

Así está la industria del golf (y II)

“

Cada año España acoge a un millón de turistas extranjeros cuyo motivo principal del viaje es el golf

Como continuación del informe que presentó la empresa consultora Aguirre Newman y madridGolf en relación con la situación actual de la industria del golf en nuestro país, cuyas primeras conclusiones se publicaron en el número anterior, en esta segunda y última parte se incide en abordar al golf como una actividad que, deportiva por encima de todas las cosas, cuenta con un amplio respaldo social plasmado no sólo en el número de federados, practicantes y aficionados, sino por la existencia de un significativo conjunto de organizaciones deportivas, sociales, laborales y administrativas, soporte de un amplio entramado socioeconómico que contribuye al Estados del Bienestar.

Una industria en proceso de consolidación

Un resumen apresurado de lo expuesto en el número anterior pone el énfasis en que las Comunidades Autónomas que presentan mayor número de federados respecto a su población total son Cantabria, Madrid, Asturias y País Vasco. Además, el 85% de los federados tiene hándicap superior a 18.5 o no tiene hándicap, mientras que más del 85% de los federados son mayores de 18 años

Por otro lado, España es el segundo país del mundo, por detrás de Estados Unidos, en recepción de turistas extranjeros cuyo motivo principal del viaje es el golf, cuestiones todas ellas que permiten sacar una serie de interesantes conclusiones, sobre todo teniendo en cuenta que el turismo de golf genera anualmente en España un gasto aproximado de 1.200 millones de euros, lo que supone un gasto diario medio por viajero de 171 euros, es decir, un 75% más que el gasto diario medio del turismo en general.

Demanda Turística

A nivel mundial, el número de jugadores de golf asciende a más de 60 millones, de los que más de 5 millones son europeos. España reúne las condiciones ideales para la práctica del golf y por ello la promoción de este deporte puede ser crucial para el buen funcionamiento del turismo y, por tanto, de la economía.

España se posiciona como el segundo país del mundo en cuanto a recepción de turismo de golf, superado solamente por Estados Unidos. Cada año España acoge a un millón de turistas extranjeros cuyo motivo principal del viaje es el golf. Esta actividad turística genera un ingreso anual de unos 1.200 millones de euros, es decir, una media de 1.200 euros por jugador y estancia.

Los turistas de golf se alojan generalmente en establecimientos de cuatro y cinco estrellas, en estancias de una semana y generan un gasto diario de 171,4 euros, es decir, un 74,8% más que el gasto del turista medio.

Otra de las características principales de esta tipología de turista es su temporada alta, que no coincide con la temporada alta del turismo en general. Las épocas elegidas por estos viajeros para visitar España son primavera y otoño provocando así una desestacionalización turística en las zonas que generalmente reciben a estos turistas.

Comunidades Autónomas más receptoras

Las Comunidades Autónomas que mayor número de turismo de golf reciben son:

- Andalucía, donde se localiza el 28% de la oferta de campos de golf. En esta comunidad el turismo de golf genera en torno a 400 millones de euros anuales.
- Islas Canarias, donde la oferta de campos de golf solo representa el 5% del total nacional, si bien, esta tipología turística genera unos ingresos de 177 millones de euros anuales.
- Islas Baleares, en las que la oferta de campos de golf supone el 6% aproximadamente de total nacional y donde el turismo de golf ingresa unos 161 millones de euros al año.
- Comunidad Valenciana, donde se localiza el 10% de la oferta española de campos de golf y cada año ingresan aproximadamente 144 millones de euros generados por este tipo de turismo.

Este análisis muestra como la oferta de golf y hotelera, junto al clima y la tradición turística son las razones principales que guían a los turistas de golf en cuanto a la elección del destino en España.

Tipología de campos

Desde 1891, año en el que se inauguró en Las Palmas el primer campo de golf, en España la oferta de este tipo de instalaciones alcanzó la cifra de 424 a finales de 2011. El análisis de este dato comparado con el resto de países de Europa posiciona a España en sexto lugar, precedido de Reino Unido, con 2.576 campos, Alemania, con 700, Francia, con 574, Suecia, con 456, e Irlanda, con 523.

Atendiendo al tipo de explotación se han determinado cuatro categorías:

- Comerciales: donde la mayor parte de los “greenfees” se venden a jugadores externos, es decir, jugadores que no son ni socios ni abonados, mientras que el campo cuenta con socios y/o abonados al club.
- Pay & Play: campos en los que no existen socios ni abonados, el 100% de los jugadores no tendrían ninguna vinculación con él. Son campos localizados principalmente en destinos turísticos.



“Los turistas de golf visitan España principalmente en primavera y otoño, una interesante desestacionalización turística en las zonas que acogen a este colectivo

• Privados: campos de golf que sólo permiten el juego de socios y abonados, si bien podrían tener acceso a él jugadores externos por medio de invitaciones.
• Semiprivados: campos de golf donde la mayor parte de los jugadores son socios y/o abonados del mismo, si bien cuentan con una pequeña parte de los “greefees” vendidos a jugadores sin ninguna vinculación al mismo.

