



Turismo de golf en Andalucía

Año 2017

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE

Andalucía

TURISMO DE GOLF EN ANDALUCÍA. AÑO 2017
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

COLECCIÓN:
Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos

EDITA
Consejería de Turismo y Deporte
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

ELABORA
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.
C/ Compañía nº 40
29008, Málaga
T. 951 299 300 Fax. 951 299 365
Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>

Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

-

TURISMO DE GOLF EN ANDALUCÍA. AÑO 2017

ÍNDICE DE CONTENIDOS

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. OFERTA DE GOLF EN ANDALUCÍA**
- 3. DEMANDA TURÍSTICA DE GOLF EN ANDALUCÍA**
- 4. TURISMO DE GOLF. ASPECTOS DIFERENCIALES SEGÚN MERCADOS.**
- 5. TURISMO DE GOLF. ASPECTOS DIFERENCIALES SEGÚN ZONAS ANDALUZAS.**

1. INTRODUCCIÓN

La demanda turística que año a año visita un destino turístico se encuentra cada vez más segmentada, ya que son diversas las motivaciones que llevan a un turista a decantarse por un destino u otro. Es por ello que una planificación acertada y efectiva se ha de realizar de un modo diferenciado y adaptado a cada una de estas tipologías turísticas.

Por ello, se hace necesario disponer de información actualizada de los principales segmentos turísticos de Andalucía, con el objetivo de dotar al sector público y privado de herramientas que ayuden a la toma de decisiones de una manera ágil y efectiva.

Concretamente, el estudio de turismo de golf se realizó en dos ámbitos:

A. ENCUESTA A LA OFERTA, 85 cuestionarios que recogen datos identificativos de los campos de golf de Andalucía, así como información sobre su actividad en el año 2017.

FICHA TÉCNICA. ENCUESTA A LA OFERTA	
Universo:	Campos de golf de Andalucía.
Recogida de la información:	Mediante cuestionario estructurado por email y entrevistas telefónicas.
Tamaño de la muestra:	85 campos de golf
Error teórico de muestreo:	+/- 4,7%, utilizando un nivel de significación de 2 sigmas (95,5% de probabilidad) y $p=q=50$, por lo que debe considerarse como error máximo teórico para el conjunto de la muestra.
Variables de Estudio:	Datos identificativos y balance de actividad 2017

B. ENCUESTA A LA DEMANDA. Se ha desarrollado una encuesta presencial, obteniendo un total de 1.508 cuestionarios completos realizados en 14 campos de golf distribuidos por todo el territorio andaluz, con la finalidad de recoger las características y los hábitos de consumo de esta tipología turística. El periodo de encuestación se ha extendido de julio a noviembre de 2017.

La muestra realizada permite este año identificar los principales aspectos diferenciales entre:

- Procedencias: españoles (536 cuestionarios) y extranjeros (972 cuestionarios).
- Territorialmente: provincia de Málaga (715 cuestionarios), provincia de Cádiz (399 cuestionarios) y resto del territorio andaluz (394 cuestionarios), cuyos cuestionarios han sido imputados a la zona de mayor número de pernoctaciones realizadas por el encuestado.

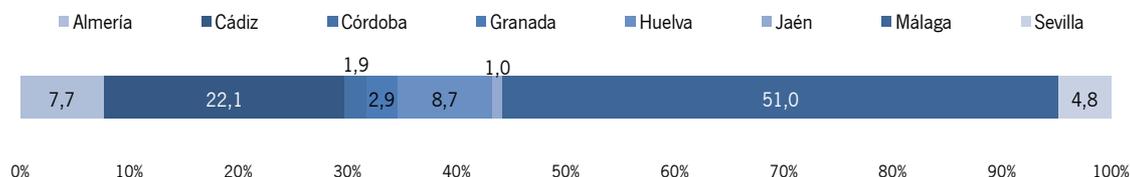
FICHA TÉCNICA. ENCUESTA A LA DEMANDA

Universo:	Turistas residentes o no residentes en Andalucía motivados por la práctica de golf.
Recogida de la información:	Mediante cuestionario estructurado en entrevistas personales en los campos de golf andaluces.
Tamaño de la muestra:	1.508 entrevistas válidas.
Error teórico de muestreo:	+/- 2,6%, utilizando un nivel de significación de 2 sigmas (95,5% de probabilidad) y $p=q=50$, por lo que debe considerarse como error máximo teórico para el conjunto de la muestra.
VARIABLES DE ESTUDIO:	Cuantitativas (Número de turistas, residencia, estancia media, gasto, etc.), y cualitativas (calificación del destino).

