

EL TURISMO DE GOLF EN DESTINOS TURÍSTICOS MADUROS CON ALTO COMPONENTE ESTACIONAL. EL CASO DE BALEARS

Dr. Joan B. Garau Vadell¹

Universitat de les Illes Balears

Dr. Lluís de Borja Solé².

Universitat de Barcelona

Dra. María Dolores de Juan Vigaray

Universitat d'Alacant

Abstract

El artículo presenta los resultados de un estudio efectuado en relación al turismo de Golf en Balears en 2005 y su evolución en relación a otros anteriormente efectuados en 1997 y en 2001. En él se analiza la demanda de turismo de golf y su evolución a partir de determinados aspectos descriptivos, asimismo se evalúa el impacto económico y estacional del turismo de golf en Balears y sus perspectivas de futuro. De manera innovadora se incluye en el artículo dos apartados, el primero referente a la influencia de la existencia de compañías aéreas low cost en el desarrollo del destino turístico y el segundo referente al uso de Internet en la comercialización del producto turístico golf.

Keywords: Golf, estacionalidad, marketing turístico, low cost

¹ Joan B. Garau-Vadell, es Profesor Titular de Universidad del área de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universitat de les Illes Balears. Dirección de Contacto. Crtra Valldemossa Km 7,5. Edificio Jovellanos 07120 Palma. Email Joan.Garau@uib.es

² Lluís de Borja Solé, es Profesor Catedrático de Universidad del área de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universitat de Barcelona. Dirección de Contacto Faculta de Ciències Econòmiques i Empresrials. Avinguda Diagonal. Barcelona. Email L.Borja@cetaturismo.com

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. Estos desequilibrios han llevado a numerosos autores a considerar la estacionalidad como uno de los problemas más importantes de la industria turística (Allcock 1996, Butler 1994 McEniff, 1992, Ritchie and Beliveau 1974, Spotts & Mahoney 1993, Zeithaml & Parasuraman & Berry 1985).

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 el destino turístico.

Este tipo de estrategias, en definitiva, proponen la adecuación del product mix del destino turístico consistente en la creación, desarrollo y comercialización de productos que complementen a los productos ofrecidos en las fases de desarrollo anteriores y así han sido recogidas históricamente en la literatura especializada (Bar On 1976, International Hotel Association 1985, Manning & Powers 1984, Leuty & Moore 1997, Soybali 1996) la cual las considera como una de las principales herramientas en la lucha contra la estacionalidad. En esta línea de actuación podría enmarcarse, por tanto, el impulso que se está otorgando desde Balears al 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.

En este sentido, el turismo de golf, compuesto por todos aquellos turistas que realizan prácticas de golf en las islas, constituye un segmento que presenta a priori 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, lo cual lo convierte en un segmento turístico que puede ser considerado como estratégico en cualquier política turística destinada a reducir la estacionalidad del destino.

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. 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 (NGF 1999, www.ngf.org). 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.

En los Estados Unidos y Japón es donde 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, y en el porcentaje de su población que juega al golf, que 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 (Sullivan 1996) 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 cerca de 7 millones de jugadores de golf activos (Turespaña 2003).

En España, su vocación turística ha influenciado y retroalimentado el proceso de desarrollo del turismo de golf (Cebrian 2005). A medida que se iban abriendo nuevos campos de golf, en la actualidad existen 306 (RFEG 2005) situados mayoritariamente en zonas de influencia costera, destinados generalmente a satisfacer las necesidades de los jugadores extranjeros, la afición iba creciendo entre la población española que han pasado de unos 5.000 jugadores en 1970 a casi 235.000 en 2005 que deben añadirse a los aproximadamente 750.000 golfistas que se desprenden del estudio efectuado por el Instituto de Estudios Turísticos (2004), a partir de la encuesta de turistas en fronteras *Frontur*

La evidente importancia estratégica del turismo de golf pone de manifiesto la necesidad de efectuar estudios que permitan su análisis y su evolución (Aymerich 1996, CEA 1994, Morena 1999, Secretaría de turismo 2001). En este marco, el presente trabajo pretende aportar una visión longitudinal del turismo de golf en Balears al presentar comparativamente algunos de los resultados obtenidos en 2005 (Garau 2005), en relación a periodos anteriores estudios previos efectuados en 1997 (Garau 1997) y en 2001 (Garau 2001), profundizando a su vez en aspectos clave tales como la evolución de la estacionalidad o la influencia del desarrollo de compañías aéreas de bajos costes o la generalización del uso de Internet, en el desarrollo del turismo de golf. En concreto, los aspectos que se tratan en este trabajo son:

- La evolución y estacionalidad de la demanda de golf en Balears
- El perfil del turista de golf
- El impacto económico del turismo de golf en Balears.
- La influencia de la existencia de vuelos low cost en la selección del destino turístico
- El uso de Internet entre los turistas de golf
- Estimación prospectiva del futuro del turismo de golf.

