



TURISMO DE GOLF EN ANDALUCÍA

| AÑO 2011 |

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 promoción acertada y efectiva se ha de realizar de un modo diferenciado y adaptado a cada una de estas tipologías turísticas.

En este contexto es necesario disponer de un sistema estadístico que permita actualizar anualmente las cifras más relevantes de los principales segmentos turísticos en Andalucía. De este modo, se pretende 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, 108 cuestionarios que recogen datos identificativos e información sobre su actividad en el año 2011.

FICHA TÉCNICA. Encuesta Oferta	
Universo:	Campos de golf de Andalucía
Recogida de la información:	Mediante cuestionario estructurado en entrevistas por e-mail y telefónicas.
Tamaño de la muestra:	106 entrevistas
Error teórico de muestreo	+/- 1,9%, 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 2011

B. ENCUESTA A LA DEMANDA, 460 cuestionarios completos y 1.525 conteos, realizados en 8 campos de golf andaluces que recogen características y hábitos de consumo turístico de los encuestados. El periodo de encuestación se ha extendido de mayo a octubre.

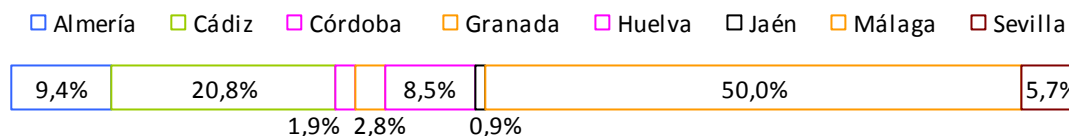
FICHA TÉCNICA. Encuesta Demanda

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:	460 entrevistas válidas y conteo paralelo de los abordados especificando si son excursionistas o residentes.
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:	Cuantitativas (Número de turistas, residencia, estancia media, gasto, tipo de alojamiento, etc.), perfil sociodemográfico y cualitativas (calificación de instalaciones de golf, etc.).

2. OFERTA

A 31 de diciembre de 2011, Andalucía cuenta con un total de 106 campos de golf¹, de los que el 50% se encuentran en la provincia de Málaga, y el 20,8% en Cádiz.

Distribución de campos de golf en Andalucía. Año 2011



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

A nivel nacional, Andalucía continúa siendo líder en cuanto a oferta de golf, ya que en 2011 ofrece el 22,9% de los campos en España, seguida a gran distancia por Cataluña (10,6%) y Castilla León (9,2%).

¹ Directorio compuesto por unidades encuestables gestoras de campos de golf.

Distribución de campos de golf² en España según CC.AA. Año 2011³

CC.AA.	Cuota	% var. 11/10
Andalucía	22,9%	-1,3
Cataluña	10,6%	0,2
Castilla León	9,2%	0,0
Madrid	8,3%	0,4
C. Valenciana	8,3%	0,2
Galicia	5,2%	0,0
Baleares	5,0%	0,0
Canarias	5,0%	0,0
Total	100,0%	0,0

Fuente: Real Federación Española de Golf. RFEG

La Comunidad de Madrid acapara el 29,2% del total de jugadores federados en España, con 95.507 licencias, mientras que Andalucía se sitúa en segunda posición con casi 51 mil federados. No obstante, respecto al año 2009, se observa un descenso en el número de licencias federativas a nivel nacional.

Distribución de licencias federativas de golf en España según CCAA. Año 2011

CC.AA.	2011	Cuota	% var. 11/10
Madrid	95.507	29,2%	-0,9
Andalucía	50.697	15,5%	-0,5
Cataluña	41.046	12,6%	-5,1
C. Valenciana	22.423	6,9%	-1,4
País Vasco	20.442	6,2%	0,6
Castilla León	17.891	5,5%	-2,3
Total	326.905	100,0%	-1,8

Fuente: Real Federación Española de Golf. RFEG

² Número de Clubes de Golf registrados en la Real Federación Española de Golf y que cuentan con campo de golf.

