



EL GOLF COMO CATALIZADOR DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA en España



Prólogo



ANA BOTÍN

Presidenta del Banco Santander

Cuando Asís y Ángel de Golf Santander me pidieron escribir un prólogo sobre una de mis grandes pasiones como es el golf, me fue imposible resistirme, especialmente porque el estudio aúna golf y economía.

Tuve la suerte de tener el mejor profesor de golf además de uno de los grandes de todos los tiempos: Seve Ballesteros. Además, el golf me ha enseñado muchos de los valores que me han ayudado en todos los ámbitos de la vida, tanto personal como profesional. El esfuerzo, la perseverancia, la superación personal, el tener puesta toda la atención en el momento, en “cada golpe”, la concentración y la disciplina. Y mucha práctica. Gary Player decía “cuanto más practico, más suerte tengo”.

“Algunos dicen que el golf es como la vida, pero no hay que creerlos. El golf es mucho más complicado”. Esta frase se atribuye a Gardner Dickinson, un célebre campeón americano. No sé si tanto, pero los que jugamos al golf sabemos que es una cura de humildad continua que, sin embargo, requiere de una actitud positiva. Después de un error, por grande que sea, solo se puede pensar en el próximo golpe. Mirar siempre hacia adelante, aprender de los errores, no pensar en ellos y no darse por vencido hasta el final del recorrido.

En la sede de Banco Santander en Boadilla del Monte tenemos un campo considerado uno de los mejores de Europa. Hoy está lleno, tras meses de confinamiento por el COVID-19, hay ganas de salir al campo. Todos ellos han pagado un *green fee*, está abierto a todos, y muchos de ellos probablemente vendrán de lejos para conocer un campo impresionante diseñado por Rees

Jones, conocido como @TheOpenDoctor, por haber renovado multitud de campos sede del US Open. Además, se riega con agua reciclada.

Como ha ocurrido en otros deportes, el golf ha pasado de ser considerado un deporte elitista solo asequible para un grupo reducido de privilegiados, a ser accesible para todos los públicos gracias a una oferta de campos excelentes a un coste razonable.

Eso ha hecho que el golf sea ya el cuarto deporte en el ranking por licencias federativas, con más de 270.000 federados. Y a ello debemos añadir más de un millón de turistas que visitan España para disfrutar del “turismo de golf”. Es este un turismo de elevada calidad con un gasto promedio mayor y con mayor número de pernотaciones. Se trata además de un turismo más desestacionalizado y estable a los ciclos económicos, por lo que contribuye a potenciar el turismo en periodos valle y no solo en los destinos vacacionales tradicionales.

Este informe pone una cifra concreta al impacto económico del turismo de golf en España: 4.640 millones de euros. Un dato que pone de manifiesto la relevancia y la rentabilidad de esta actividad, así como el importante papel que puede jugar en la fase de recuperación económica tras el COVID-19. Después de unos meses difíciles, la recuperación está en nuestras manos y queda mucho partido por jugar. Los datos de este informe ofrecen una visión realista sobre cómo el golf puede contribuir al progreso y al crecimiento sostenible de nuestro país.

Aprovechemos esta oportunidad.



**CLAUDIA
HERNÁNDEZ**

*Presidenta
Asociación Española de
Campos de Golf*

Desde la Asociación Española de Campos de Golf venimos realizando la ardua tarea de poner en conocimiento de administraciones, asociaciones empresariales, medios de comunicación y de la ciudadanía en general, el verdadero valor de nuestra industria en este país y quitarnos algunos estigmas provocados fundamentalmente por el gran desconocimiento de nuestra actividad empresarial.

No en vano se trata de una industria turística que genera en España un impacto directo de 5.418 millones de euros anuales, cantidad que asciende a 12.769 millones de euros incluyendo el impacto indirecto e inducido, siendo el **primer destino del mundo en turismo internacional de golf**, que atrae a alrededor de **1,2 millones de turistas extranjeros**.

El golf supone un factor decisivo en la elección de España como destino turístico y el turista de golf gasta más, pernocta más y contribuye a la desestacionalización. Hay que destacar que 7 de cada 8 euros de este gasto se reparte entre otros sectores de servicios distintos del golf, por lo que la distribución de los ingresos que genera el turismo de golf es enorme.

El golf es igualmente generador de una enorme importación de capitales destinados a la compra de segundas residencias. El turista de golf invierte en inmuebles 5 veces más que el turista convencional, generando en nuestra economía un impacto igualmente positivo que se suma al derivado de nuestra actividad deportiva y turística. El valor de la inversión inmobiliaria del turista de golf asciende a 41.937 millones de euros.

Generamos, de manera directa, indirecta o inducida, **un empleo total de 121.393 puestos de trabajo**, de los cuales 14.276 son creados por los propios campos de golf, destacando estos últimos por la calidad de los contratos ya que el 95% son indefinidos y el 94% a jornada completa, porcentajes muy superiores a la media nacional.

Tras la lectura de este estudio, podemos afirmar que el golf es un sector estratégico en el turismo de España que beneficia a hoteles, restaurantes, comercios, y transporte, entre otros, por lo que es un dinamizador económico y sostenible que genera riqueza, empleo y bienestar.

El golf es una actividad saludable y comprometida con el medioambiente, a pesar de la generación de riqueza que produce el golf español, el 57% de los campos no son rentables debido a los elevados gastos fijos y a la alta fiscalidad que soportan, perdiendo valor competitivo a nivel mundial.

Quiero dar las gracias expresamente a Javier Ínsula, gran impulsor de este proyecto, que consiguió despertar el interés de IE University como entidad de reputado prestigio académico para que, desde la independencia y el rigor, lo hiciera posible de la mano del profesor Juan Santaló.

Gracias también a la Real Federación Española de Golf, en la persona de su presidente, Gonzaga Escauriaza, por su apoyo incondicional, por sumar y por trabajar incansablemente buscando lo mejor no solo para el deporte, sino también para los campos y para los profesionales del sector.

Mil gracias a la presidenta del Banco Santander, Ana Botín, una de las empresarias más relevantes de nuestro país y del mundo entero, y firme defensora de nuestro deporte, por prologar y vincular su imagen a este estudio que refuerza la posición de nuestra organización en la defensa de los intereses empresariales del negocio del golf.

Comienza una nueva etapa en España y en el mundo, y es una nueva oportunidad para el golf español, para poner en valor nuestras fortalezas, para reforzar nuestra imagen y las bondades de nuestras empresas, nuestro turismo y nuestro deporte.



**GONZAGA
ESCAURIAZA**

*Presidente de la
Real Federación Española
de Golf*

Para la Real Federación Española de Golf ha sido un verdadero placer impulsar, junto con la Asociación Española de Campos de Golf, el proyecto del Impacto Económico del Golf en España. Nuestro más sincero agradecimiento a Claudia Hernández, presidenta de la AECG, a Javier Ínsula, Santiago Urquijo y a toda la Junta Directiva.

También quería dar las gracias a Ana Patricia Botín. Todas las vivencias, ideas y aportaciones reflejadas en su prólogo resaltan los valores del golf y la importancia del mismo a nivel deportivo, económico y social en España.

Ante la ausencia de datos fiables y recientes, IE University ha desarrollado este estudio independiente, riguroso y de gran utilidad para saber realmente qué aporta el golf, desde un punto de vista de generación de riqueza, a la economía de España. Agradecer a Juan Santaló y a su equipo el excelente trabajo realizado.

En este informe se dan a conocer muchas cifras y datos relevantes, pero me gustaría resaltar que vienen a nuestro país a jugar al golf 1,2 millones de turistas al año que gastan 4.640 millones de euros, cifra realmente muy relevante.

Desde hace mucho tiempo, he sido testigo de cómo el turismo de golf ha cambiado muchas localidades de nuestro país. Se cerraban hoteles durante el invierno que ahora permanecen abiertos, campos de golf de nueva construcción donde no había nada, nuevas ofertas de ocio y restauración, nuevas infraestructu-

ras de transporte, etc. Sin duda, el turismo de golf ha contribuido a generar nuevas ofertas turísticas y una desestacionalización que nos ha impulsado a ser líderes mundiales.

Desde el punto de vista deportivo y dada nuestra especial climatología, España es líder en organización de Torneos Profesionales Internacionales de Europa Continental. La colaboración público-privada (comunidades autónomas, Turespaña, RFEG, Promotores, etc.) ha permitido que prácticamente todos los mercados puedan apreciar a través de la retransmisión el nivel de nuestros campos y las bondades de España como destino de golf y, por tanto, ha sido determinante en el desarrollo del turismo de calidad. Eventos como la Ryder Cup de 1997, los Opens de España, Volvo Masters o la próxima Solheim Cup de 2023 son algunos exponentes de estos Torneos.

Siendo un país pequeño, España ha producido grandes jugadores de golf como Severiano Ballesteros, José María Olazábal, Miguel Ángel Jiménez, Sergio García, Jon Rahm, Marta Figueras Dotti, Carlota Ziganda, Azahara Muñoz y un largo etcétera que son grandes embajadores de la marca España y contribuyen a mejorar el conocimiento de nuestro país.

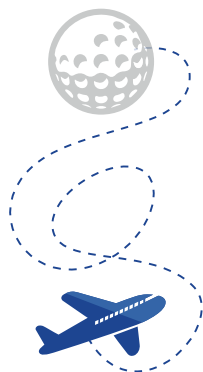
Por último, quiero manifestar mi agradecimiento a todos los federados, los clubes, las federaciones autonómicas, la PGA de España, la AEGG, la AEdG, el Consejo Superior de Deportes, el Comité Olímpico Español, los patrocinadores y los medios de comunicación que, sin duda alguna, han sido esenciales en el crecimiento del golf como deporte y como industria.

ÍNDICE

Conclusiones: Las 5 claves de la industria del golf en España	08
Resumen ejecutivo	09
01 Introducción. El golf en España y objetivo del estudio	11
02 Fuentes de datos	12
03 Estimación de la facturación total de las actividades económicas del golf en España	14
04 Desglose de ingresos y gastos de la actividad económica de los campos de golf	15
05 Estimación del número de asalariados medio anual en los campos de golf incluyendo todas las actividades	18
06 Estimación del número de <i>green fees</i> jugados en las instalaciones de golf	19
07 Estimación del impacto económico del golf en el turismo de España	20
7.1. Número de turistas que juegan a golf	
7.2. Estimación del gasto del turista de golf	
7.3. Otras características del turista que juega al golf	
08 Estimación del impacto económico indirecto e inducido	26
09 Distribución del valor económico creado por el sector del golf	28
10 Uso responsable del agua de los campos de golf en España	29
11 Valor de la inversión inmobiliaria del turista de golf en España	31
12 El valor económico de los torneos de golf y las federaciones	32
13 Desagregación regional	33
Agradecimientos	36
Apéndice metodológico	37

CONCLUSIONES

5 CLAVES DE LA INDUSTRIA DEL GOLF EN ESPAÑA



1. MOTOR TURÍSTICO

1,2 millones de turistas anuales

El golf atrae alrededor de 1,2 millones de turistas extranjeros por año.

Produce 11.183 millones de €

Producción total generada de manera directa o inducida por el turista extranjero.

Beneficia a sectores ajenos al golf

7 de cada 8 euros producidos (un 88%) benefician a otros sectores.

El turista de golf es un turista de más calidad

- Gasto más elevado y con estancias más alargadas.
- Desestacionaliza el turismo ya que sus temporadas altas son en primavera y otoño.



2. FACTURACIÓN

12.769 millones de €

Facturación directa, indirecta e inducida en España.

3. GENERADOR DE EMPLEO DE CALIDAD



121.393 puestos de trabajo

Generados de manera directa o indirecta. Los empleos creados directamente en el campo de golf destacan por la calidad de los contratos, ya que el 95% son indefinidos y el 94% a jornada completa.

4. CATALIZADOR DE LA INVERSIÓN INMOBILIARIA



42.000 millones de € en inversión inmobiliaria del turista de golf

La inversión inmobiliaria del turista de golf es muy elevada, 283.000 viviendas en propiedad en España. Esta inversión se asocia a un gasto recurrente anual en España y genera turistas más fieles y con una mayor probabilidad de repetir su visita.



5. SOSTENIBILIDAD Respeto al medio ambiente

El golf es una actividad saludable, segura frente al COVID-19, y comprometida con el medioambiente, el 88% de las sociedades disponen de sistema de ahorro del agua para el riego y el 70% riegan con agua regenerada.

Resumen ejecutivo

MOTOR TURÍSTICO

- **El sector atrae al año a 1.195.000 turistas extranjeros que juegan al golf. El 98,6% de los mismos proviene de Europa.** La comparación de esta cifra con los 4,2 millones de jugadores de golf registrados en Europa muestra tanto el liderazgo de España en el turismo de golf como el potencial de crecimiento del mismo.
- **Estos turistas gastan en España, excluyendo el gasto en los campos de golf, alrededor de 4.640 millones de euros al año. Este gasto directo tiene un efecto multiplicador en ingresos indirectos e inducidos que elevan el impacto del gasto turístico en la economía española hasta 11.183 millones de euros.**
- **El pico de actividad del deporte del golf no coincide con el pico de la llegada de turistas en España, contribuyendo a evitar la concentración de turistas en julio y agosto y por ello ayudando a la desestacionalización del turismo y haciéndolo más sostenible.**
- El turista de golf extranjero que visita España difiere del turista extranjero medio al tener una estancia media superior. **El turista de golf tiene una estancia media de 11,9 días versus 7,4 días del turista medio en España.**
- El nivel de renta del turista de golf es sensiblemente más alto que el nivel de renta del turista medio. Mientras que solo el 8,82% del turista medio en España se declara de renta alta, este porcentaje se eleva al 26,67% en el caso del turismo de golf. En conjunto, **el turismo de renta alta y media-alta representa el 63% del turismo de golf y solo el 36% del turismo medio en España.**

FACTURACIÓN

- **Los campos de golf en España generan 777 millones de euros en ingresos directos donde la venta de *green fees*¹ y las cuotas de socios representan alrededor del 52,3% de los mismos.** Si añadimos los ingresos

ligados directamente a la actividad deportiva del golf (clases, alquiler de equipo y tienda), el porcentaje se eleva hasta el 66%. La media de ingresos por sociedad que explota campo de golf es de 1,9 millones de euros.

- Además del efecto directo en la producción, la actividad de los campos de golf tiene un efecto multiplicador al generar unos ingresos indirectos e inducidos que eleva el impacto total hasta 1.585 millones de euros.
- En general, **el sector del golf tiene un impacto directo en la economía de alrededor de 5.418 millones de euros anuales, (777 millones de facturación de los campos de golf y 4.640 millones del gasto del turista de golf) que se elevan a 12.769 (1.585 millones de los campos y 11.183 millones del gasto del turista de golf) si tenemos en cuenta los efectos indirectos e inducidos.**
- Las sociedades que gestionan los campos de golf se quedan una parte proporcionalmente muy pequeña de todo el valor que generan. **Como ilustración, de un *green fee* de 18 hoyos en temporada alta que tiene un precio medio de 90 euros, las sociedades de golf obtienen 5,8 euros de beneficio. De hecho, estimamos que un 57,3% de las sociedades que gestionan campos de golf no son rentables.**

GENERADOR DE EMPLEO DE CALIDAD

- **En términos de empleo, de manera directa, indirecta o inducida, el sector del golf genera 121.393 empleos anuales.**
- **El empleo que genera directamente el golf se puede considerar de más calidad que el empleo medio en España. El 95,5% de los asalariados empleados por las sociedades que gestionan los campos de golf son contratos indefinidos y el 94,1% son empleos a jornada completa.** En comparación, en España, según

Nota 1. En este documento el término *green fee* se refiere a una salida al campo de un jugador para realizar un recorrido de golf reglamentario.

el INE, solo el 73,2% del empleo es con contrato indefinido y el 85% a jornada completa.