Para la elaboración del presente trabajo se ha utilizado una metodología consistente en primer lugar en una revisión bibliográfica de los principales artículos y trabajos existentes sobre el tema, en segundo lugar se ha efectuado

un 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, y finalmente se han llevado a cabo entrevistas a campos de golf, destinadas a determinar el total de turistas de golf que visitan Balears y elaboración de los aspectos relacionados con las perspectivas de futuro.

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 tales como las 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 a su estancia como con otros aspectos más generales de Balears, Finalmente 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 de 2005. 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, uno cuantitativo destinado a recoger datos referentes al número total de *rounds*, distribución de los *rounds* jugados entre residentes y no residentes, etc. y un segundo cualitativo destinado a recabar las opiniones de los campos de golf sobre las previsiones de evolución de la demanda a corto y medio plazo.

Tabla 1. Ficha técnica encuesta a golfistas

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

2. EL TURISMO DE GOLF EN BALEARS

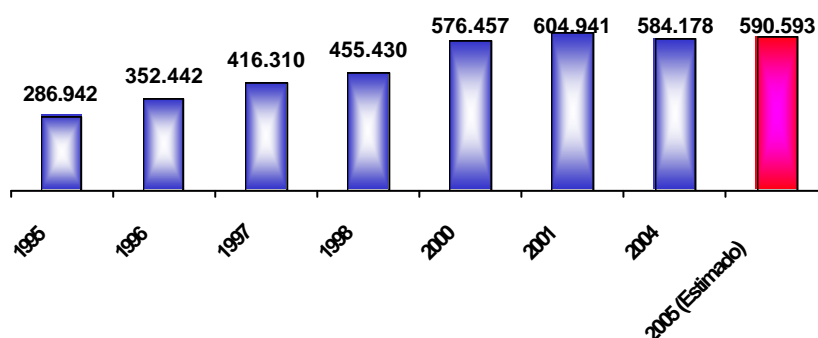
2.1 Evolución y estacionalidad del turismo de golf en Balears

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 doce se encontraban en Mallorca, dos en Eivissa y uno 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, si bien, existen algunos campos en construcción, Esta nueva oferta aumentará la capacidad máxima diaria de golfistas en Balears en aproximadamente 1000-1200 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

Por el lado de la demanda, 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 mil *rounds* en Balears, en los primeros años de este siglo XXI, se ha producido un cierto estancamiento en la práctica del golf, con aumentos mucho menores que los experimentados anteriormente. Este fenómeno se observa en el gráfico 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. Por el contrario, a partir de esa fecha el número de *rounds* estimados se ha mantenido prácticamente idéntico, con una ligera reducción a partir de esa fecha. Para 2005, no se prevén tampoco aumentos significativos en el número de *rounds* jugados, simplemente un mantenimiento en la actividad total.

Gráfico 1. Evolución del número de rounds jugados en Balears

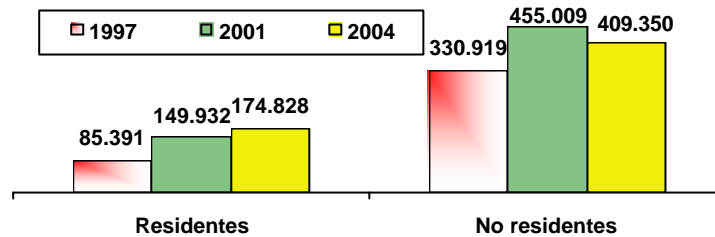


Fuente: elaboración propia

La mayoría de *rounds*, algo más del 70%, los realizan los “no residentes”, aunque se aprecia un claro aumento en la participación de los residentes, casi

un 30% en la actualidad, y una reducción en valores absolutos de los rounds jugados por los “no residentes”. 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%. Sin embargo, más que la disminución en términos relativos de la importancia de los no residentes, lo que verdaderamente llama la atención es el hecho de la reducción de su importancia en términos absolutos.

