concretamente 9 puntos en una escala de 1 a 10, siendo los conceptos mejor valorados el alojamiento y la Restauración.

Valoración media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del viaje a Andalucía. Año 2010



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Los turistas asistentes a esta edición 2010 del Open de Andalucía han **valorado el campeonato** con un sobresaliente (9,2 puntos en una escala de 1 a 10), siendo la organización y el campo de golf los ítems mejor valorados (9,3 y 9,2 puntos respectivamente).

Valoración media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del evento. Open de Andalucía 2010



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 44% de los encuestados **piensa volver a Andalucía** en el futuro para hacer turismo, lo que significa que el turista motivado por la asistencia al Open ha visto satisfechos sus objetivos en cuanto al destino turístico andaluz, tal y como demuestra la alta valoración que le otorga tanto al propio campeonato como al viaje. La realización de este tipo de eventos no sólo conlleva la obtención de una serie de beneficios directos sino que son de gran relevancia en cuanto a la gran proyección internacional y nacional que recibe Andalucía vía retransmisión televisiva.

XI.2. ANDALUCÍA TENNIS EXPERIENCE 2010

El hecho de que esta edición, a diferencia de la anterior también celebrada en Marbella, no haya coincidido con las vacaciones de Semana Santa va a marcar significativas diferencias en los resultados de algunas variables de comportamiento turístico.

Uno de los cambios más relevantes se refleja en el hecho de que la motivación principal del viaje ha sido acudir a este torneo, no como en la edición anterior, en la que el disfrute de las vacaciones de Semana Santa fue también motivo importante de atracción. En 2010 el **87% de los turistas encuestados han venido a Andalucía motivado por la celebración del torneo**. Situación que también refleja un importante incremento de la asistencia de turistas por motivos profesionales, cuyo porcentaje ha crecido casi 8 puntos porcentuales respecto a la edición anterior, no obstante continúa siendo los aficionados el porcentaje más relevante con el 76,6% de los encuestados.

**¿En calidad de qué ha asistido al Torneo?
Andalucía Tennis Experience. Año 2009 y 2010**

	2009	2010
Motivos profesionales	5,5%	13,4%
Aficionados	75,9%	76,6%
Acompañantes	6,9%	7,5%
Otros	11,7%	2,6%
Total	100,0%	100,0%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El interés de este tipo de eventos reside no sólo en los beneficios directos que proporcionan, sino en los posibles beneficios futuros que puedan aportar a la imagen de Andalucía como destino turístico, tanto por su enorme efecto promocional vía medios de comunicación nacionales e internacionales, así como por el hecho de crear turistas potenciales para la Comunidad entre los asistentes al evento, de hecho de los encuestados el **93,5% declaran su intención de volver a Andalucía en calidad de turista.**

Estos turistas declaran como principal motivación para visitar el destino andaluz en su futuro viaje el disfrute del sol y la playa (61%) y la realización de turismo cultural (24%).

Además, es habitual en esta tipología de turistas asistir a eventos similares, concretamente del total de turistas asistentes al torneo “Andalucía Tennis Experience” **el 52% ya estuvo en al anterior edición.** Mientras que a cualquier evento de tenis, este porcentaje llega a aumentar al 88%, de los cuales el 67,7% fueron en su propio país y el 32,3% fuera del mismo.

En esta edición cabe destacar la mayor presencia de **españoles** que han supuesto el 66% del total de turistas que han asistido al torneo Andalucía Tennis Experience frente al 52,5% que representaron en al edición del año pasado. En cuanto a los **extranjeros** que han supuesto el **34% de la demanda turística de este evento,** es la nacionalidad británica la más numerosa (6,5%) seguida por alemanes y belgas con el 4,5% en ambos casos.

El segmento de **edad** más representado entre los turistas que asisten al torneo es aquel comprendido entre los 30 a 44 años (38,2%) que unido al tramo siguiente (de 45 a 65 años) suponen el 72% de la demanda turística asistente. Destaca también la existencia de una mayor proporción de hombres que de mujeres entre los turistas que han asistido a este evento (54,8%).

Es el trabajo remunerado es la **situación laboral** más habitual (66%), mientras que los estudiantes representan el 18,1% y la de retirados o jubilados el 12%.