CATALIZADOR DE LA INVERSIÓN INMOBILIARIA

• Aunque la mayoría del turismo se aloja en hoteles, el turista de golf es más fiel porque tiene una mayor probabilidad de alojarse en viviendas de su propiedad que el turista medio en España. **Mientras que el turista de golf tiene un 23,7% de probabilidad de alojarse en una segunda residencia, para el turista medio español esta probabilidad es de solo el 5%.**

• Se estima que, en 2018, los turistas extranjeros de

golf disponían de alrededor de 283.000 viviendas en propiedad y el total del valor de la propiedad inmobiliaria del turista de golf era de unos 42.000 millones de euros. Esta importante inversión inmobiliaria produjo un gasto anual recurrente y un turista más fiel al destino España con una mayor probabilidad de repetir visita cada año.

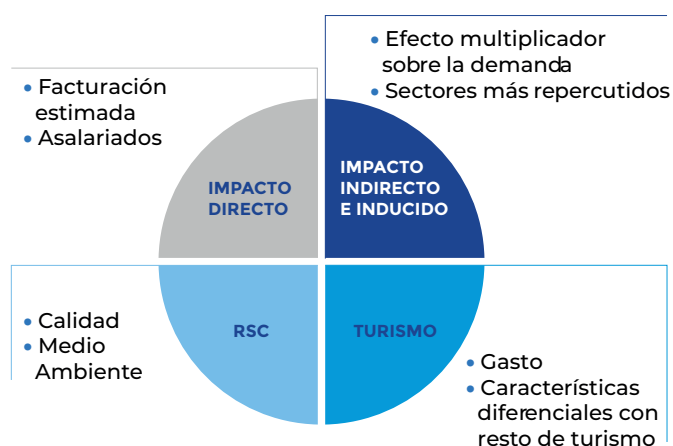
SOSTENIBILIDAD

• Las sociedades que gestionan los campos de golf son muy respetuosas con el medio ambiente. El 88% de las sociedades disponen de sistema de ahorro del agua para el riego y el 70% riegan con agua regenerada.

Cuadro resumen del golf como catalizador de la actividad económica en España

Concepto	Impacto (en euros)
Producción generada por los campos (directa, indirecta e inducida) anual	1.586 millones
Producción generada (directa, indirecta e inducida) por el gasto del turista de golf anual	11.183 millones
Producción generada total anual (directa, indirecta e inducida)	12.769 millones
Empleo anual generado por los campos (directo, indirecto e inducido)	14.276
Empleo anual generado (directo, indirecto e inducido) por el gasto del turista de golf	107.117
Empleo anual generado total	121.393
% Empleo directo en el campo de golf con contrato indefinido	95,1%
% Empleo en campo de golf a jornada completa	94,1%
Número anual de turistas de golf	1,2 millones
Gasto anual en España del turista de golf	4.640 millones
Número anual de <i>green fees</i>	9,4 millones
Turistas de golf con vivienda en propiedad	283.195
Valor inversión inmobiliaria del turista de golf	41.937 millones
% Campos que riegan con agua regenerada	70%

El siguiente organigrama muestra la forma en que está organizado el informe y los diferentes datos que se han tenido en cuenta para medir cada uno de los diferentes impactos que tiene el golf sobre la economía española.



01 Introducción.

El golf en España y objetivo del estudio

El objetivo del estudio es estimar la importancia del sector del golf en la economía española, tanto por su impacto directo, como por los efectos indirectos y de arrastre que ocasiona en otros sectores.

Para hacernos una idea de la práctica deportiva del golf en España utilizamos el número de federados según la Federación Española de Golf. En España hay 272.637 federados. La Tabla 1 muestran el número de federados por comunidad autónoma. En términos absolutos, el mayor número de federados está localizado en Madrid y en Andalucía con 83.845 y 45.343 respectivamente. En términos relativos a su población, la comunidad autónoma con una ratio mayor de federados per cápita es Cantabria con 12,7 federados por cada mil habitantes.

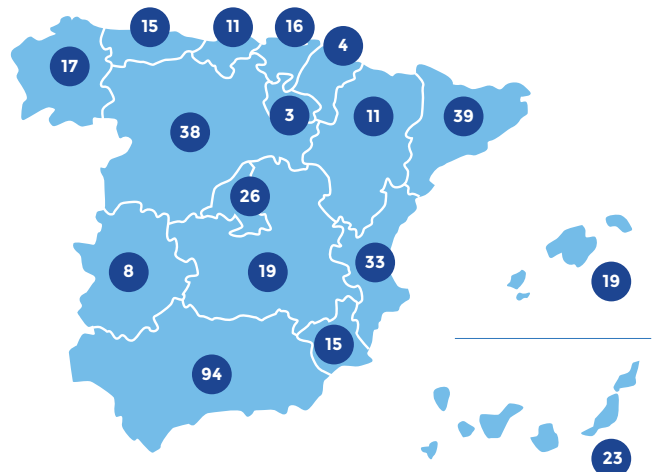
Se computan 393 entidades que gestionan campos de golf en España. Estas entidades constituyen la unidad de análisis que empleamos para medir el impacto económico. Cada una de estas entidades puede gestionar uno o más campos de golf. Tal como muestra el Mapa 1, Andalucía constituye de largo la comunidad autónoma con mayor número de sociedades que gestionan campos de golf.

TABLA 1: Número de federados por comunidad autónoma en 2019

Comunidad autónoma	Federados 2019	Federados por cada 1000 hab.
Andalucía	45343	5,4
Aragón	6278	4,8
Asturias	7869	7,7
Canarias	7652	3,6
Cantabria	7365	12,7
Castilla La Mancha	5388	2,7
Castilla y León	13050	5,4
Cataluña	28025	3,7
Extremadura	2392	2,2
Galicia	10554	3,9
Islas Baleares	7396	6,4
La Rioja	2060	6,5
Madrid	83845	12,6
Murcia	6148	4,1
Navarra	3193	4,9
País Vasco	16603	7,5
Valencia	19476	3,9
TOTAL NACIONAL	272.637	5,8

Fuente: Federación Española de Golf

MAPA 1: Número de sociedades propietarias de uno o más campos de golf que se han tenido en cuenta en el estudio



02 Fuentes de datos

El estudio se basa en la explotación de tres principales fuentes de datos

- Cuestionario a las sociedades que gestionan campos de golf en España realizado por la Asociación Española de Campos de Golf (AECG) y la Real Federación Española de Golf junto con IE University. (Cuestionario adicional al sector auxiliar del golf con la colaboración de Golfindustria.)
- Datos de Mastercard que recogen los patrones de gasto de turistas extranjeros en España hasta un mes antes y un mes después de su visita a España.
- Microdatos de la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR de aquí en adelante) proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística.

A continuación, describimos a grandes rasgos cada una de estas fuentes de datos.

2.1. DATOS PRINCIPALES SOBRE EL CUESTIONARIO REALIZADO CONJUNTAMENTE POR LA AECG Y POR IE UNIVERSITY

MAPA 2: Número de respuestas al cuestionario en cada comunidad autónoma



La AECG junto con IE University ha realizado un muy ambicioso cuestionario dirigido al universo de las entidades propietarias de campos de golf en España. En dicho cuestionario, se preguntaba a la sociedad propietaria una batería de cuestiones para intentar obtener una radiografía lo más completa posible de sus actividades económicas. Es un cuestionario muy extenso compuesto de 124 preguntas con los siguientes apartados: datos generales, instalaciones y servicios, actividad y cartera de clientes, ingresos de explotación, gastos de explotación, inversiones realizadas y productividad, recursos humanos, calidad, sostenibilidad, innovación, accesibilidad e igualdad.

Para el estudio, hemos tenido en cuenta todas las sociedades propietarias de uno o más campos de golf en España, eliminando los campos militares y los clubes y escuelas sin campos. Esta base de datos ha sido construida y constatada con los miembros de la Asociación Española de Campos de Golf y la Real Federación Española de Golf teniendo en cuenta el número de hoyos totales que componen los campos propiedad de cada sociedad. De un total de 393 empresas de golf encuestadas, han respondido 124, un porcentaje del 31,5% que hace que la muestra sea representativa de las empresas que explotan la actividad del golf a nivel nacional. La Tabla 2 muestra el porcentaje de respuesta a nivel autonómico.



TABLA 2: Número de respuestas al cuestionario realizado y porcentaje de respuestas en cada comunidad autónoma

	Contestado	No Contestado	Total, sociedades
Andalucía	32	62	94
Aragón	2	9	11
Asturias	1	14	15
Canarias	8	15	23
Cantabria	1	10	11
Castilla La Mancha	3	16	19
Castilla Y León	7	31	38
Cataluña	13	26	39
Extremadura	2	6	8
Galicia	3	14	17
La Rioja	1	2	3
Islas Baleares	7	12	19
Madrid	17	9	26
Melilla	0	1	1
Murcia	10	5	15
Navarra	0	4	4
País Vasco	3	13	16
Valencia	14	19	33
Andorra	0	1	1
TOTAL	124	269	393
% sobre Total	31,55%	68,45%	

Fuente. Elaboración propia

2.2. PATRONES DE GASTO DEL TURISTA DE GOLF EXTRANJERO DE MASTERCARD

Con la colaboración de Mastercard-Europa, se ha conseguido información del patrón de gasto en España de todos los turistas extranjeros que usaron su tarjeta Mastercard en uno de cinco campos de golf españoles seleccionados por su gran volumen (ver el apéndice metodológico para los detalles). Mastercard computa las transacciones hechas por estos turistas en España hasta un mes antes y un mes después de haber visitado el campo de golf de nuestro país. Para preservar el anonimato y para cumplir con la protección de datos, Mastercard solo proporciona información sobre el gasto por industria y por país de origen de la tarjeta si ha existido un número suficiente de transacciones. Mastercard ha proporcionado estos patrones de gasto a los autores de este estudio y se han tomado como representativos del gasto del turista extranjero en España.

2.3. MICRODATOS DE LA ENCUESTA DE GASTO TURÍSTICO EGATUR

El INE ha puesto a disposición de los autores de este estudio los microdatos de la encuesta EGATUR que se realiza para conocer el gasto turístico de los visitantes extranjeros a su salida de España. En dicha encuesta se pregunta específicamente al visitante acerca de si durante su estancia en España ha realizado actividades deportivas siendo el golf una de las opciones. Estos microdatos incluyen 299.132 entrevistas individuales a turistas a su salida de España de los cuáles 3.963 turistas entrevistados han jugado a golf. Utilizamos esta pregunta para hallar las características del turista extranjero que visita España y juega al golf.

03 Estimación de la facturación total de las actividades económicas del golf en España

La suma de la facturación de todas las actividades de las 124 sociedades que gestionan instalaciones de golf (pueden gestionar uno o varios campos de golf) que han respondido la encuesta nos da una facturación total de 373,05 millones de euros, con una media de 2,98 millones por sociedad, incluyendo todas las actividades tales como restauración, tienda, alojamiento (en su caso) y no solo la actividad deportiva. Se considera la suma de todas las actividades que se realizan en las instalaciones cuando el golf es la actividad esencial de las mismas y por tanto la facturación del resto no existiría sin el golf. Dado que hay 393 entidades de golf en España, una estimación sencilla proporcionaría que el sector del golf factura (por todas sus actividades) un total de 1.172 millones de euros.

Sin embargo, esta estimación vendría a suponer que las entidades que han contestado el cuestionario son comparables a las entidades que no lo han hecho. Los datos recogidos muestran que hay diferencias regionales en la facturación media. Además, existen diferencias sustanciales en la tasa de respuesta media por región, como se puede ver en la Tabla 2. Por ello, los resultados para las instalaciones de golf que no han contestado se estiman teniendo en cuenta la región donde están ubicados, el tipo de propiedad del campo (comercial, municipal, socios, mixto), el número de hoyos gestionados por la sociedad y el tipo de campo en función de los mismos (ver la tipología en el apéndice), el precio del *green fee* según la página web Leading Courses, una estimación cualitativa de la cuantía de ingresos hecha por expertos de la industria y el número de jugadores federados en el campo. Los detalles de cómo se ha realizado esta estimación se recogen en el apéndice metodológico y los resultados se muestran en la Tabla 3.

Haciendo esta estimación obtenemos que las 269 sociedades que no han contestado tienen una facturación total de 404.643 millones de euros. (1,5 millones de euros por sociedad). Sumando esta estimación a la facturación recogida en los cuestionarios, da un total de 777,263 millones de euros de facturación total. La Tabla 3 muestra la desagregación de dicha facturación por comunidad autónoma, mostrando solo aquellas comunidades autónomas de las que se han podido reunir

un suficiente número de respuestas para que el cuestionario sea representativo de la actividad del golf en la región.

TABLA 3: Facturación de sociedades que gestionan instalaciones de golf para todo tipo de actividades (deportivas o no)

Comunidad autónoma	Facturación total en millones (€)	Facturación media por sociedad en millones (€)	Número de sociedades
Andalucía	216,789	2,306	94
Canarias	52,042	2,262	23
Cataluña	87,344	2,239	39
Islas Baleares	60,272	3,172	19
Comunidad de Madrid	114,166	4,391	26
Murcia	29,992	1,999	15
Valencia	60,227	1,825	33
Total	777,693	1,979	393

Fuente: Elaboración propia. Los datos reúnen la información recogida en un cuestionario a las sociedades que gestionan instalaciones de golf sumada a nuestra estimación de facturación para aquellas sociedades que no han contestado

La estimación de facturación media por sociedad experimenta una gran varianza en función de la estructura de propiedad de la instalación. La Tabla 4 muestra cómo mientras las instalaciones de propiedad municipal registran de media una facturación total de solo 805.000 euros aquellas instalaciones propiedad de los socios que además permiten jugadores ocasionales facturan 3,4 millones de euros, casi cinco veces más.

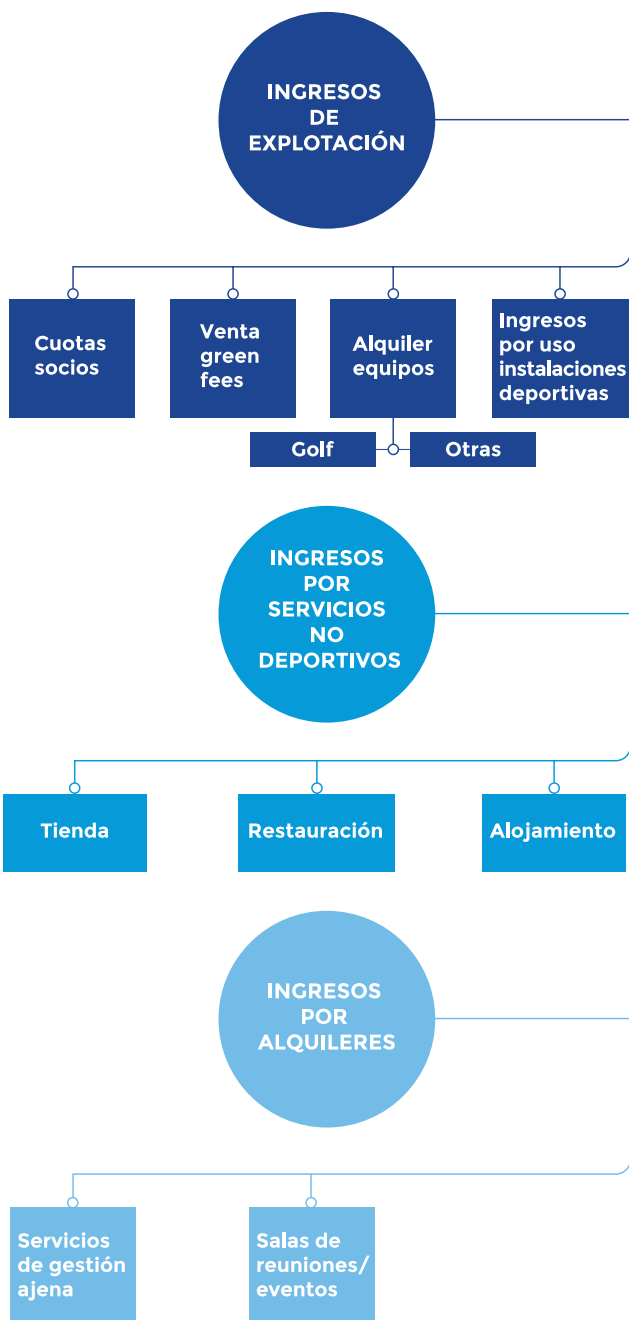
TABLA 4: Facturación media por tipo de propiedad

Tipo de sociedad	Facturación media en millones (€)	Número de sociedades
Comercial	1,440	190
Mixto	2,191	82
Municipal	0,805	34
Socios	3,412	87

Fuente: Elaboración propia

04 Desglose de ingresos y gastos de la actividad económica de los campos de golf

TABLA 5: Descomposición de los ingresos



En un campo de golf se realizan diferentes actividades y por lo tanto hay diferentes fuentes de ingresos. En la mayoría de los campos encuestados, el golf suele ser una de las actividades principales y el motor de los

campos. Se ha tenido en cuenta tanto la gestión propia como ajena de las actividades realizadas en el campo de golf, ya que ambas generan un impacto económico directo en la economía.

En el cuestionario realizado, hemos dividido las distintas fuentes de gastos e ingresos según los diferentes criterios tal como detalla la Tabla 5.

La Tabla 6 muestra la descomposición de los ingresos de los campos de golf en relación con la empresa promedio que gestiona campos de golf. Los dos conceptos que representan el mayor porcentaje de ingresos son las cuotas abonadas por los socios, así como las ventas de *green fees*, sumando ambos un 52,4% del total. En general, los ingresos directamente relacionados con el deporte del golf representan el 66,4% del total. Si aplicamos ese porcentaje a los 777,693 millones de euros que representan el total de los ingresos, encontramos que los ingresos directamente ligados a la actividad del golf serían de 516,487 millones de euros.

TABLA 6: Descomposición de ingreso promedio

1. Cuotas socios	26,1%
2. Venta <i>green fees</i>	26,3%
3. Alquiler equipos golf	6,7%
4. Clases golf	2,5%
5. Tienda	4,6%
6. Total actividades ligadas al deporte del golf (suma conceptos 1 al 5)	66,4%
7. Servicios de restauración	7,4%
8. Servicios de alojamiento	23,9%
9. Otros	2,3%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia. La media es ponderada por los ingresos de cada campo de golf y teniendo en cuenta solo los campos de golf que han descompuesto sus ingresos en el cuestionario.

La Tabla 7 muestra cómo la importancia de los diferentes tipos de ingresos de una sociedad promedio varía en función del tipo de campo. Sin embargo, no desglosa los ingresos para las instalaciones de propiedad municipal debido a que la muestra obtenida de los mismos es muy pequeña y no es representativa del total. La Tabla 7 muestra cómo las cuotas de socios representan de media un 70% de los ingresos de las sociedades que explotan campos de socios. Sin embargo, para las sociedades que gestionan campos comerciales, las cuotas de socios representan de media tan solo un 4,8%. Para los campos comerciales, la partida de ingresos más importantes son los ingresos por alojamiento, que llega hasta un 37,8%.

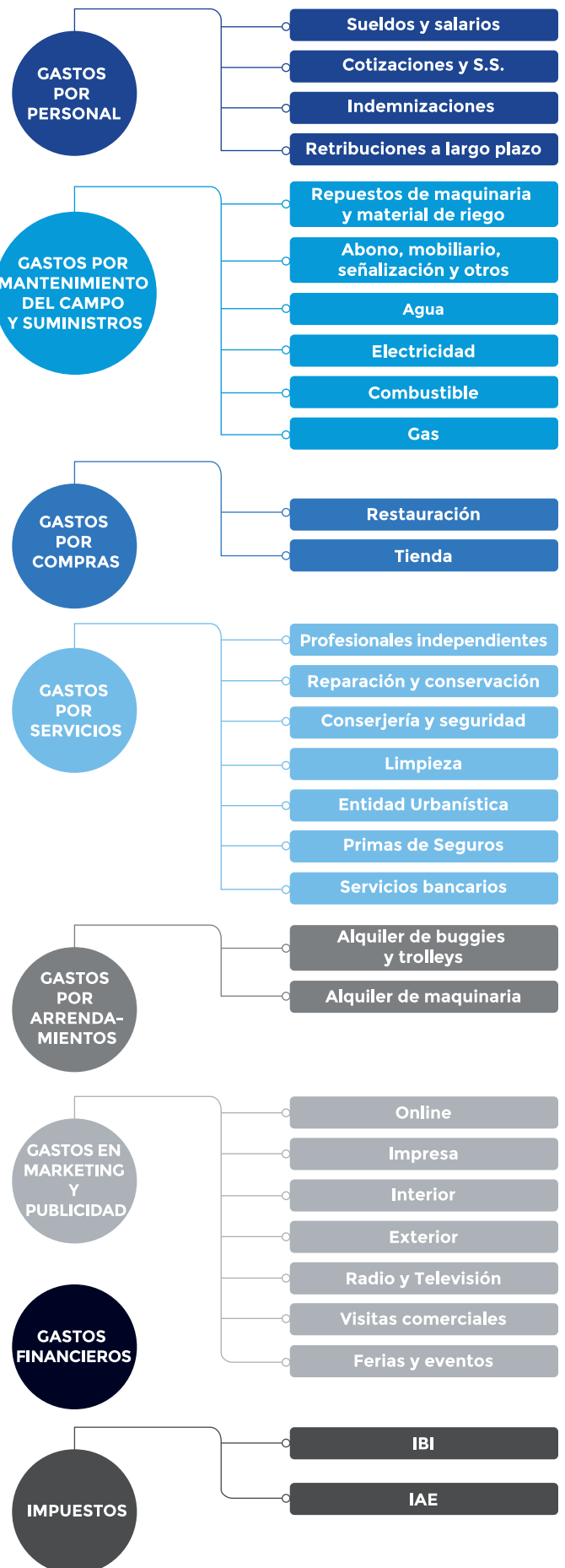
TABLA 7: Descomposición del ingreso promedio de las sociedades que explotan campos de golf por tipo de campo

	Sociedades que explotan campos Comerciales	Sociedades que explotan campos Mixtos	Sociedades que explotan campos de Socios
1. Cuotas socios	4,8%	26,1%	70%
2. Venta green fee	29,3%	32,4%	10,4%
3. Alquiler equipos golf	8,7%	5,8%	2%
4. Clases golf	2,3%	1,6%	1,2%
5. Tienda	4,9%	5,5%	2,1%
6. Total actividades ligadas al deporte del golf (suma conceptos 1 al 5)	50%	71,4%	85,7%
7. Servicios de restauración	10,9%	10,1%	-*
8. Servicios de alojamiento	37,8%	15,5%	10,2%
9. Otros	1,3%	3%	4,1%
TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 8 muestra cómo se descomponen los gastos de las entidades que gestionan los campos de golf en España.

TABLA 8: Descomposición de gastos (excluyendo depreciación de activos)



* No se han dispuesto de los suficientes datos en el cuestionario para estimar este número con precisión

La Tabla 9 muestra cómo para el campo promedio, los gastos de personal representan alrededor del 44% de los ingresos. La segunda partida en importancia es el gasto en mantenimiento y suministros (18,8%). La Figura 1 muestra que estas magnitudes no varían demasiado en

función del tipo de campo. Si acaso, las sociedades que gestionan los campos de socios muestran un porcentaje de gasto en mantenimiento y suministros algo menor, que se compensa con un mayor gasto en servicios y amortizaciones.

TABLA 9: Gastos promedio desglosados por concepto. Porcentaje sobre el total de ingresos

Gastos de personal	44,5%
Gastos de mantenimiento y suministros	18,8%
Gasto de servicios	7,7%
Gastos de arrendamientos	1,69%
Gastos de marketing y publicidad	1,2%
Gastos financieros	1,5%
Gastos en tributos	3,2%
Gastos en otras compras	7,6%
Amortización	5,4%

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

FIGURA 1: Gastos promedio por conceptos y tipo de campos. Porcentaje sobre el total de ingresos



Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario



05 Estimación del número de asalariados medio anual en los campos de golf incluyendo todas las actividades

Para estimar el número de asalariados medio anual de las sociedades que gestionan campos de golf en España (incluyendo todas las actividades), se procede de la misma manera que con la facturación. Es decir, se agrega toda la información de las 110 sociedades que han contestado a esta pregunta en el cuestionario. Estas 110 entidades reportan un número medio anual de asalariados (incluyendo subcontratas y autónomos) igual a 4.237 para el conjunto de sociedades (una media de unos 38 empleos creados por sociedad). Para el resto de entidades, se estima el número de asalariados tal como está explicado en el apéndice metodológico. En total, estimamos que el sector emplea 9.861 asalariados medios anuales. La Tabla 10 muestra los resultados de esta estimación. Destaca la media de empleos por sociedad en Madrid que se debe principalmente a dos *outliers*, dos instalaciones que contratan a más de 100 empleados para sus actividades.

La actividad del golf, además genera un empleo que se caracteriza por su mayor presencia de contratos indefinidos y de a tiempo completo. La Figura 2 muestra cómo el 95,5% de los asalariados empleados por las sociedades que gestionan los campos de golf son contratos indefinidos y el 94,1% son empleos a jornada completa. En comparación en España, según el INE; solo el 73,2% del empleo es con contrato indefinido y el 85% a jornada completa.

FIGURA 2: Porcentaje de empleo indefinido y a jornada completa

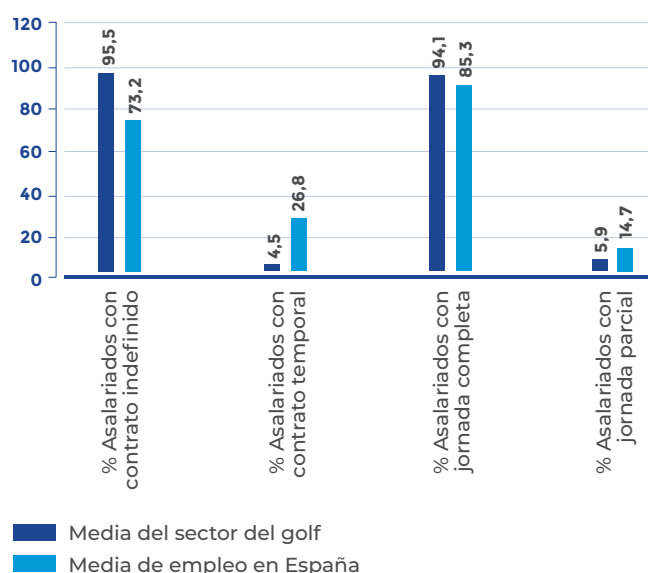


TABLA 10: Estimación del número de empleos medio anual en los campos de golf incluyendo todas las actividades e incluyendo subcontratas y autónomos

Comunidad autónoma	Total empleos	Media por sociedad	Número de sociedades
Andalucía	3.351	35,65	94
Canarias	603	26,20	23
Cataluña	742	19,02	39
Islas Baleares	516	27,13	19
Comunidad de Madrid	1.650	63,47	26
Murcia	298	19,84	15
Valencia	790	23,94	33
TOTAL ESPAÑA	9.861	25,09	393

Fuente: Elaboración propia

06 Estimación del número de *green fees* jugados en las instalaciones de golf

El número de *green fees* se procede a estimar siguiendo exactamente la misma metodología explicada anteriormente y en el apéndice metodológico. En este caso tenemos información sobre el número de *green fees* vendidos de solo 103 sociedades. Para poder comparar todos los *green fees* en una misma unidad de medida consideramos que un *green fee* de 9 hoyos equivale a la mitad de uno de 18 hoyos. De manera similar, un *green fee* de 27 hoyos equivale a 1,5 *green fees* de 18 hoyos. Estos *green fees* “normalizados” los consideramos “*green fees* de 18 hoyos equivalentes”. Estimamos que en las sociedades que gestionan campos de golf se realizan anualmente un total de 3.964.470 *green fees* de 18 hoyos (o equivalentes) con una media de 38.480,43 *green fees* por sociedad. Los resultados de la estimación para las sociedades sin respuesta en el cuestionario proporcionan que en total en España se realizan anualmente 9.573.771 *green fees* de 18 hoyos equivalentes con una media de 24.360 *green fees* por sociedad. La Tabla 11 resume las estimaciones obtenidas y cómo se desagregan para aquellas comunidades autónomas con un nivel suficiente de respuestas al cuestionario.

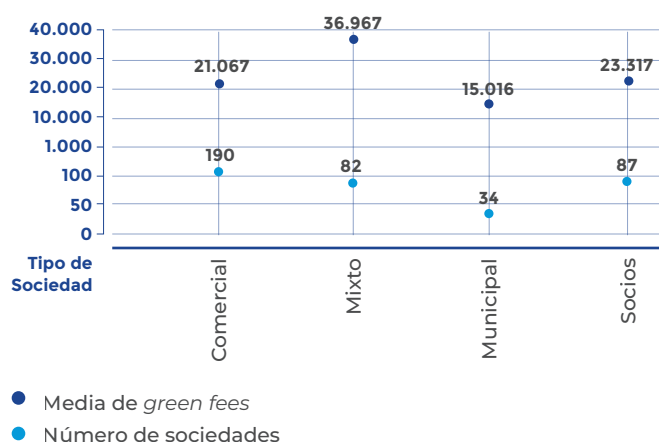
TABLA 11: Estimación número de *green fees* jugados (*green fee* equivalentes a un *green fee* de 18 hoyos)

Comunidad autónoma	Total de <i>green fees</i>	Media por sociedad	Número de sociedades
Andalucía	3.182.702	33.858	94
Canarias	594.154	25.833	23
Cataluña	787.320	20.187	39
Islas Baleares	624.912	32.890	19
Comunidad de Madrid	909.931	34.997	26
Murcia	439.182	29.278	15
Valencia	936.812	28.388	33
TOTAL ESPAÑA	9.376.159	23.858	393

Fuente: Elaboración propia

A continuación, recogemos el número de *green fees* realizados en función del tipo de campo. Mientras que las sociedades municipales muestran una media de solo unos 15.000 *green fees* al año, las sociedades mixtas (incluyen *green fees* de socios y jugadores externos) tienen de media casi 37.000 *green fees* al año.

FIGURA 3: Número de *green fees* realizados en función del tipo de campo



Fuente: Elaboración propia

07 Estimación del impacto económico del golf en el turismo de España

7.1. NÚMERO DE TURISTAS EN ESPAÑA QUE JUEGAN AL GOLF

Según los microdatos del INE recogidas en la Tabla 12 en el año 2018 vinieron a España 1.195.000 turistas que jugaron a golf de los cuales el 98,6% son europeos, destacando que el mercado de referencia del turista de golf es Europa. Dado que según la Golf Course Association Europe en Europa hay 4,2 millones de jugadores de golf registrados, los 1,19 millones de turistas de golf muestran tanto el potencial de crecimiento del turismo de golf como la realidad de que España es actualmente un líder en el turismo de golf.

TABLA 12: Número de turistas en España

Año	Turistas en España (en millones)	Turistas en España que juegan al golf (en millones)
2016	75,315	1,087
2017	81,868	1,210
2018	82,783	1,195

Fuente: Elaboración propia con microdatos del INE

Con la información recogida en el cuestionario, realizamos una estimación alternativa a la que elaboramos con los microdatos sobre el número de turistas que juegan al golf en España para el año 2018. En el cuestionario, se ha preguntado directamente por el porcentaje de jugadores extranjeros por nacionalidad. Agregando la respuesta a esta pregunta de 115 campos, tenemos una estimación del número de jugadores de golf extranjeros en España en el 2018.

TABLA 13: Jugadores de golf de procedencia extranjera para 115 campos que responden la pregunta correspondiente en el cuestionario

País	Número de <i>green fees</i> de 18 hoyos equivalentes
Alemania	230.249
Reino Unido	583.213
Francia	96.621
Países Bajos	49.148
Países Nórdicos	412.462
Rusia	3.143
Otros	226.696
TOTAL	1.601.532

Fuente: Elaboración propia

Es decir, simplemente con sumar las respuestas a los cuestionarios obtenemos 1.601.532 equivalentes a *green fees* de 18 hoyos.

Para obtener el número de *green fees* de extranjeros, hay que estimarlo de una manera similar a lo que hemos realizado en los apartados anteriores, ver la explicación en el apéndice metodológico. La Tabla 14 muestra la estimación que se obtiene de *green fees* jugados por extranjeros en los campos de golf españoles en función de la nacionalidad del turista, así como una estimación del número de los mismos suponiendo que de media un turista extranjero juega cuatro *green fees* equivalentes a 18 hoyos durante su estancia².

Nota 2. Según Costa del Sol Málaga, el turista de golf de baja intensidad juega de media 3,83 veces al golf y el de alta intensidad 4,63 veces.

TABLA 14: **Green fees de 18 hoyos jugados por turistas de procedencia extranjera en función de su nacionalidad**

País	Green fees	Jugadores
Alemania	691.926	172.981
Reino Unido	1.606.590	401.647
Francia	402.213	100.553
Países Bajos	78.490	19.622
Países Nórdicos	1.100.485	275.121
Rusia	16.343	4086
Otros	321.968	80.492
TOTAL	4.218.017	1.054.504

Hay que destacar que la estimación del número de turistas extranjeros que juegan al golf en España es un número muy cercano al de turistas que declaran haber jugado al golf según el INE: 1.054 según nuestras estimaciones y 1.195 según el INE. Es decir, la estimación obtenida a través del cuestionario proporciona una estimación del número de turistas de golf muy similar a la estimación obtenida empleando los microdatos del INE.

7.2 ESTIMACIÓN DEL GASTO DEL TURISTA DE GOLF

Tal como se ha indicado en la introducción a este informe, para obtener una mejor radiografía del gasto del turista de golf, se ha llegado a un acuerdo con Mastercard para explorar la información sobre el gasto de las tarjetas de crédito de los turistas extranjeros que visitan España. En concreto, se ha procedido de la siguiente manera:

- Se seleccionan cinco instalaciones de golf que, dado su alto volumen de jugadores y facturación, permiten

la recopilación del suficiente número de transacciones por Mastercard para cumplir un doble objetivo: Asegurar que encontramos información representativa del turista medio que visita España y asegurar que Mastercard, al recopilar la información, tiene un número lo suficientemente alto de transacciones para cumplir con las restricciones de la legislación nacional e internacional sobre protección de datos.

- Mastercard identifica todas aquellas tarjetas de turistas extranjeros que han realizado al menos una transacción en las instalaciones de golf. A continuación, Mastercard traza el gasto de esas tarjetas en España un mes antes y un mes después de la transacción realizada en el campo de golf.

Con la información obtenida en estos pasos, Mastercard proporciona a los autores del estudio unas tablas con la tipología de gasto por industria y en función del país emisor de la tarjeta. Por motivos de confidencialidad, Mastercard no proporciona totales de gasto por categoría, sino que proporciona la cantidad media por transacción, ello hace que las estimaciones que se muestran a continuación estén realizadas por los autores de este informe añadiendo a los datos proporcionados por Mastercard sus propios cálculos y usos de otras fuentes de datos. En el apéndice metodológico se explica con detalle el procedimiento que se ha seguido. La Tabla 15 muestra el resultado de estas estimaciones. El gasto total en España del turista de golf se estima en 4.640,4 millones de euros al año. El gasto medio por turista es de 3.850 euros y el gasto medio diario equivale a 324 euros.

TABLA 15: **Estimación del gasto anual en España del turista extranjero que juega al golf por nacionalidad, según datos de Mastercard. La tabla muestra el total nacional y de los seis países emisores más importantes por número de turistas de golf**

País	Gasto total por turista de golf (en millones €)	Gasto medio por turista de golf (€)	Número de pernoctaciones del turista de golf	Gasto medio diario por turista (€)
Reino Unido	1.145	2.807	11,3	248
Suecia	759,3	5.214	10,9	478
Alemania	537,9	3.910	11,4	343
Irlanda	403,2	6.014	10,3	584
Holanda	372,8	5.207	13,5	386
Noruega	273,6	5.214	15,8	330
TOTAL ESPAÑA	4.640,4	3.850	11,9	324

Fuente: Elaboración propia con datos de Mastercard y los microdatos del INE. Se muestran datos agregados a nivel nacional y desagregados



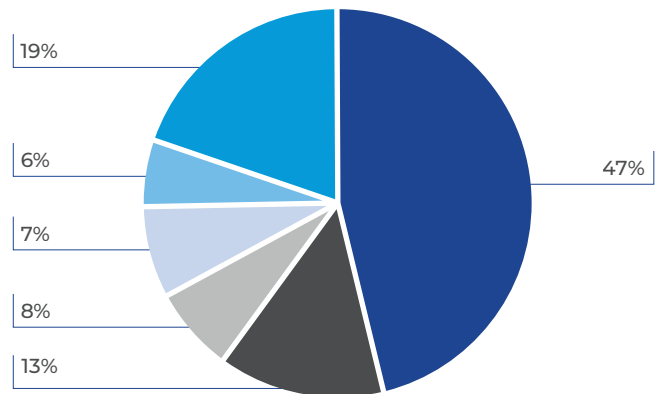
A continuación, desagregamos el tipo de gasto en función del país de origen del turista. La información de las figuras 3 a 9 muestra cómo el gasto más importante, independientemente del origen del turista, es el gasto realizado en

la industria servicios de alojamiento, comidas y bebidas, representando un mínimo del 31% del gasto para turistas de los Países Bajos y máximo de un 59% para turistas provenientes del Reino Unido.

CARACTERÍSTICAS DEL GASTO DE LOS DIFERENTES TURISTAS POR NACIONALIDAD E INDUSTRIA

FIGURA 3: Gasto porcentual por industrias de los turistas de Alemania

- Servicios de alojamiento y de comidas y bebidas
- Servicios de comercio al por menor excepto de vehículo de motor y motocicleta
- Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones³
- Servicios de transporte aéreo
- Servicios deportivos, recreativos y de entretenimiento
- Resto de industrias



Nota 3. "Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones". Esta partida común a las figuras de la 3 a la 9 incluye retiradas de efectivo con la tarjeta de crédito en cajeros de entidades bancarias.

FIGURA 4: Gasto porcentual por industrias de los turistas de Francia

- Servicios de alojamiento y de comidas y bebidas
- Servicios de comercio al por menor excepto de vehículo de motor y motocicleta
- Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones
- Servicios de transporte aéreo
- Servicios deportivos, recreativos y de entretenimiento
- Resto de industrias

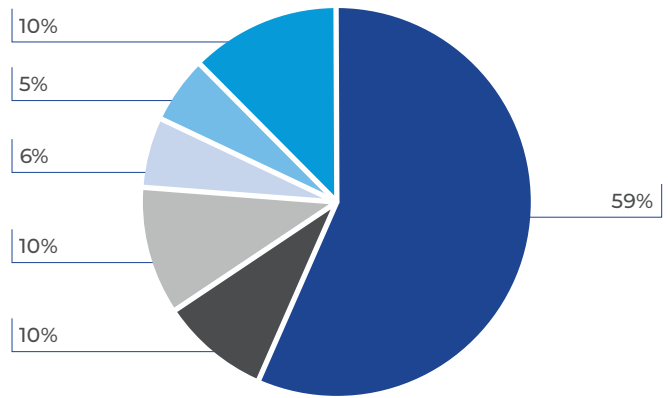


FIGURA 5: Gasto porcentual por industrias de los turistas de Reino Unido

- Servicios de alojamiento y de comidas y bebidas
- Servicios de comercio al por menor excepto de vehículo de motor y motocicleta
- Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones
- Servicios de transporte aéreo
- Servicios deportivos, recreativos y de entretenimiento
- Resto de industrias

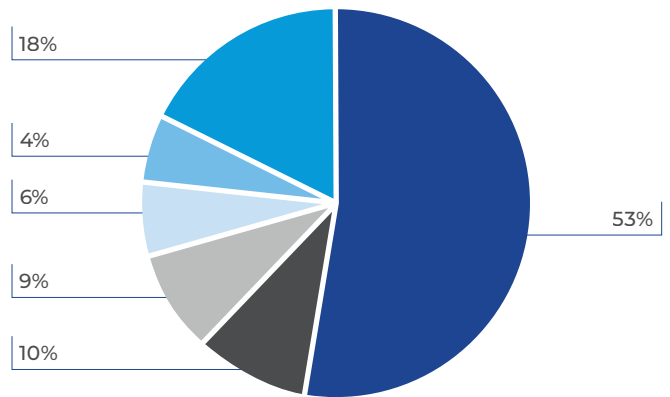


FIGURA 6: Gasto porcentual por industrias de los turistas de Países Bajos

- Servicios de alojamiento y de comidas y bebidas
- Servicios de comercio al por menor excepto de vehículo de motor y motocicleta
- Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones
- Servicios de transporte aéreo
- Servicios deportivos, recreativos y de entretenimiento
- Resto de industrias

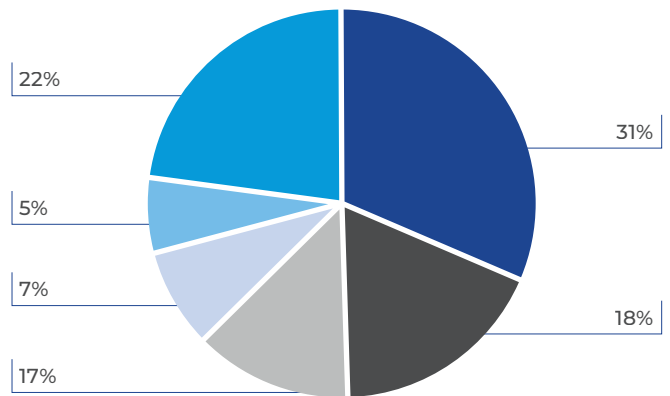


FIGURA 7: Gasto porcentual por industrias de los turistas de Noruega

- Servicios de alojamiento y de comidas y bebidas
- Servicios de comercio al por menor excepto de vehículo de motor y motocicleta
- Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones
- Servicios de transporte aéreo
- Servicios deportivos, recreativos y de entretenimiento
- Resto de industrias

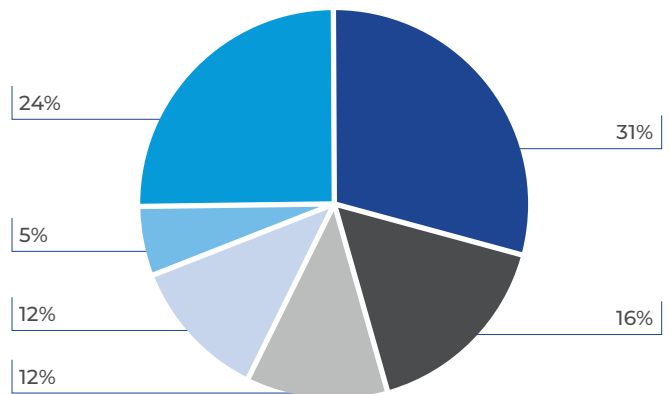


FIGURA 8: Gasto porcentual por industrias de los turistas de Dinamarca

- Servicios de alojamiento y de comidas y bebidas
- Servicios de comercio al por menor excepto de vehículo de motor y motocicleta
- Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones
- Servicios de transporte aéreo
- Servicios deportivos, recreativos y de entretenimiento
- Resto de industrias

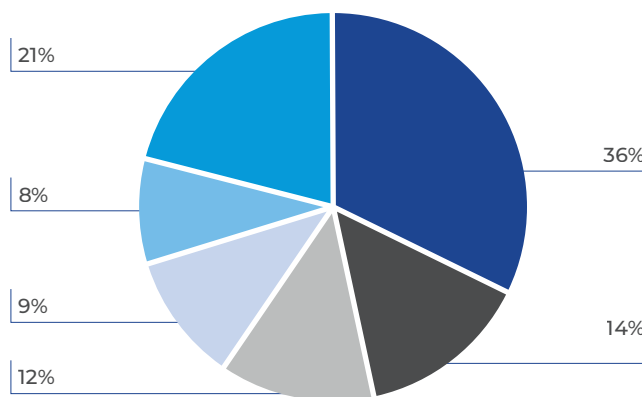
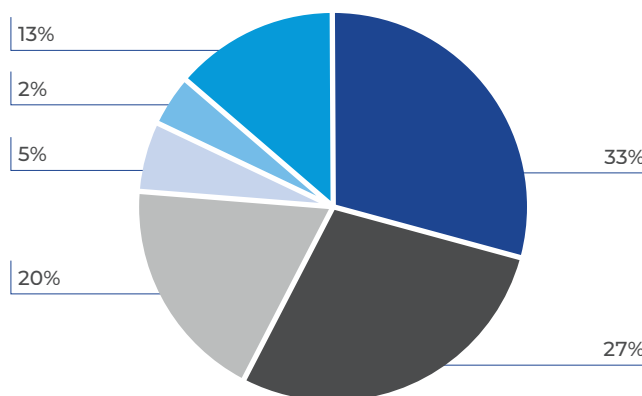


FIGURA 9: Gasto porcentual por industrias de los turistas de Rusia

- Servicios de alojamiento y de comidas y bebidas
- Servicios de comercio al por menor excepto de vehículo de motor y motocicleta
- Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones
- Servicios de transporte aéreo
- Servicios deportivos, recreativos y de entretenimiento
- Resto de industrias



7.3. OTRAS CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE JUEGA AL GOLF

El turismo de golf se caracteriza por tener una estacionalidad diferente a la del turista medio en España, las épocas pico del turismo de golf no coinciden con los picos del turismo en España como muestra la Figura 10. Los picos del turismo de golf son en marzo-abril y en octubre-noviembre, mientras que los picos del turismo español tienen lugar en julio y agosto. Ello implica que en meses poco turísticos como febrero-marzo, el gasto de los turistas que juegan a golf puede representar hasta un 3% del total del gasto total de los turistas en España.

Además, la Tabla 16 muestra cómo el turista de golf es mucho más recurrente que el turista medio en España. El turista que juega al golf tiene el doble de probabilidades de visitar España una vez por mes (5,76% versus 2,65%). También tiene una probabilidad mucho más elevada de visitar España una vez por trimestre y una vez por semestre. En cambio, es mucho menos probable que el turista de golf visite España con periodicidad inferior a un año y que sea la primera vez que visita España.

TABLA 16: Frecuencia con la que el turista medio visitó España en 2018

Frecuencia con la que visita España	Turista medio en España %	Turista que juega al golf en España %
Primera vez que visita España	19,53%	2,56%
Semanalmente en fin de semana	0,21%	0,04%
Semanalmente entre semana	0,75%	0,14%
Una vez por mes	2,65%	5,76%
Una vez por trimestre	8,90%	21,49%
Una vez por semestre	11,63%	20,62%
Una vez al año	28,02%	28,77%
Con menor frecuencia que una vez al año	28,31%	20,62%

Fuente: : Elaboración propia con microdatos del INE

FIGURA 10: Evolución mensual del número de turistas en España⁴

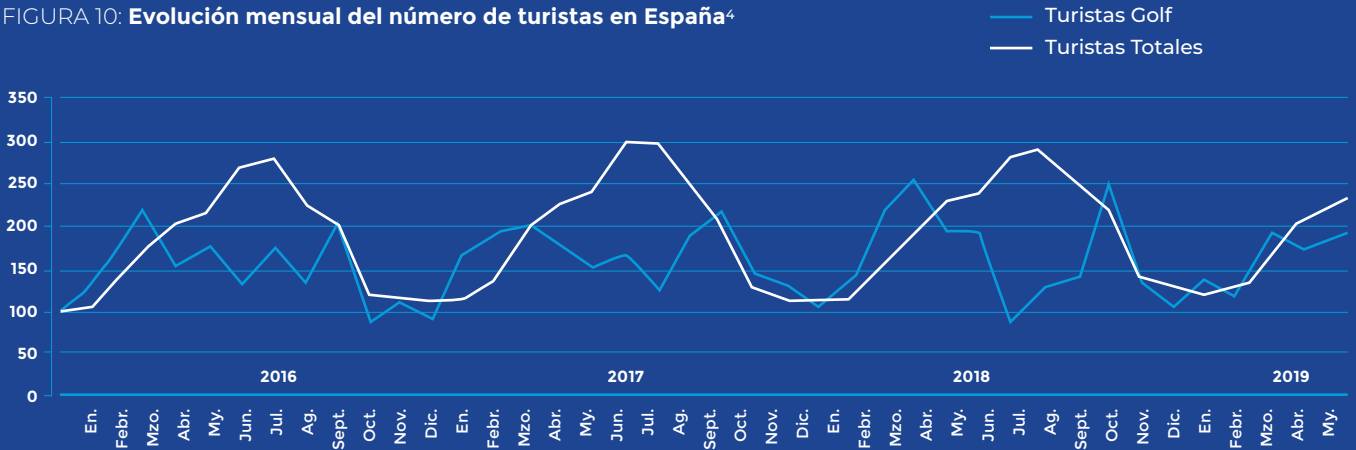


TABLA 17: Características diferenciales del turismo de golf en comparación con el turista medio en España en 2018

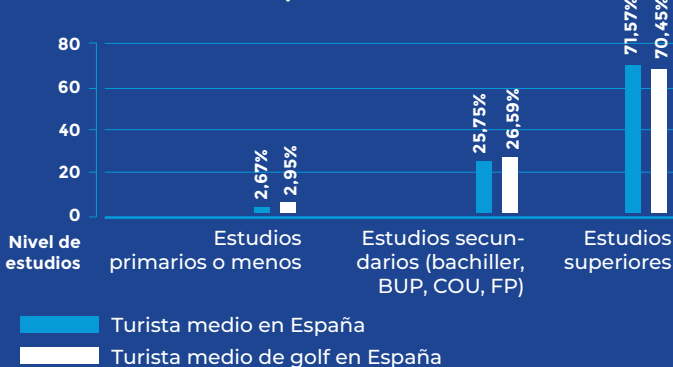
	Turista medio	Turista que juega al golf
Uso paquete turístico	29,40%	25,71%
Pernoctaciones	7,4	11,90
Alojamiento en hotel	63,75%	47,53%
Alojamiento en vivienda de alquiler	12,18%	14,26%
Alojamiento en vivienda en propiedad	5,49%	23,68%
Alojamiento otro (camping, casa rural, crucero, etc.)	18,58%	14,53%

Fuente: Elaboración propia con microdatos del INE

La Tabla 17 muestra que el turista extranjero que visita España y juega al golf difiere del turista medio; al tener una estancia media superior, es menos probable que contrate un paquete turístico y que se aloje en un hotel al tener una mayor probabilidad de alojarse en viviendas de su propiedad.

En función de los datos del INE, el turista de golf no difiere por niveles de educación. La Figura 11 muestra la distribución del turismo en España y del turismo de golf en función de su nivel de educación.

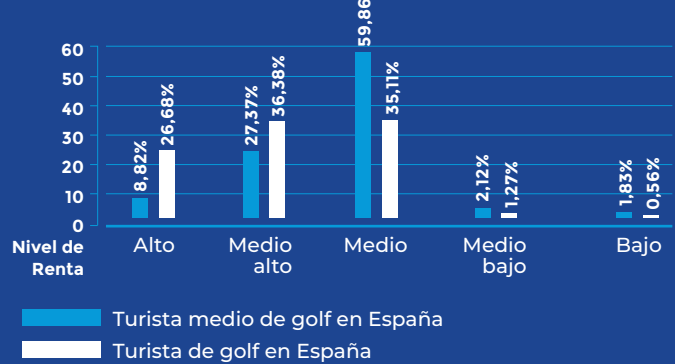
FIGURA 11: Distribución por nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia con datos del INE

Sin embargo, sí hay diferencias en el nivel de renta. La Figura 12 muestra cómo el nivel de renta del turista de golf es sensiblemente más alto que el nivel de renta del turista medio. Mientras que solo el 8,82% del turista medio en España se declara de renta alta, este porcentaje se eleva al 26,67% en el caso del turismo de golf. En conjunto, el turismo de renta alto y medio alta representa el 63% del turismo de golf y solo el 36% del turismo medio en España.

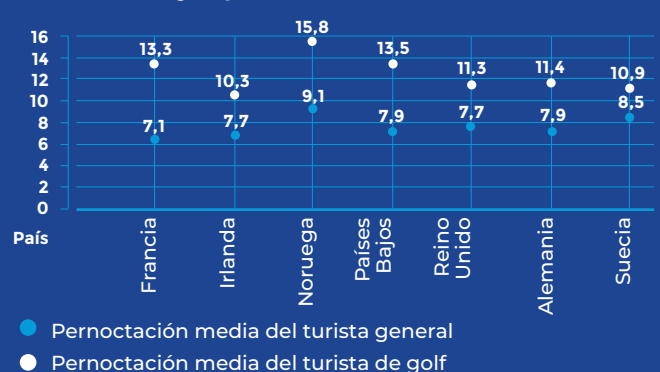
FIGURA 12: Distribución del turismo de golf por nivel de renta



Fuente: Elaboración propia con datos del INE

La Figura 13 muestra que las pernoctaciones del turista de golf son un 30-40% superiores a las pernoctaciones que realiza el turista medio.

FIGURA 13: Pernoctaciones medias del turista general y del turista de golf por nacionalidad



Fuente: Elaboración propia con microdatos del INE

Nota 4. El eje vertical muestra la evolución del número de turistas tomando como referencia enero de 2016, de manera que un valor igual a 100 es el número de turistas en enero del 2016 y, por ejemplo, 105 quiere decir un 5% más de turistas que en enero de 2016.

08 Estimación del impacto económico indirecto e inducido

La actividad de los campos de golf genera un impacto económico más allá de la facturación directa y del gasto turístico relacionado. Tantos los gastos necesarios para la actividad del golf como los gastos de los turistas del golf durante su estancia en España son ingresos para otros sectores que no solo aumentan su facturación, sino que además tienen un efecto multiplicador sobre la demanda de otros sectores cuyos productos o servicios son *inputs* de los sectores anteriores.

En concreto, se define el efecto directo como el ocasionado por el gasto realizado por los campos de golf en el desarrollo de su actividad. El efecto indirecto, es el generado por las empresas proveedoras del gasto realizado por los campos de golf que para poder hacer frente a la demanda de las empresas de golf generan una demanda adicional a otras empresas que, a su vez, generan más demanda provocando un proceso iterativo de expansión de la renta y producción en los sectores adyacentes. Por último, el efecto inducido se refiere al

aumento de renta y producción ocasionado por el alza del consumo creado por el incremento de la renta de los factores productivos de todos los eslabones de la cadena de valor del sector del golf.

El efecto multiplicador tipo 1 de la actividad del golf recoge el efecto indirecto en la facturación de otros sectores. El efecto multiplicador tipo 2 recoge además el efecto inducido por el incremento de rentas (salarios y beneficios) que ocasiona un aumento del gasto adicional en otros sectores.

En el apéndice metodológico explicamos cómo se realiza en detalle esta estimación. En las Tablas 18, 19 y 20, detallamos el efecto total descompuesto en efecto directo, indirecto e inducido ocasionado por la actividad de las instalaciones de golf en facturación, empleo y valor añadido. Las Tablas 21, 22 y 23 realizan el mismo ejercicio para el gasto en España del turista de golf.

TABLA 18: Efecto directo, indirecto e inducido en la producción ocasionado por la actividad del campo de golf

Tipo de efecto	Valor (en millones de euros)
Efecto total	1.585,716
Efecto directo	777,693
Efecto indirecto	325,853
Efecto directo + indirecto	1.103,546
Efecto multiplicador del golf 1	1,419
Efecto inducido	482,170
Efecto multiplicador del golf 2	2,039

Fuente: Elaboración propia

TABLA 19: Efecto directo, indirecto e inducido en el empleo ocasionado por la actividad del campo de golf

Tipo de efecto	Valor
Efecto total	14.276
Efecto directo	9861
Efecto indirecto	423
Efecto inducido	3.992

Fuente: Elaboración propia



TABLA 20: **Efecto directo, indirecto e inducido en el valor añadido bruto ocasionado por la actividad del campo de golf**

Tipo de efecto	Valor (en millones de euros)
Efecto total	765,443
Efecto directo	469,679
Efecto indirecto	186,162
Efecto inducido	109,602

Fuente: Elaboración propia

TABLA 21: **Efecto directo, indirecto e inducido en la producción ocasionado por el gasto del turista de golf**

Tipo de efecto	Valor (en millones de euros)
Efecto total	11.183,363
Efecto directo	4.640,4
Efecto indirecto	3.206,516
Efecto directo + indirecto	7.846,916
Efecto multiplicador del golf 1	1,691
Efecto inducido	3.336,447
Efecto multiplicador del golf 2	2,41

Fuente: Elaboración propia

TABLA 22: **Efecto directo, indirecto e inducido en el número de empleos ocasionado por el gasto del turista de golf**

Tipo de efecto	Valor (en millones de euros)
Efecto total	107.117
Efecto directo	59.246
Efecto indirecto	43.278
Efecto inducido	4.593

Fuente: Elaboración propia

TABLA 23: **Efecto directo, indirecto e inducido en el valor añadido bruto ocasionado por el gasto del turista de golf**

Tipo de efecto	Valor (en millones de euros)
Efecto total	5.890,660
Efecto directo	2.582,861
Efecto indirecto	1.244,502
Efecto inducido	2.061,464

Fuente: Elaboración propia

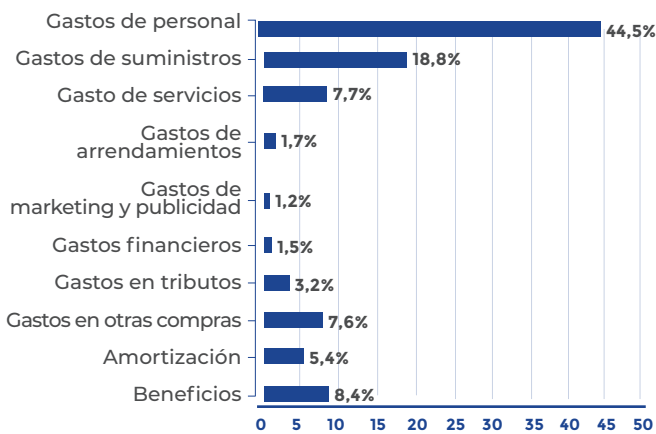
A modo de resumen, la actividad de los campos de golf genera 777,693 millones de euros en ingresos directos y, si a esto le sumamos los efectos positivos, indirectos e inducidos, el impacto de golf se eleva a alrededor de 1.586 millones de euros anuales. Si además le añadimos los 4.640,4 millones de gasto directo del turista de golf que genera 11.183 millones de euros anuales cuando le

añadimos los efectos indirectos e inducidos, encontramos que, en su totalidad, el impacto del golf en la economía española es de 12.769 millones de euros anuales. Análogamente, el impacto del empleo en el sector es de 121.393 empleos (107.117 por el gasto turístico generado y 14.276 por la actividad de los campos de golf).

09 Distribución del valor económico creado por el sector del golf

El objetivo de esta sección es estimar cómo se distribuye el valor creado por la industria del golf. Para ello, la Figura 14 muestra qué representa cada gasto como porcentaje de los ingresos así como los beneficios.

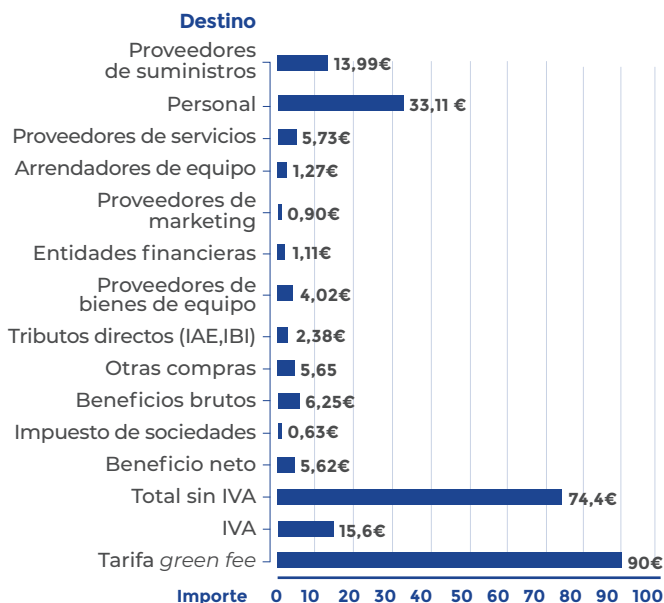
FIGURA 14: Partida de gastos como porcentaje de los ingresos



Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

Con esta información podemos descomponer el destino de un *green fee* pagado por un turista extranjero. En la muestra, la tarifa media en temporada alta de un *green fee* es de 90€. La Figura 15 realiza esta descomposición.

FIGURA 15: Destino del pago de un *green fee* con una tarifa de 90€



Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

La Figura 15 muestra que cuando un turista extranjero juega un *green fee* con una tarifa de 90€ en promedio, solo 5,62€ acaba como beneficio de la sociedad que gestiona el campo. Sin embargo, estos promedios esconden que un porcentaje relativamente alto de campos de golf no son rentables. La Tabla 24 muestra como solo un 55,3% de las sociedades que gestionan de golf se declaran rentables.

Tal como se ha explicado más arriba, las sociedades propietarias que han contestado el cuestionario es más probable que tengan menos ingresos y por ello no sean rentables. Por ello, siguiendo la misma metodología utilizada para estimar ingresos, salidas y empleo, estimamos el porcentaje de sociedades propietarias de campos de golf que son rentables. La segunda columna de la Tabla 24 muestra cómo efectivamente, cuando estimamos para toda la muestra la probabilidad de que la sociedad sea rentable, esta cae hasta un 42,7%.

TABLA 24: Porcentaje de campos rentables

Tipo de campo	% Sociedades rentables según cuestionario	% Sociedades rentables estimando rentabilidad de sociedades que no responden al cuestionario
Comercial	56	40
Mixto	47	44
Socios	62	41
TOTAL	55,3	42,7

Según la Agencia Tributaria, el tipo efectivo del Impuesto de Sociedades sobre el resultado contable positivo en el año 2018 fue de 9,9%. Disponible en: https://www.agenciatributaria.es/static_files/AEAT/Estudios/Estadisticas/Informes_Estadisticos/Informes_Anuales_de_Recaudacion_Tributaria/Ejercicio_2018/Cuadro_3.1.xlsx

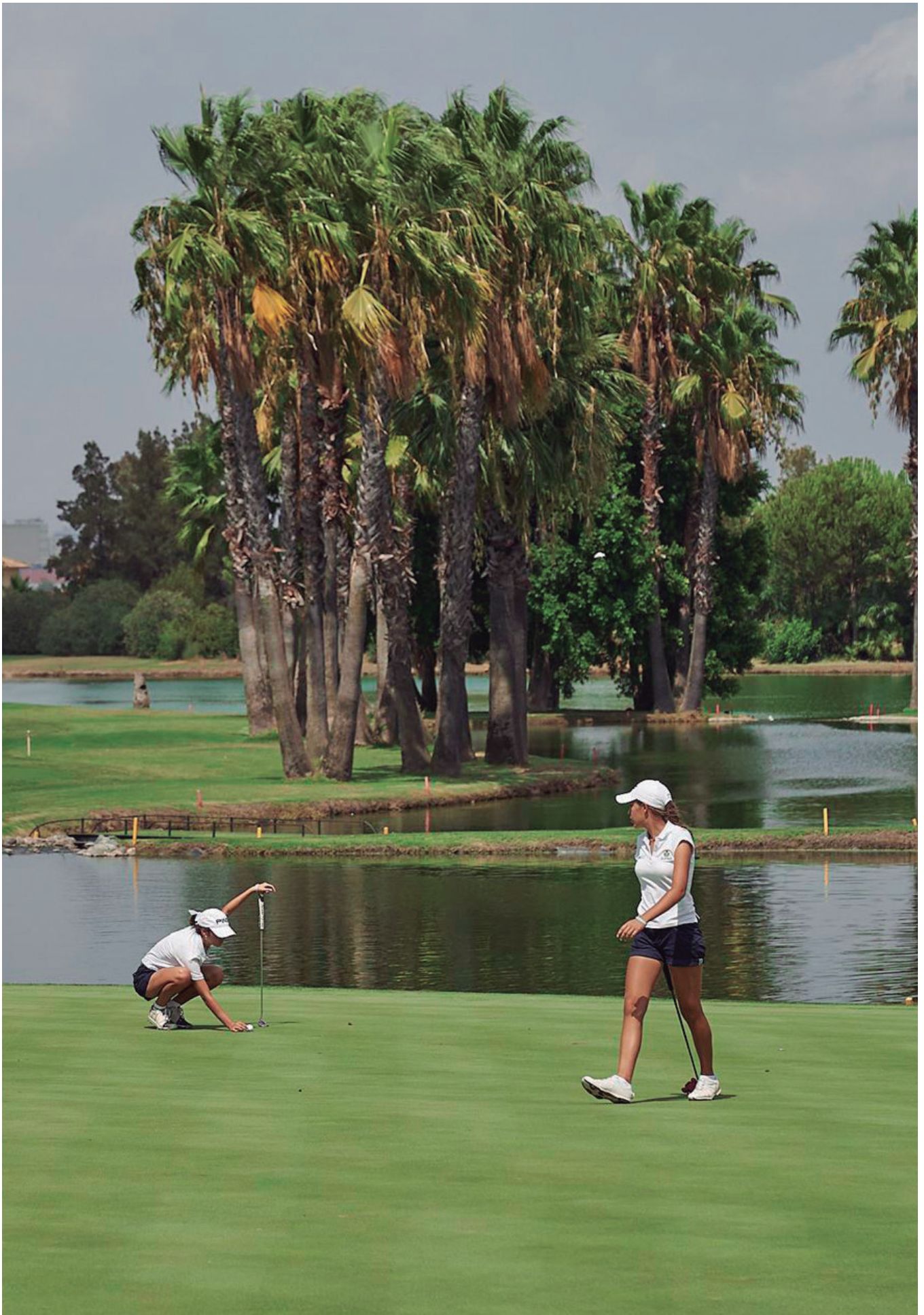
10 Uso responsable del agua de los campos de golf en España

En el cuestionario repartido a los campos de golf se han incluido diversas preguntas relativas al uso del agua. La Tabla 25 muestra como el 88% de las sociedades tiene sistemas de ahorro de agua, mientras que el 70% riega con agua reciclada.

TABLA 25: **Uso del agua**

	Sí	No	Total de respuestas
Sistemas de ahorro del agua para el riego	88,33%	11,67%	60
Riego con agua reciclada	69,49%	30,51%	59
Instalación de dosificadores de agua en instalaciones	76,79%	23,21%	56
Conoce el consumo de agua del campo de golf y de sus instalaciones	95,59%	4,41%	68





11 Valor de la inversión inmobiliaria del turista de golf en España

Tal como se ha detallado más arriba el 23,9% del turista extranjero que juega al golf en España se aloja en una vivienda de su propiedad. Es decir, 283.195 turistas extranjeros de golf se alojan en su segunda residencia. Utilizando la información del colegio de registradores de la propiedad para estimar los metros cuadrados de las viviendas compradas por extranjeros según su nacionalidad, empleando información del portal inmobiliario de Idealista para hallar el precio promedio por metro cuadrado de las viviendas ubicadas cerca de cam-

pos de golf para cada comunidad autónoma y, obtenido de los microdatos del INE una estimación de cuantos turistas de golf se alojan en una vivienda de su propiedad, podemos conseguir calcular el valor de la inversión inmobiliaria del turista de golf en España. La Tabla 26 muestra el resultado de nuestra estimación por comunidad autónoma. Se estima que el total del valor de la inversión inmobiliaria del turista que juega a golf es de alrededor de 42.000 millones de euros.

TABLA 26: Valor de la inversión inmobiliaria del turista de golf en España

Comunidad autónoma	Turistas de golf con vivienda en propiedad	Valor medio del inmueble (€)	Inversión en inmuebles. Total (millones de €)
Andalucía	102.439	147.242	15.083,3
Baleares	22.300	224.885	5.014,9
Canarias	12.424	226.450	2.813,4
Cataluña	12.254	151.739	1.859,4
Madrid	1.629	198.387	323,1
Murcia	29.051	102.283	2.971,4
Valencia	101.179	134.715	13.630,3
TOTAL ESPAÑA	283.195	148.087	41.937,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Idealista, Colegio Oficial de Registradores de la propiedad y los microdatos del INE



12 El valor económico de los torneos de golf y las federaciones

La Federación Española de golf junto con las federaciones regionales también cumplen un papel dinamizador importante en otras dos dimensiones. En primer lugar, su propia actividad genera ingresos anuales por un montante de 20.000.000 de euros empleando directamente a 100 personas. En segundo lugar, contribuyen a la organización anualmente de torneos que hacen que España sea el país de Europa continental que más torneos internacionales de golf profesional ha albergado.

Actualmente se organizan dos Torneos del European Tour, tres del Challenge Tour (incluida la final, Road to Mallorca), tres del Ladies European Tour (incluida la final Race to Costa del Sol), dos del Alps Tour y otros dos del Let Access Series, lo que nos lleva a un total de 12 torneos profesionales femeninos y masculinos con repercusión internacional.

Pese a que no se ha podido estimar con precisión el impacto económico de los torneos, según la Federación Española de Golf, todos y cada uno de ellos reparten

premios por una cuantía de 1,2 millones euros y mueven estancias en hoteles, manutención, viajes durante una semana de alrededor de 400 personas por torneo que sumaría al impacto del golf en hostelería y recaudación que se ha estimado en la sección anterior.

De manera aún más importante, los torneos de golf que se celebran en España tienen una importante repercusión en medios internacionales que aumenta el atractivo de España como destino del turista de golf. La Tabla 27 muestra una estimación del valor de la presencia de un torneo en medios, que es de alrededor de 74 millones de dólares para el Open de España masculino y 8,96 millones de dólares para el femenino. Si se ajusta la presencia en medios al tamaño y presencia en medios de los logos asociados a las marcas que patrocinan el torneo, este valor ajustado es de 2,69 millones de dólares para el femenino y 18,32 millones de dólares para el torneo masculino.

TABLA 27: Valor económico de retransmisión de torneos de golf

Torneo	Valor presencia en medios (millones de \$)	Valor presencia en medios ajustada (millones de \$)	Alcance potencial número de hogares (millones de €)
Andalucía Costa del Sol Open de España Ladies European tour 2019	8,96	2,69	191
Open de España de golf 2018	74,42	18,32	454

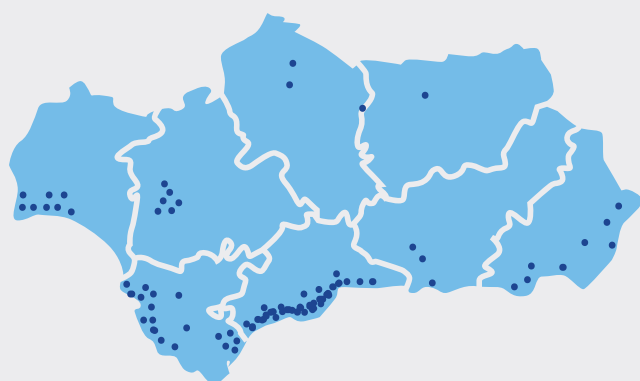
Fuente: Markus Charles & Josh Merluk (2019); Nielsen (2018)

13 Desagregación regional

Procedemos a detallar las estimaciones de las comunidades autónomas de las que se ha podido reunir la suficiente información para que el cuestionario sea representativo de la importancia del golf en las mismas. No obstante, es importante resaltar que la metodología del estudio se ha realizado con el objetivo de hallar, de la manera más precisa posible, el impacto a nivel nacional, no a nivel autonómico, por lo que los números que se dan a continuación para cada autonomía están sujetos a mayor margen de error de la estimación a nivel nacional que hemos realizado en las páginas anteriores.

ANDALUCÍA

MAPA 3: Entidades gestoras de uno o varios campos de golf que se han tenido en cuenta para la extrapolación en Andalucía



	Total	Media por sociedad
Facturación total en millones de €	216,7889	2,306
Facturación en millones de € por actividades directamente ligadas a la práctica deportiva del golf (cuotas, <i>green fees</i> , clases, alquiler de equipo y tiendas)	153,356	1,631
Empleos directos	3351	35,65
Salidas <i>green fees</i> 18 hoyos	3.182.702	33.858



CANARIAS

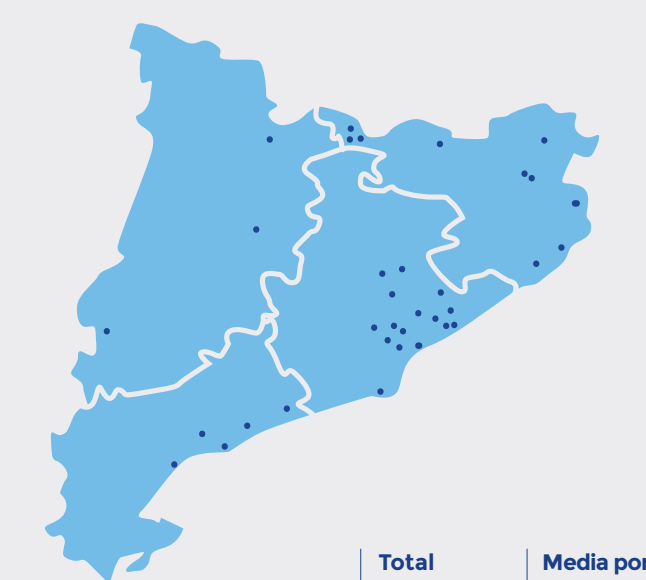
MAPA 4: Entidades gestoras de uno o varios campos de golf que se han tenido en cuenta para la extrapolación en Canarias



	Total	Media por sociedad
Facturación total en millones de €	52,042	2,262
Facturación en millones de € por actividades directamente ligadas a la práctica deportiva del golf (cuotas, <i>green fees</i> , clases, alquiler de equipo y tiendas)	38,981	1,695
Empleos directos	603	26,20
Salidas <i>green fees</i> 18 hoyos	594.154	25.833

CATALUÑA

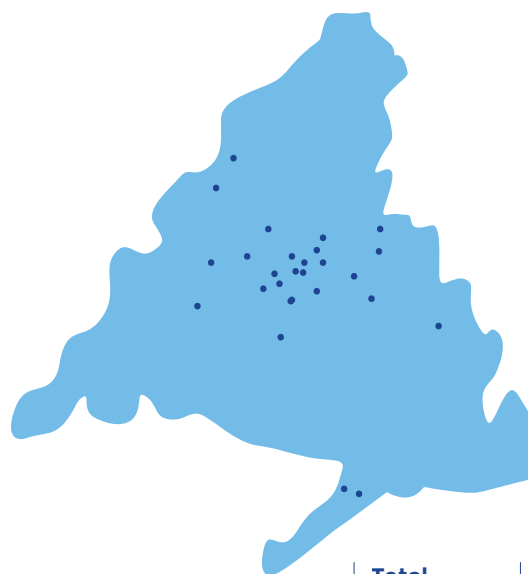
MAPA 5: Entidades gestoras de uno o varios campos de golf que se han tenido en cuenta para la extrapolación en Cataluña



	Total	Media por sociedad
Facturación total en millones de €	87,344	2,239
Facturación en millones de € por actividades directamente ligadas a la práctica deportiva del golf (cuotas, <i>green fees</i> , clases, alquiler de equipo y tiendas)	62,264	1,597
Empleos directos	298	19,84
Salidas <i>green fees</i> 18 hoyos	594.154	25.833

COMUNIDAD DE MADRID

MAPA 6: Entidades gestoras de uno o varios campos de golf que se han tenido en cuenta para la extrapolación en la Comunidad de Madrid

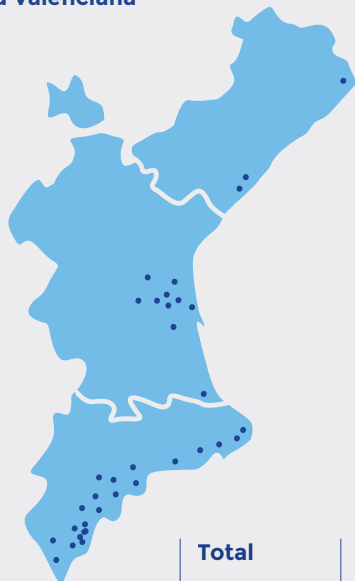


	Total	Media por sociedad
Facturación total en millones de €	114,166	4,391
Facturación en millones de € por actividades directamente ligadas a la práctica deportiva del golf (cuotas, <i>green fees</i> , clases, alquiler de equipo y tiendas)	87,110	3,350
Empleos directos	1650	63,47
Salidas <i>green fees</i> 18 hoyos	909.931	34.997

En el estudio regional específico de la Comunidad de Madrid realizado por la Asociación de Campos de la Comunidad de Madrid junto a la Federación de golf madrileña se estima que la facturación de los campos de golf por su actividad deportiva estará alrededor de 85 millones de euros. Este número está muy cercano a los 87 millones de euros que encontramos en nuestra estimación. Hay que resaltar que la facturación total (incluyendo todas las actividades) de 114 millones de euros puede verse influida por dos *outliers* que reportan una facturación total mucho más elevada que el resto de las entidades.

COMUNIDAD VALENCIANA

MAPA 7: Entidades gestoras de uno o varios campos de golf que se han tenido en cuenta para la extrapolación en la Comunidad Valenciana

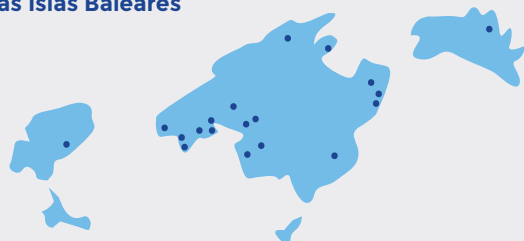


	Total	Media por sociedad
Facturación total en millones de €	60,227	1,825
Facturación en millones de € por actividades directamente ligadas a la práctica deportiva del golf (cuotas, <i>green fees</i> , clases, alquiler de equipo y tiendas)	50,987	1,545
Empleos directos	790	23,94
Salidas <i>green fees</i> 18 hoyos	936.812	28.388

En el informe regional realizado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante, 2019, Análisis y Estrategia de Marketing del Producto Turismo de Golf en la Comunidad Valenciana no estiman directamente la facturación de las entidades que gestionan campos de golf, pero sí que reporta una estimación de un gasto total de 59,2 millones para estas entidades. A falta de un número mejor, la comparación entre los 59,2 millones de gastos del citado informe regional con nuestra estimación de 60,2 millones de facturación total, indica que ambas estimaciones deberían ser razonablemente similares.

ISLAS BALEARES

MAPA 8: Entidades gestoras de uno o varios campos de golf que se han tenido en cuenta para la extrapolación en las Islas Baleares

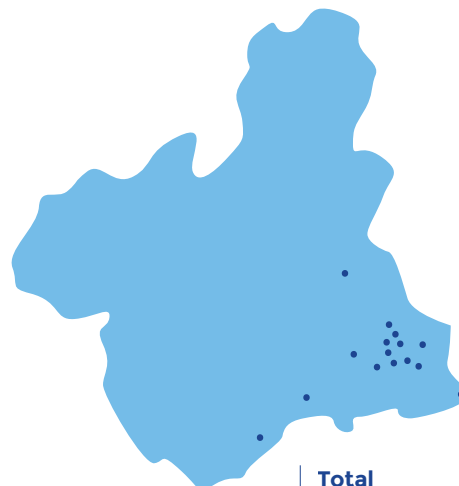


	Total	Media por sociedad
Facturación total en millones de €	60,272	3,172
Facturación en millones de € por actividades directamente ligadas a la práctica deportiva del golf (cuotas, <i>green fees</i> , clases, alquiler de equipo y tiendas)	41,581	2,188
Empleos directos	516	27,13
Salidas <i>green fees</i> 18 hoyos	624.912	32.890

Nuestra estimación para Baleares es consistente con el estudio sectorial elaborado por la Fundación Impulsa Balears que estimaba que la facturación por las actividades deportivas del golf en la Isla de Mallorca era de 35,23 millones de euros. En nuestras estimaciones la facturación de prácticas deportivas resulta en 41,5 millones de euros pero hay que resaltar que en el Informe Impulsa solo tienen en cuenta la estimación de la isla de Mallorca mientras nosotros estimamos la facturación para el total de las Islas Baleares.

MURCIA

MAPA 9: Entidades gestoras de uno o varios campos de golf que se han tenido en cuenta para la extrapolación en Murcia



	Total	Media por sociedad
Facturación total en millones de €	29,992	1,999
Facturación en millones de € por actividades directamente ligadas a la práctica deportiva del golf (cuotas, <i>green fees</i> , clases, alquiler de equipo y tiendas)	26,107	1,740
Empleos directos	298	19,84
Salidas <i>green fees</i> 18 hoyos	439.182	29.278

Agradecimientos

Este informe es el resultado de un esfuerzo conjunto de muchas personas e instituciones que han sumado fuerzas para obtener una radiografía lo más precisa posible del impacto económico del golf en España. Sin el entusiasmo, energía y profundo conocimiento del tema de Javier Ínsula este Informe no existiría. Beatriz Corchado ha sido el incansable alma detrás de todo el laborioso proceso de recogida y compilación de datos. Claudia Hernández, Ángel Acha, Luis Parera, Pedro Soroa, Luis Nigorra, Jorge Morata, Carlos Pitarch, Enrique Herrero, Santiago Urquijo, Gonzaga Escauriaza y Jorge Sagardoy han proporcionado valiosos comentarios a las diferentes versiones previas del estudio. Además de financiar el proyecto, la Asociación Española de Campos de Golf y la Real Federación Española de Golf han compartido en repetidas ocasiones su profundo conocimiento y han sido instituciones clave en la distribución y cumplimentación del cuestionario. El Ministerio de Turismo, Golfindustria y la European Tour han apoyado y proporcionado información muy relevante en las diferentes etapas de elaboración del informe. A la generosidad de Ana Botín debemos el prólogo. Por último se agradece la colaboración en la cumplimentación del cuestionario a Aldeamayor Club de Golf, Alborán Golf, Alhama Signature, Alicante Golf, Aloha Golf Club, Arabella Golf, Añoreta Golf, Balneario de Mondariz, Barceló Montecastillo, Benalmadena Golf, Bonalba Golf, Club de Golf Barcelona, Club de Golf Oliva Nova, Campo Municipal Las Caldas, Campo de Golf Villamartin, Club De Campo Villa De Madrid, Club De Golf El Bosque, Club De Golf El Espinar, Club De Golf Escorpion, Club De Golf Ifach, Club De Golf Isla Canela, Club De Golf Jávea, Club De Golf La Cañada, Club De Golf La Dehesa, Club De Golf Larrabea, Club De Golf Lomas-Bosque, Club De Golf Lugo, Club De Golf Playa Serena, Club De Golf Soria, Club Golf D'Aro Mas Nou, Club Golf Retamares, Club

Jarama Race, Club de Golf Alcanada, Club de Golf Lla vaneras, Club de Golf Son Antem, Complejo Deportivo-Golf Sotoverde, Costa Ballena Ocean Golf Club, El Valle Golf, Emporda Golf Club, El Cortijo Club de Campo, El Maderal, El Paraiso Golf Club, El Saler, Fontanals Golf Club, Forus Golf Las Rejas, Golf Altoreal, Golf del Sur, Grijota Golf, Golf De Pals, Golf El Rompido, Golf Ibiza, Golf Isla Valdecañas, Golf Jardín De Aranjuez, Golf Jundiz, Golf La Roqueta, Golf La Rosaleda, Golf Las Pinailas, Golf Montanya, Golf Negrалеjo, Golf Nuevo Portil, Golf Park, Golf Park Mallorca Puntiró, Golf Santa Marina, Golf Santander, Golf Valdeluz, Hacienda Riquelme Golf, Hacienda del Álamo Golf, Islantilla Golf Resort, La Estancia Golf, La Faisanera Golf, La Marquesa golf, La Monacilla Golf, La Peñaza, La Torre Golf, Lanzarote Golf, Las Colinas Golf & Country Club, Las Encinas, Las Margas Golf, Las Palmeras Golf, Lauro Golf, Lo Romero Golf, Los Naranjos Golf Club, Lumine Golf Club, Melia Villaitana Golf Club, Mar Menor Golf, Marbella Golf Country Club, Marina Golf, Maspalomas Golf, Miguel Angel Jimenez Golf Academy, New Sierra, Norba Club De Golf, PGA Catalunya, Parador de Málaga Golf, Real Club Golf Cerdaña, Real Golf de Bendarat, Rioja Alta Golf Club, Roda Golf Course, Raimat Golf, Real Club De Golf De La Coruña, Real Club De Golf De Las Palmas, Real Club De Golf Guadalmina, Real Club De Golf La Herreria, Real Club De Golf Sotogrande, Real Club De La Puerta De Hierro, Real Club Pineda, Real Club Sevilla Golf, Real Club Valderrama, Real Club de Golf El Prat, Real Club de Golf La Moraleja, Real Club de Golf Las Brisas, Real Golf Club De Zarauz, Real Guadalhorce Club De Golf, Real Sociedad Hípica Española Club De Campo, Robledal Golf, Salobre Golf & Resort, Santa Clara Golf Marbella, Santa Ponsa, Saurines Golf, Señorío De Illescas Club De Golf Sherry Golf Jerez, Somosaguas- La Finca Golf Club, Valle Del Este, Vistabella Golf, Zagaleta.

Apéndice metodológico

A.1. EXTRAPOLACIÓN DE LOS INGRESOS TOTALES PARA LOS CAMPOS DE GOLF QUE NO HAN CONTESTADO AL CUESTIONARIO

Del total de clubs de golf en España se eliminan todos los campos militares, todos los clubs sin campo y todos aquellos clubes que únicamente cuentan con cancha de prácticas sin campo de golf. De los 393 campos de golf resultantes en España, han contestado al cuestionario 124, un 31,5%. Para estimar el total de ingresos se extrapolan los ingresos de la siguiente manera: En primer lugar, con los datos de los 124 campos, se ajusta una regresión log-lineal en el que la variable dependiente es el logaritmo natural de los ingresos y las variables explicativas son:

- Variables *dummies* que indican la **comunidad autónoma** donde está ubicado el campo. Hay que destacar aquí que ningún campo de golf de Navarra y Melilla ha contestado al cuestionario. Por ello, para hacer la extrapolación, hemos asignado el parámetro correspondiente al valor del País Vasco a Navarra, y el de Andalucía para Melilla.

- Variables *dummies* que indican el **tipo de campo por facturación** según la opinión de la AECG. Los componentes de la Junta Directiva de la AECG proporcionaron una clasificación de los campos de golf de su área respectiva en base a la siguiente clasificación hecha de manera subjetiva según su propia estimación individual.

- Tipo 1: Facturación menor de 1 millón de euros
- Tipo 2: Facturación entre 1-2 millones de euros
- Tipo 3: Facturación de más de 2 millones de euros

- Variables *dummies* que indican el **tipo de campo según su estructura de propiedad y qué tipo de usuarios pueden jugar al golf** en el mismo. La clasificación utilizada es la siguiente:

- Comercial: Abierto a todos los jugadores.
- Mixto: Es un campo comercial, abierto a todo tipo de jugadores con opción a un abono, de diferentes duraciones según el campo.
- Socios: Únicamente pueden jugar los socios propietarios y, en algunos casos, invitados de estos socios (previamente aprobados por la administración del club).
- Municipal: Campo de propiedad municipal.

- **Datos sobre precios de los *green fee* de *Leading Courses***: de la página *Leading Courses* se obtiene el precio del *green fee*. A aquellos campos (un 50%) de los que no hay precios disponibles en esta página web, les asignamos un valor cero e introducimos en la regresión una variable *dummy* igual a uno cuando estos precios están disponibles y cero en caso contrario.

- **Número de hoyos** del campo, en las regresiones se utiliza el logaritmo natural de los mismos.

- Variables *dummies* que indican la **tipología del campo según par y número de hoyos**. La clasificación utilizada para esta categoría es la siguiente:

TABLA A.1.

Tipo de campo	Número de hoyos
Tipo 1	18 par 60
	18 par 67
	18 par 68
	18 par 69
	18 par 70
	18 par 71
	18 par 72
	18 par 73
Tipo 2	9 par 30
	9 par 31
	9 par 32
	9 par 33
	9 par 34
	9 par 36
	9 par 35
	9 par 30; 9 Pitch & Putt
	9 par 36; 18 Pitch & Putt
	9 par 36; 9 Pitch & Putt
	9 Pitch & Putt
18 Pitch & Putt	
Tipo 3	
Tipo 4	27 par 72
	36 par 72
	45 par 72
	54 par 72
	18 par 71; 9 Pitch & Putt
	18 par 72; 5 Pitch & Putt
	18 par 72; 6 Pitch & Putt
	18 par 72; 9 Pitch & Putt
	27 par 72; 9 Pitch & Putt
	36 par 72; 9 Pitch & Putt
	45 par 72; 9 Pitch & Putt
	54 par 72; 18 Pitch & Putt
	54 par 72; 9 Pitch & Putt

- Número de federados en el club de golf correspondiente según la Federación Española de Golf.

Las proyecciones realizadas encuentran que estas siete variables independientes explican un 62% de la varianza de los ingresos en los 124 campos que han respondido los cuestionarios. Las variables con mayor poder explicativo son las que indican el tipo de campo por facturación según la Junta Directiva de la AECG, la estructura de propiedad/uso del campo, el número de hoyos y la comunidad autónoma.

Con los parámetros obtenidos en la regresión log-lineal de estos 124 campos, podemos extrapolar la estimación de los ingresos del resto de campos ya que, aunque desconocemos sus ingresos, tenemos información de las variables explicativas mencionadas más arriba.

De manera más formal corremos la siguiente regresión:

$$\log(\text{Ingresos}) = a_0 + a_1 * \text{CCAA} + a_2 * \text{TipoCampoFacturación} + a_3 * \text{TipoCampoPropiedad} + a_4 * \text{PriceGreenFee} + a_5 * \text{TipoParCampo} + a_6 * \text{NúmerodeHoyos} + a_7 * \text{NúmeroFederados} + u \quad (1)$$

Con la regresión lineal obtenemos una estimación de \hat{a}_i para cada parámetro a_i en (1) para cada i . Con \hat{a}_i recuperamos una estimación de los ingresos estimados, $\widehat{\text{Ingresos}}$ para aquellos campos del que no disponemos de ellos con la fórmula:

$$\widehat{\text{Ingresos}} = \exp(L)$$

Donde L viene definido por

$$L = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 * \text{CCAA} + \hat{a}_2 * \text{TipoCampoFacturación} + \hat{a}_3 * \text{TipoCampoPropiedad} + \hat{a}_4 * \text{PriceGreenFee} + \hat{a}_5 * \text{TipoParCampo} + \hat{a}_6 * \text{NúmerodeHoyos} + \hat{a}_7 * \text{NúmeroFederados}$$

A.2. EXTRAPOLACIÓN DE LOS INGRESOS DEBIDOS A LA PRÁCTICA DEPORTIVA DEL GOLF PARA LOS CAMPOS DE GOLF QUE NO HAN CONTESTADO AL CUESTIONARIO

El cuestionario incluía preguntas que permitían desagregar la facturación por tipo de actividad. Para 80 campos ha sido posible encontrar el porcentaje de ingresos que proviene de la suma de cuotas de socios/abonados, venta de *green fees*, alquiler de equipos golf y clases de golf. Con estas 80 observaciones hacemos una regresión lineal similar a la explicada en el punto 4.1., pero con la ratio de ingresos por la práctica deportiva de golf como variable independiente. De la misma manera, con los parámetros de esta regresión extrapolamos la ratio de ingresos deportivos sobre el total de ingresos para la totalidad de los 393 campos de golf de España. Una vez que tenemos esta ratio para todos los campos, lo multiplicamos por los ingresos (reales o estimados según el caso), para obtener los ingresos totales en golf.

A.3. EXTRAPOLACIÓN DEL NÚMERO MEDIO ANUAL DE ASALARIADOS

A través del cuestionario obtenemos información del número de asalariados medio anual para 110 campos. Con los datos de estos 110 campos, extrapolamos el número de asalariados para los restantes 283 siguiendo exactamente el mismo procedimiento detallado en A1.

A.4. EXTRAPOLACIÓN DEL NÚMERO DE GREEN FEES

A partir de los datos del cuestionario, obtenemos el número total de *green fees* de 18 equivalentes jugados en el campo de golf. Para ello, multiplicamos por 1,5 el número de *green fees* de 27 hoyos y por 0,5 los *green fees* de 9 hoyos para sumar todas las partidas en términos de *green fees* equivalentes a 18 hoyos. Así obtenemos el número total de *green fees* jugados por los 101 campos que han respondido esta pregunta en el cuestionario. Con esta información, extrapolamos el número de

green fees para los 292 campos restantes de la misma manera detallada en A.1.

A.5. EXTRAPOLACIÓN DEL NÚMERO DE GREEN FEES POR EXTRANJEROS POR PAÍS

En el cuestionario se pregunta directamente por el porcentaje de *green fees* por extranjeros. Sin embargo, solo tenemos esa información para 115 de las 393 instalaciones de golf en España. Para extrapolar el número de *green fees* por nacionalidad basándonos en los datos del cuestionario, hemos de tener en cuenta que un gran número de campos de golf reportan como cero el porcentaje de turistas de alguna nacionalidad que juegan en él. Para evitar que el alto número de ceros sesgue nuestras estimaciones y extrapolar correctamente las *green fees* de jugadores extranjeros, en lugar de estimar el modelo con regresiones log-lineales, se usa un modelo Tobit que evita el sesgo potencial de tener demasiados ceros en la variable dependiente.

A.6. ESTIMACIÓN DEL GASTO DIRECTO DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS CON LOS DATOS DE MASTERCARD

Tal como se ha explicado en el texto, se han seleccionado cinco instalaciones de golf que, dado su alto volumen de jugadores y facturación, permiten la recopilación del suficiente número de transacciones por Mastercard para cumplir el doble objetivo de asegurar que encontramos información representativa del turista medio que visita España y de asegurar que Mastercard, al recopilar la información, tiene un número lo suficientemente alto de transacciones para cumplir con las restricciones de la legislación nacional e internacional sobre protección de datos.

Estas cinco instalaciones son:

- Real Club de Golf de Sotogrande, Málaga.
- Golf de Pals, Gerona.
- Son Muntaner, Mallorca.
- La Finca Golf Resort, Alicante.
- Maspalomas Golf, Gran Canaria.

Mastercard identifica todas aquellas tarjetas de turistas extranjeros que han realizado al menos una transacción en las instalaciones de golf. A continuación, Mastercard traza el gasto de esa tarjeta en España un mes antes y un mes después de la transacción realizada en el campo de golf.

Debido a los requisitos extremos de confidencialidad, Mastercard no proporciona el total de facturación para cada industria y campo. Sin embargo, sí proporciona el porcentaje de gasto en cada industria por nacionalidad de la tarjeta (Ver Tabla 15). Además, Mastercard pro-

porciona el gasto medio por transacción hecha por la tarjeta según industria y nacionalidad. Con estos dos números se puede estimar el gasto total por industria y por nacionalidad de la siguiente manera:

Sea GT_{ic} el gasto total de los turistas del país C en España en la industria I ; s_{ic} el porcentaje total del gasto del turista en España del país C en la industria I ; AVT_{ic} el ticket medio por transacción del turista del país C en la industria I y NT_{ic} representa el número de transacciones hechas en España por turistas del país C en comercios de la industria C . Si suponemos que hay N industrias y P países podemos escribir:

$$s_{ic} = \frac{AVT_{ic} * NT_{ic}}{\sum_{i=1}^{i=N} AVT_{ic} * NT_{ic}}$$

Teniendo en cuenta que Mastercard proporciona s_{ic} y AVT_{ic} y que el sumatorio de cuotas de cada industria por país tiene que ser igual a uno, las identidades expresadas más arriba proporcionan un sistema de ecuaciones con $(N-1)*P$ ecuaciones con $N*P$ incógnitas. Para resolver este sistema de ecuaciones, necesitamos encontrar valores para P incógnitas. Para ello, suponemos que los gastos de alojamiento por turista se hacen en una única transacción por cada destino que visitan. De los microdatos del INE obtenemos para cada nacionalidad de turistas el número medio de etapas que hicieron en su viaje en el año 2018, suponiendo entonces que cada turista hace una transacción de alojamiento por etapa, obtenemos una estimación de $NT_{Alojamiento,C}$ para todos los países. Así tenemos un sistema de $(N-1)*P$ ecuaciones con $(N-1)*P$ incógnitas que se puede resolver para obtener $NT_{ic} \forall C, I$. Con ellas resulta inmediato obtener estimaciones del gasto total utilizando las identidades

$$GT_{ic} = AVT_{ic} * NT_{ic}; \quad Gt = \sum_{c=1}^{c=P} GT_{ic}$$

Esta estimación con los datos de Mastercard solo tiene en cuenta el gasto del turista extranjero con su tarjeta durante su estancia en España. Sin embargo, sabemos por estudios previos que hay parto del gasto del viaje que se realiza en origen. En concreto, según la Encuesta de Gasto Turístico realizada por el Instituto Canario de Estadísticas, en el año 2017 solo el 28% del gasto turístico se realiza en origen mientras que un 72% del mismo se realiza en el país de origen. Por ello deducimos que, por cada euro que el turista extranjero se gasta en España con su tarjeta, el gasto total del turista extranjero, teniendo en cuenta el gasto ya realizado en su país previo al viaje, será de 3,57 euros ($3,57=1/0,28$).

TABLA A.2.: Resumen estimaciones del gasto turístico con datos de Mastercard

País	Gasto del turista de golf en España desde país de origen (en millones €)	Gasto del turista de golf en España hecho directamente en España	Gasto total del turista de golf en España	Gasto medio por turista de golf en España desde país de origen (€)	Gasto medio por turista de golf en España hecho directamente en España	Gasto medio total del turista de golf en España
Reino Unido	824,4	320,6	1.145	2.021	786	2.807
Suecia	546,7	212,6	759,3	3.754	1.460	5.214
Alemania	387,3	150,6	537,9	2.815	1.095	3.910
Irlanda	290,3	112,9	403,2	4.330	1.684	6.014
Holanda	268,4	104,4	372,8	3.749	1.458	5.207
Noruega	196,9	76,6	273,6	3.754	1.460	5.214
TOTAL	3.341	1.299,4	4.640,4	2.772	1.078	3.850

Fuente: Elaboración propia con datos de Mastercard y cálculos de los autores del informe

Hay que destacar que según la página 24 del Informe Anual de Pasarelas de Pago realizado por el Ministerio de Industria Comercio y Turismo del Gobierno de España, siguiendo la recomendación del Grupo Turístico, se sigue un criterio distinto al empleado en este informe al dividir el gasto turístico asignando un 40% de la partida al gasto turístico en origen y un 60% al gasto turístico en destino. Como se ha explicado más arriba en este informe hemos optado por seguir las cifras de la Encuesta de Gasto Turístico realizada por el Instituto Canario de Estadísticas según la cual solo el 28% del gasto turístico se realiza en origen, mientras que un 72% del mismo se realiza en el país de origen. Hemos elegido esta opción por dos motivos diferentes:

- En primer lugar, el informe de pasarelas de pago está hecho teniendo en cuenta todos los gastos realizados por extranjeros en España, ello incluye visitas de corta duración que en muchas ocasiones no incluyen pernoctación alguna. Tal como se describe en el presente informe, el turista que juega al golf se caracteriza por tener una elevada estancia media y por ello creemos que el comportamiento del turista en Canarias, que por motivos geográficos y por la distancia del viaje, se ve casi obligado a pernoctar en estas islas durante su visita, es más parecido al comportamiento del turista de golf objeto de este estudio.
- En segundo lugar, se ha solicitado a la AECG información sobre las ofertas comerciales ofrecidas al turista de golf en términos de su alojamiento. Las cifras de gasto por persona obtenidas con la estimación de este informe concuerdan mejor con las cifras obtenidas utilizando la estimación del gasto turístico en origen del Instituto Canario de Estadística.

Otra matización importante a la hora de valorar las

estimaciones del gasto turístico realizadas en este informe es la consideración que estas ignoran el gasto turístico pagado directamente en efectivo o mediante otros medios electrónicos distintos a la tarjeta de crédito, como Paypal. Según el citado informe sobre pasarelas de pago, el montante del uso de efectivo sería de un 15% del gasto total de las tarjetas. Esto sugeriría que nuestras estimaciones de gasto estarían infravalorando en un 15% las estimaciones de gasto real. Sin embargo, a la vez, no estamos teniendo en cuenta que no todo el gasto turístico realizado en origen repercute necesariamente en España, ya que los intermediarios pueden quedarse con un porcentaje del mismo. Dado que el porcentaje usual de un intermediario como una agencia de viajes suele oscilar alrededor del 20% del gasto del paquete turístico, y debido a la falta de mejor información, hemos considerado que la sobrevaloración que realizamos del gasto turístico por ignorar el margen del intermediario se compensa con la infravaloración del mismo ocasionada por no considerar el gasto pagado en efectivo o con otros medios electrónicos distintos a la tarjeta de crédito.

A.7. ESTIMACIÓN DEL IMPACTO INDIRECTO E INDUCIDO

Para la obtención del efecto multiplicador de la facturación del golf y del gasto incurrido por los turistas del golf partimos de la identidad:

$$AX+Y=X \quad (1)$$

Donde X es un vector que representa la producción de cada rama de actividad resultante de obtener un nivel de demanda final de producto Y , también para cada rama de actividad. Por último, cada elemento a_{ij} de la matriz A representa las necesidades de *inputs* de cada rama de actividad i para producir una unidad de pro-

ducción de la rama de actividad j . Básicamente, esta identidad (1) refleja que la producción total de un bien o servicio ha de ser igual al consumo final del mismo por las economías domésticas más el consumo intermedio del mismo realizado por las otras industrias de la economía. De la identidad anterior (1), se puede deducir la siguiente expresión:

$$X=(I-A)^{-1} Y \quad (2)$$

Siendo $(I-A)^{-1}$ la matriz inversa de Leontief, cada elemento de la matriz inversa indica las necesidades totales (directas e indirectas) de *inputs* de la rama i para obtener una unidad de producción de la rama j .

Como resultado de la expresión (2), podemos estimar los efectos directos e indirectos en la economía de la actividad deportiva del golf, lo que implica calcular los multiplicadores simples o multiplicadores de tipo I , utilizando para ello la matriz inversa de Leontief. Para ello utilizamos la Tabla de *input output* de la producción interior de la economía española elaborada por el INE en el año 2010 actualizada al 2016 y utilizamos los multiplicadores correspondientes al sector Servicios Deportivos, recreativos y de entretenimiento.

Adicionalmente, estimamos los efectos inducidos por la actividad del golf al aumentar la renta que se deriva en un aumento del gasto en otros sectores que, a su vez, repercute en incrementos adicionales de ingresos. Para ello, calculamos los multiplicadores totales o multiplicadores de tipo II utilizando el modelo cerrado de Leontief respecto al consumo, en el que se añade a la matriz A una fila y una columna más correspondientes a las economías domésticas. La fila que se añade son los sueldos y salarios de cada sector, mientras que la columna es el gasto final en cada producto de las economías domésticas.

A.8. ESTIMACIÓN DEL PARQUE INMOBILIARIO DE LOS JUGADORES DE GOLF.

Para calcular el precio promedio por m^2 para cada comunidad autónoma en los municipios más cercanos a los campos de golf hemos utilizado la página de estadísticas de la página web de informes de precios de Idealista (<https://www.idealista.com/sala-de-prensa/informes-precio-vivienda/>) (Idealista, 2018). El desglose de filtros de esta página de estadísticas ofrece la posibilidad de obtener los precios a nivel provincial y municipal. Para acercarnos el máximo posible a las intermediaciones de los campos de golf hemos recogido los precios medios por m^2 a nivel municipal.

Hemos cogido como referencia para cada comunidad autónoma el campo de golf con mayor facturación según los datos del cuestionario realizado (salvo la excepción de la Comunidad de Madrid, que explicamos más adelante). Dado que las provincias más visitadas por aquellos turistas que juegan al golf en España son las provincias costeras, hemos añadido, para todas aquellas comunidades autónomas con provincias costeras una muestra del precio por m^2 en los municipios colindantes a los campos de golf con mayor facturación en estas provincias. Con estos datos hemos calculado la media del precio por m^2 en cada comunidad autónoma.

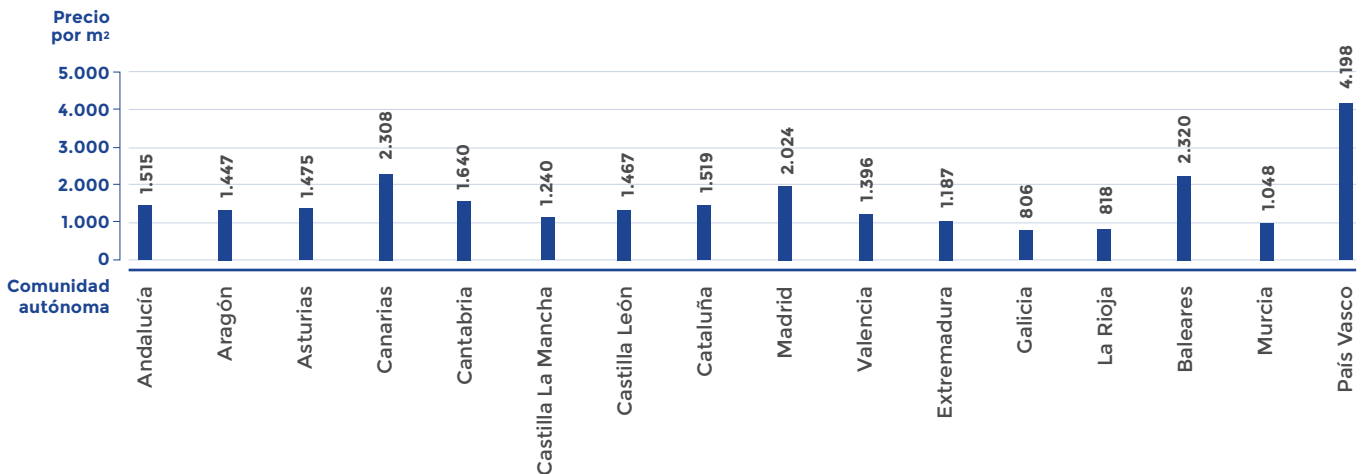
Contamos con una excepción en la Comunidad autónoma de Madrid, las dos sociedades gestoras de campos de golf con mayor facturación son *outliers* en el estudio (como hemos mencionado anteriormente), y además ambos están inscritos en el término municipal de Madrid, lo cual no sería significativo. Hemos elegido el campo Real Sociedad Hípica Española Club de Campo por ser uno de los campos con mayor facturación y además estar rodeado por varias urbanizaciones edificadas en la misma época. El término municipal de referencia es Fuente del Fresno.



TABLA A.3.: Relación de municipios utilizados para hallar precio por m² en cada comunidad autónoma

Comunidad autónoma	Provincia	Campo de Golf	Municipio
Andalucía	Cádiz	Barceló Montecastillo	Jerez de la Frontera
	Huelva	Golf El Rompido	Cartaya
	Málaga	Real Club de Golf Guadalmina	Marbella
	Almería	Valle del Este	Mojácar
Aragón	Zaragoza	Real Club de Golf La Peñaza	Zaragoza
Asturias	Asturias	Campo Municipal Las Caldas	Oviedo
Canarias	Las Palmas	Lanzarote Golf	Tías
	Santa Cruz de Tenerife	Golf del Sur	San Miguel de Abona
Cantabria	Cantabria	Golf Santa Marina	San Vicente de la Barquera
Castilla La Mancha	Albacete	Golf Las Pinaillas	Albacete
Castilla y León	Segovia (El Espinar)	Club de Golf El Espinar	El Espinar
Cataluña	Barcelona	Golf Montanya	Seva
	Gerona	PGA Catalunya	Caldes de Malavella
	Tarragona	Lumine Golf Club	Salou
Com. de Madrid	Madrid	R.S.H.E.C.C	Fuente del Fresno
Com. Valenciana	Valencia	Club de Golf Escorpión	Bétera
	Alicante	Lo Romero Golf	Pilar de la Horadada
	Castellón	Club de Golf Costa de Azahar	Castellón de la Plana
Extremadura	Cáceres	Norba Club de Golf	Cáceres
Galicia	Pontevedra	Balneario de Mondariz	Mondariz
	A Coruña	Real Club de Golf de La Coruña	A Coruña
	Lugo	Club de Golf de Lugo	Lugo
La Rioja	Rioja	Rioja Alta Golf Club	Santo Domingo de la Calzada
Islas Baleares	Baleares	Club de Golf Alcanada	Alcúdia
Murcia	Murcia	Golf Altorreal	Molina de Segura
País Vasco	Guipuzcoa	Real Club de Golf de Zarauz	Zarauz
	Vizcaya	Real Sociedad de Golf de Neguri	Getxo

Con esta información obtenemos el precio por metro cuadrado representativo del turista de golf que va a cada comunidad autónoma. La Tabla A.4. proporciona esta información.

TABLA A.4.: Precio por m² representativo de zonas cercanas a campos de golf.

A continuación extraemos de las estadísticas del Colegio de Registradores de la Propiedad⁵ la superficie media en m² de la compra de inmuebles de extranjeros por nacionalidad. La Tabla A.5 refleja estas estadísticas:

TABLA A.5.:

Nacionalidades	Superficie media inmuebles adquiridos (m²)
Reino Unido	98.774
Alemania	96.111
Francia	91.705
Bélgica	94.999
Suecia	89.094
Italia	77.768
China	94.354
Rusia	89.622
Holanda	104.597
Noruega	100.983
Ucrania	86.655
Polonia	81.936
Irlanda	90.699
Bulgaria	88.482
Suiza	107.137
Dinamarca	107.489
Media todas nacionalidades	93.986





JUAN SANTALÓ

*Autor
del informe*

Juan Santaló es doctor en Economía por la University of Chicago y máster en Economía por la UPF. Actualmente es full professor (Catedrático) de Dirección Estratégica en IE University. Ha sido profesor visitante en la Bocconi University y en la Booth Business School de la University of Chicago, director del Área de Estrategia en IE University y director del Observatory on Competition Policy. Sus últimas publicaciones académicas han sido publicadas en las más prestigiosas revistas a nivel internacional como son *Strategic Management Journal*, *Management Science* o el *Organization Science*.

Bibliografía:

- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante. “Análisis y Estrategia de Marketing del Producto Turismo del Golf en la Comunitat Valenciana”. Diciembre 2019.
- CEPREDE, Evaluación del Impacto Económico del Golf en Madrid.
- Colegio de Registradores. Anuario 2018 Estadística Registral Inmobiliaria.
- Fundación Impulsa Baleares. RED DE CAMPOS DE GOLF DE MALLORCA Estudio de impacto económico.
- Instituto Turístico de Canarias. Tourist Expenditure Survey: Indicators trend (2006 - 2017).
- Markus Charles & Josh Merluk (2019). Media Evaluation Report Andalucía Costa del Sol Open de España Ladies European tour 2019. Nielsen. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Informe anual de pasarelas de pago. 2019.
- Nielsen, European Tour Tournament Evaluation Open de España, Spain 12th – 15th April 2018.



ie EDITORIAL

© de la edición: Editorial Instituto de Empresa, S.L.
© de los textos: El autor

