



Secretaría General para el Deporte  
Instituto Andaluz del Deporte

Departamento de Formación  
[formacion.iad.ctcd@juntadeandalucia.es](mailto:formacion.iad.ctcd@juntadeandalucia.es)

## ***DOCUMENTACIÓN***

2008**20401**

# EL COMERCIO EXTERIOR DEL NEGOCIO DEL GOLF: PLANES DE COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

**La promoción de un destino. El caso de la Costa del Sol**

\*\*\*

**FRANCISCO AMORÓS.**  
Patronato de Turismo de la Costa del Sol.

**Sevilla**  
**12, 13 y 14 de junio de 2008**

# La promoción de un destino El caso de la Costa del Sol

*Dr. Francisco Amorós Bernabéu  
Sevilla, 13 de Junio 2008*



# ESTRUCTURA DE LA PONENCIA

- 
- ↪ **El Golf un sector turístico en constante alza.**
  - ↪ **La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol.**
  - ↪ **Análisis DAFO del Turismo del Golf en la Costa del Sol.**
  - ↪ **Recomendaciones.**



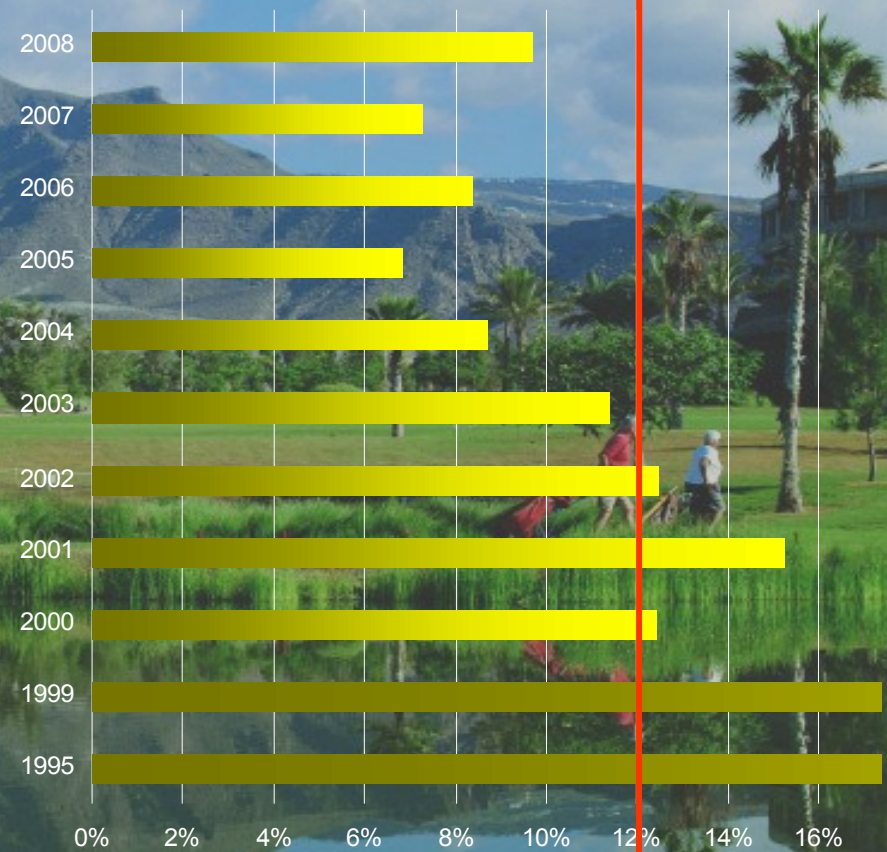
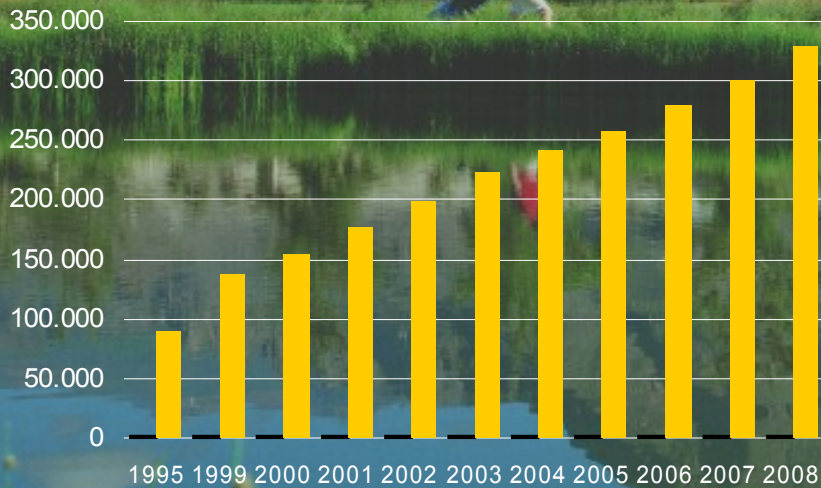
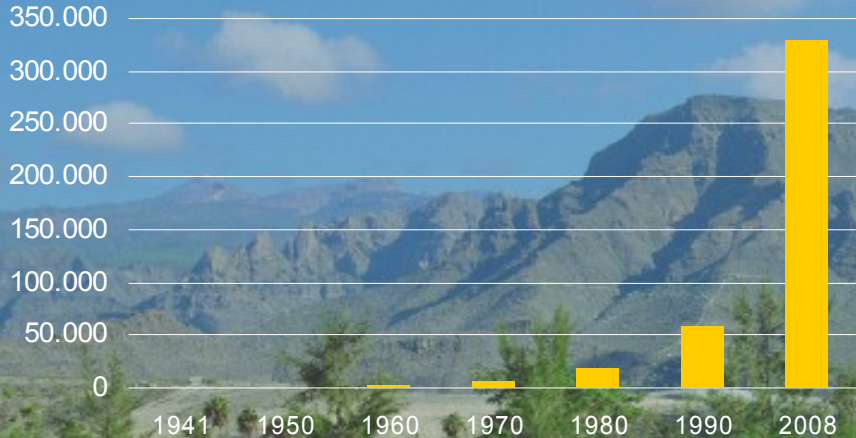
# El Golf un sector turístico en constante alza