Perfil sociodemográfico del turista asistente al torneo Andalucía Tennis Experience. Año 2010

Edad	%
Menos de 18 años	9,8%
De 18 a 29 años	12,8%
De 30 a 44 años	38,2%
De 45 a 65 años	33,5%
Más de 65 años	5,7%
Total	100,0%
Sexo	%
Hombre	54,8%
Mujer	45,2%
Total	100,0%
Situación laboral	%
Trabajo remunerado	66,0%
En paro	2,5%
Estudiante	13,7%
Retirado/jubilado	12,0%
Labores del hogar	5,2%
Otros	0,7%
Total	100,0%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Los turistas que han asistido al torneo **han permanecido en Andalucía como media 6 días**. Esta variable no es comparable con el resultado del año anterior por la coincidencia de la edición 2009 con el periodo de Semana Santa, lo que implica estancias medias más elevadas en Andalucía.

El **número medio de días de asistencia al torneo** se ha estimado en **3 días**, superior al registrado el año anterior (2 días) lo cual puede venir afectado por

la mayor presencia de turistas motivados en esta edición por la celebración del evento y no por el disfrute de sus vacaciones.

Esta diferencia en las fechas de celebración del evento y en la mayor importancia este año de los asistentes motivados por el propio evento, también ha provocado un cambio en el **tipo de alojamiento** utilizado, concretamente ha ganado cuota el alojamiento hotelero en detrimento principalmente de la vivienda en propiedad.

Distribución porcentual de los turistas según tipo de alojamiento Andalucía Tennis Experience. Año 2010

Tipo de Alojamiento	(%)
Alojamiento hotelero	52,1%
Apartamento, casa, etc.	47,1%
- Alquilado	8,1%
- Propio	18,1%
- Amigos o familiares	20,9%
Otros	0,8%
TOTAL	100,0%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El **gasto medio diario** del turista asistente a este torneo se ha situado en **67,55 euros** por persona y día, lo que supone 2,12 euros más que el realizado en la edición anterior. Además, cabe destacar que estos turistas en términos de gasto superan a la media del turista en Andalucía que en el año 2009 registro un gasto medio diario en destino de 59,81 euros.

Distribución porcentual del gasto en destino según conceptos Andalucía Tennis Experience. Año 2010



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Como viene siendo habitual, el avión y el coche han sido los **medios de transporte** utilizados principalmente para acceder a Andalucía, 42% y 49% respectivamente.

El 86,5% de los turistas que asistieron al torneo **organizaron su viaje** a Andalucía de forma particular, aunque en esta edición ha destacado la mayor presencia de turistas que han venido a través de Club, asociaciones, etc. (13%).

Más de un tercio de los turistas asistentes al evento han utilizado **Internet** en algún momento para informarse sobre el mismo. De ellos el 59% ha realizado alguna reserva a través de la red y el 43,2% ha terminado el proceso mediante la compra. El servicio con mayor porcentaje de reserva es el alojamiento” y en cuanto a la compra on-line, la entrada al evento es la más representada.

Al igual que en 2009 tanto la **calificación del destino andaluz**, como la del torneo ha sido de notable (7,8 y 7,7 puntos respectivamente en una escala de 1 a 10). Es destacable, en la valoración de Andalucía como destino, el hecho de que todos los conceptos evaluados por los turistas obtienen calificaciones superiores a los 7 puntos, superándose incluso los 8 puntos en el caso de la conservación del patrimonio y el alojamiento.

Valoración (de 1 a 10 puntos) del destino turístico andaluz según conceptos por los turistas asistentes al Andalucía Tennis Experience. Año 2010

CONCEPTOS	2010
Alojamiento	8,40
Restauración	7,85
Ocio/diversiones	7,97
Transportes públicos	7,54
Señalización	7,19
Información Turística	7,59
Conservación del entorno natural	7,71
Conservación del patrimonio	8,67
Seguridad ciudadana	7,69
Ordenación Urbana	7,42
Limpieza Urbana	7,57
Ruido Ambiental	7,80
Asistencia sanitaria	7,94
Atención y trato recibido	7,98
Relación calidad/precio	7,36
Calificación media	7,77

