



Col·lecció Estudis Turístics

El turismo de golf en Balears. 2005 El turisme de golf a Balears. 2005

Inestur (Institut d'Estratègia Turística)
Ctra. Valldemossa Km. 7,4
Parc Bit (Edifici INESTUR) Parcel·la 2A
07121. PALMA
Tel: 971 17 72 10
Fax: 971 78 46 94
www.inestur.es

**CAEB (Confederació d'Associacions
Empresarials de Balears)**
C/ Aragó, 215 2º
07008. PALMA
Tel: 971 76 60 14
Fax: 971 47 83 83



El turismo de golf en Balears. 2005. El turisme de golf a Balears. 2005.

5

Col·lecció Estudis Turístics

El turismo de golf en Balears. 2005 El turisme de golf a Balears. 2005



Govern de les Illes Balears
Conselleria de Turisme



**Govern
de les Illes Balears**

El turismo de golf en Balears. 2005



Govern de les Illes Balears
Conselleria de Turisme

INESTUR
INSTITUT D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA

CI'ITTIB
CENTRE D'INVESTIGACIÓ I DE TECNOLOGIES
TURÍSTIQUES DE LES ILLES BALEARS

www.inestur.es
www.illesbalears.es

© EL TURISMO DE GOLF EN BALEARS. 2005

Dirección: Vicenç Tur Tur. CAEB.

Elaboración: Joan B. Garau Vadell.

Equipo colaboradores: Vanessa Prados, Maria Rigo, Theresa Larson,
Dolors Nadal, Bárbara Vives, Scott Comben, María Luisa González.

Estudio realizado en virtud del convenio INESTUR-CAEB

Depósito legal: DL: PM-3028-2006

Tabla de contenidos.....	pág.
1. Introducción	11
2. El golf y el turismo de golf, un segmento en constante crecimiento.....	13
3. El golf en España	18
3.1 Constante crecimiento de los campos de golf.....	18
3.2 Utilización de las infraestructuras y el turismo de golf.....	21
4. El turismo de golf en Balears.....	23
4.1 Oferta de campos de golf	23
4.2 La práctica del golf en Balears	26
4.3 El perfil de los turistas de golf.....	29
4.4 Aspectos descriptivos del comportamiento del turista de golf.....	33
4.5 Uso de internet	37
4.6 Tendencias vacacionales y destinos alternativos	39
4.7 Influencia de las low cost en la elección del destino	42
4.8 Satisfacción de los turistas que juegan a golf en Balears	44
4.9 Motivaciones de los golfistas para viajar.....	46
4.10 Actividades realizadas.....	48
4.11 Repetitividad y obtención de información	49
5. Impacto económico del turismo de golf.....	54
5.1 Estimación del número de turistas y estancias generadas	54
5.2 Gasto realizado en el país de origen y en Balears	55
5.3 Ingresos por turismo de golf en Balears	59
6. Perspectivas de futuro y actividad promocional	62
6.1 Perspectiva de crecimiento de la demanda	62
6.2 Realidad virtual y práctica del golf.....	64
6.3 Opinión de los campos de golf.....	66
6.4 La actuación de los campos de golf. Acciones promocionales ..	71

7. Análisis DAFO del turismo de golf en Balears	72
8. Conclusiones y recomendaciones.....	77
8.1 Conclusiones.....	77
8.2 Recomendaciones.....	80
9. Bibliografía y entrevistas	83
9.1 Bibliografía.....	83
9.2 Entrevistas	85
10.Ficha técnica.....	86
10.1 Diseño del cuestionario y trabajo de campo	86
10.2 Ficha técnica	87

Listado de tablas

Pág.

Tabla 1. Federados en Europa	15
Tabla 2. Distribución de campos de golf por países	16
Tabla 3. Vacaciones de golf de los principales países emisores de Europa.....	17
Tabla 4. Campos previstos en los próximos 10 años	20
Tabla 5. Campos de golf existentes y en construcción en Balears	24
Tabla 6. Distribución del gasto medio diario en Balears	58
Tabla 7. Distribución del gasto medio diario en Balears únicamente de los que admiten haber efectuado pagos en Balears	58
Tabla 8. Evolución de la distribución del gasto diario en Balears.....	59
Tabla 9. Análisis DAFO del turismo de golf en Balears	76
Tabla 10. Ficha técnica	87

Listado de gráficos

Pág.

Gráfico 1. Jugadores de golf en el Mundo y en Europa (millones).....	14
Gráfico 2. Evolución de los campos de golf en España.1980-2005.....	18
Gráfico 3. Evolución campos de golf por comunidades autónomas.....	19
Gráfico 4. Evolución jugadores españoles: 1970-2005.....	21
Gráfico 5. Jugadores de golf extranjeros en España	22
Gráfico 6. Evolución campos de golf en Balears por islas	23
Gráfico 7. Evolución del número de rounds jugados en Balears	26
Gráfico 8. Evolución en la distribución mensual del número de rounds	27
Gráfico 9. Distribución del número de rounds por residencia	28
Gráfico 10. Turistas de golf en Balears	29
Gráfico 11. Nacionalidad de los turistas de golf en Balears.....	30
Gráfico 12. Edad de los turistas de Balears que juegan al golf.....	30
Gráfico 13. Turistas de golf en Balears por sexo. 2005	31
Gráfico 14. Turistas de golf en Balears por profesión.....	32
Gráfico 15. Ingresos familiares netos anuales de los golfistas.....	33
Gráfico 16. Tipo de alojamiento utilizado durante la estancia en Balears	34
Gráfico 17. Categoría de los alojamientos utilizados por los turistas de golf.....	34
Gráfico 18. Tipo de contratación de las vacaciones.....	35
Gráfico 19. Número de campos que visitan en Balears	36
Gráfico 20. Estancia media y días de práctica de golf	37
Gráfico 21. Canal de adquisición del vuelo	38
Gráfico 22. Canal de adquisición del alojamiento	38
Gráfico 23. Canal de adquisición de los green fees.....	39
Gráfico 24. Viajes anuales con la intención principal de jugar al golf	40
Gráfico 25. Preferencias estacionales en los viajes para jugar a golf	40
Gráfico 26. Destino más frecuentado para jugar a golf	41
Gráfico 27. Influencia de la existencia de las low cost en la elección del destino de golf.....	42
Gráfico 28. Valoración de aspectos específicos de la estancia en Balears	45

Gráfico 29. ¿Recomendaría Balears a sus amigos para la práctica del golf?	46
Gráfico 30. Motivadores turísticos de los golfistas	47
Gráfico 31. Actividades realizadas aparte de jugar a golf	49
Gráfico 32. Repetitividad de los turistas de golf	50
Gráfico 33. Principales fuentes de información utilizadas	51
Gráfico 34. Grado de influencia de las fuentes de información	53
Gráfico 35. Evolución del gasto por persona y día en el país de origen	56
Gráfico 36. Evolución del gasto por persona y día en el país de origen por nacionalidades	56
Gráfico 37. Evolución del gasto por persona y día en Balears	57
Gráfico 38. Gasto efectuado en Balears por nacionalidades	57
Gráfico 39. Evolución del gasto directo efectuado en Balears (millones de euros)	60
Gráfico 40. Evolución de los ingresos por turismo de golf en Balears (mill. de euros)	61
Gráfico 41. Previsión de crecimiento de la demanda de golf para los próximos tres años	63
Gráfico 42. ¿Sustituirán los simuladores de golf la práctica real?	65
Gráfico 43. Los simuladores reducirán el número de viajes para jugar a golf	66
Gráfico 44. El agua depurada es suficiente para regar los campos de golf	67
Gráfico 45. En los meses punta los campos de golf están al límite máximo	67
Gráfico 46. En el futuro los jugadores de golf serán menos elitistas	68
Gráfico 47. Son necesarias más acciones de promoción conjuntas	69
Gráfico 48. ¿Son reacios o ven con malos ojos los residentes a los campos de golf?	69
Gráfico 49. ¿Es necesaria más promoción del turismo de golf?	70
Gráfico 50. Los nuevos destinos del golf están restando muchos turistas a Balears	70
Gráfico 51. Acciones promocionales de los campos de golf	71



1. INTRODUCCIÓN.

La economía balear, ampliamente centrada en torno al sector turístico, presenta algunos déficits estructurales que dificultan su desarrollo de una forma sostenible a medio y largo plazo. Entre los principales retos que se plantean de cara al futuro puede destacarse el de la **estacionalidad**.

La concentración de la actividad económica durante unos meses del año produce desequilibrios importantes, tales como congestión en los sistemas de transporte en los meses de temporada alta, aumento del desempleo en temporada baja, infrautilización de infraestructuras y sobredimensionamiento de las mismas con relación a la utilización media, etc.

Esta situación conduce a la necesidad de incentivar el desarrollo de nuevos productos y mercados que permitan alargar la temporada y gestionar de manera más eficiente los recursos de los cuales dispone la economía balear. Con esta intención, desde el Govern de les Illes Balears se está impulsando el desarrollo de nuevos tipos de turismo específicos tales como el cicloturismo, agroturismo, turismo senior, turismo de golf, etc., que presenten un componente estacional que ayude a “alargar” la temporada.

Así pues, el **turismo de golf**, compuesto por todos aquellos turistas que realizan prácticas de golf en las islas, constituye un segmento que presenta un componente estacional muy adecuado para reducir los desequilibrios en la distribución anual de los flujos turísticos, a lo que hay que añadir la alta capacidad de gasto que se supone a este tipo de turistas.

La importancia estratégica de este segmento justifica la necesidad de mantener un seguimiento actualizado del mismo, por lo que este trabajo constituye una actualización y continuación de los elaborados en 1997 y en 2001 que, a grandes rasgos, pretende los siguientes objetivos:

- Analizar algunas de las principales tendencias en el mercado del golf en el mundo y, de manera más específica, en los países europeos que constituyen los principales mercados emisores de turistas hacia Balears.
- Realizar un estudio descriptivo del turismo de golf en Balears analizando la evolución de determinados aspectos tales como:
 - La evolución cuantitativa del turismo de golf y sus principales tendencias.
 - El perfil del turista de golf

- La influencia de la existencia de vuelos low cost en la selección del destino turístico
 - El comportamiento del consumidor turístico de golf.
 - La satisfacción del turista de golf.
 - El impacto económico del turismo de golf en Balears.
- Recabar la opinión de algunos de los principales agentes relacionados con el desarrollo del turismo de golf en Balears y efectuar una estimación prospectiva del futuro del mismo.

Para la elaboración del presente trabajo se ha utilizado una metodología consistente en:

1. Revisión bibliográfica de los principales artículos y trabajos existentes sobre el tema.
2. Estudio de campo, utilizando cuestionarios repartidos a una muestra representativa de turistas "de golf" que han servido para elaborar los aspectos descriptivos y los referentes al comportamiento del consumidor tratados en el trabajo.
3. Entrevistas a campos de golf, que han servido para determinar el total de turistas de golf que visitan Balears y han sido la base para la elaboración de los aspectos relacionados con las perspectivas de futuro.

2. EL GOLF Y EL TURISMO DE GOLF, UN SEGMENTO EN CONSTANTE CRECIMIENTO

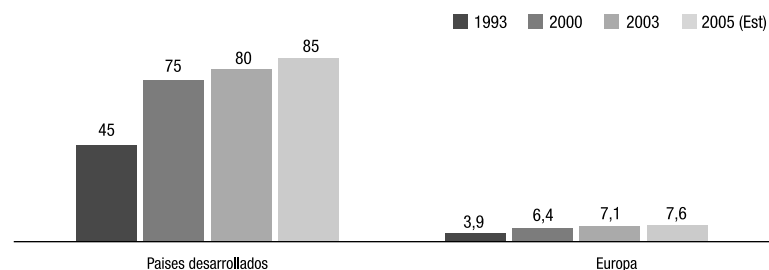
En las últimas décadas, la práctica del golf, un deporte de larga tradición en los países anglosajones, ha gozado de un extraordinario desarrollo tanto en sus países de origen como en el resto del mundo desarrollado.

En general, la práctica del golf se ha popularizado considerablemente y los aproximadamente 80 millones de jugadores actuales existentes en el mundo podrían convertirse en más de 120 en menos de 10 años. Pero hay algo que crece todavía más: los jugadores que viajan en busca de experiencias de golf. Esto da lugar al desarrollo de un nuevo y atractivo segmento turístico, el turismo de golf, dedicado a crear, vender y operar viajes de placer orientados al golf (Turespaña 2003).

Diferentes indicadores nos muestran el constante crecimiento de la práctica del golf en la mayor parte de países desarrollados y, de manera indirecta, su efecto en el desarrollo de la práctica de golf como motivador turístico. En este sentido, podemos apreciar algunos aspectos significativos:

- **En el período 1993-2003 se estima que el número total de practicantes de golf a escala mundial ha pasado de cerca de 47 millones a más de 80 millones.** De acuerdo con estimaciones realizadas por la Asociación de Golf de Alemania, el número total de golfistas en los países desarrollados ha aumentado en la última década hasta sobrepasar los 80 millones de practicantes. Tan sólo en Estados Unidos y Japón suman 45 millones, lo cual supone entre el 10 y el 15% de sus poblaciones, en Europa este porcentaje es únicamente del 3% del total de la población, lo cual da un total de jugadores de aproximadamente 7,5 millones. Las diferencias en el porcentaje de practicantes nos indica, en un mundo cada vez más globalizado, el potencial de crecimiento que supone la práctica del golf en Europa.

Gráfico 1. Jugadores de golf en el Mundo y en Europa (millones)



Fuente: Federación Alemana de Golf, Federación Golf USA, Estimaciones

- Los Estados Unidos y Japón son los países donde más se practica el Golf.** En estos países se concentran la inmensa mayoría de los practicantes. Estados Unidos, con cerca de 27 millones de practicantes, destaca por su definitivo liderazgo en número absoluto de jugadores⁽¹⁾. El porcentaje de su población que juega al golf se sitúa en aproximadamente un 12%, porcentaje que se ha mantenido estable en la última década e indica el alto nivel de madurez del mercado americano. Le sigue Japón con más de 18 millones de federados y, bastante alejado, y encabezando a los países europeos, Gran Bretaña con cerca de 2,5 millones de federados.
- En Europa se estima que existen más de 7 millones de jugadores de golf activos.** Aunque la ausencia de sistematización en las informaciones disponibles no permite calcular el auténtico tamaño de este segmento, las estimaciones realizadas en los últimos años nos indican que el número estimado de practicantes puede encontrarse entorno a los 7 millones. Estas estimaciones se obtienen a partir de los datos en los federados en cada uno de los diferentes países europeos. Al suponer que un 40% de los practicantes no se encuentra federado se obtiene un total de practicantes de más de 7 millones.
- Los principales países europeos por número de practicantes son Gran Bretaña, Alemania y Suecia, como se aprecia en la tabla siguiente, en la que se recogen el número de federados en cada uno de los diferentes territorios.

¹ Esta cifra es el resultado de una fase de estabilización de la demanda respecto a años anteriores.

Tabla 1. Federados en Europa

País	Campos de Golf	Jugadores	Hombres	Mujeres	Juniors
Inglaterra	1.911	937.451	747.948	124.630	64.873
Suecia	430	554.293	315.506	146.606	92.181
Alemania	648	483.172	259.462	172.336	51.374
Francia	548	359.141	222.536	96.555	40.050
Irlanda	403	266.730	179.800	51.430	35.500
Escocia	546	261.075	196.062	35.433	29.580
Países Bajos	139	251.000	156.000	84.000	11.000
España	306	233.708	153.553	69.347	10.808
Dinamarca	148	130.706	80.367	38.715	11.624
Noruega	155	122.000	76.000	29.000	17.000
Finlandia	106	105.576	62.247	29.016	14.313
Austria	138	86.366	47.016	30.108	9.242
Italia	229	76.717	54.208	22.509	(7.143)
Gales	161	70.521	53.448	8.775	8.298
Suiza	85	46.414	25.295	16.001	5.118
Bélgica	65	45.589	29.879	15.710	(5.159)
Rep. Checa.	52	19.240	12.015	4.371	2.854
Portugal	67	17.642	12.359	3.594	1.689
Islandia	56	9.793	6.401	2.023	1.369
Eslovenia	8	7.309	4.677	2.080	552
Rusia	3	4.800	2.500	1.500	800
Luxemburgo	6	3.637	2.546	1.091	(408)
Turquía	9	3.610	2.460	935	215
Israel	2	2.000	1.200	450	350
Eslovaquia	5	1.880	1.178	371	331
Hungría	7	1.510	1.200	150	160
Grecia	6	1.335	860	180	295
Polonia	18	1.030	800	150	80
Estonia	5	680	Nd		
Letonia	2	600	400	70	130
Chipre	4	458	336	108	14
Lituania	1	265	165	50	50
Serbia & Mont.	1	190	115	40	35
Croacia	1	168	139	29	
Bulgaria	4	102	95	4	3
Total Europa	6.275	4.106.708			

Fuente: European Golf Association (2005)

- **Las perspectivas de crecimiento del golf en Europa son elevadas.** Si en Estados Unidos se estima que el porcentaje de practicantes de golf asciende al 12%, en Europa la media de practicantes apenas se acerca al 1%, salvo casos excepcionales como Suecia que tiene cerca de un 6,6% de jugadores sobre población, en el resto de países los porcentajes son claramente inferiores, lo cual muestra las posibilidades de crecimiento del golf en Europa.
- **El desarrollo de nuevos campos de Golf durante la última década ha sido constante en el ámbito mundial.** Entre 1985 y 2005 la mayor parte de los países desarrollados han visto multiplicar sus instalaciones de golf de manera constante. Durante este período, solamente en Estados Unidos se han abierto más de 4.000 nuevos campos de golf, lo cual representa aproximadamente el total de campos existentes en el conjunto de Europa exceptuando Gran Bretaña. En el caso de Estados Unidos, a pesar que se han abierto nuevos campos, el porcentaje de población que practica el golf sigue estable en aproximadamente el 12%, lo cual ha provocado un cierto exceso de oferta.

Tabla 2. Distribución de campos de golf por países

	1985	1990	1995	1999	2005
Reino Unido	1.846	2.164	2.484	2.600	2.650
Alemania		203	450	550	648
Francia		5	339	360	548
Irlanda		109	183	270	403
Suecia		28	208	240	430
España		91	170	208	306
Portugal		9	22	45	67
Total Europa		2.800	3.911	4.800	6.235
Estados Unidos	13.400	13.951	15.500	16.500	17.000
Japón	1.400	1.650	Nd		3.000
Australia	1.350	1.522	Nd		2.000
Canadá	1.150	1.800	Nd		2.000
Nueva Zelanda	380	440	Nd		
Africa del Sur	360	378	Nd		

Fuente: Global dimensions of the Golf Industry. National Golf Foundation. Golf Europe (2001), European Golf Association (2005) y estimaciones CAEB

- **El crecimiento de los campos de golf en Europa también ha sido considerable.** Como se observa en la tabla anterior, entre 1995 y 2005, se han construido en Europa más de 2.000 nuevos campos, lo cual supone aumentar la oferta disponible en más del 60%.
- **Además de ser un deporte de alto crecimiento, la práctica del golf se incluye entre las principales motivaciones de los turistas europeos que realizan turismo deportivo.** Es importante destacar que los cuatro principales países europeos emisores (Reino Unido, Alemania, Suecia y Francia), registran porcentajes bastante altos en cuanto a su propensión de pasar sus vacaciones de golf fuera de su propio país, destacando claramente Alemania sobre el resto.

Tabla 3. Vacaciones de golf de los principales países emisores de Europa

País	No vacaciones de golf	% al extranjero
Reino Unido	487.000	52%
Suecia	415.000	48%
Alemania	246.000	93%
Francia	216.000	42%
Otros	275.000	--
TOTAL	1.639.000	--

Fuente: "Estudio de Turismo de Golf" (Turespaña, 2005)

3. EL GOLF EN ESPAÑA

La vocación turística española ha influenciado y retroalimentado el proceso de desarrollo del turismo de golf. A medida que se iban abriendo nuevos campos de golf destinados mayoritariamente a satisfacer las necesidades de los jugadores extranjeros, la afición iba creciendo entre la población española.

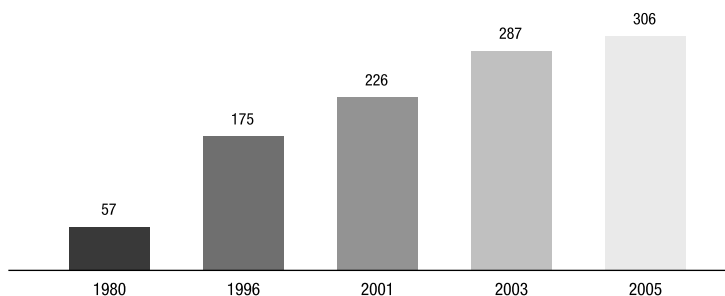
En este sentido, los puntos siguientes tratan con mayor profundidad ambos fenómenos.

3.1 Constante crecimiento de los campos de golf

Acorde con el crecimiento en el ámbito internacional, la práctica del golf y el consiguiente aumento en el número de campos disponibles han experimentado también en España una fuerte expansión. A continuación se apuntan algunos aspectos que pueden ayudarnos a confirmar esta tendencia.

- **En la actualidad existen 306 campos de golf en España.** En el período comprendido entre 1980 y 2005, el número de campos de golf existentes en España se ha multiplicado casi por 6, pasando de los 57 existentes en la primera fecha a los 306 abiertos en la actualidad.
- **La gran mayoría de los campos han sido inaugurados a partir de la década de los 90 y a un ritmo constante.** A partir de inicios de los años 90, España ha desarrollado una auténtica fiebre constructora de nuevas infraestructuras para la práctica del golf que además parece que no ha llegado todavía a su fin. Si entre 1980 y 1995 se construyeron algo más de 100 campos, entre 1995 y 2005, es decir, en apenas una década, se han construido 131, a un ritmo medio de 10 campos anuales inaugurados.

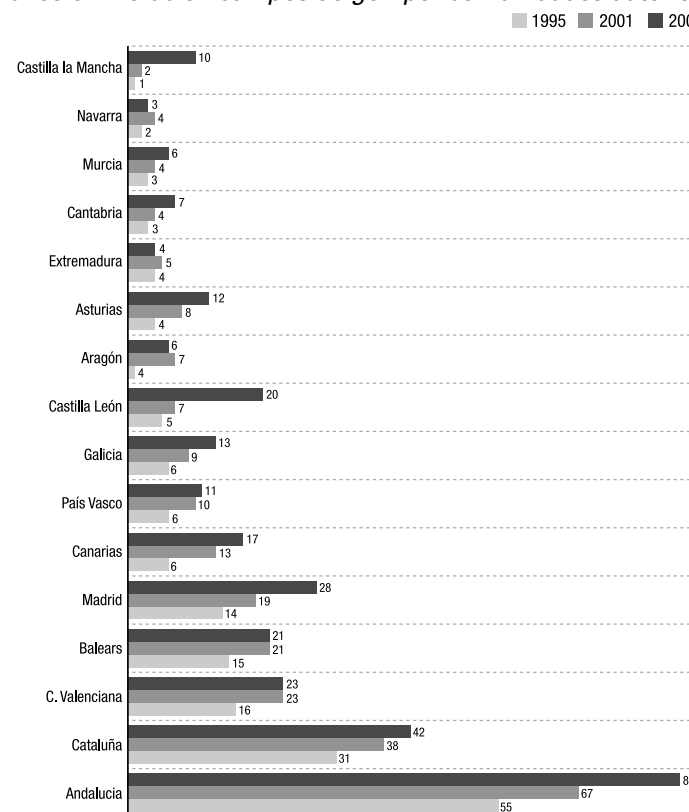
Gráfico 2. Evolución de los campos de golf en España. 1980-2005



Fuente: Turespaña (2004) Real Federación Española de Golf (2005)

- **Excepto Madrid, la mayor parte de los campos de golf españoles se concentran en zonas turísticas costeras.** Andalucía (82), Cataluña (42), Valencia (23) y Balears (21), son las Comunidades Autónomas que disponen de más campos de golf. Incluso Canarias se ha incorporado a la moda del golf y en la actualidad ya ofrece 17 campos de golf que suponen un fuerte aumento en relación con los 13 del 2003 o a los escasos 6 campos de 1995. Sin lugar a dudas puede, pues, afirmarse la clara vocación turística de los campos de golf españoles y que determinadas comunidades, muy especialmente Andalucía con Málaga a la cabeza, han hecho del desarrollo del turismo de Golf una de sus prioridades. Así mismo, cabe destacar el fuerte impulso que ha recibido la oferta el golf en Castilla y León que ha pasado de 5 a 20 campos en la última década.

Gráfico 3. Evolución campos de golf por comunidades autónomas



Fuente: Aymerich Consulting 1996b, Real Federación Española de Golf 2001, 2005

- **Se prevé que la oferta de campos de golf siga incrementándose de manera significativa.** De acuerdo con las estimaciones efectuadas por Turespaña (2004), en España se prevé la construcción de hasta 120 nuevos campos en los próximos 10 años.

Tabla 4. Campos previstos en los próximos 10 años

Provincia	Nº Campos	Provincia	Nº Campos
Cádiz	20	Mallorca	10/12
Alicante	20	Tarragona	8
Málaga	15	Castellón	8
Fuerteventura	14	Valencia	8
Murcia	12	Tenerife	6
Almería	12	Las Palmas	6
Huelva	12	Granada	4

Fuente: Turespaña (2004)

- **La heterogeneidad de precios y calidades es considerable, aunque los green fees en España se encuentran entre los más caros de Europa.** La calidad y el correspondiente precio de los servicios ofrecidos por los diferentes campos de golf varían sensiblemente de unos a otros. Así, podemos encontrar campos elitistas en los que las tasas de juego o 'green fees' alcanzan, o incluso sobrepasan, los 200€ mientras que en determinados campos públicos de tipo municipal de 9 hoyos pueden encontrarse tasas de juego inferiores a 12€. A pesar de estas diferencias, por término medio, los green fees en España se encuentran entre los más caros de Europa. De acuerdo con un informe del *Golf Research Group* (2002), Suiza encabezaba los green fees más caros con 49€, seguido por Portugal con 43€, España con 42€ y Austria con 40€. Reino Unido tenía unos green fees medios de 31€, Francia de 30€ y Suecia era el más barato con 28€, (Turespaña, 2004). En la actualidad, los green fees siguen subiendo y probablemente sea difícil practicar el golf por menos de 40 y 50€, dependiendo de países y regiones.
- **La estacionalidad, rasgo característico de la mayor parte de los deportes, es especialmente relevante en el caso del golf.** Por tratarse de una actividad que se desarrolla completamente en un entorno natural y sujeta a las variables climatológicas, el golf presenta normalmente una elevada estacionalidad. Los períodos anuales de máxima ocupación de la mayor parte de los campos se registran en primavera y en verano, con la excepción de Canarias que tiene su temporada alta en otoño e invierno. De todos modos, la variabilidad es enorme ya que en amplias zonas del litoral mediterráneo se juega con escasas varia-

ciones a lo largo de todo el año o quizás con ciertos valles en verano, mientras que en las regiones del centro y Norte de España se reduce sensiblemente el uso de los campos en los meses invernales.

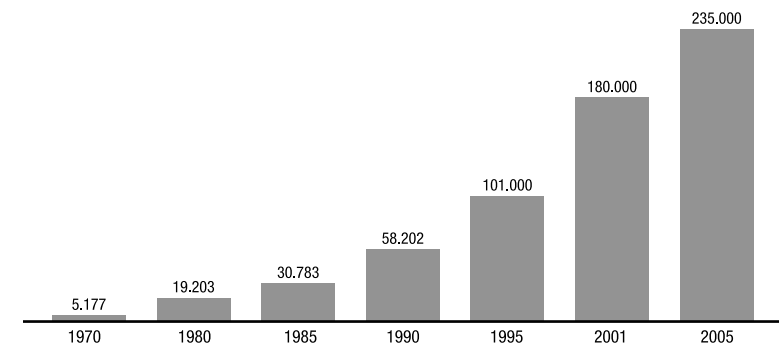
3.2 Utilización de las infraestructuras y el turismo de golf

El gran desarrollo de la práctica del golf en España en las tres últimas décadas tiene, sin lugar a dudas, un doble componente. Por una parte, se ha producido un aumento de los jugadores locales que han pasado de unos 5.000 jugadores en 1970 a casi 235.000 en 2005. De otra parte, la consolidación de España como destino turístico ha producido un aumento considerable de los visitantes que utilizan las instalaciones de los campos de golf, los cuales pueden ser considerados como turistas de golf.

Algunos aspectos que explican la evolución de la práctica del golf en España se expresan a continuación:

- **En los últimos 35 años el número de jugadores locales se ha multiplicado por 45.** La creciente afición al deporte del golf en España ha hecho aumentar el número de golfistas existentes, multiplicándose casi por 45 los existentes en 1970. Durante el período 1985-1995 el número de jugadores de golf pasó de 30.783 a más de 100.000 en 1995, lo que representa una tasa de incremento medio anual superior al 12%. A partir de 1995, la popularización del golf ha sido realmente espectacular, puesto que en el período 1995-2001 casi se dobló el número de practicantes españoles y en el último quinquenio no ha hecho más que confirmarse la tendencia hasta alcanzar los 235.000 jugadores actuales, tal y como puede observarse en el gráfico siguiente.

Gráfico 4. Evolución jugadores españoles: 1970-2005



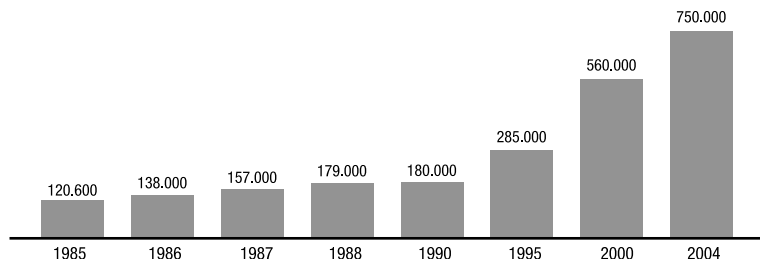
Fuente: European Golf Association (2005), Federación Española de Golf y Diario Expansión (27/9/96)

- **Además de los jugadores locales, existe una fuerte demanda por parte de jugadores extranjeros.** Las primeras estimaciones sobre el número de turistas que visitan España datan de 1985, año en el cual un estudio realizado por la Subdirección General del Instituto de Estudios Turísticos (Ortega, E. 1985) estimó que el turismo de golf extranjero en España estuvo formado por 120.600 jugadores a los que se unieron 24.120 acompañantes, lo que totalizaba una cifra de 144.720 personas. El mismo estudio para el año 1986 estimó en 138.000 el número de jugadores llegados que con los acompañantes representaban un total aproximado de 165.000 jugadores.

En los años que siguieron, 1987 y 1988, se produjeron incrementos anuales del orden del 14% que situaron el número de turistas llegados a España para practicar el golf en cifras que se estimaron en 157.000 y 179.000 personas. Por el contrario, en los años sucesivos se produjo un estancamiento en el número de visitantes que no se recuperó hasta 1993. Para el año 1995, un estudio de Aymerich Consulting, establecía que el total de "rounds", es decir, salidas en los campos de golf, por parte de extranjeros ascendían a cerca de 2 millones. Teniendo en cuenta que la mayor parte de paquetes turísticos dirigidos a gente que juega el golf incluyen 7 días, podríamos establecer una estimación del número de visitantes extranjeros en unos 285.000 para 1995.

Utilizando la misma extrapolación, un estudio elaborado por la Secretaría General de Turismo en 2001 (Ministerio de Economía, Julio 2001), estimó que aproximadamente 4 millones de los rounds realizados en campos de golf españoles los habían llevado a cabo extranjeros. Si se aplica la estancia media de 7 días obtenemos un número total de turistas de golf del orden de los 560.000 en 2000. Para 2004, la encuesta de turistas en fronteras *Frontur* del Instituto de Estudios Turísticos (2004) estimó que 1,2 millones de turistas jugaron a golf en su estancia en España de algo más de 2,6 millones. Sin embargo, no todos los que dicen que han jugado a golf resulta éste su motivación principal, por lo que podríamos estimar que el número total de golfistas se mueve alrededor de los 750.000

Gráfico 5. Jugadores de golf extranjeros en España



Fuente: Instituto de Estudios Turísticos, Aymerich Consulting, Turespaña (2003) y estimación propia

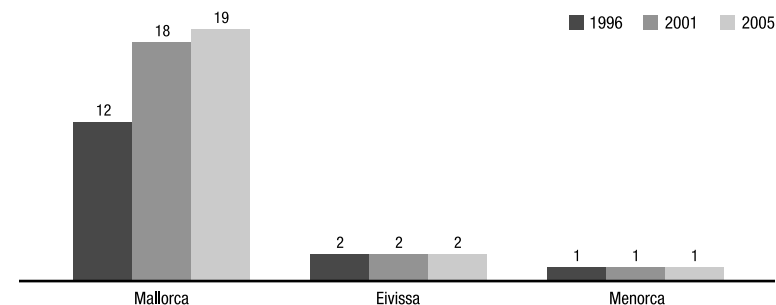
4. EL TURISMO DE GOLF EN BALEARS

4.1 Oferta de campos de golf

El desarrollo del golf ha ido acompañado también en Balears de un aumento en la oferta existente. En 1996, en el conjunto de Balears se contabilizaban 15 campos de golf, de los cuales 12 se encontraban en Mallorca, 2 en Eivissa y 1 en Menorca. En el quinquenio que va hasta 2001, se pusieron en funcionamiento 6 nuevos campos de golf, elevándose la cifra total a 21 campos. El crecimiento se produjo únicamente en la isla de Mallorca, pasando de 12 campos a 18 mientras que tanto en Eivissa como en Menorca no se produjo incremento alguno.

Desde el 2001 hasta la fecha, únicamente un nuevo campo se ha incorporado a la oferta de campos de golf, otra vez en la Isla de Mallorca, si bien, existen algunos campos en construcción, entre ellos las ampliaciones de Son Vida (Palma), el golf de Majoris (Llucmajor), Sa Vinyola (Campos), Puntiró (Palma) y Son Gual (Palma) que en breve se incorporarán a la oferta de golf en Balears con 18 hoyos cada uno. Esta nueva oferta aumentará la capacidad máxima diaria de golfistas en Balears en aproximadamente 1.000-1.200 nuevos rounds por día. En la actualidad, 16 de los 22 campos actuales son de 18 hoyos, siendo los restantes de 9. Los nuevos en construcción son todos de 18 hoyos.

Gráfico 6. Evolución campos de golf en Balears por islas



Fuente: Asociación de Campos de Golf de Balears

Por norma general, la mayor parte de los campos existentes son de dificultad media, ya que su par establecido suele rondar entre un 70 del Golf Poniente en Calvià y un par 73 del Golf de Canyamel en Capdepera. En conjunto, puestos uno detrás de otro, todos los hoyos de Balears tendrían una distancia de más de 130 Km, lo

cual supera la máxima distancia existente entre los dos puntos más alejados en la isla de Mallorca.

Tabla 5. Campos de golf existentes y en construcción en Balears

ISLA	NOMBRE	HOYOS	METROS
Mallorca	Golf Poniente	18	6430
Mallorca	Golf Bendinat	18	5650
Mallorca	Golf Vall d'Or	18	5799
Mallorca	Golf Son Antem I	18	6317
Mallorca	Golf Son Antem II	18	6403
Mallorca	Golf Son Vida	18	5705
Mallorca	Golf Son Muntaner	18	5500
Mallorca	Golf Rotana (privado)	9	5400
Mallorca	Golf Son Servera (privado)	9	5956
Mallorca	Golf Pollença	9	5304
Mallorca	Golf Canyamel	18	5982
Mallorca	Golf de Capdepera (Rocaviva)	18	6284
Mallorca	Golf Sta. Ponça I	18	6520
Mallorca	Sta. Ponça II (privado)	18	6036
Mallorca	Santa Ponça III (privado)	9	3198
Mallorca	Son Termes	18	2804
Mallorca	Pula Golf	18	6010
Mallorca	Golf Andratx	18	6089
Mallorca	Alcanada (Alcúdia)	18	6499
Eivissa	Golf Eivissa (privado)	18	6083
Eivissa	Roca Llisa (privado)	9	5867
Menorca	Son Parc	9 ¹⁾	5838
EN CONSTRUCCIÓN			
ISLA	NOMBRE	HOYOS	METROS
Mallorca	Maiores (Llucmajor)	18	
Mallorca	Sa Vinyola (Campos)	18	
Mallorca	Puntiró (Palma)	18	6139
Mallorca	Son Gual	18	
Mallorca	Son Quint (Son Vida, Palma)	18	

Fuente: Asociación de Campos de Golf de Balears

¹ Prevista su ampliación a 18 hoyos en 2006

- **La inmensa mayoría de los campos de golf son de utilización pública.** Únicamente en el caso de los campos Golf Eivissa (18 hoyos) y Roca Llisa (9 hoyos), así como en Son Muntaner (18 hoyos), Sta. Ponça II y Sta. Ponça III (18 y 9 hoyos respectivamente), nos encontramos ante campos que tan sólo permiten el juego a sus socios, es decir, son campos de uso completamente privado, mientras que el resto combina a sus propios asociados con visitantes y abonados.
- **La mayor parte de los campos de Golf tiene unos precios oficiales de utilización por salida ('green fees') similares que oscilan entre las 65€ y las 84€ para un recorrido de 18 hoyos ("round").** Aunque no exista un acuerdo explícito entre los diferentes campos a la hora de fijar los precios de los *green fees*, sí se puede observar una cierta homogeneidad en los mismos. En general, los responsables comerciales de los diferentes campos de golf coinciden en afirmar la necesidad de mantener unas tarifas bastante semejantes. En cierta manera, estas políticas de no entrar en guerras de precios salvajes se justifica con la intención de mejorar la rentabilidad de sus instalaciones sin tener necesidad de recurrir a variaciones en el precio.

Evidentemente, los precios de venta al público suelen sufrir modificaciones a la baja cuando se trata de ventas a mayoristas o a federados en Balears, en ambos casos, salvo en situaciones de promociones especiales, el descuento suele situarse como mínimo en un 25%.
- **En comparación con 2001, se ha observado una variación significativa al alza en los precios oficiales** de los *green fees* de entre el 23% y el 33%. Mientras que en 2001 los intervalos de comercialización oscilaban entre los 51€ y los 63€ para un recorrido de 18 hoyos, en 2005, como ya se ha comentado, oscilan entre los 65€ y los 84€.
- **La política de fijación de precios viene influenciada por la de los principales destinos competidores.** Según representantes de la Asociación de Campos de Golf, los precios del *green fee* pretenden posicionar a Balears a un nivel semejante a los mejores (excepto los más exclusivos) de la Costa del Sol y por debajo de los más exclusivos del Algarve portugués. La política de fijación de precios se ve, pues, muy influenciada por las actuaciones de sus competidores.
- **Los precios por alquileres de coches y carros para llevar los palos (trilley) se mueven en un intervalo de 25-40€.** En servicios complementarios tales como coches o carros, las tarifas publicadas se sitúan alrededor de los 25-40€.

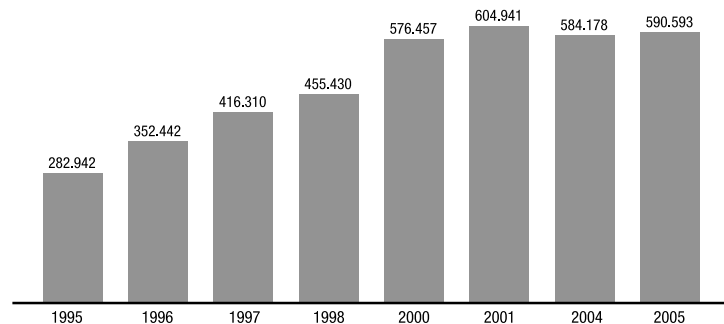
- **En referencia a las capacidades máximas diarias, éstas se estiman del orden de los 4.800 jugadores.** Las estimaciones realizadas por la Asociación de Campos de Golf de Balears indican que un campo de 18 hoyos puede acoger como máximo, en condiciones óptimas, 225 salidas diarias. Si multiplicamos esta cantidad por los 16 campos de estas características abiertos a todo el público, nos encontramos con una capacidad máxima diaria de 3.600 jugadores en los campos de 18 hoyos a los cuales deberíamos añadir otros 1.200 jugadores que pueden acoger los campos de 9 hoyos.

4.2 La práctica del golf en Balears

Después de un inicio fulgurante a mediados de la década de los 90 en los que se producían incrementos anuales superiores al 10% y que llevó a que en 2001 se estimara que se habían jugado más de 600.000 rounds en Balears, en los primeros años de este siglo XXI, se ha producido una cierta estabilización en la práctica del golf con aumentos mucho menores que los experimentados anteriormente. En general, los principales aspectos a destacar en relación con la práctica del golf en Balears serían los siguientes:

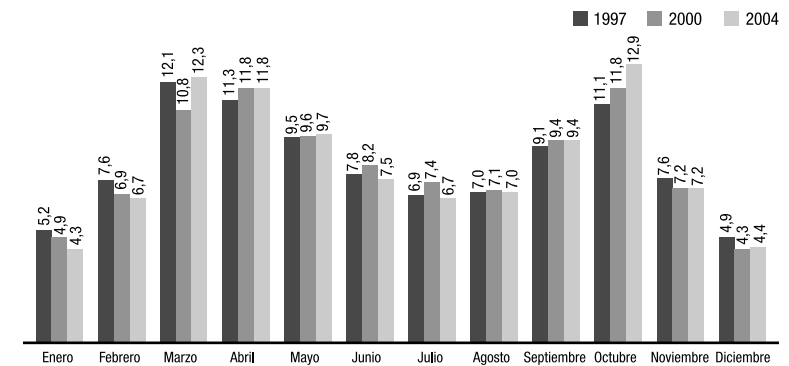
- **Estancamiento en el número de rounds jugados en Balears.** Este fenómeno se observa en el cuadro adjunto donde se ha estimado la evolución del número de rounds jugados en Balears, que ha pasado de 286.942 en 1995 a 416.310 en 1997 y elevándose hasta los 604.941 previstos para el año 2001, lo cual supone multiplicar casi por 2,11 el número de rounds jugados en apenas cinco años. A partir de esa fecha el número de rounds estimados se ha mantenido estabilizado, con una ligera reducción a partir de esa fecha. Para 2005 no se prevén tampoco aumentos significativos en el número de rounds jugados. Este estancamiento se produce incluso con la incorporación de un nuevo campo de golf a la oferta existente y es debido fundamentalmente a la reducción en el número medio de veces que juegan al golf durante sus vacaciones los turistas que nos visitan para practicar este deporte.