2. LA OFERTA DE GOLF EN ANDALUCÍA

En el año 2017, Andalucía ha contado con un total de 104 campos de golf operativos, la mitad de ellos se encuentran en la provincia de Málaga, y el 22% en Cádiz.

Distribución de campos de golf en Andalucía. Año 2017



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

A nivel nacional, Andalucía continúa siendo líder en cuanto a oferta de golf¹, ofreciendo el 20,6% de los clubes en España, seguida a gran distancia por Madrid y Cataluña (10,8% y 10,5% respectivamente).

¹ Número de Clubes de Golf registrados en la Real Federación Española de Golf (<http://www.rfegolf.es/ClubPaginas/ClubSection.aspx>). Esta fuente oficial permite la comparabilidad entre CC.AA.

Distribución de clubes de golf en España según CC.AA. Año 2017

CC.AA	Cuota
Andalucía	20,6%
Madrid	10,8%
Cataluña	10,5%
Comunidad Valenciana	9,3%
Castilla-León	8,0%
Castilla-La Mancha	5,2%
Galicia	4,4%
País Vasco	4,2%
Total	100,0%

Fuente: Real Federación Española de Golf. RFEG

En cuanto a la demanda potencial en España, tres Comunidades Autónomas acaparan el 57% del total de licencias existentes en España a 31 de diciembre de 2017, siendo la Comunidad de Madrid quien lidera este ranking, con algo menos de 82 mil licencias, mientras que Andalucía se sitúa en segunda posición con 43,5 mil federados. No obstante, respecto al año 2016, nuevamente se observa un descenso generalizado en el número de licencias federativas a nivel nacional.

Distribución de licencias federativas de golf en España según CC.AA. Año 2017

CC.AA.	2017	Cuota	% var.
Madrid	81.787	30,24%	-0,1%
Andalucía	43.515	16,09%	-0,3%
Cataluña	29.044	10,74%	-1,6%
C. Valenciana	19.265	7,12%	-0,5%
País Vasco	17.543	6,49%	-0,4%
Castilla León	13.561	5,01%	-2,8%
Total	270.463	100,00%	-0,5%

Fuente: Real Federación Española de Golf. RFEG

Tal y como se muestra en la siguiente tabla, teniendo en cuenta los países europeos con más de 100 mil licencias, son el Reino Unido y Alemania los que lideran el ranking de federados de golf, seguidos de Suecia, Francia y Holanda. En cuanto a su evolución con respecto al año anterior cabe destacar que la mayor caída se registra en el país líder en esta práctica deportiva, Reino Unido, que registra una bajada de -5,6%, lo que supone en términos absolutos perder 38.784 licencias federativas.

Distribución de licencias federativas de golf en Europa según países. Años 2016 y 2017.

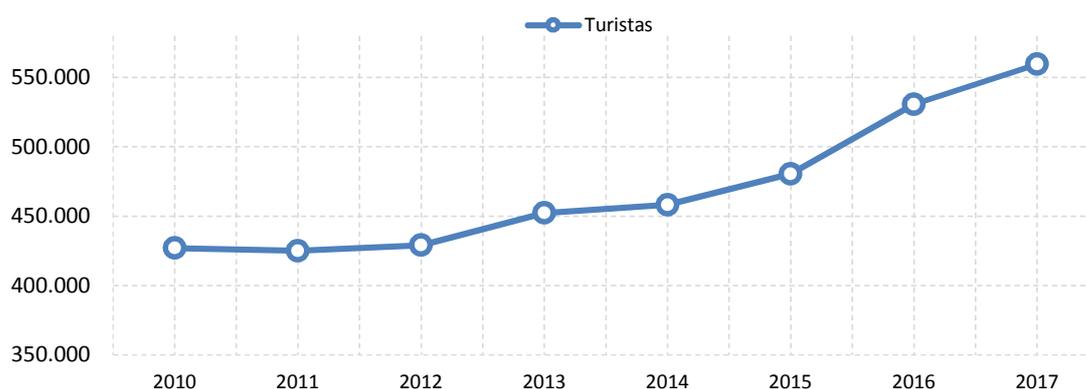
País	2016	2017	% var.
Reino Unido	694.623	655.839	-5,6%
Alemania	643.158	644.943	0,3%
Suecia	463.952	468.570	1,0%
Francia	407.719	410.171	0,6%
Holanda	400.510	387.597	-3,2%
España	271.865	270.463	-0,5%
Escocia	192.533	187.802	-2,5%
Irlanda	190.883	183.461	-3,9%
Dinamarca	151.139	151.243	0,1%
Finlandia	143.025	142.672	-0,2%
Austria	100.351	102.695	2,3%
Noruega	100.702	100.702	0,0%

Fuente: Golf Participation Report for Europe 2018. KPMG Survey

3. LA DEMANDA TURÍSTICA DE GOLF EN ANDALUCÍA

Según estimaciones de la Consejería de Turismo y Deporte, Andalucía recibió en el año 2017 un total de **560 mil turistas de golf**, lo que supone un crecimiento respecto a las cifras de 2016 del +5,4%, mostrando así el mejor resultado de los últimos años en esta variable.

