

el invitado

JOSÉ PABLO VÁZQUEZ Director general de Go&Golf,
touroperador español especializado

Claves para entender el impacto del golf en el sector

Turismo y golf se está convirtiendo en uno de los binomios con mayor peso en el sector en los últimos años, hasta tal punto que puede ser una estrategia sólida, enriquecedora y clave a medio y largo plazo. El auge en el número de jugadores, el desarrollo de nuevas infraestructuras y el clima favorable para practicarlo durante casi todo el año son algunas de las circunstancias que hay detrás de este fenómeno, que mueve al año más de 2.500 millones de euros en España de forma directa. De forma indirecta genera, además, una importante economía complementaria.

Una cifra que nos sitúa por delante de nuestros competidores, pero que todavía tiene mucho recorrido si tenemos en cuenta el negocio generado por los jugadores nacionales. Nos encontramos en un momento clave que convertirá a esta industria en una de las más importantes del país. Sin embargo, debe apostarse por un crecimiento estructurado y programado para evitar errores y excesos.

España tiende a ser un destino natural de golf.

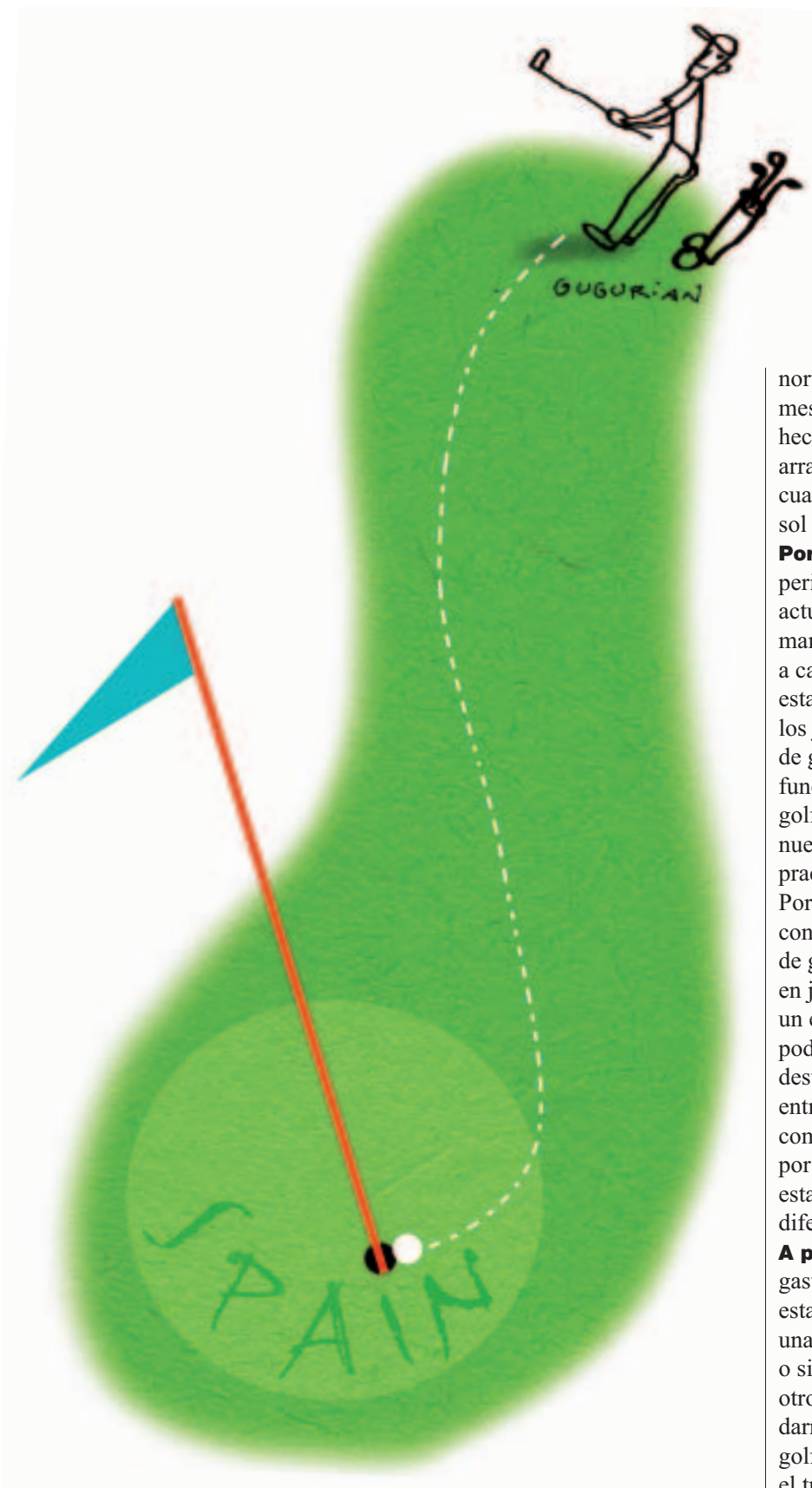
Además del clima, transmitimos seguridad frente a otros destinos competidores, experiencia y unos valores culturales que nos sitúan ya como uno de los destinos preferidos por el jugador de países como Reino Unido, Francia, Alemania o Suiza. Ahora se nos presenta el reto de ser capaces de aprovechar nuestras ventajas y de tomar conciencia de la importancia de esta tipología de turismo. De lo contrario, más tarde o más temprano las preferencias pueden cambiar.

Para evitar que esto último ocurra, sería necesario comenzar por establecer un plan estratégico para los próximos 25-30 años, un proyecto que supondría la posibilidad de atraer un nuevo turismo y pensar en la calidad frente a la cantidad. Hace falta un plan director integrador que aglutine todos los intereses, que van desde lo ecológico a lo económico, pasando por los planes formativos. Incluiría romper con la imagen de que es un

deporte elitista y la unión del concepto de golf con la especulación.

Si la formación es siempre imprescindible en un sector tan enfocado al cliente como es el nuestro, en el turismo de golf es una pieza clave para garantizar la calidad del producto que ofrecemos. El turista de golf, tanto nacional como internacional, es especialmente exigente en la calidad del servicio y la especialización que exige. A cambio, destina un mayor presupuesto a sus desplazamientos y los de sus acompañantes, entre tres y cinco veces más que el turista convencional. Se trata de un viajero que ayuda a romper con la estacionalización del sector, ya que más de la mitad de sus desplazamientos se producen fuera de la época estival. Si nos adentramos en este punto, vemos cómo hay zonas en España, como Gran Canaria o la Costa del Sol, que llegan a la ocupación máxima justamente de octubre a mayo, debido a la afluencia de jugadores del centro y el

El turista de golf es muy exigente y gasta entre tres y cinco veces más que el turista convencional



norte de Europa. El turismo nacional prefiere los meses de abril, mayo, septiembre y octubre. De hecho, también hay zonas donde es muy difícil arrastrar a un cliente en los meses de pleno verano, cuando en cambio 'hacen su agosto' los destinos de sol y playa.

Por tanto, el golf crea flujos de clientes en periodos de menor demanda, lo que en el mercado actual y en el futuro acabará siendo vital para mantener y rentabilizar las inversiones llevadas a cabo. Además, cuando analizamos el tipo de estancia y su evolución vemos cómo el 40% de los jugadores realiza un promedio de dos viajes de golf al año de 12 días de estancia media. En función de que la pareja juegue o no, el jugador de golf también se reserva otras fechas al año, unos nueve días de media, para realizar escapadas donde practicar este deporte.

Por otro lado, en un momento en el que el turismo constata la reducción de las estancias, el jugador de golf las mantiene prolongadas, por su interés en jugar en varios campos. En España tenemos un excelente nivel de campos, aunque para que podamos considerar una zona concreta como un destino de golf el primer requisito es que reúna entre cinco y siete campos próximos, que se complementen y en los que el jugador pueda optar por practicar. Cada campo es distinto y, por lo tanto, esta variedad permite sensaciones y experiencias diferenciadoras.

A partir de ahí, la oferta cultural y gastronómica, junto con la calidad de los establecimientos, son la clave que, unida si cabe a una oferta complementaria de turismo de salud, spa o similar, determina el éxito de un destino frente a otros. Sin lugar a dudas, tenemos un reto en España, darnos cuenta de la oportunidad que nos brinda el golf, anticiparnos a nuestros competidores y coger el tren, que puede ser una oportunidad si damos los pasos adecuados y a la velocidad que deben darse.