Gráfico 7. Evolución del número de rounds jugados en Balears



- **Sigue manteniéndose el patrón estacional tradicional en el golf, siendo muy importantes las concentraciones de flujos de golfistas en primavera y otoño.** La distribución del número de rounds jugados en Balears por meses permite observar que los meses de mayor ocupación son los de marzo y de manera especial octubre, notándose una considerable reducción en los meses más calurosos del verano. En comparación con los datos obtenidos en los estudios de 1997 y 2001, se observa un mantenimiento de la tendencia aunque se vuelve a reducir ligeramente la importancia de los meses comprendidos entre mayo y septiembre que tradicionalmente son los de menor ocupación golfística. Este perfil estacional es muy compatible con el que presenta el conjunto del turismo vacacional que visita las islas y que, como es sabido, se concentra en los meses de verano. Todo y que el número total de turistas y estancias generadas por parte del turismo de golf es aun reducido en comparación con el que genera el turismo de sol y playa, su atractivo es especialmente destacable por su impacto desestacionalizador.

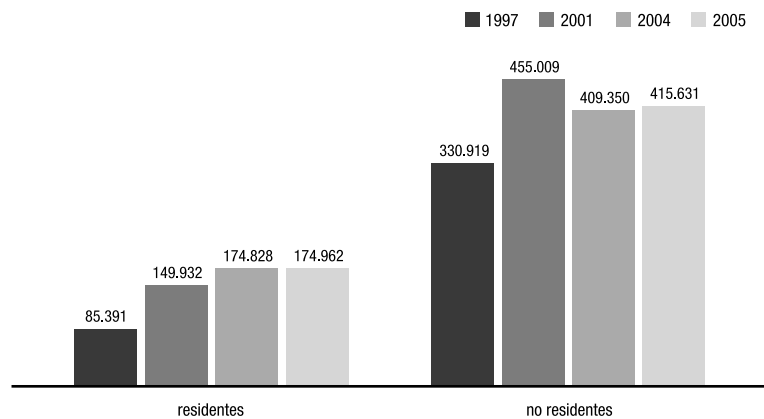
Gráfico 8. Evolución en la distribución mensual del número de rounds



- **La mayoría de rounds los realizan los "no residentes", aunque se aprecia claro aumento en la participación de los residentes y una reducción en valores absolutos de los rounds jugados por los "no residentes".** Como se observa en el gráfico adjunto, la práctica del golf por parte de "residentes" representa una proporción sensiblemente inferior a la de "no residentes", correspondiendo a los primeros cerca del 29,5% del total de rounds jugados. En comparación con las estimaciones efectuadas en 2001, la importancia de los residentes ha aumentado aproximadamente en cinco puntos porcentuales desde el 24,8% de aquel año al estimado en la actualidad del 29,9%.

Como se observa en el gráfico siguiente, mientras el número de rounds jugados por los residentes continua en aumento, los jugados por los no residentes se ha reducido ligeramente, pasando de unos 455.000 en 2001 a poco más de 409.000 en 2004. Para 2005 se prevé que esta cifra aumente hasta cerca de 415.000 salidas o rounds.

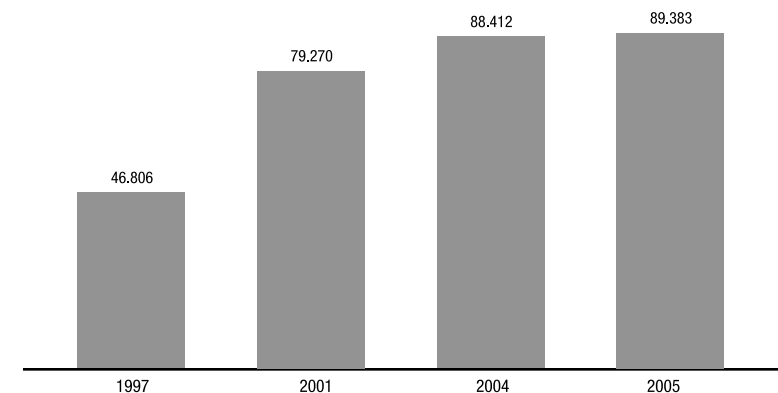
Gráfico 9. Distribución del número de rounds por residencia



- **Por islas, Mallorca concentra la inmensa mayoría de los rounds jugados en Balears.** Obviamente, debido al menor número de instalaciones, en Eivissa y en Menorca se juegan muchos menos rounds, realizándose alrededor de 20.000 y 32.000 salidas anuales respectivamente.
- **El número total de turistas que practican el golf en Balears continúa aumentando, hasta estimarse en 2005 del orden de 89.383 turistas.** Tomando como dato de partida los 409.350 rounds que realizan los no residentes en Balears, y suponiendo que se realice un round por día, podemos dividir el número de rounds jugados por no residentes por el número de días que por término medio dedican a la práctica del golf (4,63) obteniéndose la cifra de **88.412** de turistas de golf en 2004. A partir de las previsiones efectuadas por los campos de golf, esta cifra puede elevarse para 2005 hasta los 89.383 turistas. En comparación con las estimaciones efectuadas en 1997 y 2001, se observa que este período de apenas 7 años el número de golfistas no residentes en Balears se ha más que doblado.

La aparente contradicción que supone el que, mientras el número de rounds efectuados por los 'no residentes' disminuye, el número de turistas de golf aumente, tiene una sencilla explicación y se debe básicamente a que mientras en 2001 el número medio de días que los turistas de golf dedicaban a esta práctica era de 5,74, las respuestas de los golfistas nos han proporcionado una estimación de un menor número de días de práctica, que para el año 2005 se situará en los 4,65 días.

Gráfico 10. Turistas de golf en Balears

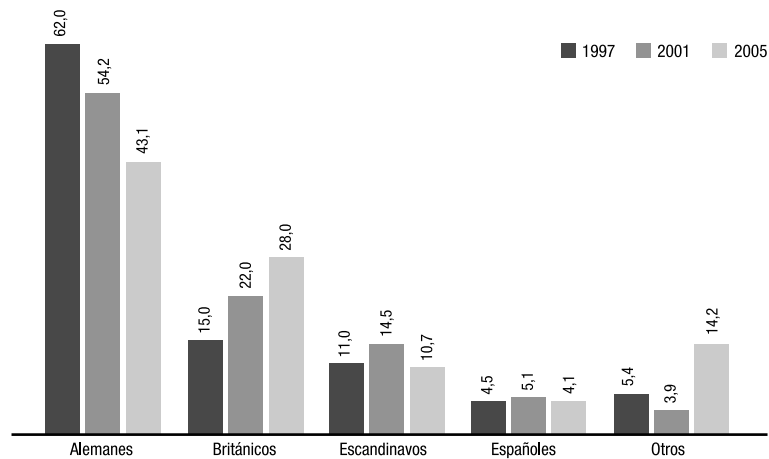


4.3 El perfil de los turistas de golf

En este apartado se analizan un conjunto de características referentes a nacionalidad, edad, sexo, profesión, etc. que permiten describir el perfil de los turistas que juegan al golf en Balears. Asimismo, se realiza una comparativa entre los resultados obtenidos en los estudios de 1997, 2001 y los correspondientes al estudio actual.

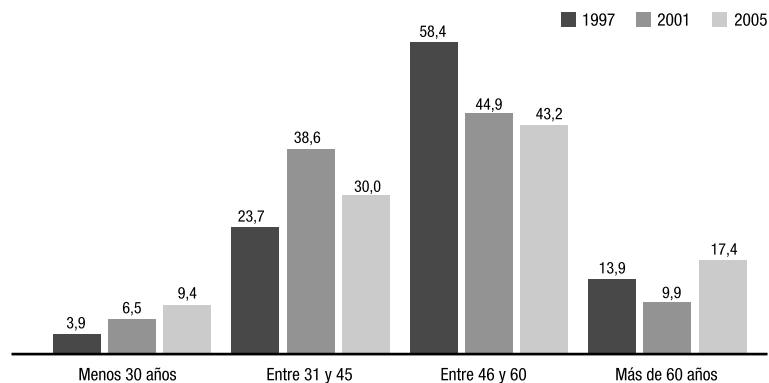
- **Los alemanes siguen siendo la nacionalidad mayoritaria, aunque se aprecia un fuerte impulso por parte de los mercados británico y escandinavo.** Como se observa en el gráfico adjunto elaborado a partir de la encuesta realizada, los alemanes representan en el estudio del 2005 algo más del 43,1% del total de golfistas "no residentes" en Balears, lo cual le convierte en el turista mayoritario, si bien muestran una pérdida de importancia relativa respecto a 2001 (54,2%) y 1997 (62%). Los británicos recuperan posiciones y pasan de un 15% en 1997 a cerca del 22% en 2001 y a un 28% en 2005. Los escandinavos, al igual que los españoles, vuelven a niveles de 1997 y suponen aproximadamente el 11% y el 4,1% de los turistas de golf respectivamente. Finalmente, la participación relativa de otras nacionalidades aumenta hasta algo más del 14%, lo cual supone un considerable aumento en relación con el 4% de 2001.

Gráfico 11. Nacionalidad de los turistas de golf en Balears (%)



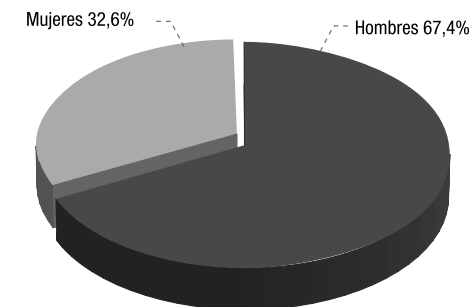
- **Se aprecia una ligera reducción en la edad de los turistas de golf, aunque el segmento mayoritario sigue siendo el comprendido entre los 46 y 60 años.** Como en los estudios previos llevados a cabo, los turistas que juegan a golf en Balears tienen mayoritariamente entre 46 y 60 años. Este segmento representa algo más del 43% del total de turistas de golf. Sin embargo, a efectos de comparativa y con relación a los estudios anteriores, se observa un doble aumento en la participación relativa de los más jóvenes y una recuperación del segmento *senior* entre los practicantes.

Gráfico 12. Edad de los turistas de Balears que juegan al golf (%)



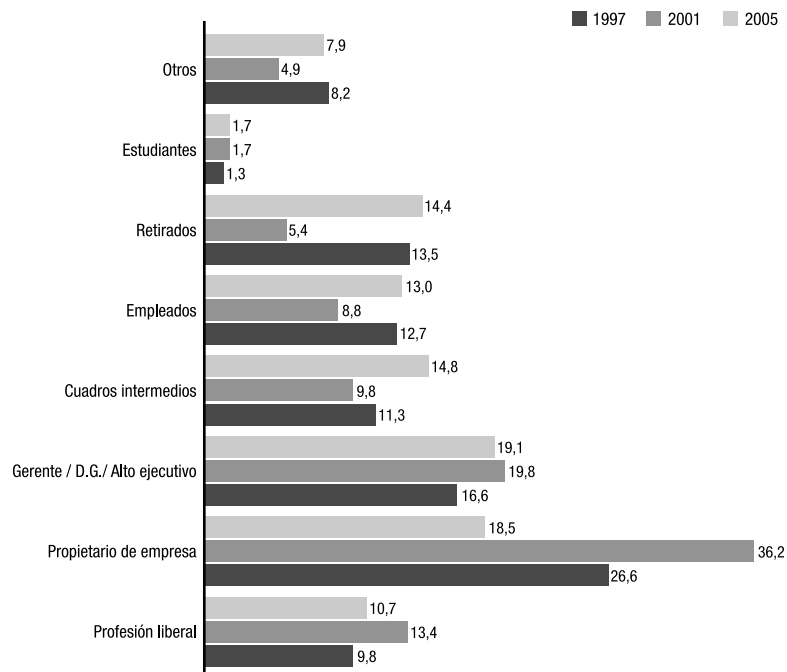
- **Los turistas de golf siguen siendo principalmente hombres.** Mayoritariamente los turistas que juegan al golf en Balears pertenecen al sexo masculino, siendo la proporción de 67,4% hombres frente al 32,6% mujeres. No se aprecian grandes diferencias en la proporción por sexos de los turistas de golf sobre los datos referentes a 1997 y 2001. Podemos por tanto afirmar que el golf en Balears sigue siendo un deporte mayoritariamente masculino.

Gráfico 13. Turistas de golf en Balears por sexo. 2005



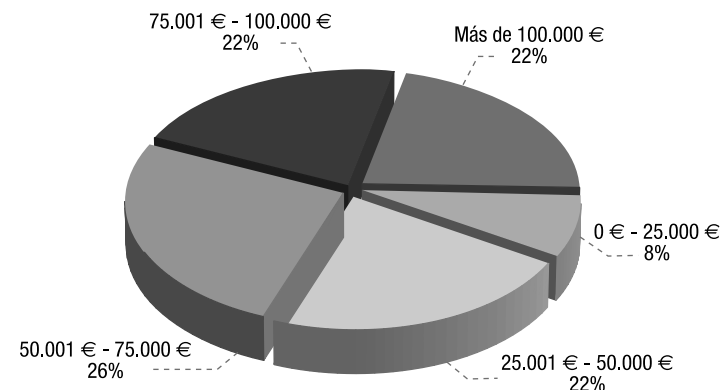
- **Las profesiones altamente cualificadas siguen siendo las más habituales.** Como en el año 1997 y en 2001 las profesiones altamente cualificadas son en 2005 las que representan la mayoría de los golfistas. En concreto, aproximadamente el 50% de ellos tienen profesiones liberales, son propietarios de sus propias empresas o son altos ejecutivos. En comparación con el estudio de 2001 cabría citarse el hecho de la incorporación de cuadros intermedios y de nuevo, de más personas jubiladas entre los practicantes de golf. Mientras que en el período 97-01 parecía que existía una cierta pérdida de peso relativo de este sector en el período 01-05 su importancia relativa ha vuelto a aumentar.
- **La renta de los golfistas es generalmente bastante elevada.** Uno de los aspectos que se incluye por primera vez en este informe, es un intento de complementar el perfil de los golfistas con datos referentes a sus niveles de ingresos. En este sentido, se les solicitó que indicasen los ingresos familiares netos anuales de los que disponían. Para intentar mejorar la calidad de las respuestas se solicitó que lo indicasen en una escala por tramos de 25.000 .

Gráfico 14. Turistas de golf en Balears por profesión



Como se observa en el gráfico siguiente, existe una distribución bastante proporcional en los tramos de ingresos, salvo en el tramo inferior a 25.000€, en el cual únicamente se encuentra el 7,5% de los golfistas, en el resto de tramos encontramos alrededor del 22% en cada uno. El tramo más habitual de la escala lo encontramos entre los 50.000 y 75.000€ con aproximadamente el 26% de los golfistas.

Gráfico 15. Ingresos familiares netos anuales de los golfistas



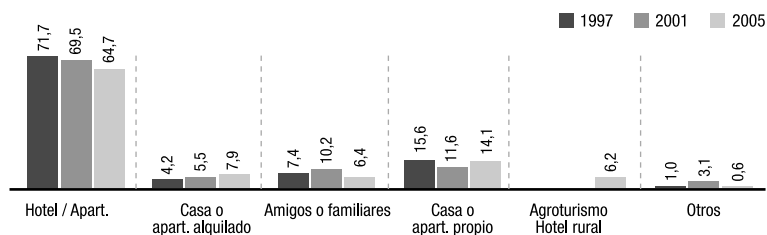
4.4 Aspectos descriptivos del comportamiento del turista de golf

En los puntos que se tratan a continuación se presentan aspectos relacionados con el comportamiento de los turistas de golf referidas a tipologías y categorías de alojamiento, medio de llegada a las islas, número de campos de golf que visitan, etc. Igualmente se incorporan los comentarios referentes a la evolución experimentada desde el estudio realizado en 2001.

- **Aunque sigue siendo mayoritario, se continúa apreciando un descenso en la utilización de hoteles y un aumento de los turistas que se alojan en casas de amigos o familiares.** Los turistas de Balears que juegan al golf se han alojado en Hoteles o Aparthoteles en algo más del 64%, lo cual supone continuar con la tendencia de reducción de las estancias en este tipo de alojamientos que se observó en 2001. En el período 97-05, este tipo de alojamientos ha perdido casi un 8% de importancia relativa a favor de otros tipos de establecimientos. De manera significativa cabe destacar, como se observa en el gráfico siguiente, la mayor importancia que asumen las viviendas en propiedad y alquiladas y los alojamientos de tipo agroturismo y hoteles rurales.

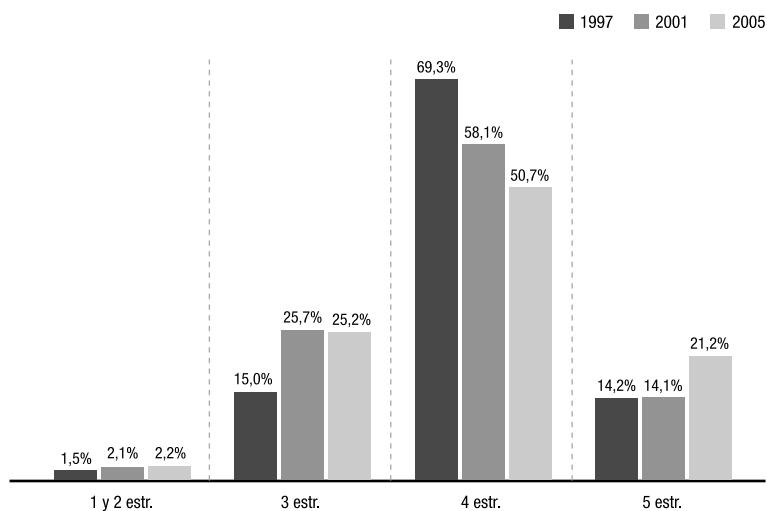
Por nacionalidades, los británicos son los que más utilizan los hoteles con el 78% de alojados en esta tipología, por el contrario, los alemanes únicamente lo utilizan en algo más del 55%. El resto de nacionalidades lo utilizan una media del 65%.

Gráfico 16. Tipo de alojamiento utilizado durante la estancia en Balears (%)



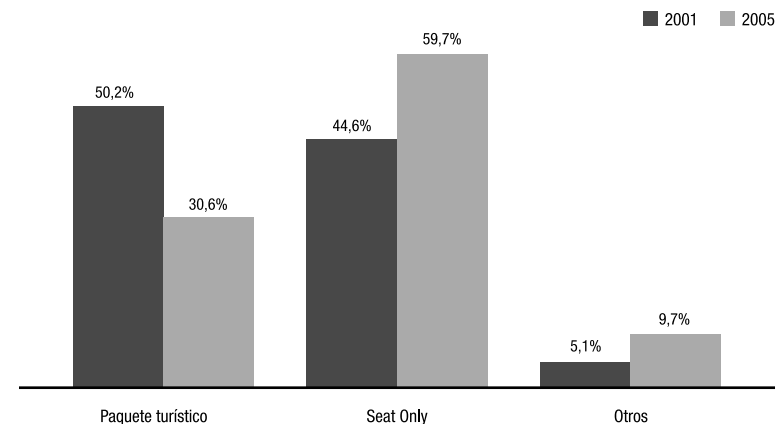
- Los turistas de golf continúan alojándose en hoteles de categoría superior.** El aumento registrado en el número de turistas de golf posiblemente ha incorporado a nuevos practicantes ligeramente menos exigentes a la hora de escoger hotel, sin embargo, los hoteles de 4 y 5 estrellas siguen siendo los más habituales, puesto que en ellos se alojan más del 70% de los golfistas. Incluso podemos mencionar el hecho que más de un 20% escoja hoteles de 5 estrellas. Por otra parte, los alojamientos en hoteles de tres estrellas, que constituyen casi una cuarta parte del total, son utilizados especialmente por los turistas de golf de procedencia británica, ya que más de un 35% de los encuestados británicos que se alojan en hoteles declaran realizarlo en hoteles de 3 estrellas.

Gráfico 17. Categoría de los alojamientos utilizados por los turistas de golf



- El paquete turístico continúa reduciendo su importancia.** Posiblemente debido al alto grado de conocimiento que muestran los turistas de golf de Balears, la mejora de las comunicaciones a través de las compañías de bajo coste y las facilidades para la contratación directa a través de las nuevas tecnologías, podemos explicar el hecho de que solamente el 30,6% de los entrevistados afirme desplazarse a las islas utilizando un paquete turístico, mientras que casi un 60% afirma haber contratado 'seat only'. Únicamente en el caso de los escandinavos, los paquetes turísticos siguen siendo mayoritarios, con aproximadamente un 61% de usuarios que adquieren este tipo de producto.

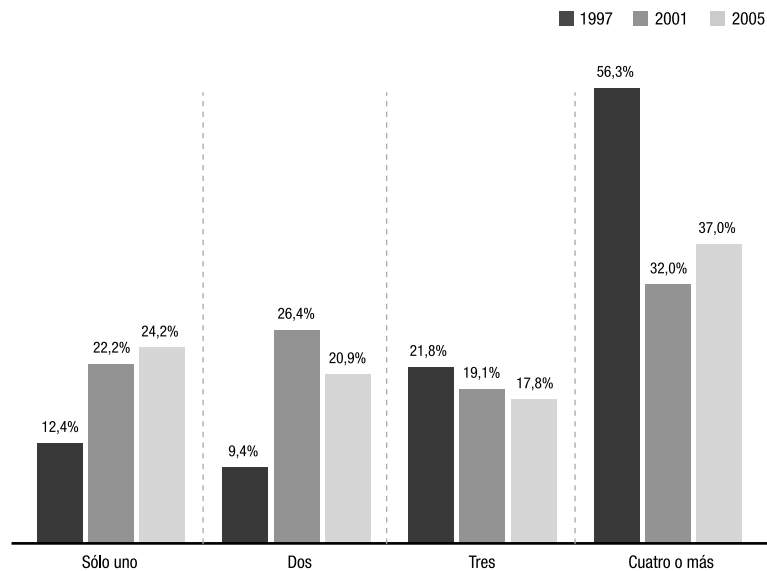
Gráfico 18. Tipo de contratación de las vacaciones



- Se mantiene un alto nivel de rotación en los campos de golf.** Los turistas que juegan a golf en Balears suelen jugar en diferentes campos de golf, como se deduce claramente del hecho que más del 53% de los entrevistados afirme que recorrerán tres o más campos durante su estancia en Balears. Por nacionalidades, son los alemanes y los escandinavos los que mayor alternancia presentan con más del 52% y 69% respectivamente que afirman visitar tres o más campos en sus vacaciones.

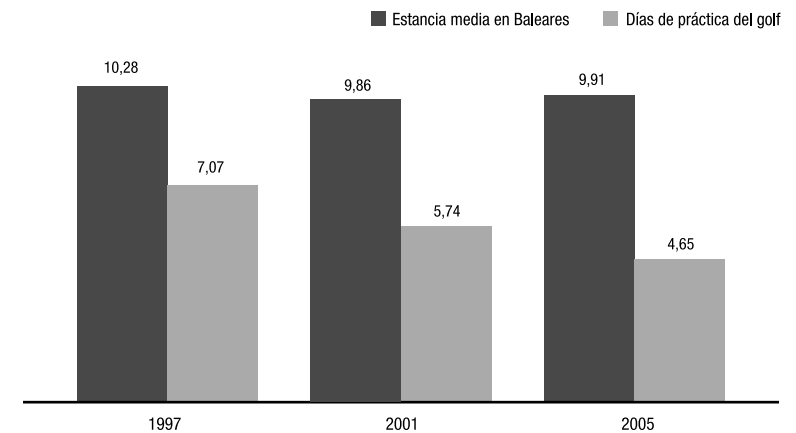
Si comparamos los datos con los de 2001 podemos observar como esta alternancia en los campos visitados ha aumentado ligeramente hasta la actualidad aunque sin llegar a los niveles iniciales de 1997. Así, han aumentado los turistas de golf que visitan cuatro o más campos y han disminuido los que visitan dos o tres campos.

Gráfico 19. Número de campos que visitan en Balears



- **La estancia media se ha estabilizado en 9,91 días.** Si en el estudio del 2001 se apreció un ligero retroceso respecto a las observaciones realizadas en 1997 en la estancia media de los turistas que juegan a golf en Balears, en esta actualización se ha comprobado una estabilización de la misma con una ligera tendencia al alza y se situó en 9,91 días en 2005.
- **Los días de práctica de golf mantienen una ligera tendencia a la baja.** Después del fuerte retroceso observado en 2001, con relación a 1997, en el número de días que dedicaban a la práctica de golf, en el presente estudio se confirma que se mantiene, aunque de forma más moderada, una ligera tendencia a la baja. Si en 1997 se estimaba una práctica media de 7,07 días, en 2001 la práctica media se había reducido a 5,74 días y en 2005 se situó en 4,65 días. Los alemanes y los escandinavos además de ser los que tienen estancias medias más elevadas, son los que más días dedican a la práctica del golf, con unas medias respectivas de 4,9 y 4,7 días respectivamente.

Gráfico 20. Estancia media y días de práctica de golf

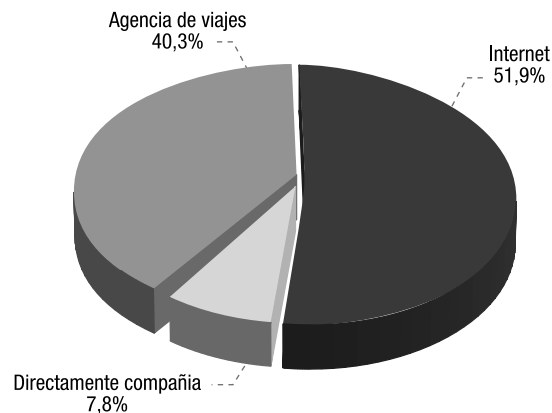


4.5 Uso de Internet

La revolución que está suponiendo Internet en el mundo turístico nos ha hecho creer conveniente introducir un sub-apartado destinado a analizar el uso de este canal de comercialización por parte de los golfistas. En concreto, analizamos los canales de distribución utilizados para la compra del vuelo, del alojamiento y los *green fees*. A continuación se presentan los resultados obtenidos.

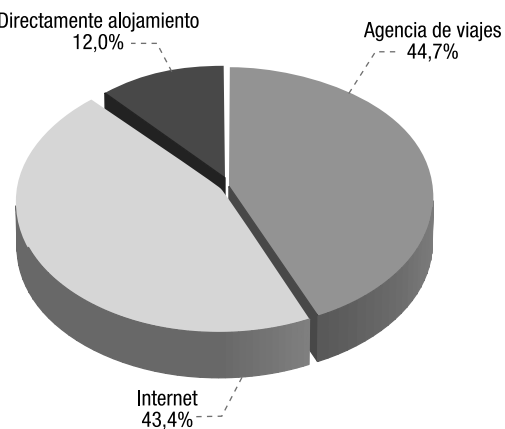
- **Internet se impone claramente a la hora de adquirir los vuelos.** Como se observa en el gráfico siguiente, Internet es el canal más popular a la hora de adquirir el vuelo. El 51,9% de los encuestados afirma haber adquirido su vuelo en ese canal, superando ampliamente a la agencia de viajes, la cual ha sido utilizada por un 40% de la muestra. No se observan diferencias significativas por nacionalidades excepto en el caso de los escandinavos, los cuales al venir mayoritariamente en un paquete turístico, utilizan más los servicios de las agencias de viaje.

Gráfico 21. Canal de adquisición del vuelo



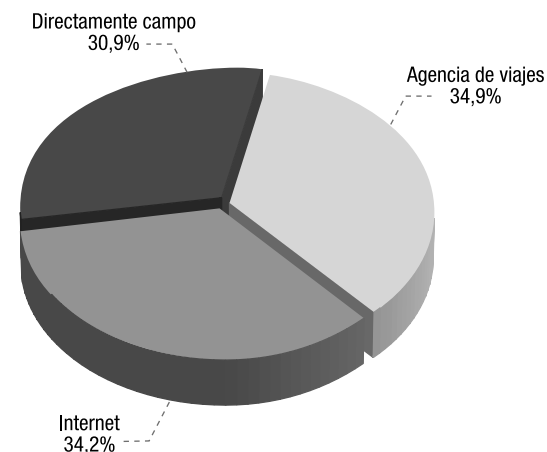
- **En cuestiones de alojamiento, Internet y agencias de viajes están a la par.** Si en el caso del vuelo, Internet ya se ha impuesto como el canal preferido entre los golfistas, en lo que se refiere a contratación de alojamiento las agencias de viajes están equiparadas en importancia relativa a Internet, representando cada uno de estos canales casi el 44% de los contratos. Como en el caso anterior, no se aprecian diferencias de comportamiento significativas entre alemanes y británicos, los cuales usan Internet un 47,1% y un 43,1% respectivamente. Únicamente entre los escandinavos su uso es inferior, probablemente por las razones mencionadas anteriormente.

Gráfico 22. Canal de adquisición del alojamiento



- **Para los green fees, los tres canales tienen una importancia similar.** En el caso de los green fees, como se observa en el gráfico siguiente, agencias de viaje, Internet y directamente en el campo se reparten a partes prácticamente semejantes la importancia relativa con un 34,9%, un 34,2% y un 30,9% respectivamente.

Gráfico 23. Canal de adquisición de los green fees

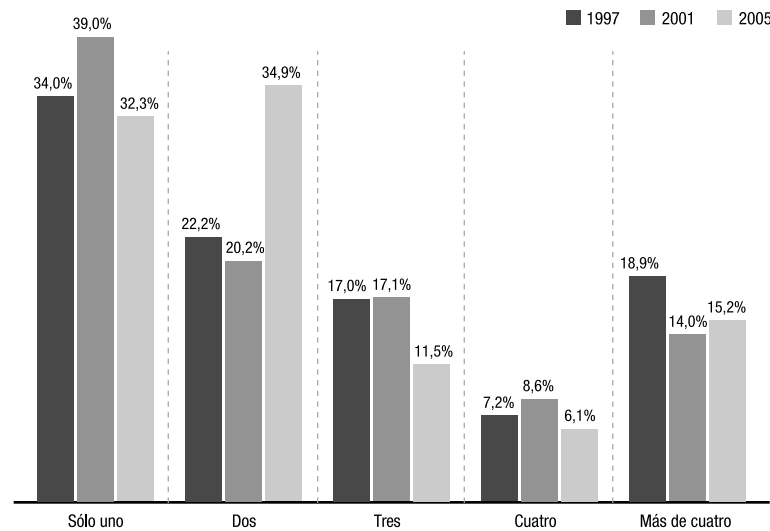


4.6 Tendencias vacacionales y destinos alternativos

En este apartado se describen los resultados obtenidos en la encuesta respecto a los hábitos vacacionales de los turistas que juegan a golf en las Balears. Se pretende medir cuál es el comportamiento típico con relación al número de viajes realizados con la intención principal de jugar a golf, sus épocas de viaje y analizar los principales destinos escogidos para poder efectuar una aproximación a los principales destinos competidores de Balears.

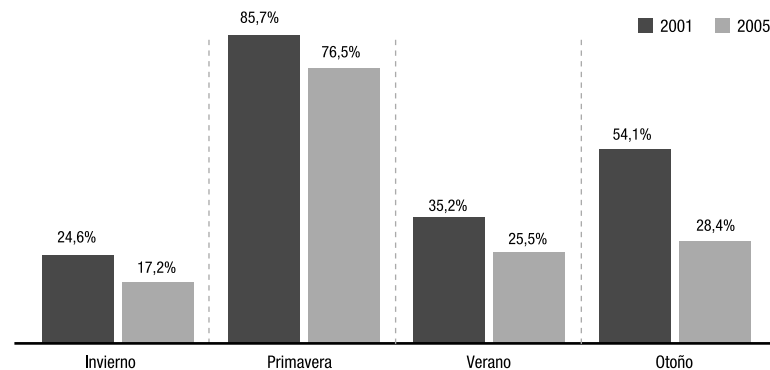
- **Viajes en que el motivo principal sea la práctica de golf.** La práctica del golf sigue siendo uno de los principales motivadores a la hora de realizar un viaje de vacaciones por parte de los turistas que juegan a golf en Balears. Como se observa en el gráfico siguiente, más del 66% de los mismos afirma que ha realizado dos o más viajes vacacionales con la intención principal de jugar a golf a lo largo del último año. Este porcentaje supone un incremento con los datos del 2001 en los cuales se alcanzó el 60,2%, si bien también puede observarse una ligera reducción entre aquellos que más número de veces viajan. De nuevo, los que más viajan son los alemanes y los escandinavos.

Gráfico 24. Viajes anuales con la intención principal de jugar al golf



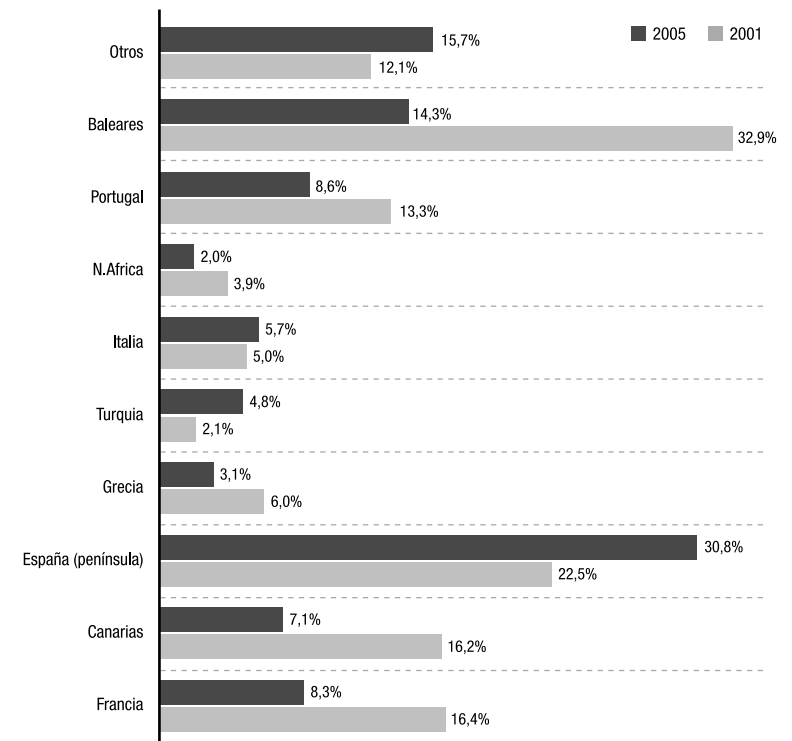
- Primavera y otoño son las épocas preferidas para la realización de viajes cuya motivación principal es jugar a golf.** Las preferencias de estación para la realización de viajes dedicados a la práctica del golf reproducen muy fielmente la tendencia estacional observada en el número de rounds jugados en Balears. Así, se observa que la gran mayoría de los encuestados prefieren realizar sus viajes en las épocas de primavera y otoño. Tampoco son apreciables diferencias significativas al comparar los resultados de 2001 con los del 2005.

Gráfico 25. Preferencias estacionales en los viajes para jugar a golf



- Principales destinos alternativos.** Como se observa en el gráfico siguiente, parece evidente que existe una preferencia para jugar a golf en los países mediterráneos y muy especialmente en España. Otras zonas de España han sido la principal alternativa para la práctica del golf de los turistas que visitan Balears y son, por tanto, las principales regiones competidoras. Asimismo, Portugal, Francia e Italia, aunque pierden un poco de protagonismo en relación con los resultados del 2001, aparecen como destinos alternativos consolidados. Por otra parte, aparecen otros destinos tales como Turquía, Florida o Austria que han sido escogidos en el último año para la práctica del golf.

Gráfico 26. Destino más frecuentado para jugar a golf



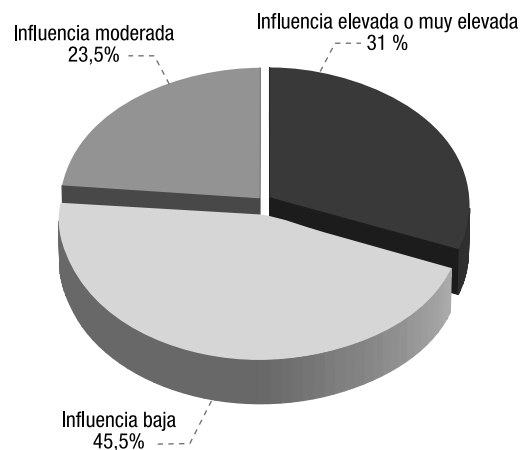
4.7 Influencia de las *low cost* en la elección del destino

Un aspecto novedoso de este estudio consiste en intentar analizar la influencia de la existencia de compañías aéreas de bajo coste en la elección del destino turístico.

Para llevar a cabo el estudio de dicha influencia, se solicitó a los entrevistados que valorasen en una escala de 1 a 10, el grado de influencia que suponía la existencia de *low cost* a la hora de elegir un destino para jugar a golf. Una vez recogidas las respuestas se agrupó a los golfistas en tres grupos, los que mostraban una **influencia baja**, que se correspondía con los que habían dado valoraciones comprendidas entre 1 y 3, los de **influencia moderada** que se correspondía con los que habían dado valoraciones comprendidas entre 4 y 6, y los de **influencia alta**, que se correspondía con los que habían dado valoraciones iguales o superiores a 7.

A nivel general, como se muestra en el gráfico siguiente, se observa que una gran mayoría de los entrevistados, en concreto un 45%, responde que no se ve afectada su decisión de elegir un destino turístico por la existencia de compañías *low cost*. Por otra parte, existe un 31% de los turistas de golf, que sí afirma que la elección del destino se ve influenciada por la existencia de la *low cost*.

Gráfico 27. Influencia de la existencia de *low cost* en la elección del destino de golf



Para intentar detectar si entre los tres grupos existen diferencias significativas en función de diferentes parámetros sociodemográficos y de comportamiento, se procedió a efectuar una serie de contrastes estadísticos que nos proporcionaron los siguientes resultados:

- **No existen diferencias significativas por razón de sexo o edad.** Es decir, la influencia de la existencia de *low cost* en la elección del destino turístico no presenta diferencias estadísticamente significativas en función de si se es hombre o mujer, o por tramos de edad.
- **Sí son significativas las diferencias en función del tipo de golfista entrevistado y la nacionalidad.** Los golfistas aficionados asiduos muestran una menor influencia a la existencia de compañías *low cost* que los practicantes ocasionales y todavía menor que la mostrada por los debutantes, los cuales son proporcionalmente los más influenciados por la existencia de *low cost*. Por otra parte, la nacionalidad también está relacionada con la sensibilidad a las *low cost*. Los británicos son los que más admiten condicionar su destino de golf a la existencia de *low cost*, mientras que los escandinavos son los que menos.
- **También son significativas las diferencias por profesión e ingresos familiares netos anuales.** Los golfistas con profesiones altamente remuneradas muestran menor sensibilidad a la influencia de la existencia de *low cost* a la hora de escoger su destino turístico, por el contrario, entre los cuadros intermedios y retirados, la influencia es proporcionalmente más elevada. Con relación al nivel de ingresos familiares, a mayor nivel de ingresos, menor es la sensibilidad relativa a la influencia de la existencia de *low cost* en la elección del destino turístico.
- **Asimismo son significativas las diferencias en función del tipo de alojamiento.** Como parece lógico, los menos influenciados son los que disponen de vivienda en propiedad o se alojan en casa de amigos. Esto no quiere decir que no utilicen *low cost*, únicamente indica que es más fuerte el condicionante de tener una vivienda a la hora de elegir el destino que la existencia de vuelos baratos. En cambio, cuando se trata de una casa o apartamento alquilado o de alojamiento en hotel, la influencia de la existencia de los *low cost* es proporcionalmente mucho mayor.
- **No son significativas las diferencias en función de la categoría de hotel utilizada.** Prácticamente se obtienen los mismos niveles de influencia independientemente de la categoría del hotel en la que se alojan los turistas.

- **No son significativas las diferencias en función de las veces que ha visitado la isla.** Prácticamente no se aprecian diferencias en el grado de influencia de la existencia de low cost en función del número de veces que han visitado el destino. Únicamente se aprecia una ligera mayor influencia entre los que han visitado más de cuatro veces las islas.

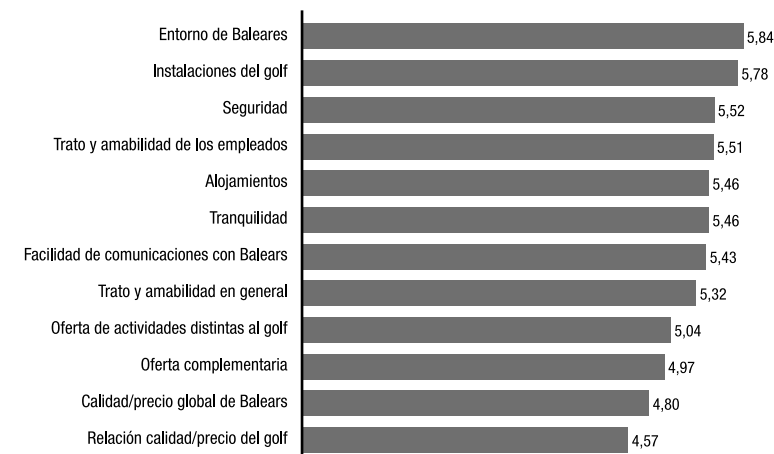
4.8 Satisfacción de los turistas que juegan a golf en Balears

Para evaluar la satisfacción de los turistas de golf que visitan Balears, se les solicitó que valorasen en una escala de 10 puntos diferentes aspectos relacionados con su estancia en Balears. En concreto, se preguntó a los turistas por los siguientes aspectos: su opinión sobre las instalaciones de golf, el trato y amabilidad de los empleados del golf, la relación calidad/precio del golf en Balears, el entorno natural de Balears, la seguridad/tranquilidad de las islas, la oferta complementaria (restaurantes, compras, etc.), la oferta de actividades complementarias al golf y la opinión general sobre la relación calidad/precio general de Balears. Asimismo, se incluyó en el cuestionario una pregunta específica con relación a la facilidad de comunicaciones existentes desde el país de residencia del jugador y Balears.