Evolución del número de turistas de golf en Andalucía. Años 2010-2017.

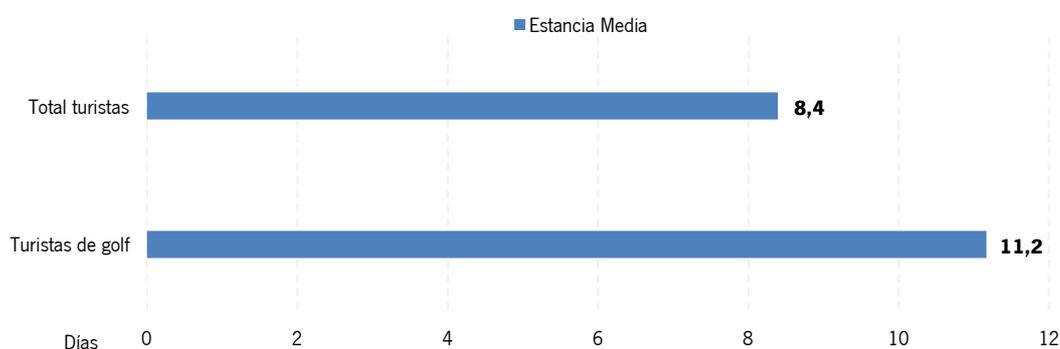


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

· Hábitos de viaje.

La **estancia media** de los turistas de golf en Andalucía ha experimentado una ligera subida en el último año, estimándose en 11,17 días y situándose en +0,37 días por encima de la registrada en 2016. Este segmento turístico destaca por su elevada estancia media, superando en más de dos días y medio a la que presenta el total de turistas en el destino andaluz (8,4 días en 2017).

**Estancia media del turista de golf en Andalucía.
Comparativa con total turistas. Año 2017**

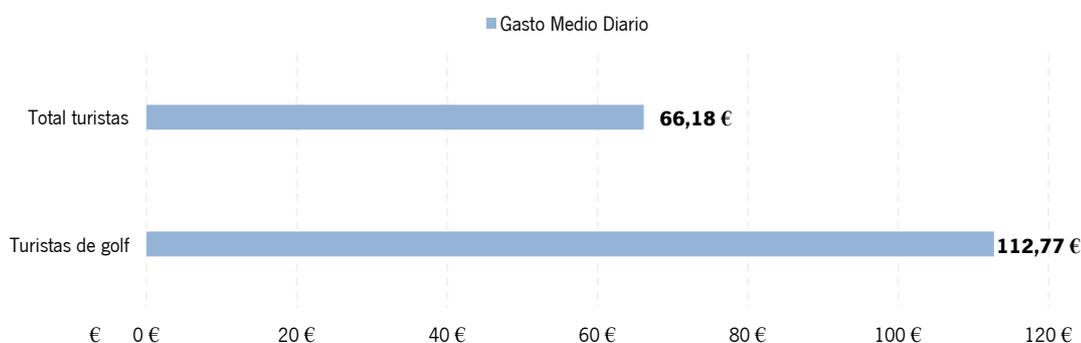


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

El **gasto medio diario** de los turistas de golf en Andalucía (no incluye el gasto realizado por los turistas en sus lugares de origen) muestra un descenso de -4,75 euros respecto al año anterior y se sitúa en 112,77 euros. Cabe destacar que el nivel de gasto de este turista es muy superior al que realiza como media el total de turistas que en 2017 fue de 66,18 euros.

Teniendo en cuenta estas cifras, se estima que el volumen de **gasto total** que han generado los turistas de golf en el destino andaluz ha sido **de 704,7 millones de euros**, lo que en términos relativos supone un crecimiento del +4,6% respecto a 2016.

