



INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET 2015 (IGTM)

La IGTM es actualmente el principal mercado-feria del turismo de golf que existe a nivel internacional.

Las características de la IGTM son las siguientes:

- Se trata de una feria completamente especializada en golf.
- Tiene carácter netamente comercial.
- Se organiza por medio de un sistema de citas pre-concertadas entre los compradores y los proveedores de servicios. Al inscribirte en la IGTM como expositor adquieres el derecho a que la organización te provea con un determinado número de reuniones (máximo 41 appointments) con tour operadores potencialmente interesados en tu producto. Las reuniones son concertadas en base al interés del tour operador, si bien, los proveedores disponen también de la posibilidad de crear una red de contactos durante los actos sociales y el tiempo libre.
- Los tour operadores invitados son elegidos por IAGTO – Reed Travel Exhibition.
- Además de los expositores y compradores participa una amplia representación de medios de comunicación especializados en golf.

El éxito del formato de la IGTM se ha debido a que se trata de una feria profesional en el que existe un equilibrio entre el número de expositores y de compradores invitados.

El programa de la IGTM 2015 se resume de la siguiente manera:

- 1 - 4 de Octubre: FAM & Press trip en el que participan 140 tour operadores/prensa especializada. Hoteles del Fam Trip:
 - Sheraton La Caleta Resort & Spa
 - The Ritz-Carlton, Abama
 - Iberostar Anthelia
 - Hotel Jardín Tropical
- 5 de Octubre: Torneo de golf en 4 campos diferentes. Campos:
 - Golf Costa Adeje
 - Golf del Sur
 - Abama Golf
 - Golf Las Américas
- 5 de Octubre: Recepción de bienvenida – Mare Nostrum Resort
- 6 – 8 de Octubre: Encuentros profesionales – Magma Arte & Congresos
- 8 de Octubre: Cena de despedida / IAGTO Awards Dinner – Siam Park



Importancia de la IGTM para los destinos que la acogen

La celebración de la IGTM en un destino supone para el mismo:

1. Antes

- a. Disfrutar durante el año de preparación de un nivel de exposición en la industria del golf que supondría una enorme inversión hacerla por las vías convencionales.
- b. Ser el centro de atención de los medios especializados durante un año
- c. Lanzar la imagen de destino de golf consolidado o emergente
- d. La celebración de un gran evento de esta naturaleza, en un destino turístico, que supone un desafío logístico y de imagen, genera una buena predisposición de la industria turística en general, que se hace partícipe del éxito del mismo fomentando la mejora y modernización de los productos.
- e. Un evento de esta naturaleza genera una simbiosis muy positiva entre el sector público y el sector privado local, que durante un año tienen que colaborar en la consecución de los objetivos locales del evento.

2. Durante

- a. La celebración de la IGTM en un destino turístico supone convertirse durante unos días en la capital de la Industria del golf a nivel internacional.
- b. Con este evento está garantizada la presencia en el destino de los principales operadores turísticos de golf.
- c. En el segmento del golf, con clientes con perfil técnico y de nivel adquisitivo medio-alto, el conocimiento del producto (campos de golf y hoteles) se convierte en un factor determinante. El formato de la IGTM da la oportunidad a los tour operadores el conocimiento de los campos de golf en el destino en el que se celebra el evento, además de los alojamientos, etc.
- d. Se permite lanzar otros mensajes de mejora o innovación en el caso de los destinos turísticos consolidados.

3. Después

- a. Está constatado que la celebración de la IGTM en un destino genera, a partir de la celebración del evento, un importante aumento del sector del golf.
- b. Uno de los casos más significativos, a nivel de España, fue el importante espaldarazo que constituyó la IGTM para Gran Canaria tras la celebración de la IGTM en el año 2005.

Tenerife como destino de golf

Tenerife cuenta en la actualidad con 9 campos de golf y una importante industria de apoyo en torno a ellos. Los campos de golf son:

- Golf del Sur
- Golf Las Américas
- Amarilla Golf
- Buenavista Golf
- Real Club de Golf
- Golf Costa Adeje
- Abama Golf
- Golf Los Palos
- Tecina Golf (este campo de golf está ubicado en La Gomera)

Para promover la Isla como destino de Golf, Turismo de Tenerife ha creado la marca Tenerife Golf, en la que a través de la colaboración público –privado se pretende posicionar la Isla como destino de vacaciones de golf. Tenerife Golf, además de reunir en torno a la marca a los campos de golf, ha incorporado a numerosos hoteles y empresas de servicios que directa o indirectamente participan de esta industria.

