

Andalucía

Turismo de golf en Andalucía Año 2014

Segmentos Turísticos de Andalucía



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO

TURISMO DE GOLF EN ANDALUCÍA

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Comercio

EDITA

Consejería de Turismo y Comercio

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

correo-e: publicaciones.ctc@juntadeandalucia.es

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte en Andalucía.

C/ Compañía nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicado en Sevilla (España)

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

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

TURISMO DE GOLF EN ANDALUCÍA. AÑO 2014

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

2. OFERTA DE GOLF EN ANDALUCÍA

3. DEMANDA TURÍSTICA DE GOLF EN ANDALUCÍA

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 estrategia 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**, 80 cuestionarios que recogen datos identificativos de los campos de golf de Andalucía, así como información sobre su actividad en el año 2014.

FICHA TÉCNICA. ENCUESTA A LA OFERTA	
Universo:	Campos de golf de Andalucía.
Recogida de la información:	Mediante cuestionario estructurado por email entrevistas telefónicas.
Tamaño de la muestra:	91 campos de golf (80 gestores)
Error teórico de muestreo:	+/- 3,9%, utilizando un nivel de significación de 2 sigmas (95% 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 2014

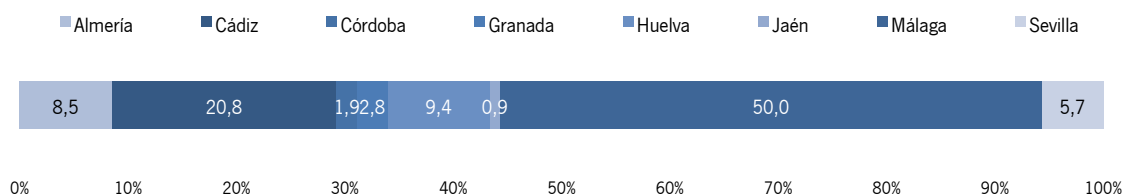
- B. ENCUESTA A LA DEMANDA**, 810 cuestionarios completos realizados en 8 campos de golf andaluces que recogen características y hábitos de consumo turístico de los encuestados. El periodo de encuestación se ha extendido de mayo a octubre.

FICHA TÉCNICA. ENCUESTA A LA DEMANDA	
Universo:	Turistas residentes o no residentes en Andalucía motivados por la práctica de golf.
Recogida de la información:	Mediante cuestionario estructurado en entrevistas personales en los campos de golf andaluces.
Tamaño de la muestra:	810 entrevistas válidas.
Error teórico de muestreo:	+/- 3,4%, utilizando un nivel de significación de 2 sigmas (95% de probabilidad) y $p=q=50$, por lo que debe considerarse como error máximo teórico para el conjunto de la muestra.
VARIABLES DE ESTUDIO:	<p>Cuantitativas (Número de turistas, residencia, estancia media, gasto, media de salidas a campo, campos visitados), y</p> <p>cualitativas (calificación del destino, motivo secundario).</p>

2. LA OFERTA DE GOLF EN ANDALUCÍA

La oferta de campos de golf en Andalucía no experimenta cambios sustanciales respecto al año anterior. Así, a 31 de diciembre de 2014, Andalucía cuenta con un total de 106 campos de golf¹, la mitad de ellos se encuentran en la provincia de Málaga, y el 20,8% en Cádiz.

Distribución de campos de golf en Andalucía. Año 2014



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

¹ 106 campos de golf operativos gestionados por 95 entidades gestoras.

A nivel nacional, Andalucía continúa siendo líder en cuanto a oferta de golf², ya ofrece el 22% de los campos en España, seguida a gran distancia por Cataluña (10%) y Castilla León (9,7%).

Distribución de campos de golf en España según CC.AA. Año 2014

CC.AA.	Cuota	Diferencia 2014/2013
Andalucía	22,0%	+0,3
Cataluña	10,0%	0,0
Castilla León	9,7%	+0,1
Madrid	8,4%	+0,1
C. Valenciana	7,9%	-0,4
Canarias	5,1%	-0,1
Castilla La Mancha	5,1%	+0,4
Galicia	5,1%	-0,3
Total	100,0%	0,0

Fuente: Real Federación Española de Golf. RFEG

La Comunidad de Madrid acapara un tercio del total de jugadores federados en España a 31 de diciembre de 2014, con 85 mil licencias, mientras que Andalucía se sitúa en segunda posición con algo más de 45 mil federados. No obstante, respecto al año 2013, nuevamente se observa un descenso generalizado en el número de licencias federativas a nivel nacional.