**Gasto medio diario del turista de golf en Andalucía.
Comparativa con total turistas. Año 2017**



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

• Procedencia del turista

El turismo de golf se caracteriza por una fuerte presencia de extranjeros, 7 de cada 10 turistas de golf en Andalucía son extranjeros, destacando especialmente la nacionalidad británica (27,2% del total de extranjeros), seguida por las procedencias de Suecia, Alemania y Dinamarca que conjuntamente llegan a suponer el 33,4% de este mercado.

Los españoles con una cuota del 30% proceden principalmente de Madrid y de la propia Andalucía con cuotas sobre el total de turistas del 7,4% y 14,7% respectivamente. El resto de las Comunidades Autónomas participan en porcentajes inferiores al 2%.

• Perfil del turista de golf.

Los turistas de golf que han visitado Andalucía se caracterizan por una mayor presencia de **hombres** (78% frente al 22% de mujeres).

En este segmento destaca la presencia de turistas de **edad avanzada**, con una edad media de casi 54 años. Así, los mayores de 45 años llegan a suponer el 79% del total de la demanda mientras que este intervalo de edad en el total de turistas no llega al 47%.

Aunque la **situación laboral** más predominante, con un 69% de los casos, es tener trabajo, ya sea por cuenta propia o ajena, la presencia de turistas de edad avanzada en este segmento hace que destaque especialmente la situación de **retirado/jubilado** alcanzando un porcentaje del 28,1%.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA DE GOLF EN ANDALUCÍA. AÑO 2017		
Sexo:	Hombre	78,1%
	Mujer	21,9%
Edad:	De 18 a 29 años	4,2%
	De 30 a 44 años	16,7%
	De 45 a 65 años	58,1%
	Más de 65 años	21,0%
Situación laboral:	Ocupado	69,0%
	Estudiante	1,4%
	Retirado/jubilado	28,1%
	Otras	1,5%

Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

• Cómo conoció...

Para los turistas de golf, igual que a nivel general, es la **experiencia propia y la recomendación de amigos y familiares** la forma principal de conocer el destino andaluz. No obstante, en este segmento sí se advierte una cierta diferenciación respecto a la media en cuanto a la **influencia de intermediarios**, ya sean agencias de viaje u organizaciones de golf, llegando a representar para este segmento el 11,3% mientras que a la demanda turística general le influye en el 6,1% de los casos.

-

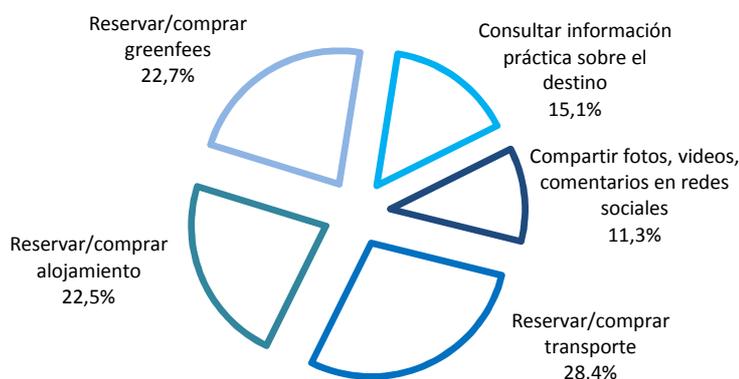
• Qué le hizo elegir...

El **clima** es el factor clave para elegir Andalucía como destino de golf, 9 de cada 10 turistas de golf así lo manifiestan. Del resto de los conceptos, en un intervalo del 40% al 50% destacan **la calidad de vida/hospitalidad, las instalaciones deportivas y los precios**. Cabe destacar la importancia que adquiere el concepto **gastronomía** para esta tipología turística, ya que el 34,4% de los encuestados declaran éste como uno de los factores determinantes a la hora de elegir Andalucía.

• Organización del viaje.

Ocho de cada diez turistas de golf que han visitado Andalucía en 2017 han organizado su viaje **de forma particular**. En este sentido cabe destacar que el uso de **Internet** por este turista es cada vez más frecuente en todas las fases del viaje. Concretamente el 80% de estos turistas declaran haber utilizado esta herramienta para consultar, reservar, comprar o compartir algún aspecto de su viaje a Andalucía. Destaca especialmente la reserva o compra de Green Fees a través de Internet, alcanzando un porcentaje similar al que registra la gestión del alojamiento.