³ Datos a 1/1/2012

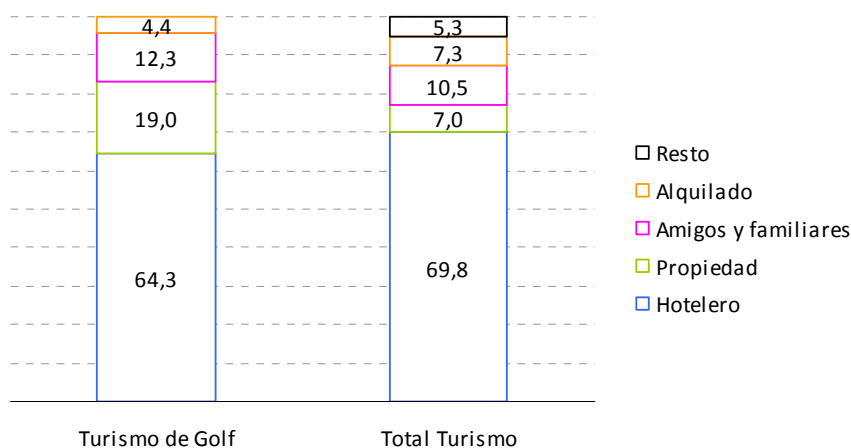
3. DEMANDA

Según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Andalucía recibió en el año 2011 un total de **425 mil turistas de golf** que supone un ligero descenso respecto a las cifras de 2010 (-0,5%). El turismo de golf supone así el **1,9% del total de turistas** recibidos en Andalucía durante el año.

1 | Hábitos de viaje

- En 2011 se observa un **incremento en los establecimientos hoteleros** como alojamiento utilizado en el viaje por parte de estos turistas. Así, el 64,3% optó por este tipo de alojamiento frente al 49,5% que se inclinó por el apartamento, casa o chalet, ya sea en propiedad (19%), de amigos/familiares (12,3%) o alquilado (4,4%).
- Existe una relevante diferencia en el uso de viviendas en propiedad respecto a la media del total de turistas, siendo esta tipología más utilizada por el turista de golf (19% frente al 7% del total).

Tipo de alojamiento del turista de golf en Andalucía. Año 2011

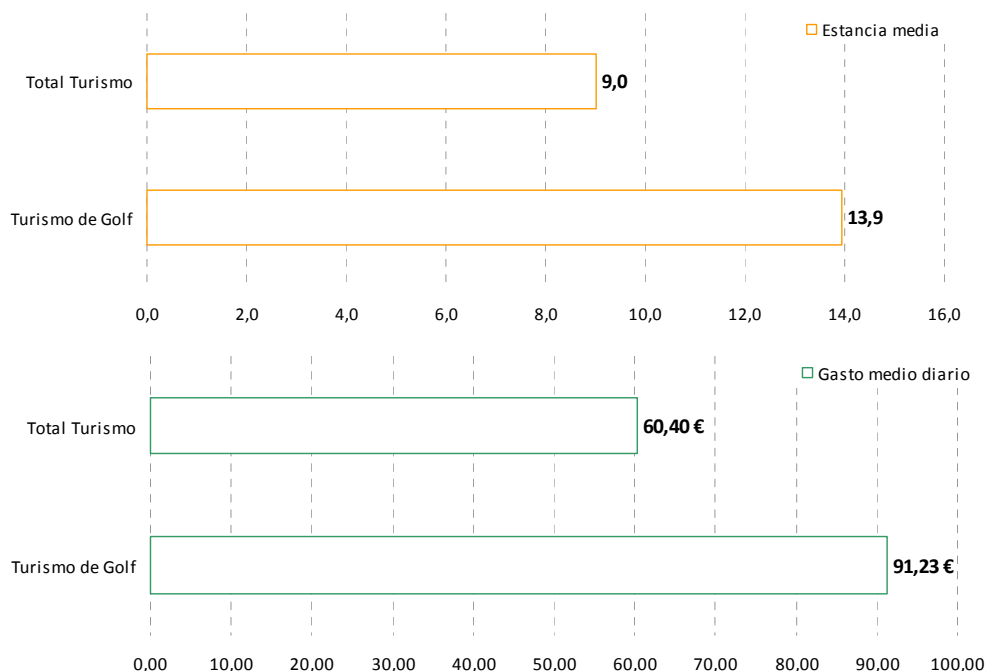


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

- Los turistas de golf en Andalucía permanecen una media de 11,7 días, cifra superior en casi 3 días a la **estancia media** que presenta el total de turistas.
- El **gasto medio diario** de los turistas de golf en el destino andaluz también muestra una amplia diferencia con respecto a la media ya que se sitúa en 80,31€ euros el gasto por persona y día mientras que la media del total de turistas se encuentra en 60,35 euros.