- **Entorno e instalaciones son los dos aspectos más valorados.** Como se aprecia en el gráfico siguiente, los turistas aprueban la gran mayoría de aspectos sobre los cuales se les interrogó. Los aspectos más valorados son, sin lugar a dudas, la calidad del entorno y las instalaciones. A continuación, la seguridad y el trato y amabilidad de los empleados aparece en un segundo grupo, al que le siguen en valoración. Alojamientos, facilidad de comunicaciones con Balears y tranquilidad, trato y amabilidad en general, obtienen puntuaciones semejantes, todas ellas favorables.
- **Oferta complementaria, así como las relaciones calidad/precio de Balears y de la oferta de golf son los aspectos que reciben valoraciones inferiores.** Como también se observa en el gráfico siguiente, estos tres aspectos obtienen valoraciones ligeramente inferiores a 5, que sería la frontera entre el aprobado y el suspenso.
- **En comparación con estudios previos se observa una ligera reducción en los niveles de satisfacción.** Aunque no es posible efectuar una comparación precisa entre los resultados obtenidos en 1997 y 2001 debido a que se ha producido una modificación en las escalas de medida (en ediciones previas eran de 5 puntos y en la actual es de 10), se ha observado una ligera reducción en

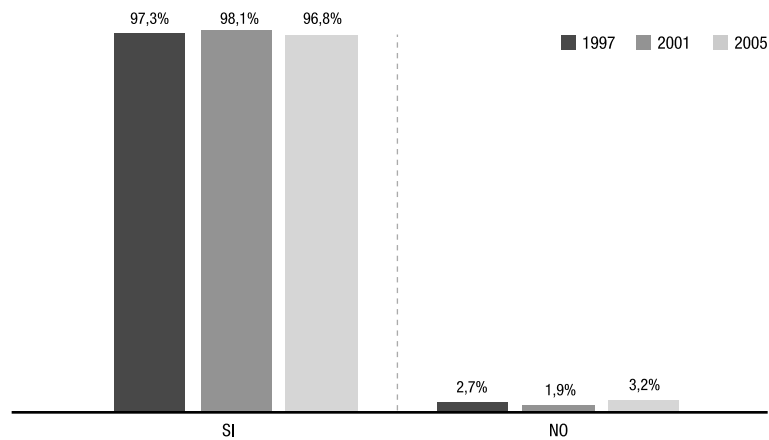
los niveles de satisfacción expresados por los turistas de golf, los cuales pueden deberse en parte a que la nueva escala de medida ajusta más las valoraciones, mientras que una escala de 5 puntos tiende a sobrevalorarlas, aunque parece identificarse una ligera reducción en las opiniones sobre satisfacción de los turistas. De manera específica, en determinados aspectos como por ejemplo la oferta complementaria, mientras en 2001 se encontraba entre los mejor valorados, en 2005 se encuentra entre los menos valorados.

Gráfico 28. Valoración de aspectos específicos de la estancia en Balears



- **Se mantiene un excelente nivel de predisposición a recomendar Balears como destino de golf, aunque se reduce muy ligeramente.** Aparte de los indicadores mencionados más arriba, un buen indicador sintético de la satisfacción de los turistas de golf lo constituye su disponibilidad a recomendar Balears a sus amigos o conocidos como destino de golf. En este sentido, los resultados obtenidos en 2005 siguen siendo excelentes, puesto que casi un 97% de los entrevistados recomendaría Balears a sus amigos o conocidos como destino de golf, sin embargo se aprecia una ligera reducción en este indicador si se compara con los resultados obtenidos en 2001 y 1997. En el primero de los casos, los resultados superaban el 98% y en 1997 superaban el 97%.

Gráfico 29. ¿Recomendaría Balears a sus amigos para la práctica del golf?



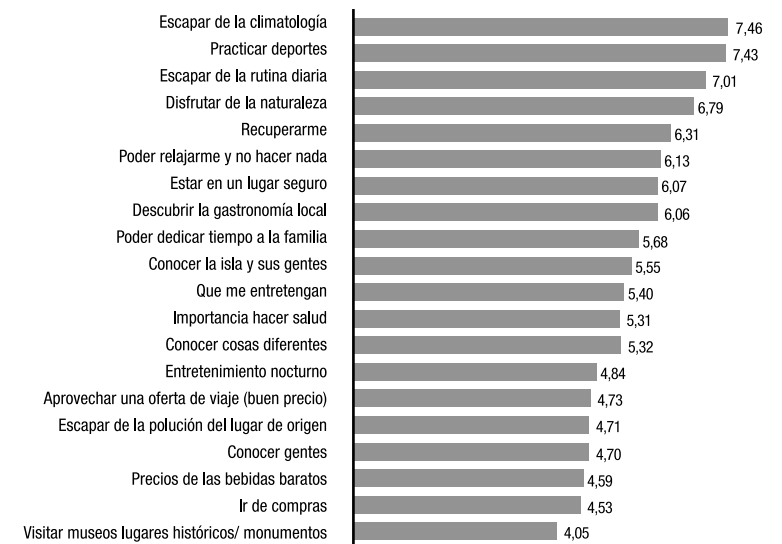
4.9 Motivaciones de los golfistas para viajar

A la hora de analizar las motivaciones turísticas de los jugadores de golf, se ha procedido a aplicar al caso de Balears una versión de la escala de motivación turística de Bryan & Glendon (1998) en la que se solicitaba que los entrevistados evaluaran en una escala Likert de 1 a 10 (en la que 1 se correspondía con la valoración 'nada importante' y 10 con la valoración 'muy importante') una lista de 20 atributos que nos ayudan a descubrir los principales motivos del turista de golf a la hora de escoger destino turístico.

- **Climatología y practicar deportes** aparecen en primer lugar. En general, los golfistas europeos suelen intentar efectuar viajes para practicar golf cuando en sus lugares de origen las condiciones climatológicas no son lo suficientemente favorables en comparación con otros destinos como Balears.
- Un segundo bloque, encabezado por la motivación referente a **escapar de la rutina diaria**, parece estar relacionado con lo que le piden al golf, que es, como ya hemos dicho, escapar de la rutina diaria, **disfrutar de la naturaleza, recuperarse y relajarse en un lugar seguro**. En cierta manera, parece sugerir que los golfistas viajan con la intención de practicar este deporte como si de una terapia vital se tratara.

- Los aspectos **gastronómicos, familiares y conocer la isla y sus gentes** aparecen en un tercer nivel. Estos motivadores obtienen valoraciones medias comprendidas entre un valor de 5,55 y 6,06.
- A un nivel inferior de valoración, encontraríamos por orden de importancia la **posibilidad de ser entretenido, de hacer salud y de conocer cosas diferentes**. Estos motivadores aparecen con valores medios respectivos de 5,4 y 5,3.
- Finalmente, podemos encontrar unos motivadores, que podríamos denominar como menores porque obtienen valoraciones inferiores a 5 puntos. Entre estos motivadores podemos encontrar por orden de mayor a menor importancia: el entretenimiento nocturno, aprovechar ofertas de viaje, conocer a nueva gente, aprovecharse del precio de bebidas baratas, ir de compras y la motivación menos valorada es la de visitar lugares de interés turístico.

Gráfico 30. Motivadores turísticos de los golfistas



1 = "nada importante" – 10 = "muy importante"

4.10 Actividades realizadas

Una vez en Balears, determinados turistas de golf pueden llevar a cabo otras actividades diferentes del golf. En este punto se pretende analizar cuáles son las más importantes. En este sentido, se propuso a los entrevistados una lista de actividades habituales entre turistas y se les solicitó que indicasen las que habían llevado a cabo.

Los resultados obtenidos se muestran a continuación y nos indican que, aunque no figuren entre las motivaciones principales para elegir un destino, una vez en él, los golfistas suelen llevar a cabo una serie de actividades.

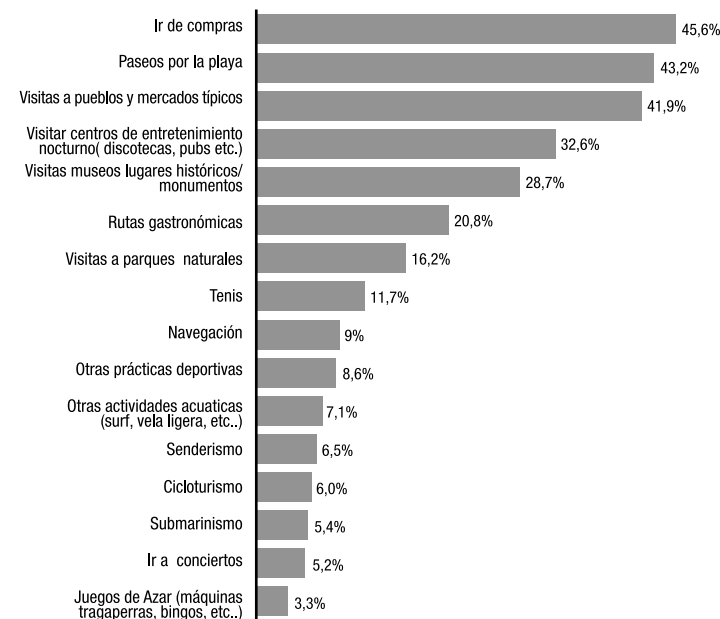
De todo el conjunto de actividades que se propuso a los entrevistados para que indicasen cuáles de ellas habían llevado a cabo, las más habituales fueron: ir de compras con un 46%, realizar paseos por la playa con un 43%, visitar pueblos y mercados típicos con un 42% y un poco más rezagada aparece las visitas a centros de ocio y entretenimiento nocturno con algo más del 32%.

En un segundo nivel de importancia aparecerían tres actividades: visitar museos, lugares históricos o monumentos; las rutas gastronómicas y las visitas a parques naturales que respectivamente han sido llevadas a cabo por un 28,6%, un 20% y un 16% de los golfistas respectivamente.

Como única actividad deportiva que haya realizado una parte mínimamente significativa de los golfistas aparece el tenis, el cual ha sido practicado por casi un 12%.

El resto de actividades, tanto deportivas como de ocio, no gozan de mucho arraigo entre los golfistas y en ningún caso superan un porcentaje de practicantes superior al 10%. Incluso, actividades tales como ir a conciertos o acudir a centros donde se practican juegos de azar superan por poco o son practicadas por menos del 5% de los golfistas a lo largo de su estancia en Balears.

Gráfico 31. Actividades realizadas aparte de jugar a golf



4.11 Repetitividad y obtención de información

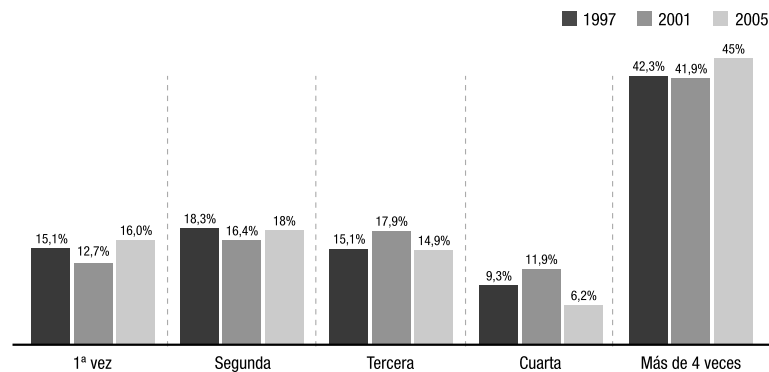
La repetitividad del turista de golf constituye un indicador para evaluar la fidelidad del turista hacia un destino turístico. Por otra parte, identificar las fuentes de información que utilizan los golfistas puede ser útil a la hora de plantear estrategias de comunicación dirigidas hacia ellos. Así pues, en el cuestionario redactado se incluyeron estos dos aspectos de análisis, presentándose los principales resultados obtenidos en los puntos siguientes:

- **Se aprecia una consolidación de los clientes muy repetitivos.** Entre los más fieles a Balears, es decir, aquellos que la han visitado más de cuatro veces, se aprecia una cierta estabilidad en cuanto a su proporción, que supera el 45% del total de los golfistas de Balears.
- **Se observa una recuperación en la incorporación de nuevos visitantes.** Si en el estudio realizado en 2001, un aspecto que llamaba la atención era la

reducción de la importancia relativa de los que visitan Balears por primera vez y el aumento de los que la visitaban por tercera vez, en 2005 se observa una incorporación de nuevos turistas que deberían engrosar en el futuro la categoría de grandes repetidores.

En el análisis de los resultados por nacionalidades no se observan diferencias significativas en los porcentajes de grandes repetidores, y mientras que entre alemanes, británicos y escandinavos, los porcentajes oscilan entre el 46% y el 49%. Se observa que los más repetidores son los alemanes seguidos de los británicos. Por el contrario, los escandinavos son los que mayor porcentaje presentan de turistas que visitan Balears por primera vez, con porcentajes que se acercan al 20%, lo cual puede ser un síntoma de una recuperación de un mercado como es el escandinavo, que durante bastantes años ha sido algo remiso a viajar a Balears.

Gráfico 32. Repetitividad de los turistas de golf



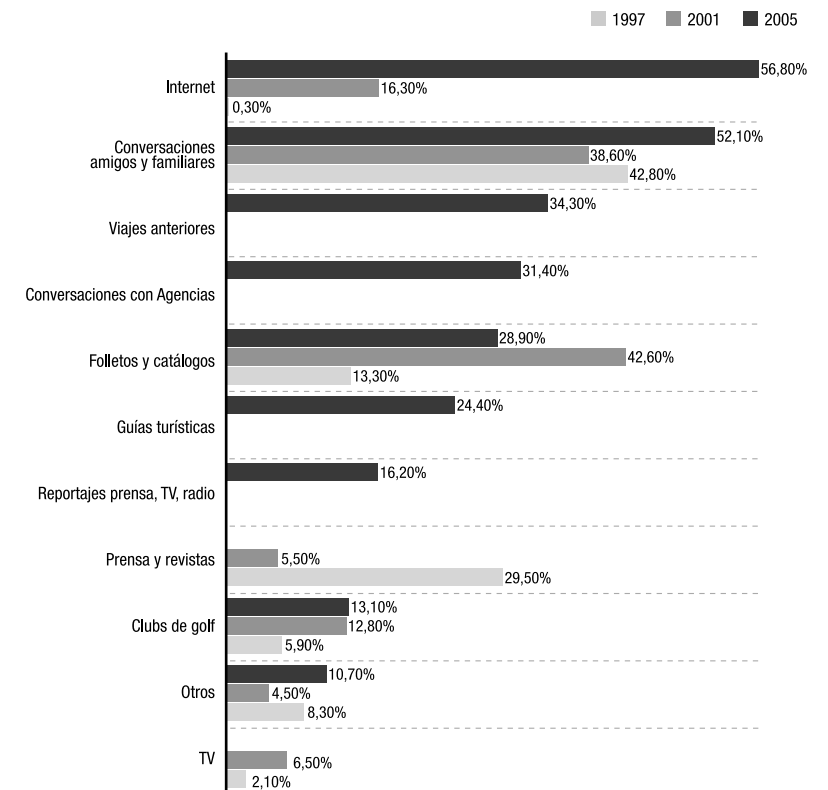
Otro apartado interesante en el comportamiento del turista de golf lo constituyen sus hábitos de recogida de información previa al viaje. En los puntos siguientes se aborda esta cuestión, presentando de una parte cuáles son los principales medios de información consultados, y en segundo lugar la influencia de cada uno de ellos.

- **Internet y amigos y familiares son las fuentes de información más consultadas.** Como se muestra en el gráfico siguiente, Internet es con un 56,8%, la fuente de información más consultada por los turistas de golf que visitan Balears. En pocos años, esta fuente ha pasado de ser consultada por un insignificante 0,3% en 1997 a las cifras actuales que alcanzan a casi tres de cada cinco turistas, constituyendo una revolución significativa en los hábitos de recogida de información utilizados por los turistas.

Conversaciones con amigos y familiares, con un 52,1% de golfistas que admiten haber utilizado este tipo de fuente, es la segunda fuente más importante y mantiene la posición de privilegio que ya se había detectado en estudios anteriores, y que nos lleva a seguir poniendo de manifiesto la importancia de los prescriptores en la selección del destino turístico, y en consecuencia la importancia de la satisfacción del turistas para conseguir que actúe como tal.

Los viajes anteriores y las conversaciones con agencias de viajes son también dos fuentes importantes de información utilizadas con una importancia relativa del 34,3% del 1,4% respectivamente. Curiosamente, los folletos y catálogos han reducido su importancia relativa en comparación con 2001.

Gráfico 33. Principales fuentes de información utilizadas



Además de identificar las principales fuentes de información utilizadas por los turistas de golf a la hora de planificar sus vacaciones, es de nuestro interés determinar el grado de influencia que supone cada una de ellas. En este sentido, se les solicitó que indicasen en una escala del 1 al 10, en la que el 1 indicaba que no había tenido ningún tipo de influencia y el 10 que había sido una influencia fundamental, cuál era el grado de influencia de cada una de las diferentes fuentes de información analizadas.

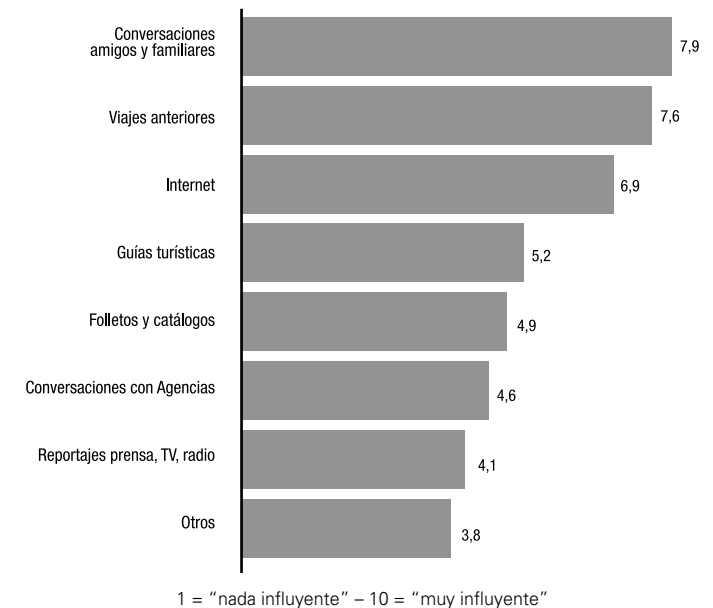
Los resultados obtenidos, que se muestran en el gráfico siguiente, nos ponen de manifiesto que:

- **Conversaciones con amigos y familiares y la propia experiencia anterior son las fuentes de información con mayor influencia a la hora de planificar un viaje.** La prescripción por parte de individuos que gozan de credibilidad se sitúa al más alto nivel de influencia en la planificación de las vacaciones de golf, con una puntuación media de 7,9, seguida muy de cerca por la propia experiencia de viajes anteriores.

Esta constatación, no puede hacernos más que repetir la crucial importancia de la satisfacción del cliente como elemento clave, no sólo para la repetición del mismo, sino para el desarrollo de elementos de prescripción hacia conocidos o familiares del mismo, que les induzcan a tener en cuenta unas opiniones positivas.

- **Internet y las guías turísticas se sitúan en un segundo nivel.** Con una valoración respectiva de 6,9 y 5,2, Internet y las guías turísticas ocupan el tercer y cuarto puesto en la clasificación de fuentes de información más influyentes. Cabe destacar la importancia que está asumiendo Internet a ese respecto, lo cual puede explicarse debido a la característica de los servicios turísticos que, al no ser posible su inspección antes de su consumo, valoran altamente cualquier instrumento que pueda ayudar a su tangibilización. Y en ese sentido, Internet está gozando de una alta credibilidad, por lo que sus contenidos influyen de manera significativa en la planificación de los viajes de los golfistas.
- **Folleto, catálogos, recomendaciones de agencias, reportajes en medios de comunicación etc., influyen relativamente menos.** Como también se aprecia en el gráfico siguiente, el resto de fuentes de información analizadas se incluyen ordenadas de mayor a menor influencia sobre las decisiones de los golfistas.

Gráfico 34. Grado de influencia de las fuentes de información



5. IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO DE GOLF

Uno de los aspectos más importantes de este trabajo lo supone la estimación del impacto económico del turismo de golf en Balears. Para ello, en este apartado se ha procedido a estimar el número de turistas, las estancias generadas, el gasto realizado en el país de origen, el efectuado en Balears y la repercusión económica final en las islas

5.1 Estimación del número de turistas y estancias generadas

En este apartado se pretende estimar el número de turistas de golf que han visitado Balears para, a partir de este dato, poder ofrecer una aproximación al número total de estancias generadas. No únicamente por los turistas de golf, sino por el conjunto de acompañantes que efectúan el viaje conjuntamente.

Los resultados referentes a este apartado son:

- **El número total de turistas que practican el golf en Balears ha experimentado un ligero aumento con relación a 2001, estimándose en 2005 en 89.383.** Tomando como dato de partida los 415.631 *rounds* que han estimado los campos de golf que realizarán en las islas en 2005 los no residentes en Balears y suponiendo que se realice una *salida* por día, podemos dividir el número de *rounds* jugados por no residentes por el número de días que, por término medio, dedican a la práctica del golf (4,65), obteniéndose la cifra de 89.383 turistas de golf estimados para 2005.

Si aplicamos los mismos parámetros al caso de Eivissa, obtendríamos un número total de turistas del orden de los 3.000 y en el caso de Menorca obtendríamos unas cifras ligeramente superiores a los 5.300 turistas.

- **El número de estancias generadas por los turistas que juegan al golf asciende a 885.786 estancias.** Multiplicando el número total de turistas (89.383) por la estancia media declarada (9,91 días), obtenemos la cifra mencionada de 885.786 estancias. Este número, comparado con las 781.602 estancias estimadas en 2001, suponen un aumento de las estancias generadas por este tipo de turismo de un 13,3%.

- **Si se tienen en cuenta las personas que acompañan a los turistas que juegan al golf, y que no juegan, las estancias generadas estimadas ascienden a 1.027.511.** A partir de las preguntas formuladas en el cuestionario administrado a los turistas de golf, se ha podido estimar que el tamaño medio del grupo que viaja para jugar a golf es de 2,27 personas. De ellas, las que juegan a golf son 1,96, por lo que la media de turistas que acompañan a los golfistas puede estimarse en 1,16 personas por cada golfista, es decir, para cada 100 golfistas, se generan alrededor de 116 estancias. Este porcentaje es muy semejante al estimado en 2001 y en 1997, y que se fijó en 1,2 y 1,21 respectivamente. Así pues, multiplicando las estancias directamente generadas por los turistas de golf por 1,16 obtenemos la estimación del total de estancias generadas por el turismo de golf en Balears que, como ya se ha mencionado más arriba asciende 1.027.511.

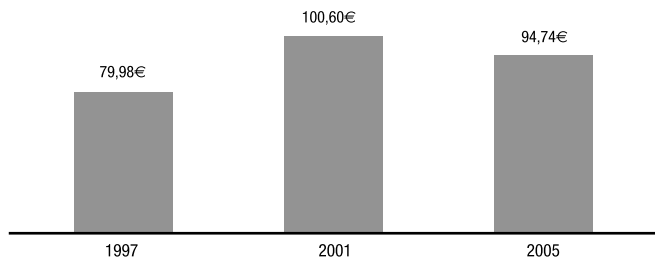
5.2 Gasto realizado en el país de origen y en Balears

Uno de los aspectos fundamentales en el proceso de cálculo del impacto económico de un determinado segmento turístico, radica en la estimación del nivel de gasto efectuado por los turistas tanto en su lugar de origen como a lo largo de su estancia en Balears. Asimismo, el hecho de disponer de estimaciones efectuadas en los estudios de 1997 y 2001, nos permitirá presentar una evolución temporal de los parámetros analizados.

En este sentido, los resultados referidos a dichas estimaciones se detallan a continuación:

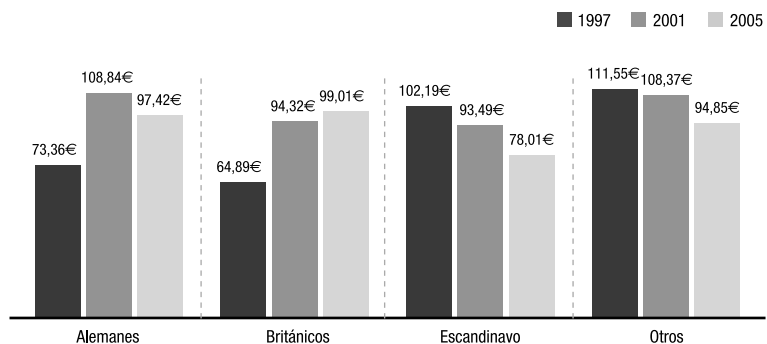
- **El gasto medio por persona y día realizado en el lugar de origen asciende a 94,74€.** Para la determinación del gasto medio por persona y día se solicitó a los entrevistados el importe total pagado por sus vacaciones en el país de origen. Al dividir esta cifra por el número de días de estancia en Balears y el número de personas incluidas en el viaje obtenemos que el gasto medio por persona y día de estancia en el lugar de origen del turista de golf se eleva a los mencionados 94,74€.
- **En términos nominales, se observa una disminución del 6,2% respecto de las estimaciones efectuadas en 2001.** Mientras que el período 1997-2001 se experimentó un aumento nominal del 25,8% en el gasto estimado en el país de origen de los turistas de golf, pasando de 79,98€ en 1997 hasta 100,60€ en 2001, en el período 2001-2005 la tendencia se ha revertido y se aprecia una ligera reducción en los niveles de gasto efectuados.

Gráfico 35. Evolución del gasto por persona y día en el país de origen



- **El análisis por nacionalidades indica un ligero aumento del gasto en el país de origen por parte de los británicos.** En casi todas las nacionalidades analizadas se observa un ligero descenso en su nivel de gasto en el país de origen, y de manera especial entre los escandinavos. Por el contrario, únicamente los británicos muestran un ligero aumento en su nivel de gasto en su país de origen, lo cual se observa al comparar los algo más de 94€ estimados en 2001, con los 99,01 estimados en 2005.

Gráfico 36. Evolución del gasto por persona y día en el país de origen por nacionalidades



- **El gasto medio por persona y día en Balears asciende a 101,66€.** Al contrario que la evolución del gasto por persona y día en el país de origen, la evolución del gasto medio por persona y día en Balears ha sido también positiva en términos nominales, aunque los aumentos no han siquiera compensado las variaciones inflacionarias. Si en 1997 el gasto medio estimado en Balears por persona y día alcanzaba los 85,73€, en 2001 se estimaron 99,59€ lo cual supuso un aumento nominal de aproximadamente un 16,2%, finalmente, la

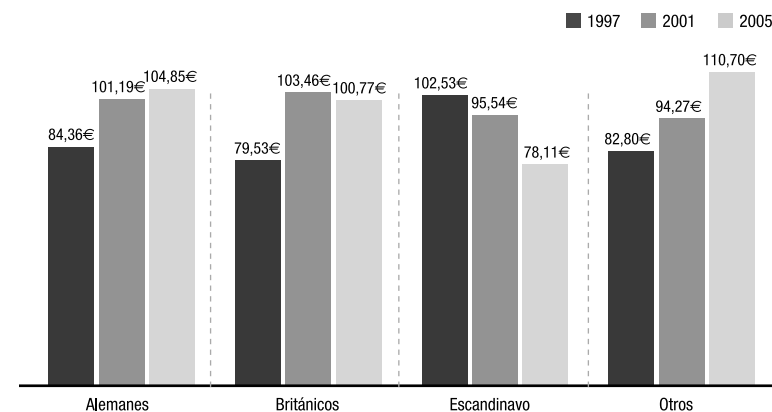
cantidad estimada en 2005 asciende a 101,66€, que supone una disminución en el ritmo de crecimiento nominal hasta un ligero 2,07%.

Gráfico 37. Evolución del gasto por persona y día en Balears



- **Por nacionalidades, "otros" y alemanes son los que encabezan la lista de los que más gastan en Balears.** El análisis por nacionalidad nos indica que después de "otras nacionalidades", los alemanes son los que presentan un nivel de gasto más elevado, con 110,7€ y 104,85€ respectivamente. Sin embargo, lo que más llama la atención es el significativamente menor nivel de gasto de los escandinavos, lo cual pudiera ser que estuviera relacionado con el hecho de que los clientes de esta nacionalidad son los que mayor uso hacen de paquetes turísticos y quizás sean los que menor necesidad relativa tengan de efectuar gastos suplementarios en Balears.

Gráfico 38. Gasto efectuado en Balears por nacionalidades



- **Analizando en qué se gastan el dinero en Balears**, se obtienen los resultados que se detallan en las tablas siguientes que nos indican que los principales conceptos de gasto diario son, por orden de importancia, los gastos en restaurantes y cafeterías y los green fees.

Tabla 6. Distribución del gasto medio diario en Balears

CONCEPTO	Media muestral corregida ¹
Green fees	29,54 €
Excursiones	4,38 €
Restaurantes y Cafeterías	33,33 €
Alojamiento	7,12 €
Compras	19,04 €
Otros Gastos	8,25 €

Los datos anteriores son promedios que incluyen a todos los integrantes de la muestra que han contestado la encuesta. Estos datos se tienen que ajustar en función de los turistas que han respondido que han efectuado algún pago en Balears. Por ejemplo, el 84,9% de los que contestaron afirman que ha pagado green fees en Balears y que la media de gasto declarado por este concepto ha sido de 32,4€.

Tabla 7. Distribución del gasto medio diario en Balears únicamente de los que admiten haber efectuado pagos en Balears

CONCEPTO	Media de los que han efectuado pagos en Balears	% de turistas que admiten haber efectuado pagos en Balears
Green fees	32,46€	84,9%
Excursiones	15,52€	27,9%
Restaurantes y Cafeterías	34,21€	95,1%
Alojamiento	54,69€	13,1%
Compras	23,47€	79,2%
Otros Gastos	18,49€	66,1%

¹ Para evitar el descuadre entre la suma de los diferentes apartados y el total de gasto efectuado en Balears, debido a que determinados entrevistados contestan la pregunta referente al gasto efectuado en Balears y no lo desagregan, se corrigen los datos obtenidos multiplicando el gasto medio efectuado en Balears, por la importancia relativa de cada uno de los conceptos determinada a partir de los datos facilitados por los que contestaron la desagregación.

La evolución comparada de las magnitudes anteriores nos muestra que, con relación a 2001, se produce una disminución en los importes medios de los gastos en excursiones, green fees y compras; un aumento en los importes medios diarios de los gastos efectuados en alojamientos abonados en Balears y una estabilización en los gastos en restaurantes y cafeterías.

Tabla 8. Evolución de la distribución del gasto diario en Balears

CONCEPTO / Importe ²	1997	2001	2005
Green fees	33,71 €	37,51 €	32,46€
Excursiones	31,54 €	19,12 €	15,52€
Restaurantes y Cafeterías	29,03 €	35,45 €	34,21€
Alojamiento	54,00 €	51,61 €	54,69€
Compras	16,59 €	29,10 €	23,47€
Otros Gastos	17,63 €	20,21 €	18,49€

5.3 Ingresos por turismo de golf en Balears

A la hora de calcular los ingresos generados por el turismo de golf en Balears se ha procedido de la siguiente manera. En primer lugar, se ha estimado el gasto total directo realizado por los golfistas y sus acompañantes en Balears. En segundo lugar, se ha estimado el gasto total efectuado en el lugar de origen, la suma de ambos conceptos nos da el total de gasto turístico efectuado por los turistas de golf, del que una parte son ingresos turísticos de Balears y que finalmente se han calculado al contabilizar en los ingresos directos obtenidos. La estimación de la parte de lo pagado en el lugar de origen revierte a agentes económicos de Balears.

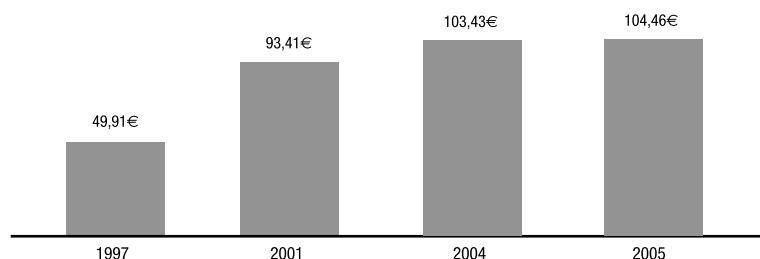
Así pues, los resultados de las estimaciones efectuadas se presentan a continuación:

- **El gasto total directo realizado en Balears por los golfistas y sus acompañantes se estima en 104,46 millones de euros.** Para efectuar esta estimación se ha procedido a multiplicar el gasto medio por persona y día efectuado por los turistas de golf y sus acompañantes en Balears que asciende a 101,66€, por el número total de estancias generadas por dichos turistas, estimado en 1.027.511. Dicha multiplicación nos ha permitido estimar el gasto total directo efectuado en Balears en los mencionados 104,46 millones de euros.

² Estos datos corresponde a aquella parte de la muestra que declara haber realizado pagos en Balears, por lo que la mayor parte de aspectos estarían sobrevalorados.

- **Se observa una ligera ralentización en la tasa de crecimiento del gasto directo efectuado en Balears.** Como se observa en el gráfico siguiente, de un gasto total directo estimado en 49,91 millones de euros en 1997, se pasó a los 93,41 millones de euros estimados en 2001, lo cual supuso un espectacular incremento en términos nominales del 87,15%. Este ritmo de incrementos se ha suavizado en los últimos años hasta alcanzar un 11,8% en el período 2001-2005.

Gráfico 39. Evolución del gasto directo efectuado en Balears (millones de euros)



- **El gasto turístico total generado por los turistas que juegan a golf en Balears y sus acompañantes para el total de sus vacaciones asciende a 201,80 millones de euros.** Teniendo en cuenta que el gasto medio total diario por turista y día invertido en sus vacaciones, compuesto por los 101,66€ desembolsados en Balears y los 94,74€ desembolsados en el país de origen, la cifra asciende a 196,40€. Podemos estimar el gasto turístico total de los turistas de golf al multiplicar dicha cantidad por 1.027.511 de estancias generadas por los turistas de golf y sus acompañantes en 2005, obteniéndose la cifra de 201,80 millones de euros.

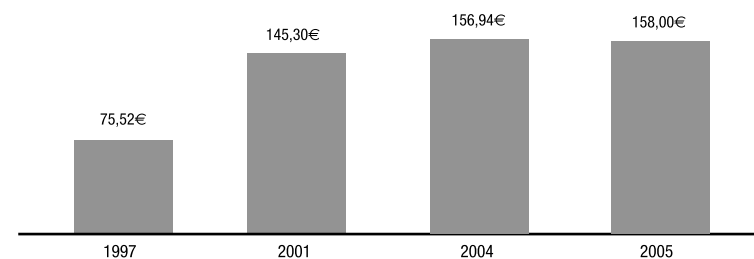
En comparación con las estimaciones de 2001 que determinaron una cantidad de 187,76 millones de euros, se aprecia también una reducción en las tasas de crecimiento que, en términos nominales, se ha calculado para el período 2001-2005 en un incremento del 7,5%.

- **El gasto final que directa o indirectamente llega a Balears asciende a 158,00 millones de euros.** Para estimar el gasto total turístico generado por los turistas de golf y sus acompañantes que ingresa Balears, es preciso adi-

cionar al gasto realizado directamente en Balears por los turistas, estimado en 104,46 millones de euros, una parte del gasto efectuado en el país de origen que se deriva hacia Balears como pagos a agentes económicos de Balears y que se ha venido estimando en un 55% del total gastado en el país de origen, significando 53,54 millones de euros. La suma de ambas cantidades nos facilita, por tanto, la estimación en los mencionados 158,00 millones de euros.

Comparando estas estimaciones con las obtenidas en el estudio del 2001, podemos observar que se han pasado de un ingreso turístico total de Balears de 145,30 millones de euros al actual de 158,00 millones de euros, lo cual supone que el período 2001-2005 se ha producido un incremento porcentual del 8,7%.

Gráfico 40. Evolución de los ingresos por turismo de golf en Balears (millones de euros)



6. PERSPECTIVAS DE FUTURO Y ACTIVIDAD PROMOCIONAL

El turismo de golf en Balears, aunque sigue presentando en términos generales unas perspectivas de crecimiento positivas, ha suavizado sus expectativas de desarrollo.

De manera específica, este capítulo analiza el futuro del turismo de golf en Balears desde una triple perspectiva:

1. Las perspectivas de crecimiento de la demanda de golf a corto plazo.
2. La influencia de la realidad virtual sobre la demanda de golf.
3. La opinión de los gestores de campos de golf sobre determinados aspectos de notable influencia para el desarrollo del golf en Balears.

Finalmente se presenta un punto específico en el que se incluyen las principales acciones promocionales llevadas a cabo por los campos de golf para fomentar el turismo de golf en Balears.

6.1 Perspectiva de crecimiento de la demanda

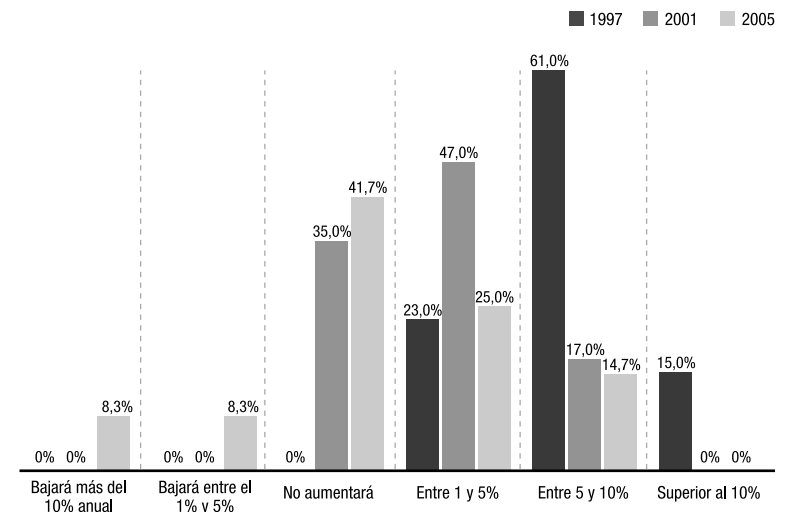
Para la estimación de la demanda futura de practicantes de golf en Balears, se solicitó a los directores de los diferentes campos de golf existentes que realizasen sobre la base de sus propias impresiones unas previsiones de crecimiento anual para los próximos tres años.

Los gerentes de los campos de golf debían indicar que porcentaje de crecimiento anual estimaban más factible que se produjera, para ello se les facilitó una escala en la que figuraban los siguientes intervalos. Crecerá más de un 10% anual; crecerá entre un 5 y un 10% anual; crecerá entre un 1 y un 5% anual; se mantendrá estable, y tres posibilidades que preveían crecimientos negativos, que bajase entre el 1% y el 5% anual; que bajase entre el 5% y el 10% anual y finalmente, que bajase más del 10% anual.

Los resultados que se obtuvieron y que figuran en el gráfico siguiente muestran una ralentización en las perspectivas de crecimiento de la demanda. En compa-

ración con los datos de 2001, en los que la mayoría de los encuestados esperaban crecimientos moderados que debían consolidar la demanda y ninguno de los campos encuestados mostraba expectativas de crecimientos negativos, en 2005 se aprecia por primera vez que determinados campos de golf prevén evoluciones negativas en la demanda y que la mayoría se sitúa en posiciones en las que no prevén crecimientos significativos. Únicamente entre los campos de más reciente construcción se siguen observando expectativas positivas que en ningún caso llegan hasta prever crecimientos superiores al 10% anual.

Gráfico 41. Previsión de crecimiento de la demanda de golf para los próximos tres años



Cabe pues concluir que las expectativas de crecimiento del turismo de golf se han visto también afectadas por la caída de actividad turística derivada de los atentados del 11 de Septiembre de 2001 en Nueva York y de los conflictos bélicos en Oriente Medio, lo que, juntamente con el estancamiento en la oferta, ha reducido el ritmo de crecimiento previsto a corto plazo y, aunque todavía pueden esperarse crecimientos positivos, se plantean escenarios más estables especialmente en comparación con las estimaciones de estudios previos. En Eivissa y Menorca, las expectativas son también muy moderadas siendo algunas de las dificultades apuntadas para el desarrollo del turismo de golf en estas islas las siguientes:

- **Falta de instalaciones de campos de golf disponibles.** Se ha demostrado que los turistas de golf gustan de variar de campo diversas veces durante su estancia, lo cual reduce enormemente el atractivo de destinos turísticos con un sólo campo de golf.
- **Existencia de dificultades de comunicación** con los países emisores durante los meses de primavera y otoño, lo cual propicia la concentración de la demanda en los meses de verano e impide, en cierta manera, el crecimiento durante las épocas que en principio deberían ser más atractivas para la práctica del golf.

6.2 Realidad virtual y práctica del golf

La intención de este punto es determinar el efecto que puede producir el desarrollo de nuevas tecnologías de realidad virtual (simuladores) sobre los actuales turistas que juegan al golf en Balears.

En este sentido se preguntó a la muestra seleccionada que valorasen sobre una escala de *Likert* de cinco puntos (01=totalmente en desacuerdo y 05=Totalmente de acuerdo), su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

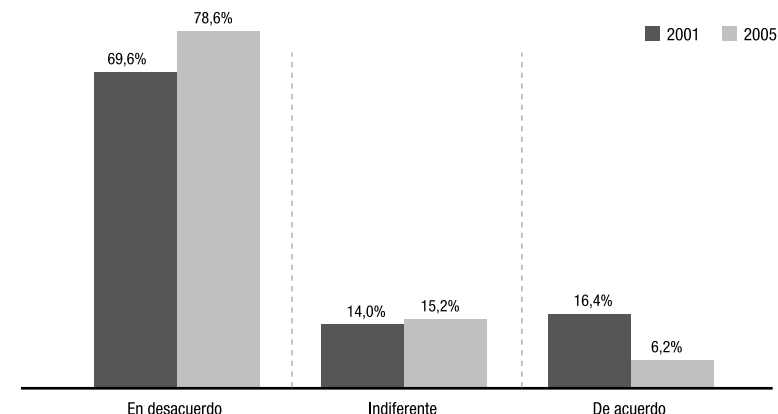
- **Los simuladores de golf (realidad virtual) puedan llegar a sustituir la práctica real del golf.**
- **El uso de simuladores de golf me hará reducir el número de viajes que realizo para jugar a golf.**

Para ambas afirmaciones, los resultados obtenidos son muy similares y bastante contrarios a que la realidad virtual pueda tener influencia sobre la práctica del golf o sobre el número de viajes realizados. Asimismo, la evolución que se observa al comparar los resultados de 2001 con los de 2005 indican que la percepción, lejos de variar, se mantiene bastante estable y, en cualquier caso, la tendencia es la de reforzar la idea de la limitada influencia de la realidad virtual en los hábitos turísticos de los jugadores de golf.

Concretamente, los resultados referentes a la primera pregunta sobre la sustitución de la práctica del golf real por un simulador, muestran que un 78% está en desacuerdo y únicamente un 6,2% percibe esa posibilidad. Estos datos refuerzan la tendencia observada en 2001 en la que un 70% se mostraba en desacuerdo, frente a un 16,4% que se mostraban de acuerdo.

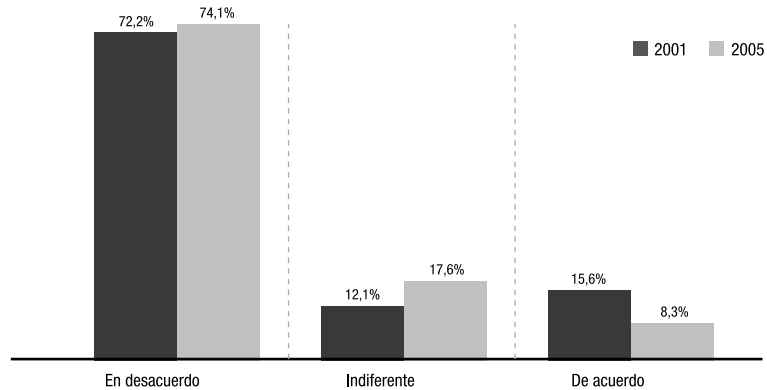
Los que más creen que puede producirse la sustitución son los de edades comprendidas entre 31-45 años, con un 17% que así lo afirman y por nacionalidades, los que más creen en la sustitución, son los escandinavos con cerca del 12%.

Gráfico 42. ¿Sustituirán los simuladores de golf la práctica real?



En la pregunta referente a la disminución del número de viajes turísticos debido a los simuladores, un 74% de los entrevistados está en desacuerdo. Únicamente un 8,3% está de acuerdo. En comparación con los datos obtenidos en 2001, se observa una vez más una estabilidad en la percepción de que la introducción de simuladores de golf no afectará sustancialmente el número de viajes turísticos efectuados por sus practicantes. Incluso se observa un ligero aumento de los que piensan que la realidad virtual no va a afectar el número de veces que viajen para jugar a golf. Una vez más, los comprendidos entre 31-45 años son los que tienen una propensión ligeramente superior a la media a considerar la sustituibilidad y afirman la influencia de la simulación virtual en cerca del 14% de los casos.

Gráfico 43. Los simuladores reducirán el número de viajes para jugar a golf



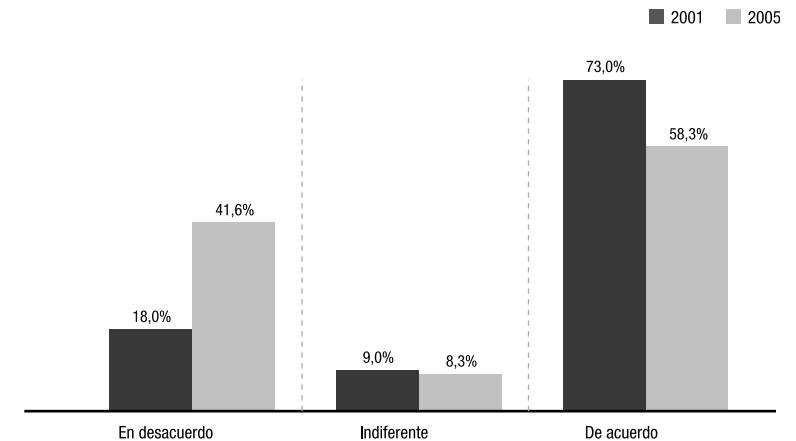
6.3 Opinión de los campos de golf

Para evaluar la percepción de los campos de golf sobre determinados temas clave que afectan al desarrollo de la práctica del golf en Balears, se les solicitó que indicasen su grado de acuerdo con diferentes afirmaciones que se referían a aspectos variados tales como: la suficiencia del agua depurada para el riego de los campos de golf, la saturación de las canchas, la composición de la clientela o la necesidad de promocionarse conjuntamente:

Los principales resultados obtenidos en este estudio y su comparación con los de 2001 son:

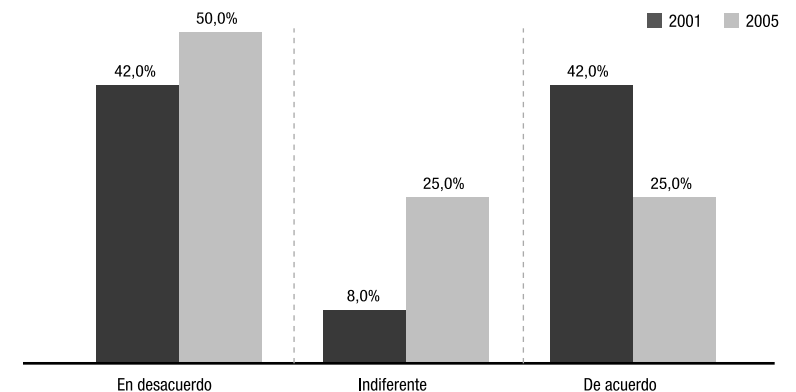
- El agua depurada es suficiente para el riego de los campos de golf, aunque aumenta la preocupación por su calidad.** Casi un 60% de los campos asegura que el agua depurada es suficiente para el riego de los campos de golf. Estas cifras suponen una reducción con los casi 75% de los campos que respondieron en 2001 que estaban de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación. En general, se consolidan los comentarios negativos con relación a la calidad del agua depurada. La preocupación sobre la calidad de la misma es muy elevada, puesto que de ella depende la calidad de la hierba y en definitiva del campo de golf y, en determinados períodos, especialmente en verano, cuando las depuradoras funcionan a capacidades muy elevadas, la calidad de la depuración puede disminuir y afectar en consecuencia la calidad del campo de golf.

Gráfico 44. El agua depurada es suficiente para regar los campos de golf



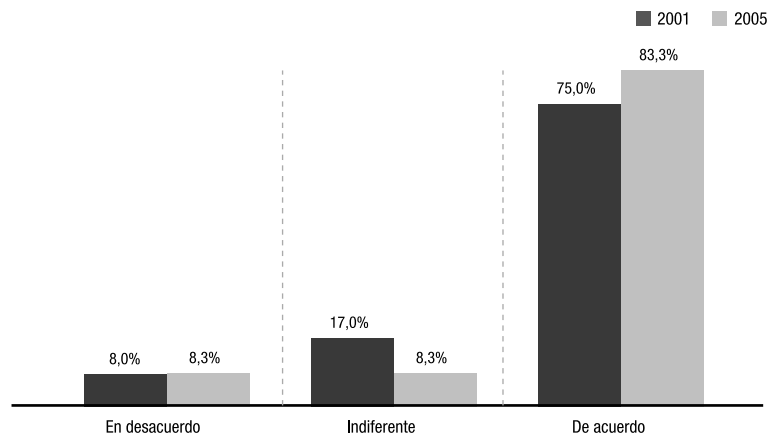
- Se reduce la sensación de que en los meses punta (abril y octubre) los campos están al límite máximo.** Si en 2001 las consideraciones con relación a esta afirmación estaban bastante equilibradas con un 42% de los campos indicando que estaban de acuerdo y otro 42% afirmando no estar de acuerdo, en 2005, la percepción ha evolucionado hacia la percepción de que los campos no están saturados. A partir de estos resultados podría inducirse que se aprecia un cierto estancamiento en el número de rounds jugados por los turistas y que aunque en determinados campos sigue existiendo una altísima ocupación en los meses punta, en otros la situación es de menor ocupación, observándose en algunos un margen de crecimiento, incluso en temporada alta.

Gráfico 45. En los meses punta los campos de golf están al límite máximo



- **En el futuro el turismo de golf será menos elitista.** La tendencia observada en 2001 se confirma en 2005. Si en 2001 era un 75% de los campos los que creían positivamente que el golf se haría más popular en el futuro, en 2005 este porcentaje ya supera el 80% de los campos por lo que reducirá el carácter, más o menos elitista, del que goza en la actualidad.

Gráfico 46. En el futuro los jugadores de golf serán menos elitistas



- **Es necesario reforzar las acciones promocionales conjuntas.** En comparación con 2001, año en el que, si bien ya se apreciaba una amplia mayoría de campos que constataban la necesidad de efectuar promociones conjuntas, en 2005, esta tendencia se ha puesto todavía más de manifiesto. Casi podría decirse que existe unanimidad en la necesidad de colaborar en la promoción. En la mayoría de los casos reclaman también la participación de las administraciones para que permita mejorar las posibilidades de promoción.
- **Existe una limitada sensación de percepción negativa por parte de los residentes.** A la pregunta introducida en este estudio en la que se solicitaba que los campos de golf diesen su opinión sobre si los residentes en Balears veían con malos ojos o eran reacios a los campos de golf, las respuestas obtenidas indican que el 50% de los campos piensa que los residentes no son reacios, frente a un 16,6% que por el contrario así lo piensa. El resto, es decir un 33,3%, indica un posicionamiento neutro. Estos resultados reflejan una importante mejora en la percepción que tienen los campos de golf sobre la opinión de los residentes de las islas respecto a esta actividad.

Gráfico 47. Son necesarias más acciones de promoción conjuntas

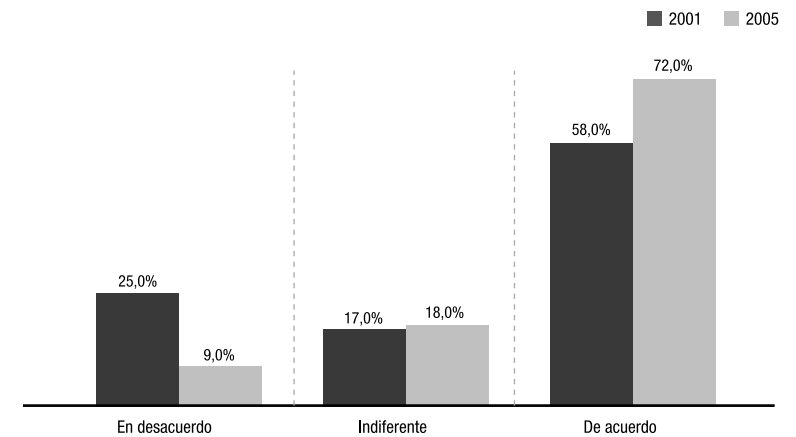
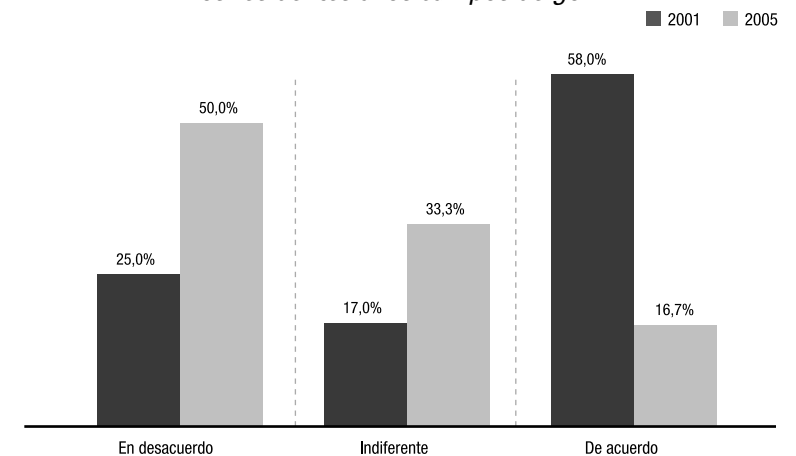
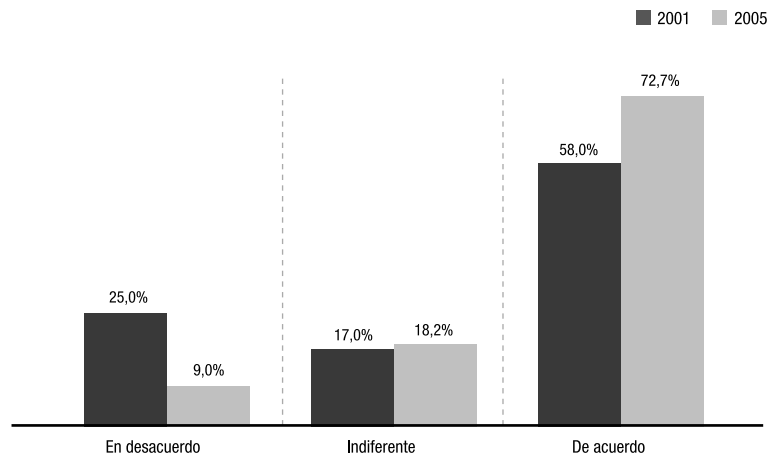


Gráfico 48. ¿Son reacios o ven con malos ojos los residentes a los campos de golf?



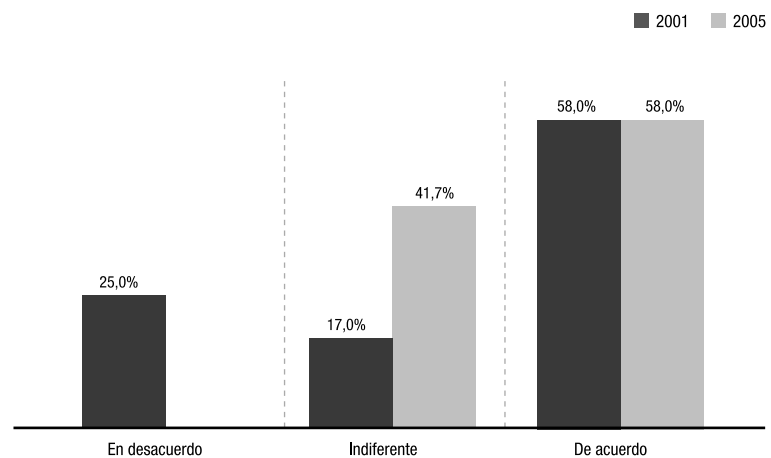
- **Es necesaria incrementar la promoción del turismo de golf.** En la mayoría de los casos, los campos de golf reclaman una participación más activa por parte de las administraciones que permita mejorar las posibilidades de promoción. En general, la percepción de los campos de golf, como se observa en el gráfico siguiente, es que la administración debería dedicar más acciones y recursos a este tipo de turismo, siendo más del 70% los que así lo afirman, mientras que un 18% se muestran neutros, es decir, no tienen una opinión ni favorable ni desfavorable al respecto.

Gráfico 49. ¿Es necesaria más promoción del turismo de golf?



- Los nuevos destinos del golf están restando muchos turistas a Balears.**
 La sensación de que los desarrollos de golf en otros destinos turísticos está restando clientela en Balears es compartida por la mayoría de los campos de golf. Como se observa en el gráfico siguiente, casi un 60% de los mismos está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación, mientras que el resto se mantienen en una opinión neutral.

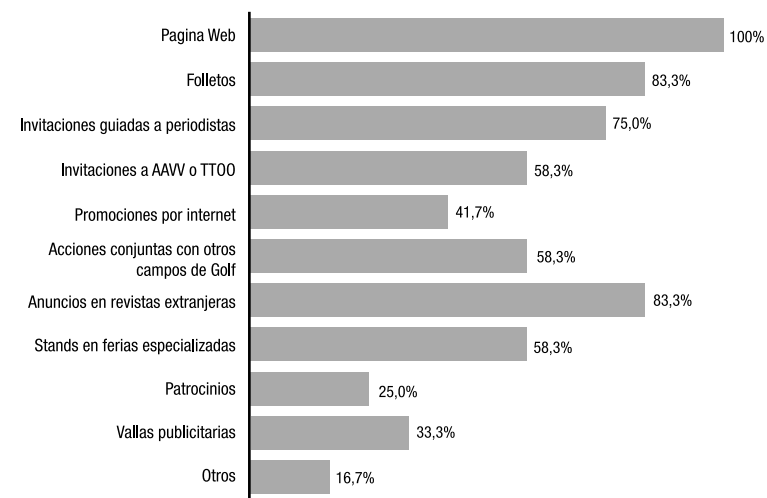
Gráfico 50. Los nuevos destinos del golf están restando muchos turistas a Balears



6.4 La actuación de los campos de golf. Acciones promocionales

Para conseguir mantener viva la demanda, los campos de golf llevan a cabo una serie de acciones promocionales. En el gráfico siguiente dichas acciones promocionales se presentan, por orden de importancia, ordenadas de mayor a menor.

Gráfico 51. Acciones promocionales de los campos de golf



7. ANÁLISIS DAFO DEL TURISMO DE GOLF EN BALEARS

El análisis DAFO del turismo de golf en Balears supone un esfuerzo para resumir las principales Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades con las que debe enfrentarse Balears para consolidarse como destino turístico de golf.

Para la elaboración de este punto se solicitó a un panel de expertos, compuesto por directores de campos de golf, representantes de touroperadores y expertos en turismo que indicaran sus opiniones sobre el tema. Los resultados, salvo algunas modificaciones específicas, son bastante semejantes a los obtenidos en 2001.

A continuación se presenta el análisis para el año 2005:

1. Fortalezas. Entre las principales fortalezas de Balears se pueden destacar:

- **Climatología favorable.** Por su clima benigno, se puede jugar al golf en Balears más de 300 días al año con temperaturas superiores a los 15°.
- **Diversidad de campos en Mallorca.** El golfista, por norma general gusta de alternar la práctica de golf en diferentes campos, lo cual es posible en Mallorca, isla que presenta en la actualidad una diversidad de campos a distancias no muy grandes del lugar de alojamiento del turista, lo que le permiten llevar a cabo esta alternancia. Sin embargo, lo que es cierto a nivel general es que presenta importantes limitaciones a nivel específico. Así esta diversidad no se observa ni en Menorca ni en Eivissa y en menor medida en la zona norte de Mallorca.
- **Presencia de compañías low cost, especialmente en Mallorca.** Estas compañías que conectan fundamentalmente Mallorca con determinadas zonas de Gran Bretaña y Alemania han mejorado sustancialmente la accesibilidad de Balears que ha conseguido que la distancia a los principales mercados emisores no supere, si es a través de conexiones directas, las 3 horas. Esta buena conexión permite el caso de Mallorca, y en menor medida en Eivissa y Menorca, gozar de conexiones asequibles con determinados mercados, aunque fundamentalmente zonas de Alemania y Reino Unido, lo cual es sin lugar a dudas una importante fuente de ventaja competitiva.

- **Infraestructura y oferta complementaria existentes.** Los campos de golf suelen en su mayoría contar con unas buenas infraestructuras, que junto con la oferta hotelera de alta categoría existente, puede satisfacer las necesidades de turistas de alto nivel como los que practican golf en Balears.
- **Gran conocimiento general de Balears.** Por ser un destino turístico de primer orden, Balears es un destino familiar para muchos golfistas internacionales, además la gran cantidad de repetidores favorece el “boca a boca” entre los potenciales clientes.

2. Debilidades. Entre los especialistas entrevistados, las principales debilidades detectadas son:

- **Estacionalidad.** A pesar de los esfuerzos llevado a cabo, sigue existiendo una fuerte estacionalidad en la práctica del golf, únicamente limitada por el aumento de la práctica por parte de los residentes en Balears, que hace notorios los valles de verano y de invierno, básicamente por razones climatológicas. En el caso de Eivissa y de Menorca la estacionalidad se presenta especialmente en invierno y en primavera, debido a la reducción del número total de turistas y a la disminución de las posibilidades de comunicación.
- **Dificultades de comunicación ‘directa’ con Menorca y las Pitiusas.** Si bien en verano todas las islas disfrutan de una oferta amplia de comunicaciones con los principales mercados emisores, en primavera y otoño la oferta se reduce especialmente en el caso de las islas menores, agravándose esta situación en los meses de invierno.
- **Limitada promoción exterior del turismo de golf.** Los limitados recursos disponibles provocan que la promoción internacional del turismo de golf en Balears no adquiera el relieve que probablemente le correspondería.
- **Poca identificación como destino de golf.** La imagen de “sol y playa” de Balears puede perjudicar el desarrollo del turismo de golf si no se compensa con una fuerte promoción en el exterior como “lugar idóneo para la práctica del golf”.
- **Encarecimiento del destino.** En general, Balears ha dejado de ser un destino barato, especialmente en lo referente a la oferta complementaria, lo cual puede evidentemente afectar al potencial turista a la hora de escoger el destino de golf al cual viajar.

- **Percepción de un empeoramiento en los niveles de calidad precio.** Los datos de la evolución de los niveles de satisfacción de los turistas de golf indican que es imprescindible hacer esfuerzos adicionales para compensar la subida de los precios de los servicios turísticos de las islas (básicamente a partir de la introducción del euro en 2001) con mejoras de la calidad del servicio percibida de forma que se vuelva a equilibrar este indicador.
- **Oferta de campos de golf insuficiente.** Esta carencia es especialmente aguda en Menorca y en Eivissa, que cuentan tan sólo con un campo de golf cada una. En el caso de Mallorca, la oferta es más diversa y existen proyectos para prácticamente duplicar la oferta de campos de golf existentes. Esta mejora en las infraestructuras de oferta es imprescindible si se quiere competir con las regiones de nuestro entorno que están apostando fuertemente por el desarrollo de este segmento de mercado.

3. Oportunidades. Las principales oportunidades detectadas por los expertos para el desarrollo del turismo de golf en Balears son las siguientes:

- **Aprovechar Internet para promocionar en los destinos con mejor conectividad.** Internet se ha convertido en una de las principales fuentes de información y de contratación de servicios para los golfistas. La combinación de este instrumento promocional con las posibilidades de conectividad que presentan las conexiones con determinadas zonas europeas a través de las compañías de vuelos directos de 'bajo coste', presentan la oportunidad de ser explotadas eficientemente.
- **Aprovechar la fuerte presencia en medios del golf.** El golf es una actividad generalmente mediática que permite, si se es capaz de generar noticias a través de eventos, personalidades etc. una presencia en medios considerable por parte del destino.
- **Continuar las políticas de desarrollo de mercados.** Hasta la fecha el mercado hegemónico es el alemán, sin embargo pueden plantearse estrategias para aumentar la presencia de jugadores centroeuropeos y continuar desarrollando el mercado británico, uno de los más activos a escala internacional en la práctica del golf.
- **Posicionarse en el creciente mercado del golf español.** La práctica del golf en España está consiguiendo muchos adeptos. Aprovechando la proximidad, sería interesante comenzar a posicionar Balears como destino golfístico para el turismo español.

- **Desarrollo de campos de golf compatibles con la preservación del medio ambiente.** En Balears se presenta la oportunidad de ser líderes en el desarrollo de campos de golf que integren la función turística con la protección del medio ambiente.
- **Mejorar la acción promocional de Balears con relación al golf.** Debería ser posible aumentar los niveles de promoción exterior del golf. Coordinar los esfuerzos del sector público con los de los agentes privados implicados, es una gran oportunidad para consolidar y mejorar el posicionamiento de Balears como destino de golf en los mercados europeos.
- **Mejora de la estacionalidad turística de las islas.** Por su perfil estacional, el turismo de golf complementa perfectamente la actividad turística vacacional mayoritaria en las islas, muy concentrada en los meses de verano.

4. Amenazas. Las principales amenazas detectadas por los expertos son las que se mencionan a continuación:

- **La evolución del sector aéreo puede afectar a la conectividad de las Balears** con los principales mercados emisores, si se produjera una reducción de la misma, esta sería especialmente grave en los períodos de primavera y otoño que son los más importantes para el desarrollo del turismo de golf. El mantenimiento de las actuales operaciones de hub del aeropuerto de Palma, que facilitan conexiones directas con los principales aeropuertos europeos a un coste razonable es un factor crítico para facilitar el futuro desarrollo del turismo de golf.
- **La percepción social del golf.** Si no se consigue una aceptación social de la práctica del golf por parte de los residentes en Balears, puede generarse una animadversión a la misma que puede poner en peligro el conjunto de la industria.
- **Disminución en la calidad del agua depurada.** Si no se consigue un nivel de aguas de riego de calidad, evidentemente esto se trasladará a la calidad de los campos y a las percepciones de los turistas que podrían redundar en una disminución en el atractivo del destino.
- **Durísima competencia nacional e internacional.** La competencia, emergente en la época de los estudios anteriores, no solo se ha consolidado, sino que se ha expandido. El segmento de golf está siendo introducido en la mayor parte de planes estratégicos de desarrollo turístico de los destinos tradicionales y emergentes, con lo cual la oferta se ha multiplicado y

exacerbado los niveles de competencia. Esta situación se ve claramente con ejemplos a escala nacional como son Andalucía o a escala Internacional como por ejemplo Portugal, Turquía, Túnez etc., destinos potentes y altamente competitivos que además seguirán creciendo en los próximos años.

Tabla 9. Análisis DAFO del turismo de golf en Balears

ANÁLISIS DAFO	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Climatología favorable, especialmente en comparación con los países de origen • Diversidad de campos en Mallorca • Conectividad aérea de Mallorca con determinados mercados emisores • Infraestructuras y oferta complementaria existente • Gran conocimiento de las Balears 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad estacional. Se producen bajadas considerables en la demanda en invierno y en verano • Limitada promoción exterior • Cierta pérdida de imagen como destino de golf en beneficio de otros destinos • Encarecimiento del destino y bajada en los niveles de satisfacción percibidos por los turistas de golf. • Oferta de campos de golf insuficiente, especialmente en Menorca y en Eivissa
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar Internet para promocionar en los destinos con mejor conectividad • Aumentar la presencia en determinados mercados emisores altamente dinámicos en turismo de golf, como son el británico y el escandinavo • Posicionarse en el creciente mercado español • Alargar la temporada de golf • Aumentar la promoción exterior • Desarrollar campos de golf compatibles con la preservación del medio ambiente • Mejora de la estacionalidad turística general de Balears 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de la conectividad con los países emisores en primavera y otoño • Disminución en la calidad del agua depurada que dificulta el riego y la calidad de la hierba • Competencia nacional (principalmente Andalucía) e internacional (especialmente Portugal) muy dura para la captación del turismo de golf • Aceptación social del golf

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

Las principales conclusiones que pueden extraerse del presente estudio se resumen a continuación:

- **La práctica del golf en el mundo sigue creciendo de manera continuada.** Si en 1993 se estimaba en 47 millones el número de jugadores, en 2000 se estimaba en cerca de 75 millones y en 2005 ya se estiman en algo más de 85 millones. El desplazamiento de estos jugadores para la práctica el golf ha generado el turismo de golf.
- **El desarrollo de nuevas infraestructuras de golf en Europa y en España ha ido parejo al crecimiento de la demanda.** En todo el mundo en general y de manera particular en Europa, los campos de golf se han ido multiplicando. En la actualidad, en Europa hay más de 6.200 campos, de los cuales 306 están en España. El caso español es uno de los más significativos, puesto que de los escasos 50 campos existentes en 1980 se ha pasado a 226 en 2000, y a los 306 en 2005, lo cual demuestra el fuerte interés que ha mostrado esta actividad, que es debido a un doble aumento de la demanda. De una parte, la demanda interna ha aumentado considerablemente, lo cual se observa en el número de federados españoles, que ha pasado de poco más de 5.000 en 1970 a más de 100.000 en 1995 a 186.000 en 2001 y a más de 235.000 en 2004. De otra parte el aumento de la demanda originada por turistas, que en el ámbito español se ha estimado que ha pasado de 120.000 en 1985 a más de 285.000 en 1995, a cerca de 580.000 en 2000 y a más de 750.000 en 2005.
- **En Balears se produce una estabilización en el número de campos de golf y en el total de rounds jugados.** Balears desarrolló considerablemente su oferta de campos de golf pasando de 8 campos en 1987 a 15 en 1997 y a 21 campos en 2001, aunque en el período 2001-05 se haya notado un estancamiento con sólo un nuevo campo abierto en el período. Paralelamente, la demanda también aumentó claramente hasta el 2001 pasando desde los cerca de 285.000 rounds jugados en 1995 a los casi 420.000 de 1997 y a los 605.000 de 2001, retrocediendo hasta los 590.000 en 2005. Esta estabilización en la práctica de golf en Balears se debe a la reducción del número de rounds jugados por los no residentes, los cuales han pasado de algo más de 455.000 rounds en 2001 a los 415.000 de 2005. Esta bajada se produce por el hecho de que el número de días que los turistas en su viaje dedican a jugar al golf ha descendido desde los 5,74 en 2001 hasta los 4,65 en 2005.

- **El número de turistas de golf y las estancias generadas han continuado aumentando.** El número de turistas de golf ha ido aumentando progresivamente hasta situarse en 89.383 en 2005 frente a los 79.270 de 2001 o a los 46.806 de 1997. El número de estancias se ha mantenido también ligeramente al alza ya que se mantiene la duración de los viajes. En 2005 se estiman un total de 1,028 millones de estancias por turismo de golf, que superan a las 0,938 millones de estancias de 2001 y que en ambos casos incluyen las estancias generadas por los jugadores de golf y las de sus acompañantes.
- En general, **las expectativas de crecimiento se han moderado.** La complicada evolución turística general y el estancamiento de la oferta ha llevado a una percepción de una cierta moderación respecto a la evolución de este segmento de mercado a corto plazo.
- **Las modificaciones en el perfil de los turistas de golf han sido muy ligeras en los últimos años.** Siguen siendo mayoritarios los alemanes, aunque la importancia relativa del mercado británico y del escandinavo ha aumentado notablemente. Se aprecia una cierta reducción en la edad media de los turistas, mayoritariamente hombres, con profesiones generalmente asociadas a altas remuneraciones e ingreso medios familiares medios altos.
- **Ganan importancia relativa, fórmulas de alojamiento diferentes de los hoteles tradicionales.** Aunque la mayoría de los turistas de golf sigue prefiriendo alojarse en hoteles o aparthoteles, otros tipos de alojamiento ganan importancia vivienda propia o alquilada, casas de amigos y familiares y hoteles rurales y agroturismos captan una parte significativa de los turistas de golf. En cualquier caso, los que se alojan en hoteles o aparthoteles siguen escogiendo mayoritariamente establecimientos de categoría superior (4 o 5 estrellas) en más del 72% de los casos.
- **Se reduce la importancia del paquete turístico.** Sólo un 30% de los turistas afirma haber venido con un paquete turístico y aumenta el *seat only* hasta representar más del 60%. Esto es cierto para los mercados británico y alemán que disponen de conexiones frecuentes y a precios accesibles gracias a la introducción de los vuelos *low cost*. Por el contrario, los escandinavos, al no disponer de la calidad de comunicaciones de los otros mercados, optan más por el paquete turístico y el alojamiento en hoteles tradicionales.
- **La estancia media se estabiliza en 9,91 días.** Si en 1997 la estancia media se estimaba en 10,28 días, en 2001 se estimó en 9,86 días, prácticamente idéntica a los 9,91 estimados en 2005. Por el contrario, el número de días que dedican a jugar a golf se ha reducido de los 5,74 de 2001 a los 4,65 de 2005.

- **Los principales destinos alternativos a Balears en el turismo de golf** siguen siendo el resto de **España** (principalmente la Costa del Sol y Canarias), **Francia, Portugal** (Algarve) y aparece con fuerza **Turquía**.
- **El uso de Internet se ha popularizado mucho entre los turistas de golf.** Tanto para la contratación del viaje como del alojamiento e incluso para la contratación de los *green fees*, el uso de Internet se ha convertido en una práctica habitual, con porcentajes de uso del 52%, 43% y 31% respectivamente.
- Con relación a las **principales motivaciones** para escoger Balears, **el clima, escapar de la rutina diaria y disfrutar la naturaleza** son los motivos más mencionados. En general, el turista de golf valora más los aspectos de tranquilidad, naturaleza y culturales que el turista medio que visita las Balears. Es, asimismo, menos sensible al precio.
- **Sigue observándose un alto nivel de repetitividad hacia Baleares.** En general los turistas de golf son grandes conocedores de Balears, declarando más del 50% que ha visitado Balears más de 4 veces, por lo cual, ya disponían de información previa al viaje basada en experiencia personal y de amigos y conocidos. En comparación con los datos de 2001 y 1997 cabe constatar la consolidación de la importancia de **Internet** como instrumento en la recogida de la información. Si en 1997 apenas un 0,3% de los golfistas declaraban haberla utilizado como fuente de información para el viaje, en 2001 casi un 17% declara su utilización y en 2005 alcanzaba el 56,8%, aunque las experiencias anteriores y las conversaciones con amigos y familiares siguen teniendo mayor influencia en la decisión.
- **El gasto por persona y día en lugar de origen sufre un ligero retroceso,** mientras que el gasto efectuado en Balears aumenta aunque a una tasa muy moderada, estimándose en 2005 en 94,74 y 101,66 euros respectivamente.
- **El gasto turístico generado por los turistas que juegan a golf se ha estabilizado aumentado un 7,5% en términos nominales entre 2001 y 2005.** Estas tasas de crecimiento son menores que las experimentadas entre 1997 y 2001 periodo en el que se estimó un crecimiento del orden del 94,6%, y que se ha traducido en una evolución del **gasto total de 201,83 millones de euros en 2005,** frente a los 187,76 millones de euros de 2001.
- **Los ingresos totales para Balears generados por el turismo de golf aumentan un 8,7% respecto a 2001 y ascienden 158,00 millones de euros en**

2005. Este importe se obtiene por la suma del gasto realizado directamente en Balears 104,46 millones de euros por los turistas de golf y sus acompañantes, más la parte que gastaron en su país de origen y que se estima que revierte finalmente a Balears mediante pagos a agentes económicos de las islas (53,54 millones de euros). Estos **158,00 millones de euros**, suponen más de un 8,7% de incremento nominal sobre los 145,31 millones de euros ingresados en 2001.

8.2 Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos y de las entrevistas realizadas podrían desprenderse las siguientes recomendaciones:

- **Consolidar e incidir en la cultura de la calidad y de la atención al cliente.** Los resultados obtenidos indican que la experiencia propia y la recomendación personal es la fuente de información principal de los turistas de golf. Procurar un alto grado de satisfacción es pues, uno de los requisitos fundamentales para asegurar la fidelización de los mismos así como para la difusión de Balears como destino ideal para la práctica del golf. Si Balears pretende seguir siendo un destino puntero dirigido al segmento medio alto, debe ofrecer niveles de calidad que justifiquen unos precios más elevados.
- **Favorecer el uso de las nuevas tecnologías en la promoción del turismo de golf.** Como se ha visto en el informe, el uso de Internet, es cada vez mayor por parte de los turistas de golf, tanto para recabar información, cómo para adquirir su viaje total o parcialmente. Por otra parte, únicamente el 41% de los campos efectúa promociones a través de Internet. Las nuevas posibilidades de comercialización que se abren con estas tecnologías no deberían desaprovecharse, y deberían involucrarse en ellas los diferentes agentes interesados en el desarrollo turístico de Balears, administraciones públicas, campos de golf, alojamientos, oferta complementaria etc.
- **Desarrollar políticas de aseguramiento de la calidad en el suministro de agua depurada.** La viabilidad del negocio del golf en Balears, pasa por disponer de unos suministros de agua suficientes y de calidad, que permitan mantener las infraestructuras en óptimas condiciones. Si bien no existen quejas sobre la cantidad de agua disponible, en lo referente a la calidad, desde los campos de golf suele expresarse en determinados casos su preocupación, puesto que especialmente en verano, la calidad del agua depurada no se considera suficiente, con lo cual se perjudica a los campos.

- **Diversificar los mercados existentes, potenciando la presencia en Gran Bretaña y Escandinavia.** En Balears se observa una presencia mayoritaria de turistas de golf alemanes, en consonancia con el éxito de este mercado en el conjunto del turismo que reciben las Balears. Los buenos resultados de los mercados británico y escandinavo pueden ayudarnos a determinar como prioritarios los esfuerzos promocionales en estos dos mercados, sin por ello obviar la tradicional importancia del mercado alemán.
- **Continuar con los programas generales de desestacionalización.** El mantenimiento del atractivo de Balears para el turista de golf, lleva implícita la necesidad de un mínimo de actividad en los destinos turísticos y una oferta complementaria abierta, especialmente en los meses de primavera y otoño. Los esfuerzos generales a favor de la desestacionalización turística, redundan por tanto, en la mejora del atractivo de Balears como destino de golf.
- **Redoblar los esfuerzos promocionales e incidir en la creación de una imagen de Balears como "destino de golf".** Los grandes esfuerzos promocionales y de producto que están llevando a cabo múltiples destinos, y de manera especial Andalucía, Algarve y Canarias, les está llevando a posicionarse como los líderes en el campo del turismo de golf. Existe el riesgo de que sin una atención adecuada, esto pueda perjudicar a medio plazo el desarrollo del turismo de golf en Balears, puesto que la imagen actual de Balears no está especialmente vinculada a este tipo de turismo. En este sentido, se recomienda la difusión de las múltiples posibilidades de la práctica de golf en Balears y favorecer la continuación de las ofertas conjuntas realizadas por los diferentes campos de golf.
- **Favorecer el desarrollo de iniciativas promocionales conjuntas públicas y privadas.** La mayor parte de campos de golf estima como oportuno aumentar la promoción exterior de los mismos y mejorar la coordinación entre ellos a la hora de llevar a cabo acciones promocionales. Asimismo, reclaman una mayor implicación de los entes públicos en estos esfuerzos para mejorar la efectividad de los recursos invertidos.
- **Favorecer el aumento de las conexiones aéreas directas a precios razonables con los mercados a desarrollar.** Cada vez más, la existencia de comunicaciones "low cost" condiciona la elección del destino turístico, en la actualidad, casi un 60% de los turistas de golf afirman que la existencia de este tipo de conexiones les condiciona en mayor o menor medida, es por eso que los mercados que no disponen de ellas son más difíciles de desarrollar. Este es el caso de los mercados Escandinavos, los cuales especialmente en los

meses de invierno y otoño tienen una accesibilidad bastante limitada, prácticamente reducida a paquetes turísticos, dificultando el desarrollo del pasajero independiente que, por otra parte, es el que presenta tasas de crecimiento más elevadas.

- **Promover un desarrollo equilibrado y razonable de nuevos campos de golf en Baleares, especialmente en Menorca y en Eivissa.** Para poder continuar el desarrollo de este segmento de mercado es imprescindible continuar mejorando la calidad y cantidad de nuestra oferta de campos de golf. Esta necesidad es especialmente patente en Menorca y en Eivissa ya que con un sólo campo de golf cada una no tienen ninguna posibilidad de ofertar un producto atractivo en un mercado donde la diversidad de oferta y la posibilidad de jugar en varios campos es un requisito cada vez más valorado y exigido por parte de los turistas de golf.

9. BIBLIOGRAFÍA Y ENTREVISTAS

9.1 Bibliografía

- <http://www.golfeurope.com/clubs/durham.htm>
- <http://www.golfeurope.com/clubs/europe.html>
- <http://www.ngf.org/opportunities/execsum.html>
- **Actualidad Económica (29/9/97).** "Un 'put' de 122.000 millones"
- **Asociación de Campos de Golf de Balears (1996).** *Guía del Golf de Balears.* Taylor Bros Publication.
- **Aymerich Consulting (1996).** *Informe Económico y Perspectivas del Sector del Golf en España.*
- **CAEB / IBATUR (1997).** *El Turismo de Golf en Balears.*
- **CAEB / IBATUR (2002).** *El Turismo de Golf en Balears.*
- **Cebrian, B. (2005).** "El Otro Lado del Sol y Playa" Diario el País, Suplemento empresas 22, Mayo. Pág. 5
- **Confederación de Empresarios Andaluces - CEOE (1994)** *Actualización del Informe Sobre Turismo de Golf en Andalucía.*
- **Conselleria de Turisme i Conselleria d'Economia i Hisenda,** La Despesa Turística. Varios años.
- **Convención Mundial de Turismo de Golf (2000).** III Convención Mundial del Turismo de Golf. Jerez de la Frontera.
- **European Travel Monitor (varios años).** *European Travel Data Monitor.*
- **Golf Research Group (1994).** "Golf Boom Continues..." Golf Enterprise Europe. pp12-13. Mar.-Abril.
- **Instituto de Estudios Turísticos (2004).** Encuesta de movimientos turísticos

en fronteras FRONTUR. Ministerio de Industria Turismo y Comercio. Secretaria General de Turismo. www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/frontur/

- **Instituto de Turismo de España (2001).** *Producto Golf*. Presentaciones Área de Turismo Deportivo y Naturaleza.
- **Knoerzer, Holmar (2000).** *El Boom del Golf en el Turismo, un segmento en Pleno Auge*. Presse-Information. ITB Berlín.
- **Morena, A. (1999).** "The Costa Del Sol: A Case O Rejuvenation Through Enriching The Destination Product". Turizam vol. 47 (3): pp 261-265
- **National Golf Foundation (1998).** *The Global Dimensions of the Golf Industry* NGF Infopack
- **National Golf Foundation (1999).** "A Strategic Perspective on The Future of Golf". NGF Infopack.
- **Real Federación Española de Golf (2005).** Campos por provincias. www.golfspainfederacion.com
- **Secretaría General de Turismo (2001).** *Estudio Sobre el Turismo Deportivo de Golf: el Impulso a Nuevos Campos*.
- **Sullivan, Mike (1996).** "The Japanese golf holiday market". Travel and Tourism Analyst nº2 1996.
- **Turespaña (2003)** Estudios de Productos Turísticos, *Turismo de Golf*
- **Wallenhorst, R. (1996).** *Golf Market in Germany: Current Structures and Trends*. Europaisches Tourismus Institut Gmbh, Universitat Trier.

9.2 Entrevistas

- **Alcina, Gabriel.** Club de Golf Canyamel
- **Álvarez, Juan.** Club de Golf Son Vida
- **Bulker, Paul.** Golf Andratx
- **De Alfonso, Adolfo.** Club de Golf Vall d'Or
- **Fernández, Juan.** Club de Golf Son Servera
- **Fernández, Susan.** Club de Golf Capdepera
- **Guerrero Patricia.** Club de Golf Pollença
- **Jiménez, José.** Presidente Asociación Campos de Golf de Balears. Golf Poniente
- **Mascaró, Pilar.** Club de Golf Son Parc
- **Pando, Jorge.** Club de Golf Bendinat
- **Rodríguez, Maria.** Rotana Greens
- **Sala, Romeo.** Club de Golf Pula

10. FICHA TÉCNICA

10.1 Diseño del cuestionario y trabajo de campo

Para la realización del presente trabajo se prepararon dos cuestionarios. El primero estaba dirigido a los turistas que juegan a golf en las islas Balears que tenía por objetivo realizar un estudio descriptivo de la demanda. El segundo dirigido a los directores de los campos de golf tenía por objetivo la determinación del número de visitas así como otros aspectos cuantitativos y cualitativos referentes al futuro del golf en Balears.

La encuesta dirigida a campos de golf estaba estructurada de la siguiente manera:

- La primera parte buscaba determinar los datos referentes al perfil del usuario tales como: sexo, edad, nacionalidad, nivel de juego, profesión, etc.
- La segunda parte hacía referencia a aspectos descriptivos del comportamiento del consumidor, como por ejemplo: preferencias de alojamiento, métodos de reserva utilizados, estancias medias, repetitividad, hábitos de viaje, destinos alternativos, etc.
- La tercera parte estaba diseñada para recabar información referente al gasto turístico realizado y su composición.
- La cuarta parte estaba dirigida a analizar las motivaciones de los turistas de golf y su satisfacción en relación con su estancia como con otros aspectos más generales de Balears.
- La quinta parte estaba destinada a recoger información sobre los principales motivadores a la hora de escoger Balears y las principales fuentes de información.

Las encuestas se administraron personalmente en los diferentes campos de golf de Balears durante los meses de Marzo, Abril, Mayo y Septiembre. Una vez en el campo de golf, el encuestador entrevistó aleatoriamente a un máximo de 15 individuos no residentes en Balears por sesión.

De otra parte, el cuestionario administrado a los directores de campos de golf estaba estructurado en dos grandes apartados:

- Un primer apartado cuantitativo destinado a recoger datos referentes al número total de *rounds*, distribución de los *rounds* jugados entre residentes y no residentes, etc.
- Un segundo apartado cualitativo destinado a recabar las opiniones de los campos de golf sobre las previsiones de evolución de la demanda a corto y medio plazo, opiniones sobre aspectos relevantes de la así como informaciones necesarias para la elaboración del DAFO del turismo de golf.

10.2 Ficha técnica

Tabla 10. Ficha técnica

Tipo de Encuesta realizada	Personal
Lugar de realización de la encuesta	Campos de golf de Balears
Horario	Mañanas de 11-2 Tardes de 4-8
Universo	Personas no residentes en Balears que practican el golf en Balears
Tamaño de la Muestra	470 individuos
Error de la muestra	4.61% (para el total de la muestra)
Dispersión	P=Q=0.5
Fecha de trabajo de Campo	Marzo, Abril, Mayo y Septiembre 2005

El turisme de golf a Balears. 2005



Govern de les Illes Balears
Conselleria de Turisme

INESTUR
INSTITUT D'ESTRATÈGIA TURÍSTICA



CI·TTIB
CENTRE D'INVESTIGACIÓ I DE TECNOLOGIES
TURÍSTIQUES DE LES ILLES BALEARS



www.inestur.es
www.illesbalears.es

Taula de continguts	Pàg.
1. Introducció	99
2. El golf i el turisme de golf, un segment en constant creixement	101
3. El golf a Espanya	106
3.1 Constant creixement dels camps de golf	106
3.2 Utilització de les infraestructures i el turisme de golf	109
4. El turisme de golf a Balears	111
4.1 Oferta de camps de golf	111
4.2 La pràctica del golf a Balears	114
4.3 El perfil dels turistes de golf	117
4.4 Aspectes descriptius del comportament del turista de golf	121
4.5 Ús d'Internet	125
4.6 Tendències vacacionals i destinacions alternatives	127
4.7 Influència de les baix cost en l'elecció de la destinació	130
4.8 Satisfacció dels turistes que juguen a golf a Balears	132
4.9 Motivacions dels golfistes per a viatjar	134
4.10 Activitats realitzades	136
4.11 Repetició i obtenció d'informació	137
5. Impacte econòmic del turisme de golf	142
5.1 Estimació del nombre de turistes i estades generades	142
5.2 Despesa realitzada en el país d'origen i a Balears	143
5.3 Ingressos per turisme de golf a Balears	147
6. Perspectives de futur i activitat promocional	150
6.1 Perspectiva de creixement de la demanda	151
6.2 Realitat virtual i pràctica del golf	152
6.3 Opinió dels camps de golf	154
6.4 L'actuació dels camps de golf. Accions de promoció	159

© EL TURISME DE GOLF A BALEARS. 2005

Direcció: Vicenç Tur Tur, CAEB.

Elaboració: Joan B. Garau Vadell.

Equip col·laboradors: Vanessa Prados, Maria Rigo, Theresa Larson, Dolors Nadal, Bárbara Vives, Scott Comben, María Luisa González.

Estudi realitzat en virtut del conveni INESTUR-CAEB

7. Anàlisi DAFO del turisme de golf a Balears	160
8. Conclusions i recomanacions	165
8.1 Conclusions	165
8.2 Recomanacions	168
9. Bibliografia i entrevistes	171
9.1 Bibliografia	171
9.2 Entrevistes	173
10. Fitxa tècnica	174
10.1 Disseny del qüestionari i treball de camp	174
10.2 Fitxa tècnica	175

Llista de taules

Pàg.

Taula 1. Federats a Europa	103
Taula 2. Distribució de camps de golf per països	104
Taula 3. Vacances de golf dels principals països emissors d'Europa ...	105
Taula 4. Camps previstos en els pròxims 10 anys	108
Taula 5. Camps de golf existents i en construcció a Balears	112
Taula 6. Distribució de la despesa mitjana diària a Balears	146
Taula 7. Distribució de la despesa mitjana diària a Balears únicament dels que admeten haver efectuat pagaments a Balears	146
Taula 8. Evolució de la distribució de la despesa diària a Balears	147
Taula 9. Anàlisi DAFO del turisme de golf a Balears	164
Taula 10. Fitxa tècnica	175

Llista de gràfics

Pàg.

Gràfic 1. Jugadors de golf en el món i a Europa (milions)	102
Gràfic 2. Evolució dels camps de golf a Espanya.1980-2005	106
Gràfic 3. Evolució camps de golf per comunitats autònomes	107
Gràfic 4. Evolució jugadors espanyols: 1970-2005	109
Gràfic 5. Jugadors de golf estrangers a Espanya	110
Gràfic 6. Evolució camps de golf a Balears per illes	111
Gràfic 7. Evolució del nombre de rounds jugats a Balears	114
Gràfic 8. Evolució en la distribució mensual del nombre de rounds	115
Gràfic 9. Distribució del nombre de rounds per residència	116
Gràfic 10. Turistes de golf a Balears	117
Gràfic 11. Nacionalitat dels turistes de golf a Balears	118
Gràfic 12. Edat dels turistes de Balears que juguen a golf (%)	118
Gràfic 13. Turistes de golf a Balears per sexe. 2005	119
Gràfic 14. Turistes de golf a Balears per professió	120
Gràfic 15. Ingressos familiars nets anuals dels golfistes	121
Gràfic 16. Tipus d' allotjament utilitzat durant l'estada a Balears	122
Gràfic 17. Categoria dels allotjaments utilitzats pels turistes de golf ..	122
Gràfic 18. Tipus de contractació de les vacances	123
Gràfic 19. Nombre de camps que visiten a Balears	124
Gràfic 20. Estada mitjana i dies de pràctica de golf	125
Gràfic 21. Canal d'adquisició del vol	126
Gràfic 22. Canal d'adquisició de l'allotjament	126
Gràfic 23. Canal d'adquisició dels green fees	127
Gràfic 24. Viatges anuals amb la intenció principal de jugar a golf	128
Gràfic 25. Preferències estacionals en els viatges per jugar a golf	128
Gràfic 26. Destinació més freqüentada per jugar a golf	129
Gràfic 27. Influència de l'existència de baix cost en l'elecció de la destinació de golf	130
Gràfic 28. Valoració d'aspectes específics de l'estada a Balears	133
Gràfic 29. Recomanaria Balears als amics per a la pràctica del golf? ..	134
Gràfic 30. Motivadors turístics dels golfistes	135

Gràfic 31. Activitats realitzades apart de jugar a golf.....	137
Gràfic 32. Repetitivitat dels turistes de golf	138
Gràfic 33. Principals fonts d'informació utilitzades.....	139
Gràfic 34. Grau d'influència de les fonts d'informació.....	141
Gràfic 35. Evolució de la despesa per persona i dia en el país d'origen.....	144
Gràfic 36. Evolució de la despesa per persona i dia en el país d'origen per nacionalitats.....	144
Gràfic 37. Evolució de la despesa per persona i dia a Balears.....	145
Gràfic 38. Despesa efectuada a Balears per nacionalitats.....	145
Gràfic 39. Evolució de la despesa directa efectuada a Balears.....	148
Gràfic 40. Evolució dels ingressos per turisme de golf a Balears.....	149
Gràfic 41. Previsió de creixement de la demanda de golf per als pròxims tres anys	151
Gràfic 42. Substituiran els simuladors de golf la pràctica real?	153
Gràfic 43. Els simuladors reduiran el nombre de viatges per jugar a golf	154
Gràfic 44. L'aigua depurada és suficient per regar els camps de golf	155
Gràfic 45. Els mesos punta els camps de golf estan al límit màxim ...	155
Gràfic 46. En el futur els jugadors de golf seran menys elitistes	156
Gràfic 47. Són necessàries més accions de promoció conjuntes	157
Gràfic 48. Són refractaris o veuen amb mals ulls els residents els camps de golf?	157
Gràfic 49. És necessària més promoció del turisme de golf?	158
Gràfic 50. Les noves destinacions de golf estan restant molts turistes a Balears.....	158
Gràfic 51. Accions de promoció dels camps de golf	159



1. INTRODUCCIÓ

L'economia balear, àmpliament centrada entorn del sector turístic, presenta alguns dèficits estructurals que dificulten el desenvolupament d'una forma sostenible a mitjà i llarg termini. Entre els principals reptes que es plantegen de cara al futur pot destacar-se el de l'**estacionalitat**.

La concentració de l'activitat econòmica durant uns mesos de l'any produeix desequilibris importants, com ara congestió en els sistemes de transport en els mesos de temporada alta, augment de la desocupació en temporada baixa, infrautilització d'infraestructures i sobredimensionament d'aquestes amb relació a la utilització mitjana, etc.

Aquesta situació condueix a la necessitat d'incentivar el desenvolupament de nous productes i mercats que permetin allargar la temporada i gestionar de manera més eficient els recursos dels quals disposa l'economia balear. Amb aquesta intenció, des del Govern de les Illes Balears s'està impulsant el desenvolupament de nous tipus de turisme específics com ara el cicloturisme, agroturisme, turisme sènior, turisme de golf, etc., que presentin un component estacional que ajudi a "allargar" la temporada.

Així doncs, el **turisme de golf**, compost per tots aquells turistes que realitzen pràctiques de golf a les illes, constitueix un segment que presenta un component estacional molt adequat per reduir els desequilibris en la distribució anual dels fluxos turístics, al qual s'ha d'afegir l'alta capacitat de despesa que se suposa a aquest tipus de turistes.

La importància estratègica d'aquest segment justifica la necessitat de mantenir-ne un seguiment actualitzat, per la qual cosa aquest treball constitueix una actualització i continuació dels elaborats el 1997 i el 2001 que, a grans trets, pretén els següents objectius:

- Analitzar algunes de les principals tendències del mercat del golf al món i, de manera més específica, als països europeus que constitueixen els principals mercats emissors de turistes cap a Balears.
- Realitzar un estudi descriptiu del turisme de golf a Balears analitzant l'evolució de determinats aspectes com:
 - L'evolució quantitativa del turisme de golf i les seves principals tendències.
 - El perfil del turista de golf.

- La influència de l'existència de vols de baix cost a la selecció de la destinació turística.
 - El comportament del consumidor turístic de golf.
 - La satisfacció del turista de golf.
 - L'impacte econòmic del turisme de golf a Balears.
- Demanar l'opinió d'alguns dels principals agents relacionats amb el desenvolupament del turisme de golf a Balears i efectuar una estimació prospectiva del seu futur.

Per a l'elaboració d'aquest treball s'ha utilitzat una metodologia que consisteix en:

1. Revisió bibliogràfica dels principals articles i treballs que hi ha sobre el tema.
2. Estudi de camp, utilitzant qüestionaris repartits a una mostra representativa de turistes "de golf" que han servit per a elaborar els aspectes descriptius i els que es refereixen al comportament del consumidor tractats en el treball.
3. Entrevistes a camps de golf, que han servit per determinar el total de turistes de golf que visiten Balears i han estat la base per a l'elaboració dels aspectes relacionats amb les perspectives de futur.

2. EL GOLF I EL TURISME DE GOLF, UN SEGMENT EN CONSTANT CREIXEMENT

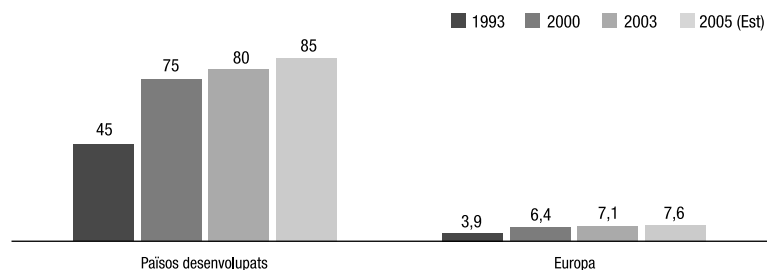
En les darreres dècades, la pràctica del golf, un esport de llarga tradició als països anglosaxons, ha gaudit d'un extraordinari desenvolupament tant als països d'origen com a la resta del món desenvolupat.

En general, la pràctica del golf s'ha popularitzat considerablement i els aproximadament 80 milions de jugadors actuals que hi ha al món podrien convertir-se en més de 120 en menys de 10 anys. Però hi ha una cosa que creix encara més: els jugadors que viatgen a la recerca d'experiències de golf. Això dona lloc al desenvolupament d'un segment turístic nou i atractiu, el turisme de golf, dedicat a crear, vendre i operar viatges de plaer orientats al golf (Turespaña 2003).

Diferents indicadors ens mostren el constant creixement de la pràctica del golf a la major part de països desenvolupats i, de manera indirecta, el seu efecte en el desenvolupament de la pràctica de golf com a motivador turístic. En aquest sentit, podem apreciar alguns aspectes significatius:

- **En el període 1993-2003 s'estima que el nombre total de practicants de golf a escala mundial ha passat de prop de 47 milions a més de 80 milions.** D'acord amb estimacions realitzades per l'Associació de Golf d'Alemanya, el nombre total de golfistes als països desenvolupats ha augmentat en la darrera dècada fins a sobrepassar els 80 milions de practicants. Tan sols als Estats Units i Japó sumen 45 milions, el que suposa entre el 10 i el 15% de les seves poblacions; a Europa aquest percentatge és només del 3% del total de la població, el que dona un total de jugadors d'aproximadament 7,5 milions. Les diferències en el percentatge de practicants ens indiquen, en un món cada vegada més globalitzat, el potencial de creixement que suposa la pràctica de golf a Europa.

Gràfic 1. Jugadors de golf al món i a Europa (milions)



Font: Federació Alemanya de Golf, Federació Golf USA, estimacions

- **Els Estats Units i Japó són els països on més es practica el golf.** En aquests països es concentren la immensa majoria dels practicants. Estats Units, amb prop de 27 milions de practicants, destaca pel liderat definitiu en nombre absolut de jugadors(1). El percentatge de la població que juga al golf se situa en aproximadament un 12%, percentatge que s'ha mantingut estable en la darrera dècada i que indica l'alt nivell de maduresa del mercat americà. El segueix Japó amb més de 18 milions de federats i, bastant allunyat, i encapçalant els països europeus, Gran Bretanya, amb prop de 2,5 milions de federats.
- **A Europa s'estima que hi ha més de 7 milions de jugadors de golf actius.** Encara que l'absència de sistematització en les informacions disponibles no permet calcular l'autèntica dimensió d'aquest segment, les estimacions realitzades en els darrers anys ens indiquen que el nombre estimat de practicants pot trobar-se entorn dels 7 milions. Aquestes estimacions s'obtenen a partir de les dades dels federats a cada un dels diferents països europeus. En suposar que un 40% dels practicants no es troba federat s'obté un total de practicants de més de 7 milions.
- Els principals països europeus per nombre de practicants són Gran Bretanya, Alemanya i Suècia, com s'aprecia a la taula següent, en la qual es recullen el nombre de federats en cada un dels diferents territoris.

(1) Aquesta xifra és el resultat d'una fase d'estabilització de la demanda respecte a anys anteriors.

Taula 1. Federats a Europa

País	Camps de golf	Jugadors	Homes	Dones	Júnior
Anglaterra	1.911	937.451	747.948	124.630	64.873
Suècia	430	554.293	315.506	146.606	92.181
Alemanya	648	483.172	259.462	172.336	51.374
França	548	359.141	222.536	96.555	40.050
Irlanda	403	266.730	179.800	51.430	35.500
Escòcia	546	261.075	196.062	35.433	29.580
Països Baixos	139	251.000	156.000	84.000	11.000
Espanya	306	233.708	153.553	69.347	10.808
Dinamarca	148	130.706	80.367	38.715	11.624
Noruega	155	122.000	76.000	29.000	17.000
Finlàndia	106	105.576	62.247	29.016	14.313
Àustria	138	86.366	47.016	30.108	9.242
Itàlia	229	76.717	54.208	22.509	(7.143)
Gal·les	161	70.521	53.448	8.775	8.298
Suïssa	85	46.414	25.295	16.001	5.118
Bèlgica	65	45.589	29.879	15.710	(5.159)
Rep. Txeca	52	19.240	12.015	4.371	2.854
Portugal	67	17.642	12.359	3.594	1.689
Islàndia	56	9.793	6.401	2.023	1.369
Eslovènia	8	7.309	4.677	2.080	552
Rússia	3	4.800	2.500	1.500	800
Luxemburg	6	3.637	2.546	1.091	(408)
Turquia	9	3.610	2.460	935	215
Israel	2	2.000	1.200	450	350
Eslovàquia	5	1.880	1.178	371	331
Hongria	7	1.510	1.200	150	160
Grècia	6	1.335	860	180	295
Polònia	18	1.030	800	150	80
Estònia	5	680	Nd		
Letònia	2	600	400	70	130
Xipre	4	458	336	108	14
Lituània	1	265	165	50	50
Sèrbia & Mont.	1	190	115	40	35
Croàcia	1	168	139	29	
Bulgària	4	102	95	4	3
Total Europa	6.275	4.106.708			

Font: European Golf Association (2005)

- **Les perspectives de creixement del golf a Europa són elevades.** Si a Estats Units s'estima que el percentatge de practicants de golf puja al 12%, a Europa la mitjana de practicants amb prou feines s'acosta a l'1%, llevat de casos excepcionals com Suècia, que té prop d'un 6,6% de jugadors sobre població, a la resta de països els percentatges són clarament inferiors, el que mostra les possibilitats de creixement del golf a Europa.
- **El desenvolupament de nous camps de golf durant la darrera dècada ha estat constant en l'àmbit mundial.** Entre 1985 i 2005 la major part dels països desenvolupats han vist multiplicar les seves instal·lacions de golf de manera constant. Durant aquest període, només a Estats Units s'han obert més de 4.000 nous camps de golf, el que representa aproximadament el total de camps que hi ha en el conjunt d'Europa exceptuant Gran Bretanya. En el cas d'Estats Units, a pesar que s'han obert nous camps, el percentatge de població que practica el golf continua estable en aproximadament el 12%, el que ha provocat un cert excés d'oferta.

Taula 2. Distribució de camps de golf per països

	1985	1990	1995	1999	2005
Regne Unit	1.846	2.164	2.484	2.600	2.650
Alemanya		203	450	550	648
França		5	339	360	548
Irlanda		109	183	270	403
Suècia		28	208	240	430
Espanya		91	170	208	306
Portugal		9	22	45	67
Total Europa		2.800	3.911	4.800	6.235
Estats Units	13.400	13.951	15.500	16.500	17.000
Japó	1.400	1.650	Nd		3.000
Austràlia	1.350	1.522	Nd		2.000
Canadà	1.150	1.800	Nd		2.000
Nova Zelanda	380	440	Nd		
Àfrica del Sud	360	378	Nd		

Font: Global dimensions of the Golf Industry. National Golf Foundation. Golf Europe (2001), European Golf Association (2005) i estimacions CAEB

- **El creixement dels camps de golf a Europa també ha estat considerable.** Com s'observa a la taula anterior, entre 1995 i 2005 s'han construït a Europa més de 2.000 nous camps, el que suposa augmentar l'oferta disponible en més del 60%.
- **A més de ser un esport d'alt creixement, la pràctica del golf s'inclou entre les principals motivacions dels turistes europeus que realitzen turisme esportiu.** És important destacar que els quatre principals països europeus emissors (Regne Unit, Alemanya, Suècia i França), registren percentatges bastant alts quant a la seva propensió de passar les vacances de golf fora del propi país, destacant clarament Alemanya sobre la resta.

Taula 3. Vacances de golf dels principals països emissors d'Europa

País	Nre. vacances de golf	% a l'estranger
Regne Unit	487.000	52%
Suècia	415.000	48%
Alemanya	246.000	93%
França	216.000	42%
D'altres	275.000	--
TOTAL	1.639.000	--

Font: "Estudio de Turismo de Golf" (Turespaña, 2005)

3. EL GOLF A ESPANYA

La vocació turística espanyola ha influït i retroalimentat el procés de desenvolupament del turisme de golf. A mesura que s'anaven obrint nous camps de golf destinats majoritàriament a satisfer les necessitats dels jugadors estrangers, l'afició anava creixent entre la població espanyola.

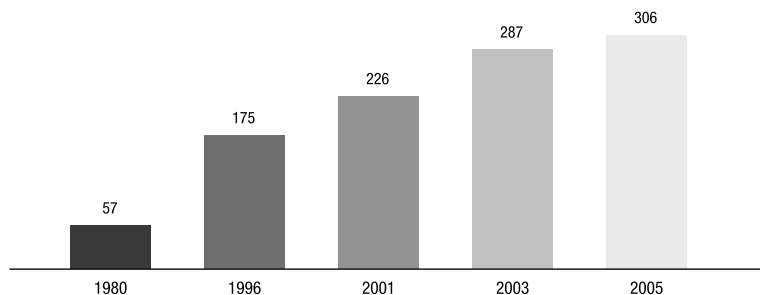
En aquest sentit, els punts següents tracten amb major profunditat ambdós fenòmens.

3.1 Constant creixement dels camps de golf

D'acord amb el creixement en l'àmbit internacional, la pràctica del golf i el consegüent augment del nombre de camps disponibles han experimentat també a Espanya una forta expansió. A continuació s'apunten alguns aspectes que poden ajudar-nos a confirmar aquesta tendència.

- **En l'actualitat hi ha 306 camps de golf a Espanya.** En el període comprès entre 1980 i 2005, el nombre de camps de golf que hi ha a Espanya s'ha multiplicat gairebé per 6, passant dels 57 que hi havia en la primera data als 306 oberts en l'actualitat.
- **La gran majoria dels camps s'han inaugurat a partir de la dècada dels 90 i a un ritme constant.** A partir dels inicis dels anys 90, Espanya ha desenvolupat una autèntica febre constructora de noves infraestructures per a la pràctica del golf que, a més, sembla que no ha arribat encara a la fi. Si entre 1980 i 1995 es varen construir més de 100 camps, entre 1995 i 2005, és a dir, en tot just una dècada, se n'han construït 131, a un ritme mitjà de 10 camps anuals inaugurats.

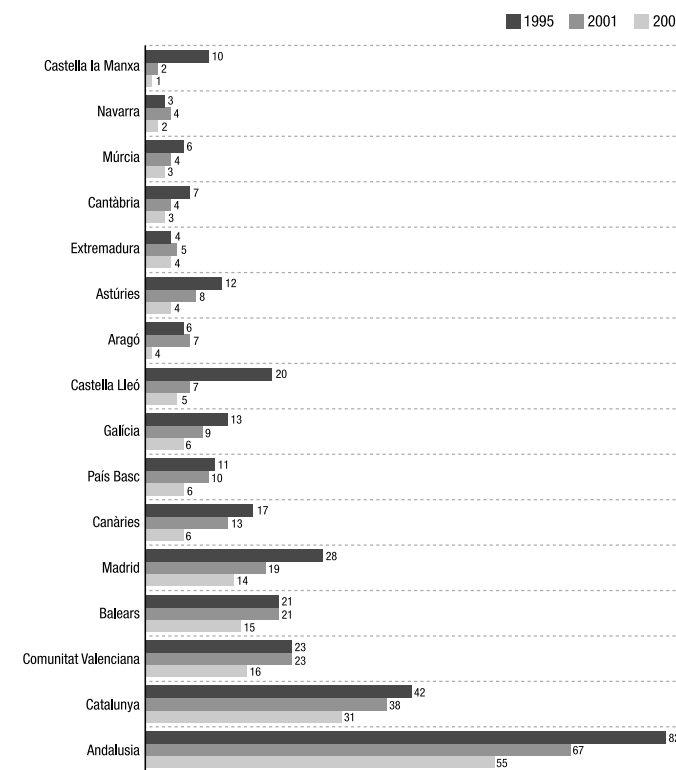
Gràfic 2. Evolució dels camps de golf a Espanya. 1980-2005



Font: Turespaña (2004) Real Federació Espanyola de Golf (2005)

- **Excepte Madrid, la major part dels camps de golf espanyols es concentren en zones turístiques costaneres.** Andalusia (82), Catalunya (42), València (23) i Balears (21), són les comunitats autònomes que disposen de més camps de golf. Fins i tot Canàries s'ha incorporat a la moda del golf i en l'actualitat ja ofereix 17 camps de golf que suposen un fort augment en relació amb els 13 del 2003 o als escassos 6 camps de 1995. Sense cap dubte pot, doncs, afirmar-se la clara vocació turística dels camps de golf espanyols i que determinades comunitats, molt especialment Andalusia amb Màlaga al capdavant, han fet del desenvolupament del turisme de golf una de les seves prioritats. Així mateix, cal destacar el fort impuls que ha rebut l'oferta de golf a Castella i Lleó, que ha passat de 5 a 20 camps en la darrera dècada.

Gràfic 3. Evolució camps de golf per comunitats autònomes



Font: Aymerich Consulting 1996 b, Real Federació Espanyola de Golf 2001, 2005

- **Es preveu que l'oferta de camps de golf continuï incrementant-se de manera significativa.** D'acord amb les estimacions efectuades per Turespaña (2004), a Espanya es preveu la construcció de fins a 120 nous camps en els pròxims 10 anys.

Taula 4. Camps previstos en els pròxims 10 anys

Província	Nre. camps	Província	Nre. camps
Cadís	20	Mallorca	10/12
Alacant	20	Tarragona	8
Màlaga	15	Castelló	8
Fuerteventura	14	València	8
Múrcia	12	Tenerife	6
Almeria	12	Las Palmas	6
Huelva	12	Granada	4

Font: Turespaña (2004)

- **L'heterogeneïtat de preus i qualitats és considerable, encara que els green fees a Espanya es troben entre els més cars d'Europa.** La qualitat i el corresponent preu dels serveis oferts pels diferents camps de golf varien sensiblement d'uns a uns altres. Així, podem trobar camps elitistes en els quals les taxes de joc o 'green fees' assoleixen, o fins i tot sobrepassen, els 200€, mentre que en determinats camps públics de tipus municipal de 9 forats poden trobar-se taxes de joc inferiors a 12 €. Malgrat aquestes diferències de mitjana, els green fees a Espanya es troben entre els més cars d'Europa. D'acord amb un informe del Golf Research Group (2002), Suïssa encapçalava els green fees més cars amb 49 €, seguida per Portugal amb 43 €, Espanya amb 42 € i Àustria amb 40 €. El Regne Unit tenia uns green fees mitjans de 31€, França de 30 € i Suècia era el més barat amb 28 € (Turespaña, 2004). En l'actualitat, els green fees continuen pujant i probablement sigui difícil practicar el golf per menys de 40 i 50 €, depenent de països i regions.
- **L'estacionalitat, tret característic de la major part dels esports, és especialment rellevant en el cas del golf.** Per tractar-se d'una activitat que es desenvolupa completament en un entorn natural i subjecta a les variables climatològiques, el golf presenta normalment una elevada estacionalitat. Els períodes anuals de màxima ocupació de la major part dels camps es registren a la primavera i a l'estiu, amb l'excepció de Canàries, que té la temporada alta a la tardor i l'hivern. De tota manera, la variabilitat és enorme ja que en àmplies

zones del litoral mediterrani es juga amb escasses variacions al llarg de tot l'any o potser amb certs declius a l'estiu, mentre que a les regions del centre i el nord d'Espanya es redueix sensiblement l'ús dels camps en els mesos hivernals.

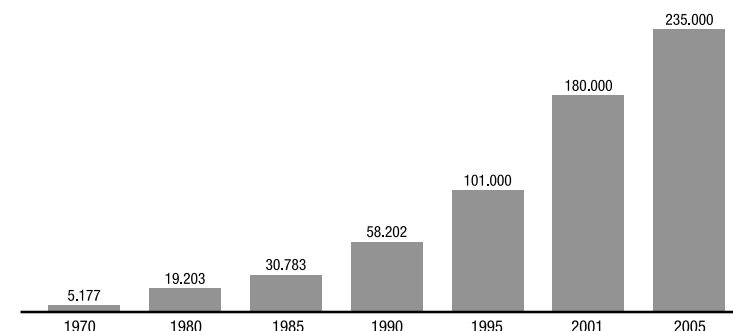
3.2 Utilització de les infraestructures i el turisme de golf

El gran desenvolupament de la pràctica del golf a Espanya en les tres darreres dècades té, sense cap dubte, un doble component. Per una part, s'ha produït un augment dels jugadors locals, que han passat d'uns 5.000 jugadors el 1970 a gairebé 235.000 el 2005. D'una altra part, la consolidació d'Espanya com a destinació turística ha produït un augment considerable dels visitants que utilitzen les instal·lacions dels camps de golf, els quals poden ser considerats com a turistes de golf.

Alguns aspectes que expliquen l'evolució de la pràctica del golf a Espanya s'expressen a continuació:

- **En els darrers 35 anys el nombre de jugadors locals s'ha multiplicat per 45.** La creixent afició a l'esport del golf a Espanya ha fet augmentar el nombre de golfistes que hi ha, multiplicant-se gairebé per 45 els que hi havia el 1970. Durant el període 1985-1995 el nombre de jugadors de golf va passar de 30.783 a més de 100.000 el 1995, el que representa una taxa d'increment mitjà anual superior al 12%. A partir de 1995, la popularització del golf ha estat realment espectacular, ja que en el període 1995-2001 gairebé es va duplicar el nombre de practicants espanyols i en el darrer quinquenni no ha fet més que confirmar-se la tendència fins a assolir els 235.000 jugadors actuals, tal com pot observar-se en el gràfic següent.

Gràfic 4. Evolució jugadors espanyols: 1970-2005



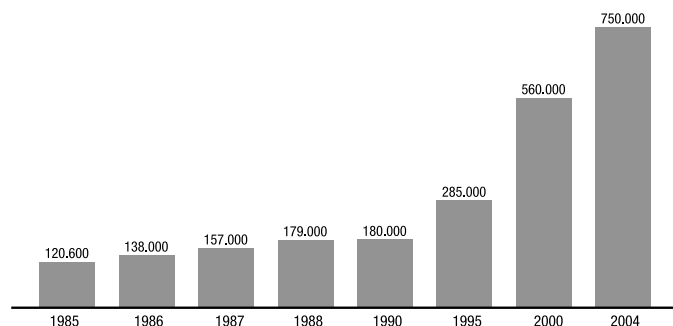
Font: European Golf Association (2005), Federació Espanyola de Golf i Diari Expansió (27/9/96)

- **A més dels jugadors locals, hi ha una forta demanda per part de jugadors estrangers.** Les primeres estimacions sobre el nombre de turistes que visiten Espanya daten de 1985, any en què un estudi realitzat per la Subdirecció General de l'Institut d'Estudis Turístics (Ortega, E. 1985) va estimar que el turisme de golf estranger a Espanya estava format per 120.600 jugadors, als quals es varen unir 24.120 acompanyants, el que totalitzava una xifra de 144.720 persones. El mateix estudi per a l'any 1986 va estimar en 138.000 el nombre de jugadors arribats que, amb els acompanyants, representaven un total aproximat de 165.000 jugadors.

En els anys que varen seguir, 1987 i 1988, es varen produir increments anuals de l'ordre del 14%, que varen situar el nombre de turistes arribats a Espanya per practicar el golf en xifres que es varen estimar en 157.000 i 179.000 persones. Al contrari, en els anys successius es va produir un estancament en el nombre de visitants que no es va recuperar fins a 1993. Per a l'any 1995, un estudi d'Aymerich Consulting estableix que el total de "rounds", és a dir, sortides als camps de golf, per part d'estrangers ascendien a prop de 2 milions. Tenint en compte que la major part de paquets turístics dirigits a gent que juga al golf inclouen 7 dies, podríem establir una estimació del nombre de visitants estrangers en uns 285.000 per a 1995.

Utilitzant la mateixa extrapolació, un estudi elaborat per la Secretaria General de Turisme en 2001 (Ministeri d'Economia, juliol 2001), va estimar que aproximadament 4 milions dels rounds realitzats en camps de golf espanyols els havien duit a terme estrangers. Si s'aplica l'estada mitjana de 7 dies obtenim un nombre total de turistes de golf de l'ordre dels 560.000 el 2000. Per a 2004, l'enquesta de turistes en fronteres Frontur de l'Institut d'Estudis Turístics (2004) va estimar que 1,2 milions de turistes d'un total d'uns 2,6 milions varen jugar a golf en la seva estada a Espanya. Tanmateix, no tots els que diuen que han jugat a golf resulta que tenen aquest com la seva motivació principal, pel que podríem estimar que el nombre total de golfistes es mou al voltant dels 750.000.

Gràfic 5. Jugadors de golf estrangers a Espanya



Font: Institut d'Estudis Turístics, Aymerich Consulting, Turespaña (2003) i estimació pròpia

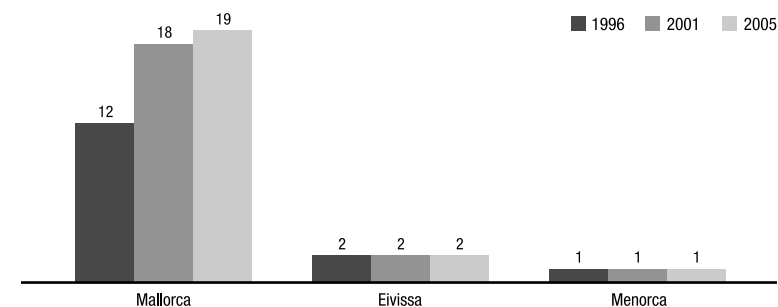
4. EL TURISME DE GOLF A BALEARS

4.1 Oferta de camps de golf

El desenvolupament del golf ha anat acompanyat també a Balears d'un augment en l'oferta existent. El 1996, en el conjunt de Balears es comptabilitzaven 15 camps de golf, dels quals 12 es trobaven a Mallorca, 2 a Eivissa i 1 a Menorca. En el quinquenni que arriba fins a 2001, es varen posar en funcionament 6 nous camps de golf, elevant-se la xifra total a 21 camps. El creixement es va produir només a l'illa de Mallorca, passant de 12 camps a 18 mentre que tant a Eivissa com a Menorca no es va produir cap increment.

Des del 2001 fins a la data, només un nou camp s'ha incorporat a l'oferta de camps de golf, una altra vegada a l'illa de Mallorca, si bé hi ha alguns camps en construcció, entre ells les ampliacions de Son Vida (Palma), el golf de Majoris (Llucmajor), Sa Vinyola (Camps), Puntiró (Palma) i Son Gual (Palma) que en breu s'incorporaran a l'oferta de golf a Balears amb 18 forats cada un. Aquesta nova oferta augmentarà la capacitat màxima diària de golfistes a Balears en aproximadament 1.000-1.200 de nous rounds per dia. En l'actualitat, 16 dels 22 camps actuals són de 18 forats, sent els restants de 9. Els nous en construcció són tots de 18 forats.

Gràfic 6. Evolució camps de golf a Balears per illes



Font: Associació de Camps de Golf de Balears

Per norma general, la major part dels camps que hi ha són de dificultat mitjana, ja que el seu par establert sol rondar entre un 70 del Golf Ponent a Calvià i un par 73 del Golf de Canyamel a Capdepera. En conjunt, posats un darrere d'un altre, tots els forats de Balears tendrien una distància de més de 130 km, el que supera la màxima distància que hi ha entre els dos punts més allunyats a l'illa de Mallorca.

Taula 5. Camps de golf existents i en construcció a Balears

ILLA	NOM	FORATS	METRES
Mallorca	Golf Ponent	18	6430
Mallorca	Golf Bendinat	18	5650
Mallorca	Golf Vall d'Or	18	5799
Mallorca	Golf Son Antem I	18	6317
Mallorca	Golf Son Antem II	18	6403
Mallorca	Golf Son Vida	18	5705
Mallorca	Golf Son Muntaner	18	5500
Mallorca	Golf Rotana (privat)	9	5400
Mallorca	Golf Son Servera (privat)	9	5956
Mallorca	Golf Pollença	9	5304
Mallorca	Golf Canyamel	18	5982
Mallorca	Golf de Capdepera (Rocaviva)	18	6284
Mallorca	Golf Sta. Ponça I	18	6520
Mallorca	Sta. Ponça II (privat)	18	6036
Mallorca	Santa Ponça III (privat)	9	3198
Mallorca	Son Termes	18	2804
Mallorca	Pula Golf	18	6010
Mallorca	Golf Andratx	18	6089
Mallorca	Alcanada (Alcúdia)	18	6499
Eivissa	Golf Eivissa (privat)	18	6083
Eivissa	Roca Llisa (privat)	9	5867
Menorca	Son Parc	9 ⁽¹⁾	5838
EN CONSTRUCCIÓ			
ILLA	NOM	FORATS	METRES
Mallorca	Maiores (Llucmajor)	18	
Mallorca	Sa Vinyola (Campos)	18	
Mallorca	Puntiró (Palma)	18	6139
Mallorca	Son Gual	18	
Mallorca	Son Quint (Son Vida, Palma)	18	

Font: Associació de Camps de Golf de Balears

⁽¹⁾ Prevista l'ampliació a 18 forats el 2006

- **La immensa majoria dels camps de golf són d'utilització pública.** Només en el cas dels camps Golf Eivissa (18 forats) i Roca Llisa (9 forats), així com en Son Muntaner (18 forats), Sta. Ponça II i Sta. Ponça III (18 i 9 forats respectivament), ens trobam davant de camps que tan sols permeten el joc als socis, és a dir, són camps d'ús completament privat, mentre que la resta combina els propis associats amb visitants i abonats.

- **La major part dels camps de Golf té uns preus oficials d'utilització per sortida (*green fees*) similars que oscil·len entre els 65 € i els 84 € per a un recorregut de 18 forats (*round*).** Encara que no hi hagi un acord explícit entre els diferents camps a l'hora de fixar els preus dels *green fees*, sí que s'hi pot observar una certa homogeneïtat. En general, els responsables comercials dels diferents camps de golf coincideixen en afirmar la necessitat de mantenir unes tarifes bastant semblants. En certa manera, aquestes polítiques de no entrar en guerres de preus salvatges es justifica amb la intenció de millorar la rendibilitat de les instal·lacions sense tenir necessitat de recórrer a variacions en el preu.

Evidentment, els preus de venda al públic solen patir modificacions a la baixa quan es tracta de vendes a l'engròs o a federats a Balears; en ambdós casos, excepte en situacions de promocions especials, el descompte sol situar-se com a mínim en un 25%.

- **En comparació amb 2001, s'ha observat una variació significativa a l'alça en els preus oficials dels *green fees*** d'entre el 23% i el 33%. Mentre que el 2001 els intervals de comercialització oscil·laven entre els 51€ i els 63 € per a un recorregut de 18 forats, el 2005, com ja s'ha comentat, oscil·len entre els 65 € i els 84 €.

- **La política de fixació de preus ve influenciada per la de les principals destinacions competidores.** Segons representants de l'Associació de Camps de Golf, els preus dels *green fee* pretenen posicionar Balears a un nivell semblant als millors (excepte els més exclusius) de la Costa del Sol i per sota dels més exclusius de l'Algarve portuguès. La política de fixació de preus es veu, doncs, molt influenciada per les actuacions dels competidors.

- **Els preus per lloguers de cotxes i carretons per portar els pals de golf (*tro-lleys*) es mouen en un interval de 25-40 €.** En serveis complementaris com ara cotxes o carretons, les tarifes publicades se situen al voltant dels 25-40 €.

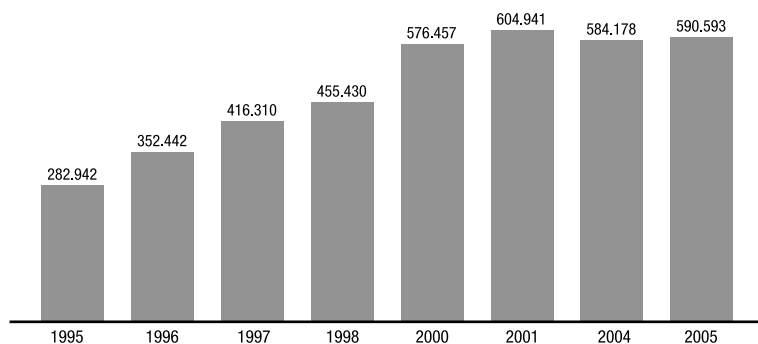
- **Amb referència a les capacitats màximes diàries, aquestes s'estimen de l'ordre dels 4.800 jugadors.** Les estimacions realitzades per l'Associació de Camps de Golf de Balears indiquen que un camp de 18 forats pot acollir com a màxim, en condicions òptimes, 225 sortides diàries. Si multiplicam aquesta quantitat pels 16 camps d'aquestes característiques oberts a tot el públic, ens trobam amb una capacitat màxima diària de 3.600 jugadors als camps de 18 forats, als quals hauríem d'afegir uns altres 1.200 jugadors que poden acollir els camps de 9 forats.

4.2 La pràctica del golf a Balears

Després d'un inici fulgurant a mitjan dècada dels 90, en què es produïen increments anuals superiors al 10% i que va dur al fet que el 2001 s'estimà que s'havien jugat més de 600.000 rounds a Balears, en els primers anys d'aquest segle XXI s'ha produït una certa estabilització en la pràctica del golf amb augments molt menors que els experimentats anteriorment. En general, els principals aspectes a destacar en relació amb la pràctica del golf a Balears serien els següents:

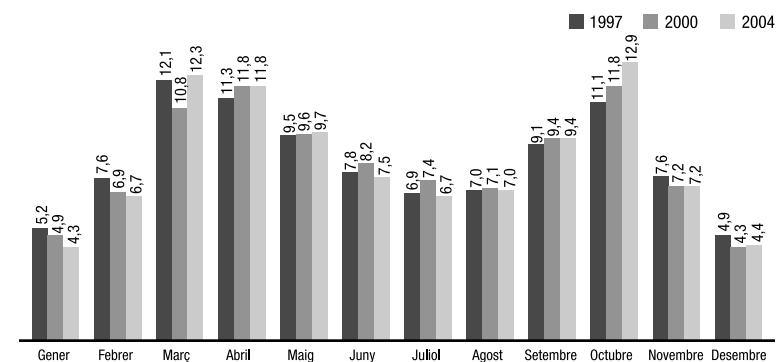
- **Estancament en el nombre de rounds jugats a Balears.** Aquest fenomen s'observa en el quadre adjunt, on s'ha estimat l'evolució del nombre de rounds jugats a Balears, que ha passat de 286.942 el 1995 a 416.310 el 1997 i elevant-se fins als 604.941 previstos per a l'any 2001, el que suposa multiplicar gairebé per 2,11 el nombre de rounds jugats en tot just cinc anys. A partir d'aquella data el nombre de rounds estimats s'ha mantingut estabilitzat, amb una lleugera reducció. Per a 2005 no es preveuen tampoc augments significatius en el nombre de rounds jugats. Aquest estancament es produeix fins i tot amb la incorporació d'un nou camp de golf a l'oferta existent i és degut fonamentalment a la reducció en el nombre mitjà de vegades que juguen a golf durant les vacances els turistes que ens visiten per practicar aquest esport.