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

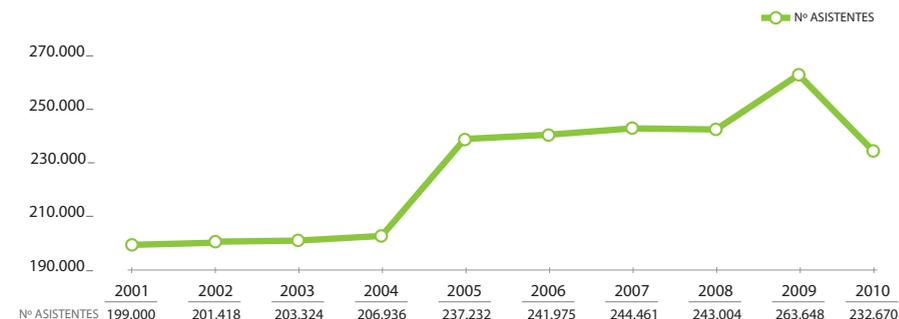
Atendiendo al análisis en el **torneo**, son la organización, el recinto y el entorno los conceptos más valorados con puntuaciones superiores a 8 puntos, los servicios prestados en el club y las infraestructuras e instalaciones superan los 7,5 puntos.

Valoración (de 1 a 10 puntos) del torneo "Andalucía Tennis Experience". Año 2010

CONCEPTOS	2010
Organización	8,26
Recinto	8,05
Infraestructuras e instalaciones	7,51
Servicios prestados en el Club	7,72
Entorno	8,04
Accesos	6,70
Calificación media	7,69

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Número de asistentes al Gran Premio de España de Motociclismo en Jerez 2001 - 2010



Fuente: Moto GP.

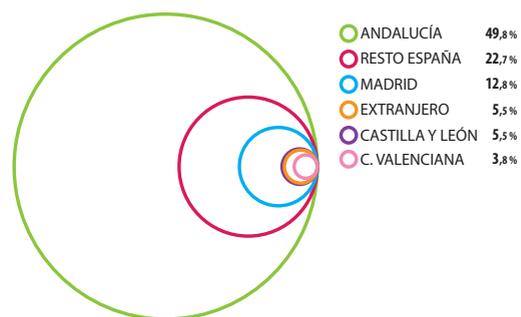
XI.3. GRAN PREMIO DE ESPAÑA DE MOTOCICLISMO. JEREZ 2010

Según los organizadores del evento, el **público asistente** al Gran Premio de España de Motociclismo en esta edición **ha sido de 232.670 personas, cifra que ha supuesto un decremento del -11,7% respecto a las cifras registradas en la edición del año anterior.** Esta diferencia se debe principalmente a la menor afluencia registrada en los dos primeros días de celebración, situación que ha podido verse influenciada por coincidir el día de fiesta nacional (1 de mayo) en sábado y no en viernes como el año anterior.

La coincidencia del 1 de Mayo, fiesta nacional, en un día u otro de la semana marca diferencias en los resultados de algunas variables de comportamiento turístico, principalmente el número de días que como media permanecen los turistas en Andalucía se ve directamente afectado, de hecho este año la **estancia media** en el destino turístico andaluz se ha visto reducida en algo más de medio día, situándose en 2,76 días.

Igualmente esta situación ha podido propiciar desplazamientos más cortos, concretamente en esta edición se ha registrado un mayor porcentaje de turistas andaluces, que se reafirman como el principal mercado para este evento deportivo.

Distribución porcentual de los turistas asistentes al Gran Premio de Motociclismo según lugar de procedencia. Año 2010



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El movimiento turístico que ha generado esta edición, ya sea con asistencia o no al circuito, ha sido de **266,3 miles de turistas**, lo que supone un descenso del **-5,5%** respecto a las cifras estimadas para el 2009. La importancia de este evento deportivo para Andalucía desde un punto de vista económico queda constatada, entre otros aspectos, por el volumen de gasto que generaron los turistas³⁰, estimándose para este año un total de **50,5 millones de euros**, lo que supone una bajada en términos relativos del **-6,3%** respecto al gasto turístico registrado en la edición anterior.

Para ver el efecto en el cambio de fecha, puede verse que las cifras tanto de número de turistas como de gasto turístico se aproximan a niveles similares a los estimados en 2008, año con un calendario más similar al de esta edición.