Actividades realizadas por el turista de golf en Internet. Año 2017

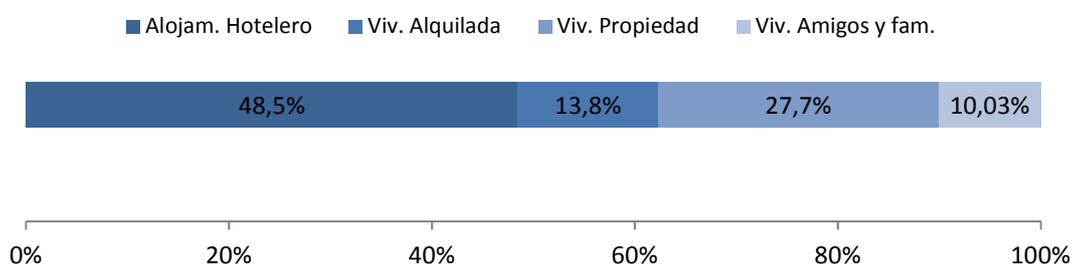


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

• Alojamiento.

No existe una preferencia clara del turista de golf entre el alojamiento hotelero y la vivienda en cualquiera de sus tipologías (alquilada, en propiedad o de amigos/familiares) ya que se reparten aproximadamente en el 50%. Esta distribución difiere del total de turistas que se decanta en mayor proporción por el alojamiento hotelero (63,3%). Dentro de las viviendas, destaca la relevancia de las viviendas en propiedad que llegan a suponer la segunda tipología de alojamiento más importante para este segmento.

Distribución de los turistas de golf en Andalucía según tipo de alojamiento. Año 2017.

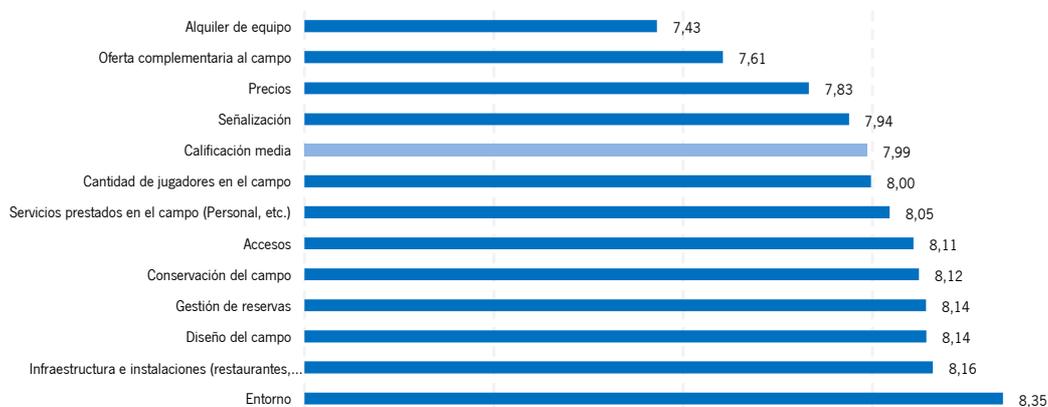


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

• Fidelidad y valoración

La **valoración** media que realizan los turistas de Andalucía como destino de golf alcanza una calificación de 8 puntos en una escala de 1 a 10 (donde 1 es muy insatisfactorio y 10 muy satisfactorio). El entorno en el que se encuentran los campos de golf andaluces es el aspecto más valorado por el turista, tal y como puede observarse en el siguiente gráfico.

Valoración de Andalucía como destino de golf. Año 2017.



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

El 73,4% de los turistas que han elegido Andalucía como destino para la práctica del golf en 2017, pasaron sus últimas vacaciones motivadas por este deporte en Andalucía. Este segmento destaca por generar un elevado grado de **fidelidad** al destino, muy superior al que presenta el total del turismo que se situó en el 55% para 2017.