Las tipologías de explotación más comunes en España serían las de campos comerciales mixtos, es decir, comerciales y semiprivados, representando un 41.24% y un 31.96% respectivamente. Los campos privados suponen el 18.56% del total y la tipología menos popular sería la de Pay & Play, con una representación sobre el total de un 8.25%.

En cuanto a la propiedad de los campos, solamente el 9% serían de propiedad pública. En el caso del Reino Unido, prácticamente el 50% de las instalaciones de golf del país serían de propiedad pública.

En cuanto al número de hoyos con los que cuentan los campos españoles, el 49.70% están compuestos por un recorrido completo, es decir, 18 hoyos. El 35.09% son campos compuestos por 9 hoyos y sólo el 0.61% del total ofertan tres recorridos completos, es decir, 54 hoyos.

Instalaciones adicionales y desarrollos inmobiliarios

Otro de los análisis realizados es el de las instalaciones adicionales y catering. Este estudio muestra que el 85.44% de los campos de golf cuenta con instalaciones adicionales, es decir, aunque su uso principal sea el de jugar al golf, funcionan en muchos casos como club social y deportivo.

En cuanto al servicio de catering de las instalaciones adicionales, en el 47.57% de los casos se subcontrata con el fin de facilitar la gestión de las instalaciones.

Uno de los datos más relevantes y que mejor muestran la situación actual del golf en España es la relación del desarrollo de los mismos al amparo de proyectos inmobiliarios. Más del 58.8% de los campos analizados se construyeron al amparo de desarrollos inmobiliarios.

El promedio de empleados por hoyo en los campos españoles es de 1.43. Se trata de un ratio muy elevado, si bien, viene motivado principalmente por las instalaciones adicionales.

En cuanto al número de socios de los campos analizados, el promedio se sitúa en 1.400 socios por campo. Solamente el 4.84% de los campos cuenta con más de 5.000 socios.

Precios de las acciones y los greenfees

El precio medio de una acción en los campos analizados es de 17.400 euros. Esto se debe principalmente a que muchos de los campos, al estar muy consolidados, sólo ofrecen acciones en el mercado de segunda mano, incrementando mucho el valor de las mismas.

Sólo el 7.69% de los campos han posicionado el precio de sus acciones por debajo de los 1.000 euros. En el caso del precio de los abonos, el promedio nacional se sitúa en torno a 1.324 euros.

En cuanto al precio de los greenfees, el coste medio de los campos encuestados se posiciona alrededor de los 5.67 euros para socios del campo, mientras que este precio para los abonados supera los 7.20 euros. El precio medio de los greeenfees para jugadores externos se sitúa en torno a los 70 euros.

El promedio de greenfees anuales vendidos por los campos de golf españoles

Andalucía, Canarias, Baleares y Comunidad Valenciana son los destinos preferidos por los turistas con motivaciones golfísticas

está actualmente en torno a 34.300. Este dato no es relevante si no se relaciona con el número de hoyos de cada instalación. En este caso el promedio nacional de greenfees por hoyo y año se sitúa en 1.490.

Del total de greenfees anuales contabilizados en los campos de golf analizados, un 54.31% se corresponden a jugadores socios o abonados del campo de golf.

Mercado de Inversión

El mercado de inversión en campos de golf es un mercado incipiente en España. Otros países, como Estados Unidos, cuentan con un mercado profesionalizado y con presencia de fondos de inversión especializados en esta tipología de producto. La razón principal para la ausencia de un mercado de inversión más consolidado en España se debe principalmente a que en muchos casos las decisiones tomadas a la hora de desarrollar los campos de golf no estaban relacionadas directamente con la rentabilidad de los mismos, si no que se concibieron con otra finalidad.

Clubes sociales, resorts hoteleros o valores añadidos a promociones inmobiliarias fueron los principales motivos. Esta ausencia de rentabilidad de los campos en sí mismos ha generado que no exista un volumen representativo de transacciones, si bien sí que se han registrado en los últimos meses cambios de propiedad, principalmente motivados por adjudicaciones bancarias.

La herramienta principal para la creación de un mercado de inversión de esta tipología de producto sería:

- Optimización de los campos existentes a través de herramientas de marketing, recortes en los gastos operativos (a través de la subcontratación de servicios, ahorro en regadío, etc...) y búsqueda de usos complementarios que aumenten la rentabilidad del campo.
- Revisión de los proyectos: Analizando el mercado para poder ajustar la oferta a la demanda, revisando el diseño, no todos los campos deben estar concebidos para jugadores profesionales, por lo que adecuar la morfología del campo a la del terreno recortaría notablemente los costes de construcción, además de que lo convertiría en más sostenible en todos los aspectos. Y teniendo en cuenta los futuros costes de mantenimiento, es necesario analizar la oferta y la demanda antes de tomar decisiones. ✓