Gràfic 7. Evolució del nombre de rounds jugats a Balears



- **Continua mantenint-se el patró estacional tradicional en el golf, sent molt importants les concentracions de fluxos de golfistes en primavera i tardor.** La distribució del nombre de rounds jugats a Balears per mesos permet observar que els mesos de major ocupació són els de març i de manera especial octubre, notant-se una considerable reducció en els mesos més calorosos de l'estiu. En comparació amb les dades obtingudes en els estudis de 1997 i 2001, s'observa un manteniment de la tendència encara que es torna a reduir lleugerament la importància dels mesos compresos entre maig i setembre, que tradicionalment són els de menor ocupació golfística. Aquest perfil estacional és molt compatible amb el que presenta el conjunt del turisme de vacances que visita les illes i que, com és sabut, es concentra en els mesos d'estiu. Tot i que el nombre total de turistes i estades generades per part del turisme de golf és fins i tot reduït en comparació amb el que genera el turisme de sol i platja, el seu atractiu és especialment destacable pel seu impacte desestacionalitzador.

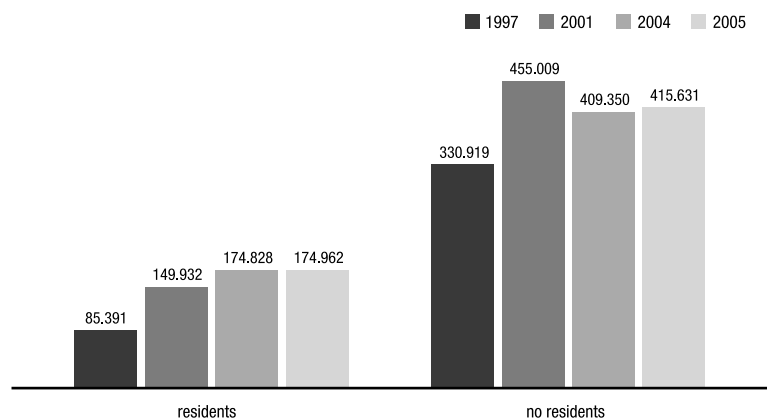
Gràfic 8. Evolució en la distribució mensual del nombre de rounds (%)



- **La majoria de rounds els realitzen els "no residents", encara que s'aprecia un clar augment en la participació dels residents i una reducció en valors absoluts dels rounds jugats pels "no residents".** Com s'observa en el gràfic adjunt, la pràctica del golf per part de "residents" representa una proporció sensiblement inferior a la de "no residents", corresponent als primers a prop del 29,5% del total de rounds jugats. En comparació amb les estimacions efectuades el 2001, la importància dels residents ha augmentat aproximadament en cinc punts percentuals des del 24,8% d'aquell any a l'estimat en l'actualitat del 29,9%.

Com s'observa en el gràfic següent, mentre el nombre de rounds jugats pels residents continua en augment, els jugats pels no residents s'ha reduït lleugerament, passant d'uns 455.000 el 2001 a poc més de 409.000 el 2004. Per a 2005 es preveu que aquesta xifra augmenti fins prop de 415.000 sortides o rounds.

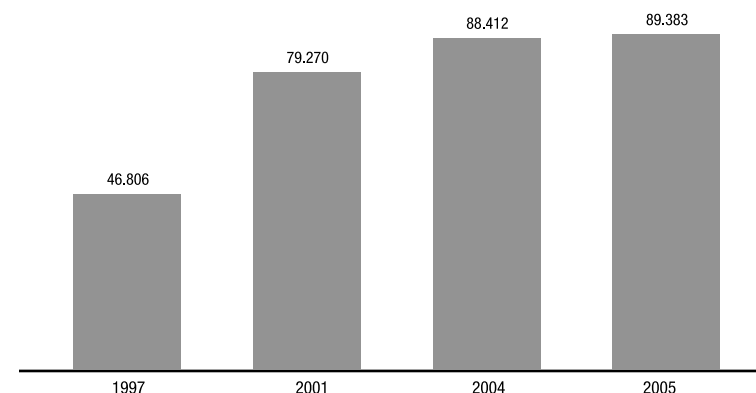
Gràfic 9. Distribució del nombre de rounds per residència



- **Per illes, Mallorca concentra la immensa majoria dels rounds jugats a Balears.** Òbviament, a causa del menor nombre d'instal·lacions, a Eivissa i a Menorca es juguen molts menys rounds, realitzant-se al voltant de 20.000 i 32.000 sortides anuals respectivament.
- **El nombre total de turistes que practiquen el golf a Balears continua augmentant, fins a estimar-se en 2005 de l'ordre de 89.383 turistes.** Prenent com a dada de partida els 409.350 rounds que realitzen els no residents a Balears, i suposant que es realitzi un round per dia, podem dividir el nombre de rounds jugats per no residents pel nombre de dies que de mitjana dediquen a la pràctica del golf (4,63) obtenint-se la xifra de 88.412 de turistes de golf el 2004. A partir de les previsions efectuades pels camps de golf, aquesta xifra pot elevar-se per a 2005 fins als 89.383 turistes. En comparació amb les estimacions efectuades en 1997 i 2001, s'observa que en aquest període de tan sols 7 anys el nombre de golfistes no residents a Balears s'ha més que duplicat.

L'aparent contradicció que suposa el que, mentre el nombre de rounds efectuats pels no residents disminueix, el nombre de turistes de golf augmenta, té una senzilla explicació i es deu bàsicament al fet que mentre el 2001 el nombre mitjà de dies que els turistes de golf dedicaven a aquesta pràctica era de 5,74, les respostes dels golfistes ens han proporcionat una estimació d'un menor nombre de dies de pràctica, que per a l'any 2005 se situarà en els 4,65 dies.

Gràfic 10. Turistes de golf a Balears

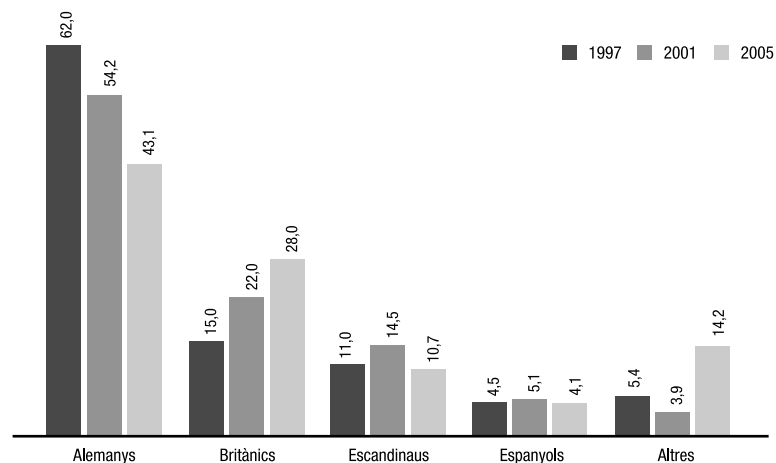


4.3 El perfil dels turistes de golf

En aquest apartat s'analitzen un conjunt de característiques referents a nacionalitat, edat, sexe, professió, etc. que permeten descriure el perfil dels turistes que juguen a golf a Balears. Així mateix, es realitza una comparativa entre els resultats obtinguts en els estudis de 1997, 2001 i els corresponents a l'estudi actual.

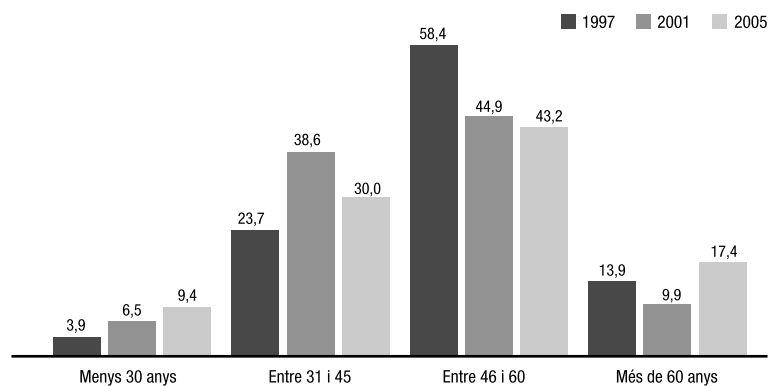
- **Els alemanys continuen sent la nacionalitat majoritària, encara que s'aprecia un fort impuls per part dels mercats britànic i escandinau.** Com s'observa en el gràfic adjunt elaborat a partir de l'enquesta realitzada, els alemanys representen en l'estudi del 2005 un poc més del 43,1% del total de golfistes "no residents" a Balears, el que els converteix en els turistes majoritaris, si bé mostren una pèrdua d'importància relativa respecte a 2001 (54,2%) i 1997 (62%). Els britànics recuperen posicions i passen d'un 15% en 1997 a prop del 22% el 2001 i a un 28% el 2005. Els escandinaus, igual que els espanyols, tornen a nivells de 1997 i suposen aproximadament l'11% i el 4,1% dels turistes de golf respectivament. Finalment, la participació relativa d'altres nacionalitats augmenta fins a una mica més del 14%, el que suposa un considerable augment en relació amb el 4% de 2001.

Gràfic 11. Nacionalitat dels turistes de golf a Balears (%)



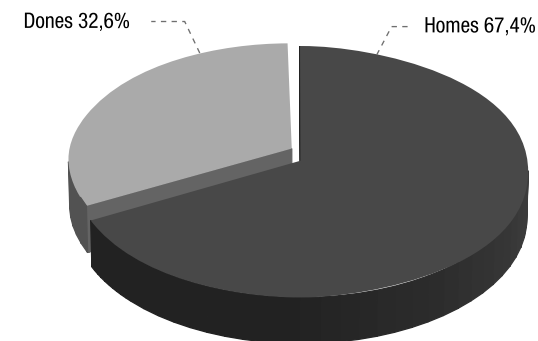
- **S'aprecia una lleugera reducció en l'edat dels turistes de golf, encara que el segment majoritari continua sent el comprès entre els 46 i 60 anys.** Com en els estudis previs duits a terme, els turistes que juguen a golf a Balears tenen majoritàriament entre 46 i 60 anys. Aquest segment representa un poc més del 43% del total de turistes de golf. No obstant això, a efectes de comparativa i amb relació als estudis anteriors, s'observa un doble augment en la participació relativa dels més joves i una recuperació del segment sènior entre els practicants.

Gràfic 12. Edat dels turistes de Balears que juguen a golf (%)



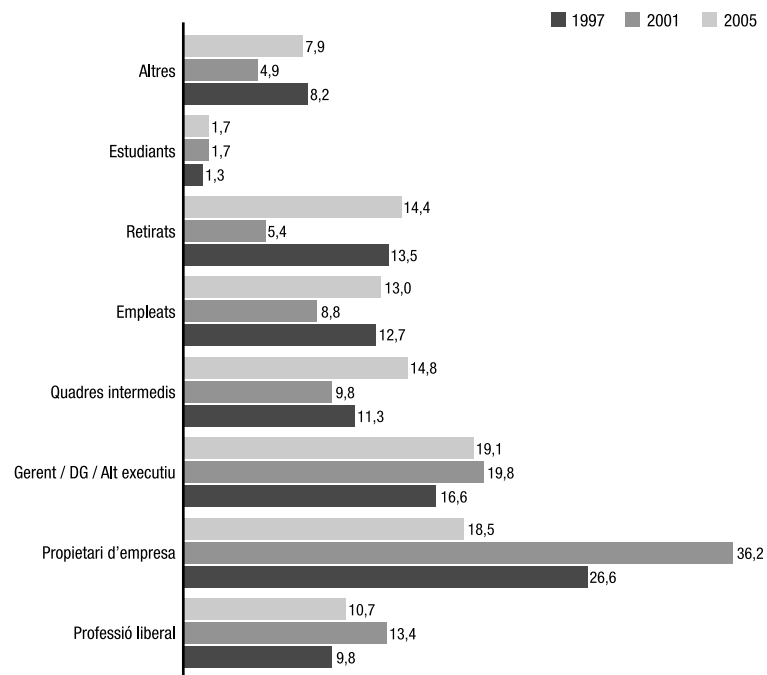
- **Els turistes de golf continuen sent principalment homes.** Majoritàriament els turistes que juguen a golf a Balears pertanyen al sexe masculí, sent la proporció de 67,4% homes davant el 32,6% de dones. No s'aprecien grans diferències en la proporció per sexes dels turistes de golf sobre les dades referents a 1997 i 2001. Podem per tant afirmar que el golf a Balears continua sent un esport majoritàriament masculí.

Gràfic 13. Turistes de golf a Balears per sexe. 2005



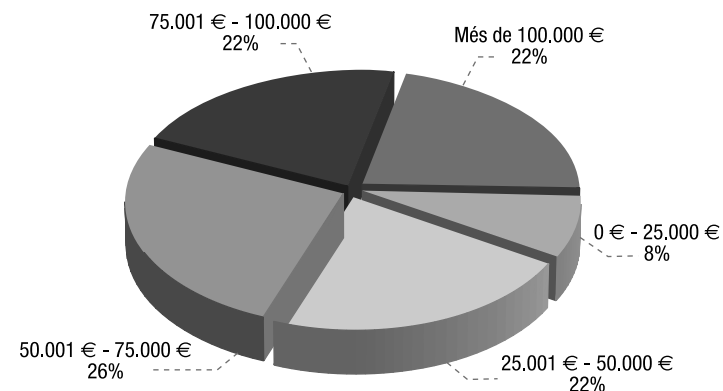
- **Les professions altament qualificades continuen sent les més habituals.** Com l'any 1997 i el 2001 les professions altament qualificades són el 2005 les que representen la majoria dels golfistes. En concret, el 50% d'ells tenen aproximadament professions liberals, són propietaris de les seves pròpies empreses o són alts executius. En comparació amb l'estudi de 2001 caldria esmentar-se el fet de la incorporació de quadres intermedis i de nous, de més persones jubilades entre els practicants de golf. Mentre que en el període 97-01 semblava que existia una certa pèrdua de pes relatiu d'aquest sector, en el període 01-05 la seva importància relativa ha tornat a augmentar.
- **La renda dels golfistes és generalment bastant elevada.** Un dels aspectes que s'inclou per primera vegada en aquest informe és un intent de complementar el perfil dels golfistes amb dades referents als nivells d'ingressos. En aquest sentit, se'ls va sol·licitar que indicassin els ingressos familiars nets anuals de què disposaven. Per intentar millorar la qualitat de les respostes es va sol·licitar que ho indicassin en una escala per trams de 25.000 .

Gràfic 14. Turistes de golf a Balears per professió



Com s'observa en el gràfic següent, hi ha una distribució bastant proporcional en els trams d'ingressos, excepte en el tram inferior a 25.000 €, en el qual es troba només el 7,5% dels golfistes; en la resta de trams trobam al voltant del 22% a cada un. El tram més habitual de l'escala el trobam entre els 50.000 i 75.000 € amb aproximadament el 26% dels golfistes.

Gràfic 15. Ingressos familiars nets anuals dels golfistes



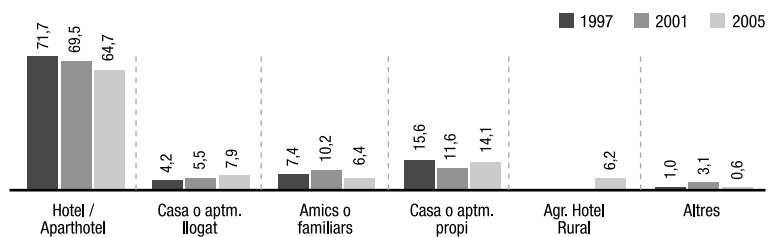
4.4 Aspectes descriptius del comportament del turista de golf

En els punts que es tracten a continuació es presenten aspectes relacionats amb el comportament dels turistes de golf referits a tipologies i categories d'allotjament, mitjà d'arribada a les illes, nombre de camps de golf que visiten, etc. Igualment s'incorporen els comentaris referents a l'evolució experimentada des de l'estudi realitzat el 2001.

- **Encara que continua sent majoritari, es continua apreciament un descens en la utilització d'hotels i un augment dels turistes que s'allotgen en cases d'amics o familiars.** Els turistes de Balears que juguen a golf s'han allotjat en hotels o apartaments en un poc més del 64%, el que suposa continuar amb la tendència de reducció de les estades en aquest tipus d'allotjaments que es va observar el 2001. En el període 97-05, aquest tipus d'allotjaments ha perdut gairebé un 8% d'importància relativa a favor d'altres tipus d'establiments. De manera significativa cal destacar, com s'observa en el gràfic següent, la major importància que assumeixen els habitatges en propietat i llogats i els allotjaments de tipus agroturisme i hotels rurals.

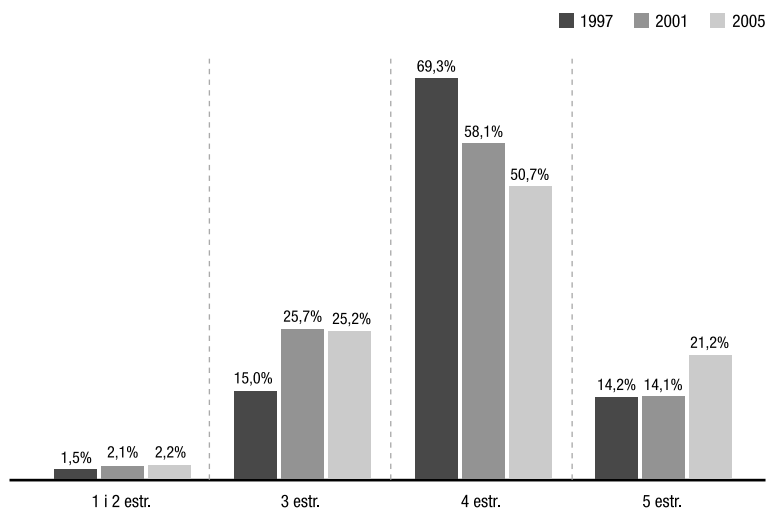
Per nacionalitats, els britànics són els que més utilitzen els hotels, amb el 78% d'allotjats en aquesta tipologia; al contrari, els alemanys només la utilitzen en un poc més del 55%. La resta de nacionalitats la utilitzen una mitjana del 65%.

Gràfic 16. Tipus d'allotjament utilitzat durant l'estada a Balears (%)



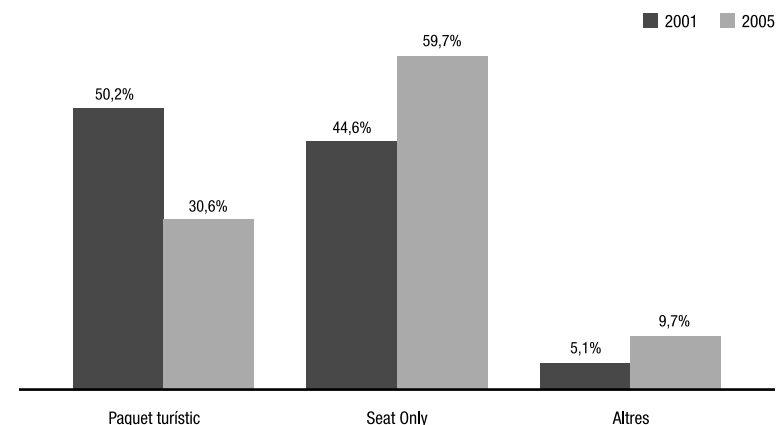
- **Els turistes de golf continuen allotjant-se en hotels de categoria superior.** L'augment registrat en el nombre de turistes de golf possiblement ha incorporat nous practicants lleugerament menys exigents a l'hora de triar hotel; així i tot, els hotels de 4 i 5 estrelles continuen sent els més habituals, ja que en ells s'hi allotgen més del 70% dels golfistes. Fins i tot podem esmentar el fet que més d'un 20% triï hotels de 5 estrelles. D'altra banda, els allotjaments en hotels de tres estrelles, que constitueixen gairebé una quarta part del total, són utilitzats especialment pels turistes de golf de procedència britànica, ja que més d'un 35% dels enquestats britànics que s'allotgen en hotels declaren realitzar-ho en hotels de 3 estrelles.

Gràfic 17. Categoria dels allotjaments utilitzats pels turistes de golf



- **El paquet turístic continua reduint la seva importància.** Possiblement a causa de l'alt grau de coneixement que mostren els turistes de golf de Balears, la millora de les comunicacions a través de les companyies de baix cost i les facilitats per a la contractació directa a través de les noves tecnologies, podem explicar el fet que només el 30,6% dels entrevistats afirmi desplaçar-se a les illes utilitzant un paquet turístic, mentre que gairebé un 60% afirma haver contractat 'seat only'. Tan sols en el cas dels escandinaus, els paquets turístics continuen sent majoritaris, amb aproximadament un 61% d'usuaris que adquireixen aquest tipus de producte.

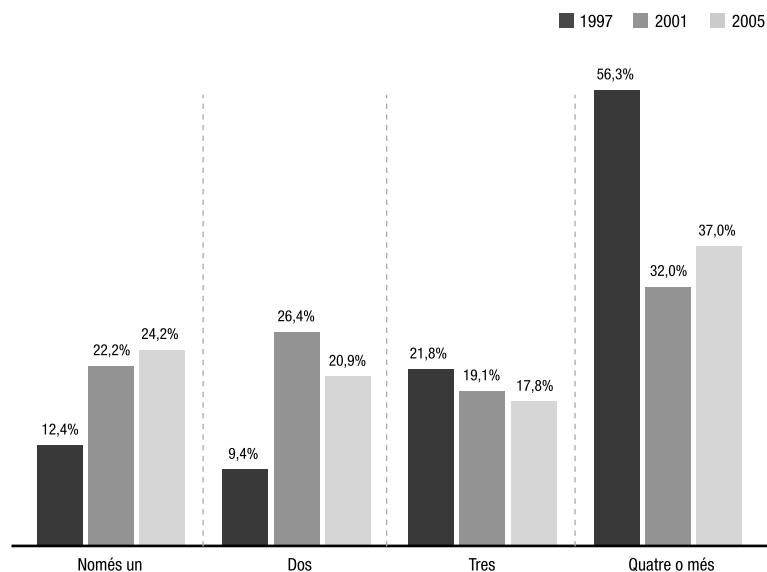
Gràfic 18. Tipus de contractació de les vacances



- **Es manté un alt nivell de rotació als camps de golf.** Els turistes que juguen a golf a Balears solen jugar en diferents camps de golf, com es dedueix clarament del fet que més del 53% dels entrevistats afirmi que recorreran tres o més camps durant la seva estada a Balears. Per nacionalitats, són els alemanys i els escandinaus els que major alternança presenten, amb més del 52% i 69% respectivament que afirmen visitar tres o més camps en les seves vacances.

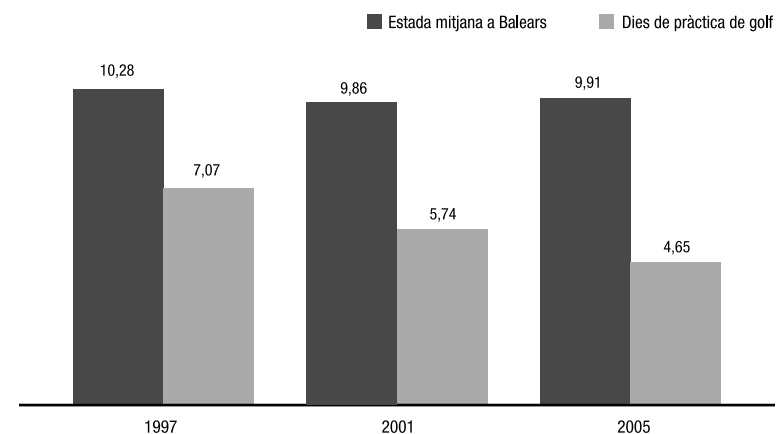
Si comparem les dades amb les de 2001 podem observar com aquesta alternança en els camps visitats ha augmentat lleugerament fins a l'actualitat encara que sense arribar als nivells inicials de 1997. Així, han augmentat els turistes de golf que visiten quatre o més camps i han disminuït els que visiten dos o tres camps.

Gràfic 19. Nombre de camps que visiten a Balears



- **L'estada mitjana s'ha estabilitzat en 9,91 dies.** Si a l'estudi del 2001 es va apreciar un lleuger retrocés respecte a les observacions realitzades el 1997 en l'estada mitjana dels turistes que juguen a golf a Balears, en aquesta actualització se n'ha comprovat una estabilització amb una lleugera tendència a l'alça i es va situar en 9,91 dies el 2005.
- **Els dies de pràctica de golf mantenen una lleugera tendència a la baixa.** Després del fort retrocés observat el 2001 amb relació a 1997 en el nombre de dies que dedicaven a la pràctica de golf, en aquest estudi es confirma que es manté, encara que de forma més moderada, una lleugera tendència a la baixa. Si el 1997 s'estimava una pràctica mitjana de 7,07 dies, el 2001 la pràctica mitjana s'havia reduït a 5,74 dies i el 2005 es va situar en 4,65 dies. Els alemanys i els escandinaus, a més de ser els que tenen estades mitjanes més elevades, són els que més dies dediquen a la pràctica del golf, amb unes mitjanes respectives de 4,9 i 4,7 dies respectivament.

Gràfic 20. Estada mitjana i dies de pràctica de golf

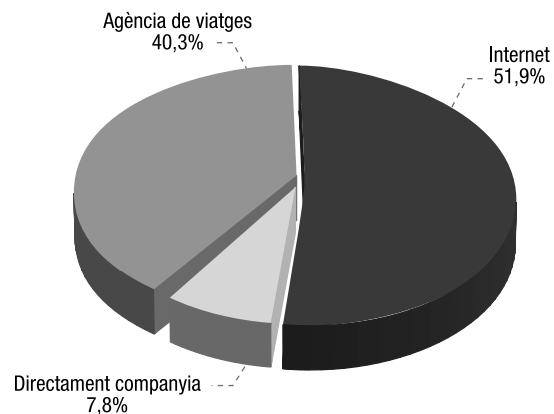


4.5 Ús d'Internet

La revolució que està suposant Internet en el món turístic ens ha fet creure convenient introduir un subapartat destinat a analitzar l'ús d'aquest canal de comercialització per part dels golfistes. En concret, analitzam els canals de distribució utilitzats per a la compra del vol, de l'allotjament i els green fees. A continuació es presenten els resultats obtinguts.

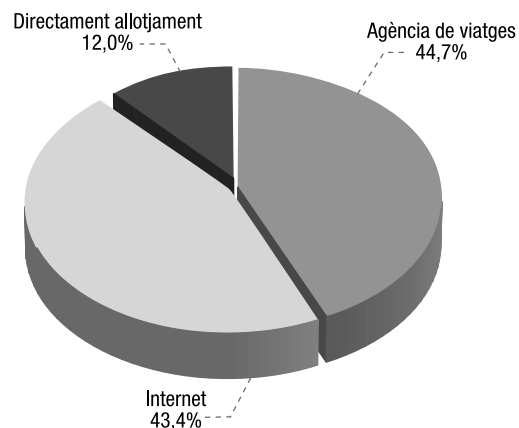
- **Internet s'imposa clarament a l'hora d'adquirir els vols.** Com s'observa en el gràfic següent, Internet és el canal més popular a l'hora d'adquirir el vol. El 51,9% dels enquestats afirma haver adquirit el vol en aquell canal, superant àmpliament l'agència de viatges, la qual ha estat utilitzada per un 40% de la mostra. No s'observen diferències significatives per nacionalitats excepte en el cas dels escandinaus, els quals, en venir majoritàriament en un paquet turístic, utilitzen més els serveis de les agències de viatge.

Gràfic 21. Canal d'adquisició del vol



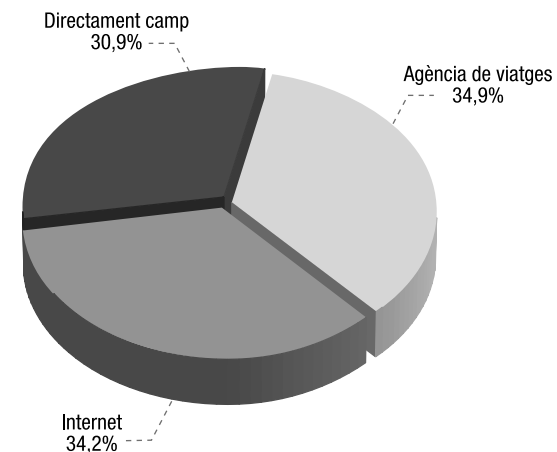
- **En qüestions d'allotjament, Internet i agències de viatges van a la par.** Si en el cas del vol Internet ja s'ha imposat com el canal preferit entre els golfistes, referent a contractació d'allotjament les agències de viatges estan equiparades en importància relativa a Internet, representant cada un d'aquests canals gairebé el 44% dels contractes. Com en el cas anterior, no s'aprecien diferències de comportament significatives entre alemanys i britànics, que usen Internet un 47,1% i un 43,1% respectivament. Tan sols entre els escandinaus el seu ús és inferior, probablement per les raons esmentades anteriorment.

Gràfic 22. Canal d'adquisició de l'allotjament



- **Per a els green fees, els tres canals tenen una importància similar.** En el cas dels green fees, com s'observa en el gràfic següent, agències de viatge, Internet i directament en el camp es reparteixen a parts pràcticament semblants la importància relativa amb un 34,9%, un 34,2% i un 30,9% respectivament.

Gràfic 23. Canal d'adquisició dels green fees

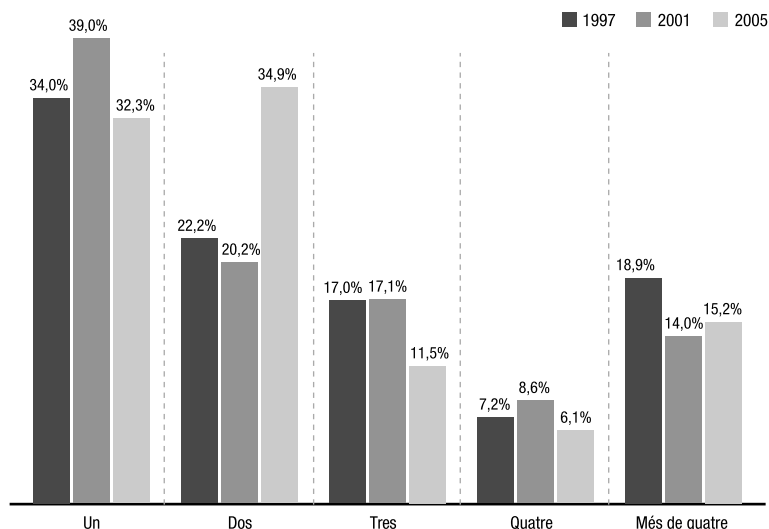


4.6 Tendències de vacances i destinacions alternatives

En aquest apartat es descriuen els resultats obtinguts en l'enquesta respecte als hàbits de vacances dels turistes que juguen a golf a Balears. Es pretén mesurar quin és el comportament típic amb relació al nombre de viatges realitzats amb la intenció principal de jugar a golf, les seves èpoques de viatge i analitzar les principals destinacions elegides per poder efectuar una aproximació a les principals destinacions competidores de Balears.

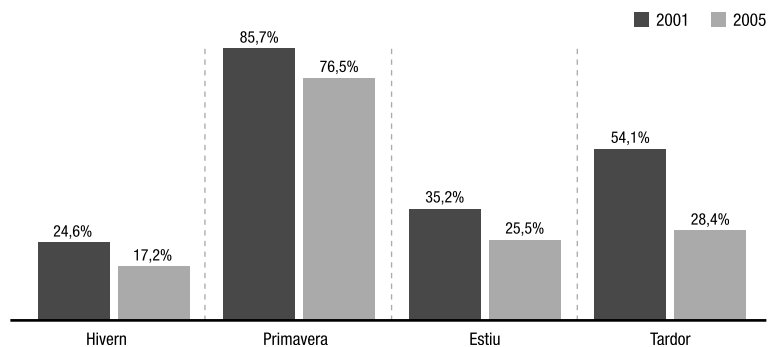
- **Viatges en els quals el motiu principal sigui la pràctica de golf.** La pràctica del golf continua sent un dels principals motivadors a l'hora de realitzar un viatge de vacances per part dels turistes que juguen a golf a Balears. Com s'observa en el gràfic següent, més del 66% d'aquests turistes afirma que ha realitzat dos o més viatges de vacances amb la intenció principal de jugar al golf al llarg del darrer any. Aquest percentatge suposa un increment en les dades del 2001 en les quals es va assolir el 60,2%, si bé també pot observar-se una lleugera reducció entre aquells que més nombre de vegades viatgen. De nou, els que més viatgen són els alemanys i els escandinaus.

Gràfic 24. Viatges anuals amb la intenció principal de jugar a golf



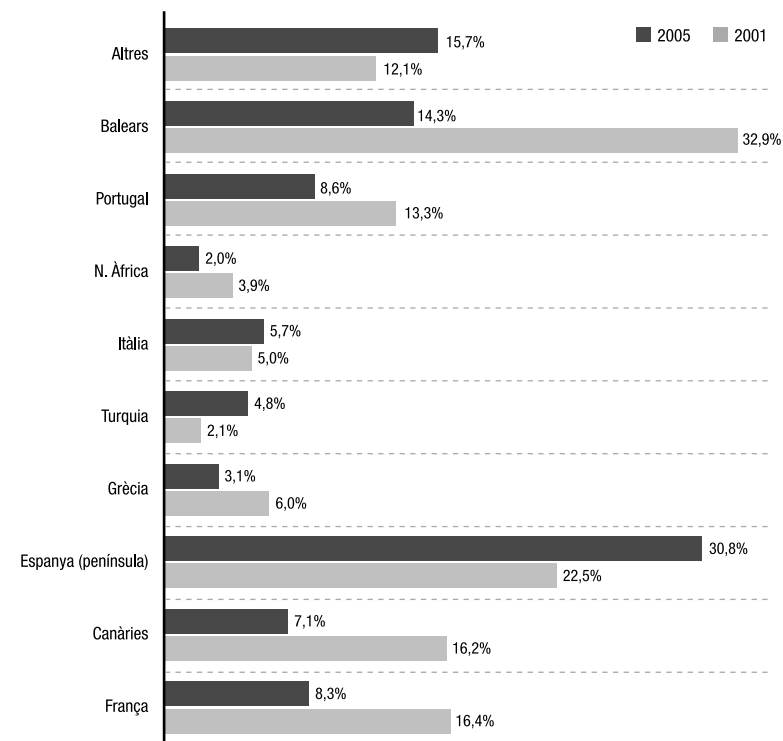
- **Primavera i tardor són les èpoques preferides per a la realització de viatges la motivació principal dels quals és jugar a golf.** Les preferències d'estació per a la realització de viatges dedicats a la pràctica del golf reproduïxen molt fidelment la tendència estacional observada en el nombre de rounds jugats a Balears. Així, s'observa que la gran majoria dels enquestats prefereixen realitzar els viatges en les èpoques de primavera i tardor. Tampoc són apreciables diferències significatives en comparar els resultats de 2001 amb els del 2005.

Gràfic 25. Preferències estacionals en els viatges per jugar a golf



- **Principals destinacions alternatives.** Com s'observa en el gràfic següent, sembla evident que hi ha una preferència per jugar a golf als països mediterranis i molt especialment a Espanya. Altres zones d'Espanya han estat la principal alternativa per a la pràctica del golf dels turistes que visiten Balears i són, per tant, les principals regions competidores. Així mateix, Portugal, França i Itàlia, encara que perden un poc de protagonisme en relació amb els resultats del 2001, apareixen com a destinacions alternatives consolidades. D'altra banda, apareixen altres destinacions com ara Turquia, Florida o Àustria que han estat triades el darrer any per a la pràctica del golf.

Gràfic 26. Destinació més freqüentada per jugar a golf



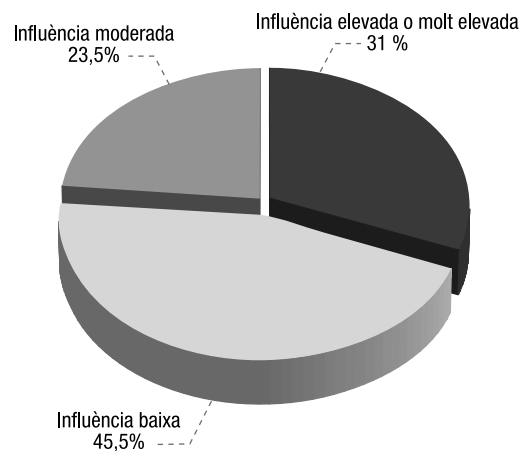
4.7 Influència de les baix cost en l'elecció de la destinació

Un aspecte nou d'aquest estudi consisteix a intentar analitzar la influència de l'existència de companyies aèries de baix cost en l'elecció de la destinació turística.

Per dur a terme l'estudi de l'esmentada influència, es va sol·licitar als entrevistats que valorassin en una escala d'1 a 10, el grau d'influència que suposava l'existència de baix cost a l'hora d'elegir una destinació per jugar a golf. Una vegada recollides les respostes es varen agrupar els golfistes en tres grups: els que en mostraven una **influència baixa**, que es corresponia amb els que havien donat valoracions compreses entre 1 i 3; els d'**influència moderada**, que es corresponia amb els que havien donat valoracions compreses entre 4 i 6; i els d'**influència alta**, que es corresponia amb els que havien donat valoracions iguals o superiors a 7.

A nivell general, com es mostra en el gràfic següent, s'observa que una gran majoria dels entrevistats, en concret un 45%, respon que no veu afectada la seva decisió d'elegir una destinació turística per l'existència de companyies de baix cost. D'altra banda, hi ha un 31% dels turistes de golf, que sí afirma que l'elecció de la destinació es veu influïda per l'existència de la baix cost.

Gràfic 27. Influència de l'existència de baix cost en l'elecció de la destinació de golf



Per intentar detectar si entre els tres grups hi ha diferències significatives en funció de diferents paràmetres sociodemogràfics i de comportament, es va procedir a efectuar una sèrie de contrastos estadístics que ens varen proporcionar els resultats següents:

- **No hi ha diferències significatives per raó de sexe o edat.** És a dir, la influència de l'existència de baix cost en l'elecció de la destinació turística no presenta diferències estadísticament significatives en funció de si s'és home o dona, o per trams d'edat.
- **Sí que són significatives les diferències en funció del tipus de golfista entrevistat i la nacionalitat.** Els golfistes aficionats assidus mostren una menor influència a l'existència de companyies baix cost que els practicants ocasionals i encara menor que la mostrada pels debutants, que són proporcionalment els més influenciats per l'existència de baix cost. D'altra banda, la nacionalitat també està relacionada amb la sensibilitat a les baix cost. Els britànics són els que més admeten condicionar la destinació de golf a l'existència de baix cost, mentre que els escandinaus són els que menys.
- **També són significatives les diferències per professió i ingressos familiars nets anuals.** Els golfistes amb professions altament remunerades mostren menor sensibilitat a la influència de l'existència de baix cost a l'hora de triar la destinació turística; al contrari, entre els quadres intermedis i retirats, la influència és proporcionalment més elevada. Amb relació al nivell d'ingressos familiars, a major nivell d'ingressos, menor és la sensibilitat relativa a la influència de l'existència de baix cost en l'elecció de la destinació turística.
- **Així mateix són significatives les diferències en funció del tipus d'allotjament.** Com sembla lògic, els menys influenciats són els que disposen d'habitatge en propietat o s'allotgen en casa d'amics. Això no vol dir que no utilitzin baix cost, únicament indica que és més fort el condicionant de tenir un habitatge a l'hora d'elegir la destinació que l'existència de vols barats. En canvi, quan es tracta d'una casa o apartament llogat o d'allotjament en hotel, la influència de l'existència dels baix cost és proporcionalment molt major.
- **No són significatives les diferències en funció de la categoria d'hotel utilitzada.** Pràcticament s'obtenen els mateixos nivells d'influència independentment de la categoria de l'hotel en què s'allotgen els turistes.

- **No són significatives les diferències en funció de les vegades que ha visitat l'illa.** Pràcticament no s'aprecien diferències en el grau d'influència de l'existència de baix cost en funció del nombre de vegades que han visitat la destinació. S'aprecia només una lleugera major influència entre els que han visitat més de quatre vegades les illes.

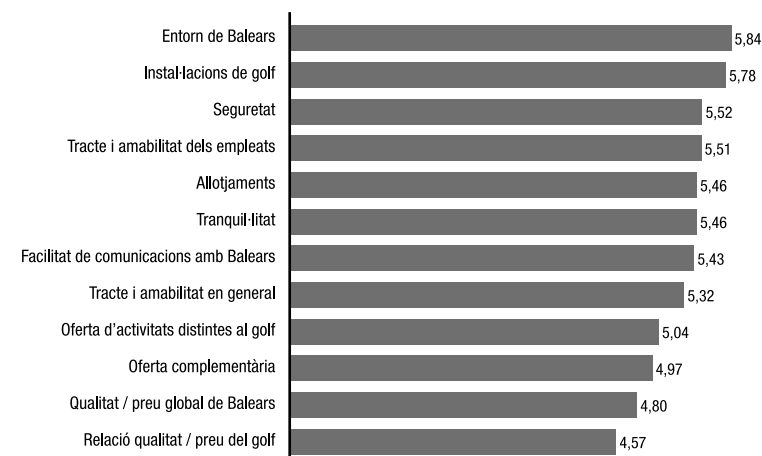
4.8 Satisfacció dels turistes que juguen a golf a Balears

Per avaluar la satisfacció dels turistes de golf que visiten Balears, se'ls va sol·licitar que valorassin en una escala de 10 punts diferents aspectes relacionats amb la seva estada a Balears. En concret, es va demanar als turistes pels aspectes següents: la seva opinió sobre les instal·lacions de golf, el tracte i l'amabilitat dels empleats del golf, la relació qualitat/preu del golf a Balears, l'entorn natural de Balears, la seguretat/tranquil·litat de les illes, l'oferta complementària (restaurants, compres, etc.), l'oferta d'activitats complementàries al golf i l'opinió general sobre la relació qualitat/preu general de Balears. Així mateix, es va incloure en el qüestionari una pregunta específica amb relació a la facilitat de comunicacions que hi ha des del país de residència del jugador i Balears.