Distribución de licencias federativas de golf en España según CC.AA. Año 2014

CC.AA.	2014	Cuota	% var. 14/13
Madrid	84.843	29,9%	-3,4%
Andalucía	45.083	15,9%	-3,0%
Cataluña	32.041	11,3%	-6,4%
C. Valenciana	19.669	6,9%	-3,3%
País Vasco	18.455	6,5%	-3,4%
Castilla León	15.118	5,3%	-5,0%
Total	283.991	100,0%	-3,7%

Fuente: Real Federación Española de Golf. RFEG

Tal y como se muestra en la siguiente tabla, a nivel europeo son el Reino Unido y Alemania los países que lideran el ranking de federados de golf, seguidos de Suecia, Francia y Holanda. Asimismo, el agregado de los Países Nórdicos supera las 870 mil licencias.

² Número de Clubes de Golf registrados en la Real Federación Española de Golf y que cuentan con campo de golf. Esta fuente oficial permite la comparabilidad entre Comunidades Autónomas.

Distribución de licencias federativas de golf en Europa según países. Año 2014³

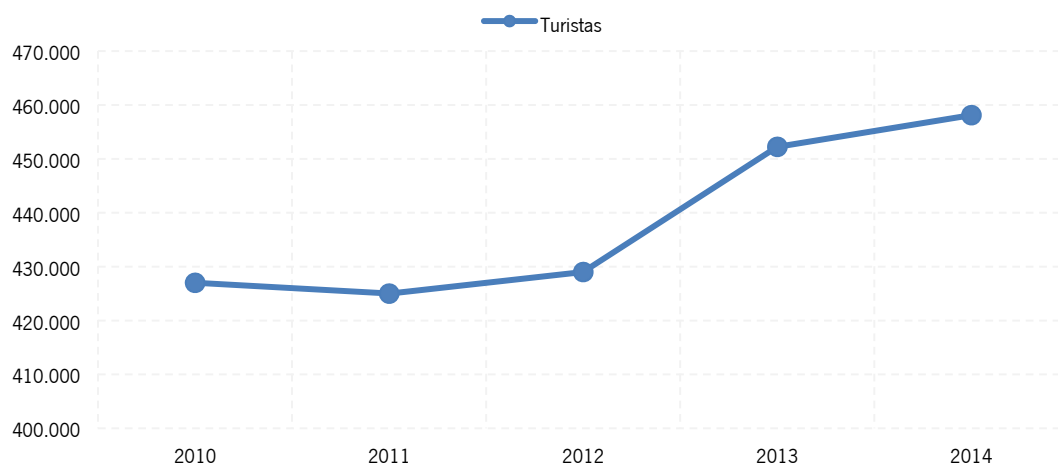
País	2014	% var. 14/13
Reino Unido	678.372	-4,8%
Alemania	639.137	0,2%
Suecia	474.777	0,2%
Francia	408.388	-1,4%
Holanda	387.429	-0,5%
Escocia	199.764	-4,8%
Irlanda	194.151	-2,7%
Dinamarca	150.699	-1,2%
Finlandia	142.757	-1,0%
Austria	103.225	-0,7%
Noruega	102.007	-1,5%

Fuente: European Golf Association

3. LA DEMANDA TURÍSTICA DE GOLF EN ANDALUCÍA

Según estimaciones de la Consejería de Turismo y Comercio, Andalucía recibió en el año 2014 un total de **458 mil turistas de golf**, lo que supone un crecimiento respecto a las cifras de 2013 del +1,3%, mostrando así el mejor resultado de los últimos años en esta variable.

Evolución del número de turistas de golf en Andalucía



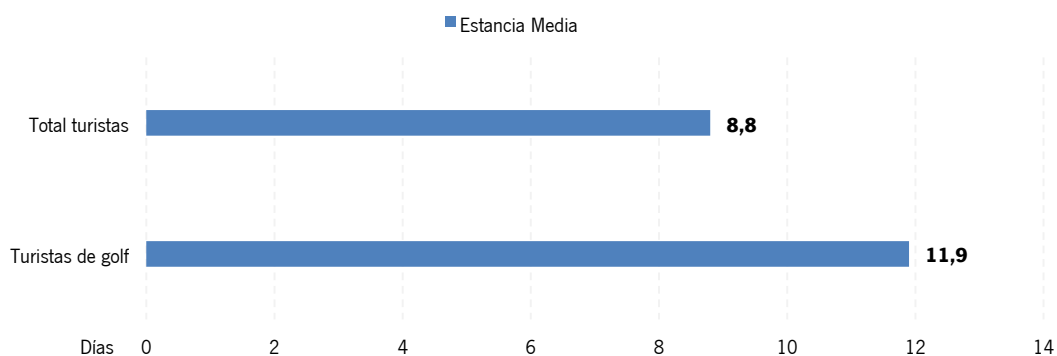
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

³ Datos a 1/01/2015

· Hábitos de viaje

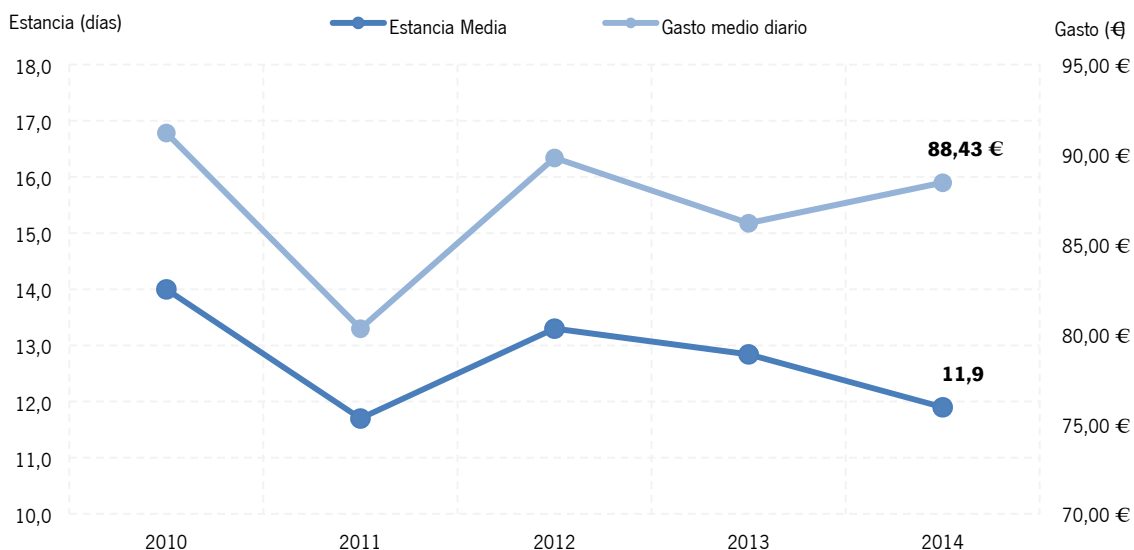
La **estancia media** de los turistas de golf en Andalucía ha experimentado un descenso en el último año, estimándose en 11,9 días, situándose casi un día por debajo de la registrada en 2013, aunque aún tres días por encima de la que presenta el total de turistas en el destino andaluz.

Estancia media del turista de golf en Andalucía. Comparativa con total turistas. Año 2014



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

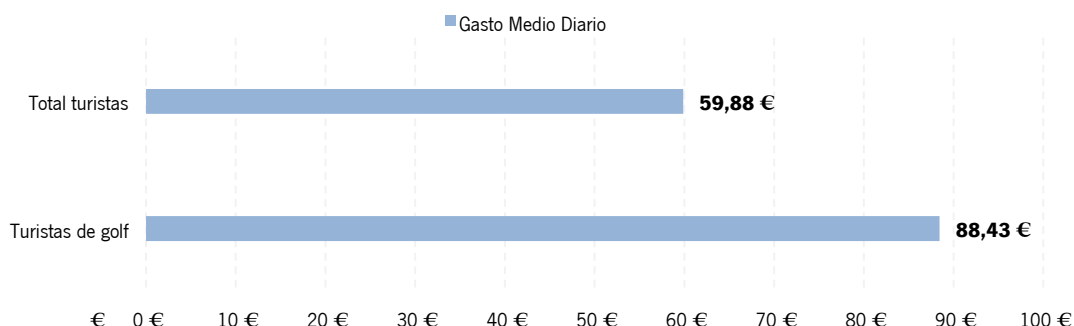
Evolución de estancia media y gasto medio diario del turista de golf en Andalucía. Años 2010 – 2014



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tal y como se muestra en el gráfico, el **gasto medio diario** de los turistas de golf en Andalucía muestra un crecimiento respecto al año anterior y se sitúa en 88,43 euros, mientras que la media de gasto por persona y día para total de turistas se encuentra en 59,88 euros. Las dos variables citadas, estancia media y gasto medio diario, confirman la relevancia turística que ofrece este segmento turístico para el destino andaluz.

***Gasto medio diario del turista de golf en Andalucía.
Comparativa con total turistas. Año 2014***



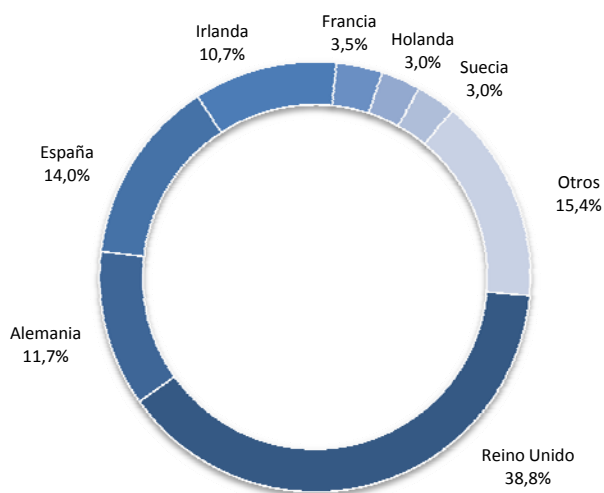
Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

La *restauración* y las *compras* son las dos **partidas de gasto en destino** más importantes para el turista de golf que visitó Andalucía en 2014, acaparando entre ambas el 68% de su presupuesto, seguidas de cerca por la *adquisición de green fees*, con un 21,4%.

• Procedencia del turista

La nacionalidad más predominante entre los turistas de golf en Andalucía es la británica, ya que cuatro de cada diez turistas recibidos en 2014 proceden del Reino Unido. Le siguen a gran distancia los nacionales y los alemanes, captando el 14% y el 11,7% del total respectivamente.

Procedencia del turista de golf en Andalucía. Año 2014



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

• Sexo del turista

Los turistas de golf que han visitado Andalucía en 2014 se caracterizan por una mayor presencia de **hombres**, mostrando cifras similares a las registradas el año anterior (74% frente al 26% de mujeres).

• Motivación y actividades realizadas en destino

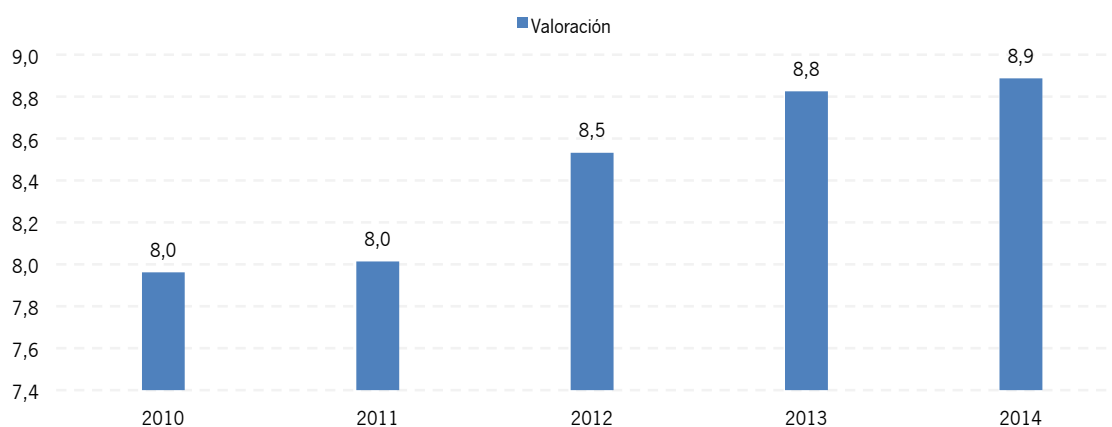
El 69% de los turistas afirma no tener **un motivo secundario** para visitar Andalucía, más allá de la práctica del golf. Sin embargo, el 16,5% se muestra motivado en segunda instancia por *el sol y la playa* y el 8,8% por el *turismo cultural*.