El **gasto medio diario** se ha estimado en 68,78 euros, distribuido principalmente en tres las partidas más relevantes dentro del total, la restauración, el alojamiento y las compras, que acaparan casi el 90% del total de presupuesto de los turistas.

En cuanto al **tipo de alojamiento**, los establecimientos hoteleros y camping se reparten el 68% de los turistas que pernoctaron en Andalucía con motivo del Gran Premio. Tras ellos, aparece el alojamiento no reglado (32,1%) donde la vivienda de amigos y familiares es la tipología más relevante. Como en ediciones anteriores, casi la totalidad (99,8%) de los turistas encuestados declara que el principal **motivo de su visita** a Andalucía ha sido la asistencia al Gran Premio de España de Motociclismo, siendo la gran mayoría de ellos aficionados a este deporte.

A la hora de preparar su visita a Andalucía, la gran mayoría de los turistas (80%) optaron por **organizar** el viaje de forma particular, opción muy influenciada por tratarse en su mayoría de turistas españoles. No obstante, en esta edición se ha observado una mayor participación de los turistas que acudieron a asociaciones, clubes, etc. , situación que ha podido influenciar en el crecimiento registrado del autocar como **medio de transporte** para acceder a Andalucía, aunque continúa siendo el coche y las motos los principales transportes, 53% y 26,5% respectivamente.

Este evento sigue caracterizándose, al igual que en años anteriores, por una mayor presencia de **hombres** (69,6%) que de **mujeres**. En cuanto a la **edad** de los turistas que han asistido al Campeonato, hay que apuntar que casi la mitad de ellos se encuentran en el intervalo comprendido entre los 30 y 44 años, seguidos por el intervalo anterior, de 18 a 29 años, que conjuntamente suponen el 87% del total.

La **situación laboral** más representada es la de trabajo remunerado, en la que se sitúa el 85% de los asistentes, seguidos a gran distancia de los parados y estudiantes que representan al 7,4% y 5,9% respectivamente.

³⁰ En esta edición no se ha podido determinar el gasto del excursionismo por no disponer de suficiente representatividad estadística.

Perfil sociodemográfico de los turistas asistentes al Gran Premio de Motociclismo. Año 2010

Edad	%
Menos de 18 años	1,7%
De 18 a 29 años	37,2%
De 30 a 44 años	49,5%
De 45 a 65 años	11,7%
Más de 65 años	0,0%
Total	100,0%
Sexo	%
Hombre	69,6%
Mujer	30,4%
Total	100,0%
Situación laboral	%
Trabajo remunerado	84,8%
En paro	7,4%
Estudiante	5,9%
Retirado/jubilado	0,0%
Labores del hogar	1,7%
Otros	0,2%
Total	100,0%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **valoración** otorgada al destino andaluz ha sido de notable. Los conceptos mejor valorados son la atención y trato recibido, el alojamiento y la restauración, que obtienen puntuaciones superiores a 8 puntos. En el contrapunto se encuentra el ruido ambiental.

También el Gran Premio, en sí ha sido evaluado con un notable, la organización, los servicios prestados en el circuito, el recinto y el entorno han obtenido puntua-

ciones superiores a los 7,5 puntos. El concepto peor valorado obtiene 6,2 puntos y se refiere a los accesos.

Valoración del evento (de 1 a 10) por conceptos. Gran Premio de Motociclismo. Jerez 2010

Valoración del GP Motociclismo 2010	Puntuación
Organización	8,0
Recinto	7,6
Infraestructuras e instalaciones	6,8
Servicios prestados en el circuito	7,8
Entorno	7,5
Accesos	6,2
Valoración Media	7,3

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El grado de satisfacción queda reflejado también en el hecho de que el 72% de los encuestados piensa **volver a Andalucía como turista**, así la celebración de este evento cobra importancia no solo por lo que genera en sí, en el momento sino por lo que pueda influir de cara futuros viajes. A esto hay que la gran proyección internacional y nacional que recibe Andalucía vía retransmisión televisiva.

De todos los turistas que piensan volver a Andalucía el 70% dice estar motivado para hacer turismo de sol y playa y el 26% para visitar a sus amigos y familiares.