- ➔ Podemos pensar razonablemente que el alza del golf va a continuar tanto en la faceta deportiva como en la turística.
- ➔ PROFESIONAL: mayor número de jugadores españoles en los circuitos tanto en el European Tour, como en el PGA
- ➔ La existencia de un circuito profesional en España que sirve de trampolín a los circuitos mayores.
- ➔ AMATEUR: crecimiento espectacular entre los aficionados españoles. Según datos de la Real Federación Española a mayo de 2008, el número de licencias es de 329.109.
- ➔ Tercera federación en España en número de federados después del Fútbol y el baloncesto.



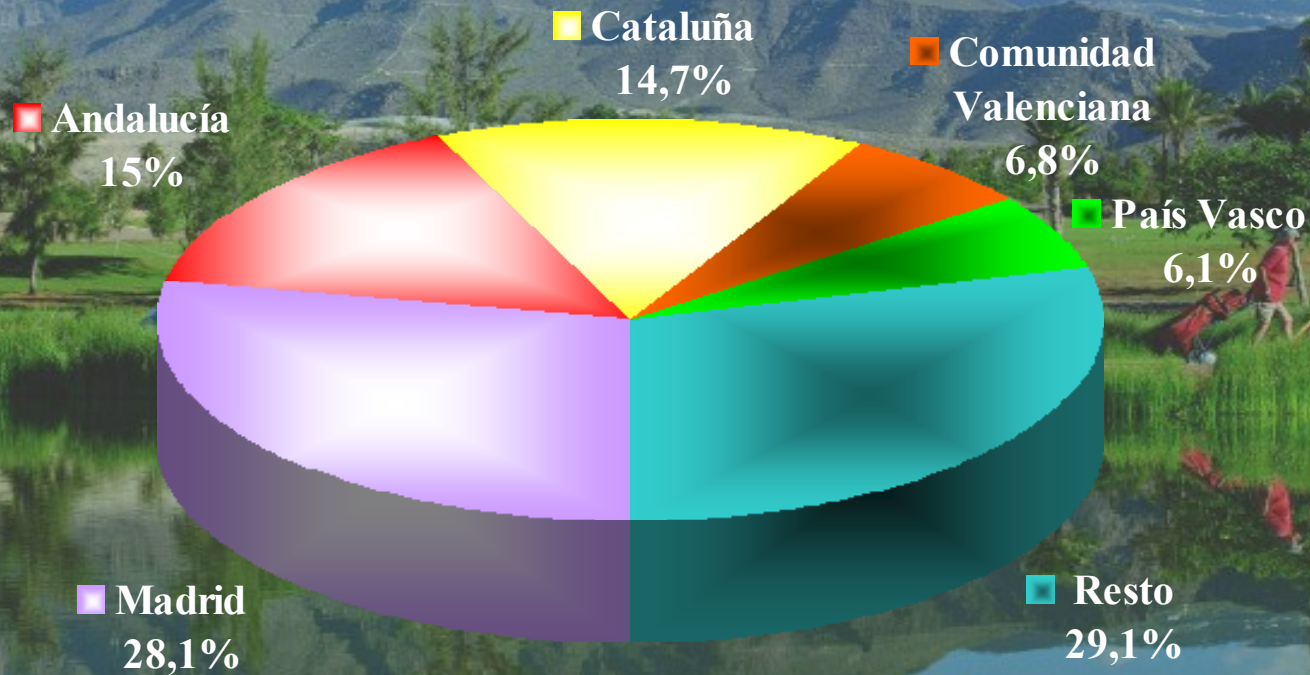
# El Golf un sector turístico en constante alza