- **Entorn i instal·lacions són els dos aspectes més valorats.** Com s'aprecia en el gràfic següent, els turistes aproven la gran majoria d'aspectes sobre els quals se'ls va interrogar. Els aspectes més valorats són, sense cap dubte, la qualitat de l'entorn i les instal·lacions. A continuació, la seguretat i el tracte i l'amabilitat dels empleats apareixen en un segon grup, al qual segueixen en valoració. Allotjaments, facilitat de comunicacions amb Balears i tranquil·litat, tracte i amabilitat en general, obtenen puntuacions semblants, totes elles favorables.
- **Oferta complementària, així com les relacions qualitat/preu de Balears i de l'oferta de golf són els aspectes que reben valoracions inferiors.** Com també s'observa en el gràfic següent, aquests tres aspectes obtenen valoracions lleugerament inferiors a 5, que seria la frontera entre l'aprobat i el suspens.
- **En comparació amb estudis previs s'observa una lleugera reducció en els nivells de satisfacció.** Encara que no és possible efectuar una comparació precisa entre els resultats obtinguts el 1997 i 2001 perquè s'ha produït una modificació en les escales de mesura (en edicions prèvies eren de 5 punts i en l'actual és de 10), s'ha observat una lleugera reducció en els nivells de satisfacció expressats pels turistes de golf, els quals es poden deure en part al fet que

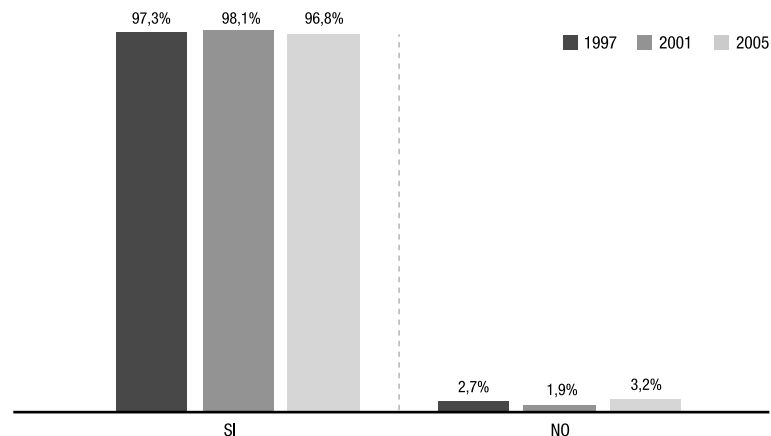
la nova escala de mesura ajusta més les valoracions, mentre que una escala de 5 punts tendeix a sobrevalorar-les, encara que sembla identificar-se una lleugera reducció en les opinions sobre satisfacció dels turistes. De manera específica, en determinats aspectes com per exemple l'oferta complementària, mentre el 2001 es trobava entre els més ben valorats, el 2005 es troba entre els menys valorats.

Gràfic 28. Valoració d'aspectes específics de l'estada a Balears



- **Es manté un excel·lent nivell de predisposició a recomanar Balears com a destinació de golf, encara que es redueix molt lleugerament.** Llevat dels indicadors esmentats més amunt, un bon indicador sintètic de la satisfacció dels turistes de golf el constitueix la seva disponibilitat a recomanar Balears als amics o coneguts com a destinació de golf. En aquest sentit, els resultats obtinguts el 2005 continuen sent excel·lents, ja que gairebé un 97% dels entrevistats recomanaria Balears als seus amics o coneguts com a destinació de golf; no obstant això, s'aprecia una lleugera reducció en aquest indicador si es compara amb els resultats obtinguts en 2001 i 1997. En el primer dels casos, els resultats superaven el 98% i el 1997 superaven el 97%.

Gràfic 29. Recomanaria Balears als seus amics per a la pràctica del golf?



4.9 Motivacions dels golfistes per viatjar

A l'hora d'analitzar les motivacions turístiques dels jugadors de golf, s'ha procedit a aplicar al cas de Balears una versió de l'escala de motivació turística de Bryan & Glendon (1998) en la qual se sol·licitava que els entrevistats avaluessin en una escala Likert d'1 a 10 (en la qual 1 es corresponia amb la valoració 'gens important' i 10 amb la valoració 'molt important') una llista de 20 atributs que ens ajuden a descobrir els principals motius del turista de golf a l'hora de triar destinació turística.

- **Climatologia i practicar esports** apareixen en primer lloc. En general, els golfistes europeus solen intentar efectuar viatges per practicar golf quan als seus llocs d'origen les condicions climatològiques no són prou favorables en comparació amb altres destinacions com Balears.
- Un segon bloc, encapçalat per la motivació referent a **escapar de la rutina diària**, sembla estar relacionat amb el que li demanen al golf, que és, com ja hem dit, escapar de la rutina diària, **gaudir de la naturalesa, recuperar-se i relaxar-se en un lloc segur**. En certa manera, sembla suggerir que els golfistes viatgen amb la intenció de practicar aquest esport com si d'una teràpia vital es tractàs.

- Els aspectes **gastronòmics, familiars i conèixer l'illa i les seves gent** apareixen en un tercer nivell. Aquests motius obtenen valoracions mitjanes compreses entre un valor de 5,55 i 6,06.
- A un nivell inferior de valoració, trobaríem per ordre d'importància la **possibilitat de ser entretingut, de fer salut i de conèixer coses diferents**. Aquests motius apareixen amb valors mitjans respectius de 5,4 i 5,3.
- Finalment, podem trobar uns motius que podríem denominar com a menors perquè obtenen valoracions inferiors a 5 punts. Entre aquests motius podem trobar, per ordre de major a menor importància: l'entreteniment nocturn, aprofitar ofertes de viatge, conèixer nova gent, aprofitar-se del preu de begudes barates, anar de compres i la motivació menys valorada és la de visitar llocs d'interès turístic.

Gràfic 30. Motivadors turístics dels golfistes



1 = "gens important" – 10 = "molt important"

4.10 Activitats realitzades

Una vegada a Balears, determinats turistes de golf poden dur a terme altres activitats diferents del golf. En aquest punt es pretén analitzar quines són les més importants. En aquest sentit, es va proposar als entrevistats una llista d'activitats habituals entre turistes i se'ls va sol·licitar que indicassin les que havien duit a terme.

Els resultats obtinguts es mostren a continuació i ens indiquen que, encara que no figurin entre les motivacions principals per elegir una destinació, una vegada hi són, els golfistes solen dur a terme una sèrie d'activitats.

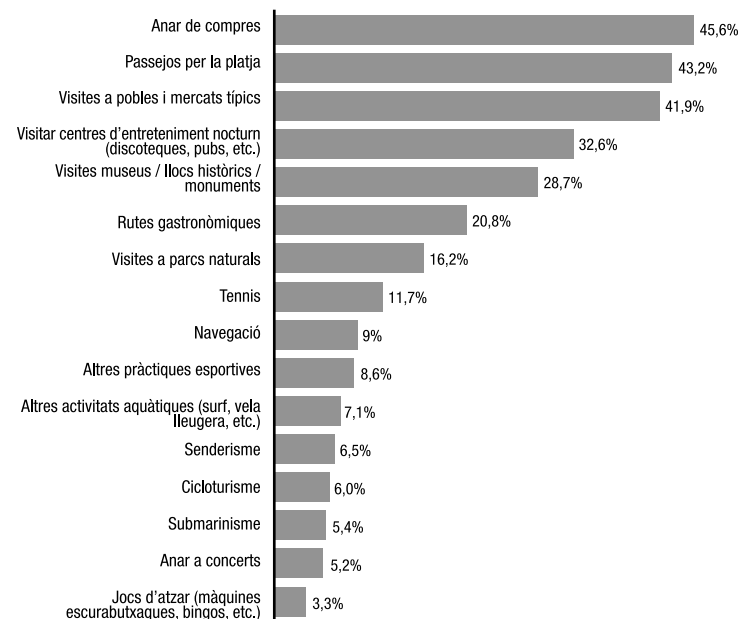
De tot el conjunt d'activitats que es va proposar als entrevistats perquè indicassin quines d'elles havien realitzat, les més habituals varen ser: anar de compres amb un 46%, realitzar passetjos per la platja amb un 43%, visitar pobles i mercats típics amb un 42% i una mica més endarrerides apareixen les visites a centres d'oci i entreteniment nocturn amb un poc més del 32%.

En un segon nivell d'importància apareixerien tres activitats: visitar museus, llocs històrics o monuments; les rutes gastronòmiques i les visites a parcs naturals, que han estat duites a terme per un 28,6%, un 20% i un 16% dels golfistes respectivament.

Com a única activitat esportiva que hagi realitzat una part mínimament significativa dels golfistes apareix el tennis, el qual ha estat practicat per gairebé un 12%.

La resta d'activitats, tant esportives com d'oci, no gaudeixen de molt arrelament entre els golfistes i en cap cas superen un percentatge de practicants superior al 10%. Fins i tot activitats com anar a concerts o acudir a centres on es practiquen jocs d'atzar superen per poc o són practicades per menys del 5% dels golfistes al llarg de l'estada a Balears.

Gràfic 31. Activitats realitzades apart de jugar a golf



4.11 Repetitivitat i obtenció d'informació

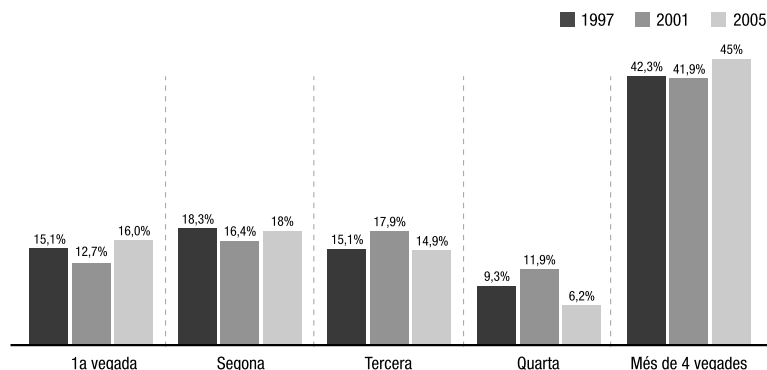
La repetitivitat del turista de golf constitueix un indicador per avaluar la fidelitat del turista cap a una destinació turística. D'altra banda, identificar les fonts d'informació que utilitzen els golfistes pot ser útil a l'hora de plantejar estratègies de comunicació dirigides a ells. Així doncs, en el qüestionari redactat es varen incloure aquests dos aspectes d'anàlisi, presentant-se els principals resultats obtinguts en els punts següents:

- **S'aprecia una consolidació dels clients molt repetitius.** Entre els més fidels a Balears, és a dir, aquells que les han visitades més de quatre vegades, s'aprecia una certa estabilitat quant a la proporció, que supera el 45% del total dels golfistes de Balears.
- **S'observa una recuperació en la incorporació de nous visitants.** Si a l'estudi realitzat el 2001, un aspecte que cridava l'atenció era la reducció de la importància relativa dels que visiten Balears per primera vegada i l'augment

dels que les visitaven per tercera vegada, el 2005 s'observa una incorporació de nous turistes que haurien d'engrandir en el futur la categoria de grans repetidors.

A l'anàlisi dels resultats per nacionalitats no s'observen diferències significatives en els percentatges de grans repetidors, mentre que entre alemanys, britànics i escandinaus els percentatges oscil·len entre el 46% i el 49%. S'observa que els més repetidors són els alemanys seguits dels britànics. Al contrari, els escandinaus són el que major percentatge presenten de turistes que visiten Balears per primera vegada, amb percentatges que s'acosten al 20%, la qual cosa pot ser un símptoma d'una recuperació d'un mercat com és l'escandinau, que durant bastants anys ha estat una mica remís a viatjar a Balears.

Gràfic 32. Repetitivitat dels turistes de golf



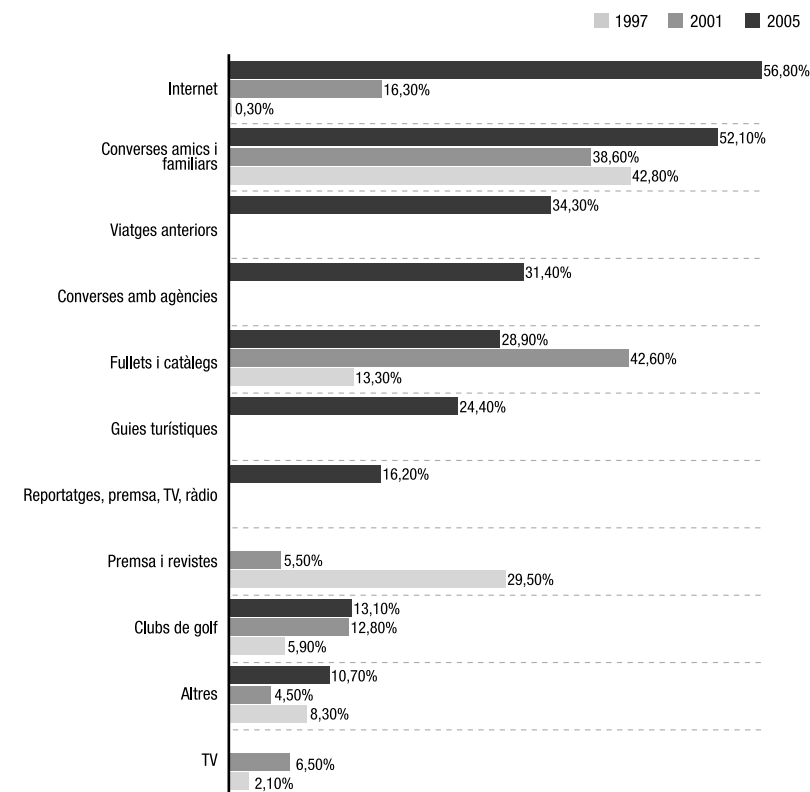
Un altre apartat interessant en el comportament del turista de golf el constitueixen els seus hàbits de recollida d'informació prèvia al viatge. En els punts següents s'aborda aquesta qüestió, presentant d'una part quins són els principals mitjans d'informació consultats, i en segon lloc la influència de cada un d'ells.

- **Internet, amics i familiars són les fonts d'informació més consultades.** Com es mostra en el gràfic següent, Internet és amb un 56,8% la font d'informació més consultada pels turistes de golf que visiten Balears. En pocs anys, aquesta font ha passat de ser consultada per un insignificant 0,3% en 1997, a les xifres actuals, que assoleixen a gairebé tres de cada cinc turistes, constituint una revolució significativa en els hàbits de recollida d'informació utilitzats pels turistes.

Converses amb amics i familiars, amb un 52,1% de golfistes que admeten haver utilitzat aquest tipus de font, és la segona font més important i manté la posició de privilegi que ja s'havia detectat en estudis anteriors, i que ens porta a continuar posant de manifest la importància dels prescriptors en la selecció de la destinació turística i, en conseqüència, la importància de la satisfacció del turista per aconseguir que actui com tal.

Els viatges anteriors i les converses amb agències de viatges són també dues fonts importants d'informació utilitzades amb una importància relativa del 34,3% i de l'1,4% respectivament. Curiosament, els fullets i catàlegs han reduït la seva importància relativa en comparació amb 2001.

Gràfic 33. Principals fonts d'informació utilitzades



A més d'identificar les principals fonts d'informació utilitzades pels turistes de golf a l'hora de planificar les vacances, és del nostre interès determinar el grau d'influència que suposa cada una d'elles. En aquest sentit, se'ls va sol·licitar que indicassin en una escala de l'1 al 10, en la qual l'1 indicava que no havia tingut cap tipus d'influència i el 10 que havia estat una influència fonamental, quin era el grau d'influència de cada una de les diferents fonts d'informació analitzades.

Els resultats obtinguts, que es mostren en el gràfic següent, ens posen de manifest que:

- **Converses amb amics i familiars i la pròpia experiència anterior són les fonts d'informació amb major influència a l'hora de planificar un viatge.**

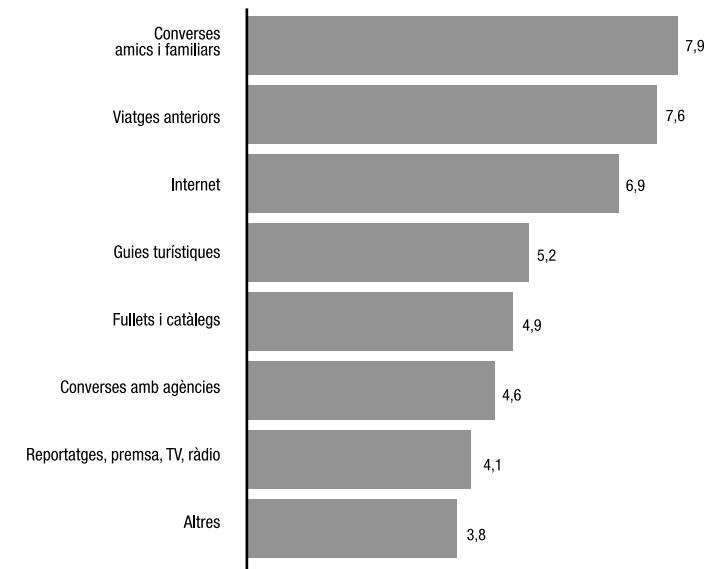
La prescripció per part d'individus que gaudeixen de credibilitat se situa al més alt nivell d'influència en la planificació de les vacances de golf, amb una puntuació mitjana de 7,9, seguida molt de prop per la pròpia experiència en viatges anteriors.

Aquesta constatació, no pot fer més que repetir-nos la crucial importància de la satisfacció del client com a element clau, no només per a la repetició del viatge, sinó per al desenvolupament d'elements de prescripció cap a coneguts o familiars, que els indueixin a tenir en compte unes opinions positives.

- **Internet i les guies turístiques se situen en un segon nivell.** Amb una valoració respectiva de 6,9 i 5,2, Internet i les guies turístiques ocupen el tercer i quart lloc en la classificació de fonts d'informació més influents. Cal destacar la importància que està assumint Internet referent a això, el que pot explicar-se a causa de la característica dels serveis turístics que, en no ser-ne possible la inspecció abans del consum, valoren altament qualsevol instrument que pugui ajudar a la seva tangibilització. I en aquest sentit, Internet està gaudint d'una alta credibilitat, per la qual cosa els seus continguts influeixen de manera significativa en la planificació dels viatges dels golfistes.

- **Fulletes, catàlegs, recomanacions d'agències, reportatges en mitjans de comunicació etc., influeixen relativament menys.** Com també s'aprecia en el gràfic següent, la resta de fonts d'informació analitzades s'inclouen ordenades de major a menor influència sobre les decisions dels golfistes.

Gràfic 34. Grau d'influència de les fonts d'informació



1 = "gens influent" – 10 = "molt influent"

5. IMPACTE ECONÒMIC DEL TURISME DE GOLF

Un dels aspectes més importants d'aquest treball és l'estimació de l'impacte econòmic del turisme de golf a Balears. Per això, en aquest apartat s'ha procedit a estimar el nombre de turistes, les estades generades, la despesa realitzada al país d'origen, l'efectuada a Balears i la repercussió final econòmica a les illes.

5.1 Estimació del nombre de turistes i estades generades

En aquest apartat es pretén estimar el nombre de turistes de golf que han visitat Balears per, a partir d'aquesta dada, poder oferir una aproximació al nombre total d'estades generades no només pels turistes de golf, sinó pel conjunt d'acompanyants que efectuen el viatge conjuntament.

Els resultats referents a aquest apartat són:

- **El nombre total de turistes que practiquen el golf a Balears ha experimentat un lleuger augment amb relació a 2001, estimant-se en 2005 en 89.383.** Prenent com a dada de partida els 415.631 rounds que han estimat els camps de golf que realitzaran a les illes el 2005 els no residents a Balears i suposant que es realitzi una sortida per dia, podem dividir el nombre de rounds jugats per no residents pel nombre de dies que, de mitjana, dediquen a la pràctica del golf (4,65), obtenint la xifra de 89.383 turistes de golf estimats per a 2005.

Si aplicam els mateixos paràmetres al cas d'Eivissa, obtindríem un nombre total de turistes de l'ordre dels 3.000 i en el cas de Menorca obtindríem unes xifres lleugerament superiors als 5.300 turistes.

- **El nombre d'estades generades pels turistes que juguen a golf ascendeix a 885.786 estades.** Multiplicant el nombre total de turistes (89.383) per la estada mitjana declarada (9,91 dies), obtenim la xifra esmentada de 885.786 estades. Aquest nombre, comparat amb les 781.602 estades estimades el 2001, suposa un augment de les estades generades per aquest tipus de turisme d'un 13,3%.

- **Si es tenen en compte les persones que acompanyen els turistes que juguen a golf, i que no juguen, les estades generades estimades ascendeixen a 1.027.511.** A partir de les preguntes formulades en el qüestionari administrat als turistes de golf, s'ha pogut estimar que la quantitat mitjana del grup que viatja per jugar a golf és de 2,27 persones. D'elles, les que juguen a golf són 1,96, pel que la mitjana de turistes que acompanyen als golfistes pot estimar-se en 1,16 persones per cada golfista, és a dir, per cada 100 golfistes es generen al voltant de 116 estades. Aquest percentatge és molt semblant a l'estimat el 2001 i el 1997, i que es va fixar en 1,2 i 1,21 respectivament. Així doncs, multiplicant les estades directament generades pels turistes de golf per 1,16 obtenim l'estimació del total d'estades generades pel turisme de golf a Balears que, com ja s'ha esmentat més amunt, ascendeix a 1.027.511.

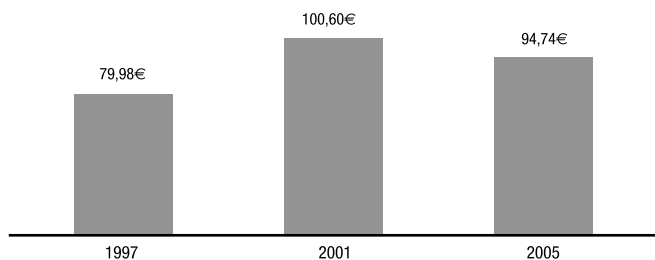
5.2 Despesa realitzada al país d'origen i a Balears

Un dels aspectes fonamentals en el procés de càlcul de l'impacte econòmic d'un determinat segment turístic recau en l'estimació del nivell de despesa efectuada pels turistes tant en el lloc d'origen com al llarg de l'estada a Balears. Així mateix, el fet de disposar d'estimacions efectuades en els estudis de 1997 i 2001, ens permetrà presentar una evolució temporal dels paràmetres analitzats.

En aquest sentit, els resultats referits a les esmentades estimacions es detallen a continuació:

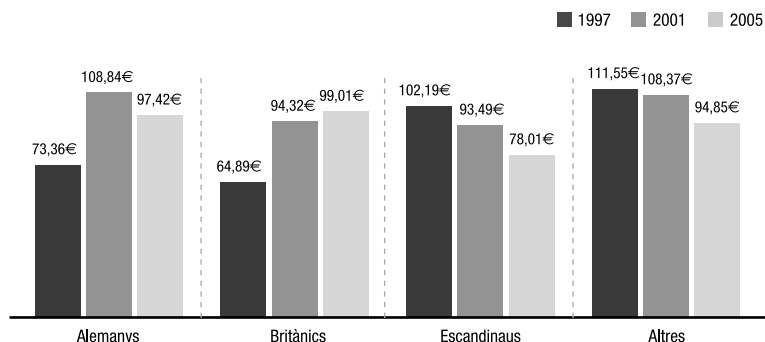
- **La despesa mitjana per persona i dia realitzada al lloc d'origen ascendeix a 94,74 €.** Per a la determinació de la despesa mitjana per persona i dia es va sol·licitar als entrevistats l'import total pagat per les vacances al país d'origen. Al dividir aquesta xifra pel nombre de dies d'estada a Balears i el nombre de persones incloses en el viatge obtenim que la despesa mitjana per persona i dia d'estada en el lloc d'origen del turista de golf s'eleva als esmentats 94,74.
- **En termes nominals, s'observa una disminució del 6,2% respecte de les estimacions efectuades el 2001.** Mentre que en el període 1997-2001 es va experimentar un augment nominal del 25,8% en la despesa estimada al país d'origen dels turistes de golf, passant de 79,98 el 1997 a 100,60 el 2001, en el període 2001-2005 la tendència s'ha revertit i s'aprecia una lleugera reducció en els nivells de despesa efectuats.

Gràfic 35. Evolució de la despesa per persona i dia en el país d'origen



- **L'anàlisi per nacionalitats indica un lleuger augment de la despesa al país d'origen per part dels britànics.** En gairebé totes les nacionalitats analitzades s'observa un lleuger descens en el nivell de despesa en el país d'origen, i de manera especial entre els escandinaus. Al contrari, els britànics mostren només un lleuger augment en el nivell de despesa en el país d'origen, el que s'observa en comparar els poc més de 94 € estimats en 2001, amb els 99,01 estimats el 2005.

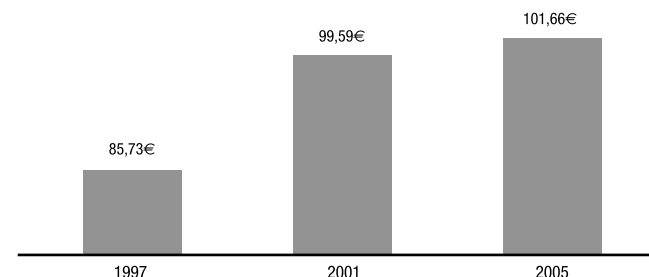
Gràfic 36. Evolució de la despesa per persona i dia en el país d'origen per nacionalitats



- **La despesa mitjana per persona i dia a Balears ascendeix a 101,66 €.** Al contrari que l'evolució de la despesa per persona i dia en el país d'origen, l'evolució de la despesa mitjana per persona i dia a Balears ha estat també positiva en termes nominals, encara que els augments no només han compensat les variacions inflacionàries. Si el 1997 la despesa mitjana estimada a Balears per persona i dia assolía els 85,73 €, el 2001 es varen estimar en 99,59 €, el que va suposar un augment nominal d'aproximadament un 16,2%; finalment,

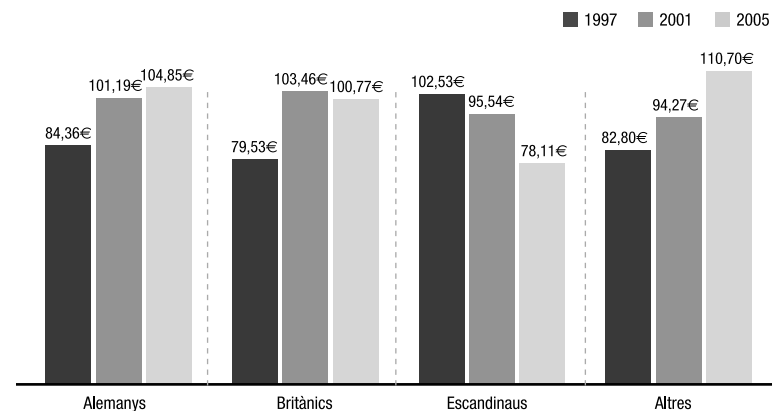
la quantitat estimada el 2005 ascendeix a 101,66 €, el que suposa una disminució en el ritme de creixement nominal fins a un lleuger 2,07%.

Gràfic 37. Evolució de la despesa per persona i dia a Balears



- **Per nacionalitats, "altres" i alemanys són els que encapçalen la llista dels que més gasten a Balears.** L'anàlisi per nacionalitat ens indica que després de "altres nacionalitats", els alemanys són els que presenten un nivell de despesa més elevat, amb 110,7 € i 104,85 € respectivament. No obstant això, el que més crida l'atenció és el significativament menor nivell de despesa dels escandinaus, la qual cosa podria estar relacionada amb el fet que els clients d'aquesta nacionalitat són els que major ús fan de paquets turístics i potser siguin els que menor necessitat relativa tenen d'efectuar despeses suplementàries a Balears.

Gràfic 38. Despesa efectuada a Balears per nacionalitats



- **Analitzaent en què es gasten els diners a Balears**, s'obtenen els resultats que es detallen a les taules següents, que ens indiquen que els principals conceptes de despesa diària són, per ordre d'importància, les despeses en restaurants i cafeteries i els *green fees*.

Taula 6. Distribució de la despesa mitjana diària a Balears

CONCEPTE	Mitjana de mostral corregida ¹
Green fees	29,54 €
Excursions	4,38 €
Restaurants i cafeteries	33,33 €
Allotjament	7,12 €
Compres	19,04 €
Altres despeses	8,25 €

Les dades anteriors són mitjanes que inclouen tots els integrants de la mostra que han contestat l'enquesta. Aquestes dades s'han d'ajustar en funció dels turistes que han respost que han efectuat algun pagament a Balears. Per exemple, el 84,9% dels que varen contestar afirmen que ha pagat green fees a Balears i que la mitjana de despesa declarada per aquest concepte ha estat de 32,4 €.

Taula 7. Distribució de la despesa mitjana diària a Balears només dels que admeten haver efectuat pagaments a Balears

CONCEPTE	Mitjana dels que han efectuat pagaments a Balears	% de turistes que admeten haver efectuat pagaments a Balears
Green fees	32,46 €	84,9%
Excursions	15,52 €	27,9%
Restaurants i cafeteries	34,21 €	95,1%
Allotjament	54,69 €	13,1%
Compres	23,47 €	79,2%
Altres despeses	18,49 €	66,1%

¹ Per evitar el desquadrament entre la suma dels diferents apartats i el total de despesa efectuada a Balears, a causa que determinats entrevistats contesten la pregunta referent a la despesa efectuada a Balears i no ho desagreguen, es corregeixen les dades obtingudes multiplicant la despesa mitjana efectuada a Balears, per la importància relativa de cada un dels conceptes determinada a partir de les dades facilitades pels que varen contestar la desagregació.

L'evolució comparada de les magnituds anteriors ens mostra que, amb relació a 2001, es produeix una disminució en els imports mitjans de les despeses en excursions, green fees i compres; un augment en els imports mitjans diaris de les despeses efectuades en allotjaments abonats a Balears i una estabilització en les despeses en restaurants i cafeteries.

Taula 8. Evolució de la distribució de la despesa diària a Balears

CONCEPTE / Import ²	1997	2001	2005
Green fees	33,71 €	37,51 €	32,46 €
Excursions	31,54 €	19,12 €	15,52 €
Restaurants i cafeteries	29,03 €	35,45 €	34,21 €
Allotjament	54,00 €	51,61 €	54,69 €
Compres	16,59 €	29,10 €	23,47 €
Altres despeses	17,63 €	20,21 €	18,49 €

5.3 Ingressos per turisme de golf a Balears

A l'hora de calcular els ingressos generats pel turisme de golf a Balears s'ha procedit de la manera següent. En primer lloc, s'ha estimat la despesa total directa realitzada pels golfistes i els seus acompanyants a Balears. En segon lloc, s'ha estimat la despesa total efectuada al lloc d'origen; la suma d'ambdós conceptes ens dona el total de despesa turística efectuada pels turistes de golf, del qual una part són ingressos turístics de Balears i que finalment s'han calculat en comptabilitzar en els ingressos directes obtinguts. L'estimació de la part d'allò pagat al lloc d'origen reverteix en agents econòmics de Balears.

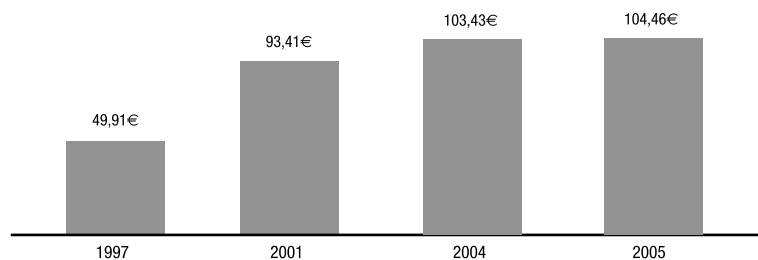
Així doncs, els resultats de les estimacions efectuades es presenten a continuació:

- La despesa total directa realitzada a Balears pels golfistes i els seus acompanyants s'estima en 104,46 milions d'euros. Per efectuar aquesta estimació s'ha procedit a multiplicar la despesa mitjana per persona i dia efectuada pels turistes de golf i els seus acompanyants a Balears, que ascendeix a 101,66 €, pel nombre total d'estades generades pels turistes esmentats, estimat en 1.027.511. L'esmentada multiplicació ens ha permès d'estimar la despesa total directa efectuada a Balears en els esmentats 104,46 milions d'euros.

² Aquestes dades corresponen a aquella part de la mostra que declara haver realitzat pagaments a Balears, pel que la major part d'aspectes estarien sobrevalorats.

- **S'observa una lleugera ralentització en la taxa de creixement de la despesa directa efectuada a Balears.** Com s'observa en el gràfic següent, d'una despesa total directa estimada en 49,91 milions d'euros el 1997, es va passar als 93,41 milions d'euros estimats el 2001, el que va suposar un espectacular increment en termes nominals del 87,15%. Aquest ritme d'increments s'ha suavitzat en els darrers anys fins a assolir un 11,8% en el període 2001-2005.

Gràfic 39. Evolució de la despesa directa efectuada a Balears (milions d'euros)



- **La despesa turística total generada pels turistes que juguen a golf a Balears i els seus acompanyants per al total de les seves vacances ascendeix a 201,80 milions d'euros.** Tenint en compte que la despesa mitjana total diària per turista i dia invertida en les seves vacances, composta pels 101,66 € desemborsats a Balears i els 94,74 € desemborsats al país d'origen, la xifra ascendeix a 196,40 €. Podem estimar la despesa turística total dels turistes de golf en multiplicar l'esmentada quantitat per 1.027.511 d'estades generades pels turistes de golf i els seus acompanyants el 2005, obtenint-se la xifra de 201,80 milions d'euros.

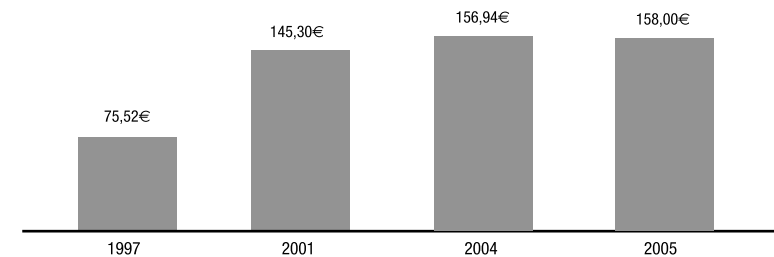
En comparació amb les estimacions de 2001 que varen determinar una quantitat de 187,76 milions d'euros, s'aprecia també una reducció en les taxes de creixement que, en termes nominals, s'ha calculat per al període 2001-2005 en un increment del 7,5%.

- **La despesa final que directament o indirectament arriba a Balears ascendeix a 158,00 milions d'euros.** Per estimar la despesa total turística generada pels turistes de golf i els seus acompanyants que ingressa Balears, és precís addicionar a la despesa realitzada directament a Balears pels turistes, esti-

mada en 104,46 milions d'euros, una part de la despesa efectuada en el país d'origen que es deriva cap a Balears com a pagaments a agents econòmics de Balears i que s'ha vingut estimant en un 55% del total gastat en el país d'origen, significant 53,54 milions d'euros. La suma d'ambdues quantitats ens facilita, per tant, l'estimació als esmentats 158,00 milions d'euros.

Comparant aquestes estimacions amb les obtingudes en l'estudi del 2001, podem observar que s'ha passat d'un ingrés turístic total de Balears de 145,30 milions d'euros a l'actual de 158,00 milions d'euros, el que suposa que en el període 2001-2005 s'ha produït un increment percentual del 8,7%.

Gràfic 40. Evolució dels ingressos per turisme de golf a Balears (milions d'euros)



6. PERSPECTIVES DE FUTUR I ACTIVITAT PROMOCIONAL

El turisme de golf a Balears, encara que continua presentant en termes generals unes perspectives de creixement positives, ha suavitzat les expectatives de desenvolupament.

De manera específica, aquest capítol analitza el futur del turisme de golf a Balears des d'una triple perspectiva:

1. Les perspectives de creixement de la demanda de golf a curt termini.
2. La influència de la realitat virtual sobre la demanda de golf.
3. L'opinió dels gestors de camps de golf sobre determinats aspectes de notable influència per al desenvolupament del golf a Balears.

Finalment es presenta un punt específic en el qual s'inclouen les principals accions promocionals dutes a terme pels camps de golf per fomentar el turisme de golf a Balears.

6.1 Perspectiva de creixement de la demanda

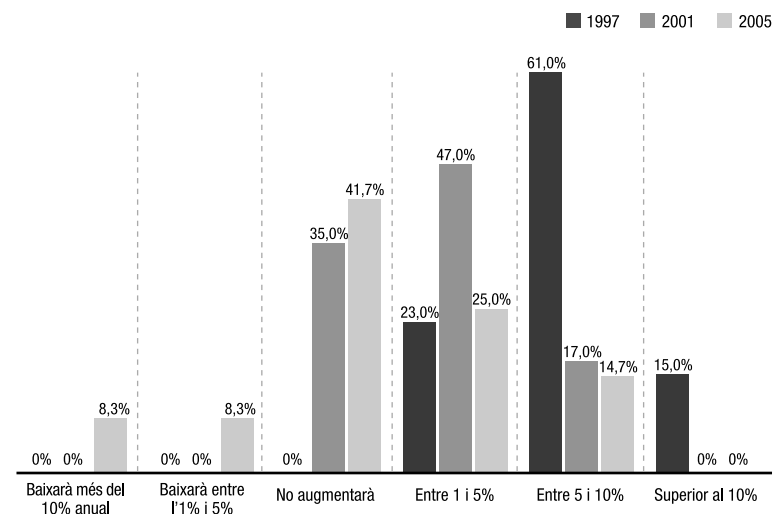
Per a l'estimació de la futura demanda de practicants de golf a Balears es va sol·licitar als directors dels diferents camps de golf que hi ha que realitzassin sobre la base de les pròpies impressions unes previsions de creixement anual per als pròxims tres anys.

Els gerents dels camps de golf havien d'indicar quin percentatge de creixement anual estimaven més factible que es produís; per a això se'ls va facilitar una escala en la qual figuraven els següents intervals: creixerà més d'un 10% anual; creixerà entre un 5 i un 10% anual; creixerà entre un 1 i un 5% anual; es mantindrà estable, i tres possibilitats que preveïen creixements negatius: que baixàs entre l'1% i el 5% anual; que baixàs entre el 5% i el 10% anual i finalment, que baixàs més del 10% anual.

Els resultats que es varen obtenir i que figuren en el gràfic següent mostren una alentització en les perspectives de creixement de la demanda. En comparació

amb les dades de 2001, en què la majoria dels enquestats esperaven creixements moderats que havien de consolidar la demanda i cap dels camps enquestats mostrava expectatives de creixements negatius, el 2005 s'aprecia per primera vegada que determinats camps de golf preveuen evolucions negatives en la demanda i que la majoria se situa en posicions en què no preveuen creixements significatius. Entre els camps de més recent construcció es continuen observant només expectatives positives que en cap cas arriben fins a preveure creixements superiors al 10% anual.

Gràfic 41. Previsió de creixement de la demanda de golf per als pròxims tres anys



Cal, doncs, concloure que les expectatives de creixement del turisme de golf s'han vist també afectades per la caiguda d'activitat turística derivada dels atemptats de l'11 de Setembre de 2001 a Nova York i dels conflictes bèl·lics a l'Orient Mitjà, la qual cosa, junt amb l'estancament en l'oferta, ha reduït el ritme de creixement previst a curt termini i, tot i que encara poden esperar-se creixements positius, es plantegen escenaris més estables especialment en comparació amb les estimacions d'estudis previs. A Eivissa i Menorca, les expectatives són també molt moderades, sent algunes de les dificultats apuntades per al desenvolupament del turisme de golf en aquestes illes les següents:

- **Falta d'instal·lacions de camps de golf disponibles.** S'ha demostrat que els turistes de golf passen gust de variar de camp diverses vegades durant l'estada, el que redueix enormement l'atractiu de destinacions turístiques amb només un camp de golf.
- **Existència de dificultats de comunicació** amb els països emissors durant els mesos de primavera i tardor, que propicia la concentració de la demanda en els mesos d'estiu i impedeix, en certa manera, el creixement durant les èpoques que en principi haurien de ser més atractives per a la pràctica del golf.

6.2 Realitat virtual i pràctica del golf

La intenció d'aquest punt és determinar l'efecte que pot produir el desenvolupament de noves tecnologies de realitat virtual (simuladors) sobre els actuals turistes que juguen a golf a Balears.

En aquest sentit es va demanar a la mostra seleccionada que valoràs sobre una escala de Likert de cinc punts (01=totalment en desacord i 05=totalment d'acord), el grau d'acord amb les afirmacions següents:

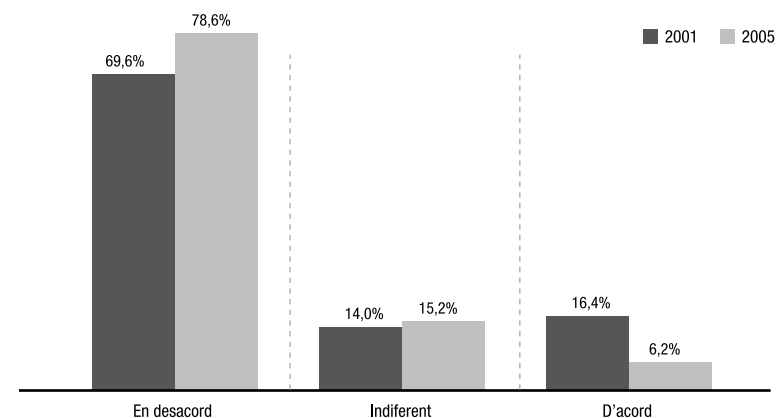
- **Els simuladors de golf (realitat virtual) poden arribar a substituir la pràctica real del golf.**
- **L'ús de simuladors de golf em farà reduir el nombre de viatges que faig per jugar a golf.**

Per a ambdues afirmacions, els resultats obtinguts són molt similars i bastant contraris al fet que la realitat virtual pugui tenir influència sobre la pràctica del golf o sobre el nombre de viatges realitzats. Així mateix, l'evolució que s'observa en comparar els resultats de 2001 amb els de 2005 indica que la percepció, lluny de variar, es manté bastant estable i, en qualsevol cas, la tendència és la de reforçar la idea de la limitada influència de la realitat virtual en els hàbits turístics dels jugadors de golf.

Concretament, els resultats referents a la primera pregunta sobre la substitució de la pràctica del golf real per un simulador, mostren que un 78% està en desacord i només un 6,2% percep aquesta possibilitat. Aquestes dades reforcen la tendència observada en 2001 en què un 70% es mostrava en desacord, davant un 16,4% que es mostrava d'acord.

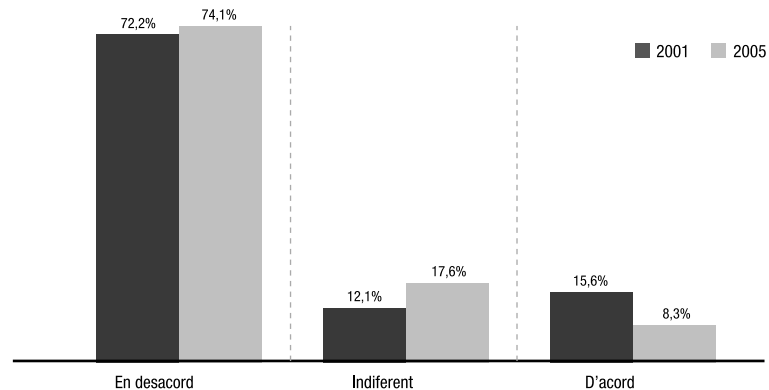
Els que més creuen que pot produir-se la substitució són els d'edats compreses entre 31-45 anys, amb un 17% que així ho afirmen i, per nacionalitats, els que més creuen en la substitució són els escandinaus amb a prop del 12%.