En cuanto a la propia actividad de jugar al golf, se observa un mantenimiento en el número medio de **salidas a campo**, ya que este año cada turista ha realizado una media de 6,3 salidas en su viaje, frente a la 6,1 estimadas en 2013. Además, estos turistas visitan una media de 3 **campos de golf** durante su viaje por Andalucía.

• Fidelidad y valoración

La **valoración** media que realizan los turistas de Andalucía como destino de golf es más que notable, concretamente de 8,9 puntos en una escala de 1 a 10 (donde 1 es muy insatisfactorio y 10 muy satisfactorio), lo que supone un incremento de 0,1 puntos respecto a la calificación otorgada el año pasado, continuando la senda alcista que presenta esta variable en los últimos años.

Evolución de la valoración de Andalucía como destino de golf

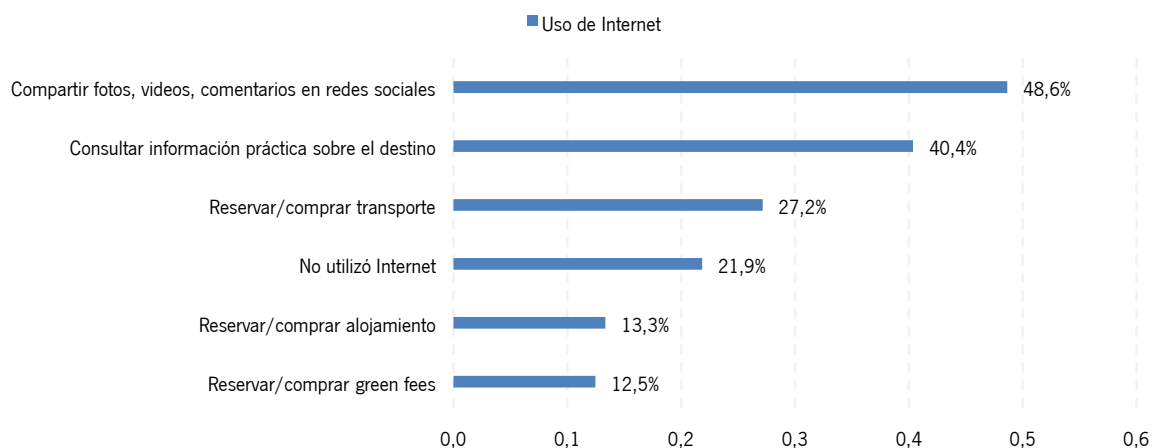


Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

· Uso de internet

El 78% de los turistas de golf que visitaron Andalucía en 2014 utilizó Internet en algún momento relacionado con su viaje. *Compartir fotos, videos y/o comentarios en redes sociales* (48,6%) y *consultar información práctica sobre el destino* (40,4%) son los usos más comunes entre estos turistas, seguidos a gran distancia de la *reserva/compra del transporte* (27,2%).

Uso de Internet en relación a su viaje de golf a Andalucía. Año 2014



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Desde la perspectiva de la oferta, la reserva/compra de green fees se realiza directamente con el campo (presencialmente, vía teléfono, mail o página web del campo), siendo las agencias y turoperadores tradicionales los segundos en importancia, captando entre ambas el 93% de los casos. Las centrales de reservas a online suponen el 4,3% de las reservas/compras, según las estimaciones de los campos de golf.