Evolución Licencias Federativas



# El Golf un sector turístico en constante alza

## Distribución Territorial de Licencias por Comunidades





# El Turismo de Golf en España, el caso particular de la Costa del Sol

- ➔ **Liderazgo de España en Europa como destino de Golf**
- ➔ **La Costa del Golf se sitúa como destino de Golf nacional más conocido y valorado a nivel internacional**
- ➔ **El impacto económico generados por el Golf en la Costa del Sol se estiman en 780,6 millones de euros**
- ➔ **Alta capacidad de gasto—turismo de calidad . El presupuesto medio del viaje por persona se sitúa en 1.613, 6 euros y un gasto medio diario por turista y día de 120,23 euros.**
- ➔ **Fuerte interrelación entre el turismo residencial y el segmento de Golf**
- ➔ **La celebración de eventos importantes (Ryder Cup, Volvo Master, Open de Andalucía...) facilita una mejor promoción del destino.**



# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

➔ **Apuesta decidida por una promoción activa del destino Costa del Golf**

➔ **Elementos bases de la promoción:**

- ➔ **Oferta de campos**
- ➔ **Clima**
- ➔ **Hoteles de Calidad**
- ➔ **Gastronomía**
- ➔ **Comunicaciones**
- ➔ **Relación calidad precio**
- ➔ **Circuitos**
- ➔ **Shopping**
- ➔ **....**



# *ACCIONES PROMOCIONALES*





# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## ACCIONES PROMOCIONALES

### **C. Acciones Directas al Consumidor:**

- 1. Asistencia a Ferias Especializadas.**
- 2. Asistencia a Torneos Profesionales.**
- 3. Organización de torneos.**
- 4. Acciones en Centros Comerciales.**
- 5. Online.**

### **D. Acciones con Intermediarios.**

### **F. Acciones con Prensa Especializada.**

### **H. Otras Acciones.**



# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## **A.1. ASISTENCIA A FERIAS ESPECIALIZADAS**

**RHEINGOLF**

**Colonia, Alemania**

**PARIS GOLF SHOW**

**Paris, Francia**

**LONDON GOLF SHOW**

**Inglaterra, Reino Unido**

**MADRID GOLF**

**Madrid, España**

**SCOTTISH GOLF SHOW**

**Escocia, Reino Unido**

**FERIA DEL GOLF SUECIA**

**Suecia**

# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## **A.2. ASISTENCIA A TORNEOS PROFESIONALES**

**BRITISH OPEN GOLF**

**Caronstie, Reino Unido**

**SCANDINAVIAN MASTERS**

**Estocolmo, Suecia**

**KLM**

**Holanda**

**OMEGA OPEN**

**Crans Montana, Suiza**

**VOLVO MASTER**

**Sotogrande, España**

**SMURFIT EUROPEAN GOLF**

**Dublín, Irlanda**



# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## A.3. ORGANIZACIÓN DE TORNEOS

### Circuito Costa del Sol Masters Madrid

#### OBJETIVO

- Potenciar y dar a conocer la oferta de Golf en Madrid.
- Relaciones Públicas.