**Motivo por el que piensa volver a Andalucía.
Gran Premio de Motociclismo. Jerez 2010. (Multirespuesta)**

Concepto	%
Turismo cultural	16,5%
Turismo de Naturaleza o rural	17,3%
Turismo de Sol y Playa	69,7%
Turismo de salud y belleza	3,9%
Turismo de golf	3,9%
Turismo gastronómico	3,1%
Trabajo o negocios	15,4%
Visita a familiares y amigos	26,0%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 46% de los turistas que han estado en el Gran Premio de España de Motociclismo 2010 habían asistido el año anterior a eventos similares. Concretamente en el caso de este evento el porcentaje alcanza un **grado de repetición** más elevado, el 65% de los turistas de esta edición estuvieron en la anterior.

XI.4. OPEN DE ESPAÑA DE GOLF 2010

Según estimaciones de los organizadores el OPEN de España de Golf en esta edición **ha recibido 30.100 visitas** a lo largo de los cuatro días de competición, un 16,9% menos que en la edición de 2008. Del total de asistentes, se ha estimado que el 53% han sido turistas, el 41% residentes y el 6% restante fueron excursionistas. El efecto calendario³¹ influye decisivamente en la disminución de visitantes los primeros días de campeonato, así como en la estancia media de los turistas. De hecho, si obviamos la asistencia del jueves, se estiman cifras similares a las de 2008.

La importancia de este evento deportivo para Andalucía desde un punto de vista económico queda constatada, entre otros aspectos, por el volumen de gasto que generaron los visitantes (turistas y excursionistas), estimándose un total de

³¹En la edición del año 2008, la fiesta nacional del 1 de mayo tuvo lugar en jueves, mientras que este año ha tenido lugar en sábado

3,15 millones de euros, un descenso del -18,7% respecto a la edición de 2008, derivado en gran medida del descenso en la estancia media.

El **gasto medio diario** se ha estimado en 70,36 euros. El 72,6% de este presupuesto se destina a la restauración y al alojamiento, quedando en un segundo plano las compras y el transporte.

Distribución del gasto por conceptos. Open de España de Golf 2010

Concepto	TOTAL 2010 (%)
Alojamiento	33,3%
Restauración	39,3%
Transporte en origen	4,3%
Compras	19,3%
Resto	3,9%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Entre los turistas que asistieron al Campeonato, el **tipo de alojamiento** más utilizado ha sido el hotelero, que ha captado el 66% del total, cuota que ha crecido cinco puntos respecto a la edición de 2008. Del resto de tipologías, destaca la vivienda alquilada, donde se alojaron el 24,4% de los turistas que asistieron al campeonato.

Distribución del tipo de alojamiento. Open de España de Golf 2010.

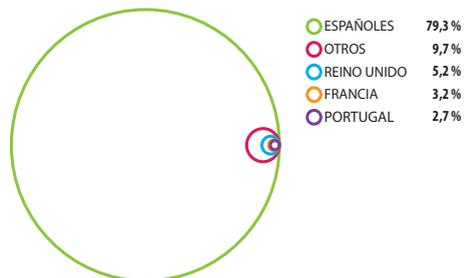
Tipo de alojamiento	TOTAL 2010 (%)
Alojamiento hotelero (Hotel, Parador, Aparthotel, Villa Turística...)	65,9%
Casa apartamento o chalet de Amigos o familiares	1,9%
Casa apartamento o chalet en Propiedad	6,6%
Casa apartamento o chalet Alquilado	24,4%
Otros (Camping, Albergue, Casa Rural o similar, ...)	1,2%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

El 95% de los turistas recibidos declara que el principal **motivo de su visita** a Andalucía ha sido la asistencia al Open de España de Golf, siendo la mayoría de ellos aficionados a este deporte (75%), seguidos a gran distancia de los que han realizado su visita por motivos profesionales (19%)

Más del 79% de los turistas recibidos en Andalucía con motivo de la celebración de este evento deportivo han sido españoles, un incremento de 3,7 puntos en esta cuota respecto a la edición de 2008. A éstos les han seguido a gran distancia los procedentes del Reino Unido (5,2%) y Francia (3,2%). Entre los nacionales, destacan los propios andaluces (39% del total de españoles) y madrileños (24%), ambos incrementan su importancia respecto a ediciones anteriores.