Aportación económica de los turistas de golf con relación al total de turistas en Tenerife

Del turismo que visitó Tenerife en el año 2014, un 1,9% practicó golf durante sus vacaciones en la Isla, dato que se traduciría en más de 88.526 golfistas en el año.

El gasto medio vacacional de estos visitantes, unos 1.442€ por persona, es un 35,6% superior al que realiza el turista medio de Tenerife, superando a éste, tanto en gasto en origen, como en destino. Se trata de un turismo que destaca por su gasto en destino en actividades deportivas, restaurantes y alquiler de coches.

Estos datos de ingreso turístico ponen de relieve la alta rentabilidad per cápita de este segmento, que con tan sólo una cuota de turismo del 1,9%, aporta a la Isla el 2,7% de los ingresos por gasto turístico.

Perfil de los turistas de golf en Tenerife

La media de edad del turista que practicó golf durante 2014 en Tenerife se sitúa en torno a los 50 años, edad que supera a la del promedio general de turistas (47 años).

La renta media familiar del segmento de golf se sitúa en 69.420€ anuales, un 31% superior a la renta media del total de los visitantes (52.973€). Un tercio posee una renta media superior a los 84.000€, incrementándose esta franja de ingresos un 5% respecto al año anterior.

Turistas que viajan en pareja (47%), aunque este porcentaje se mantiene por debajo del promedio global de la Isla (57,6%). Viajes en familia (17%). Grupos de viajes con amigos (14%). Viajan solos (7,5%).

Los turistas que practicaron golf durante su estancia en Tenerife, suelen permanecer en la Isla más de 11 días, 1,6 días más que el global de visitantes (9,4 días).



El nivel de repetición de los jugadores de golf se sitúa en un 71%, dato que supera en más de 10 puntos porcentuales al de la media de visitantes (60,6%).

En relación al alojamiento utilizado por los golfistas, aunque más de la mitad (56,3%) se alojaron en establecimientos hoteleros, este porcentaje es inferior al de la media de visitantes (60,4%). No obstante, su presencia si es notable en los hoteles de 5*, donde se aloja el 27% de los golfistas, frente a un 9,5% del promedio de visitantes.

El turismo de golf, además de este deporte, también realiza durante su estancia otras actividades, destacando algunas como buceo, deportes de aventura o tratamientos de salud.

Objetivo de Turismo de Tenerife acogiendo la celebración de la IGTM

El objetivo de Turismo de Tenerife con la celebración de la IGTM en Tenerife son los siguientes:

1. Dar a conocer el producto golf en Tenerife entre los tour operadores que solo ven a la Isla como destino de sol y playa (mensaje: Tenerife dispone de excelente infraestructura y condiciones para la práctica del golf los 365 días del año).
2. Mostrar las novedades en el sector a los tour operadores entre los que Tenerife es un producto consolidado. En los últimos años Tenerife ha visto la apertura de la mayor parte de sus campos de golf, además de ello, la Isla ha visto la apertura de un número importantísimo de hoteles de alto nivel que apoyan y necesitan a la clientela que se mueve en torno a la industria del golf.
3. Generar un aumento gradual del número de turistas de golf en la Isla conforme a:
 - a. 2016 - 10% sobre las cifras de 2015
 - b. 2017 – 20% sobre las cifras de 2015
 - c. 2018 – 30% sobre las cifras de 2015



Hoteles Oficiales IGTM 2015

Hotel Jardín Tropical
Costa Adeje Gran Hotel
H10 Costa Adeje Palace
The Ritz-Carlton, Abama
Hotel Las Madrigueras Golf Resort & Spa
Santos San Blas Nature Resort & Golf
Hotel Suite Villa María
Vincci Selección La Plantación del Sur
Vincci Tenerife Golf
Iberostar Bouganville Playa
Iberostar Grand Hotel El Mirador
Iberostar Las Dalias
Iberostar Torviscas Playa
Iberostar Anthelia
Hotel Cleopatra Palace
Sheraton La Caleta Resort & Spa
Hotel Isabel
Hotel Fañabé Costa Sur
Baobab Suites
Olé Tropical Tenerife
Spring Hotel Vulcano
Spring Hotel Bitácora
Hotel Paradise Park