#### PARTICIPANTES

Madrid. 2.500 jugadores/as.

#### FORMATO

12 torneos clasificatorios y un torneo final

#### EDICION

Segundo año

### X PRO-AM Costa del Golf Turismo

#### OBJETIVO

- Unión del sector
- Foro ocio/negocio
- Relaciones Públicas

#### PARTICIPANTES

Locales-nacionales-internacionales

#### FORMATO

Equipos intersectoriales

#### EDICION

Décimo año

# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## **A.4. ACCIONES EN CENTROS COMERCIALES**

**Quincena del Golf en el Centro Comercial Arturo Soria.  
Mayo. Madrid.**

## **A.5. ONLINE**

**Promoción específica del segmento de golf en la página  
web del Patronato de Turismo ([www.visitacostadelsol.com](http://www.visitacostadelsol.com))**



# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## **B. ACCIONES CON INTERMEDIARIOS: TT.OO. Y AGENTES DE VIAJES.**

- 1. ACCIONES ESPECÍFICAS.**
- 3. PRESENTACIONES DEL DESTINO A INTERMEDIARIOS.**
- 5. FAM TRIP.**
- 7. JORNADAS INVERSAS DE COMERCIALIZACIÓN**



# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## **B. ACCIONES CON INTERMEDIARIOS: TT.OO. Y AGENTES DE VIAJES.**

- ➔ Selección representativa de Mercados y de operadores.
- ➔ Colaboración con las OET's para complementar la selección.
- ➔ Programas intensivos con duración entre 3-5 días, en el que se incluye la oferta de golf así como la complementaría.



# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## **B. ACCIONES ESPECÍFICAS**

**III SOL DANISH CUP**

**Copenhague, Dinamarca**

**II SOL SWEDISH CUP**

**Arlanda, Suecia**

**IV SOL IRISH CUP**

**Valderrama, España**





# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## **B. JORNADAS INVERSAS DE COMERCIALIZACIÓN**

- ➔ **Presentan las mismas características de los Fam Trip.**
- ➔ **Se diferencian en la realización de un work shop o taller de trabajo.**
- ➔ **Estrecha relación con Turespaña.**
- ➔ **Se ponen en contacto directo a las vendedores (empresas locales) y a los compradores que representan a la demanda extranjera (TT.OO. invitados).**



# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## **C. ACCIONES CON PRENSA ESPECIALIZADA**

- ➔ **Selección representativa de Mercados de prensa especializada**
- ➔ **Colaboración con las OET's para complementar la selección**
- ➔ **Programas intensivos con duración entre 3-5 días, en el que se incluye la oferta de golf así como la complementaría**
- ➔ **Organización de Torneos para Prensa: Campeonato de España y Open Internacional Costa del Sol (6 mercados).**



# La Promoción del turismo de Golf, su aplicación en la Costa del Sol

## **D. OTRAS ACCIONES PROMOCIONALES**

- ➔ Presentaciones de la Costa del Golf en ferias especializadas
- ➔ Prensa y publicidad
- ➔ Material promocional (cd rom, folletos, merchandising: bolas, guantes, bolsas, tees, ...)



*ANÁLISIS DAFO  
DEL TURISMO DE GOLF  
EN LA COSTA DEL SOL*



# Análisis DAFO del Turismo de Golf.

## DEBILIDADES

- ↻ Desunión y falta de comunicación entre los campos
- ↻ Escasa sensibilidad de promoción muchos campos
- ↻ La falta de campos públicos
- ↻ Imagen de destino caro para jugar al golf
- ↻ Mala señalización de los campos
- ↻ Mayor cuidado en el mantenimiento de la calidad de los campos en determinados casos
- ↻ Política de cancelaciones muy tolerante

## AMENAZAS

- ↻ Política de subida de precios en los últimos años
- ↻ Creencia de que todo está hecho
- ↻ La competencia de diferentes países
- ↻ Ritmo de crecimiento de la oferta insuficiente
- ↻ Encarecimiento generalizado de los terrenos