Distribución porcentual de los turistas asistentes según país de residencia Open de España de Golf 2010



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **estancia media** de los turistas cuyo principal motivo de viajar a Andalucía ha sido la celebración de este torneo, se ha estimado en 3,9 días, lo que supone un descenso de 1,3 días respecto a la edición de 2008, variable ésta influida por el citado efecto calendario.

A la hora de preparar su visita a Andalucía, el 85,3% de los turistas optaron por **organizar** el viaje de forma particular, (cuota cuatro puntos mayor que la estimada en 2008) mientras que el resto acudieron a algún tipo de intermediario, ya sean asociaciones, clubes o empresas o agencias de viaje.

Organización del viaje a Andalucía. Open de España de Golf 2010



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Internet continúa siendo un importante canal a la hora de organizar el viaje, prueba de ello es que el 34% de los turistas utilizó este medio a la hora de consultar, reservar o comprar servicios para este viaje a Andalucía. El producto que más se contrata por Internet es el transporte de forma independiente, que alcanza el 22% de aquellos que han utilizado este medio. Por otro lado, en cuanto a la consulta, destaca el hecho de que el 35% de los que han usado Internet lo han hecho para consultas sobre las entradas del evento.

El peso del turismo nacional también se deja ver claramente en la variable **medio de transporte** utilizado en su visita a Andalucía. Así, los turistas se decantan principalmente por la utilización del coche particular (61%). En segundo lugar, a gran distancia, se sitúa el avión, utilizado por el 26,9% de los mismos, quedando en tercera instancia el uso del taxi (15,3%).

**Medio de transporte utilizado en su visita a Andalucía.
Open de España de Golf 2010.**

Medio de transporte	TOTAL 2010 (%)
Autocar	2,7%
Tren	12,1%
Avión	26,9%
Coche particular	61,0%
Coche de alquiler	6,1%
Taxi	15,3%
Otros	4,2%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte .

Si atendemos a la distribución por **sexo** cabe destacar el hecho de que el 65% de los turistas que han visitado Andalucía con motivo de la celebración de este evento deportivo son hombres.

En cuanto a la **edad**, los intervalos 30–44 años y 45–65 años acaparan al 35,3% y 42,6% del total respectivamente. Le siguen en orden de importancia los tramos de 18–29 años (11,8%) y a gran distancia los menores de 18 (5,2%) y mayores de 65 años (5,1%).

La **situación laboral** más frecuente entre los asistentes al Open de Golf en calidad de turistas ha sido la de aquellos que poseen un trabajo remunerado (73,1%) seguida a gran distancia de jubilados (11,7%) y estudiantes (6,9%), manteniéndose una estructura similar a la registrada en 2008.

Perfil sociodemográfico del turista. Open de España de Golf 2010

Edad	%
Menos de 18 años	5,2%
De 18 a 29 años	11,8%
De 30 a 44 años	35,3%
De 45 a 65 años	42,6%
Más de 65 años	5,1%
Total	100,0%
Sexo	%
Hombre	65%
Mujer	35%
Total	100,0%
Situación laboral	%
Trabajo remunerado	73,1%
En paro	1,6%
Estudiante	6,9%
Retirado/jubilado	11,7%
Labores del hogar	3,2%
Otros	3,6%
Total	100,0%

FUENTE: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Los servicios recibidos por los turistas en Andalucía han sido **valorados** con un notable alto, 8,2 puntos sobre 10, lo que denota el alto grado de satisfacción de estos turistas. Esta valoración ha crecido en un punto respecto a la edición del año 2008. Por conceptos, destacan la atención y trato recibido, y el ocio/diversión, con 8,7 y 8,6 puntos respectivamente.

*Valoración media (de 1 a 10) por conceptos del viaje a Andalucía.
Open de España de Golf 2010*

Conceptos	TOTAL 2010 (%)
Alojamiento	8,31
Restauración	8,44
Ocio / diversión	8,64
Transporte públicos	8,18
Señalización	7,39
Información turística	8,24
Conservación del entorno natural	8,41
Conservación del patrimonio	8,48
Seguridad ciudadana	8,02
Ordenación urbana	7,86
Limpieza urbana	7,69
Ruido ambiental	8,09
Atención y trato recibido	8,70
Relación calidad-precio	7,80
Valoración Media	8,16

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Por otro lado, es destacable la excelente puntuación que le han otorgado los turistas a cada uno de los conceptos de este evento deportivo. Así, el propio Campo de Golf ha sido puntuado 8,9 puntos mientras que el resto de conceptos supera los ocho puntos, de tal modo que la calificación media del Open de España de Golf para este año ha sido de 8,6 puntos.

*Valoración media (de 1 a 10) por conceptos del evento.
Open de España de Golf 2010*

Conceptos	TOTAL 2010 (%)
Organización	8,80
Recinto	8,86
Infraestructuras e instalaciones	8,31
Entorno	8,46
Accesos	8,53
Calificación media	8,59

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Así, este **grado de satisfacción** se refleja en el hecho de que casi el 95% de los encuestados piensa volver a Andalucía como turista. Este dato constata el beneficio de la realización de este tipo de eventos no sólo por lo que genera en cuanto a beneficios directos sino como una importante herramienta promocional.

Este tipo de turismo especializado se moviliza con facilidad ante acontecimientos de este tipo, ya que el 85% de los asistentes afirmaron que el año pasado se desplazaron a un evento similar, llegando a movilizarse fuera de su país de residencia el 31% de los mismos. En cuanto al grado de repetición, el 44% de los encuestados estuvo en la edición del año anterior, presentando un incremento de 6 puntos respecto a la cuota estimada en 2008.

XI.5. ANDALUCÍA VALDERRAMA MASTERS DE GOLF 2010

El **gasto medio diario** de los turistas que han acudido al Andalucía Valderrama Masters de Golf 2010 se ha estimado en 77,92 euros. El 73,6% de este presupuesto se destina a la restauración y al alojamiento, quedando en un segundo plano las compras y entradas.

Distribución del gasto por conceptos. Andalucía Valderrama Masters de Golf 2010



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Según **nacionalidad**, cabe destacar que más del 44% de los turistas recibidos en Andalucía con motivo de la celebración de este evento deportivo han sido españoles. A éstos les han seguido a gran distancia los procedentes del Reino Unido (24,6%) y Alemania (6,9%). Entre los nacionales, destacan los propios andaluces (41,4% del total de españoles) y madrileños (23,1%).

Distribución porcentual de los turistas asistentes según país de residencia. Andalucía Valderrama Masters de Golf 2010.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **estancia media** de los turistas cuyo principal motivo de viajar a Andalucía ha sido la celebración de este torneo, se ha estimado en 7,2 días.

El **tipo de alojamiento** más utilizado entre estos turistas ha sido el hotelero, que ha captado el 41,7% del total, seguido a gran distancia de la vivienda en propiedad con un 28,1%. Del resto de tipologías, destaca la vivienda de amigos o familiares (16,1%) y en alquiler, donde se alojaron el 13,6% de los turistas que asistieron al campeonato.

Distribución del tipo de alojamiento. Andalucía Valderrama Masters de Golf 2010.

Tipo de alojamiento	Total 2010 (%)
Alojamiento hotelero (Hotel, Pensión, Parador, Aparthotel, Villa Turística...)	41,7%
Casa apartamento o chalet de Amigos o familiares	16,1%
Casa apartamento o chalet en Propiedad	28,1%
Casa apartamento o chalet Alquilado	13,6%
Otros (Camping, Albergue, Casa Rural o similar, ...)	0,5%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Casi la totalidad (98,4%) de los turistas encuestados manifiesta que el principal **motivo de su visita** a Andalucía ha sido la asistencia al Campeonato, siendo la gran mayoría de ellos aficionados a este deporte (83,9%), seguidos a gran distancia de los que han realizado su visita por motivos profesionales (10,9%)

A la hora de preparar su visita a Andalucía, el 85,7% de los turistas optaron por **organizar** el viaje de forma particular, mientras que el resto acudieron a algún tipo de intermediario, ya sean asociaciones, clubes o empresas o agencias de viaje.

**Organización del viaje a Andalucía.
Andalucía Valderrama Masters de Golf 2010**



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Internet continúa siendo un importante canal a la hora de organizar el viaje, prueba de ello es que el 45% de los turistas utilizó este medio a la hora de consultar, reservar o comprar servicios para este viaje a Andalucía. El producto que más se contrata por Internet es el transporte de forma independiente, que alcanza el 55,6% de aquellos que han utilizado este medio.

El peso del turismo extranjero se deja ver claramente en la variable medio de transporte utilizado en su visita a Andalucía. Así, los turistas se decantan principalmente por la utilización del avión (57,8%). En segundo lugar, a gran distancia, se sitúa el coche particular, utilizado por el 36,5% de los mismos, quedando en tercera instancia el uso del tren (3,3%).

**Medio de transporte utilizado en su visita a Andalucía.
Andalucía Valderrama Masters de Golf 2010**

Medio Transporte	Total 2010 (%)
Autocar	1,1%
Tren	3,3%
Avión	57,8%
Coche particular	36,5%
Otros	1,3%

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Si atendemos a la distribución por **sexo** cabe destacar el hecho de que el 58,4% de los turistas que han visitado Andalucía con motivo de la celebración de este evento deportivo son hombres. En cuanto a la **edad**, destaca por encima del resto el tramo 45–65 años, que acapara el 56,4% y del total. Le siguen en orden de importancia los intervalos 30–44 años (23,0%) y mayores de 65 años (11,4%).

La **situación laboral** más frecuente entre los asistentes al Open de Golf en calidad de turistas ha sido la de aquellos que poseen un trabajo remunerado (62,5%) seguida a gran distancia de jubilados (24,3%) y estudiantes (6,7%).

**Perfil sociodemográfico del turista.
Andalucía Valderrama Masters de Golf 2010.**

Edad	(%)
Menos de 18 años	4,9%
De 18 a 29 años	4,4%
De 30 a 44 años	23,0%
De 45 a 65 años	56,4%
Más de 65 años	11,4%
Total	100,0
Situación laboral	(%)
Trabajo remunerado	62,5%
En paro	1,9%
Estudiante	6,7%
Retirado/jubilado	24,3%
Labores del hogar	4,4%
Otras	0,1%
Total	100,0
Sexo	(%)
Hombre	58,4%
Mujer	41,6%
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La **valoración** otorgada al destino andaluz se cifra en 6,8 puntos en una escala de 1 a 10. Por conceptos, destacan la atención y trato recibido, la restauración, la conservación del entorno natural y del patrimonio, por encima de los 7 puntos

Valoración media (de 1 a 10) por conceptos del viaje a Andalucía. Andalucía Valderrama Masters de Golf 2010.

Conceptos	Valoración
Alojamiento	7,0
Restauración	7,1
Ocio / diversión	7,0
Señalización	6,5
Información turística	5,9
Conservación del entorno natural	7,1
Conservación del patrimonio	7,1
Seguridad ciudadana	7,0
Ordenación urbana	6,3
Limpieza urbana	7,0
Ruido ambiental	6,7
Atención y trato recibido	7,7
Relación calidad-precio	6,7
Valoración Media	6,8

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Los turistas asistentes a esta edición 2010 han **valorado el campeonato** con un notable (7,9 puntos en una escala de 1 a 10), destacando las valoraciones del propio campo de golf y las infraestructuras e instalaciones con 7,9 y 7,6 puntos respectivamente.

Valoración media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del evento. Andalucía Valderrama Masters de Golf 2010.



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Este **grado de satisfacción** se refleja en el hecho de que casi el 96,4% de los encuestados piensa volver a Andalucía como turista. Un 84,4% lo hará motivado por el turismo de golf, y un 54,2% por el sol y playa. Este dato constata el beneficio de la realización de este tipo de eventos no sólo por lo que genera en cuanto a beneficios directos sino como una importante herramienta promocional.

El 89,16% de los turistas que han estado en el Andalucía Valderrama Masters de Golf 2010 habían asistido el año anterior a eventos similares, llegando a movilizarse fuera de su país de residencia el 59,4% de los mismos.

Por otro lado, han sido las asociaciones y los clubes el principal canal por el que los turistas han tenido **conocimiento** de la celebración de este torneo, así los manifiestan el 54% de los encuestados. Le siguen en orden de importancia Internet (29,3%) y la siempre recomendación de amigos y familiares (26,8%).