- Las dos variables anteriores, estancia media y gasto medio diario, confirman la relevancia turística que ofrece este segmento turístico para el destino andaluz, aunque en ambos casos la coyuntura actual les ha afectado a la baja.

Estancia media y gasto medio diario. Total turistas y turistas de golf



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

- La *restauración* y la *adquisición de green fees* son las dos **partidas de gasto en destino** más importantes para el turista de golf que visitó Andalucía en 2011, captando entre ambas el 67,3% de su presupuesto. Le siguen las compras, con un 15,6%.

2 | Internet en la organización del viaje

- El aumento general de Internet como herramienta de consulta, reserva o compra a la hora de viajar se refleja también en el turista de golf que visita Andalucía. De hecho, el **82% usó la Red en la preparación de su viaje**, lo que supone un crecimiento de 25 puntos respecto a 2010.

3 | Sexo del turista

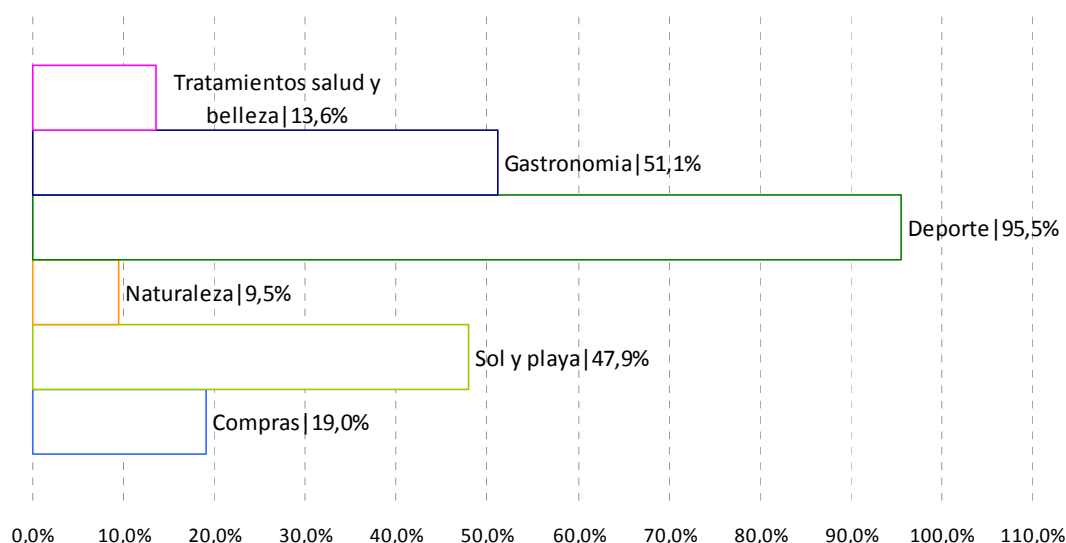
- Los turistas de golf que han visitado Andalucía en 2011 se caracterizan por una mayor presencia de hombres (77% frente al 23% de mujeres).

4 | Motivación y actividades realizadas en destino

- El 67,4% de los turistas afirma no tener un **motivo secundario** para visitar Andalucía, más allá de la práctica del golf. Sin embargo, el 17,6% se muestra motivado en segunda instancia por *el sol y la playa*, y el 6,7% por la *visita a amigos y familiares*.

- El turismo de golf en Andalucía está muy vinculado a otras **actividades** relacionadas con el uso y disfrute de la *gastronomía* y de las *playas* andaluzas, realizadas por el 51% y el 48% de los turistas respectivamente. Le sigue en importancia las compras con un 19%.