# Análisis DAFO del Turismo de Golf.

## FORTALEZAS

- ↻ El Clima
- ↻ Una oferta de campos amplia y con gran diversidad
- ↻ Profesionalidad en la gestión de los campos
- ↻ Experiencia como destino de Turismo de Golf
- ↻ Aeropuerto Internacional, moderno y funcional
- ↻ Buenas comunicaciones terrestres
- ↻ Buenos alojamientos hoteleros
- ↻ Gastronomía muy atractiva y apreciada
- ↻ Una oferta complementaria amplia y de calidad

## OPORTUNIDADES

- ↻ Incremento continuo de la demanda a nivel mundial
- ↻ La Costa del Sol, tiende a ser centro de ocio y retiro de ciudadanos europeos
- ↻ Mantenimiento de una buena relación calidad/precios
- ↻ La llegada del AVE a Málaga
- ↻ Mayor sensibilidad de las autoridades públicas en el desarrollo de este deporte
- ↻ Fuerte crecimiento del turismo residencial en los próximos años
- ↻ Generalizar el uso de aguas residuales con buen tratamiento



# *RECOMENDACIONES*



# RECOMENDACIONES

## *Políticas de Difusión*

- ⇒ Puesta en marcha de una política de difusión de la práctica del golf entre los jóvenes
- ⇒ Promover y facilitar la aceptación de los campos de golf en la sociedad, mediante Campañas
- ⇒ Mayor implicación de las diferentes Administraciones en el desarrollo de proyectos de campos públicos (campos y escuelas como parte de los equipamientos deportivos)
- ⇒ Construcción de más campos de golf de forma ordenada, atendiendo a criterios de calidad y cuidado medioambiental
- ⇒ Crecimiento de la oferta atendiendo a criterios de localización de los campos en las zonas de traspais
- ⇒ Fomentar la construcciones de campos de golf comerciales

## *Política de Precios*

- ⇒ Una política razonable de precios, vital para el sector, dada la importancia que da el jugador a esta variable



# RECOMENDACIONES

## *Coordinación Público/Privado*

- ⇒ Potenciar los cauces necesarios para una mayor unión y comunicación entre los diferentes campos de golf
- ⇒ Fomentar una mayor concienciación de los campos en labores de promoción, junto a las instituciones públicas
- ⇒ Creación de un talonario que posibilite el juego en distintas instalaciones durante un mismo viaje, mediante acuerdos entre campos. De hecho, ya existe en otros destinos.

## *Mejora de las Características del Juego*

- ⇒ Acuerdos entre los diferentes campos para solicitar a los jugadores las licencias, y organizar las partidas en función de los hándicaps
- ⇒ Dotar de mayor papel protagonista a la figura del Marshall.

## *Medidas Desestaciona- lizadoras*

- ⇒ Promocionar la práctica del golf en meses que permitan el desplazamiento de demanda de la temporada alta a la media
- ⇒ Aumentar los grados de ocupación en los meses de verano, mediante la creación de nuevos productos o la creación de nuevos usos para las instalaciones

# RECOMENDACIONES

## *Sobre la Promoción*

- Campaña de promoción para potenciar la Costa del Golf en los principales mercados emisores (Gran Bretaña, Alemania, Escandinavia), incluido el mercado nacional. Así como en países de fuerte potencial emisor y que tengan buenas comunicaciones aéreas con la Costa del Sol (Usa/Canadá)
- Desarrollo de acciones inversas, mediante la utilización de los viajes de familiarización de periodistas especializados, jugadores profesionales y otros elementos generadores de opinión
- Realización de un torneo profesional de carácter anual e internacional, incluido en el Circuito de la European Tour. Actualmente, el Open de Andalucía ya forma parte de dicho circuito.
- Creación de material promocional, mediante el diseño de carteles atractivos para distribuir en clubs, asociaciones y federaciones de golf nacionales e internacionales
- Atención principal sobre el mensaje en todas las acciones promocionales, adaptando cada campaña al mercado destino





MUCHAS GRACIAS  
POR SU ATENCIÓN



**Nombre del curso**

---