Gràfic 42. Substituiran els simuladors de golf la pràctica real?



En la pregunta referent a la disminució del nombre de viatges turístics a causa dels simuladors, un 74% dels entrevistats està en desacord. Només un 8,3% està d'acord. En comparació amb les dades obtingudes el 2001, s'observa una vegada més una estabilitat en la percepció que la introducció de simuladors de golf no afectarà substancialment el nombre de viatges turístics efectuats pels seus practicants. Fins i tot s'observa un lleuger augment dels que pensen que la realitat virtual no afectarà el nombre de vegades que viatgin per jugar a golf. Una vegada més, els compresos entre 31-45 anys són els que tenen una propensió lleugerament superior a la mitjana a considerar la substitució i afirmen la influència de la simulació virtual en a prop del 14% dels casos.

Gràfic 43. Els simuladors reduiran el nombre de viatges per jugar a golf



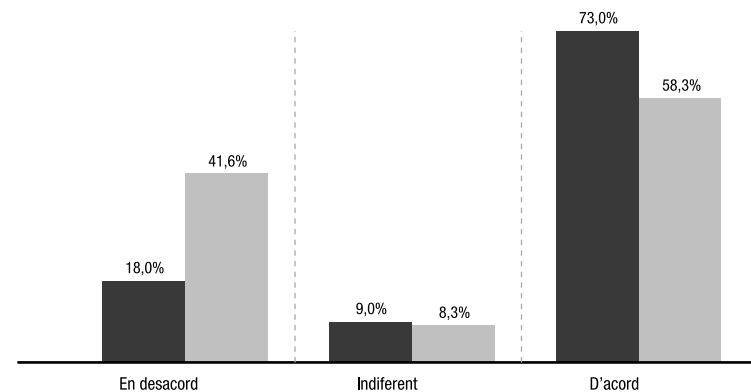
6.3 Opinió dels camps de golf

Per avaluar la percepció dels camps de golf sobre determinats temes clau que afecten el desenvolupament de la pràctica del golf a Balears, se'ls va sol·licitar que indicassin el grau d'acord amb diferents afirmacions que es referien a aspectes diversos com: la suficiència de l'aigua depurada per al reg dels camps de golf, la saturació de les canxes, la composició de la clientela o la necessitat de promocionar-se conjuntament.

Els principals resultats obtinguts en aquest estudi i la comparació amb els de 2001 són:

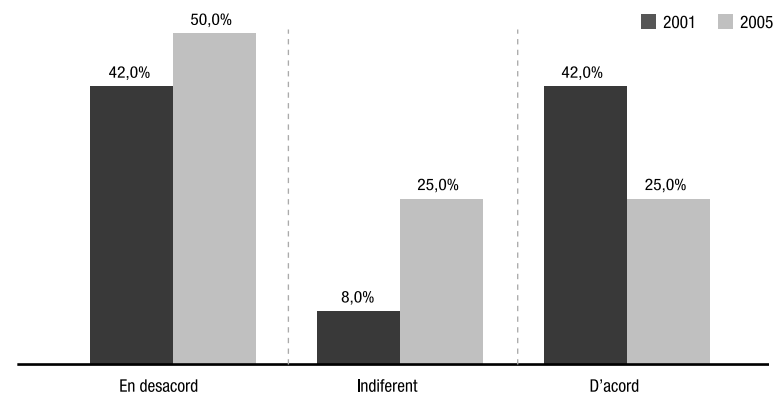
- **L'aigua depurada és suficient per al reg dels camps de golf, encara que augmenta la preocupació per la seva qualitat.** Gairebé un 60% dels camps assegura que l'aigua depurada és suficient per al reg dels camps de golf. Aquestes xifres suposen una reducció amb els gairebé 75% dels camps que van respondre en 2001 que estaven d'acord o totalment d'acord amb l'afirmació. En general, es consoliden els comentaris negatius amb relació a la qualitat de l'aigua depurada. La preocupació sobre la qualitat de l'aigua és molt elevada, ja que d'ella depèn la qualitat de l'herba i en definitiva del camp de golf i, en determinats períodes, especialment en estiu, quan les depuradores funcionen a capacitats molt elevades, la qualitat de la depuració pot disminuir i afectar en conseqüència a la qualitat del camp de golf.

Gràfic 44. L'aigua depurada és suficient per regar els camps de golf



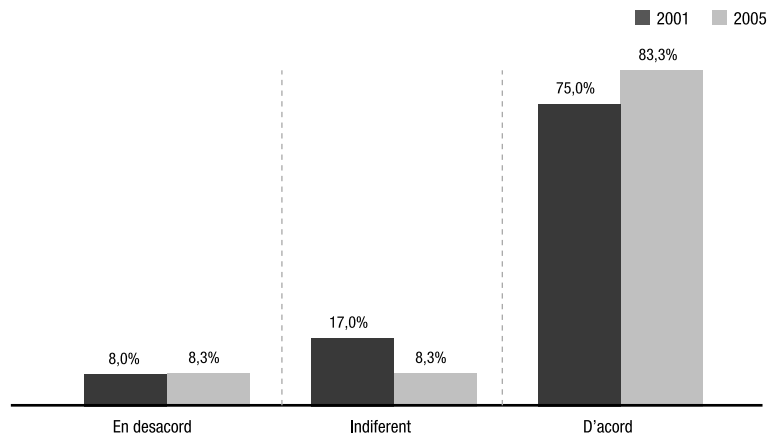
- **Es redueix la sensació que en els mesos punta (abril i octubre) els camps estan al límit màxim.** Si el 2001 les consideracions amb relació a aquesta afirmació estaven bastant equilibrades amb un 42% dels camps indicant que estaven d'acord i un altre 42% afirmant no estar-hi, el 2005 la percepció ha evolucionat cap a la idea que els camps no estan saturats. A partir d'aquests resultats podria induir-se que s'aprecia un cert estancament en el nombre de rounds jugats pels turistes i que encara que en determinats camps segueix havent-hi una altíssima ocupació en els mesos punta, en altres la situació és de menor ocupació, observant-se en alguns un marge de creixement, fins i tot en temporada alta.

Gràfic 45. En els mesos punta els camps de golf estan al límit màxim



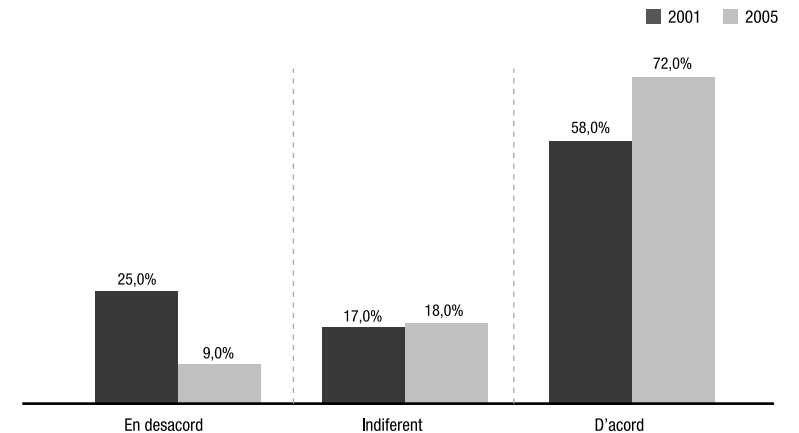
- **En el futur el turisme de golf serà menys elitista.** La tendència observada el 2001 es confirma el 2005. Si el 2001 era un 75% dels camps els que creien positivament que el golf es faria més popular en el futur, el 2005 aquest percentatge ja supera el 80% dels camps pel que reduirà el caràcter, més o menys elitista, que gaudeix en l'actualitat.

Gràfic 46. En el futur els jugadors de golf seran menys elitistes



- **És necessari reforçar les accions promocionals conjuntes.** En comparació amb 2001, any en què ja s'apreciava una àmplia majoria de camps que constataren la necessitat d'efectuar promocions conjuntes, el 2005 aquesta tendència s'ha posat encara més de manifest. Gairebé podria dir-se que hi ha unanimitat en la necessitat de col·laborar en la promoció. En la majoria dels casos reclamen també la participació de les administracions perquè permetin millorar les possibilitats de promoció.
- **Hi ha una sensació limitada de percepció negativa per part dels residents.** A la pregunta introduïda en aquest estudi en la qual se sol·licitava que els camps de golf donassin l'opinió sobre si els residents a Balears veien amb mals ulls o eren refractaris als camps de golf, les respostes obtingudes indiquen que el 50% dels camps pensa que els residents no són refractaris, davant un 16,6% que, al contrari, així ho pensa. La resta, és a dir un 33,3%, indica un posicionament neutre. Aquests resultats reflecteixen una important millora en la percepció que tenen els camps de golf sobre l'opinió dels residents de les illes respecte a aquesta activitat.

Gràfic 47. Són necessàries més accions de promoció conjuntes

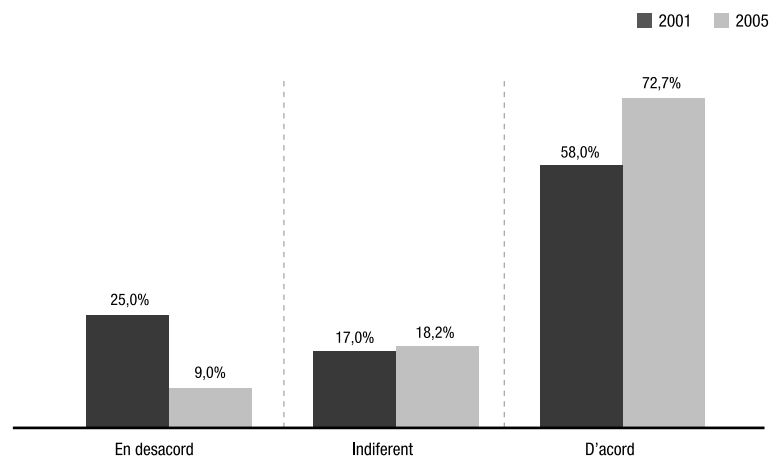


Gràfic 48. Són refractaris o veuen amb mals ulls els residents els camps de golf?



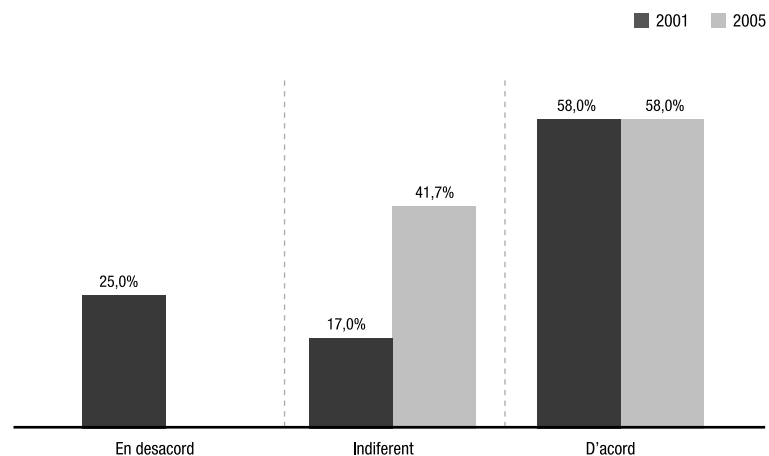
- **És necessari incrementar la promoció del turisme de golf.** En la majoria dels casos, els camps de golf reclamen una participació més activa per part de les administracions que permeti millorar les possibilitats de promoció. En general, la percepció dels camps de golf, com s'observa en el gràfic següent, és que l'Administració hauria de dedicar més accions i recursos a aquest tipus de turisme, sent més del 70% que així ho afirmen, mentre que un 18% es mostren neutres, és a dir, no tenen una opinió ni favorable ni desfavorable sobre això.

Gràfic 49. És necessària més promoció del turisme de golf?



- Les noves destinacions del golf estan restant molts turistes a Balears.**
 La sensació que els desenvolupaments de golf en altres destinacions turístiques està restant clientela a Balears és compartida per la majoria dels camps de golf. Com s'observa en el gràfic següent, gairebé un 60% d'aquests està d'acord o totalment d'acord amb l'afirmació, mentre que la resta es manté en una opinió neutral.

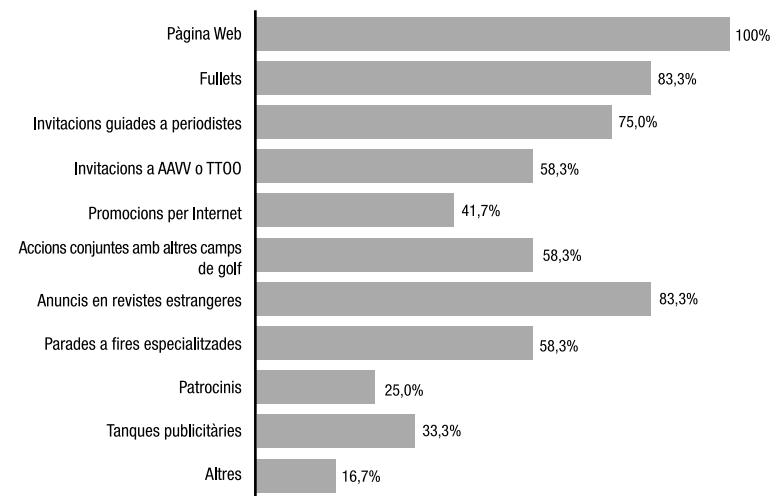
Gràfic 50. Les noves destinacions de golf estan restant molts turistes a Balears



6.4 L'actuació dels camps de golf. Accions promocionals

Per aconseguir mantenir viva la demanda, els camps de golf duen a terme una sèrie d'accions promocionals. En el gràfic següent les esmentades accions promocionals es presenten, per ordre d'importància, ordenades de major a menor.

Gràfic 51. Accions de promoció dels camps de golf



7. ANÀLISI DAFO DEL TURISME DE GOLF A BALEARS

L'anàlisi DAFO del turisme de golf a Balears suposa un esforç per resumir les principals Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats amb les quals ha d'enfrontar-se Balears per consolidar-se com a destinació turística de golf.

Per a l'elaboració d'aquest punt es va sol·licitar a un grup d'experts, compost per directors de camps de golf, representants d'operadors turístics i experts en turisme que indicassin les seves opinions sobre el tema. Els resultats, llevat d'algunes modificacions específiques, són bastant semblants als obtinguts el 2001. A continuació es presenta l'anàlisi per a l'any 2005:

1. Fortaleses. Entre les principals fortaleses de Balears es poden destacar:

- **Climatologia favorable.** Pel seu clima benigne, es pot jugar a golf a Balears més de 300 dies l'any amb temperatures superiors als 15°.
- **Diversitat de camps a Mallorca.** Al golfista, per norma general, li agrada alternar la pràctica de golf en diferents camps, el que és possible a Mallorca, illa que presenta en l'actualitat una diversitat de camps a distàncies no molt grans del lloc d'allotjament del turista, i això li permet dur a terme aquesta alternança. No obstant això, el que és cert a nivell general és que presenta importants limitacions a nivell específic. Així aquesta diversitat no s'observa ni a Menorca ni a Eivissa ni, en menor mesura, a la zona nord de Mallorca.
- **Presència de companyies baix cost, especialment a Mallorca.** Aquestes companyies que connecten fonamentalment Mallorca amb determinades zones de Gran Bretanya i Alemanya han millorat substancialment l'accessibilitat a Balears, i han aconseguit que la distància als principals mercats emissors no superi, si és a través de connexions directes, les 3 hores. Aquesta bona connexió permet, en el cas de Mallorca, i en menor mesura Eivissa i Menorca, gaudir de connexions assequibles amb determinats mercats, encara que fonamentalment amb zones d'Alemanya i Regne Unit, el que és sense cap dubte una important font d'avantatge competitiu.

- **Infraestructura i oferta complementària existents.** Els camps de golf solen comptar majoritàriament amb unes bones infraestructures, que juntament amb l'oferta hotelera d'alta categoria que hi ha, poden satisfer les necessitats de turistes d'alt nivell com els que practiquen golf a Balears.
- **Gran coneixement general de Balears.** Per ser una destinació turística de primer ordre, Balears és una destinació familiar per a molts golfistes internacionals; a més, la gran quantitat de repetidors afavoreix el "boca a orella" entre els potencials clients.

2. Debilitats. Entre els especialistes entrevistats, les principals debilitats detectades són:

- **Estacionalitat.** Malgrat els esforços duits a terme, continua havent-hi una forta estacionalitat en la pràctica del golf, només limitada per l'augment de la pràctica per part dels residents a Balears, que fa notoris els punts d'estiu i d'hivern, bàsicament per raons climatològiques. En el cas d'Eivissa i de Menorca l'estacionalitat es presenta especialment a l'hivern i a la primavera, a causa de la reducció del nombre total de turistes i a la disminució de les possibilitats de comunicació.
- **Dificultats de comunicació 'directa' amb Menorca i les Pitiüses.** Si bé a l'estiu totes les illes gaudeixen d'una oferta àmplia de comunicacions amb els principals mercats emissors, en primavera i tardor l'oferta es redueix especialment en el cas de les illes menors, agreujant-se aquesta situació en els mesos d'hivern.
- **Limitada promoció exterior del turisme de golf.** Els limitats recursos disponibles provoquen que la promoció internacional del turisme de golf a Balears no adquireixi el relleu que probablement li correspondria.
- **Poca identificació com a destinació de golf.** La imatge de "sol i platja" de Balears pot perjudicar el desenvolupament del turisme de golf si no es compensa amb una forta promoció a l'exterior com a "lloc idoni per a la pràctica del golf".
- **Encariment de la destinació.** En general, Balears ha deixat de ser una destinació barata, especialment referent a l'oferta complementària, el que evidentment pot afectar el potencial turista a l'hora de triar la destinació de golf a la qual viatjar.

- **Percepció d'un empitjorament en els nivells de qualitat preu.** Les dades de l'evolució dels nivells de satisfacció dels turistes de golf indiquen que és imprescindible fer esforços addicionals per compensar la pujada dels preus dels serveis turístics de les illes (bàsicament a partir de la introducció de l'euro el 2001) amb millores de la qualitat del servei percebuda de manera que es torni a equilibrar aquest indicador.
- **Oferta de camps de golf insuficient.** Aquesta manca és especialment notòria a Menorca i a Eivissa, que compten tan sols amb un camp de golf cada una. En el cas de Mallorca, l'oferta és més diversa i hi ha projectes per pràcticament duplicar l'oferta de camps de golf que hi ha. Aquesta millora en les infraestructures d'oferta és imprescindible si es vol competir amb les regions del nostre entorn que estan apostant fortament pel desenvolupament d'aquest segment de mercat.

3. Oportunitats. Les principals oportunitats detectades pels experts per al desenvolupament del turisme de golf a Balears són les següents:

- **Aprofitar Internet per promocionar en les destinacions amb millor connexió.** Internet s'ha convertit en una de les principals fonts d'informació i de contractació de serveis per als golfistes. La combinació d'aquest instrument promocional amb les possibilitats de connexió que presenten les connexions amb determinades zones europees a través de les companyies de vols directes de 'baix cost', presenta l'oportunitat de ser explotades eficientment.
- **Aprofitar la forta presència en mitjans del golf.** El golf és una activitat generalment mediàtica que permet, si s'és capaç de generar notícies a través d'esdeveniments, personalitats, etc., una presència considerable en mitjans per part de la destinació.
- **Continuar les polítiques de desenvolupament de mercats.** Fins a la data el mercat hegemònic és l'alemany; no obstant això, poden plantejar-se estratègies per augmentar la presència de jugadors del centre d'Europa i continuar desenvolupant el mercat britànic, un dels més actius a escala internacional en la pràctica del golf.
- **Posicionar-se al creixent mercat del golf espanyol.** La pràctica del golf a Espanya està aconseguint molts adeptes. Aprofitant la proximitat, seria interessant començar a posicionar Balears com a destinació golfística per al turisme espanyol.

- **Desenvolupament de camps de golf compatibles amb la preservació del medi ambient.** A Balears es presenta l'oportunitat de ser líders en el desenvolupament de camps de golf que integren la funció turística amb la protecció del medi ambient.
- **Millorar l'acció promocional de Balears amb relació al golf.** Hauria de ser possible augmentar els nivells de promoció exterior del golf. Coordinar els esforços del sector públic amb els dels agents privats implicats és una gran oportunitat per consolidar i millorar el posicionament de Balears com a destinació de golf en els mercats europeus.
- **Millora de l'estacionalitat turística de les illes.** Pel seu perfil estacional, el turisme de golf complementa perfectament l'activitat turística de vacances majoritària a les illes, molt concentrada en els mesos d'estiu.

4. Amenaces. Les principals amenaces detectades pels experts són les que s'esmenten a continuació:

- **L'evolució del sector aeri pot afectar la connexió de les Balears** amb els principals mercats emissors; si es produís una reducció d'aquesta, aquesta seria especialment greu en els períodes de primavera i tardor que són els més importants per al desenvolupament del turisme de golf. El manteniment de les actuals operacions de connexió de l'aeroport de Palma, que faciliten connexions directes amb els principals aeroports europeus a un cost raonable és un factor crític per facilitar el futur desenvolupament del turisme de golf.
- **La percepció social del golf.** Si no s'aconsegueix una acceptació social de la pràctica del golf per part dels residents a Balears, pot generar-se una animadversió envers aquesta pràctica que pot posar en perill el conjunt de la indústria.
- **Disminució en la qualitat de l'aigua depurada.** Si no s'aconsegueix un nivell d'aigües de reg de qualitat, evidentment això es traslladarà a la qualitat dels camps i a les percepcions dels turistes que podrien redundar en una disminució en l'atractiu de la destinació.
- **Duríssima competència nacional i internacional.** La competència, emergent en l'època dels estudis anteriors, no sols s'ha consolidat, sinó que s'ha expandit. El segment de golf està sent introduït en la major part de plans estratègics de desenvolupament turístic de les destinacions tradicionals i emergents, amb

el que l'oferta s'ha multiplicat i han augmentat els nivells de competència. Aquesta situació es veu clarament amb exemples a escala nacional com són Andalusia o, a escala Internacional, com per exemple Portugal, Turquia, Tunis, etc., destinacions potents i altament competitives que, a més, continuaran creixent en els pròxims anys.

Taula 9. Anàlisi DAFO del turisme de golf a Balears

ANÀLISI DAFO	
Fortaleses	Febleses
<ul style="list-style-type: none"> • Climatologia favorable, especialment en comparació amb els països d'origen • Diversitat de camps a Mallorca • Connexió aèria de Mallorca amb determinats mercats emissors • Infraestructures i oferta complementària existent • Gran coneixement de les Balears 	<ul style="list-style-type: none"> • Activitat estacional. Es produeixen baixades considerables en la demanda a l'hivern i a l'estiu • Limitada promoció exterior • Certa pèrdua d'imatge com a destinació de golf en benefici d'altres destinacions • Encariment de la destinació i baixada en els nivells de satisfacció percebuts pels turistes de golf. • Oferta de camps de golf insuficient, especialment a Menorca i a Eivissa
Oportunitats	Amenaces
<ul style="list-style-type: none"> • Aprofitar Internet per promocionar en les destinacions amb millor connexió • Augmentar la presència en determinats mercats emissors altament dinàmics en turisme de golf, com són el britànic i l'escandinau • Posicionar-se en el creixent mercat espanyol • Allargar la temporada de golf • Augmentar la promoció exterior • Desenvolupar camps de golf compatibles amb la preservació del medi ambient • Millora de l'estacionalitat turística general de Balears 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducció de la connexió amb els països emissors a la primavera i tardor • Disminució en la qualitat de l'aigua depurada que dificulta el reg i la qualitat de l'herba • Competència nacional (principalment Andalusia) i internacional (especialment Portugal) molt dura per a la captació del turisme de golf • Acceptació social del golf

8. CONCLUSIONS I RECOMANACIONS

8.1 Conclusions

Les principals conclusions que poden extreure's d'aquest estudi es resumeixen a continuació:

- **La pràctica del golf al món continua creixent de manera continuada.** Si el 1993 s'estimava en 47 milions el nombre de jugadors, el 2000 s'estimava a prop de 75 milions i el 2005 ja s'estimen en un poc més de 85 milions. El desplaçament d'aquests jugadors per a la pràctica del golf ha generat el turisme de golf.
- **El desenvolupament de noves infraestructures de golf a Europa i a Espanya ha anat en conjunt amb el creixement de la demanda.** A tot el món en general i de manera particular a Europa, els camps de golf s'han anat multiplicant. En l'actualitat, a Europa hi ha més de 6.200 camps, dels quals 306 són a Espanya. El cas espanyol és un dels més significatius, ja que dels escassos 50 camps que hi havia el 1980 s'ha passat a 226 el 2000, i als 306 el 2005, el que demostra el fort interès que ha mostrat aquesta activitat, a causa d'un doble augment de la demanda. D'una part, la demanda interna ha augmentat considerablement, el que s'observa en el nombre de federats espanyols, que ha passat de poc més de 5.000 en 1970 a més de 100.000 en 1995, a 186.000 el 2001 i a més de 235.000 el 2004. D'altra part, l'augment de la demanda originada per turistes, que en l'àmbit espanyol s'ha estimat que ha passat de 120.000 en 1985 a més de 285.000 el 1995, a prop de 580.000 el 2000 i a més de 750.000 el 2005.
- **A Balears es produeix una estabilització en el nombre de camps de golf i en el total de rounds jugats.** Balears va desplegar considerablement l'oferta de camps de golf passant de 8 camps el 1987 a 15 el 1997 i a 21 camps el 2001, encara que en el període 2001-05 s'hagi notat un estancament amb només un nou camp obert en el període. Paral·lelament, la demanda també va augmentar clarament fins al 2001, passant dels prop de 285.000 rounds jugats en 1995 als gairebé 420.000 de 1997 i als 605.000 de 2001, retrocedint fins als 590.000 el 2005. Aquesta estabilització en la pràctica de golf a Balears es deu a la reducció del nombre de rounds jugats pels no residents, que han passat d'un poc més de 455.000 rounds en 2001 als 415.000 de 2005. Aquesta baixa es produeix perquè el nombre de dies que els turistes dediquen a jugar a golf en el viatge ha descendit des dels 5,74 en 2001 fins als 4,65 el 2005.

- **El nombre de turistes de golf i les estades generades han continuat augmentant.** El nombre de turistes de golf ha anat augmentat progressivament fins a situar-se en 89.383 en 2005 davant els 79.270 de 2001 o els 46.806 de 1997. El nombre d'estades s'ha mantingut també lleugerament a l'alça ja que es manté la durada dels viatges. El 2005 s'estimen un total d'1,028 milions d'estades per turisme de golf, que superen els 0,938 milions d'estades de 2001 i que en ambdós casos inclouen les estades generades pels jugadors de golf i les dels seus acompanyants.
- **En general, les expectatives de creixement s'han moderat.** La complicada evolució turística general i l'estancament de l'oferta ha duit a una percepció d'una certa moderació respecte a l'evolució d'aquest segment de mercat a curt termini.
- **Les modificacions en el perfil dels turistes de golf han estat molt lleugeres en els darrers anys.** Continuen sent majoritaris els alemanys, encara que la importància relativa del mercat britànic i de l'escandinau ha augmentat notablement. S'aprecia una certa reducció en l'edat mitjana dels turistes, majoritàriament homes, amb professions generalment associades a altes remuneracions i ingressos mitjans familiars mitjans-alts.
- **Guanyen importància relativa, fórmules d'allotjament diferents dels hotels tradicionals.** Encara que la majoria dels turistes de golf es continua estimant més allotjar-se en hotels o apartohotels, altres tipus d'allotjament guanyen importància: habitatge propi o llogat, cases d'amics i familiars i hotels rurals i agroturismes capten una part significativa dels turistes de golf. En qualsevol cas, els que s'allotgen en hotels o apartohotels continuen triant majoritàriament establiments de categoria superior (4 o 5 estrelles) en més del 72% dels casos.
- **Es redueix la importància del paquet turístic.** Només un 30% dels turistes afirma haver vingut amb un paquet turístic i augmenta el seat only fins a representar-ne més del 60%. Això és cert per als mercats britànic i alemany que disposen de connexions freqüents i a preus accessibles gràcies a la introducció dels vols baix cost. Al contrari, els escandinaus, en no disposar de la qualitat de comunicacions dels altres mercats, opten més pel paquet turístic i l'allotjament en hotels tradicionals.
- **L'estada mitjana s'estabilitza en 9,91 dies.** Si el 1997 l'estada mitjana s'estimava en 10,28 dies, el 2001 es va estimar en 9,86 dies, pràcticament idèntica als 9,91 estimats el 2005. Al contrari, el nombre de dies que dediquen a jugar a golf s'ha reduït dels 5,74 de 2001 als 4,65 de 2005.

- **Les principals destinacions alternatives a Balears en el turisme de golf** continuen sent la resta d'**Espanya** (principalment la Costa del Sol i Canàries), **França, Portugal** (Algarve) i apareix amb força **Turquia**.
- **L'ús d'Internet s'ha popularitzat molt entre els turistes de golf.** Tant per a la contractació del viatge com de l'allotjament i fins i tot per a la contractació dels green fees, l'ús d'Internet s'ha convertit en una pràctica habitual, amb percentatges d'ús del 52%, 43% i 31% respectivament.
- Amb relació a les **principals motivacions** per triar Balears, el clima, **fugir de la rutina diària i gaudir de la naturalesa** són els motius més esmentats. En general, el turista de golf valora més els aspectes de tranquil·litat, naturalesa i culturals que el turista mitjà que visita les Balears. És, així mateix, menys sensible al preu.
- **Continua observant-se un alt nivell de repetitivitat cap a Balears.** En general els turistes de golf són grans coneixedors de Balears, declarant més del 50% que ha visitat Balears més de 4 vegades, pel que ja disposaven d'informació prèvia al viatge basada en experiència personal i d'amics i coneguts. En comparació amb les dades de 2001 i 1997 cal constatar la consolidació de la importància d'**Internet** com a instrument en la recollida de la informació. Si el 1997 amb prou feines un 0,3% dels golfistes declaraven haver-la utilitzat com a font d'informació per al viatge, el 2001 gairebé un 17% en declara la utilització i el 2005 n'assolia el 56,8%, encara que les experiències anteriors i les converses amb amics i familiars continuen tenint major influència en la decisió.
- **La despesa per persona i dia en lloc d'origen sofreix un lleuger retrocés,** mentre que la despesa efectuada a Balears augmenta encara que a una taxa molt moderada, estimant-se el 2005 en 94,74 i 101,66 euros respectivament.
- **La despesa turística generada pels turistes que juguen a golf s'ha estabilitzat augmentat un 7,5% en termes nominals entre 2001 i 2005.** Aquestes taxes de creixement són menors que les experimentades entre 1997 i 2001, període en el qual es va estimar un creixement de l'ordre del 94,6%, i que s'ha traduït en una evolució de la despesa total de 201,83 milions d'euros el 2005, davant els 187,76 milions d'euros de 2001.
- **Els ingressos totals per a Balears generats pel turisme de golf augmenten un 8,7% respecte a 2001 i ascendeixen 158,00 milions d'euros el 2005.** Aquest import s'obté per la suma de la despesa realitzada directament a Balears, 104,46 milions d'euros pels turistes de golf i els seus acompanyants, més la part que varen gastar al país d'origen i que s'estima que reverteix final-

ment a Balears mitjançant pagaments a agents econòmics de les illes (53,54 milions d'euros). Aquests 158,00 milions d'euros suposen més d'un 8,7% d'increment nominal sobre els 145,31 milions d'euros ingressats el 2001.

8.2 Recomanacions

A partir dels resultats obtinguts i de les entrevistes realitzades podrien desprendre's les recomanacions següents:

- **Consolidar i incidir en la cultura de la qualitat i de l'atenció al client.** Els resultats obtinguts indiquen que l'experiència pròpia i la recomanació personal és la font d'informació principal dels turistes de golf. Procurar un alt grau de satisfacció és doncs, un dels requisits fonamentals per assegurar-ne la fidelitat així com per a la difusió de Balears com a destinació ideal per a la pràctica del golf. Si Balears pretén continuar sent una destinació capdavantera dirigida al segment mitjà-alt, ha d'oferir nivells de qualitat que justifiquin uns preus més elevats.
- **Afavorir l'ús de les noves tecnologies en la promoció del turisme de golf.** Com s'ha vist a l'informe, l'ús d'Internet és cada vegada major per part dels turistes de golf, tant per recollir informació, com per adquirir el viatge total o parcialment. D'altra banda, només el 41% dels camps efectua promocions a través d'Internet. Les noves possibilitats de comercialització que s'obrin amb aquestes tecnologies no haurien de desaproveitar-se, i s'hi haurien d'involucrar els diferents agents interessats en el desenvolupament turístic de Balears, administracions públiques, camps de golf, allotjaments, oferta complementària, etc.
- **Desenvolupar polítiques per assegurar la qualitat en el subministrament d'aigua depurada.** La viabilitat del negoci del golf a Balears passa per disposar d'uns subministraments d'aigua suficients i de qualitat, que permetin mantenir les infraestructures en òptimes condicions. Si bé no hi ha queixes sobre la quantitat d'aigua disponible, referent a la qualitat, des dels camps de golf sol expressar-se en determinats casos la seva preocupació, ja que especialment a l'estiu, la qualitat de l'aigua depurada no es considera suficient, amb el qual es perjudica els camps.

- **Diversificar els mercats que hi ha, potenciant la presència a Gran Bretanya i Escandinàvia.** A Balears s'observa una presència majoritària de turistes de golf alemanys, en consonància amb l'èxit d'aquest mercat en el conjunt del turisme que reben les Balears. Els bons resultats dels mercats britànic i escandinau poden ajudar-nos a determinar com a prioritaris els esforços promocionals en aquests dos mercats, sense per això obviar la tradicional importància del mercat alemany.
- **Continuar amb els programes generals de desestacionalització.** El manteniment de l'atractiu de Balears per al turista de golf du implícita la necessitat d'un mínim d'activitat en les destinacions turístiques i una oferta complementària oberta, especialment els mesos de primavera i tardor. Els esforços generals a favor de la desestacionalització turística redunden, per tant, en la millora de l'atractiu de Balears com a destinació de golf.
- **Incrementar els esforços promocionals i incidir en la creació d'una imatge de Balears com a "destinació de golf".** Els grans esforços promocionals i de producte que duen a terme múltiples destinacions, i de manera especial Andalusia, Algarve i Canàries, els està duent a posicionar-se com els líders en el camp del turisme de golf. Hi ha el risc que, sense una atenció adequada, això pugui perjudicar a mitjà termini el desenvolupament del turisme de golf a Balears, ja que la imatge actual de Balears no està especialment vinculada a aquest tipus de turisme. En aquest sentit, es recomana la difusió de les múltiples possibilitats de la pràctica de golf a Balears i afavorir la continuació de les ofertes conjuntes realitzades pels diferents camps de golf.
- **Afavorir el desenvolupament d'iniciatives promocionals conjuntes públiques i privades.** La major part dels camps de golf creu oportú augmentar la seva promoció exterior i millorar la coordinació entre ells a l'hora de dur a terme accions promocionals. A més a més, reclamen una major implicació dels ens públics en aquests esforços per millorar l'efectivitat dels recursos invertits.
- **Afavorir l'augment de les connexions aèries directes a preus raonables amb els mercats a desenvolupar.** Cada vegada més, l'existència de comunicacions "baix cost" condiciona l'elecció de la destinació turística; en l'actualitat, gairebé un 60% dels turistes de golf afirmen que l'existència d'aquest tipus de connexions els condiciona en major o menor mesura; és per això que els mercats que no en tenen són més difícils de desenvolupar. Aquest és el cas dels

mercats escandinaus, que especialment en els mesos d'hivern i tardor tenen una accessibilitat bastant limitada, pràcticament reduïda a paquets turístics, dificultant el desenvolupament del passatger independent que, d'altra banda, és el que presenta taxes de creixement més elevades.

- **Promoure un desenvolupament equilibrat i raonable de nous camps de golf a Balears, especialment a Menorca i a Eivissa.** Per poder continuar el desenvolupament d'aquest segment de mercat és imprescindible continuar millorant la qualitat i quantitat de la nostra oferta de camps de golf. Aquesta necessitat és especialment patent a Menorca i a Eivissa ja que amb un únic camp de golf cada una no tenen cap possibilitat d'ofertar un producte atractiu en un mercat on la diversitat d'oferta i la possibilitat de jugar en diversos camps és un requisit cada vegada més valorat i exigit per part dels turistes de golf.

9. BIBLIOGRAFIA I ENTREVISTES

9.1 Bibliografia

- <http://www.golfeurope.com/clubs/durham.htm>
- <http://www.golfeurope.com/clubs/europe.html>
- <http://www.ngf.org/opportunities/execsum.html>
- **Actualidad Económica (29/9/97).** "Un 'put' de 122.000 millones"
- **Asociación de Campos de Golf de Baleares (1996).** *Guía del Golf de Baleares.* Taylor Bros Publication.
- **Aymerich Consulting (1996).** *Informe Económico y Perspectivas del Sector del Golf en España.*
- **CAEB / IBATUR (1997).** *El Turismo de Golf en Baleares.*
- **CAEB / IBATUR (2002).** *El Turismo de Golf en Baleares. 2001*
- **Cebrian, B. (2005).** "El Otro Lado del Sol y Playa", Diario el País, suplemento empresas 22; maig, pàg. 5.
- **Confederación de Empresarios Andaluces - CEOE (1994)** *Actualización del Informe sobre Turismo de Golf en Andalucía.*
- **Conselleria de Turisme i Conselleria d'Economia i Hisenda,** *La despesa turística.* Diversos anys.
- **Convención Mundial de Turismo de Golf (2000).** III Convención Mundial del Turismo de Golf, Jerez de la Frontera.
- **European Travel Monitor (diversos anys).** European Travel Data Monitor.
- **Golf Research Group (1994).** "Golf Boom Continues". Golf Enterprise Europe. Pàg.12-13. Març-abril.

- **Instituto de Estudios Turísticos (2004).** Encuesta de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR). Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç. Secretaria General de Turisme. www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/frontur
- **Instituto de Turismo de España (2001).** *Producte Golf*. Presentacions Àrea de Turisme Esportiu i Naturalesa.
- **Knoerzer, Holmar (2000).** *El Boom del Golf al Turisme, un segment en Ple Apogeu*. Presse-Information. ITB Berlín.
- **Morena, A. (1999).** "The Costa Del Sol: A Case O Rejuvenation Through Enriching The Destination Product". Turizam vol. 47 (3): pàg. 261-265
- **National Golf Foundation (1998).** *The Global Dimensions of the Golf Industry* NGF Infopack
- **National Golf Foundation (1999).** *A Strategic Perspective on The Future of Golf*. NGF Infopack.
- **Real Federació Espanyola de Golf (2005).** Camps per provincies. www.golfspainfederacion.com
- **Secretaria General de Turisme (2001).** *Estudi sobre el Turisme Esportiu de Golf: l'Impuls a Nous Camps*.
- **Sullivan, Mike (1996).** "The Japanese golf holiday market". Travel and Tourism Analyst n°2 1996.
- **Turespaña (2003)** Estudios de Productos Turísticos; Turismo de Golf
- **Wallenhorst, R. (1996).** "Golf Market in Germany: Current Structures and Trends". Europaisches Tourismus Institut GmbH, Universitat Trier.

9.2 Entrevistes

- **Alcina, Gabriel.** Club de Golf Canyamel
- **Álvarez, Juan.** Club de Golf Son Vida
- **Bulker, Paul.** Golf Andratx
- **De Alfonso, Adolfo.** Club de Golf Vall d'Or
- **Fernández, Juan.** Club de Golf Son Servera
- **Fernández, Susan.** Club de Golf Capdepera
- **Guerrero Patrici.** Club de Golf Pollença
- **Jiménez, José.** President Associació Camps de Golf de Balears. Golf Ponent
- **Mascaró, Pilar.** Club de Golf Son Parc
- **Pando, Jorge.** Club de Golf Bendinat
- **Rodríguez, Maria.** Rotana Greens
- **Sala, Romeo.** Club de Golf Pula

10. FITXA TÈCNICA

10.1 Disseny del qüestionari i treball de camp

Per a la realització d'aquest treball es varen preparar dos qüestionaris. El primer anava dirigit als turistes que juguen a golf a les illes Balears i tenia per objectiu realitzar un estudi descriptiu de la demanda. El segon, dirigit als directors dels camps de golf, tenia per objectiu la determinació del nombre de visites així com altres aspectes quantitius i qualitius referents al futur del golf a Balears.

L'enquesta dirigida a camps de golf estava estructurada de la manera següent:

- La primera part cercava determinar les dades referents al perfil de l'usuari com: sexe, edat, nacionalitat, nivell de joc, professió, etc.
- La segona part feia referència a aspectes descriptius del comportament del consumidor, com per exemple: preferències d'allotjament, mètodes de reserva utilitzats, estades mitjanes, repetitivitat, hàbits de viatge, destinacions alternatives, etc.
- La tercera part estava dissenyada per demanar informació referent a la despesa turística realitzada i la seva composició.
- La quarta part estava dirigida a analitzar les motivacions dels turistes de golf i la seva satisfacció en relació amb la seva estada, així com amb altres aspectes més generals de Balears.
- La cinquena part estava destinada a recollir informació sobre els principals motivadors a l'hora de triar Balears i les principals fonts d'informació.

Les enquestes es varen administrar personalment en els diferents camps de golf de Balears durant els mesos de març, abril, maig i setembre. Una vegada al camp de golf, l'enquestador va entrevistar aleatòriament un màxim de 15 individus no residents a Balears per sessió.

D'altra part, el qüestionari administrat als directors de camps de golf estava estructurat en dos grans apartats:

- Un primer apartat quantitatiu destinat a recollir dades referents al nombre total de rounds, distribució dels rounds jugats entre residents i no residents, etc.
- Un segon apartat qualitatiu destinat a demanar les opinions dels camps de golf sobre les previsions d'evolució de la demanda a curt i mitjà termini, opinions sobre aspectes rellevants, així com informacions necessàries per a l'elaboració del DAFO del turisme de golf.

10.2 Fitxa tècnica

Taula 10. Fitxa tècnica

Tipus d'enquesta realitzada	Personal
Lloc de realització de l'enquesta	Camps de golf de Balears
Horari	Matins d'11 a 14 h Tardes de les 16 a les 20 h
Univers	Persones no residents a Balears que practiquen el golf a Balears
Quantitat de la mostra	470 individus
Error de la mostra	4,61% (per al total de la mostra)
Dispersió	P=Q=0,5
Data de treball de camp	març, abril, maig i setembre 2005