Actividades realizadas por los turistas de golf en Andalucía. Año 2011



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

- En cuanto a la propia actividad de jugar al golf, se realiza como media 4,6 **salidas a campo** por turista y se visitan una media de 2,5 **campos de golf** durante su viaje en Andalucía. Además, el 8,5% de los turistas de golf realizan actividades relacionadas con clases y cursos.

5 | Fidelidad y valoración

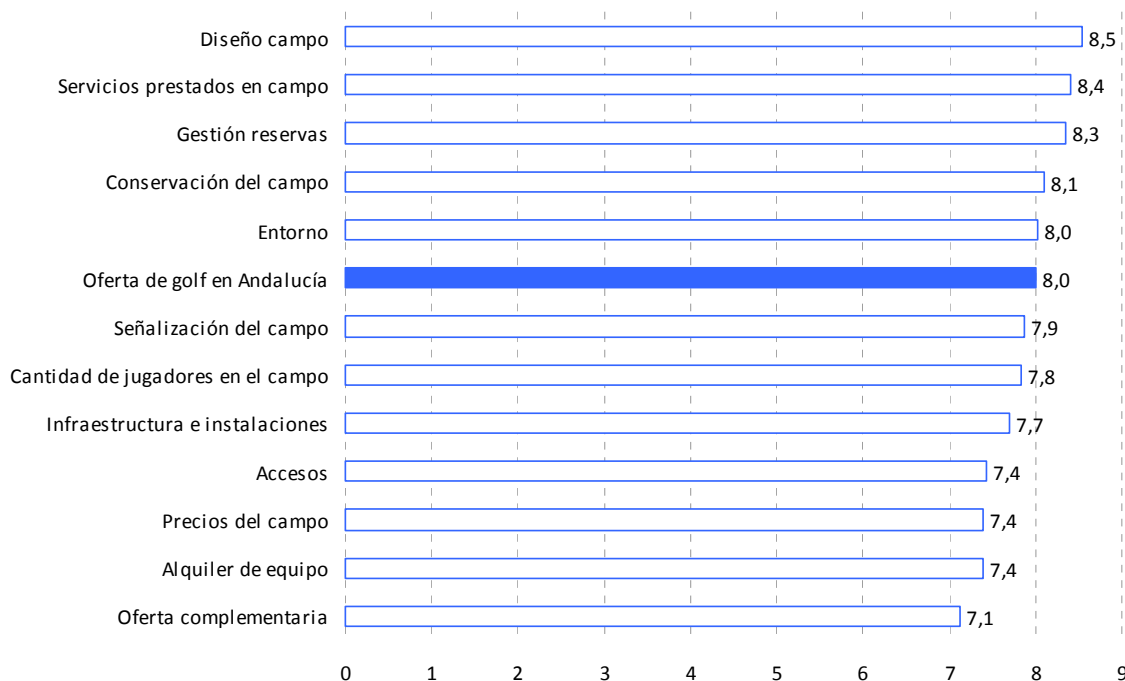
- El 82,4% de los turistas que han elegido Andalucía en 2011 para practicar golf ya habían estado en la Comunidad en los **últimos cuatro años** con esta misma motivación. Es más, el 76,5% de los turistas que han visitado este año Andalucía con este motivo ya pasaron sus **últimas vacaciones** motivadas por este deporte en Andalucía. Esto implica un grado de fidelidad muy superior al del turista en general (48,7%).

- El 84,6% de estos turistas **piensa volver a Andalucía** en calidad de turista, la gran mayoría de ellos por la misma motivación de *golf* (67,2%), el 19,7% atraídos por el *sol y la playa* y el 12,9% para *visitar a amigos y familiares*.

- La **valoración** media que realizan los turistas a las instalaciones de golf en Andalucía es de notable (8 puntos, en una escala de 1 a 10), manteniéndose constante esta valoración respecto al año pasado.

- Destacan el *diseño* de los campos, los *servicios prestados* en los mismos, la *gestión de las reservas* y la *conservación*, como los aspectos mejor valorados por el turista en 2011, todos ellos por encima de 8 puntos.

Valoración de las instalaciones de golf en Andalucía



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte