

La demanda del
TURISMO DE GOLF
en Andalucía
2005



La demanda del
TURISMO DE GOLF
en Andalucía
2005



© Junta de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
Calle Juan Antonio de Vizarrón, s/n. Edificio Torretriana
41071 Sevilla
Teléfono: 955 065 100
Fax: 955 065 164

Elaboración

Turismo Andaluz, S.A.
Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA)

Calle Compañía, 40
29008 Málaga
Teléfono: 951 299 300
Fax: 951 299 315
correo-e: saeta@andalucia.org

www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte
www.andalucia.org

Diseño y Maquetación

innovaIMAGEN Comunicación & Publicidad
www.innovaimagen.com

Impresión

XXXXXXXXXXXXXXXXXX
Depósito Legal: XXXXXXXXXX

La localización estratégica del territorio, las favorables condiciones climáticas y una dotación adecuada de infraestructuras han consolidado a la Comunidad andaluza como destino turístico.

En este contexto, se pone de manifiesto la importancia del sector en la economía y en el empleo y, por ende, la relevancia de la gestión en la diversificación de la oferta, el desarrollo de una política medioambiental sostenible y el esfuerzo por extender la demanda a todo el año incentivando nuevas motivaciones turísticas que reafirmen y promocionen el destino andaluz en el resto del mundo. A lograr todo ello se dedica la constante labor de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

De la creciente necesidad de aprovechar las ventajas competitivas brindadas por Andalucía y de la demanda turística de golf., surge esta publicación cuyo objetivo no es sólo el análisis cuantitativo y cualitativo de este segmento turístico, sino el de ser una herramienta básica del sector público y privado, capaz de aunar esfuerzos y diseñar novedosas estrategias de actuación que permitan hacer del territorio andaluz un referente turístico entre aquellos que practican este deporte.

Paulino Plata Cánovas
Consejero de Turismo, Comercio y Deporte
de la Junta de Andalucía

Índice

1. La demanda del Turismo de Golf en Andalucía	11
1.1. El Turismo de Golf en Andalucía. Turismo Español	29
1.2. El Turismo de Golf en Andalucía. Turismo Extranjero.....	45
2. Especial referencia a la Costa del Golf	61
3. Grandes eventos deportivos de Golf	79
3.1. Open de España de Golf. Año 2005	83
3.2. XVIII Volvo Masters de Andalucía	95
4. Principales resultados del estudio	107

1

la demanda del
TURISMO DE GOLF
en Andalucía

La demanda del Turismo de Golf en Andalucía

Las estimaciones derivadas de la Encuesta a los Segmentos Turísticos realizada por la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte arrojan como resultado que durante 2005 ¹ Andalucía recibió un total de **364.260 turistas** que declararon el golf como principal motivo de su viaje a la Comunidad, lo que supone una participación del **1,5%** sobre el total de la actividad turística registrada en el territorio andaluz en dicho año. En términos monetarios, este segmento turístico ha ingresado en las arcas andaluzas un total de **511,9 millones de euros**, lo que conforma una participación del 3,5% respecto al conjunto de rentas ingresadas en materia turística en Andalucía.

El segmento de golf se caracteriza por una escasa **estacionalidad**, registrando todos los trimestres del año a más del 20% de esta tipología de turistas, gracias principalmente al comportamiento regular de la demanda extranjera, ya que los turistas españoles muestran una tendencia elevada a visitar los campos de golf andaluces en el tercer trimestre del año.

Turistas de Golf. Distribución trimestral

Distribución de turistas	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Espanoles	14,6	15,0	44,3	23,0
Extranjeros	26,3	23,0	24,6	26,2
Total	22,6	20,5	30,8	26,1

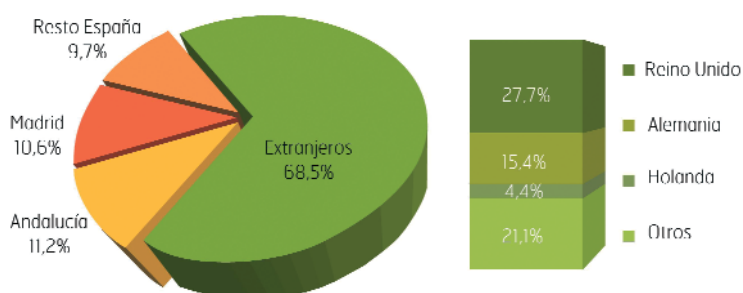
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Siete de cada diez turistas poseen **nacionalidad** extranjera, destacando de manera especial la procedencia británica y la alemana con porcentajes de parti-

¹ Aunque en todo el documento el año de referencia es 2005, el trabajo de encuestación realizado ha tenido lugar entre junio de 2005 y mayo de 2006.

cipación del 27,7% y 15,4% respectivamente. Asimismo, el 70% de los españoles que eligen Andalucía como destino de golf son madrileños o andaluces.

Turistas de golf. Distribución según país de procedencia



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La participación porcentual de los turistas según procedencia difiere a lo largo del año, siendo mayor la participación extranjera durante todos los trimestres, especialmente durante los dos primeros en los que las condiciones climáticas de Andalucía, aún siendo cálidas no alcanzan temperaturas muy elevadas. El período julio – septiembre es aquel en el que se registra una mayor participación del turismo español.

Turistas de Golf. Distribución según nacionalidad

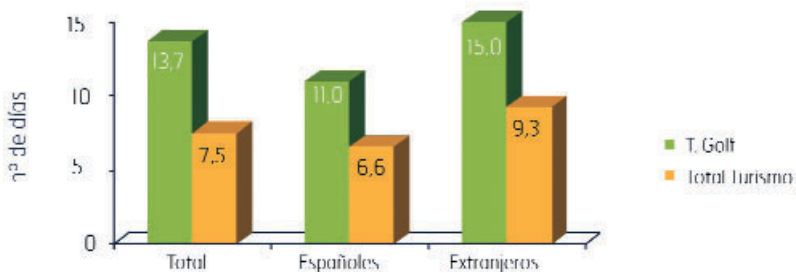
Distribución de turistas	Año	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Espanoles	31,5	20,4	23,1	45,3	31,3
Extranjeros	68,5	79,6	76,9	54,7	68,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Del total de turistas que ha visitado Andalucía con la **motivación** principal de practicar turismo de golf, el 34% ha tenido un motivo secundario a la hora de realizar su viaje, destacando especialmente disfrutar del sol y de la playa (47,8%), seguido a gran distancia de la visita a amigos y familiares (20,4%), y de la práctica de turismo de naturaleza (14,6%).

La **estancia media** de estos turistas en la Comunidad andaluza ha sido de 13,7 días, casi el doble de tiempo que ha permanecido la media del total de turistas en este destino durante 2005 (7,5 días). Asimismo, cabe destacar que la estancia del turista extranjero se sitúa cuatro días por encima de la del español (14,95 y 10,97 días respectivamente).

Estancia media. Turismo total y turismo de golf



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El 58,8% de los turistas de golf que han visitado Andalucía durante 2005 son varones, alcanzando este porcentaje el 60,9% en el caso de la demanda extranjera, lo que supone 6,5 puntos por encima de la participación masculina de los españoles en este segmento turístico.

Asimismo, el **perfil sociodemográfico** de este turista se corresponde con el de una persona cuya **edad** está comprendida principalmente entre los 45 y los 65 años de edad, tiene una **situación laboral** remunerada y cuya **profesión** es la de director gerente o técnico superior o medio.

Turistas de Golf. Distribución trimestral

Edad	%
Menos de 18	9,2
18-29	6,1
30-44	29,1
45-65	43,8
Más de 65	11,8
Total	100,0

Situación Laboral	%
Asalariado a tiempo completo	51,8
Asalariado a tiempo parcial	3,2
Autónomo	9,6
En paro	0,4
Estudiante	5,2
Jubilado	22,1
Labores hogar	6,3
Otras	1,4
Total	100,0

Profesión	%
Director, gerente	32,1
Técnico superior o medio	31,1
Profesión liberal	18,4
Funcionario	7,8
Administrativo, Aux. administrativo	3,5
Empleado	4,1
Obrero	1,1
Otros	1,9
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Siete de cada diez turistas han utilizado el avión como **medio de transporte** para acceder a Andalucía, porcentaje seguido a gran distancia por el uso del coche particular, empleado por el 28,5% de los turistas de golf. Cabe destacar la procedencia como un factor decisivo a la hora de elegir el transporte; así, el 83,6% de los turistas que proceden de España eligen el coche, mientras que en el caso de los extranjeros, el avión es el más utilizado (95,8%).

El establecimiento hotelero seguido a corta distancia por el apartamento en propiedad, constituyen las principales formas de **alojamiento** para el turista de golf (41,4% y 36,9%, respectivamente). Asimismo, mientras que la existencia de una segunda residencia es más frecuente entre los turistas españoles que practican este deporte, la demanda extranjera elige hospedarse en un alojamiento hotelero (47,7%) con un porcentaje veinte puntos superior al registrado por los turistas procedentes de España (27,7%). No obstante, el uso del apartamento en propiedad dentro del segmento turístico de golf, se sitúa en todo caso muy por encima de la media del total de turistas que han elegido Andalucía como destino vacacional en 2005.

Tipo de alojamiento utilizado en su visita a Andalucía. Turismo de golf. Total, españoles y extranjeros

Tipo de alojamiento	Total turistas 2005	Turistas de Golf 2005		
		Total	Espanoles	Extranjeros
Alojamiento Hotelero	61,6	41,4	27,7	47,7
Apartamento	25,3	55,8	72,2	48,3
Apartamento alquilado	7,0	9,1	5,4	10,8
Apartamento en propiedad	7,6	36,9	55,4	28,4
Apartam. amigos y familiares	10,7	9,8	11,4	9,1
Camping	3,6	0,1	0,1	0,1
Otros	9,5	2,7	-	4,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

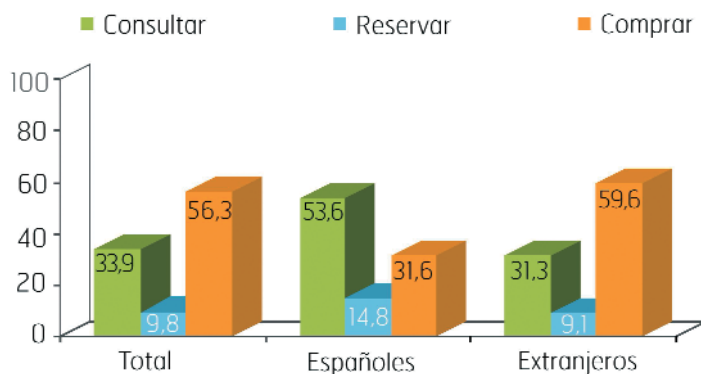
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El 73,1% de los turistas han **organizado** su viaje de forma particular mientras que el resto lo hizo a través de algún intermediario. En este contexto, cabe señalar que la proporción de turistas extranjeros que utilizaron las agencias de viaje (29,5%) no sólo supera con diferencia a la registrada por los españoles (7,1%) sino que es más del doble que la registrada por el total de turistas que eligieron Andalucía como destino turístico en 2005 (13,2%).

El 43,7% de los turistas han utilizado **Internet** para obtener información, reservar o contratar su viaje a la Comunidad. De hecho, de la totalidad de turistas que han usado esta herramienta, el 56,3% han efectuado alguna compra, el 33,9% ha consultado algún tipo de información y el 9,8% ha realizado al menos una reserva.

Cabe destacar el hecho de que los turistas extranjeros que acuden a los campos de golf andaluces muestran una mayor tendencia a utilizar Internet que los españoles (53,6% frente al 18,5%).

Usos de Internet. Turismo de golf. Total, españoles y extranjeros



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Del total de turistas de golf que realizaron alguna consulta a través de Internet, casi la mitad de ellos (45,3%) buscaron información acerca de green fees o lugares que visitar. Conceptos como el vuelo y el alojamiento son los que han registrado los mayores porcentajes tanto en la reserva como en la compra a través de Internet.

Usos de Internet. Turismo de golf

	Turistas de Golf 2005		
	Consultar	Reservar	Comprar
Paquete Turístico	11,5	3,4	2,8
Vuelo	12,7	20,6	79,7
Alojamiento	19,2	56,8	13,0
Green Fees	23,8	17,2	4,0
Restaurantes, cafeterías, bares	11,3	1,1	0,1
Lugares que visitar	21,5	0,8	0,3
Otros	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El desembolso realizado por un turista de golf en su lugar de origen se cifra en 420,8 euros, siendo el gasto del turista extranjero (553,5 euros) 6,4 veces superior al del español (86,7 euros). Asimismo, cabe destacar que el 98,5% de los extranjeros ha realizado algún pago en origen, porcentaje superior al registrado por los españoles (85,2%). Asimismo, la distribución de este pago muestra que el 68,9% turistas extranjeros han adquirido un producto turístico y que el porcentaje de la demanda extranjera que compra un paquete turístico supera en 23,3 puntos al registrado por los turistas españoles.

Todos aquellos que han realizado algún pago en su lugar de procedencia, han destinado un 60% de su desembolso al transporte, concepto seguido a gran distancia por la contratación del alojamiento (28,6%) y por la compra de green fees (4,6%). En términos generales, la nacionalidad no influye en esta distribución, aunque el gasto en comida del turista español (4,2%) es superior al del extranjero, en detrimento de la adquisición de green fees (2,2% frente a 4,9%).

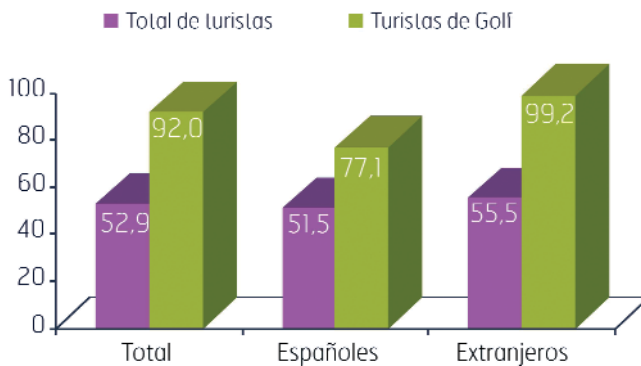
Distribución porcentual del gasto en origen por conceptos

Gasto	%
Alojamiento	28,6
Transporte hasta destino	60,0
Alquiler transporte en destino	3,1
Comidas	3,0
Green Fees	4,6
Otros	0,7
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Una vez en Andalucía, el **gasto medio diario** de un turista que elige este destino para practicar golf se ha situado en 92,03 euros, casi cuarenta euros por encima de lo que ha gastado por término medio cada turista en 2005 (52,9 euros). Aunque el abono del turista extranjero también ha sido superior al del español, ambos han superado la media del gasto diario por turista en el territorio andaluz.

Gasto medio diario. Turismo de golf. Total, españoles y extranjeros



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El 42,3% del presupuesto desembolsado en Andalucía ha sido liquidado en restaurantes, bares y cafeterías, seguidos a gran distancia por las compras y las reservas de green fees, que registran porcentajes muy similares, en torno al 18%. Cabe destacar que, mientras que el turista extranjero registra una estructura del gasto muy similar a ésta, el turista español incrementa su gasto en alojamiento (15,1%) en detrimento de las compras (14,8%) y de la adquisición de green fees (16,4%).

Distribución porcentual del gasto en destino por conceptos Total de turistas de golf

Conceptos	%
Alojamiento	11,8
Green Fees	18,7
Compras	18,1
Restaurantes, bares, cafeterías	42,3
Transporte hacia su lugar de destino	2,2
Transporte público	0,4
Alquiler de coches	1,2
Visitas organizadas / Excursiones	0,2
Alquiler de material deportivo	0,9
Actividades culturales	0,3
Diversión	2,2
Otros	1,7
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Durante 2005, la demanda de este deporte ha realizado alrededor de 6,2 salidas al campo por turista, visitando una media de 3 campos de golf durante su estancia en la Comunidad y no observándose diferencia significativa entre las diferentes nacionalidades.

En cuanto a las actividades realizadas en Andalucía, el turista de golf se decanta por las compras (77,3%) y por disfrutar del sol y de la playa (57,7%), siendo la práctica de otros deportes y la visita a parques naturales otras de las actividades que registran porcentajes de participación superiores al 20%. En este contexto, no se han observado diferencias significativas entre las pautas de comportamiento del turista español y del extranjero, si bien es cierto que éste último presenta una tendencia menor a gozar del sol y de la playa (55,9% frente al 62,2%) y superior a visitar monumentos y museos (20,6% frente al 11,9%).

Actividades realizadas en Andalucía. Total, españoles y extranjeros

Actividades	Total	Espanoles	Extranjeros
Compras	77,3	68,1	81,0
Práctica de otros deportes	22,7	20,3	23,69
Visita a Parques Naturales	20,4	15,7	25,28
Disfrute de sol y playa	57,7	62,2	55,9
Asistencia a eventos culturales	19,5	16,2	20,81
Visita a monumentos y museos	18,1	11,9	20,6
Clases y cursos deportivos	15,0	15,5	14,8
Otros entretenimientos	8,2	5,7	9,24
Otros	7,6	6,5	8,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **valoración media de las instalaciones de golf** se ha situado en 7,04 puntos, siendo el diseño del campo, seguido a corta distancia por el entorno y la conservación del green los conceptos mejor valorados. Asimismo, los servicios prestados en el campo, la señalización, las infraestructuras e instalaciones y la gestión de reservas superan también los siete puntos en la valoración realizada por el turista de golf. En general, el turista extranjero se muestra más exigente a la hora de valorar estas instalaciones y no sólo concede una puntuación media ligeramente inferior a la otorgada por el español (7,02 frente a 7,11 puntos) sino que, salvo en el caso de los accesos y la oferta complementaria, muestra una calificación menor en cada uno de los conceptos objeto de estudio.

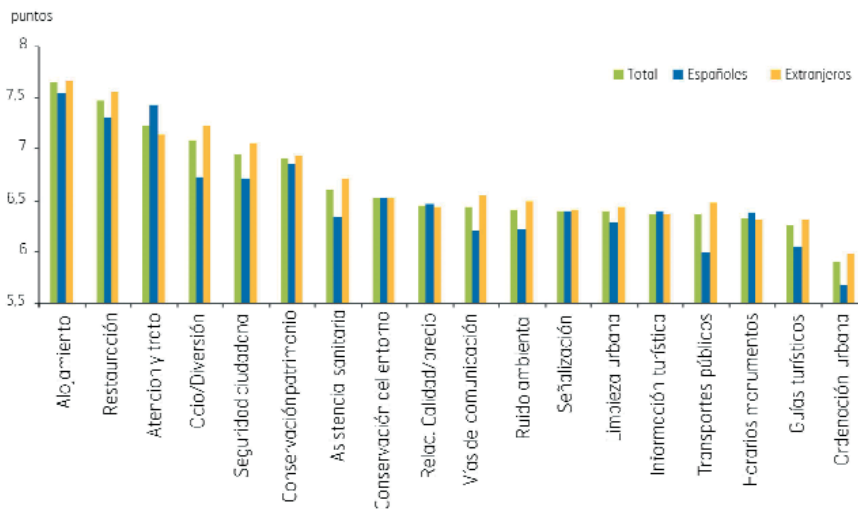
Valoración (1 a 10) de las instalaciones de golf en Andalucía. Total, españoles y extranjeros

Conceptos	Total	Espanoles	Extranjeros
Diseño del campo de golf	7,70	7,70	7,70
Conservación del campo	7,54	7,59	7,52
Señalización del campo de golf	7,16	7,28	7,11
Precios	6,49	6,57	6,46
Alquiler de equipo	6,66	6,67	6,66
Gestión de reservas	7,01	7,21	6,93
Cantidad de jugadores en el campo	6,67	6,73	6,65
Infraestructuras e instalaciones	7,03	7,22	6,95
Servicios prestados en el campo	7,19	7,36	7,13
Entorno	7,62	7,68	7,59
Accesos	6,95	6,90	6,97
Ofertas complementarias	6,50	6,46	6,52
Calificación media	7,04	7,11	7,02

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **valoración media** del viaje a Andalucía realizada por los turistas de golf ha alcanzado 6,65 puntos, un punto por debajo de la puntuación realizada por el total de turistas al destino andaluz durante 2005 (7,71 puntos). No obstante, aunque la valoración realizada por la demanda extranjera (6,70 puntos) es ligeramente superior a la puntuación española (6,53 puntos), ambos mercados valoran por encima de siete puntos el alojamiento, la restauración y la atención y el trato recibido en la Comunidad andaluza. Asimismo, el ocio y la diversión reciben la puntuación de 7,23 puntos por parte del turista extranjero, mientras que el español le otorga 6,73 puntos.

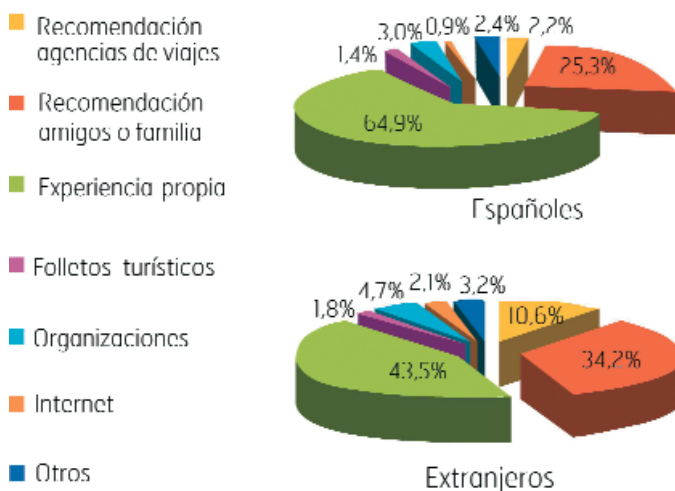
Valoración (1 a 10) del destino turístico andaluz Total, españoles y extranjeros



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Entre las diversos canales de promoción existentes a la hora de conocer Andalucía como destino turístico, en el caso de los turistas de golf, el 80,9% de ellos afirma haberlo hecho a través de la experiencia propia y/o la recomendación de amigos y familiares, porcentaje 7 puntos superior al registrado por el turismo general, y que en el caso del turista español se incrementa por encima del 90%. Para los turistas procedentes del extranjero, estas vías de conocimiento representan el 77,7% y van seguidas de la participación de las agencias de viajes (10,6%). Cabe destacar que el canal de información promocional de Internet, registra un porcentaje de intervención más elevado entre los turistas extranjeros que entre los españoles (2,1% y 0,9%, respectivamente).

Como conoció el destino andaluz. Españoles y extranjeros



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Más de la mitad de los turistas (52,6%) que han elegido Andalucía como destino para practicar golf, ya pasaron sus últimas vacaciones motivadas por este deporte en Andalucía, mientras que el 38,2% se decidieron por otro país. Asimismo, mientras que en el caso del turista extranjero estos porcentajes se han repartido de manera muy similar (44,4% y 49,8% respectivamente), el 73,3% de los turistas españoles eligieron el destino Andaluz la última vez que decidieron disfrutar de unas vacaciones motivadas por el golf.

Grado de fidelidad del turista de golf. Total, españoles y extranjeros

	Total	Espanoles	Extranjeros
Andalucía	52,6	73,3	44,4
Otra Comunidad Autónoma	9,2	17,9	5,8
Otro País	38,2	8,8	49,8
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Cinco de cada diez turistas de golf declaran que **han elegido** Andalucía frente a otros destinos gracias al clima (51,3%), concepto seguido a gran distancia por la celebración de fiestas populares (17,1%), la hospitalidad recibida en el destino (6,9%) y la existencia de precios competitivos (6,0%) en la Comunidad.

Distribución porcentual del primer motivo en la elección de Andalucía por los turistas de golf. Total, españoles y extranjeros

Motivo	Total	Espanoles	Extranjeros
Precios	6,0	5,8	6,1
Clima	51,3	44,4	54,1
Fiestas Populares / Folklore	17,1	19,5	16,2
Gastronomía	1,0	0,5	1,2
Calidad de vida / Hospitalidad	6,9	8,6	6,3
Excursiones	0,3	0,1	0,3
Deportes	4,0	0,7	5,3
Conocer el destino	3,2	4,8	2,6
Otros	10,1	15,6	8,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

1.1

TURISMO DE GOLF

en Andalucía

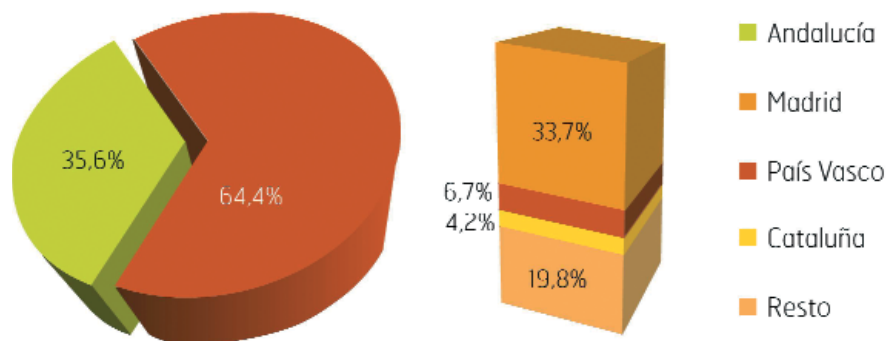
Turismo Español

Turismo de Golf en Andalucía. Turismo Español

Durante el año 2005, un total de **114.626 turistas españoles** han visitado el destino andaluz con el principal propósito de practicar golf, lo que supone un porcentaje del 0,8% sobre el turismo español registrado en Andalucía en el mismo período de tiempo.

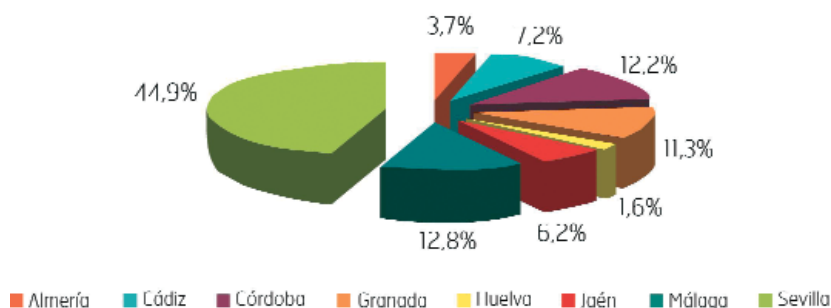
Del total de turistas españoles que han elegido Andalucía como destino de golf, el 35,6% son andaluces y el 64,4% proceden del resto de España, destacando principalmente el turismo emisor de la Comunidad de Madrid (33,7%), seguido a gran distancia por el del País Vasco (6,7%) y el de Cataluña (4,2%).

Turistas de golf. Mercado español. Distribución según Comunidad Autónoma de procedencia



La mayoría de los turistas andaluces de golf proceden de las provincias de Sevilla (44,9%), Málaga (12,8%), Córdoba (12,2%) y Granada (11,3%).

Turistas de golf. Mercado andaluz. Distribución según provincia de procedencia



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Mientras que más del 60% de la demanda andaluza de golf ha elegido principalmente el tercer y el cuarto **trimestre** para practicar este deporte en la Comunidad, los turistas procedentes del resto de España prefieren el período comprendido entre julio y septiembre, coincidente además con los principales meses vacacionales.

Turistas de golf. Mercado español. Distribución trimestral

Distribución de turistas	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Andalucía	20,0	17,1	31,9	30,9
Resto de España	11,6	13,9	51,2	23,3
Espanoles	14,6	15,0	44,3	26,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Tres de cada diez turistas españoles de golf han contado con una segunda **motivación** a la hora de realizar su viaje. Así, el 44,3% de ellos se han visto animados por disfrutar del sol y de la playa, motivo seguido a gran distancia por la visita a familiares y amigos (24,4%) y la práctica de turismo de naturaleza y/o rural (16,5%). Aunque a grandes rasgos, el comportamiento del turista andaluz es muy similar al del que procede del resto de España, éste último muestra porcentajes de participación superiores en la práctica de turismo de negocios y en la de turismo cultural.

Motivaciones en la elección del destino andaluz
Españoles, andaluces y resto de España

Motivo	Españoles	Andaluces	Resto España
Turismo de naturaleza y/o rural	16,5	20,1	14,5
Turismo de sol y playa	44,3	45,1	43,8
Turismo de negocios y reuniones	6,2	3,0	7,9
Turismo cultural	2,6	1,2	3,4
Visita a amigos y familiares	24,4	27,4	22,8
Otros	5,9	3,0	7,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **estancia media** del turista andaluz que ha elegido Andalucía con el principal propósito de practicar golf se ha situado en torno a la semana (7,29 días), siendo superada por la demanda procedente del resto de Comunidades Autónomas que ha permanecido casi una semana más en el destino andaluz (13,01 días). La participación del **género** masculino en este turismo supera el 50% tanto en el caso de los andaluces como en el del resto de España (55,3% y 53,7%, respectivamente).

El **perfil sociodemográfico** de un turista español de golf se corresponde con el de una persona cuya edad está comprendida entre los 45 y los 65 años, siendo superior la participación de estas edades entre los turistas que no proceden de la Comunidad Andaluza (41,5%). Asimismo, el 72,8% de los turistas españoles poseen una situación laboral remunerada, siendo ocho de cada diez los que ejercen como director o gerente, técnico medio o superior, o como trabajador de profesión liberal.

Perfil sociodemográfico del turista español de Golf

Edad	%
Menos de 18	15,1
18-29	6,9
30-44	33,3
45-65	39,7
Más de 65	5,0
Total	100,0

Situación Laboral	%
Asalariado a tiempo completo	57,8
Asalariado a tiempo parcial	1,9
Autónomo	13,0
En paro	0,6
Estudiante	6,9
Jubilado	8,0
Labores hogar	9,4
Otras	2,2
Total	100,0

Profesión	%
Director, gerente	34,44
Técnico superior o medio	28,36
Profesión liberal	16,93
Funcionario	11,16
Administrativo, Aux. administrativo	3,87
Empleado	3,56
Obrero	0,22
Otros	1,47
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En 2005, casi la totalidad de turistas andaluces han utilizado el coche para desplazarse hasta su destino de golf (98,4%), siendo tan sólo el 1,2% los que han utilizado el autocar como **medio de transporte**. No obstante, aunque son tres de cada cuatro los turistas procedentes del resto de España que han optado por la elección del coche particular, el 21,1% han hecho uso del avión para acceder a la Comunidad Andaluza.

El 62,2% de los turistas andaluces se han **alojado** en apartamentos de su propiedad, siendo este porcentaje, no sólo 10,6 puntos superior al registrado por los turistas que proceden del resto de Comunidades Autónomas, sino casi el doble que el registrado por el total de turistas de golf que eligen esta tipología de hospedaje (36,9%) en Andalucía. No obstante, el uso y disfrute del alojamiento hotelero por parte del turista andaluz, se sitúa 8,5 puntos por debajo del registrado por el turista que procede del resto de España (22,2% y 30,7%, respectivamente).

Tipo de alojamiento utilizado en su visita a Andalucía.
Turismo de golf.Total, andaluces y resto de España

Tipo de Alojamiento	Total	Andaluces	Resto España
Establecimiento hotelero	41,4	22,2	30,7
Apartamento, casa en alquiler	9,1	3,3	6,6
Apartamento, casa en propiedad	36,9	62,2	51,6
Apartamento, casa de amigos o familiares	9,8	12,3	11,0
Otros	2,8	-	0,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Nueve de cada diez turistas españoles que han elegido Andalucía como destino para practicar golf han **organizado** su viaje de forma particular. Asimismo, el uso realizado por los turistas andaluces de algún intermediario ha sido 7,2 puntos menor que el registrado por aquellos que proceden del resto de España (5,2% y 12,4% respectivamente).

Organización del viaje a Andalucía. Turismo de golf Distribución según procedencia

Organización	Espanoles	Andaluces	Resto España
Particular	90,2	94,8	87,6
Club, asociación, empresa	2,7	1,4	3,5
Agencia de viajes	7,1	3,8	8,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El 18,5% de los turistas españoles ha hecho uso de **Internet** a la hora de organizar su viaje a Andalucía. Así pues, más de la mitad (53,6%) han utilizado esta herramienta para realizar al menos una consulta, el 31,6% han efectuado alguna compra y el 14,8% han formalizado algún tipo de reserva.

El **gasto medio en origen** del turista andaluz de golf se ha situado en 33,64 euros, siendo superada esta cantidad en 84,08 euros por el desembolso realizado por la demanda procedente del resto de España (117,72 euros), que ha destinado el 35,4% de este pago a la adquisición de un producto turístico individual y el 7,5% al pago de un paquete turístico. El resto de desembolso ha sido realizado en su mayoría para la compra de combustible.

La distribución del gasto en origen español (86,65 euros) muestra que el 60,4% del desembolso ha sido invertido en el uso del transporte hasta destino, concepto seguido a gran distancia por la contratación del alojamiento (31,4%) y por el gasto en comidas (4,2%). Asimismo, aunque existen ligeras diferencias en la distribución del gasto, tanto los turistas andaluces como los procedentes del resto de España, también atribuyen la mayor partida del gasto en origen al transporte hasta el lugar de destino y a la contratación del alojamiento.

Distribución porcentual del gasto en origen por conceptos Españoles, andaluces y resto de España

Conceptos	Españoles	Andaluces	Resto España
Alojamiento	31,4	26,9	32,0
Transporte hasta destino	60,4	65,3	59,7
Alquiler de transporte en destino	1,4	0,9	1,5
Comidas	4,2	1,6	4,5
Green Fees	2,2	3,8	2,0
Otros	0,5	1,5	0,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Durante la estancia en Andalucía, el **gasto medio diario** de un turista español de golf (77,11 euros) se ha situado por encima del registrado para la media del total de turistas españoles que ha visitado el destino andaluz en 2005 (52,53 euros). Asimismo, aunque para el turista andaluz esta variable también supera a la estimada para la totalidad de turistas, cabe destacar que es superada en 25,22 euros por el gasto medio diario de los turistas de golf que proceden del resto de España.

Gasto medio diario en destino. Turismo de golf Españoles, andaluces y resto de España

Turismo de Golf	Españoles	Andaluces	Resto España
Gasto medio diario (euros).	77,11	60,87	86,09

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Durante el año 2005, casi la mitad del gasto medio diario de los turistas españoles de golf ha sido desembolsado en restaurantes, bares y cafeterías (45,2%), conceptos seguidos a gran distancia por la reserva de green fees (16,4%), la contratación del alojamiento (15,1%) y las compras (14,8%). Cabe destacar, que aunque la demanda andaluza de este deporte y la procedente del resto de comunidades autónomas han registrado un comportamiento muy similar a la hora de distribuir su gasto en destino, ésta última muestra mayor predisposición al gasto en compras y en alojamiento en detrimento de la restauración y la adquisición de green fees.

Distribución porcentual del gasto en destino por conceptos Españoles, andaluces y resto de España

Conceptos	Españoles	Andaluces	Resto España
Alojamiento	15,1	14,8	15,1
Green Fees	16,4	17	16,2
Compras	14,8	11,7	16,1
Restaurantes, bares, cafeterías	45,2	49,3	43,7
Transporte hasta su lugar de destino	2,2	2,4	2,1
Diversión	1,2	1,3	1,1
Otros	5,1	3,4	5,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Durante el tiempo en el que los turistas españoles han permanecido en Andalucía practicando golf, han **visitado** una media de 2,8 **campos** y han realizando alrededor de 5,5 **salidas al campo** por turista. Aunque los turistas procedentes de Andalucía registran casi la misma cifra de campos visitados que los procedentes del resto de España (2,9 y 2,7 respectivamente), éstos últimos casi han doblado en número las salidas al campo por turista dentro del territorio andaluz (3,9 y 6,4, respectivamente).

Una vez en el destino andaluz, las principales **actividades** llevadas a cabo por los turistas andaluces y por el resto de españoles han sido realizar compras y disfrutar del sol y de la playa, conceptos seguidos a larga distancia por la asistencia a clases y cursos deportivos en el caso del turista andaluz y por la práctica de otros deportes en el del resto de turistas procedentes de otras comunidades autónomas.

**Actividades realizadas en Andalucía.
Españoles, andaluces y resto de España**

Actividades	Españoles	Andaluces	Resto España
Compras	68,1	55,7	75,1
Prácticas de otros deportes	20,3	13,4	24,2
Visita a Parques Naturales	15,7	12,2	17,7
Disfrute de sol y playa	62,2	55,5	66,0
Asistencia a eventos culturales	16,2	8,7	20,5
Visita a monumentos y museos	11,9	5,2	15,6
Clases y cursos deportivos	15,5	14,4	16,2
Otros entretenimientos	5,7	3,5	6,9
Otros	6,5	5,2	7,3

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Los turistas de golf que no proceden de Andalucía **han valorado las instalaciones de golf** con 7,19 puntos, no sólo superior a la calificación otorgada por el total de la demanda de golf (7,04 puntos), sino también por encima de la otorgada por los turistas andaluces que han visitado Andalucía con el principal propósito de practicar este deporte (6,98 puntos). Ambas procedencias conceden la mejor evaluación al diseño del campo de golf y al entorno, siendo la conservación y señalización del campo, la gestión de las reservas, las infraestructuras e instalaciones y los servicios prestados en el campo, otros conceptos que superan los 7 puntos.

Calificación (1 a 10) de las actividades de golf. Turismo de golf Españoles, andaluces y resto de España

Conceptos	Españoles	Andaluces	Resto España
Diseño del campo de golf	7,7	7,53	7,8
Conservación del campo	7,59	7,43	7,68
Señalización del campo de golf	7,28	7,17	7,35
Precios	6,57	6,52	6,6
Alquiler de equipo	6,67	6,39	6,8
Gestión de reservas	7,21	7,16	7,24
Cantidad de jugadores en el campo	6,73	6,63	6,78
Infraestructuras e instalaciones	7,22	7,11	7,28
Servicios prestados en el campo	7,36	7,24	7,44
Entorno	7,68	7,54	7,75
Accesos	6,9	6,86	6,92
Ofertas complementarias	6,46	6,2	6,61
Calificación media	7,11	6,98	7,19

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **valoración media** del viaje a Andalucía por el total de turistas españoles que han elegido este destino para practicar golf ha sido 6,53 puntos, siendo la calificación del andaluz ligeramente inferior a la del resto de españoles (6,49 y 6,55 puntos respectivamente). No obstante, cabe destacar que en ambas procedencias los conceptos de alojamiento, restauración y atención y trato recibido son los que han sido valorados por encima de los siete puntos

**Valoración (1 a 10) del viaje a Andalucía según conceptos.
Turistas de golf. Españoles, andaluces y resto de España**

Conceptos	Españoles	Andaluces	Resto España
Alojamiento	7,54	7,15	7,69
Restauración	7,30	7,16	7,38
Ocio / Diversión	6,73	6,47	6,88
Transportes públicos	5,99	5,94	6,02
Señalización	6,39	6,36	6,41
Información turística	6,40	6,52	6,35
Guías turísticos	6,05	6,17	6,00
Horarios monumentos y oficina turismo	6,38	6,37	6,39
Conservación del entorno natural	6,53	6,60	6,49
Conservación patrimonio hist /art	6,86	6,86	6,85
Seguridad ciudadana	6,71	6,57	6,79
Ordenación urbana	5,68	5,82	5,61
Limpieza urbana	6,28	6,38	6,23
Ruido ambiental	6,21	6,23	6,20
Asistencia sanitaria	6,34	6,23	6,41
Atención y trato	7,44	7,22	7,56
Vías de comunicación	6,20	6,27	6,16
Relación calidad-precio	6,46	6,45	6,47
Calificación media	6,53	6,49	6,55

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Nueve de cada diez turistas españoles que han elegido Andalucía para practicar golf, **han conocido** la Comunidad a través de la experiencia propia o la recomendación de familiares y amigos. El porcentaje de turistas andaluces que conocen el destino mediante la experiencia personal es superior al que registran los procedentes del resto de España, siendo éstos últimos más partícipes de la recomendación de familiares y amigos.

Como conoció el destino andaluz. Turismo de golf Españoles, andaluces y resto de España

Conceptos	Españoles	Andaluces	Resto España
Recomendación agencias de viajes	2,2	1,5	2,5
Recomendación amigos o familiares	25,3	17,8	29,3
Experiencia propia	64,9	74,9	59,5
Folleto turísticos	1,4	0,9	1,6
Anuncios publicitarios	0,7	0,2	1,0
Organizaciones	3,0	3,0	3,0
Otros	2,6	1,7	3,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Tanto en el caso andaluz como en el del resto de España, Andalucía fue el destino más visitado en las últimas vacaciones motivadas por la práctica de golf (82,9% y 67,8%, respectivamente). No obstante cabe destacar que el 22,8% de los turistas procedente del resto de comunidades autónomas decidieron visitar otra región dentro del territorio español.

Grado de fidelidad. Turismo de golf
Espanoles, andaluces y resto de España

Destino	Espanoles	Andaluces	Resto España
Andalucía	73,3	82,9	67,8
Otra Comunidad Autónoma	17,9	9,3	22,8
Otro País	8,8	7,8	9,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En 2005, los dos **motivos** principales por los que el turista de golf español eligió Andalucía frente a otros destinos han sido el clima (44,4%) y las fiestas populares (19,5%) de la región. Cabe destacar que no existe una diferencia significativa entre el comportamiento del turista andaluz y aquel que procede del resto de España, ya que ambos no sólo se han visto mayormente influidos en su decisión por los conceptos anteriormente citados, sino que la percepción de calidad de vida y de hospitalidad, junto con la existencia de precios competitivos han sido también motivos relevantes en su elección .

Distribución porcentual del primer motivo en la elección de Andalucía por los turistas de golf. Españoles, andaluces y resto de España

Motivo	Españoles	Andaluces	Resto España
Precios	5,8	7,2	5,0
Clima	44,4	37,4	48,3
Fiestas populares / Folklore	19,5	21,8	18,2
Calidad de vida / hospitalidad	8,6	9,3	8,3
Conocer el destino	4,8	5,1	4,6
Otros	16,9	19,3	15,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

1.2

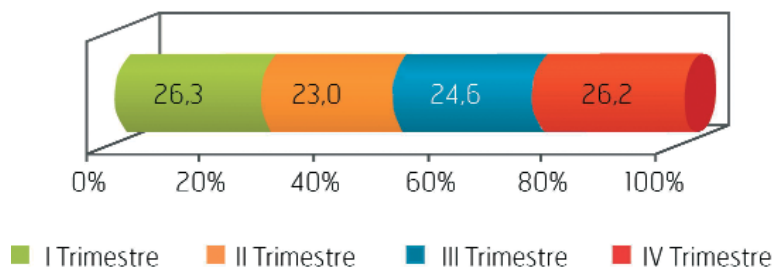
TURISMO DE GOLF
en Andalucía
Turismo Extranjero

El Turismo de Golf en Andalucía. Turismo Extranjero

Según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte basadas en la Encuesta a los Segmentos Turísticos, Andalucía recibió en el año 2005 un total de **249.634 turistas** de golf procedentes del extranjero, lo que supone una participación en el total de turistas recibidos en la Comunidad del 2,7%.

La **distribución trimestral** de estos turistas a lo largo del año presenta una gran uniformidad, corroborando el carácter de baja estacionalidad que caracteriza a este segmento turístico. En cualquier caso, si que se aprecia un ligero predominio del primer y del último trimestre.

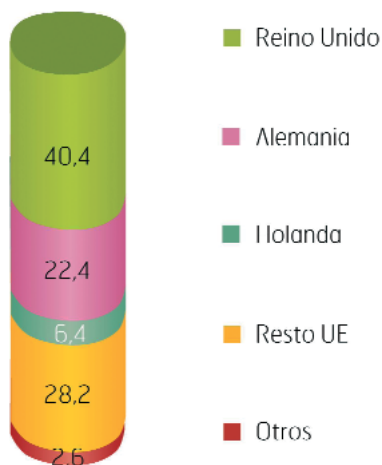
Turistas de golf. Mercado extranjero. Distribución trimestral



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Del total de turistas extranjeros que viajaron a Andalucía motivados por el golf, más del 40% procedían del Reino Unido, nacionalidad que capta, junto al turismo nacional al 60% del total. A éstos le siguen a gran distancia Alemania y Holanda, con el 22,4% y el 6,4% respectivamente.

Turistas de golf. Mercado extranjero. Distribución según país de procedencia

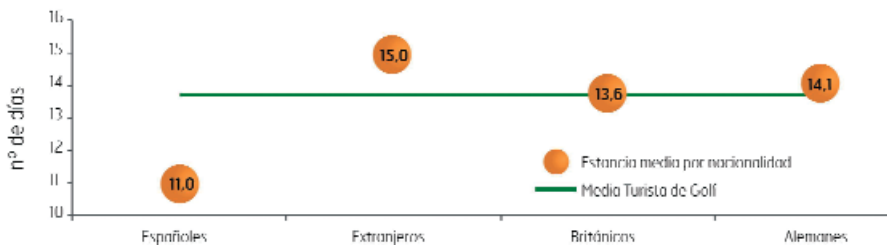


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Del total de turistas extranjeros que han visitado Andalucía con la **motivación** principal de practicar el golf, el 65,2% no alega un segundo motivo a la hora de realizar su viaje. Del resto, casi la mitad busca también disfrutar del sol y la playa, seguidos de aquellos que visitan a amigos y familiares en la comunidad andaluza (19%) y de aquellos que practican turismo de naturaleza y/o rural (13,9%, aunque este porcentaje asciende al 22% para el turismo alemán).

La **estancia media** que presenta el turista extranjero se sitúa en torno a los 15 días, muy superior a la del turista nacional (11 días), sin que se observen diferencias relevantes entre turistas británicos y alemanes, tal y como se muestra en el gráfico.

Estancia media de los turistas de golf en Andalucía. Distribución por nacionalidad



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El 61% de los turistas extranjeros que visitan Andalucía motivados por la práctica del golf son hombres, lo que supone un mayor peso del género masculino respecto al turismo nacional, diferencia que se acentúa en el caso del turista británico (64,4% de varones).

La **edad** más usual entre los turistas extranjeros que visitan Andalucía se encuentra entre los 45 y los 65 años, con una cuota del 45,7%, seguidos de los comprendidos entre los 30 y los 44 años (27,3%), destacando el alto porcentaje de mayores de 65 años (14,9%), sobre todo en el turismo alemán (20,1%).

En cuanto a la **situación laboral**, el 61% de estos turistas posee un trabajo remunerado, porcentaje muy inferior al que presentan los turistas españoles (72,8%). Es destacable el alto porcentaje de extranjeros cuya situación laboral es la de retirado / jubilado (28,2%), superando el 32% en el caso de los turistas alemanes. Entre los que trabajan, destacan las profesiones de técnico superior o medio, director gerente y profesionales liberales, que suponen entre los tres más del 82%.

Perfil Sociodemográfico del turista de golf en Andalucía Extranjeros, británicos y alemanes

Edad (%)	Extranjeros	Británicos	Alemanes
Menos de 18	6,6	7,3	5,7
18-29	5,7	5,7	3,9
30-44	27,3	31,0	24,8
45-65	45,7	43,01	45,5
Más de 65	14,9	12,9	20,1
Total	100,0	100,0	100,0

Situación Laboral (%)	Extranjeros	Británicos	Alemanes
Asalariado a tiempo completo	49,2	52,3	47,6
Asalariado a tiempo parcial	3,7	3,9	2,4
Autónomo	8,1	7,9	6,1
En paro	0,3	0,3	0,1
Estudiante	4,5	5,3	3,4
Jubilado	28,2	25,0	32,6
Labores hogar	5,0	4,4	6,3
Otras	1,1	0,8	1,5
Total	100,0	100,0	100,0

Profesión (%)	Extranjeros	Británicos	Alemanes
Director, gerente	30,9	30,8	26,9
Técnico superior o medio	32,5	33,1	32,9
Profesión liberal	19,1	17,7	20,5
Funcionario	6,1	4,4	9,7
Administrativo, Aux. administrativo	3,3	3,9	3,5
Empleado	4,5	4,9	3,6
Obrero	1,6	2,8	0,7
Otros	2,1	2,4	2,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El **medio de transporte** utilizado por una amplia mayoría de los turistas extranjeros para acceder a Andalucía es el avión, usado en el 96% de los casos, sin observarse diferencias significativas entre turistas británicos y alemanes.

**Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía.
Turismo de golf. Extranjeros, británicos y alemanes**

Medio de transporte	Extranjeros	Británicos	Alemanes
Turismo	3,2	1,7	1,8
Avión	95,8	97,2	96,8
Otros	1,0	1,1	1,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Los turistas extranjeros que visitan Andalucía motivados por la práctica del golf se alojan principalmente en alojamientos hoteleros, siendo el **tipo de alojamiento** preferido por el 48% de ellos, porcentaje muy superior al que presentan los turistas nacionales. Tanto los británicos como los alemanes prefieren mayoritariamente los hoteles para hospedarse durante su estancia en Andalucía, seguidos de los apartamentos en propiedad, pero sí que se aprecia una diferencia significativa entre ambos mercados: los alemanes utilizan en mayor proporción el alojamiento hotelero, mientras que los británicos optan en mayor proporción por la vivienda en cualquiera de sus tipologías.

Tipo de alojamiento utilizado en su visita a Andalucía. Turismo de golf. Extranjeros, británicos y alemanes

Tipo de alojamiento	Extranjeros	Británicos	Alemanes
Alojamiento hotelero	47,7	41,3	67,2
Apartamento, casa alquilada	10,8	14,1	4,8
Apartamento, casa en propiedad	28,4	28,7	18,9
Apartamento, casa de amigos o familia	9,1	10,2	5,4
Otros	4,1	5,8	3,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El turista extranjero presenta, respecto al mercado nacional, un mayor uso de intermediarios a la hora de **organizar** su viaje de golf a Andalucía (34,7% frente a 9,8% de los españoles). En este contexto, destaca el hecho de que el 54,4% de los turistas alemanes acudieron a agencias de viaje a la hora de preparar su visita a la Comunidad andaluza, un porcentaje muy por encima del que presentan el resto de mercados.

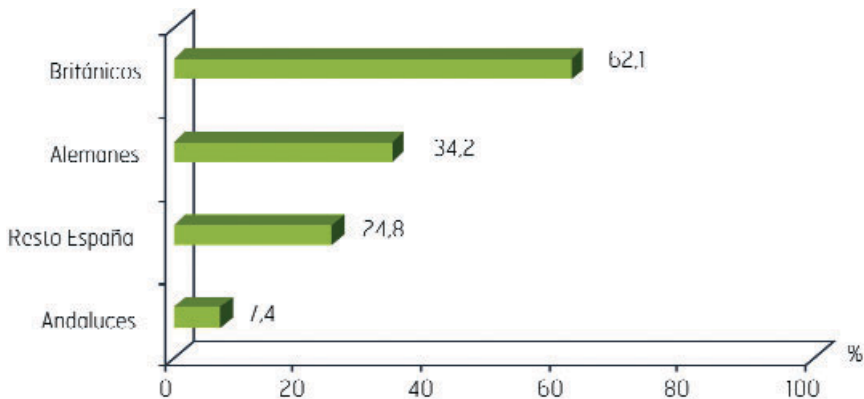
Organización del viaje a Andalucía. Turismo de golf Distribución según procedencia

Organización de viaje	Espanoles	Extranjeros	Andaluces	Resto España	Británicos	Alemanes
Particular	90,2	65,3	94,8	87,6	75,4	41,6
Club, asoc., empresa	2,7	5,2	1,4	3,5	6,1	4,0
Agencia de viajes	7,1	29,5	3,8	8,9	18,5	54,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En cuanto al **uso de Internet**, cabe destacar que el turismo extranjero muestra una mayor tendencia a usar estas tecnologías a la hora de obtener información, reservar o contratar su viaje a Andalucía. Por procedencia, el turista británico aparece encabezando el ranking en cuanto al uso de Internet, muy por encima del resto de mercados y a gran distancia del alemán, que se sitúa en segundo lugar.

Porcentaje de turistas que usan Internet. Turismo de golf Distribución según procedencia



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Por conceptos, a la hora de consultar, el 24% de los extranjeros buscaron información sobre green fees y algo más del 20% se informó de posibles lugares a visitar. En las reservas on-line destacan el alojamiento, usado por el 57% de los extranjeros (este porcentaje alcanza el 73% en el turismo alemán) y seguido a gran distancia de vuelos (22%) y green fees (17%). A la hora de comprar, destacan sobre manera los vuelos, que son adquiridos por el 80% de los turistas extranjeros, muy por encima del porcentaje que presenta el turismo nacional (65%).

El turista de golf procedente del extranjero realiza un importante **gasto en su país de origen**, cifrándose esta cantidad en torno a los 553,5 euros por persona. En un análisis por país de origen, destacan los turistas alemanes, cuyo gasto en su país de procedencia asciende a 730 euros por persona, a gran distancia del turista procedente del Reino Unido (475 euros). El 29,7% de los turistas extranjeros opta por gastar este dinero en forma de paquete turístico, porcentaje que aumenta hasta el 54,6% en el caso de los turistas alemanes, y se reduce al 20,7% en el caso del turista británico de golf.

Todos aquellos turistas extranjeros de golf que realizan algún pago en su lugar de procedencia, destinan (al igual que los turistas nacionales) el 60% de su presupuesto al transporte, seguido a gran distancia del gasto en alojamiento (28%).

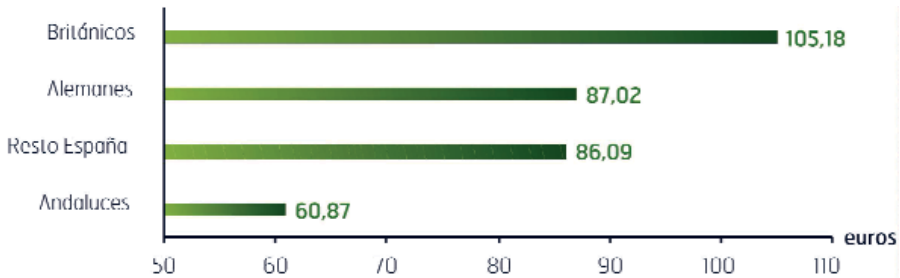
Distribución porcentual del gasto en origen por conceptos Extranjeros, británicos y alemanes

Gasto en origen	Extranjeros	Británicos	Alemanes
Alojamiento	28,3	30,2	22,7
Transporte hasta destino	59,9	57,4	68,2
Alquiler de transporte en destino	3,3	4,2	2,5
Comidas	2,9	1,8	2,3
Green Fees	4,9	5,6	3,8
Otros	0,6	0,8	0,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El **gasto medio diario** del turista extranjero en Andalucía asciende a 99,23 euros, muy superior al estimado para el turista nacional (77,11 euros). Por nacionalidad, se produce una situación inversa a la que se observa en el gasto en origen, ya que es el mercado británico el que presenta un mayor gasto medio en destino, por delante del turismo alemán (105,18 € y 87,02 € respectivamente).

Gasto medio diario. Turismo de golf. Distribución según procedencia



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Algo más del 40% de este presupuesto se destina a restaurantes, bares y cafeterías, seguido a gran distancia de green fees y compras, ambos conceptos en torno al 19%. La estructura de gasto que presentan alemanes y británicos no difiere en demasía, aunque si se observa un mayor peso en la partida de green-fees en los primeros y en la de restaurantes, bares y cafeterías en los segundos.

Distribución porcentual del gasto en destino por conceptos Extranjeros, británicos y alemanes

Gasto en destino	Extranjeros	Británicos	Alemanes
Alojamiento	10,6	10,3	10,7
Green Fees	19,5	19,4	24,5
Compras	19,4	17,9	20,2
Restaurantes, bares, cafeterías	41,2	41,5	37,1
Transporte hasta su lugar de destino	2,2	2,8	1,5
Diversión	2,6	3,2	1,2
Otros	4,5	4,9	4,8
Total	100,0	100,0	100,0

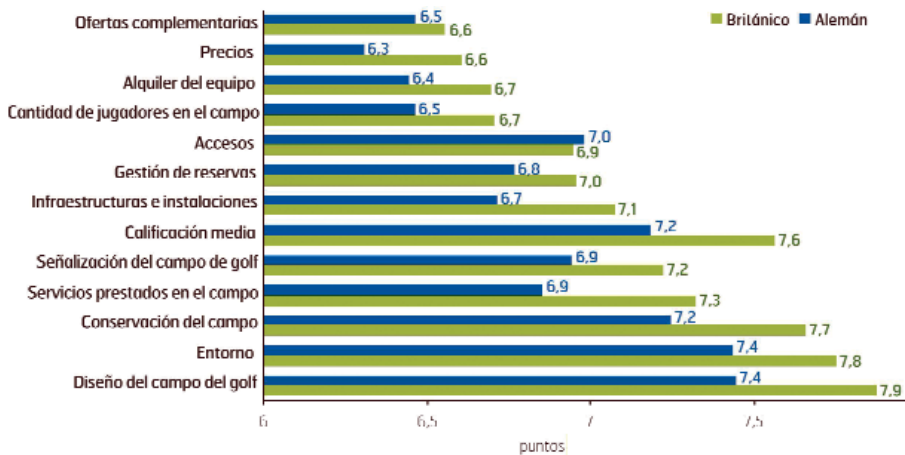
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El turista extranjero que elige Andalucía motivado por la práctica del golf visita una media de 3 campos de golf, no observándose diferencias significativas a este respecto entre turistas españoles, alemanes y británicos. Durante su viaje a la Comunidad, el turista extranjero realiza una media de 6,4 **salidas al campo**, una más que la media de españoles, destacando el turista alemán sobre el británico (6,6 y 5,4 salidas respectivamente).

Las compras y el disfrute de sol y playa aparecen como las **actividades** realizadas por un mayor porcentaje de turistas de golf extranjeros (81% y 56% respectivamente). Respecto al mercado nacional, presentan por lo general una menor predisposición a realizar compras (68,1%) y ligeramente mayor a disfrutar del sol y de la playa (62,2%).

El turista extranjero ha valorado las **instalaciones de golf** de Andalucía con siete puntos (en una escala de 1 a 10 puntos), puntuación ligeramente inferior a la otorgada por los turistas nacionales. El turista alemán se muestra más exigente que el británico, otorgando una valoración de 6,84 puntos (frente a los 7,11 del turista británico), concediendo menor puntuación en todos los conceptos propuestos (excepto los accesos). Aspectos como el diseño del campo de golf, el entorno y la conservación del campo de golf aparecen como los mejor valorados por los extranjeros, todos ellos por encima de los 7,5 puntos.

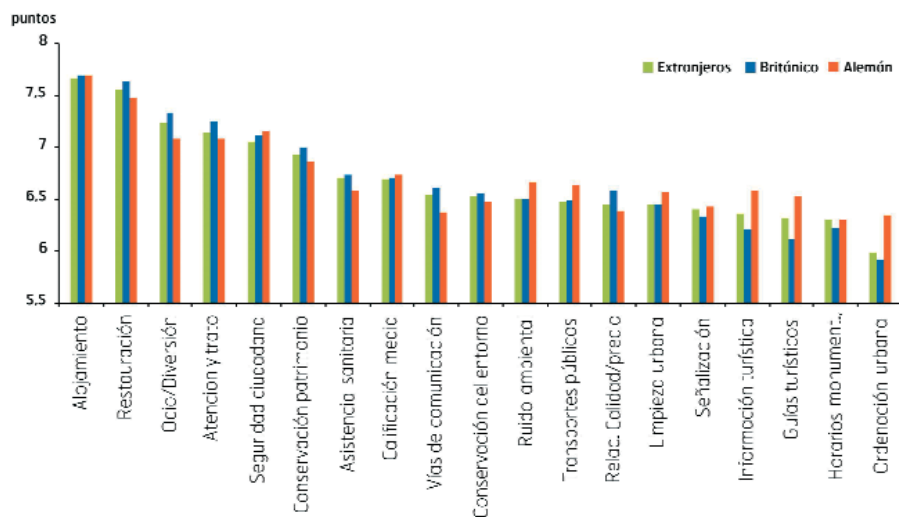
Valoración (1 a 10) de las instalaciones de golf en Andalucía Turismo británico y alemán



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Los turistas extranjeros que han visitado Andalucía motivados por la práctica del golf han otorgado al destino andaluz en su conjunto una **valoración** de 6,7 puntos, en un intervalo comprendido entre el 1 y el 10, mostrando una mayor puntuación que la otorgada por el turista nacional y no observándose diferencias significativas entre turistas alemanes y británicos. Los conceptos mejor valorados por los extranjeros han sido la calidad del alojamiento, la restauración, el ocio y la diversión, la atención y el trato recibidos y la seguridad ciudadana, todos ellos por encima de los siete puntos.

Valoración (1 a 10) del destino turístico andaluz Turismo extranjero, alemán y británico



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Algo más del 44% de los turistas extranjeros que han visitado Andalucía motivados por el golf ya estuvieron durante la misma temporada del año anterior. Este importante **grado de fidelidad** junto a la buena imagen que los turistas se llevan del destino se convierten en la mejor promoción de Andalucía, ya que la experiencia propia y la recomendación de amigos o familiares es la forma en la que el 78% de estos turistas conoció Andalucía como destino para pasar sus vacaciones. En este sentido, cabe destacar la importancia de las agencias de viajes en este mercado, llegando a suponer que más del 10% de los turistas extranjeros conocieron el destino andaluz a través de las recomendaciones de agencias de viajes, llegando al 19% en el caso de los alemanes.

A la hora de **elegir Andalucía**, el 54% de los turistas extranjeros se inclinan por este destino turístico gracias al clima, seguido a gran distancia de aquellos que eligen la comunidad frente a otros destinos motivados por las fiestas populares y el folklore (16%).

Distribución porcentual del primer motivo en la elección de Andalucía por los turistas de golf. Turismo extranjero, alemán y británico

Elección de Andalucía	Extranjeros	Británicos	Alemanes
Precios	6,1	6,3	9,7
Clima	54,1	48,9	57,1
Fiestas populares / Folklore	16,2	17,7	15,5
Gastronomía	1,2	1,3	1,0
Calidad de vida / hospitalidad	6,3	7,3	5,8
Deportes	5,3	6,3	4,7
Conocer el destino	2,6	2,5	2,1
Otros	8,3	9,7	4,2
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

2

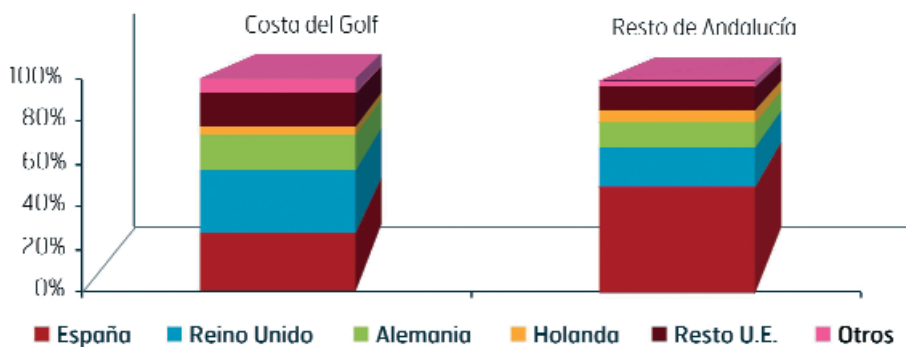
Especial referencia a la
COSTA DEL GOLF

Especial referencia a la Costa del Golf

El 82,4% de los turistas de golf que han elegido Andalucía como destino turístico han optado por la denominada costa del golf², lo que supone que Málaga y Cádiz han albergado un total de **300.150 turistas**.

Casi la tercera parte (72,5%) de los turistas registrados en este territorio son extranjeros, porcentaje que se sitúa en torno al 50% entre los que han escogido el resto de provincias para practicar golf. No obstante, cabe destacar que la demanda procedente de Reino Unido y de Alemania no sólo presenta porcentajes de participación más elevados en Cádiz y Málaga, sino que es superior a la media registrada para la totalidad de turistas de golf del territorio andaluz.

Turistas de golf. Distribución según país de procedencia



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

² Costa del golf: esta denominación hace referencia a los campos de golf situados en las provincias de Cádiz y Málaga.

Entre los españoles que visitan la costa del golf destacan principalmente los procedentes de Madrid (36,8%), de Andalucía (31,3%) y del País Vasco (7,7%). No obstante, salvo en el caso de Andalucía (46,7%) la participación de estas comunidades autónomas en el resto de provincias es inferior, a favor de otras procedencias como Murcia (5,1% frente a 1,0%) y Cataluña (4,9% frente a 3,9%).

El análisis territorial de la demanda andaluza de golf registra diferencias significativas dependiendo de la región de estudio. Así pues, mientras que la costa del golf y el resto de provincias superan el 40% de turistas andaluces procedentes de Sevilla, los turistas que proceden de Córdoba, Cádiz y Huelva presentan un porcentaje de participación superior en los campos de golf de Cádiz y Málaga.

Distribución de turistas según provincia de procedencia. Turismo de golf

Provincia de Origen	Costa del Golf	Resto de Andalucía
Almería	3,1	4,9
Cádiz	9,0	4,0
Córdoba	15,9	6,0
Huelva	8,9	15,5
Granada	2,3	0,4
Jaén	5,3	7,8
Málaga	12,0	14,2
Sevilla	43,6	47,2
Total	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El 68% de los turistas que ha **elegido** la costa del golf como destino vacacional lo ha hecho con el único propósito de practicar golf, siendo otras motivaciones del resto disfrutar del sol y de la playa (45,2%), visitar a amigos y familiares (21,3%) y practicar turismo de naturaleza y/o rural (13,2%). Cabe destacar que aunque el comportamiento del turista extranjero posee básicamente este mismo fundamento, presenta un porcentaje de participación en el turismo de sol y playa superior al del turista español (46,7% y 38,7% respectivamente).

Asimismo en el resto de provincias, la **motivación** de disfrutar del sol y de la playa y la de realizar turismo de naturaleza, no sólo alcanzan porcentajes más acusados que los registrados en la costa del golf, sino también superiores a los mostrados por el total de turistas de golf en la Comunidad andaluza.

Motivaciones en la elección del destino andaluz.
Turismo de golf

Motivo	Andalucía	Costa Golf	Resto Andal.
Turismo de naturaleza y/o rural	14,6	13,2	19,0
Turismo de sol y playa	47,8	45,2	56,4
Turismo de negocios y reuniones	4,9	5,9	1,8
Turismo cultural	6,1	7,1	3,0
Visita a amigos y familiares	20,4	21,3	17,3
Otros	6,2	7,3	2,6
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **estancia media** de la demanda de golf en las provincias de Cádiz y Málaga supera en 3,39 días a la permanencia de esta tipología turística en el resto de provincias andaluzas y en medio día a la media registrada en la Comunidad andaluza. Además, la estancia del turista extranjero en la costa del golf (15,13 días) es un día y medio superior al tiempo que este turista permanece en el resto de provincias (13,77), y la diferencia respecto al comportamiento del turista español se hace más acusada en éste último ámbito geográfico, tal y como muestra la siguiente tabla.

Estancia media en Andalucía. Turismo de golf según procedencia

Destino	Total	Espanoles	Extranjeros
Andalucía	13,70	10,97	14,95
Costa del Golf	14,30	12,11	15,13
Resto de provincias	10,90	8,06	13,77

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Cuatro de cada diez turistas de golf que han elegido la costa golf como destino turístico para practicar golf son mujeres, alcanzando este porcentaje el 45,3% en el caso del mercado español y el 38,3% en el de procedencia extranjera.

El **perfil sociodemográfico** de esta tipología de turista se corresponde principalmente con el de una persona cuya edad está comprendida entre los 45 y los 65 años, siendo superior la participación de este tramo de edad en el caso del turista extranjero.

Asimismo, mientras que el 21,8% son retirados o jubilados, el 64,6% posee una situación laboral remunerada, siendo el 64,0% de los turistas los que poseen una profesión de director o gerente (32,3%) o de técnico superior o medio (31,7%).

Perfil sociodemográfico del turista de golf en la Costa del Golf

Edad (%)	Total	Espanoles	Extranjeros
Menos de 18	9,5	16,3	6,9
18-29	6,0	6,2	5,9
30-44	29,5	32,1	28,5
45-65	44,1	40,5	45,4
Más de 65	11,0	5,0	13,3
Total	100,0	100,0	100,0

Situación Laboral (%)	Total	Espanoles	Extranjeros
Asalariado a tiempo completo	52,3	57,7	50,4
Asalariado a tiempo parcial	3,2	1,6	3,7
Autónomo	9,2	12,6	8,0
En paro	0,4	0,8	0,3
Estudiante	5,5	7,5	4,9
Jubilado	21,8	7,7	26,8
Labores hogar	6,2	9,4	5,0
Otras	1,4	2,8	0,9
Total	100,0	100,0	100,0

Profesión (%)	Total	Espanoles	Extranjeros
Director, gerente	32,3	36,4	30,6
Técnico superior o medio	31,7	30,1	32,4
Profesión liberal	17,7	16,0	18,5
Funcionario	7,3	9,7	6,3
Administrativo, Aux. administrativo	3,7	4,1	3,5
Empleado	3,9	1,9	4,8
Obrero	1,3	0,3	1,7
Otros	2,0	1,5	2,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Los principales **medios de transporte** utilizados para acceder a la costa del golf han sido el avión (74,3%) y el coche particular (24,3%), siendo la procedencia del turista una clave decisiva a la hora de elegir la forma de acceder al destino de golf.

Medio de transporte utilizado para acceder a la Costa del Golf Total, españoles y extranjeros

Medio de transporte	Costa del Golf		
	Total	Espanoles	Extranjeros
Turismo	24,3	81,0	2,9
Avión	74,3	16,8	96,1
Otros	1,4	2,2	1,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En el ámbito geográfico conformado por las provincias de Cádiz y Málaga, el tipo de alojamiento escogido por los turistas de golf ha sido el hotelero (39,3%), seguido a corta distancia por la segunda residencia (38,2%) y teniendo ésta última opción en el caso del turista español una participación dos veces superior a la del extranjero (59,8% frente a 30,0%). No obstante, en el resto de Andalucía cinco de cada diez turistas de golf han optado por hospedarse en algún establecimiento hotelero, porcentaje éste 10 puntos superior al registrado por la media de esta demanda turística en la totalidad del territorio andaluz.

Distribución territorial de los turistas según tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento	Total de Andalucía	Costa de Golf	Resto de Andalucía
Alojamiento hotelero	41,4	39,3	51,4
Apartamento	55,8	57,4	48,1
Apartamento alquilado	9,1	9,3	7,9
Apartamento en propiedad	36,9	38,2	30,8
Apartamento de amigos o familia	9,8	9,9	9,4
Otros	2,8	3,3	0,5
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Durante el año 2005, el 73% de los turistas de golf que han elegido como destino las provincias de Cádiz y Málaga **han organizado** su viaje de forma particular, siendo el 22,7% los que lo han hecho a través de la figura de la agencia de viaje y el 4,3% mediante un club, asociación o empresa. Asimismo, aunque el comportamiento en el resto de provincias es muy similar, cabe destacar que en este territorio se observa un mayor protagonismo de la organización particular por parte del turista español (94,9% frente a 88,3%) y una participación superior en el uso extranjero de la agencia de viaje (39,7% frente a 28%).

Organización del viaje del turista de golf. Españoles y Extranjeros

	Costa del Golf		Resto de Andalucía	
	Españoles	Extranjeros	Españoles	Extranjeros
Particular	88,3	67,2	94,9	52,2
Club, asociación, empresa	2,8	4,8	2,5	8,0
Agencia de viajes	8,9	28,0	2,6	39,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El **uso de Internet** entre aquellos turistas que han organizado su viaje a la Costa del golf ha sido 15,2 puntos superior al registrado por los que han escogido como destino el resto de Andalucía (31,3%), siendo el 32,8% los que han realizado alguna consulta, el 9,6% los que han formalizado alguna reserva y un 57,6% los que han efectuado alguna compra. Cabe destacar que de éstos últimos, el 81,5% ha adquirido el vuelo para acceder a la Costa del golf.

El **gasto medio en origen** de un turista que elige como destino de golf las provincias de Cádiz y Málaga ha sido 437,34 euros, 90,70 euros superior al registrado por los turistas que han optado por visitar el resto de provincias andaluzas. No obstante, cabe destacar que la alta cuantía de este desembolso se deriva del importante gasto del turista extranjero (543,46 euros), cuyo pago es incluso mayor entre aquellos extranjeros que deciden visitar el resto de Andalucía (621,08 euros).

El 23,2% de los turistas han contratado un paquete turístico, siendo el porcentaje registrado por los turistas extranjeros superior al de los españoles (28,2% y 7,0%, respectivamente). Asimismo, los turistas que han realizado algún pago en origen han dedicado casi la totalidad del presupuesto a la contratación del transporte hasta el destino (61,7%) y del alojamiento (27,7%). Por nacionalidad, no existen diferencias significativas entre el comportamiento del turista español y el del extranjero, si bien cabe destacar que éste último asigna una proporción mayor al alquiler del transporte en destino y a la adquisición de green fees, en detrimento del alojamiento.

**Distribución porcentual del gasto en origen por conceptos
Total, españoles y extranjeros. Costa del Golf**

Conceptos	Total	Espanoles	Extranjeros
Alojamiento	27,7	31,7	27,4
Transporte hasta destino	61,7	61,5	61,7
Alquiler de transporte en destino	3,5	0,9	3,7
Comidas	2,0	4,3	1,8
Green Fees	4,9	1,2	4,7
Otros	0,7	0,4	0,7
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Una vez en la Costa del golf, los turistas han realizado un **gasto medio diario** de 96 euros, siendo superior el desembolso del turista extranjero (103,59 euros) que el del español (76,73 euros).

El 41,3% de este pago ha sido liquidado en restaurantes, bares y cafeterías, concepto seguido a gran distancia por las compras realizadas (19,5%), la reserva de green fees (19,1%) y el alojamiento contratado (11,1%). Cabe destacar que mientras que el turista español dedica una mayor partida de su desembolso a la restauración y al alojamiento, el gasto medio diario de la demanda extranjera de golf ha presentado una participación más elevada en la adquisición de green fees y en la realización de compras.

Distribución porcentual del gasto en destino por conceptos Total, españoles y extranjeros. Costa del Golf

Conceptos	Total	Espanoles	Extranjeros
Alojamiento	11,1	14,3	10,2
Green Fees	19,1	18,3	19,3
Compras	19,4	17,7	20,0
Restaurantes, bares, cafeterías	41,3	43,3	40,7
Transporte hasta su lugar de destino	2,2	1,7	2,3
Alquiler de coches	1,3	0,8	1,5
Alquiler de material deportivo	1,0	0,6	1,1
Diversión	2,4	1,2	2,8
Otros	2,2	2,1	2,1
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Durante el año 2005, el número medio de **campos de golf visitados** en Málaga y Cádiz por este segmento turístico se ha situado en 2,9, cifra similar a la registrada en el resto del territorio andaluz. No obstante, la media de **salidas al campo** en la Costa del Golf (6,35 salidas) ha superado en una unidad a las estimadas para el resto de provincias (5,26 salidas).

Una de las **actividades realizadas** por los turistas de golf en las provincias de Cádiz y Málaga ha sido efectuar compras (83,2%), seguida a gran distancia por la tendencia a disfrutar del sol y de la playa (57,0%) y de la práctica de otros deportes (25,5%). Cabe destacar que tanto el turista español como el extranjero muestran pautas de comportamiento muy similares. No obstante, un análisis territorial de Andalucía permite distinguir diferencias significativas en el resto de provincias andaluzas, ya que se registra un mayor porcentaje de turistas que disfrutan del sol y de la playa (61,0%), de las visitas a parques naturales (22,9%) y de la oferta existente de clases y cursos deportivos (22,8%).

Actividades realizadas en la Costa del Golf. Total, españoles y extranjeros

Actividades	Total	Espanoles	Extranjeros
Compras	83,2	75,6	85,6
Prácticas de otros deportes	25,5	23,9	26,0
Visita a Parques Naturales	19,8	13,1	22,0
Disfrute de sol y playa	57,0	63,1	55,0
Asistencia a eventos culturales	22,2	19,3	23,1
Visita a monumentos y museos	20,6	14,4	22,6
Clases y cursos deportivos	13,3	12,4	13,1
Otros entretenimientos	8,9	5,1	10,1
Otros	8,2	6,8	8,7

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En una escala del uno al diez, la **valoración** media otorgada a las **instalaciones de golf** en los campos de Cádiz y Málaga ha sido ligeramente superior a la recibida para el resto de provincias de Andalucía (7,1 y 6,9 puntos, respectivamente). El diseño y la conservación del campo junto con el entorno, han sido los únicos conceptos que han obtenido una puntuación superior a 7,5 puntos. Cabe destacar que el turista español ha concedido una valoración media de las instalaciones ligeramente superior a la de la demanda extranjera de golf.

Valoración (1 a 10) de las actividades de golf Total, españoles y extranjeros. Costa del Golf

Conceptos	Total	Espanoles	Extranjeros
Diseño del campo de golf	7,82	7,89	7,80
Conservación del campo	7,62	7,72	7,59
Señalización del campo de golf	7,22	7,43	7,15
Precios	6,41	6,48	6,38
Alquiler de equipo	6,71	6,78	6,69
Gestión de reservas	7,06	7,35	6,95
Cantidad de jugadores en el campo	6,71	6,85	6,67
Infraestructuras e instalaciones	7,03	7,30	6,95
Servicios prestados en el campo	7,21	7,49	7,13
Entorno	7,69	7,86	7,64
Accesos	6,97	6,98	6,96
Ofertas complementarias	6,55	6,58	6,54
Calificación media	7,08	7,23	7,04

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **valoración** media de Andalucía por parte de los turistas que han elegido la costa del golf como destino para practicar este deporte se ha situado en 6,7 puntos, siendo algo más positiva la evaluación de la demanda extranjera (6,7

puntos) que la registrada por los turistas españoles (6,6 puntos). El alojamiento y la restauración son los conceptos que consiguen valoraciones por encima de los 7,5 puntos, destacando también el ocio y la atención y trato recibido con calificaciones de 7,2 y 7,2 puntos respectivamente.

Valoración (1 a 10) del viaje a la Costa del Golf según conceptos. Total, españoles y extranjeros

Conceptos	Total	Espanoles	Extranjeros
Alojamiento	7,71	7,69	7,71
Restauración	7,51	7,32	7,57
Ocio / Diversión	7,19	6,92	7,28
Transportes públicos	6,40	5,93	6,51
Señalización	6,38	6,46	6,35
Información turística	6,42	6,57	6,39
Guías turísticos	6,37	6,31	6,38
Horarios monumentos y oficina turismo	6,43	6,78	6,36
Conservación del entorno natural	6,50	6,56	6,49
Conservación patrimonio hist /art	6,94	6,88	6,95
Seguridad ciudadana	6,98	6,77	7,04
Ordenación urbana	5,79	5,50	5,88
Limpieza urbana	6,31	6,20	6,35
Ruido ambiental	6,34	6,06	6,43
Asistencia sanitaria	6,62	6,43	6,68
Atención y trato	7,17	7,45	7,08
Vías de comunicación	6,39	6,04	6,52
Relación calidad-precio	6,36	6,35	6,36
Calificación media	6,66	6,57	6,69

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Ocho de cada diez turistas han conocido la Costa del Golf mediante la experiencia propia (45,8%) y la recomendación de amigos y familiares (34,2%), registrando conjuntamente estos canales de promoción un porcentaje de participación más elevado entre aquellos que han decidido visitar el resto de provincias andaluzas (85,8%). En ambos territorios de estudio, cabe destacar la figura de la agencia de viaje para el turista extranjero como un pilar básico en el fomento del destino andaluz.

Como conoció Andalucía. Turismo de golf Total, españoles y extranjeros. Costa del Golf

Como conoció Andalucía	Total	Espanoles	Extranjeros
Recomendación agencias de viajes	8,2	1,7	10,1
Recomendación amigos o familiares	34,2	29,1	35,6
Experiencia propia	45,8	61,2	41,4
Folletos turísticos	1,9	1,6	2,0
Anuncios publicitarios	1,3	0,8	1,4
Organizaciones	4,8	3,5	5,2
Internet	1,8	0,4	2,3
Otros	2,0	1,9	1,9
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El 51,4% de los turistas que han visitado la costa del golf durante 2005, visitaron la Comunidad andaluza en sus ultimas vacaciones motivadas por la práctica de golf, superando en casi treinta puntos el porcentaje de españoles que repitieron este destino al registrado por los turistas extranjeros (73,9% y 44,2%, respectivamente). Asimismo, entre éstos últimos, cinco de cada diez eligieron otro país para realizar turismo de golf.

Grado de fidelidad al destino andaluz en la Costa del Golf Total, españoles y extranjeros

Destino	Total	Espanoles	Extranjeros
Andalucía	51,4	73,9	44,2
Otra Comunidad Autónoma	8,2	16,8	5,4
Otro País	40,5	9,4	50,4
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El principal motivo por el que los turistas que han visitado la costa del golf han elegido Andalucía como destino vacacional ha sido el clima (51,4%), seguido a gran distancia por la fiestas populares de la región (17,2%) y no registrándose diferencias significativas con respecto a los motivos que movieron a aquellos que optaron por el resto de provincias andaluzas (51,2% y 16,7%, respectivamente).

El principal motivo por el que los turistas que han visitado la costa del golf han elegido Andalucía como destino vacacional ha sido el clima (51,4%), seguido a gran distancia por la fiestas populares de la región (17,2%) y no registrándose diferencias significativas con respecto a los motivos que movieron a aquellos que optaron por el resto de provincias andaluzas (51,2% y 16,7%, respectivamente).

Motivo de elección de Andalucía. Turismo de golf

Motivo	Costa del Golf	Resto de provincias
Precios	6,3	4,8
Clima	51,4	51,2
Fiestas Populares / Folklore	17,2	16,7
Gastronomía	1,2	0,2
Calidad de vida / Hospitalidad	7,5	4,6
Excursiones	0,3	0,3
Deportes	4,5	1,5
Conocer el destino	2,7	5,6
Otros	9,0	15,0
Total	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

3

Grandes eventos deportivos
DE GOLF

Grandes eventos deportivos de Golf

Los grandes torneos de golf que se celebran en Andalucía desde hace años se muestran como un instrumento fundamental para la promoción y difusión internacional de la oferta andaluza, y contribuyen de forma decisiva al fomento de este segmento turístico, dada la gran repercusión mediática de estos eventos.

Tanto es así que la gran relevancia turística de esta coyuntura llevan a la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte a analizar, como viene haciendo desde 1999, estos eventos con el fin primordial de ofrecer información cuantitativa y cualitativa de los turistas de golf que visitan Andalucía gracias a este tipo de acontecimientos. Estos estudios ofrecen una unidad de medición fiable de la repercusión económica derivada de la actividad turística existente en este tipo de eventos, y permiten además conocer el perfil y el comportamiento de dicho turista y valorar así su percepción de la oferta andaluza de golf.

En este capítulo se analizan los principales resultados obtenidos en los estudios realizados con motivo de los dos grandes torneos de golf que se han celebrado en Andalucía durante el 2005. Así, el Open de España de Golf y la XVIII edición de la Volvo Masters Andalucía son eventos que de proporcionar beneficios directos e indirectos a Andalucía, han generado una repercusión mediática capaz de proyectar la región nacional e internacionalmente, y su análisis permite aproximarse aún más al conocimiento del turista de golf que visita Andalucía.

3.1

OPEN DE ESPAÑA DE GOLF

Año 2005

Open de España de Golf. Año 2005

El campeonato Open de España de Golf, celebrado en San Roque durante los días 14, 15, 16 y 17 de Abril de 2005 ha contado en esta edición con un **público asistente³ de 5.200 personas**, de las que el 46% han sido turistas, el 36% excursionistas y el 18% restante fueron residentes.

El movimiento turístico que ha generado esta edición, con o sin asistencia al campo, ha sido de **2.145 turistas**. En este contexto, 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 **1,6 millones de euros**.

El **gasto medio diario** se ha estimado en 126,8 euros, cifra muy superior a la media registrada por los turistas que visitan Andalucía. El 60% de este presupuesto se destina en partes iguales al alojamiento y a la restauración, quedando en un segundo plano las compras.

³ No se tienen en cuenta las 25.000 acreditaciones que la Organización pone a disposición de los patrocinadores, por desconocerse el porcentaje de uso de las mismas.

Distribución porcentual del gasto en destino por conceptos. Open de España de Golf 2005

Gasto por conceptos (%)	Open 2005
Alojamiento	30,0
Transporte	2,8
Restaurantes	29,2
Transporte Público	2,1
Compras alimenticias	10,1
Compras no alimenticias	12,3
Visitas organizadas	5,4
Alquiler de coches	4,9
Ocio	2,2
Otros	1,1
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Entre los turistas que asistieron al Campeonato, el **tipo de alojamiento** más utilizado ha sido el apartamento, casa o chalet, que ha copado algo más de la mitad del total, superando en 4,5 puntos al alojamiento hotelero. De entre la primera tipología, destacan el apartamento alquilado y la vivienda propia.

Tipo de alojamiento utilizado por los turistas Open de España de Golf 2005

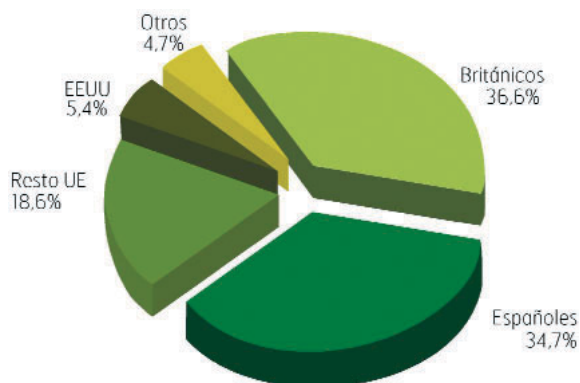
Tipo de alojamiento	%
Alojamiento hotelero	46,6
Pensión	1,8
Apartamento, chalet o casa	51,1
- Apartamento alquilado	21,5
- Apartamento propio	15,8
- Multipropiedad	1,2
- Amigos o familiares	12,5
Otros	0,6
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El 76% 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 (64%).

Más del 65% de los turistas recibidos en Andalucía con motivo de la celebración de este evento deportivo han sido extranjeros, destacando sobre todo la **nacionalidad** británica (36,6%). A éstos les han seguido de cerca los procedentes de España, que han representado al 34,7% del total.

Distribución porcentual de los turistas asistentes al OPEN de España de Golf según país de residencia. Año 2005

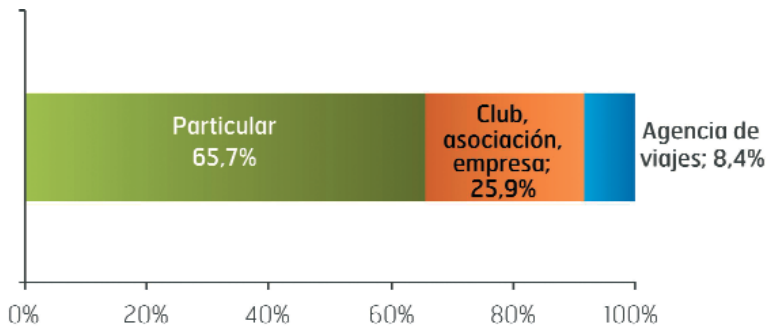


Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **estancia media** de los turistas cuyo principal motivo de viajar a Andalucía ha sido la celebración de este torneo, se ha estimado en casi cinco días y medio y ha estado influenciada por la fuerte presencia del turismo extranjero, que presenta permanencias más largas que el turista nacional.

A la hora de preparar su visita a Andalucía, el 66% 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. OPEN de España de Golf 2005



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En cuanto al **medio de transporte** utilizado para acceder a Andalucía, los turistas se decantan principalmente por la utilización del avión (61,4%). En segundo lugar, a gran distancia, se sitúa el coche, utilizado por el 35,7% de los mismos. El hecho de que la mayoría de los turistas recibidos en la Comunidad con motivo de la celebración del Open de Golf sean extranjeros influye en el porcentaje alcanzado por el avión.

Medio de transporte utilizado para acceder a Andalucía

Medio de transporte	%
Turismo	35,7
Autocar	1,7
Avión	61,4
Otros	1,2
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

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

Casi la mitad de los turistas (49,5%) tienen una **edad** comprendida entre los 30 - 44 años. Le siguen en orden de importancia el intervalo de 45 - 65 años (32,3%) y a gran distancia los mayores de 65 años (6,8%) y los menores de 18 (6%).

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 (79%) seguida a gran distancia de los jubilados (13,1%), mientras que el resto presentan cuotas inferiores al 4%. De entre los primeros, destaca la profesión de funcionario (44%), seguida a distancia por la de empleado y director gerente.

Perfil sociodemográfico del turista. Open de España de Golf

Edad (%)	Turistas Open de España de Golf
Menos de 18	6,0
18-29	5,4
30-44	49,5
45-65	32,3
Más de 65	6,8
Total	100,0

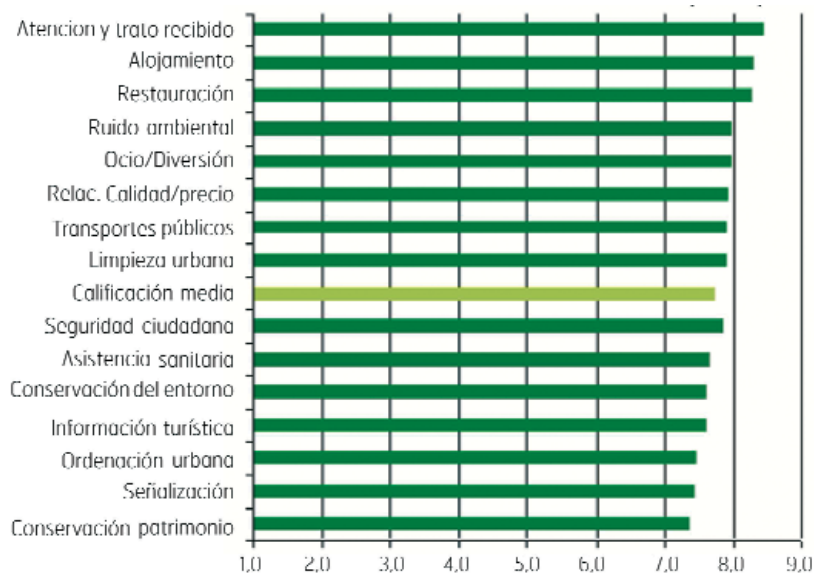
Situación Laboral (%)	
Trabajo Remunerado	78,9
En paro	0,6
Estudiante	1,7
Jubilado	13,1
Labores hogar	3,6
Otras	2,1
Total	100,0

Profesión (%)	
Director, gerente	9,7
Técnico superior o medio	3,5
Profesión liberal	6,7
Funcionario	43,9
Administrativo, Aux. administrativo	6,0
Empleado	17,0
Obrero	0,2
Otros	13,0
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Los servicios recibidos por los turistas en Andalucía han sido **valorados** con un notable (7,9 puntos), lo que denota el alto grado de satisfacción de estos turistas. Por conceptos, son varios los que superan los ocho puntos como atención y trato recibido, alojamiento, restauración, ocio y diversiones y ruido ambiental. El resto de los conceptos son valorados por encima de los 7 puntos siendo la conservación del entorno histórico/artístico la que menor puntuación presenta (7,4 puntos).

Valoración media (de 1 a 10) por conceptos



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Por otro lado, es destacable la excelente valoración que le han otorgado los turistas a cada uno de los conceptos de este evento deportivo. Así, la organización y el recinto rozan el sobresaliente mientras que el resto supera los ocho puntos, de tal modo que la puntuación media del Open de España de Golf para este año ha sido de 8,5.

Valoración media (de 1 a 10) por conceptos del evento

Conceptos	Valoración
Organización	8,8
Recinto	8,8
Infraestructuras e instalaciones	8,3
Servicios prestados en el circuito	8,4
Entorno	8,4
Accesos	8,3
Media	8,5

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Así, este **grado de satisfacción** se refleja en el hecho de que casi el 60% de los encuestados piensa volver a Andalucía como turista. Este tipo de turismo especializado se moviliza con facilidad ante acontecimientos de este tipo, ya que el 78,3% de los asistentes afirmaron que el año pasado se desplazaron a un evento similar, llegando a moverse fuera de su país de residencia el 36% de los mismos.

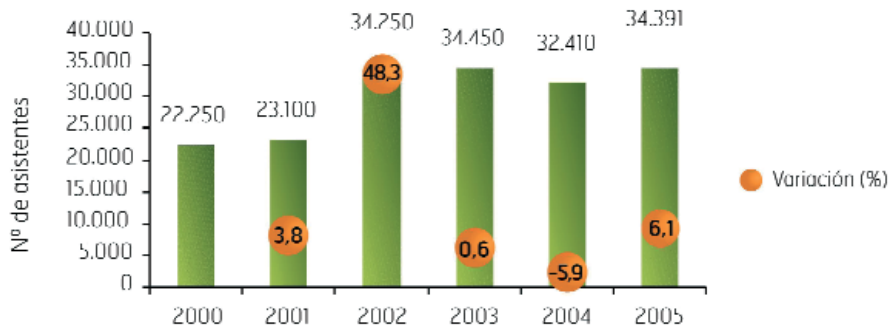
3.2

XVIII VOLVO MASTERS
de Andalucía

XVIII Volvo Masters de Andalucía

La XVIII edición de la Volvo Masters de Andalucía en 2005 celebrada en Valderrama durante los días 27, 28, 29 y 30 de octubre ha recibido un total de **34.391 visitantes**, lo que ha supuesto un crecimiento del 6,1% respecto al año anterior. Cabe destacar, tal y como se observa en el gráfico, la XV edición celebrada en Valderrama en el año 2002 como la de mayor crecimiento (48,3%), hecho afectado por el cambio de lugar de celebración del evento, del Hotel Montecastillo a Valderrama.

Número de asistentes Volvo Masters Andalucía. Años 2000 a 2005



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En 2005, del total de visitas al campo de Valderrama, el 73,6% fueron realizadas por turistas. 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 estas visitas turísticas, estimándose para este año **8,2 millones de euros**, lo que supone un **incremento del 6,4%** respecto a la edición del año pasado⁴.

En esta edición, el 81,5% de los turistas recibidos declara que el principal **motivo de su visita** a Andalucía ha sido la asistencia al Campeonato de Golf, siendo la mayoría de ellos aficionados a este deporte (70%).

El **grado de repetición** en este acontecimiento es elevado, y se mantiene en los mismos niveles registrados en la edición del año 2004. De hecho, el 53% de los turistas encuestados ya estuvo en la edición del año pasado.

Como en ediciones anteriores, son dos las **nacionalidades** que más predominan entre los asistentes al campeonato, de manera que británicos y españoles alcanzan el 62,6% de los turistas recibidos. Respecto al año anterior, cabe destacar el crecimiento de los turistas procedentes de Estados Unidos y de países de la Unión Europea, a costa del descenso de cuota experimentada por los españoles en esta edición.

⁴ La serie de visitas es revisada a final de año por la Organización del Campeonato Volvo Masters Andalucía. Esto implica una revisión por parte de la Consejería de la cifra de gasto turístico.

Distribución porcentual de los turistas asistentes al Campeonato Volvo Masters según país de residencia. Años 2004 y 2005

País de procedencia	Volvo 04	Volvo 05	Diferencia
Españoles	36,6	20,6	-16,1
Extranjeros	63,4	79,4	16,1
Alemania	3,0	6,2	3,3
Holanda	1,2	3,4	2,2
Reino Unido	41,4	42,0	0,7
Francia	1,9	5,6	3,7
Resto Unión Europea	11,8	15,6	3,8
EE.UU.	0,3	4,6	4,3
Otros	3,9	2,0	-1,9

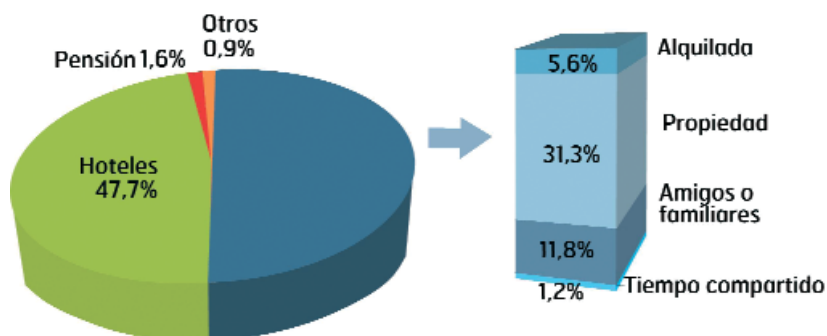
Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **estancia media** de los turistas cuyo principal motivo de viajar a Andalucía ha sido la celebración de este Campeonato de golf, se ha situado en 6,4 días, inferior en -1,1 días a la registrada en el año anterior.

En términos generales, el **gasto medio diario** que realiza un turista asistente a este Campeonato es mucho más elevado que el de la media de los turistas en Andalucía, destacando este año, el importante crecimiento que ha experimentado esta variable, que se sitúa en 90,5 euros por persona y día, superior en 17 euros al gasto del año anterior.

Entre estos turistas, el **tipo de alojamiento** más utilizado ha sido el establecimiento hotelero, con un 47,7%, seguido del apartamento en propiedad (31,3%) y de la vivienda de amigos y familiares (11,8%). Respecto a la edición del año pasado se puede observar un crecimiento en el alojamiento hotelero a costa del apartamento, en cualquiera de sus modalidades.

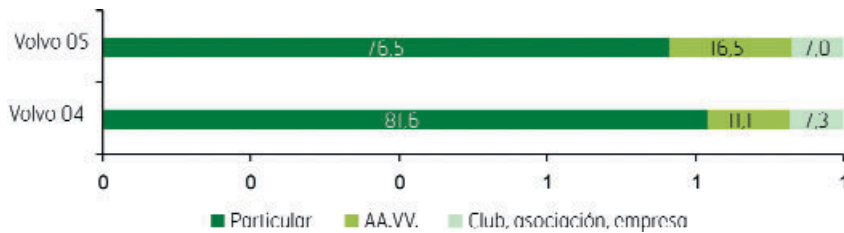
Tipo de alojamiento utilizado por los turistas Volvo Masters Andalucía 2005



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El 76,5% de los turistas han **organizado su viaje** de forma particular, mientras que el resto ha utilizado algún tipo de intermediario, aumentando esta opción en 5,4 puntos respecto al año anterior, debido a que esta forma de organizar el viaje es elegida en mayor proporción por los extranjeros, procedencia que este año ha vuelto a incrementar su cuota respecto a los españoles.

Distribución porcentual de los turistas según forma de organizar el viaje. Volvo Masters 2004 - 2005



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El avión y el coche han sido los **medios de transporte** utilizados principalmente para realizar el viaje a Andalucía, destacando el primero con un 62,4%. Este porcentaje se ha visto incrementado en casi tres puntos en relación al del año 2004, influenciado por el crecimiento del turismo extranjero en esta edición.

Tipo de transporte utilizado para acceder a Andalucía Volvo Masters 2004 - 2005

Medio de transporte %	Volvo 04	Volvo 05
Turismo	38,0	34,3
Avión	59,7	62,4
Barco	1,6	1,1
Otros	0,7	2,2
Total	100,0	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En la edición de 2005, siete de cada diez turistas que visitó Andalucía con motivo de la Volvo Masters fueron hombres, registrándose un incremento de la cuota masculina respecto al campeonato del año anterior (68,4% frente a 59,1% de 2004).

El segmento de **edad** más representado ha sido el comprendido entre los 30 y los 44 años, que ha acaparado al 52,5% de los turistas que han acudido a la edición de 2005 del Volvo Masters. La **situación laboral** más frecuente ha sido la de trabajo remunerado, al igual que lo ocurrido en pasadas ediciones. Al trabajo remunerado le siguen los retirados o jubilados y los estudiantes. Dentro de los turistas que se encuentran realizando un trabajo remunerado, destaca la **profesión** de funcionario/empleo público, declarada por el 33% de ellos, seguida de la de director gerente (22%).

Perfil sociodemográfico de los turistas que asistieron a la Volvo Masters 2005

Edad (%)	Volvo 05
Menos de 18	6,9
18-29	12,6
30-44	52,5
45-65	19,0
Más de 65	5,2
Total	100,0

Situación Laboral (%)	
Trabajo Remunerado	79,0
En paro	0,7
Estudiante	6,2
Jubilado	6,7
Labores hogar	5,2
Otras	2,3
Total	100,0

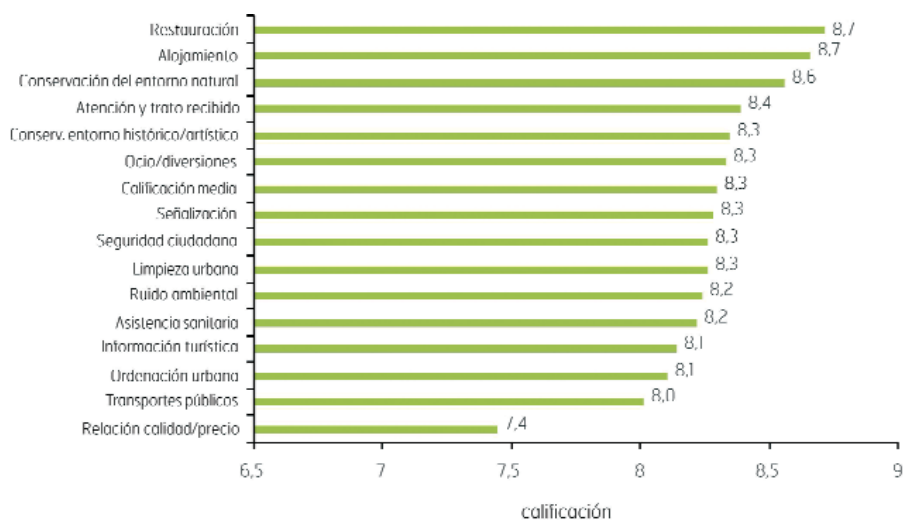
Profesión (%)	
Director, gerente	22,0
Técnico superior o medio	6,5
Profesión liberal	8,6
Funcionario	33,2
Administrativo, Aux. administrativo	8,6
Empleado	9,3
Obrero	0,5
Otros	11,4
Total	100,0

Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El 88% de los turistas declara que ha visitado Andalucía en otras ocasiones, mientras que para el 12% ésta es la primera vez que la visita.

En la edición de este año, la **valoración** otorgada al **destino andaluz** por los turistas ha sido de notable alto, concretamente 8,3 puntos en una escala de 1 a 10, puntuación superior en casi un punto a la registrada en la anterior edición del campeonato. Exceptuando la relación calidad/precio (7,4 puntos), ninguno de los conceptos sobre los que se solicita valoración obtiene una puntuación inferior a los 8 puntos, siendo los mejores valorados el alojamiento, la restauración y la conservación del entorno natural, ambos por encima de 8,5 puntos.

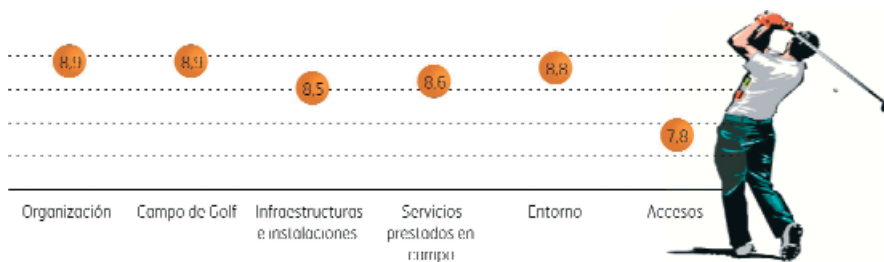
Valoración media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del viaje a Andalucía



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Los turistas asistentes a esta edición 2005 del Volvo Masters Andalucía han **valorado el campeonato** con un notable alto, similar a la del año 2004 (8,6 puntos en una escala de 1 a 10), siendo el campo de golf y la organización los ítems mejor valorados (8,9 puntos), quedando los accesos como el elemento con la calificación más baja (7,8 puntos).

Calificación media (de 1 a 10 puntos) por conceptos del evento



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Casi el 74% de los encuestados contestó que **piensa volver a Andalucía** como turista, lo que significa que el turista motivado por la asistencia al Campeonato ha visto satisfechos sus objetivos en cuanto al destino turístico andaluz, tal y como demuestra la alta calificación que le otorga tanto al propio campeonato como al viaje.

4

Principales
RESULTADOS
del estudio

Tabla Resumen de resultados Turistas de Golf que han viajado a Andalucía

Perfil del turista	
Género	Mayor presencia de varones (59%)
Edad	Mayoritariamente entre 45 y 65 años (44%)
Situación Laboral	Mayoría de asalariados (55%)
Profesión	Directores gerentes (32%), Técnicos sup. o medios (31%)
Nacionalidad	España (31%), Reino Unido (28%), Alemania (15%)
Hábitos del viaje	
Estancia Media	13,7 días
Medio de Transporte	Avión (70%), Coche (29%)
Tipo de Alojamiento	Hotelero (41%), Vivienda en propiedad (37%)
Organización del viaje	Particular (73 %), Agencias de viaje (22%)
Paquete Turístico	29 %
Gasto en origen	397 euros por persona
Gasto en destino	92 euros por persona y día
Práctica del Golf	
Nº de campos visitados	3
Nº de salidas al campo	6,15
Valoración instalaciones Golf	7 puntos (escala de 1 a 10)
Uso de Internet	
Como conoció Andalucía	Experiencia propia (49%), Recomendación amigos/familia (32%)
Actividades realizadas	Compras (77%), Disfrute sol y playa (58%), Otros deportes (23%)
Valoración del destino	6,65 puntos (escala de 1 a 10)
Elección de Andalucía	Clima (51%), Fiestas populares/ folklore (17%)