Gráfico 2. Distribución del número de rounds por residencia

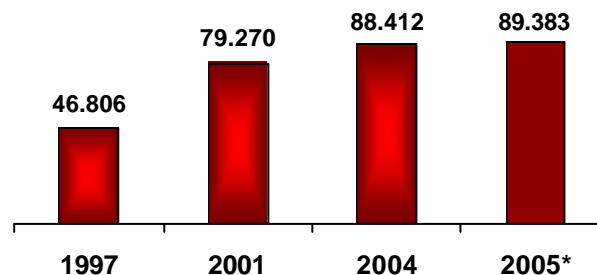


Fuente: elaboración propia

Una vez determinado el número de rounds efectuados por los no residentes, es posible **estimar el número total de turistas de golf en Balears**. 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 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 5.4, en 2005 las respuestas de los golfistas nos han proporcionado una estimación de un menor número de días de práctica, del orden de los 4.63 días.

Gráfico 3. Turistas de golf en Balears

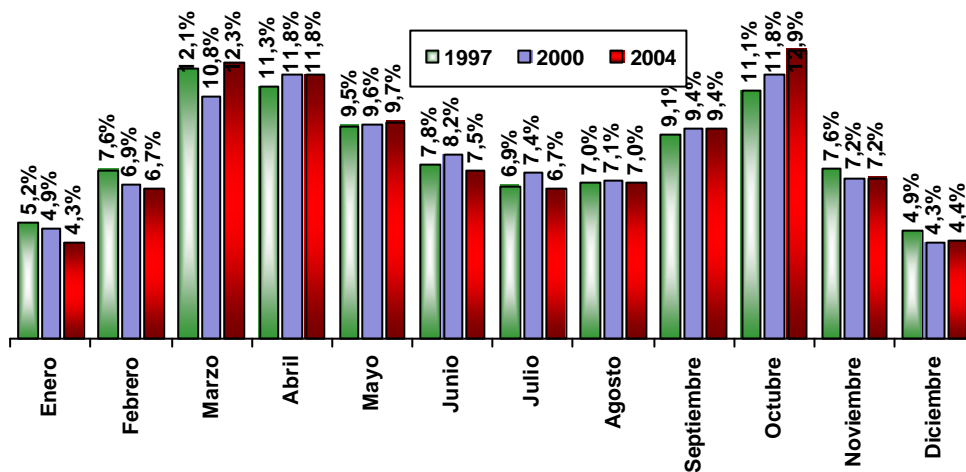


*Estimación.

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, al estudiar la distribución estacional de los flujos de turistas de golf se sigue observando un patrón estacional tradicional en el golf, con fuertes concentraciones 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. En los meses de invierno, y especialmente en enero, las ocupaciones bajaron, consolidando las dos puntas de actividad de primavera y otoño de los campos de golf y poniendo en evidencia que los esfuerzos de los campos de golf para reducir su estacionalidad, no están consiguiendo variar sustancialmente los patrones estacionales de la práctica del golf en Balears

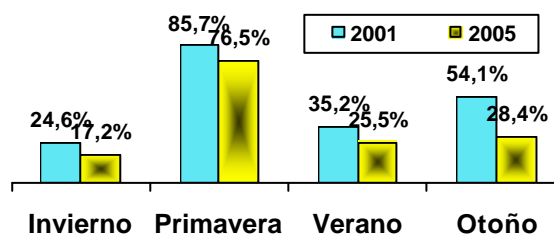
Gráfico 4. Evolución en la distribución mensual del número de rounds



Fuente: elaboración propia

La distribución estacional que se observa en el gráfico anterior coincide prácticamente con las preferencias estacionales de viaje expresadas por los turistas de golf, las cuales indican que son **primavera y otoño las épocas preferidas para la realización de viajes cuya motivación es jugar a golf** sin que en este aspecto se aprecien significativas al comparar los resultados de 2001 con los del 2005

Gráfico 5. Preferencias estacionales en los viajes para jugar a golf



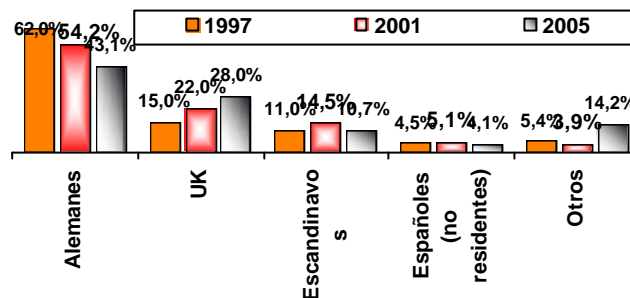
Fuente: elaboración propia

2.2 El perfil de los turistas de golf

En relación al perfil del turista de golf en Balears y su evolución, las principales características que lo definen son:

Los alemanes siguen siendo la nacionalidad mayoritaria con algo más del 43.1% del total de golfistas “no residentes” en Balears, 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, como 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 al 4% de 2001.

Gráfico 6. Nacionalidad de los turistas de golf en Balears



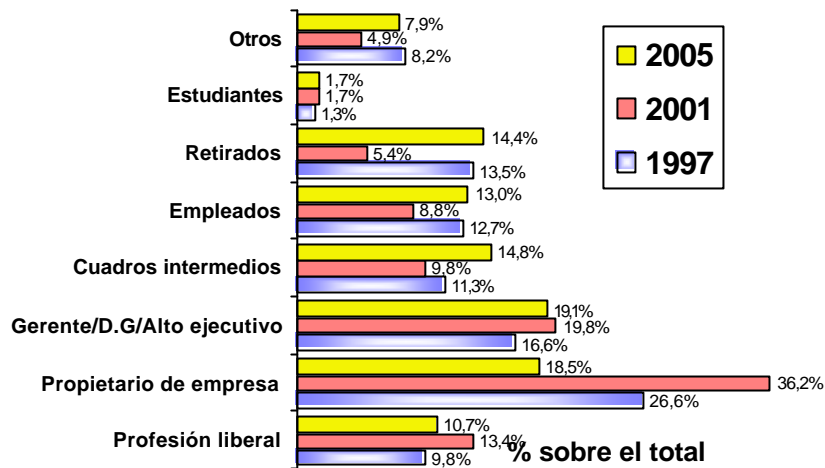
Fuente: elaboración propia

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, en 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.

Los turistas de golf siguen siendo mayoritariamente 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.

Las profesiones altamente cualificadas son las más habituales. 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 1997-01 parecía que existía una cierta pérdida de peso relativo de este sector en el período 2001-05 su importancia relativa ha vuelto a aumentar.

Gráfico 7. Turistas de golf en Balears por profesión



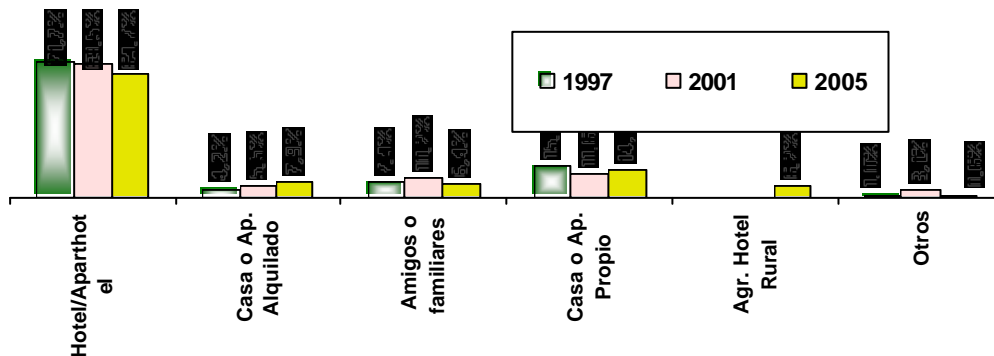
Fuente: elaboración propia

Los ingresos disponibles de los golfistas son elevados. Los resultados del estudio indican que 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.

Se aprecia 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 en agroturismos 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 8. Tipo de alojamiento utilizado durante la estancia en Balears

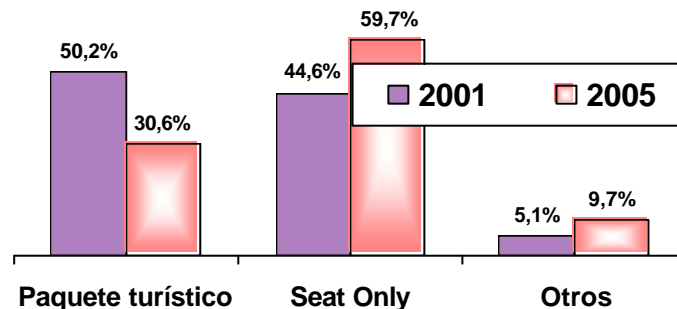


Fuente: elaboración propia

Aunque los que eligen hotel suelen escoger los 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.

El paquete turístico continúa reduciendo su importancia como sistema de contratación turística. 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% afirme 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 productos.

Gráfico 9. Tipo de contratación de las vacaciones



Fuente: elaboración propia

La duración media de las vacaciones de los turistas de golf se se ha estabilizado en 9.9 días. Si en el estudio del 2001 se apreció un ligero retroceso entre las observaciones de 1997 y las realizadas en 2001 en la estancia media de los turistas que juegan a golf en Balears, en esta actualización se ha comprobado una estabilización de la misma en los 9.9 días.

Los días de práctica de golf mantienen una ligera tendencia a la baja. Después del fuerte retroceso observado en 2001, en 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 a 4.65. 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

El turismo del golf continúa siendo el principal tipo de vacaciones practicado por los golfistas. En más del 66% de los casos, los turistas de golf afirman que han realizado dos o más viajes vacacionales con la intención principal de jugar al 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.

En relación a **las motivaciones vacacionales** de los jugadores de golf, se aplicó 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 cómo 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 5,5 y 6. 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.

Como motivadores, que podríamos denominar como menores, porque obtienen valoraciones inferiores a 5 puntos 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 históricos y monumentos.

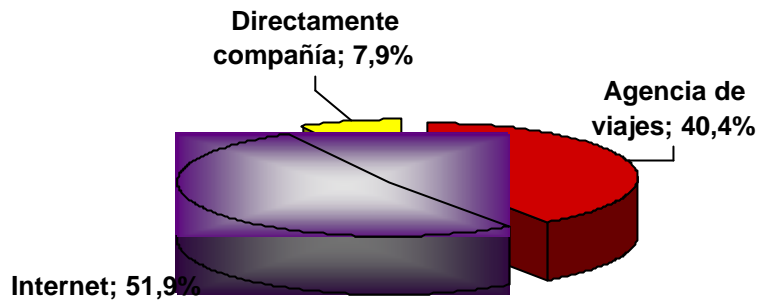
2.3 Uso de Internet

La revolución que está suponiendo Internet en el mundo turístico nos ha hecho creer conveniente introducir un subpartado 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*.

Los resultados obtenidos nos confirman que **Internet se impone claramente a la hora de adquirir los vuelos.** Cómo 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.

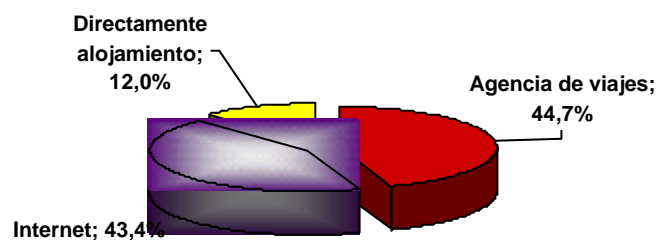
Gráfico 10. Canal de adquisición del vuelo



Fuente: elaboración propia

En relación al alojamiento, Internet y agencias de viajes compiten fuertemente. 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 viaje están equiparadas en importancia relativa a Internet, cada uno de estos canales representando 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 más arriba.

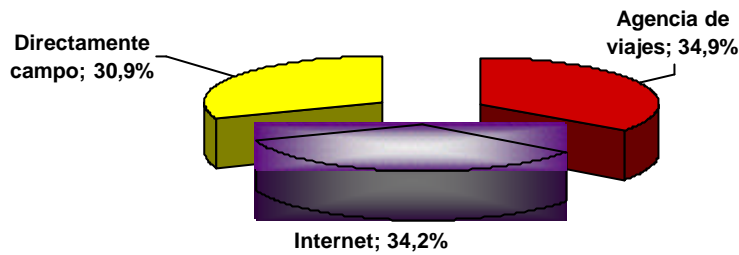
Gráfico 11. Canal de adquisición del alojamiento



Fuente: elaboración propia

En lo referente a 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 12. Canal de adquisición de los green fees



Fuente: elaboración propia

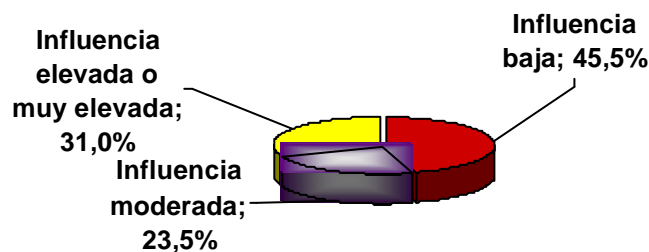
2.4 Influencia de las low cost en la elección del destino

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 si afirma que la elección del destino se ve influenciada por la existencia de la *low cost*.

Gráfico 13. Influencia de la existencia de low cost en la elección del destino de golf



Fuente: elaboración propia

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.
- **Sí 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. En 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.
- **Sí 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.

2.5 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 Baleares. Para ello, en los puntos siguientes se ha procedido a estimar el gasto realizado en el país de origen, el efectuado en Baleares y la repercusión económica en las islas por gasto turístico

Tomando como dato de partida los 409.350 *rounds* que se han estimado que realizan los no residentes en Baleares 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 para 2004 de **88.412 turistas de golf**. Comparando esta cifra con los 79.270 turistas del año 2001 se puede observar un aumento cercano al 12%. Si aplicamos las estimaciones de los campos de golf para el ejercicio 2005, la cifra ascendería a 89.383. Multiplicando el número total de turistas (88.412) por la estancia media declarada (9,89 días), obtenemos la cifra mencionada de 874.394, estancias. Este número, comparado con las 781.601 estancias estimadas en 2001, suponen un aumento de las estancias generadas por este tipo de turismo de un 12%. **El número de estancias generadas por los turistas que juegan al golf asciende a 874.394 estancias.** 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 1.014.297.** 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 1.014.297.

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 nos indican que **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.

Tabla 2. Evolución del gasto turístico

	1997	2001	2005
Gasto por persona y día en el país de origen	79.98€	100.60€	94.74€
Gasto por persona y día en el país de destino	85.73€	99.59€	101.66€

día en Balears			
Gasto en Balears	49.91 millones euros	93.41 millones	103.11 millones euros
Volumen de gasto que revierte directa o indirectamente a Balears	145.31 millones de euros	155.96 millones de euros	157.62 millones de euros

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%

Los cálculos efectuados nos indican que **el gasto total directo realizado en Balears por los golfistas y sus acompañantes se estima en 103,11 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 1.014.297. Dicha multiplicación nos ha permitido estimar el gasto total directo efectuado en Balears en los mencionados 103,11 millones de euros. **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 notablemente hasta alcanzar un 10.38% nominal en el período 2001-2005.

Por otra parte, 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 199,20 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, asciende a 196,40€, podemos estimar el gasto total turístico de los turistas de golf al multiplicar dicha cantidad por 1.014.297 de estancias generadas por los turistas de golf y sus acompañantes, obteniéndose la cifra de 199,20 millones de euros.

En comparación con las estimaciones de 2001, que determinaron una cantidad de 187,77 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 6,08%.

Finalmente, el gasto que, directa o indirectamente ingresa Balears asciende a 155,96 millones de euros. Para estimar el gasto total turístico generado por los turistas de golf y sus acompañantes que ingresa Balears, es preciso adicionar al gasto realizado directamente en Balears por los turistas, estimado en 103,11 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 (Conselleria Turismo, Conselleria Economia) , significando 52,85 millones de euros. La suma de ambas cantidades nos facilita, por tanto, la estimación en los mencionados 155.96 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 145,31 millones de euros al actual de 155,46 millones de euros, lo cual supone que el período 2001-2005 se ha producido un incremento porcentual del 7,32%

2.6 Perspectivas de futuro

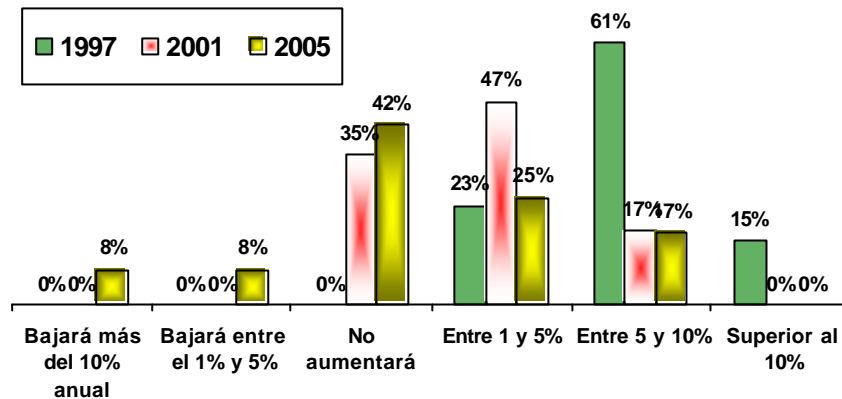
El turismo de golf en Balears, aunque sigue presentando en términos generales unas perspectivas de crecimiento positivas, ha suavizado considerablemente sus expectativas de desarrollo.

Para la estimación de la demanda futura de practicantes de golf en Balears, se solicitó a los gerentes 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 considerable ralentización en las perspectivas de crecimiento de la demanda. En comparación 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 14. Previsión de crecimiento de la demanda de golf para los próximos tres años



Fuente: Campos de Golf.

Cabe pues concluir que las expectativas de crecimiento del turismo de golf a corto plazo se han frenado considerablemente y aunque todavía pueden esperarse crecimientos positivos se plantean escenarios mucho 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 de este tipo de turismo la **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 y de otra la **poca diversidad de instalaciones**. Se ha demostrado que los turistas de golf gustan de variar de campo diversas veces durante su estancia, lo cual reduce el atractivo de destinos turísticos con un solo campo de golf.

En relación al posible efecto de producir el desarrollo de nuevas tecnologías de realidad virtual (simuladores) sobre los turistas que juegan al golf, 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:

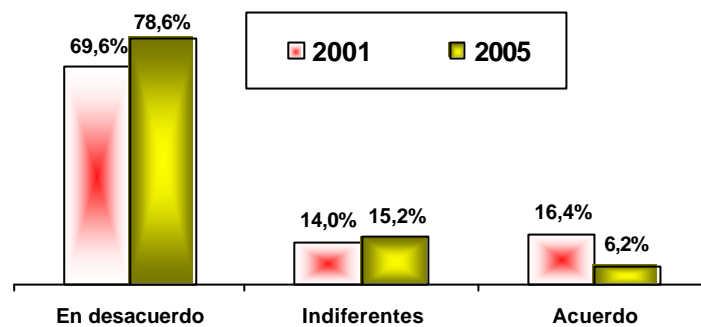
- **Los simuladores de golf (realidad virtual) puedan llegar a sustituir la práctica real del golf**
- **El uso de simuladores de golf me hará reducir el número de viajes que realizo para jugar a golf.**

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 año, con un 17% que así lo afirman y por nacionalidades, los que más creen en la sustituibilidad, son los escandinavos con cerca del 12%.

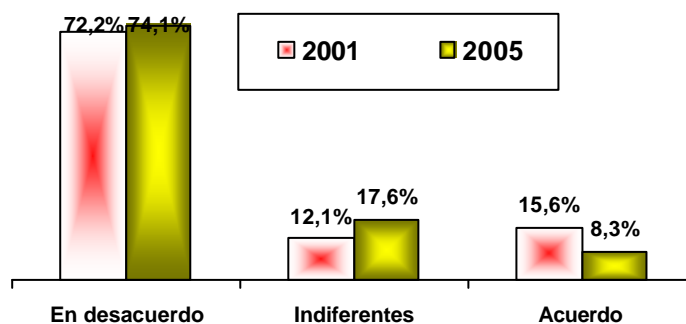
Gráfico 15. Sustituirán los simuladores de golf la práctica real



Fuente: Elaboración propia.

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



Fuente: Elaboración propia.

3. 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 del 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 debida 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 un estancamiento 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 reducción 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 410.000 de 2004.

Aunque parezca contradictorio, el número de turistas de golf y las estancias generadas ha aumentado debido a que el número de rounds que juegan por viaje se ha reducido. El número de turistas de golf ha ido aumentando progresivamente hasta situarse en 88.412 en 2004 frente a los 79.270 de 2001 o a los 46.806 de 1997. Esta aparente contradicción se debe al hecho de que el número de rounds jugados por los turistas en su viaje ha descendido desde los 5.4 en 2001 hasta los 4.63 en 2005. Tampoco las estancias se han visto afectadas porque la duración de los viajes es aproximadamente la misma estimándose un total de 1,014 millones de estancias en 2005 que superan a las 0,937 millones de estancias estimadas en 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.** Existe un sentimiento en el sector que los crecimientos experimentados en el pasado van a ser difícilmente alcanzables en el futuro, por lo que sus previsiones suelen presentar un escenario de estabilidad sin grandes variaciones, únicamente un

aumento de la competencia fruto del aumento de los campos de golf en el futuro sin que se prevean modificaciones sustanciales en el tamaño de la demanda.

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, formulas de alojamiento diferentes de los hoteles tradicionales. Aunque La mayoría de los turistas de golf sigue prefiriendo alojarse en hoteles o apartoteles. 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 apartoteles 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 y el alojamiento en hoteles tradicionales.

La estancia media se estabiliza en 9.9 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 9.9 estimados en 2005. Por el contrario, el número de días que dedican a jugar a golf se ha reducido de los 5.4 de 2001 a los 4.63 de 2005.

El uso de Internet se ha popularizado muchísimo 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.

El gasto por persona y día en lugar de origen sufre un ligero retroceso. Mientras que el gasto efectuado en Balears aumenta aunque a tasas casi inapreciables, estimándose en 2005 en 94.74€ y 101.66€ respectivamente.

El gasto turístico generado por los turistas que juegan a golf se ha estabilizado aumentado en términos nominales tan solo un 6.08% 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 199,20 millones de euros en 2005, frente a los **187,77 millones de euros de 2001.**

Los ingresos totales para Balears generados por el turismo de golf aumentan ligeramente y ascienden 155.96 millones de Euros. Este importe se obtiene por la suma del gasto realizado directamente en Balears 10.,11 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 52,85 millones de euros. Estos 155,96 millones de Euros, suponen más de un 7% de incremento nominal **sobre los 145,31 millones de euros estimados.**

4. BIBLIOGRAFÍA

<http://www.golfeurope.com/clubs/europe.html>

<http://www.ngf.org/opportunities/execsum.html>

<http://www.golf.de>

Allcok John B. (1996). "Seasonality in Tourism" *Tourism and Marketing and Management Handbook*. Mountinho & Witt ed. Prentice Hall.

Bar on, R.R.V (1976). "Seasonality in Tourism: A Guide to the Analysis of Seasonality and Trends for Policymaking", technical series n.2. Economist Intelligence Unit.

Butler R.W. (1994). "Seasonality in Tourism: Issues and Problems" en *Tourism the State of the Art*. Wiley and Sons . West Sussex.

Aymerich Consulting (1996). *Informe Económico y Perspectivas del Sector del Golf en España*.

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*.

Garau Vadell, Joan (1997). *El Turismo de Golf en Balears*. Edicions CAEB.

Garau Vadell, Joan (2001). *El Turismo de Golf en Balears*. Edicions CAEB.

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/

International Hotel Association (1985). "South Africa to Combat Tourism Seasonality". *Tourism Management*, vol.6, nº2.

Leuty A. & Moore S. (1997). "Stretching Tourism's Season: The Contribution of Heritage Tourism." *Proceedings of the Travel and Tourism Research Association*. Canadian Chapter pp.157-163.

Manning R. and Powers L. (1984). "Peak and Off-Peak use: Redistributing the Outdoor Recreation / Tourism Load". *Journal of Travel Research* nº 23, pp. 25-31.

Mc Eniff J. (1992). "Seasonality of Tourism Demand in the European Community". *Travel and Tourism Analyst* nº 3 pp.67-88.

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. <http://www.golfspainfederacion.com/>

- Ritchie B. & Beliveau D. (1974).** "Hallmark Events: an Evaluation of a Strategic Response to Seasonality in the Travel Market" *Journal of Travel Research* nº 13 (2) pp. 14-20.
- Secretaría General de Turismo (2001).** *Estudio Sobre el Turismo Deportivo de Golf: el Impulso a Nuevos Campos.*
- Soybali, Huseyin (1996).** "Seasonality in Tourism; a Case Study of Turkey" PhD dissertation. Bournemouth University, School of Service Industries.
- Spotts D. & Mahoney E (1993).** "Understanding the Fall Tourism Market". *Journal of Travel Research* V32 nº 2 pp. 3-15
- 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, Universität Trier.
- Zeithaml V, Parasuraman A. Berry L. (1985).** "Problems and Strategies in Services Marketing". *Journal of Marketing* 49(spring) pp 33-46