4. TURISMO DE GOLF. ASPECTOS DIFERENCIALES SEGÚN MERCADOS.

- Tanto los turistas de golf procedentes de España como del extranjero presentan un **perfil sociodemográfico** donde destaca la mayor presencia de hombres. Sin embargo, se diferencian en términos de edad ya que los extranjeros presentan una mayor proporción de turistas con edades superiores a los 45 años (+5,8 puntos porcentuales en relación a los españoles). Como consecuencia de este aspecto diferencial el porcentaje de retirados o jubilados es también mayor en el mercado extranjero (+4 puntos porcentuales).
- En la composición del **grupo de viaje** se observa una diferencia significativa por procedencias, mientras algo más de la mitad de los españoles optan por viajar en pareja, los extranjeros prefieren hacerlo con amigos en el 47% de los casos.
- La forma de **conocer el destino andaluz** por parte del mercado nacional es su propia experiencia (71,1%) mientras que para los extranjeros destaca las recomendaciones de amigos y familiares (57%) antes que su propia experiencia (41,8%).
- El mayor o menor grado de conocimiento del destino obviamente afecta a la hora de **organizar el viaje**. Por ello, como era de esperar, los turistas de golf españoles optan en mayor medida por la organización particular frente a los extranjeros que eligen esta opción (87% y 77,5% respectivamente).
- Se observa claramente una mayor predisposición al uso de **internet** durante todo el viaje por parte del turista de golf extranjero, registrando el doble de uso de esta herramienta frente al español (88,2% y 44,4% respectivamente).
- El **medio de transporte** elegido a la hora de llegar a Andalucía se diferencia por procedencia, al igual que ocurre en el total de la demanda turística, los turistas españoles optan en mayor medida por el coche particular (87,7%) mientras que los extranjeros lo hacen por el avión (45%), destacando en esta procedencia la relevancia que toma el alquiler de coches (32,4% frente al 0,5% de los españoles).
- Para ambos mercados existe prácticamente una división entre los turistas que eligen como forma de **alojamiento** los establecimientos hoteleros o aquellos otros que optan por las viviendas. En este último caso predominan las viviendas en propiedad, aunque en mayor proporción para el mercado español (+11,2 puntos porcentuales que los extranjeros).
- El turista extranjero **permanece** en el destino medio día más que el turista nacional (11,3 días frente a la estancia media de 10,8 días del español) y también registra un **gasto** medio por persona y día superior en casi 20 euros.
- Además de practicar el golf, que constituye su **actividad** principal cuando están en **Andalucía**, destacan para ambas procedencias su combinación con el disfrute del sol y la playa, así como con actividades relacionadas con la gastronomía.

- Muchos son los **motivos para elegir Andalucía** frente a otros destinos competidores de golf, pero destaca especialmente el clima, siendo más relevante para el turista extranjero que declara este motivo en el 92% de los casos mientras que el español lo hace en el 86% de casos.
- El **grado de fidelidad** de esta tipología turística es alto, siendo más elevado para el mercado español donde 9 de cada 10 turistas pasaron sus últimas vacaciones de golf en Andalucía. Esta proporción, aunque también es elevada para el mercado extranjero, se reduce a 7 de cada 10 turistas.
- Esta fidelidad hacia el destino andaluz también se observa en que, casi en su totalidad, tanto los encuestados españoles como los extranjeros, declaran que **piensan volver** a Andalucía para practicar golf. Aunque a distancia, le sigue como motivación la realización de turismo de sol y playa en Andalucía.
- La **valoración** media que ofrecen los turistas españoles y extranjeros a las infraestructuras de golf en el destino andaluz son similares, rondando los 8 puntos en una escala de 1 a 10. Ambos mercados coinciden en que el mejor aspecto de Andalucía es su entorno y el menos valorado, aunque con notable, el alquiler de equipo.

Tabla resumen: Perfil del turista español de golf en Andalucía. Año 2017

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Peso del mercado nacional en 2017. Porcentaje	29,9%
Gasto medio diario en destino: euros	98,24
Estancia media: Número de días	10,8
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Hombre	75,6%
Edad: De 45 a 64 años	55,3%
Situación laboral: Ocupado	71,8%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Grupo de viaje: En pareja	53,2%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	48,1%
Principal medio de transporte: Coche	87,7%
Uso de intermediarios: Porcentaje	13,0%
Uso de internet: Porcentaje	44,4%
Para qué utilizó internet: Reserva/Comprar de alojamiento	37,1%
Principales factores de elegir Andalucía (Multirespuesta):	
- Clima: Porcentaje	28,7%
- Instalaciones deportivas: Porcentaje	15,8%
Canal principal de información sobre Andalucía (Multirespuesta): Experiencia propia	57,8%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía aparte de la práctica de golf (Multirespuesta)	
- Disfrute del sol y la playa: Porcentaje	55,0%
- Gastronomía: Porcentaje	51,9%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración infraestructuras de golf: Escala de 1 a 10	8,1
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Entorno	8,4
- Gestión de reservas	8,2
Grado de fidelidad: Porcentaje	81,0%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

Tabla resumen: Perfil del turista extranjero de golf en Andalucía. Año 2017

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Peso del mercado extranjero en 2017. Porcentaje	70,1%
Gasto medio diario en destino: euros	117,49
Estancia media: Número de días	11,3
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Hombre	79,1%
Edad: De 45 a 64 años	59,3%
Situación laboral: Ocupado	67,8%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Grupo de viaje: Con amigos	47,0%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	48,7%
Principal medio de transporte: Avión	44,9%
Uso de intermediarios: Porcentaje	22,6%
Uso de internet: Porcentaje	88,2%
Para qué utilizó internet: Reserva/Comprar transporte	30,1%
Principales factores de elegir Andalucía (Multirespuesta):	
- Clima: Porcentaje	91,7%
- Calidad de vida/hospitalidad: Porcentaje	52,8%
Canal principal información sobre Andalucía (Multirespuesta): Recomendación amigos/familiares	46,7%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía aparte de la práctica de golf (Multirespuesta)	
- Disfrute del sol y la playa: Porcentaje	55,4%
- Gastronomía: Porcentaje	55,6%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración infraestructuras de golf: Escala de 1 a 10	8,0
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Entorno	8,3
- Diseño del campo	8,2
Grado de fidelidad: Porcentaje	70,2%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

5. TURISMO DE GOLF. ASPECTOS DIFERENCIALES SEGÚN ZONAS ANDALUZAS.

Tal y como se ha comentado en la introducción, la muestra conseguida en el estudio permite realizar un análisis territorial diferenciado para tres zonas: provincia de Málaga, provincia de Cádiz y resto de Andalucía. Por ello, en el análisis que se realiza a continuación cuando se especifica “resto de Andalucía”, se debe entender como todo el territorio andaluz exceptuando las provincias de Málaga y Cádiz.

- . El **perfil sociodemográfico** que más define al turista de golf es similar en todas las zonas: hombres mayores con trabajo remunerado. Sin embargo, se producen algunas diferencias significativas como la mayor presencia de hombres en Málaga frente al resto de las zonas, o la edad media más avanzada de los turistas que han optado por el resto de Andalucía.

- . Los turistas de golf encuestados en cada una de las zonas andaluzas analizadas (provincia de Málaga, provincia de Cádiz y resto de Andalucía) declaran que su principal motivo por el que **eligieron** el destino andaluz fue el clima. Sin embargo, los siguientes motivos varían según la zona, destacando la relevancia que toman los precios para el resto de Andalucía, mientras que en Málaga y Cádiz aparecen otros conceptos como la calidad de vida/hospitalidad o las instalaciones deportivas.

- . La recomendación de amigos y familiares es el canal de **conocimiento** del destino andaluz más relevante para aquellos turistas de golf que han realizado su estancia en Málaga. En el resto, aunque este canal también presenta una alta influencia, destaca en mayor medida la experiencia propia.

- . En todas las zonas a la hora de acceder a Andalucía, el coche en general es el protagonista como **medio de transporte**. Sin embargo, mientras en Cádiz y el resto de Andalucía destaca el coche particular, en Málaga lo hace el coche de alquiler.

- . A la hora de **organizar el viaje**, existe una clara disposición hacia la planificación particular, más del 70% de los turistas encuestados optan por esta forma. Sin embargo, aunque la organización a través de intermediarios es menos relevante tiene una mayor presencia en Cádiz y resto de Andalucía que en Málaga. Esta diferenciación por zonas también se ve reflejada en el uso de **internet**, ya que es en Málaga donde los turistas del golf utilizan en mayor proporción esta herramienta (90,4%).

- . El **alojamiento** hotelero es la principal tipología para los turistas de golf en todas las zonas analizadas, pero es en la provincia de Cádiz donde alcanza su máxima relevancia con el 71,7% mientras que en el resto alcanza porcentajes cercanos al 42%. En estos casos, la mitad de los turistas de golf que eligen las viviendas como tipo de alojamiento optan por la propiedad.

- . Tanto en Cádiz como en el resto de Andalucía más de la mitad de los turistas de golf optan por venir acompañados de su pareja mientras que en Málaga el **grupo de viaje** más relevante son los amigos (50%).

. El **gasto medio diario** que realiza un turista de golf en destino varía significativamente según las zonas de estancia, destacando el más elevado en la provincia de Cádiz (121,64 euros) frente a los 71,13 euros que realiza el turista en el resto de Andalucía.

. También se observan diferencias según las zonas de estancia del turista de golf en cuanto al número medio de días que permanecen en el destino, situándose desde los 7,2 días de Cádiz a los 13,4 días de **estancia media** en el resto de Andalucía.

• Además de la práctica del golf, los turistas optan en todas las zonas andaluzas por **actividades** complementarias destacando el disfrute del sol y playa, así como de la gastronomía, aunque éstas toman mayor relevancia en Málaga y en el resto de Andalucía que en la zona de Cádiz.

• Todas las zonas de Andalucía son muy bien valoradas por los turistas como destinos para la práctica de golf, ya que alcanzan puntuaciones, en una escala de 1 a 10, superiores a 7,5 puntos. Dentro de estas zonas destaca especialmente la mayor **calificación** que otorgan los turistas a la provincia de Cádiz donde todos los conceptos valorados superan los 8 puntos.

. Los turistas de este segmento muestran un elevado **grado de fidelidad al destino andaluz**, destacando los turistas que este año han estado en el resto de Andalucía y que en el 76,6% de los casos ya habían estado en Andalucía con la misma motivación, realizar turismo de golf.

Tabla resumen: Perfil del turista de golf en Málaga. Año 2017

INDICADORES BÁSICOS EN MÁLAGA	
Gasto medio diario en destino: euros	116,18
Estancia media: Número de días	11,3
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Hombre	81,0%
Edad: +45 años	76,8%
Situación laboral: Ocupado	69,7%
HÁBITOS DE CONSUMO	
Grupo de viaje: Con amigos	49,9%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	42,2%
Principal medio de transporte: Coche alquiler	35,9%
Uso de intermediarios: Porcentaje	14,4%
Uso de internet: Porcentaje	90,4%
Para qué utilizó internet: Reserva/Comprar transporte	29,8%
Principales factores de elegir Andalucía (Multirespuesta):	
- Clima: Porcentaje	90,8%
- Calidad de vida/hospitalidad: Porcentaje	52,7%
Canal principal información sobre Andalucía (Multirespuesta): Recomendación amigos/familiares	60,8%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía aparte de la práctica de golf (Multirespuesta)	
- Disfrute del sol y la playa: Porcentaje	60,6%
- Gastronomía: Porcentaje	59,6%
OPINIÓN SOBRE MÁLAGA	
Valoración infraestructuras de golf: Escala de 1 a 10	8,0
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Entorno	8,3
- Diseño del campo	8,2
Grado de fidelidad: Porcentaje	74,3%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

Tabla resumen: Perfil del turista de golf en Cádiz. Año 2017

INDICADORES BÁSICOS EN CÁDIZ	
Gasto medio diario en destino: euros	121,64
Estancia media: Número de días	7,2
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Hombre	72,4%
Edad: +45 años	82,3%
Situación laboral: Ocupado	72,7%
HÁBITOS DE CONSUMO	
Grupo de viaje: En pareja	61,2%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	71,7%
Principal medio de transporte: Coche propio	61,9%
Uso de intermediarios: Porcentaje	25,1%
Uso de internet: Porcentaje	47,5%
Para qué utilizó internet: Reserva/Comprar de alojamiento	38,4%
Principales factores de elegir Andalucía (Multirespuesta):	
- Clima: Porcentaje	91,2%
- Instalaciones deportivas: Porcentaje	48,9%
Canal principal de información sobre Andalucía (Multirespuesta): Experiencia propia	57,8%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía aparte de la práctica de golf (Multirespuesta)	
- Disfrute del sol y la playa: Porcentaje	33,1%
- Gastronomía: Porcentaje	30,1%
OPINIÓN SOBRE CÁDIZ	
Valoración infraestructuras de golf: Escala de 1 a 10	8,4
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Entorno	8,6
- Precios	8,5
Grado de fidelidad: Porcentaje	68,7%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.

Tabla resumen: Perfil del turista de golf en el resto de Andalucía. Año 2017

INDICADORES BÁSICOS EN RESTO ANDALUCÍA	
Gasto medio diario en destino: euros	71,13
Estancia media: Número de días	13,4
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Hombre	73,9%
Edad: +45 años	84,2%
Situación laboral: Ocupado	60,9%
HÁBITOS DE CONSUMO	
Grupo de viaje: En pareja	55,8%
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	42,4%
Principal medio de transporte: Coche propio	49,5%
Uso de intermediarios: Porcentaje	29,2%
Uso de internet: Porcentaje	53,9%
Para qué utilizó internet: Reserva/Comprar de alojamiento	28,3%
Principales factores de elegir Andalucía (Multirespuesta):	
- Clima: Porcentaje	86,3%
- Precios: Porcentaje	47,7%
Canal principal de información sobre Andalucía (Multirespuesta): Experiencia propia	57,8%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía aparte de la práctica de golf (Multirespuesta)	
- Disfrute del sol y la playa: Porcentaje	59,9%
- Gastronomía: Porcentaje	62,2%
OPINIÓN SOBRE RESTO ANDALUCÍA	
Valoración infraestructuras de golf: Escala de 1 a 10	7,5
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Entorno	8,1
- Gestión de reservas	7,9
Grado de fidelidad: Porcentaje	76,6%

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía.