

# **IMPACTO ECONÓMICO DEL**

# **SECTOR DEL GOLF**

## **DE LA PROVINCIA DE ALICANTE**

**MAYO 2016**

**GABINETE DE ESTUDIOS**

**CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA,  
SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE ALICANTE**





# CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN .....	5
2	DELIMITACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE INTERÉS EN EL SECTOR DEL GOLF .....	7
3	ETAPAS. ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO .....	11
4	EL SECTOR DEL GOLF .....	13
5	LOS JUGADORES DE GOLF .....	29
5.1	PERFILES.....	29
5.1.1	PEFIL DEL TURISTA/EXCURSIONISTA .....	29
5.1.2	PEFIL DEL RESIDENTE LOCAL .....	71
5.1.3	PEFIL DEL JUGADOR DE GOLF .....	75
5.2	ESTIMACIÓN DEL GASTO TOTAL Y CONSTRUCCIÓN DEL VECTOR DE DEMANDA .....	83
5.2.1	ESTIMACIÓN DEL GASTO TOTAL.....	83
5.2.2	ESTIMACIÓN DEL VECTOR DE DEMANDA .....	92
5.3	IMPACTOS .....	99
5.3.1	IMPACTO SOBRE LA PRODUCCIÓN .....	99
5.3.2	IMPACTO SOBRE LA RENTA.....	102
5.3.3	IMPACTO SOBRE EL EMPLEO .....	104
6	LOS CAMPOS DE GOLF.....	107
6.1	ESTIMACIÓN DEL GASTO TOTAL Y CONSTRUCCIÓN DEL VECTOR DE DEMANDA .....	107
6.2	IMPACTOS .....	110
6.2.1	IMPACTO SOBRE LA PRODUCCIÓN .....	111
6.2.2	IMPACTO SOBRE LA RENTA.....	113
6.2.3	IMPACTO SOBRE EL EMPLEO .....	114
7	RESUMEN DE IMPACTOS .....	117
8	ANEXO .....	119
9	ANEXO METODOLÓGICO .....	121
10	BIBLIOGRAFÍA .....	131





# 1 INTRODUCCIÓN

El objetivo de este estudio, realizado por el Gabinete de Estudios de la Cámara de Comercio de Alicante, es cuantificar el impacto económico del sector del golf, sobre el sistema productivo de la provincia de Alicante y la Comunidad Valenciana.

El gasto realizado por los jugadores de golf y el derivado de la explotación y mantenimiento de los campos de golf tiene una importante repercusión en la economía alicantina, generando empleo, producción y renta en aquellas actividades suministradoras de bienes y servicios.

Los modelos Input-Output de demanda, son los más adecuados para medir estos fenómenos, ya que ponen de manifiesto que los efectos de la demanda sobre el sistema productivo no se agotan en su simple satisfacción directa, sino que se difunden y multiplican a través de un entramado de interrelaciones intermedias entre las distintas ramas del tejido económico.

La metodología Input-Output permite estimar el efecto total sobre la economía de la región debido a un estímulo inicial en la demanda final.

La demanda de bienes y servicios, tanto en su vertiente de consumo como de inversión, puede interpretarse como un shock de demanda final exógeno que desencadena una serie de efectos sobre los sectores productivos, que para satisfacerla, deberán incrementar su producción requiriendo para ellos inputs y factores primarios de otros sectores en función de las relaciones intersectoriales que constituyen la estructura productiva de la región.

La cuantificación del impacto económico total del sector del golf sobre la producción, el valor añadido y el empleo regional y provincial se obtendrá de la valoración de tres tipos de efectos generados a partir del gasto de los distintos agentes.



- El **efecto directo**, es el generado por el gasto de los jugadores y por el gasto en el que incurren los campos de golf para el desarrollo de su actividad, y que comprende los gastos de personal y el resto de gastos ligados a la explotación y mantenimiento de los campos.
- El **efecto indirecto**, es el generado por las empresas que reciben la demanda inicial de gasto y que para satisfacerla adquieren bienes y servicios a sus empresas proveedoras, las cuales a su vez, generarán una demanda adicional a otras, originándose así un proceso iterativo o de rondas sucesivas.
- El **efecto inducido**, es el debido al consumo generado por el aumento de la renta de los factores productivos relacionados con el aumento de la demanda final.

El efecto total sobre la economía de la región viene dado por la suma de los tres efectos anteriores.





# 2 DELIMITACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE INTERÉS EN EL SECTOR DEL GOLF

En este estudio, el impacto económico del sector de golf se aborda desde una perspectiva amplia, considerando dos grupos de agentes cuya demanda de bienes y servicios desencadenará un efecto multiplicador sobre la economía regional: los jugadores de golf, ya sean turistas, residentes o excursionistas, y los campos de golf de la provincia de Alicante.

### Esquema representativo del sector del golf

Fuente: PROMOTUR y RD Consulting



El turismo de golf se enmarca dentro del turismo deportivo y puede ser definido como el conjunto de actividades relacionadas directa o indirectamente con el desplazamiento temporal de turistas cuya motivación principal se encuentra en la práctica del golf o en la asistencia como espectadores a competiciones profesionales de golf.



En sentido estricto, el impacto económico del turismo de golf se limitaría al derivado de las actividades que realizan estos turistas durante su estancia en el destino elegido.

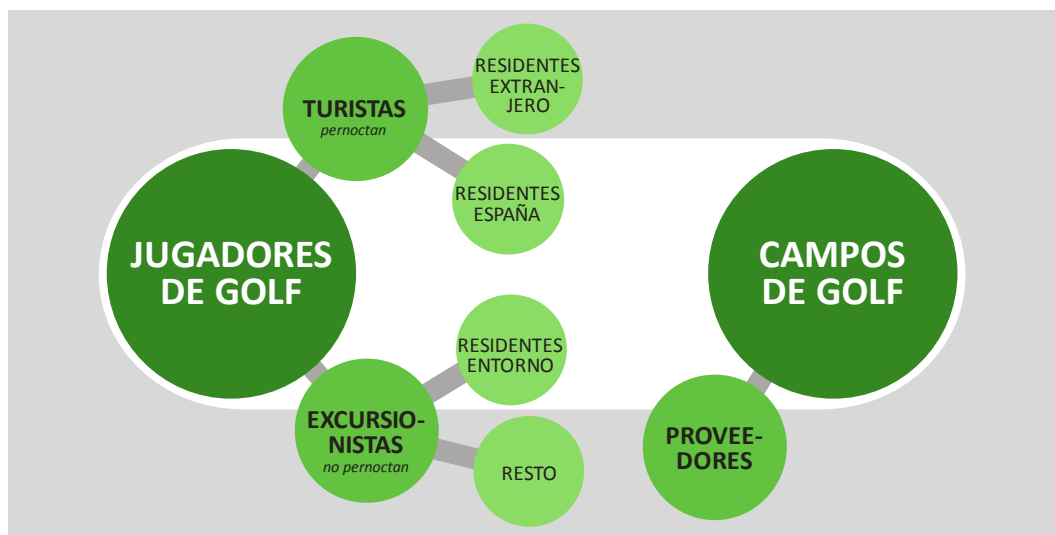
No obstante, la diversificación de la oferta turística que ha tenido lugar desde finales del siglo XX dificulta la clasificación del turismo en diferentes tipos o categorías, ya que si bien existe una motivación o una razón prioritaria para el desplazamiento, los turistas tienden a realizar actividades muy diversas durante sus viajes.

### JUGADORES DE GOLF.....

De acuerdo con lo anterior, la demanda turística de golf estaría integrada no sólo por los turistas de golf, es decir, aquellos que se desplazan regularmente a lo largo del año en períodos de varios días, con la motivación principal de jugar al golf, sino también por aquellos turistas para los que el golf es una actividad complementaria de otra principal (sol y playa, negocios, congresos, salud....), así como por los acompañantes del turista de golf que utilizan las instalaciones, visitan el entorno y ocasionalmente juegan al golf.

### Esquema representativo del sector del golf incluido en el cálculo del impacto económico

Fuente: elaboración propia





Por otro lado, habría que considerar también a otros jugadores que no tienen la consideración de turistas, porque no pernoctan en el lugar al que se desplazan para jugar, como los excursionistas, y los jugadores locales que residen habitualmente en el entorno de los campos de golf. En algunas localidades de la provincia reside un elevado número de extranjeros, procedentes de países en los que la práctica del golf está muy arraigada, por lo que parece conveniente incluirlos también en la evaluación del impacto.

## **CAMPOS DE GOLF** .....

Por lo que respecta a los campos de golf, hay que diferenciar entre las actividades ligadas a su mantenimiento y a su explotación. El gasto principal del mantenimiento del campo es el gasto de personal (directivos, gestores, administrativos, jardineros, etc.). Además se producen otros gastos por distintos conceptos como renovación de material y maquinaria, productos de jardinería, suministros (agua, electricidad, etc.) seguros e impuestos.

La explotación se refiere principalmente a la comercialización de los derechos de juego o green-fees. Sin embargo, también hay que considerar los ingresos procedentes de otros servicios complementarios. Las instalaciones de golf ofrecen una serie de equipamientos adicionales. Los más comunes son los de restauración y deportivos (canchas de tenis, pistas de pádel, piscinas, gimnasio, sauna...), aunque también se pueden encontrar otras instalaciones como salas de celebraciones, salón de reuniones, guardería, etc. Además, los campos de golf suelen alquilar servicios y materiales, como carritos (buggies) para desplazarse por el campo, palos, equipos o uso del campo de prácticas. En muchos de ellos, suele haber también una tienda donde se vende el material deportivo necesario para la práctica del golf.

Los ingresos de la explotación de los campos de golf, principalmente los obtenidos de la comercialización de los derechos de juego varían en función de la calidad de campo (ubicación, dimensiones, diseño, etc.), su categoría y la oferta de instalaciones. Asimismo, el modelo de explotación del campo también influye en la estructura de los ingresos por derechos de juego.



El impacto económico del sector del golf, se cuantifica a partir del gasto de los jugadores, ya sean turistas, excursionistas o residentes en el entorno de los campos de golf, y del gasto derivado de la explotación y mantenimiento de los campos de golf.



# 3 ETAPAS. ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

Una vez delimitadas las actividades de interés en el sector del golf, el procedimiento seguido para estimar el impacto económico del turismo de golf en la Costa Blanca supone la realización de las siguientes etapas.

**1** Obtención de información estadística procedente de fuentes oficiales y de los cuestionarios diseñados al efecto, que nos permita caracterizar según su tipología a los distintos agentes y conocer su volumen de gasto.

**1.1** Información procedente de tres operaciones estadísticas incluidas en el Plan Estadístico Nacional 2013/2016:

- Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos (TURESPAÑA) hasta septiembre de 2015, siendo competencia del Instituto Nacional de Estadística (INE) a partir de esa fecha.
- Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR), elaborada por el por el Instituto de Estudios Turísticos (TURESPAÑA) hasta septiembre de 2015 y por el Instituto Nacional de Estadística (INE) a partir de esa fecha.
- Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos (TURESPAÑA) hasta enero de 2015 y por el Instituto Nacional de Estadística (INE) a partir de esa fecha.



- 1.2 Explotación estadística de las operaciones anteriores realizada por la Agencia Valenciana del Turisme.
- 1.3 Explotación estadística del Padrón Municipal de Habitantes y Censo de Población y Viviendas 2011, realizada por el Instituto Nacional de Estadística.
- 1.4 Encuestas realizadas a los campos de golf, al objeto de identificar sus características y sus relaciones con otros agentes, así como la información financiera relativa a su actividad.

- 2 Tratamiento de la información con el fin de agregar y homogeneizar los datos, aplicar los criterios de valoración adecuados y delimitar la demanda de gasto satisfecha por empresas localizadas en el ámbito de la Comunidad Valenciana.
- 3 Asignación de cada partida de gasto a uno o más sectores definidos en la Contabilidad Regional, en función de su naturaleza y determinación del vector de demanda final.
- 4 Aplicación de la metodología Input-Output y obtención de los multiplicadores.
- 5 Cuantificación de impactos. La cuantificación del impacto total del sector del golf sobre la producción, la renta y el empleo local se obtiene de la valoración de tres tipos de efectos generados a partir del gasto corriente en bienes y servicios.



# 4 EL SECTOR DEL GOLF

A principios de 2015, la oferta mundial de campos de golf ascendía a 34.011 campos, localizados en 206 países. La mayoría de la oferta de golf se localiza en el hemisferio occidental. América del Norte concentra el 53% de la oferta mundial (Estados Unidos representa por sí sólo el 45% del total mundial). Europa se sitúa a continuación, con el 22%, seguida por Asia con el 14%, Oceanía con el 6%, África (3%) y América del Sur (2%).

## El sector del Golf en el Mundo (2015)

Fuente: R&A y elaboración propia

	Población (Mill.)	Hoyos	Equipam. Golf	% s/tot	Proyectos de campos
<b>TOTAL</b>	<b>7.162,1</b>	<b>576.534</b>	<b>34.011</b>	<b>100,0%</b>	<b>696</b>
América del Norte*	561,1	303.999	18.145	53,4%	200
Europa	742,5	127.770	7.403	21,8%	159
Asia	4.298,7	91.536	4.778	14,0%	207
Oceanía	38,3	31.632	2.111	6,2%	35
África	1.110,6	12.447	911	2,7%	65
América del Sur	410,9	9.150	663	1,9%	30

\* Incluye América Central y el Caribe

El 80% de la oferta mundial se localiza en sólo 10 países, entre los que se incluye Australia, Canadá, Inglaterra, Japón y los Estados Unidos, no obstante el golf se está implantando en otros países de regiones menos desarrolladas como Asia, África o el Caribe.

A principios de 2015, había 696 nuevos campos de golf en construcción en fase avanzada de proyecto y el 80% de ellos se localizaba en Asia, Europa y Norte América. Sin embargo, aunque el golf está creciendo en muchos países, está disminuyendo en otros en los que el crecimiento de la oferta ha superado el aumento del número de golfistas. En estos países, como Australia, Canadá, Inglaterra y los Estados Unidos, el golf se está moviendo hacia un mayor equilibrio entre la oferta y la demanda.



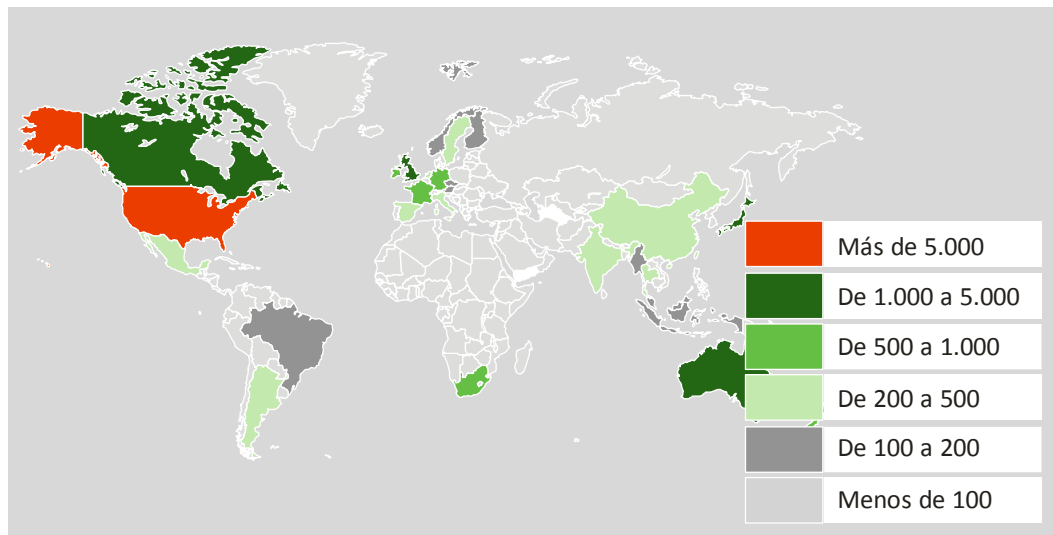
Aunque existe una elevada proporción de campos privados, resorts de golf y campos vinculados a desarrollos inmobiliarios, el golf es un deporte accesible, de hecho, el 71% de los campos de golf existentes en la actualidad están abiertos al público.

Estados Unidos se configura como la primera potencia mundial del golf, tanto en lo relativo a la oferta de instalaciones (15.372 campos) como al número de jugadores (27,1 millones de federados). La construcción de campos de golf experimentó un fuerte crecimiento a finales de los 60, así como en las décadas de los 80 y 90, continuando esta tendencia expansiva hasta principios de los 2000, alcanzando un máximo de 16.075 instalaciones (complejos que, al menos, contienen un campo de golf) en 2004.

Aunque el ritmo de apertura de nuevos campos de golf en Estados Unidos es ahora más bajo, a principios de 2015 se contabilizaban en este país más de 150 proyectos en varias fases de desarrollo. Algunos de los campos que han sido abiertos en los últimos años incorporan a la oferta nuevos factores de atracción orientados a los turistas de alto poder adquisitivo.

### Número de campos de golf en el Mundo (2015)

Fuente: R&A y elaboración propia



Estados Unidos es el principal destino de golf del mundo, posicionándose además como principal mercado emisor. Aunque los flujos de carácter interno





son mayoritarios, entre los destinos externos los jugadores estadounidenses muestran su preferencia por el Reino Unido, y Canadá para la práctica de este deporte. México, Bahamas y otros países del Caribe, principales destinos vacacionales de los americanos, son también destinos de golf principales.

Canadá con 2.363 campos y 5,7 millones de federados, es el tercer país del mundo con el mayor número de campos de golf. Aunque el crecimiento de la oferta también se ha ralentizado, a principios del pasado año se registraban cerca de cuarenta proyectos, de los que 20 se encontraban en fase de construcción.

En el continente asiático, Japón concentra el mayor volumen de jugadores (7,9 millones de federados) y la mayor oferta de campos: 2.383, que suponen la mitad de la oferta total. La oferta asiática de golf está muy concentrada en pocos países, de hecho el 90% de la oferta regional se localiza en sólo ocho países. Por detrás de Japón, destaca China (473 campos), Corea del Sur (447), India (270), Tailandia (253), Malasia (199) e Indonesia (163).

La mayoría de los nuevos proyectos de golf en el mundo se están desarrollando en Asia (207 campos de golf en construcción o en proyecto), aunque ninguno de ellos se localiza en Japón debido a la falta de suelo.

Australia, con 1.628 campos de golf, concentra el 77% de la oferta de Oceanía. Junto con Nueva Zelanda (418 campos de golf), ambos países representan el 97% de la oferta del continente. La mayoría de los nuevos proyectos que se están desarrollando están ligados a resorts o a desarrollos inmobiliarios. No obstante, los resorts de golf representan menos del 4% de la oferta existente. El 94% de los campos están abiertos al público. En Australia el número de jugadores federados asciende a 1,2 millones. Tanto Australia como Nueva Zelanda son los principales receptores del turismo de golf procedente de Japón.

En el continente africano, destaca especialmente Sudáfrica, con 512 campos, que suponen la mitad de la oferta total (más de 900 campos). También hay que mencionar a Marruecos, con una oferta de 36 campos, la mayoría de



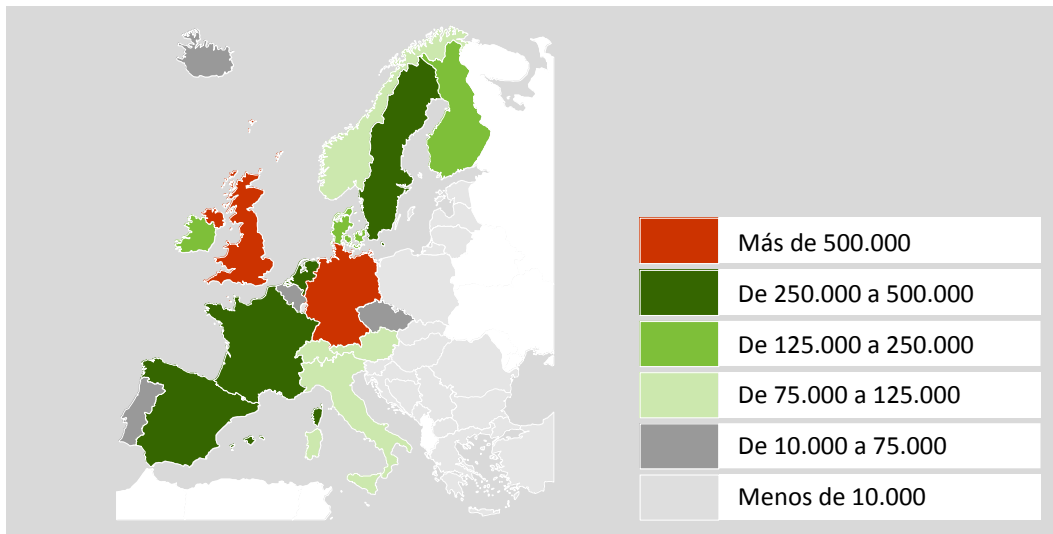
ellos vinculados a complejos turísticos, que es el principal destino de golf para los franceses, aunque también resulta atractivo para otros turistas europeos.

En Europa, con una oferta de 6.786 campos de golf (excluyendo campos de par 3, Pitch and Putt y canchas de prácticas) y 4,2 millones de jugadores federados, se localizan muchos de los destinos de golf más importantes del mundo. Junto a países con una larga tradición golfista, como Reino Unido, Irlanda y los países nórdicos, se sitúan otros como Alemania, España, Francia, Italia y Portugal que se han posicionado con fuerza en el mercado.

Los campos vinculados a complejos turísticos y a desarrollos inmobiliarios tan sólo suponen el 8% de la oferta existente, aunque representan algo más del 40% de los nuevos desarrollos. A comienzos de 2015 se encontraban en construcción o en fase de planificación 159 campos.

### Licencias por países (2015). Europa

Fuente: KPMG



El 85% de los jugadores federados y el 82% de los campos de golf en Europa se concentran en los 10 principales mercados. Inglaterra, con 678.372 jugadores registrados y 1.849 campos, concentra por sí sólo el 16% de la demanda europea y el 27% de la oferta. Junto con Escocia y Gales, Reino Unido supone el 22% de los jugadores (927.229) y el 37,5% de los campos (2.545). Alemania se sitúa en segundo lugar, con el 15% de los jugadores

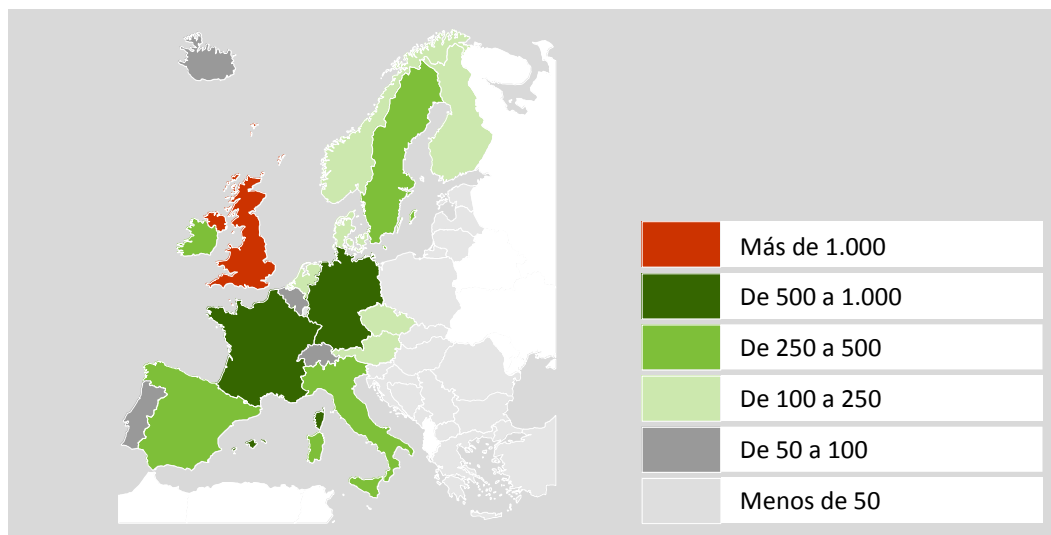
(639.137) y el 11% de los campos (728). Suecia, con 474.777 golfistas supone el 11,4% de los jugadores y el 6,6% de los campos (448).

Francia (9,8%), Holanda (9,3%), España (6,8%), Irlanda (4,6%), y los países nórdicos entre los que, además de Suecia, destaca Dinamarca (3,6%), Finlandia (3,4%) y Noruega (2,4%), también ocupan lugares destacados atendiendo al número de jugadores.

En cuanto al número de campos, junto a Inglaterra, Alemania y Suecia, destaca Francia (8,8%), Irlanda (6,1%), España (5,1%), Italia (4,1%) y Holanda (3%).

### Campos de golf por países (2015). Europa

Fuente: KPMG



La relativa madurez de los mercados de golf europeos se basa en el análisis de tres ratios: población por campo de golf, proporción de jugadores respecto a la población y promedio de jugadores por campo de golf.

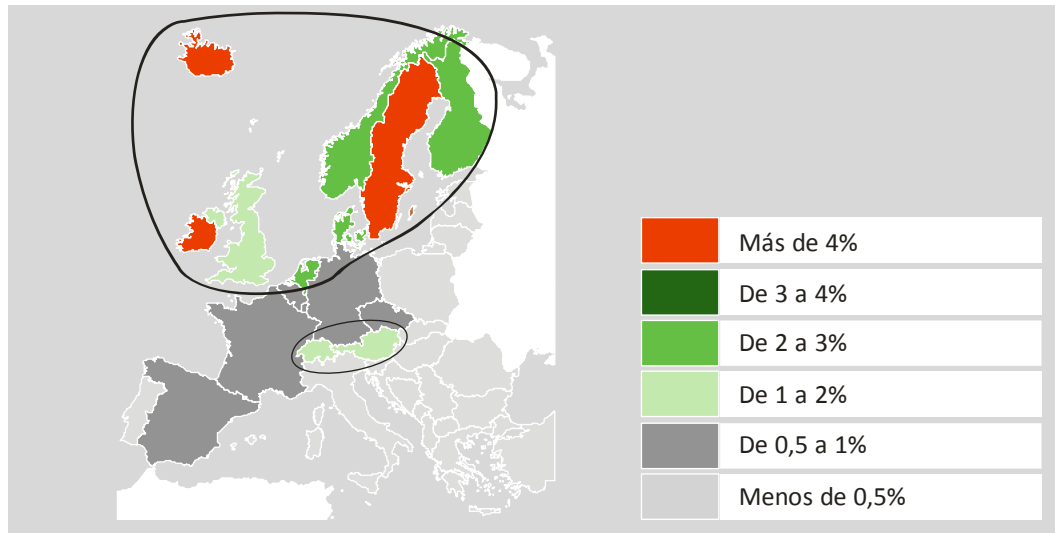
Atendiendo a la ratio población por campo, los valores más bajos, indicativos de mercados maduros y desarrollados, se obtienen en Islandia, Irlanda, Reino Unido, Suecia, Noruega, Dinamarca, Finlandia y Austria.

Los países europeos con mayor proporción de jugadores nacionales respecto a la población son Islandia (5,1%), Suecia (5%), Irlanda (4,2%), Dinamarca

(2,7%), Finlandia (2,6%), Países Bajos (2,3%), Noruega (2%), Reino Unido (1,5%), Austria (1,2%) y Suiza (1,1%)

### Ratio nº de licencias por población (2015). Europa

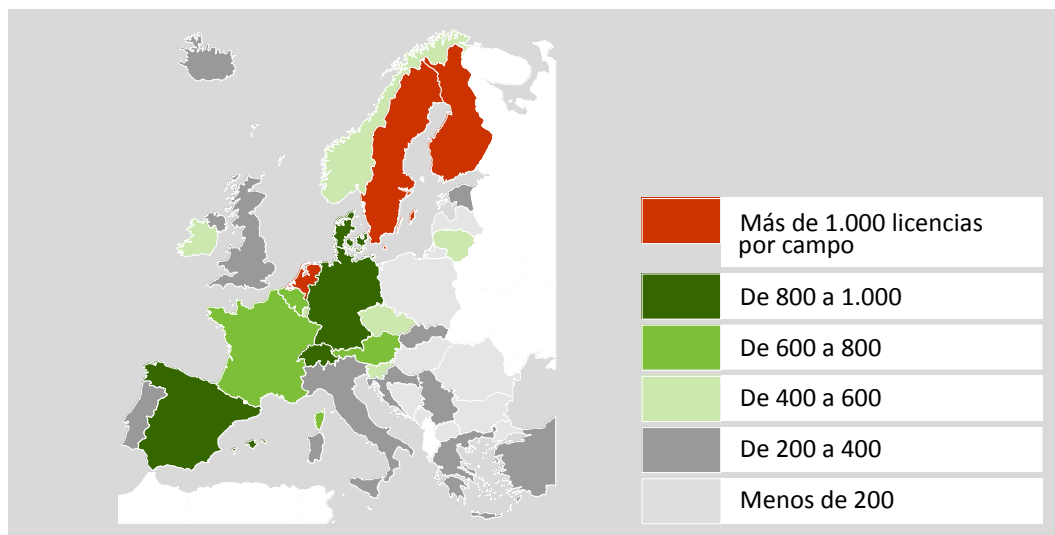
Fuente: KPMG



En cuanto al promedio de jugadores por campo, los valores más elevados, corresponden a Holanda (1.909), Suecia (1.060), Finlandia (1.107), Suiza (922), Alemania (878) y España (816).

### Ratio nº de licencias por campo (2015). Europa

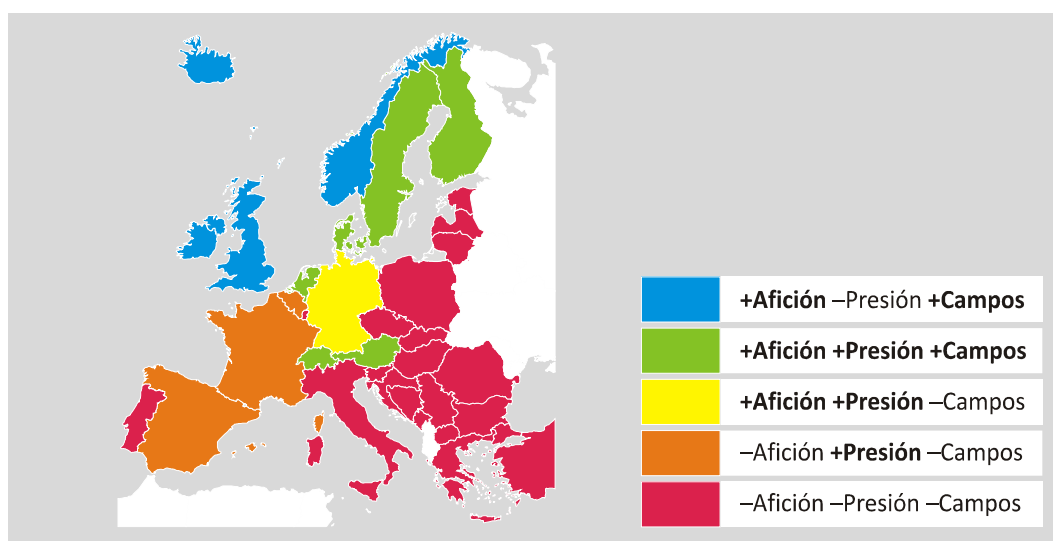
Fuente: KPMG



Los mercados británico, alemán, nórdico, holandés y francés son los principales emisores de turismo de golf internacional, sin menoscabo de su actividad receptora. La búsqueda de condiciones climatológicas idóneas y de una oferta de campos variada, provoca importantes flujos de jugadores procedentes de las regiones del centro y norte europeas hacia los destinos del sur y sur occidental, principalmente durante la temporada invernal.

### Ratios Licencias/Población (Afición), Licencias/Campos (Presión), Población/Campos (Campos) (2015). Europa

Fuente: KPMG y elaboración propia



España se configura como el principal destino de golf en el extranjero de los turistas británicos, alemanes, y suecos y el segundo destino elegido por los franceses, después de Marruecos. La mitad de los viajes de golf realizados por ingleses y suecos son de carácter internacional. En Alemania, el 90% de los destinos elegidos por los jugadores de golf se encuentran en el extranjero, mientras que en Francia este porcentaje se aproxima al 40%.

A 1 de enero de 2015, la oferta española de golf se compone, según la Federación Española de Golf, de 601 clubes de golf, de los que 429 son campos, 138 son entidades sin campo y 33 son canchas de prácticas.

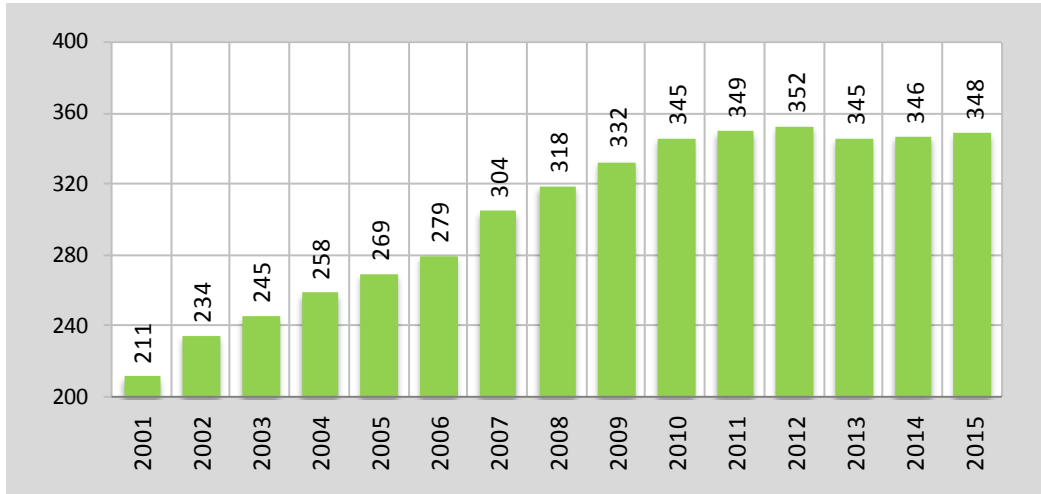
Entre los campos de golf predominan los de 18 hoyos (221 campos), seguidos de los de 9 hoyos (83 campos). Los campos de más de 18 hoyos son menos numerosos, existiendo 23 campos de 27 hoyos, 19 campos de 36



hoyos, 2 campos de 54 hoyos y 1 campo de 60 hoyos. El resto de la oferta de campos se completa con 10 campos de par 3, 20 campos rústicos y 50 campos Pitch and Putt.

### Evolución del número de campos de golf en España

Fuente: Real Federación Española de Golf (no incluye: Par-3, Rústico, Pitch&Putt)



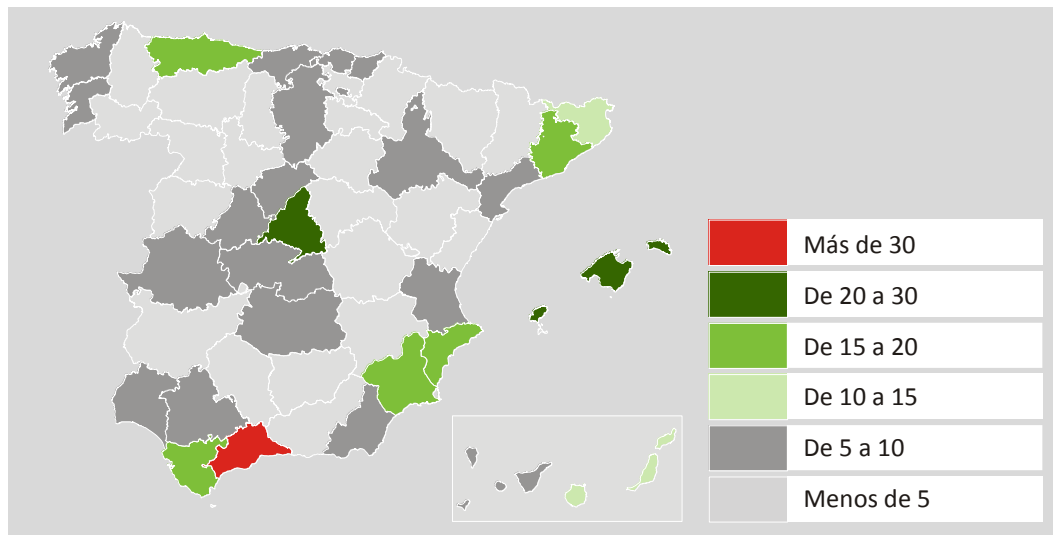
La oferta de campos de golf en España (excluyendo par 3, rústicos y Pitch and Putt) ha seguido una trayectoria creciente, que ha sido especialmente intensa desde mediados de los ochenta hasta finales de la década del año 2000. En el período comprendido entre 1985 y 2010, la oferta de campos de golf se ha multiplicado por 4,3. En los últimos años el crecimiento se ha ralentizado, estabilizándose la oferta en torno a los 348 campos.





## Campos de golf por provincias (2015). España

Fuente: Real Federación Española de Golf (no incluye Pitch&Putt)

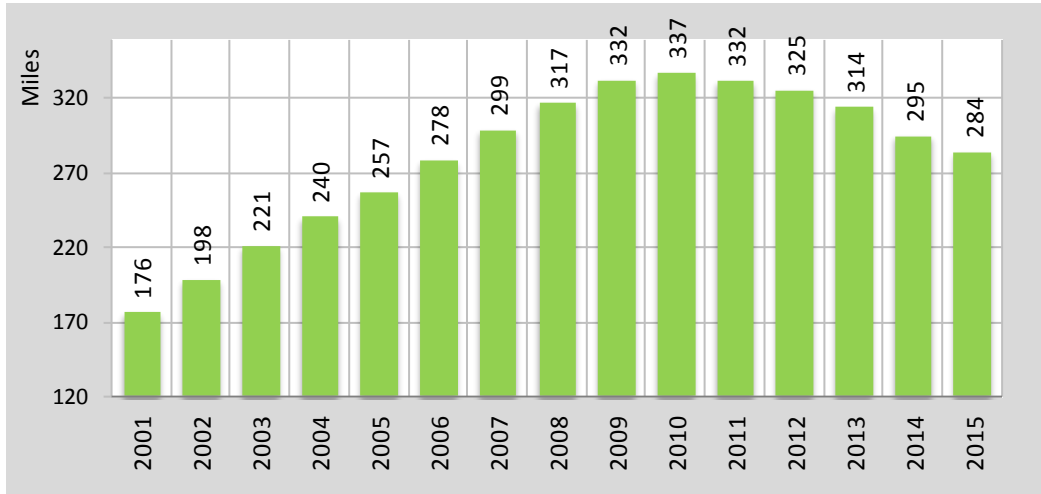


La distribución de la oferta de los campos de golf por comunidades autónomas refleja una importante concentración en Andalucía (86 campos, el 23% del total). En segundo lugar se sitúa Castilla-León, con 40 campos, que suponen el 10,6% de la oferta nacional, seguida por Cataluña (37 campos), la Comunidad Valenciana (29 campos), Madrid (27 campos), Baleares (21 campos) y Canarias (20 campos).

Según la Real Federación Española de Golf, el número de jugadores de golf con licencia amateur en España asciende a 283.991 a 1 de enero de 2015. El número de federados ha seguido una trayectoria alcista desde 1.968 hasta 2010, ejercicio en el que alcanza su valor más alto (336.986 licencias amateur). En los últimos cinco años, el número de jugadores ha descendido año tras año, registrándose la mayor caída a lo largo de 2013 (18.837 federados menos a comienzos de 2014).

## Evolución del número de licencias amateur en España

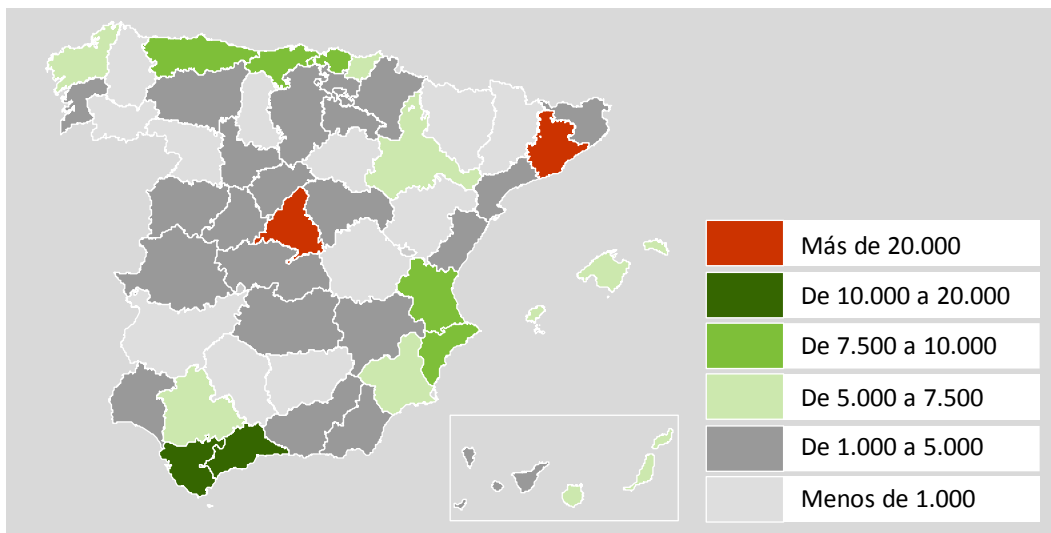
Fuente: Real Federación Española de Golf



Madrid es la comunidad autónoma con mayor número de jugadores de golf (84.843 licencias), seguida por Andalucía (45.084), Cataluña (32.041), la Comunidad Valenciana (19.669), País Vasco (18.456), Castilla y León (15.118) y Galicia (10.776).

## Licencias amateur por provincias (2015). España

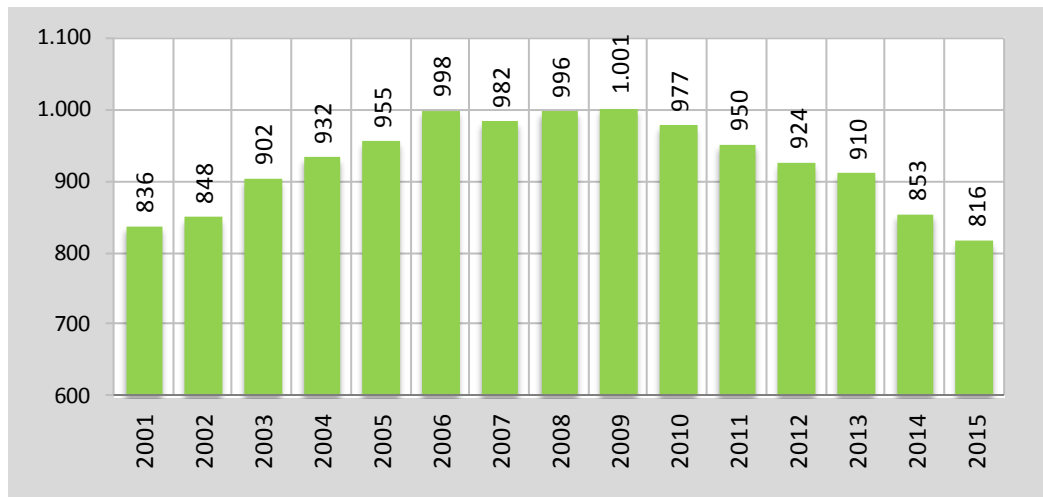
Fuente: Real Federación Española de Golf



La relación entre el número de licencias, el número de campos y la población de un territorio proporciona información sobre su carácter emisor o receptor de jugadores de golf y su potencial de crecimiento.

## Evolución del ratio licencias/campos en España (número de licencias por cada campo de golf)

Fuente: Real Federación Española de Golf

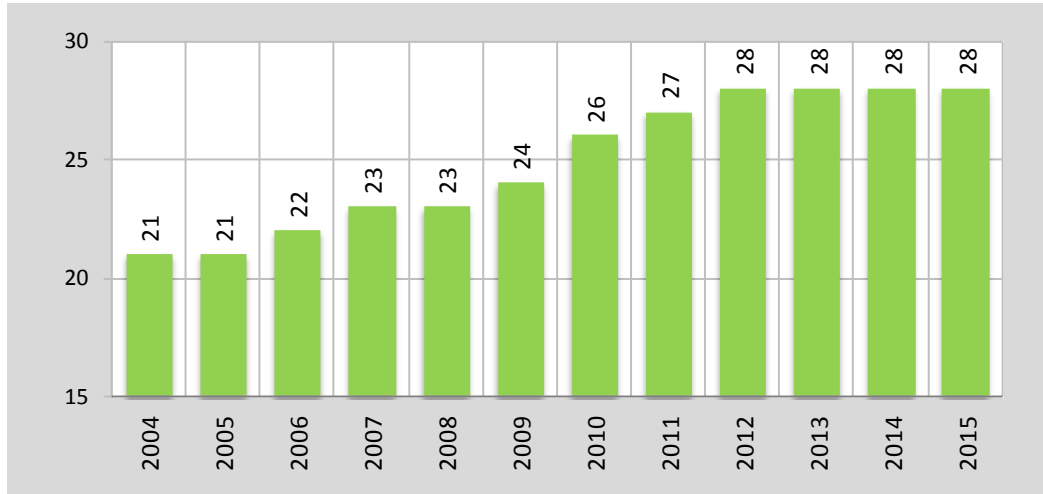


España es el sexto país de Europa con mayor número de licencias federativas y su oferta de campos de golf representa el 5% de la oferta europea. La ratio de jugadores federados respecto a la población es del 0,6%, algo inferior a la media europea (0,7%), aunque muy por debajo de las grandes potencias del golf como Islandia, Suecia o Irlanda. Por el contrario, el número de jugadores por campo asciende a 816, uno de los niveles más altos entre los países europeos. Esta ratio todavía sería superior si a los federados residentes en España se sumaran los jugadores residentes en otros países.

Atendiendo al número de campos de golf, la Comunidad Valenciana ocupa el cuarto lugar en el ranking nacional, con una oferta de 29 campos, el 7,7% del total de España. La oferta regional se compone de 19 campos de 18 hoyos, los más numerosos, ya que representan dos terceras partes del total), 7 campos de 9 hoyos, 2 campos de 27 hoyos y 1 campo de 36 hoyos. La oferta de campos en la región se completa con 5 campos de Pitch and Putt, 1 campo rústico y un campo de Par 3.

## Evolución del número de campos de golf en la Comunidad Valenciana

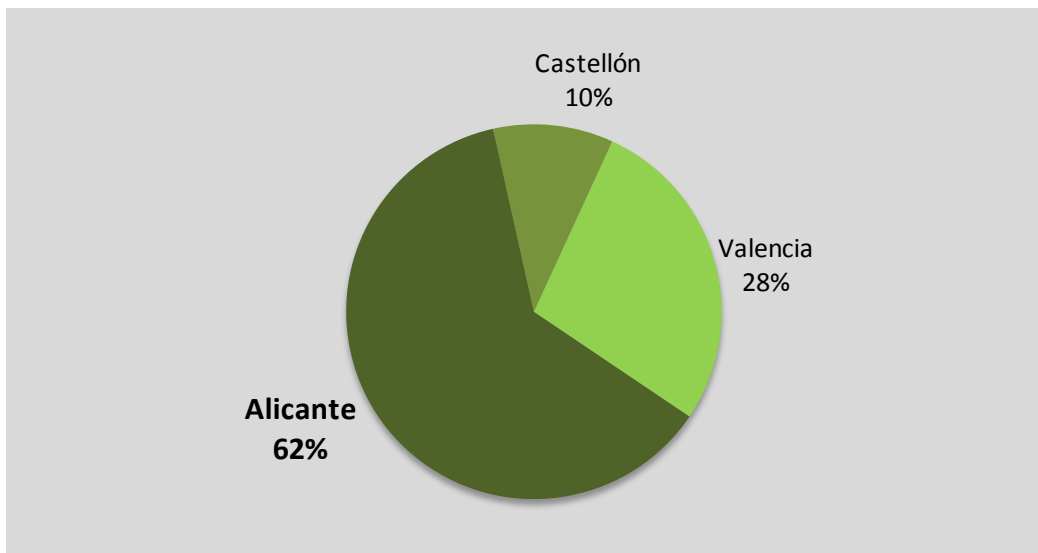
Fuente: Real Federación Española de Golf (no incluye: Par-3, Rústico, Pitch&Putt)



La distribución de los campos entre las tres provincias de la Comunidad Valenciana no es equilibrada. La provincia de Alicante, con 18 campos concentra el 62%, del total, Valencia aglutina el 28% (8 campos), y el 10% restante (3 campos) se localiza en la provincia de Castellón.

## Campos de golf por provincias (2015)

Fuente: Agència Valenciana del Turisme (no incluye Par-3, Pitch&Putt)



En la provincia de Alicante, se localizan 12 de los 19 campos de 18 hoyos de la Comunidad, así como 4 campos de 9 hoyos, 1 campo de 27 hoyos y 1 campo de 36 hoyos.

La comarca de la Vega Baja es la que concentra el mayor número de campos (8 campos, 7 de ellos de 18 hoyos y un campo de 9 hoyos), l'Alacantí ofrece 3 campos de 18 hoyos, en la Marina Alta la oferta la componen 2 campos de 9 hoyos y uno de 27 hoyos, la Marina Baixa ofrece 1 campo de 9 hoyos en Altea y 1 campo de 36 hoyos en Benidorm, el único que existe en la Comunidad Valenciana, y en el Medio Vinalopó se localizan dos campos de 18 hoyos.

### Campos de golf. Provincia de Alicante

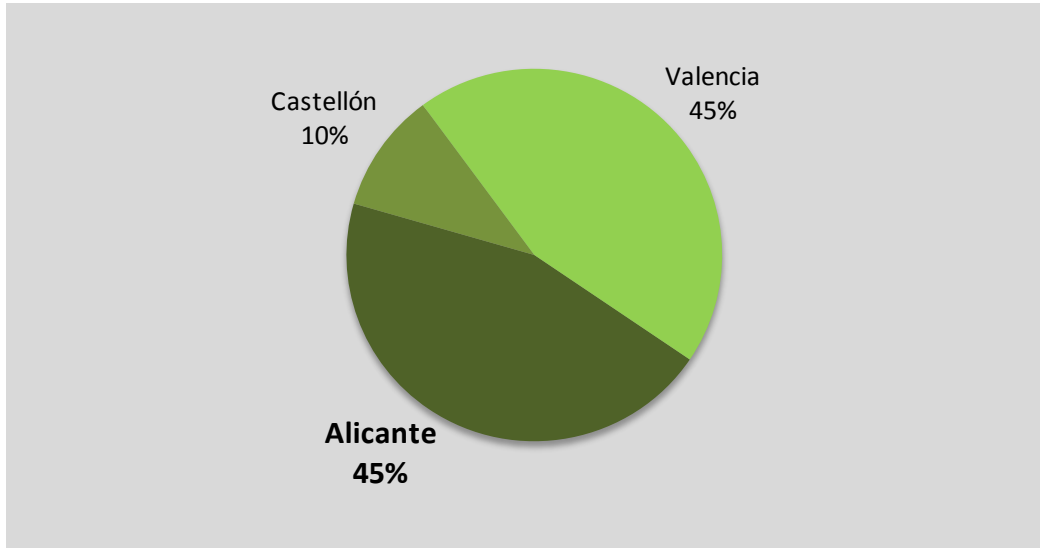
Fuente: Agència Valenciana del Turisme y elaboración propia



La Comunidad Valenciana es la cuarta autonomía de España con mayor número de federados, el 7% del total nacional (19.669 licencias). Las provincias de Alicante (8.911 licencias) y Valencia (8.740 licencias), concentran el 90% de los jugadores de la región.

## Licencias amateur por provincias (1 de enero de 2015)

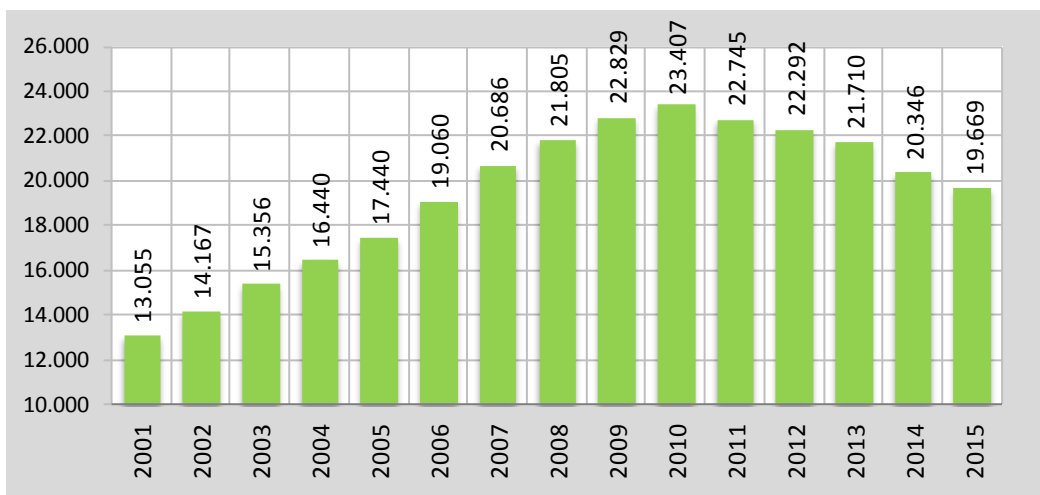
Fuente: Real Federación Española de Golf



La evolución seguida por el número de licencias en la Comunidad Valenciana no difiere de la tendencia observada en el ámbito nacional. El número de licencias federativas ha ido incrementándose año tras año, alcanzando en el año 2010 la cifra de 23.407 licencias, el máximo de la serie histórica. A partir de ese año, y hasta 2015, el número de federados registra un descenso medio anual del 3,4%, al igual que en el conjunto de España.

## Evolución del número de licencias amateur en la Comunidad Valenciana

Fuente: Real Federación Española de Golf

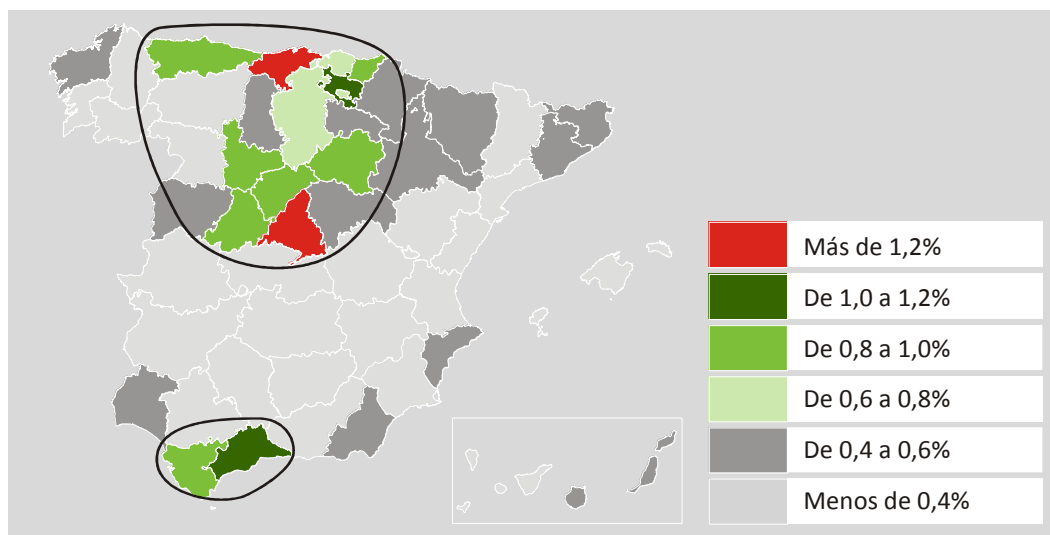




Por comunidades autónomas, la proporción de jugadores federados respecto a la población alcanza los valores más altos en Cantabria (1,3%), Madrid (1,3%), País Vasco (0,9%) y Asturias (0,9%), lo que indica que en estas comunidades la afición por la práctica del golf supera la media nacional. A continuación se sitúan las comunidades de Castilla-León (0,6%), Baleares (0,6%), La Rioja (0,6%), Andalucía (0,5%), Aragón (5%) y Navarra (0,5%). En la Comunidad Valenciana, el número de federados representa el 0,4% de la población, un valor similar al que se obtiene en las comunidades de Cataluña, Murcia, Galicia o Canarias.

### Ratio nº de licencias por población (2015). España

Fuente: Real Federación Española de Golf



En la Comunidad Valenciana, es la provincia de Alicante la que alcanza la mayor proporción entre jugadores locales y población (0,5%), mientras que en Valencia y en Castellón la ratio alcanza un valor del 0,3%, lo que muestra que la afición por este deporte es menor.



# 5 LOS JUGADORES DE GOLF

Al objeto de determinar el perfil de los jugadores de golf en la provincia de Alicante, se describen previamente las características de la demanda turística nacional y extranjera que visita España, la Comunidad Valenciana y la provincia de Alicante, así como los principales rasgos socioeconómicos de los residentes en el entorno de los campos de golf objeto de estudio.

## 5.1 PERFILES

Este apartado se ha realizado a partir de la información proporcionada por la Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR), la Estadística de Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) y otras estadísticas procedentes de fuentes oficiales, así como la procedente de las encuestas realizadas a los campos de golf.

### 5.1.1 PEFIL DEL TURISTA/EXCURSIONISTA

#### DEMANDA EXTRANJERA · ESPAÑA.....

Las principales comunidades autónomas receptoras del turismo internacional son Cataluña (25,9%), Canarias (17,7%), Baleares (17,5%), Andalucía (13,1%), Comunidad Valenciana (9,6%) y Comunidad de Madrid (7%). Estas seis comunidades concentran conjuntamente el 91% del flujo turístico internacional.

Desde la perspectiva del gasto, el 92% del total se origina en las seis comunidades mencionadas. Cataluña (24%), Canarias (19,7%), Baleares (16,5%) y Andalucía (14,8%) lideran el ranking nacional.

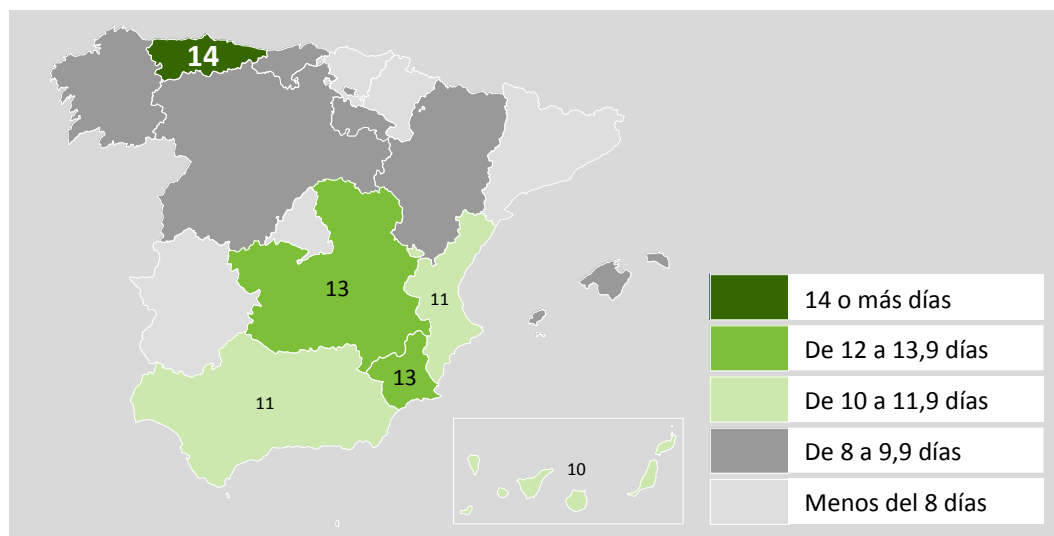
Tomando como referencia el año 2014, el gasto turístico ocasionado por el turismo extranjero ascendió a 63 mil millones de euros. El gasto medio por turista se situó en 971 euros y el gasto medio diario en 110 euros. El gasto medio diario alcanza su valor más alto en la Comunidad de Madrid (168



euros), mientras que son las comunidades de Asturias y Castilla la Mancha, las que alcanzan el gasto medio por persona más elevado (1.330 euros y 1.262 euros, respectivamente), lo que se explica por una estancia media más elevada (14 y 13 días, respectivamente).

### Estancia media por CC.AA. de destino (días)

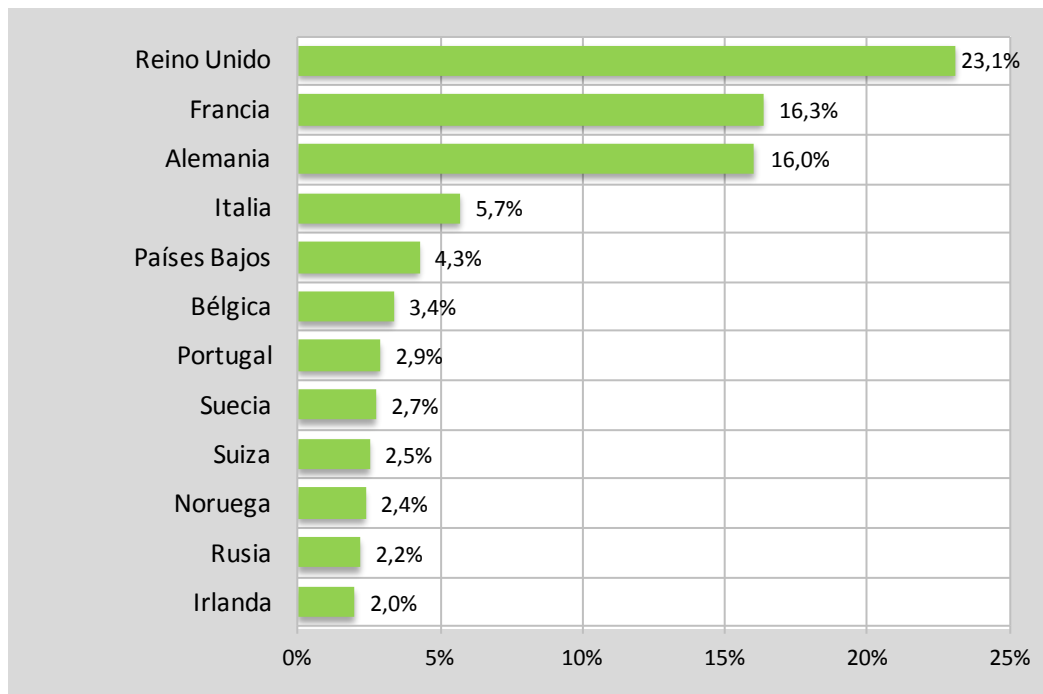
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



La estancia media es de 9 días, situándose por encima de la media las comunidades de Asturias (14 días), Murcia (13 días), Castilla La Mancha (13 días), Andalucía (11 días), Comunidad Valenciana (11 días) y Canarias (10 días). Las comunidades donde la estancia media es más baja son País Vasco (5 días) y Navarra (6 días).

## Principales mercados emisores (% s/total)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

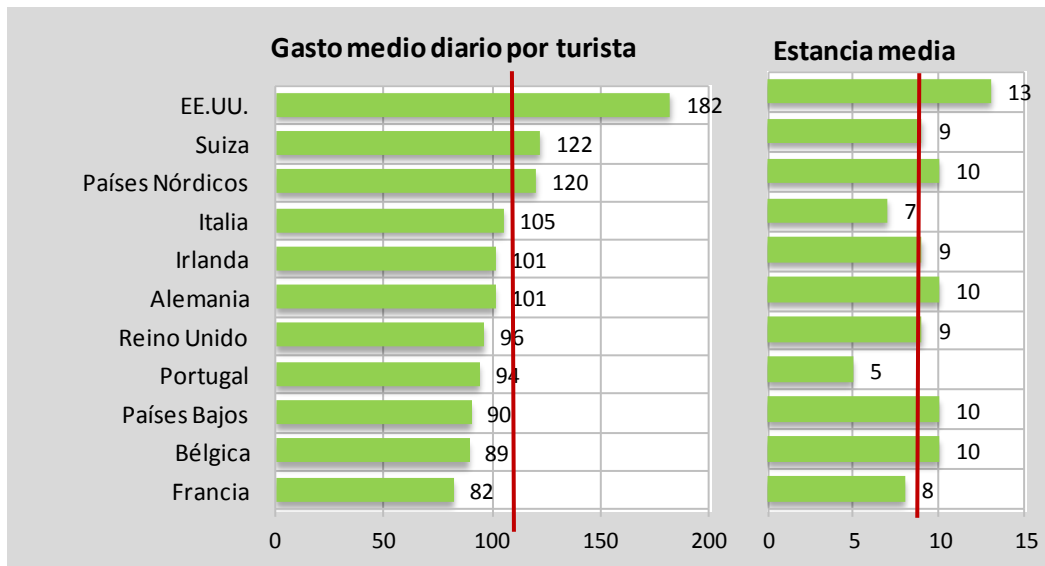


Reino Unido es el principal mercado emisor de turistas hacia España, con una cuota del 23%. Le siguen los mercados francés (16,3%), alemán (16,1%), italiano (5,7%) y holandés (4,3%). Estos cinco mercados representan conjuntamente el 65% del flujo turístico internacional.

Desde la perspectiva del gasto, Reino Unido, Alemania y Francia, concentran el 46,5% del gasto total. Cabe destacar también por su participación en el gasto total, los Países Nórdicos (9,2%), Estados Unidos (4,5%) e Italia (4,3%).

## Gasto medio diario por turista (€)/estancia media (días). Principales mercados emisores

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



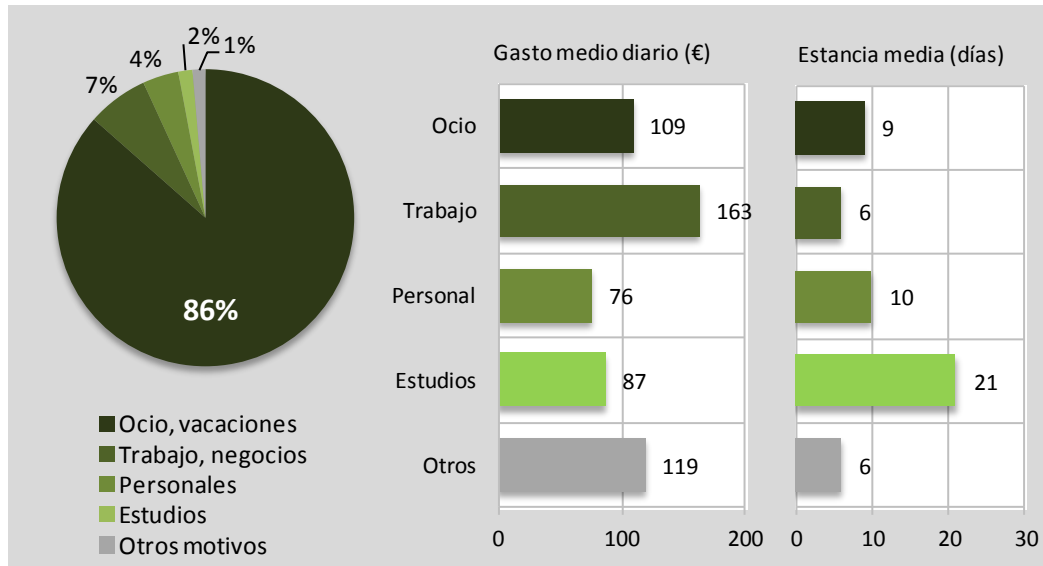
En términos de gasto medio diario, los valores más elevados se obtienen en Estados Unidos (182 euros), Suiza (122 euros) y Países Nórdicos (120 euros), mercados en los que el gasto medio por turista alcanza igualmente los valores más altos (2.338 euros, 1.054 euros y 1.152 euros, respectivamente).

Los mercados emisores que presentan la estancia media más elevada, son Estados Unidos (13 días), Países Nórdicos (10 días), Alemania (10 días), Francia (10 días) y Bélgica (10 días).



## Motivo del viaje (% s/total). Gasto medio diario por turista (€)/estancia media (días)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



El turismo receptor en España es típicamente vacacional. De hecho, el 86,5% de los turistas extranjeros que visitan España, lo hacen por ocio, recreo y vacaciones. El motivo trabajo, negocios y la asistencia a ferias y congresos tan sólo supone el 6,6% del total. Los motivos personales, que incluyen la visita a familiares, la salud y las compras, representan algo menos del 4%, los viajes motivados por estudios suponen el 1,5% y los ocasionados por otros motivos, como los religiosos, un 1,4%.

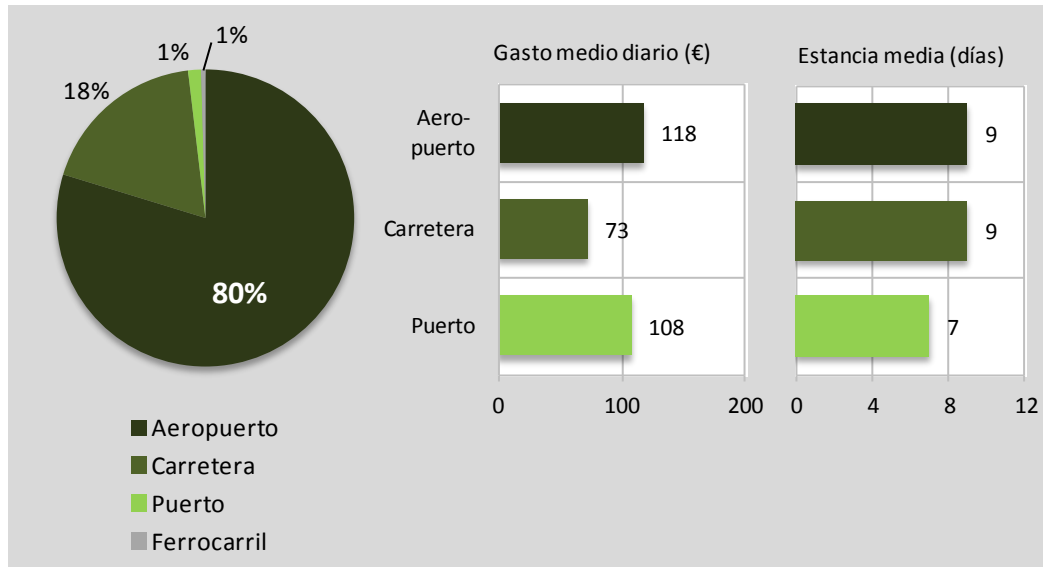
Por lo que respecta al gasto turístico, los turistas que viajan por ocio, recreo y vacaciones desembolsan el 86% del gasto total. Los viajes por trabajo y negocios concentran el 6,8%, y los realizados por motivos personales suponen el 3% del gasto total, un peso muy similar al que alcanzan los viajes por motivo de estudios.

El gasto medio diario más elevado corresponde al motivo trabajo/negocios (163 euros), viajes que se caracterizan por estancias medias más cortas que el resto (6 días). Le siguen los viajes por ocio, recreo y vacaciones (109 euros), los viajes de estudios (87 euros) y los viajes por motivos personales (76 euros). El gasto medio por persona alcanza su valor más elevado en los

viajes de estudios (1.863 euros), a pesar de que el gasto medio diario es inferior a la media del conjunto de los viajes, debido a la mayor duración de la estancia media (21 días).

### Vía de acceso (% s/total). Gasto medio diario por turista (€)/estancia media (días)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

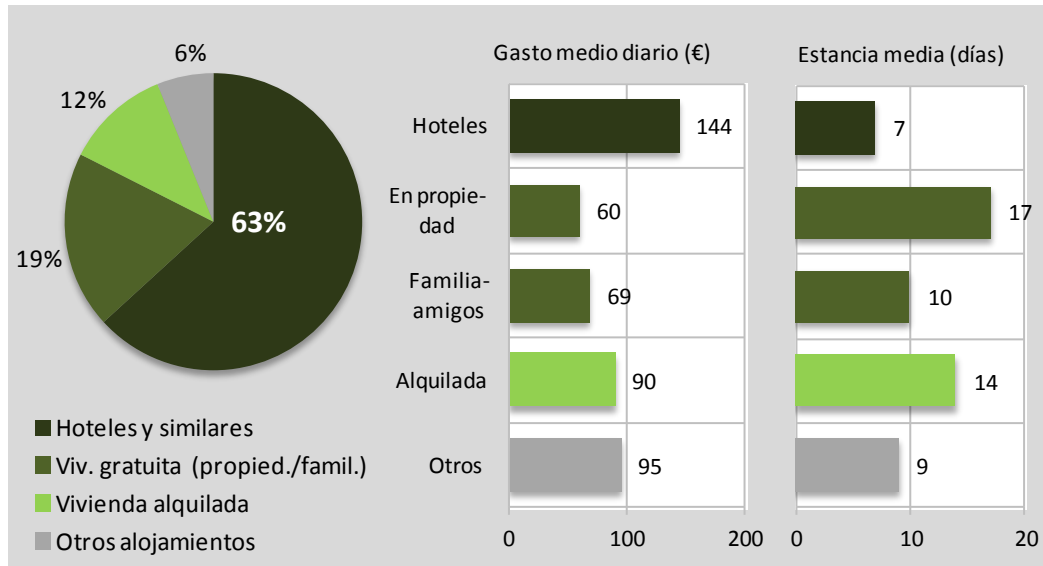


El aeropuerto concentra cerca del 80% de las llegadas de turistas extranjeros a España. La segunda vía de acceso más importante es la carretera con el 18,4% de los turistas. El puerto y el ferrocarril son menos utilizados por el turismo internacional en sus desplazamientos, representando, respectivamente el 1,4% y el 0,5% del flujo turístico.

En términos de gasto turístico, el peso del aeropuerto se eleva al 86%, ya que tanto el gasto medio por persona (1.051 euros) como el gasto medio diario (118 euros) son más elevados que en las restantes vías de acceso. Por el contrario, la carretera tan sólo representa el 12% del gasto total, lo que se explica porque tanto el gasto medio diario (73 euros) como el gasto medio por persona (638) se sitúan por debajo de la media del conjunto de viajes.

## Tipo de alojamiento (% s/total). Gasto medio diario por turista (€)/estancia media (días)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

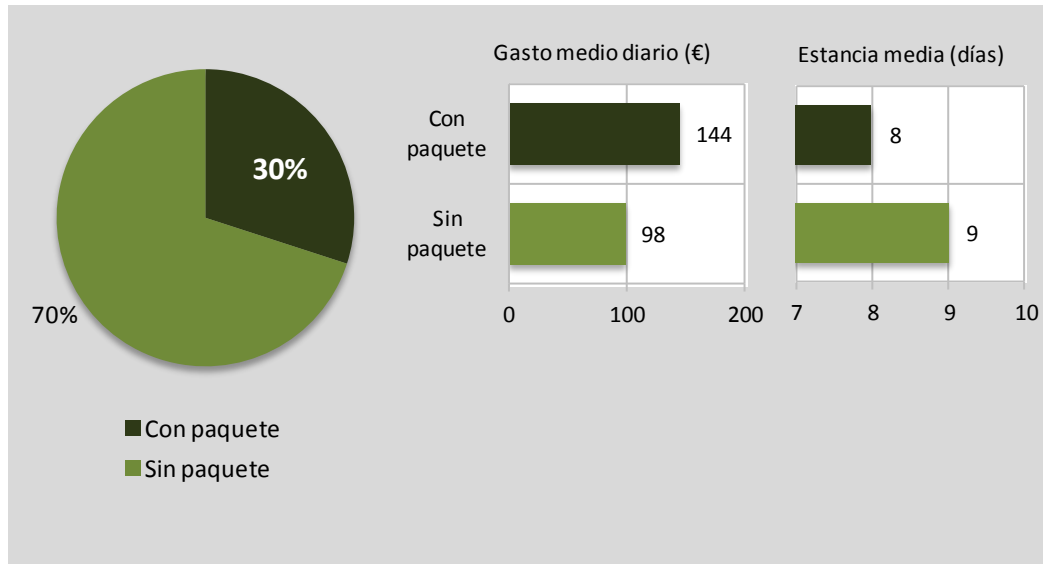


El alojamiento hotelero es mayoritario entre los turistas extranjeros que visitan España, ya que concentra el 63% del total. En el alojamiento no hotelero, es la vivienda gratuita, propia o de familiares o amigos, la que obtiene la mayor cuota de participación (19%), seguido de la vivienda alquilada (11,4%) y otros alojamientos (6,1%).

En cuanto al gasto turístico asociado a las distintas modalidades de alojamiento, la mayor proporción (64%) corresponde a los establecimientos hoteleros, que conllevan un mayor gasto medio diario (144 euros) y un mayor gasto medio por persona (979 euros), así como una estancia media más corta (7 días). Los alojamientos no hoteleros concentran el 36% del gasto total, correspondiendo el mayor porcentaje de gasto al alojamiento en alquiler y en vivienda de familiares y amigos. El gasto medio diario en este tipo de alojamientos es de 77 euros y alcanza su nivel más bajo en la vivienda en propiedad, modalidad en la que la estancia media se alarga hasta los 17 días.

## Organización del viaje (% s/total). Gasto medio diario por turista (€)/estancia media (días)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



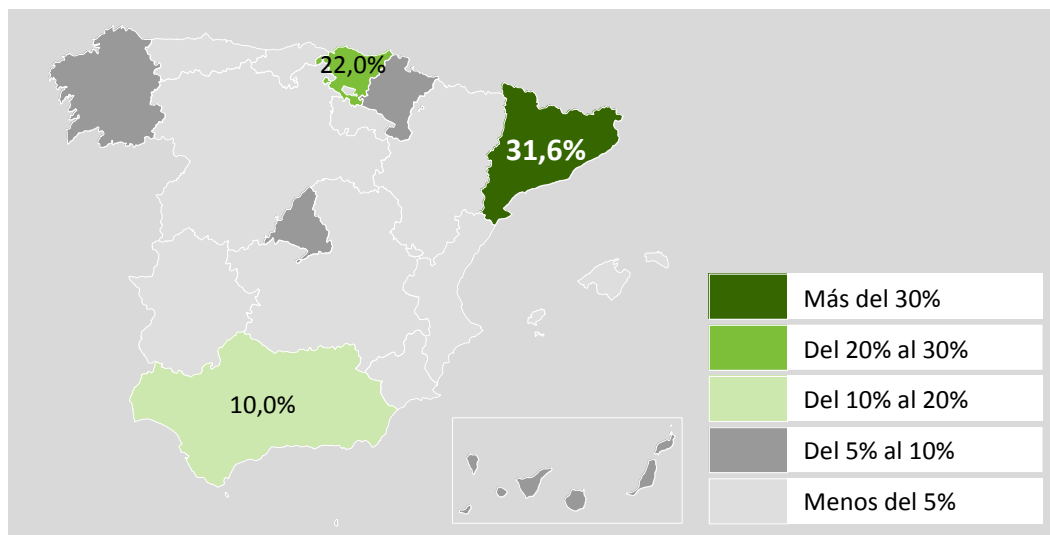
El 70,2% de los turistas extranjeros que viajan a España lo hacen sin contratar previamente un paquete turístico, modalidad de viaje que ha ido ganando peso en detrimento del paquete turístico, utilizado por algo menos del 30% de los turistas.

En términos de gasto, los viajes sin paquete turístico representan el 67% del total. El gasto medio diario, y el gasto medio por persona (144 euros y 1.143 euros, respectivamente) son más elevados en los viajes con paquete turístico, modalidad que concentra el 33% del gasto total.

Atendiendo al lugar de realización del gasto el 46% corresponde al gasto en origen y el 54% al gasto en destino.

## Excursionistas por CC.AA. de destino (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



En 2014 España recibió 42,6 millones de excursionistas, visitantes que no realizaron ninguna pernoctación en destino. Este colectivo, que representa cerca del 40% de las llegadas, desembolsó 6.583 millones de euros, el 9,4% del gasto total realizado por los visitantes extranjeros en España. La menor importancia relativa de los excursionistas, en términos de gasto, se explica porque el gasto medio por persona es menor que el de los turistas (154 euros frente a 971 euros).

Cataluña (31,6%), País Vasco (22%), Andalucía (10%), Galicia (9,8%) y Madrid (8%) fueron los principales destinos de los excursionistas, concentrando el 81% de las entradas de este tipo de visitantes.

El 78,8% de los excursionistas accedió a su destino por carretera. Las llegadas por vía marítima concentraron el 10,8% del total, y las llegadas por vía aérea el 10,8%, mientras que un 0,1% optó por el tren como medio de transporte.

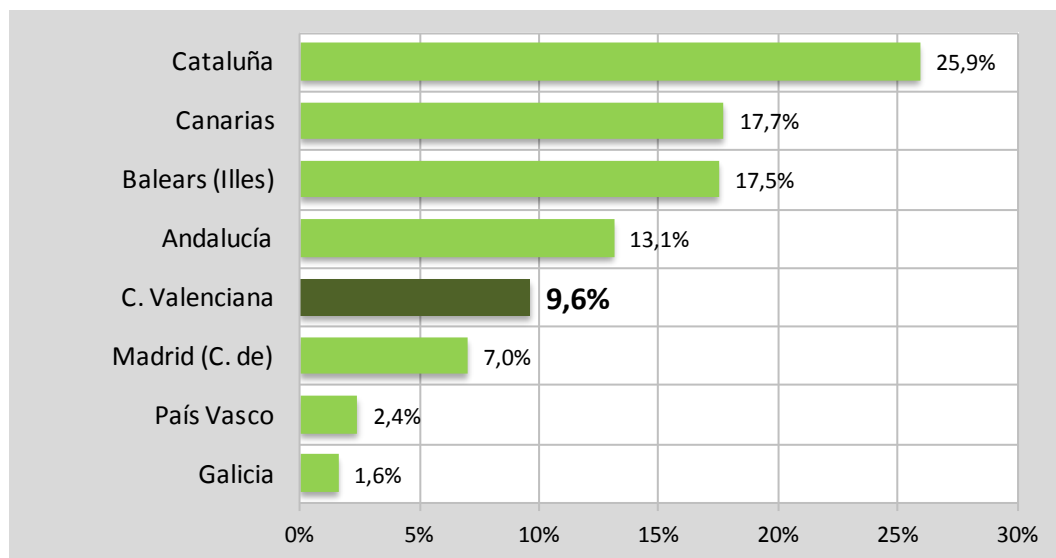
La carretera fue la vía de acceso utilizada por la mayoría de los excursionistas con destino en Cataluña (87,5%), País Vasco (99%), Galicia (90,5%), Navarra (100%), Extremadura (100%) y Castilla y León (99,9%). El barco fue la opción elegida en las excursiones a los dos archipiélagos, Comunidad Valenciana

(98%) y Murcia (100%). La mayoría de los excursionistas que visitaron la Comunidad de Madrid lo hicieron en avión. En las excursiones a Andalucía, el 52,8% de las llegadas se producen por carretera y el 44% por vía marítima

## DEMANDA EXTRANJERA - COMUNIDAD VALENCIANA

### Principales CC.AA. de destino (% s/total)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

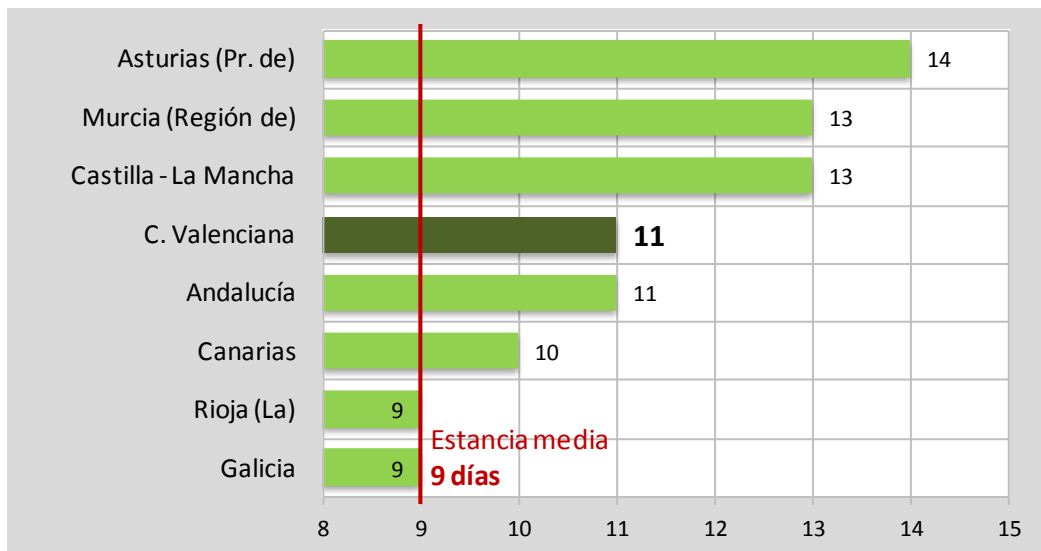


La Comunidad Valenciana es el quinto destino nacional más visitado por el turismo internacional (cuota del 9,6%), por detrás de Cataluña (25,9%), Canarias (17,7%), Baleares (17,5%) y Andalucía (13,1%).



## Estancia media por destino. Principales CC.AA. (días)

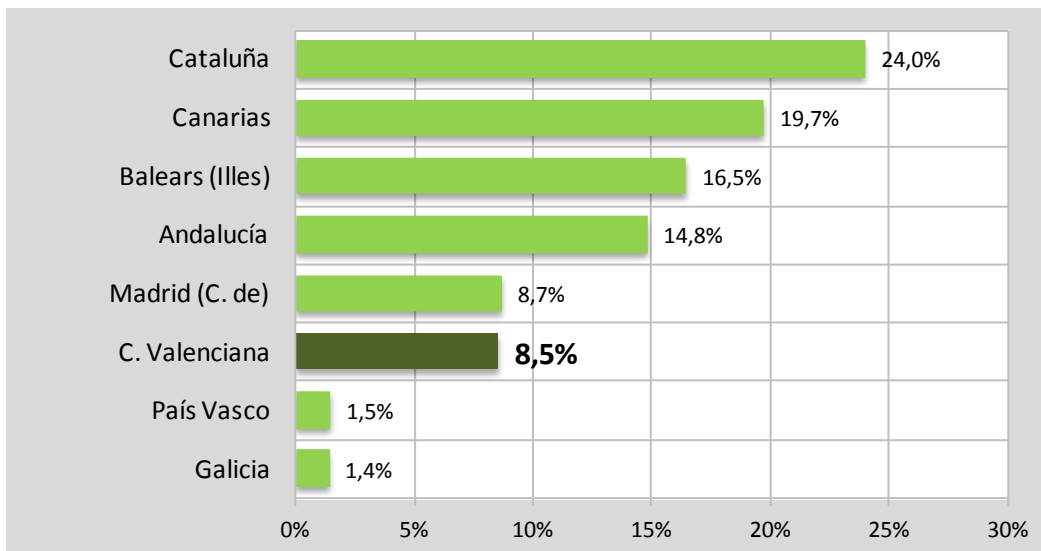
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



La estancia media es de 11 días, por encima de la media nacional (9 días) y junto con Andalucía la más alta entre las principales comunidades receptoras de turistas extranjeros.

## Distribución del gasto total por CC.AA. de destino (% s/total)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

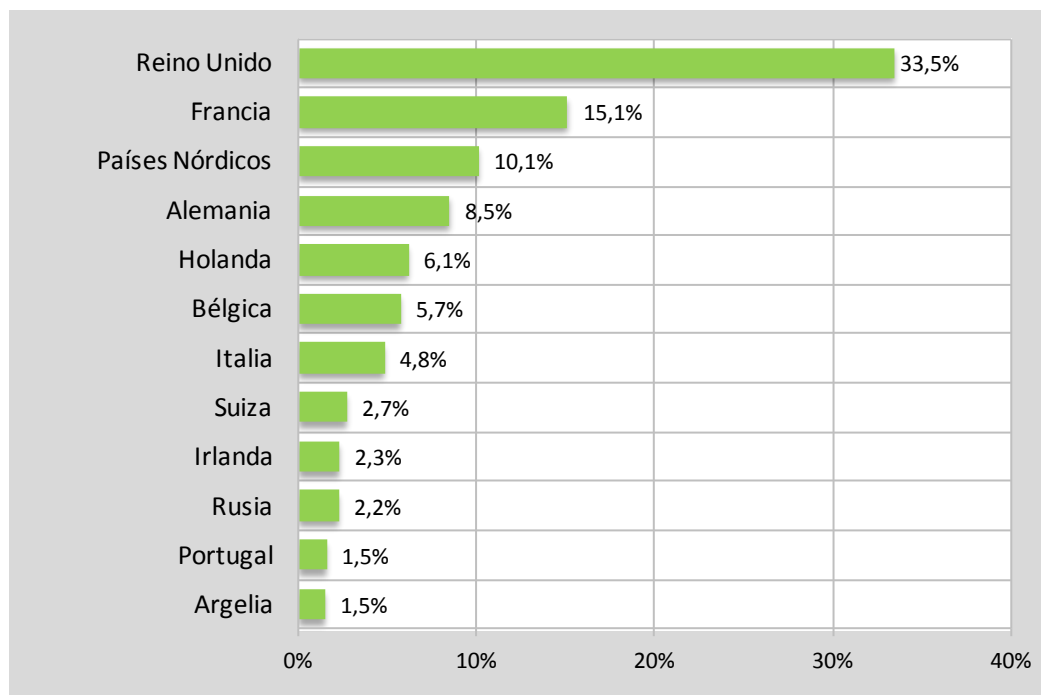


El gasto turístico ocasionado por el turismo extranjero asciende en 2014 a 5.388 millones de euros. En el ranking de gasto, la Comunidad Valenciana

ocupa la sexta posición por detrás de Cataluña, Canarias, Baleares, Andalucía y Madrid. El gasto medio por turista se estima en 864 euros y el gasto medio diario en 78,5 euros, ambos por debajo de la media del conjunto de destinos turísticos españoles (971 euros y 110 euros, respectivamente).

### Principales mercados emisores. Comunidad Valenciana (% s/total)

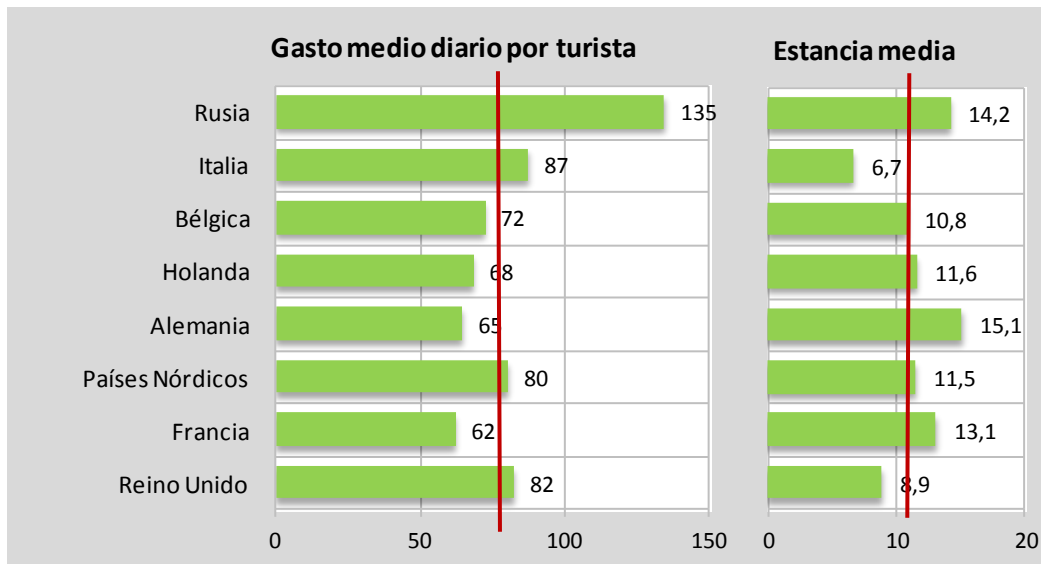
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



Reino Unido es el principal mercado de origen, con una cuota del 33,5%. A continuación se sitúan los mercados francés (15%), nórdico (10,1%), alemán (8,5%), holandés (6,1%), belga (5,7%) e italiano (4,8%).

## Gasto medio diario por turista (€)/estancia media (días). Principales mercados emisores. Comunidad Valenciana

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



Desde la perspectiva del gasto, destaca en primer lugar Reino Unido, con el 28,5% del total. El mercado nórdico, con el 14,2% se sitúa en segundo lugar, seguido de los mercados francés (10,8%), alemán (9,5%), holandés (5,6%), belga (5,1%) y ruso (4,9%).

El turista ruso es el que realiza el gasto medio más elevado, tanto por persona (1.910 euros), como diario (134,5 euros) siendo también uno de los mercados con la estancia media más larga (14,2 días).

El mercado alemán es el segundo más importante en términos de gasto medio por turista (976 euros), aunque su gasto medio diario (64,5 euros) es inferior a la media.

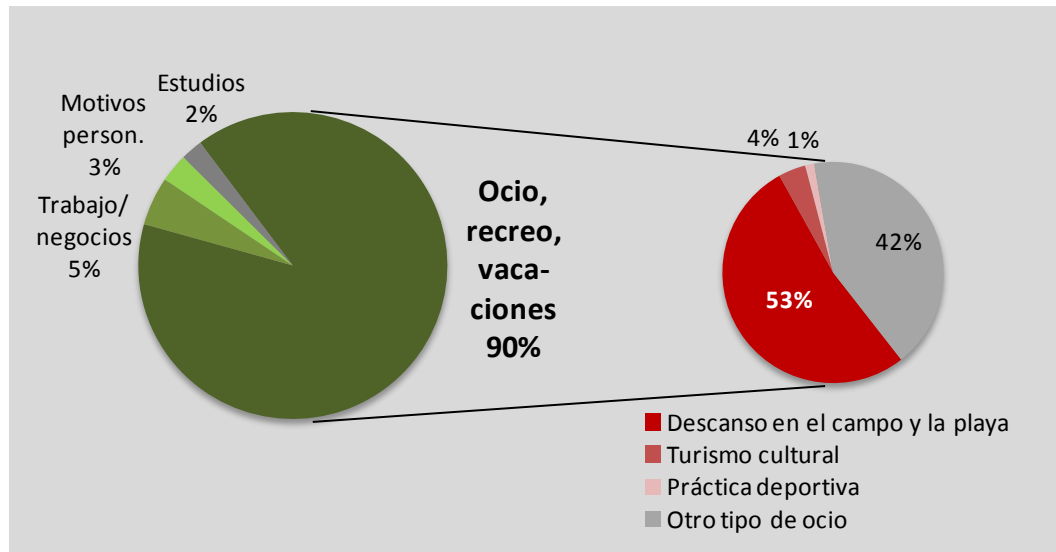
Los turistas suizos y nórdicos también destacan por su mayor gasto medio por persona (942 euros y 925 euros, respectivamente).

En términos de gasto medio diario, los valores más elevados, al margen del mercado ruso, corresponden al turismo italiano (87,4 euros), británico (82,4 euros) y nórdico (80,3 euros).

En cuanto a la estancia media, encabeza el ranking el turismo alemán (15,1 días), seguido de los mercados ruso (14,2 días), francés (13,1 días), holandés (11,6 días) y nórdico (11,5 días). En el extremo opuesto se sitúa el turismo italiano (6,7 días) y británico (8,9 días).

### Motivo del viaje. Comunidad Valenciana (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



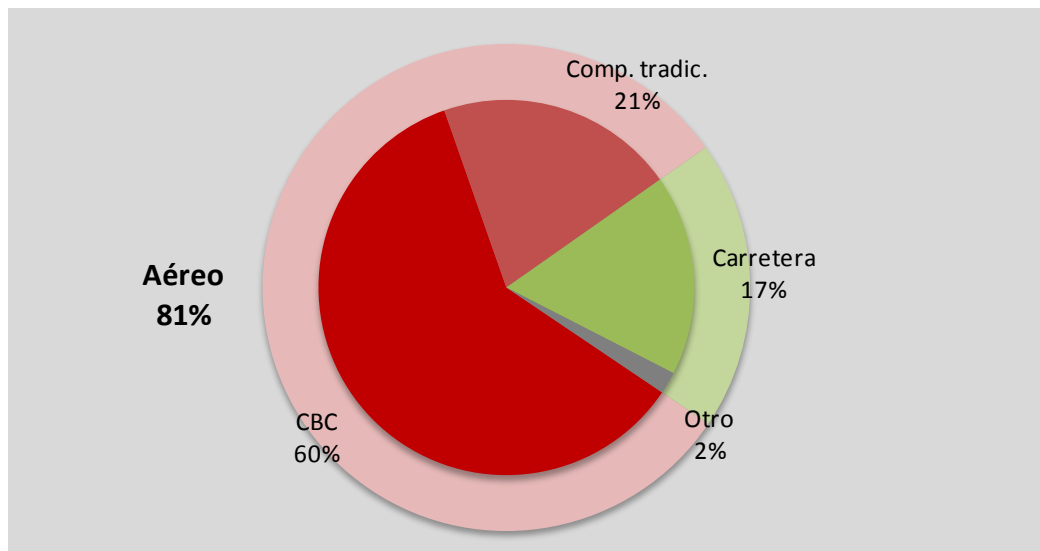
El ocio, recreo y vacaciones es el principal motivo de los viajes de los turistas extranjeros que visitan la Comunidad Valenciana (89,6%). Los viajes por motivo de trabajo y negocios, suponen el 5,1% del total, los motivos personales representan el 3% y los viajes de estudios el 2,3%.

En los viajes realizados por ocio, recreo y vacaciones, el descanso en el campo y la playa supone el 52,5% del total, el turismo cultural representa el 4% de los viajes de ocio, la práctica deportiva el 1,3%, mientras que un 42% de los viajes están motivados por otro tipo de ocio.

Los turistas extranjeros que viajan por ocio, recreo y vacaciones, motivo mayoritario de los desplazamientos a la Comunidad Valenciana, realizan un gasto medio de 76,8 euros, que en el caso de los viajes por trabajo y negocios se eleva a 144,2 euros. En los viajes realizados por motivos personales el desembolso medio diario es de 74,3 euros y de 65,2 euros en los viajes por motivos de estudios.

## Vía de acceso. Comunidad Valenciana (%)

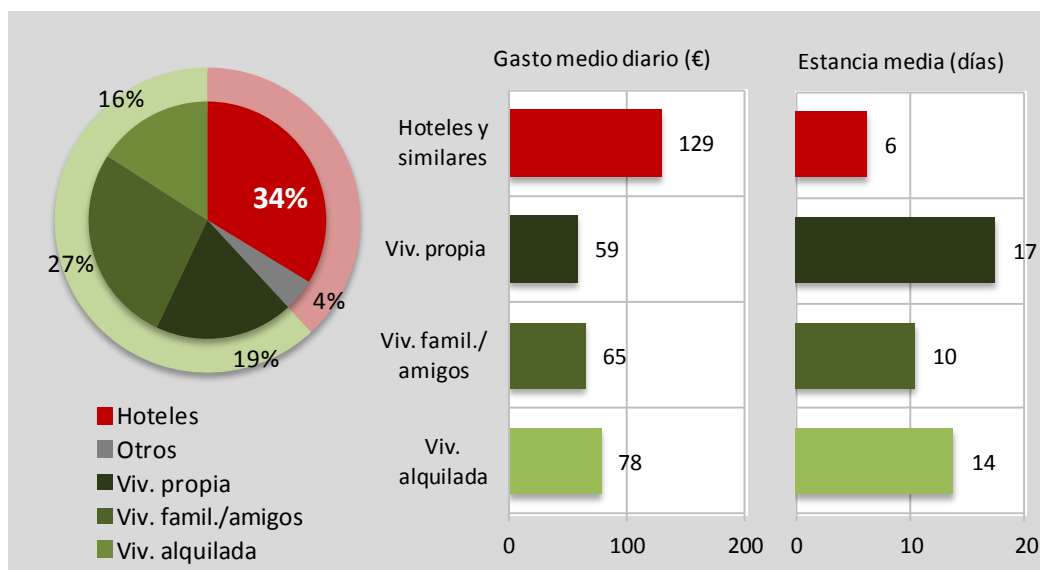
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



El 80,7% de los turistas que llegan a la Comunidad Valenciana lo hacen por vía aérea, frente a un 17,3% que se desplaza por carretera. El uso de compañías de bajo coste es mayoritario, representando el 60,2% frente al 20,6% de las compañías tradicionales.

## Tipo de alojamiento. (% s/total). Gasto medio diario por turista (€)/estancia media (días). Comunidad Valenciana

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



El 66% de los turistas que viajan a la Comunidad Valenciana opta por un alojamiento no hotelero, un porcentaje que supera ampliamente la media nacional (36,8%). Esta modalidad de alojamiento, en la que la estancia media es más elevada (13,4 días) concentra el 80,7% de las pernoctaciones.

El alojamiento hotelero, modalidad elegida por el 33,7% de los turistas, aglutina el 19,3% de las pernoctaciones.

Los turistas que se alojan en establecimientos hoteleros realizan un mayor gasto diario (129 euros), que los que optan por un alojamiento extrahotelero (67 euros), aunque su estancia media es menor (6,2 días frente a 13,4 días, respectivamente). En consecuencia el gasto medio por turista asciende a 805 euros en el primer caso, frente a 895 euros en el segundo.

El 62% de los turistas extranjeros con destino en la Comunidad Valenciana opta por un alojamiento privado (vivienda propia, alquilada o de familiares y amigos), modalidad de alojamiento que concentra el 75,5% de las pernoctaciones y el 63,3% del gasto.

El 19% de los turistas que viajan a la Comunidad Valenciana se alojan en vivienda propia, permaneciendo una media de 17,4 días y realizando un gasto medio diario de 58,7 euros. El gasto medio por viaje en esta modalidad de alojamiento se estima en 1.021,3 euros y el gasto total en 1.203 millones de euros. Las pernoctaciones realizadas en esta modalidad de alojamiento suponen el 30% de las realizadas por extranjeros en este destino.

La vivienda de familiares y amigos es la modalidad elegida por el 27% de los turistas que llegan a la Comunidad Valenciana, concentrando el 25,6% de las pernoctaciones y el 21,1% del gasto total (1.136 millones de euros). El gasto medio por turista es inferior a la media del conjunto de alojamientos privado (676,4 euros frente a 883,8), ya que tanto el gasto medio diario (65 euros) como la estancia media (10,4 días) son más bajos.

Un 16% de los extranjeros que se desplazan a la Comunidad Valenciana se alojan en vivienda alquilada, modalidad que concentra el 20% de las pernoctaciones y del gasto turístico. El gasto medio diario, estimado en 78 euros, es el más elevado de todas las modalidades de alojamientos privados,

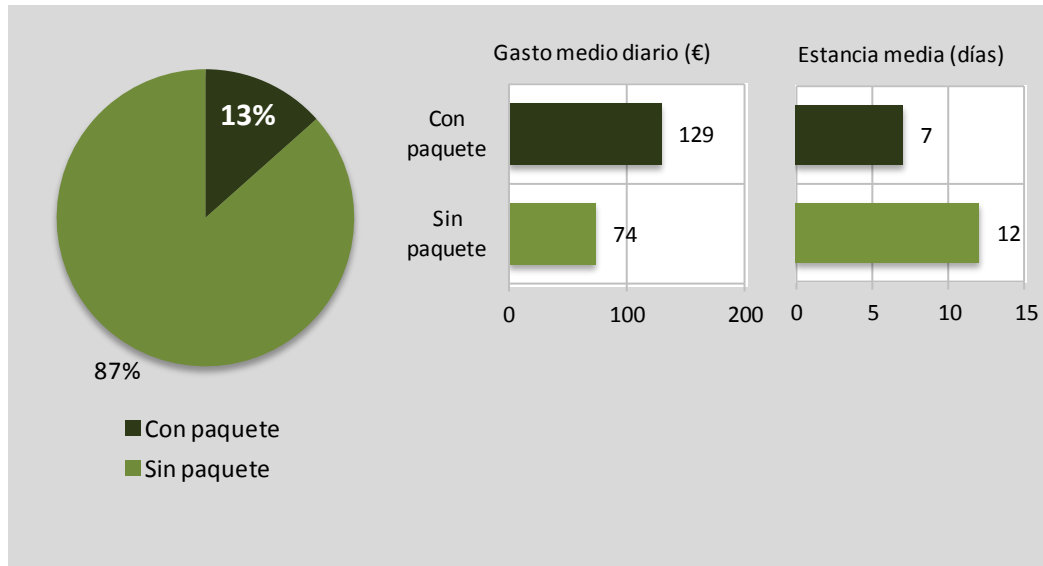




así como el gasto medio por turista (1.079 euros), mientras la estancia media se sitúa en 13,8 días.

### Organización del viaje. (% s/total). Gasto medio diario por turista (€)/estancia media (días). Comunidad Valenciana

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



El 87% de los turistas que visitan la Comunidad Valenciana, viajan sin paquete turístico, mientras que un 13% utiliza esta modalidad. La Comunidad Valenciana es la autonomía donde los turistas hacen menor uso del paquete turístico para organizar su viaje. En consecuencia, el porcentaje de gasto asociado a los viajes paquetizados (13%) es sustancialmente inferior a la media del conjunto de destinos turísticos españoles (33%).

La estancia media es de 11,6 días en los viajes sin paquete y de 7 días en los viajes en los que sí se optó por el paquete turístico para organizar el viaje.

En los viajes sin paquete turístico, el mayor porcentaje de gasto corresponde al transporte (33,7%) y al alojamiento (20%), seguido del gasto en excursiones (18,9%), restaurantes (17,4%) y comestibles (10%). En estos viajes, el gasto medio por turista es de 860 euros y el gasto medio diario asciende a 74 euros, valores inferiores a los asociados a los viajes con paquete turístico (897 euros y 129 euros, respectivamente).

El gasto medio en destino, estimado a partir del gasto en los viajes sin paquete turístico, excluyendo la partida de transporte, asciende a 579 euros, lo que equivale al 66% del gasto total.

Un 76,4% de los turistas extranjeros utilizan internet para planificar su viaje con destino en la Comunidad Valenciana. La mayoría lo emplea para realizar alguna consulta, el 97,8% para realizar la reserva y el 95% para realizar el pago.

### **Fidelidad al destino**

El 92% de los turistas con destino en la Comunidad Valenciana ya habían venido previamente, un porcentaje que supera la media nacional (79,6%).



## DEMANDA EXTRANJERA - PROVINCIA DE ALICANTE .....

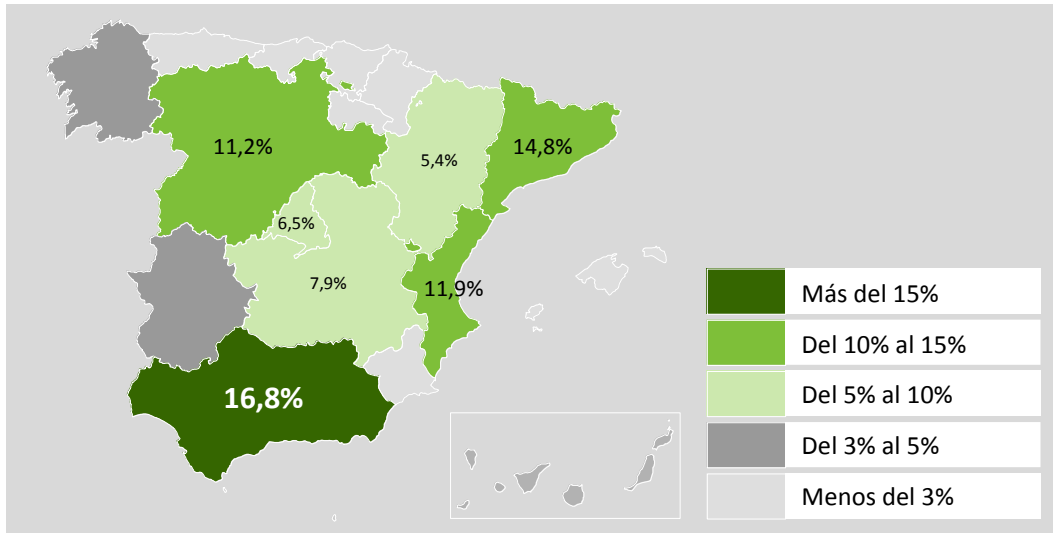
- ✓ El 72% del turismo extranjero que llega a la Comunidad Valenciana se dirige a la provincia de Alicante, donde se realiza el 73% de las pernoctaciones y el 72% del gasto turístico.
- ✓ 4,5 millones de turistas residentes en el extranjero y un total de 49,7 millones de pernoctaciones.
- ✓ Un gasto total estimado en 3.896 millones de euros. El gasto medio por turista se estima en 867,3 euros y el gasto medio diario en 78,4 euros.
- ✓ La estancia media es de 11,1 días, similar a la media de la Comunidad Valenciana y superior a la media nacional (9 días).
- ✓ El Reino Unido es el principal emisor de turistas hacia la provincia (47,4%), seguido por los Países Nórdicos (13%), Francia (10,2%) y Alemania (8,6%).
- ✓ Los turistas rusos son los que realizan un mayor gasto diario, estimado en 136,7 euros. Le siguen los británicos (82,5 euros) y los turistas procedentes de los Países Nórdicos (79,7 euros).
- ✓ Los turistas alemanes son los que permanecen más días en la provincia durante sus viajes (estancia media de 16,1 días). Les siguen los turistas rusos (14,8 días), franceses (13,6 días), holandeses (12,6 días) y nórdicos (11,5 días).
- ✓ El ocio, recreo y vacaciones es la motivación principal en el 94,7% de los viajes de turistas extranjeros a la provincia de Alicante. En el 52% de ellos, el disfrute del campo, y especialmente de la playa, es la razón principal del desplazamiento.
- ✓ El 85% de los turistas que viajan a la provincia no contrata paquete turístico
- ✓ El 68,8% de los turistas extranjeros que se desplazan a la provincia de Alicante se aloja en establecimientos no hoteleros, mientras que el alojamiento hotelero es la opción elegida por un 31,2%.
- ✓ El 78% de las pernoctaciones de extranjeros se producen en alojamientos privados: vivienda propia, alquilada o de familiares y amigos. La vivienda propia concentra el 33,7% de las pernoctaciones y la vivienda de familiares y amigos el 24,8%.
- ✓ El 88% de los turistas viaja en avión y un 10,5 accede por carretera.



## DEMANDA NACIONAL · ESPAÑA

### Viajes internos por CC.AA. de destino (% s/total)

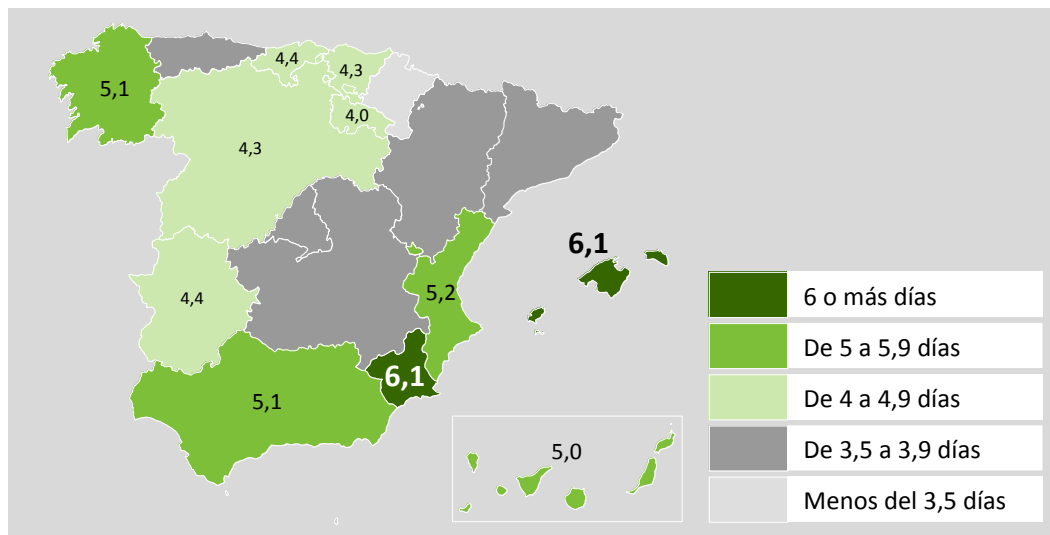
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



Las principales comunidades de destino de los viajes internos de los residentes en España son Andalucía (16,8%), Cataluña (14,8%), la Comunidad Valenciana (11,9%), y Castilla y León (11,2%). Estas cuatro comunidades concentran algo más de la mitad de los viajes realizados por los turistas nacionales dentro de España.

## Estancia media por destino interno (días)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



La estancia media se sitúa en 4,5 noches. Las comunidades que presentan la estancia media más elevada son Baleares y Murcia (6,1 noches), seguidas de la Comunidad Valenciana (5,2 noches), Andalucía y Galicia (ambas con 5,1 noches). En el extremo opuesto se sitúan las comunidades de Navarra (3,1 noches) y Madrid (3,6 noches).

Seis de cada diez viajes de los españoles tiene su origen en una de las siguientes comunidades: Madrid (19,5% del total), Cataluña (16,8%), Andalucía (13,6%) y Comunidad Valenciana (10,7%).

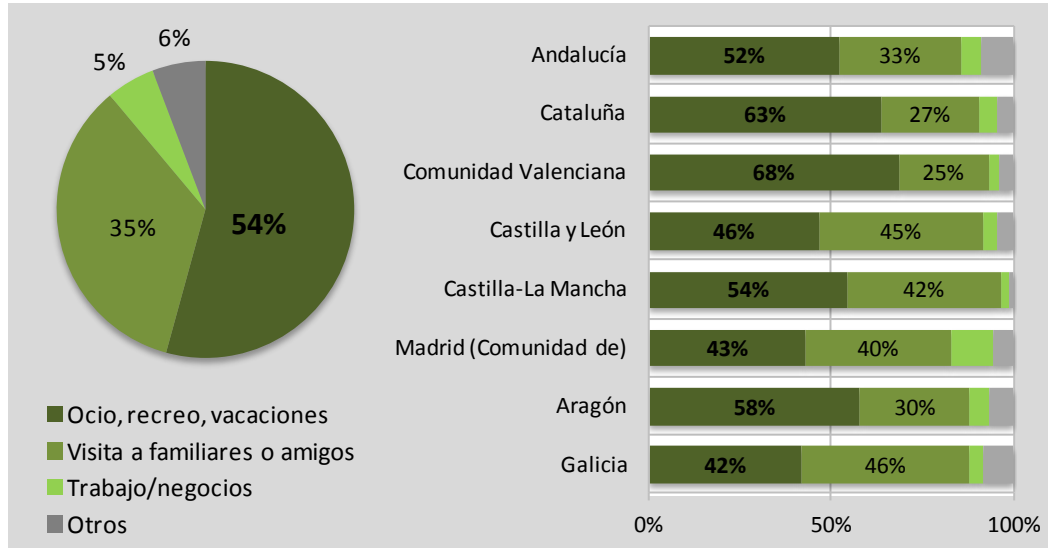
Los viajes interregionales, es decir, los realizados dentro de la propia comunidad emisora tienen un peso muy elevado. Canarias, Andalucía y Galicia son las comunidades en las que los viajes interregionales alcanzan la mayor participación (83,1%, 82,3% y 79%, respectivamente).

En el extremo opuesto se sitúan las comunidades de Ceuta y Melilla, Madrid y País Vasco, en los que la mayoría de los viajes se realiza fuera de la propia comunidad.

Para la mayoría de las comunidades de origen, a excepción de Madrid y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, su principal destino es la propia comunidad.

## Motivo del viaje. Principales CC.AA. (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



El ocio es el principal motivo de los viajes dentro de España, con un peso del 54% sobre el total de viajes internos de los residentes. Las visitas a familiares o amigos suponen el 35%, mientras que los viajes de trabajo y negocios representan un 5,3%. Los viajes por otros motivos: estudios, tratamientos de salud, motivos religiosos etc., concentran un 6% de los viajes.

Analizando el motivo del viaje por comunidad autónoma de destino se concluye que el ocio tiene mayor presencia en las comunidades con más peso del turismo, como la Comunidad Valenciana (68,2%), Baleares (65,2%), Cataluña (63,4%) y Cantabria (62,2%).

Extremadura (49%), Navarra (47,8%), Galicia (46%) y Castilla León (45%) son los destinos con mayor porcentaje de viajes para visitar a familiares y amigos.

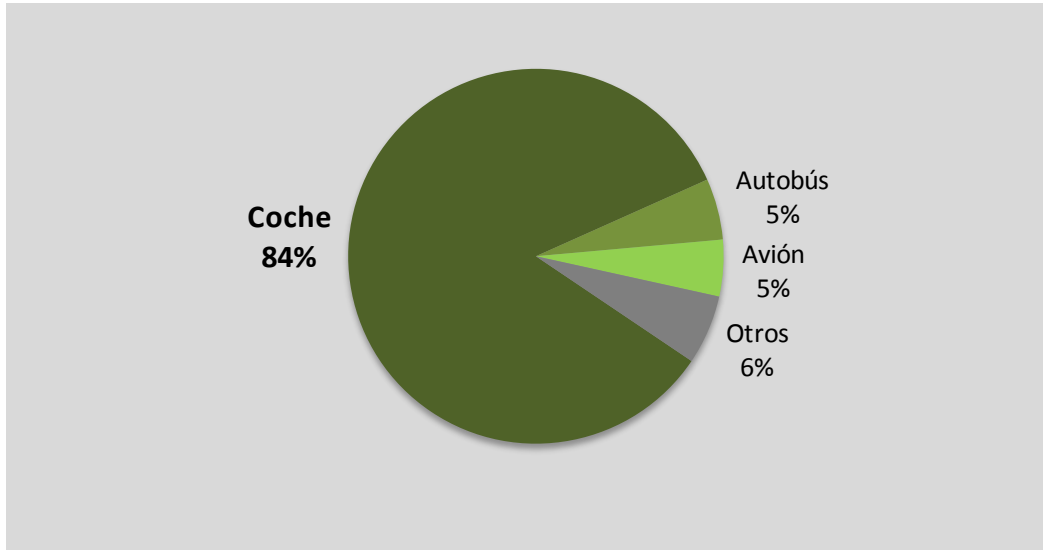
Los viajes por motivo de trabajo o negocio alcanzan un mayor peso en las comunidades de Canarias (13,4%), Madrid (11,8%), Murcia (8%), País Vasco (7,7%) y Baleares (7,5%).

En cuanto a los viajes por otros motivos (estudios, tratamientos de salud, motivos religiosos, etc.), destacan Andalucía (8,9%), Extremadura (8,7%), País Vasco (8,6%) y Galicia (8,5%).



### Medio de transporte (%)

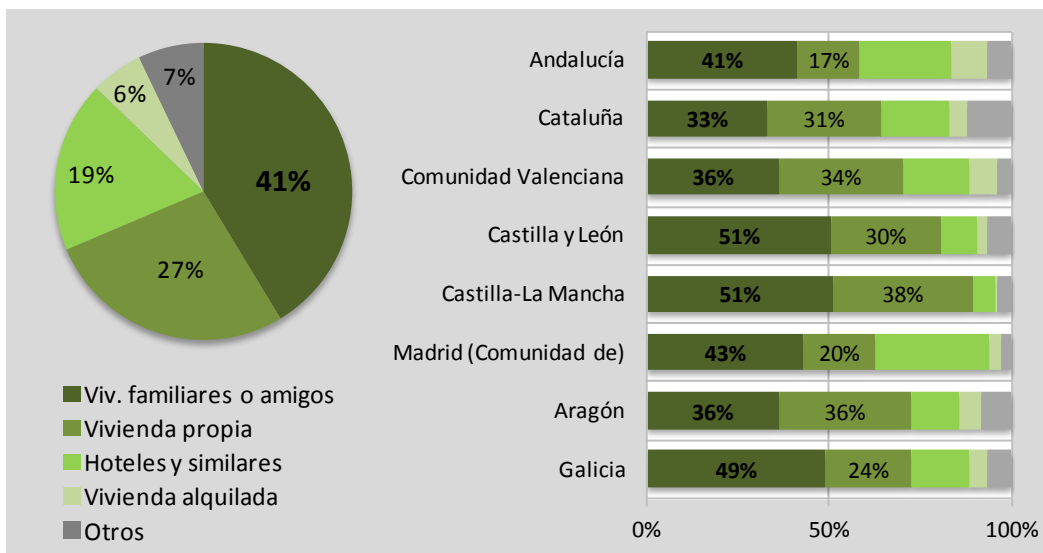
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



El coche es el medio de transporte más utilizado en los desplazamientos internos de los residentes en España, con un peso del 84% sobre el total. A una distancia considerable se sitúan los viajes en autobús (5,3%), avión (4,9%) y otros medios de transporte, entre los que se incluye el tren y el barco (6%).

### Tipo de alojamiento. Principales CC.AA. (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

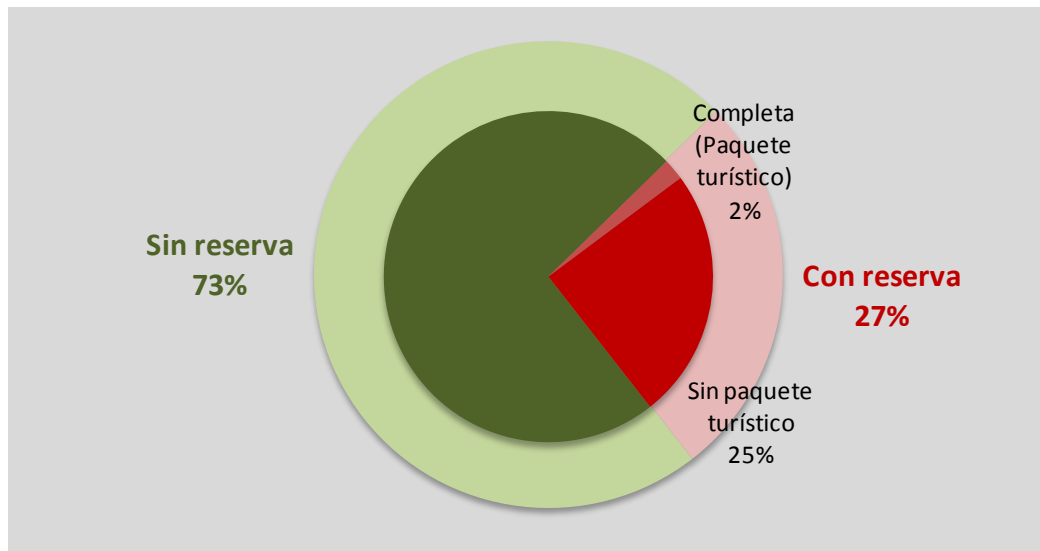


La vivienda de familiares o amigos es el tipo de alojamiento más utilizado, ya que representa el 41% de los viajes internos de los residentes en España. A continuación se sitúa la vivienda propia, con el 27,3%, el alojamiento hotelero (18,6%) y la vivienda alquilada (5,7%). Las otras modalidades de alojamiento, entre las que se incluyen los campings, caravanas y alojamientos rurales, suponen el 7%.

Si se analiza el tipo de alojamiento en función de las comunidades de destino, se pone de manifiesto que la vivienda de familiares y amigos alcanza un mayor peso relativo en Navarra (54%), Castilla La Mancha (51%) y Castilla-León (50,6%), mientras que la utilización de la vivienda propia es superior a la media en Castilla La Mancha (38,1%), Aragón (36,2%), La Rioja (35,9%) y la Comunidad Valenciana (34,1%). El alojamiento hotelero tiene mayor presencia en los archipiélagos (36,5% en Baleares y 34,5% en Canarias), así como en la Comunidad de Madrid (31,2%). La vivienda alquilada sobresale en Andalucía (10%), Murcia (9,7%), Canarias (9,3%) y la Comunidad Valenciana (7,4%). Las otras modalidades de alojamiento tienen una mayor representación en Cataluña (12,6%), País Vasco (10,4%) y Cantabria (9,6%).

### Forma de organización del viaje (%)

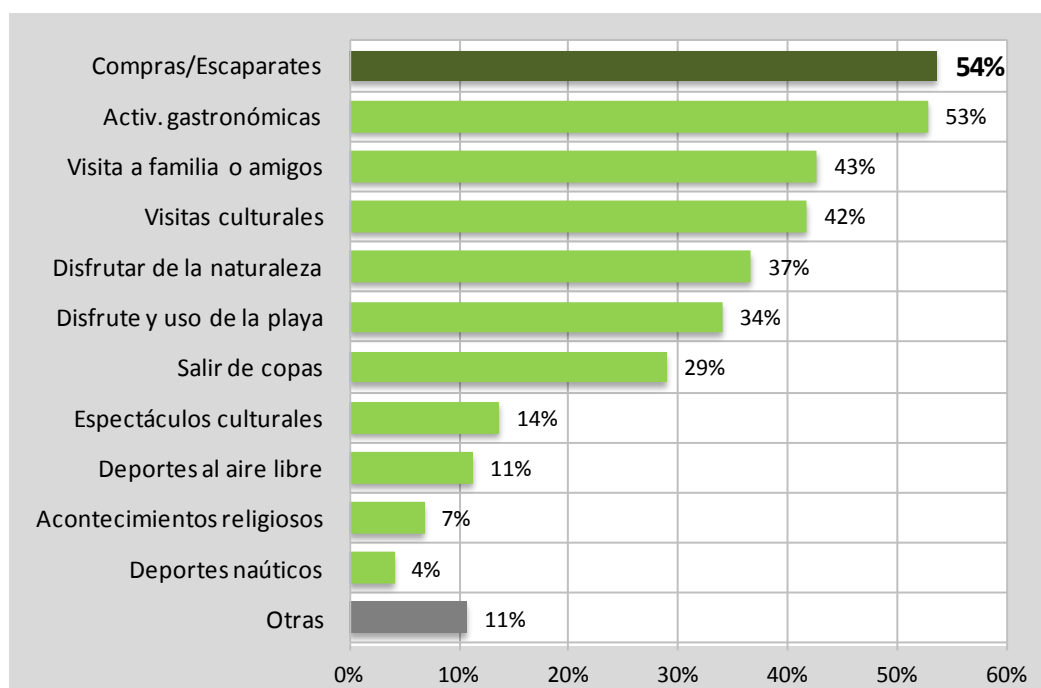
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



La mayoría (73%) de los viajes internos de los residentes en España se realizan sin reserva. Los viajes con reserva suponen el 26,7%. Cabe destacar que tan sólo en el 2,1% de los viajes se contrata un paquete turístico (reserva previa al viaje que combina al menos dos de estos tres elementos: alojamiento, transporte o servicios adicionales (visitas, entradas a espectáculos, etc.), vendida a un precio global indivisible a través de una agencia o turoperador).

### Actividades realizadas (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



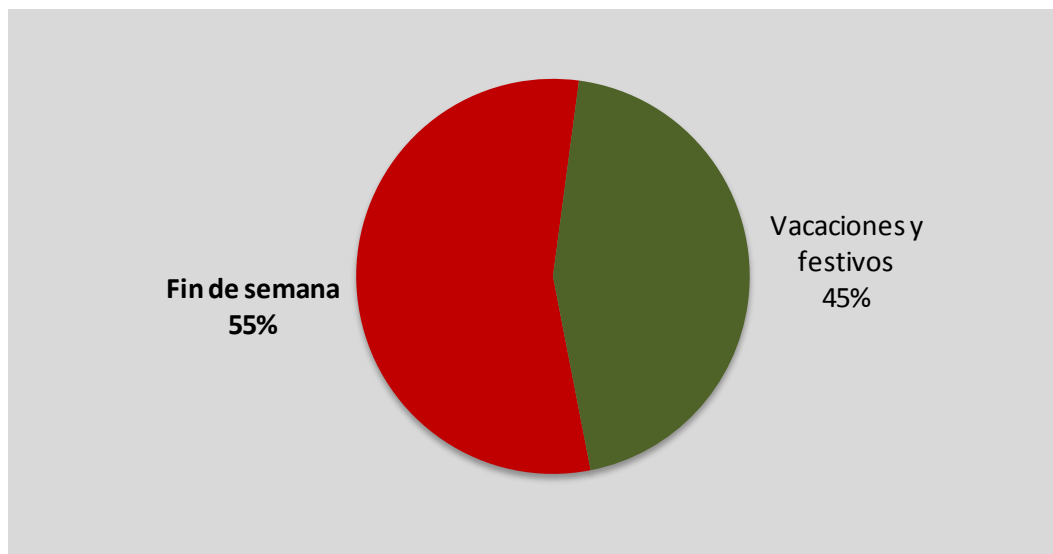
En los viajes internos de los residentes en España se realizan múltiples actividades siendo las más habituales, la realización de compras, las actividades gastronómicas, las visitas a familiares o amigos, las visitas culturales, pasear por el campo/disfrutar de la naturaleza, y el uso y disfrute de la playa.

Analizando las actividades realizadas según las comunidades de destino podemos extraer las siguientes conclusiones: la realización de compras destaca principalmente en los dos archipiélagos, Extremadura, Asturias y País Vasco. Las actividades gastronómicas están más representadas en Asturias,

Cantabria, Galicia y País Vasco. Las visitas a familiares y amigos son la actividad mayoritaria en Extremadura, Castilla La Mancha, Madrid, Castilla León y La Rioja. Las visitas culturales tienen una mayor presencia en Baleares, Canarias, Madrid y País Vasco. El disfrute y uso de la playa destaca especialmente en Canarias, Baleares, Comunidad Valenciana y Murcia. Pasear por el campo y disfrutar de la naturaleza es una actividad mayoritaria en los viajes con destino en Cantabria, Extremadura y La Rioja.

### Tipos de viaje (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

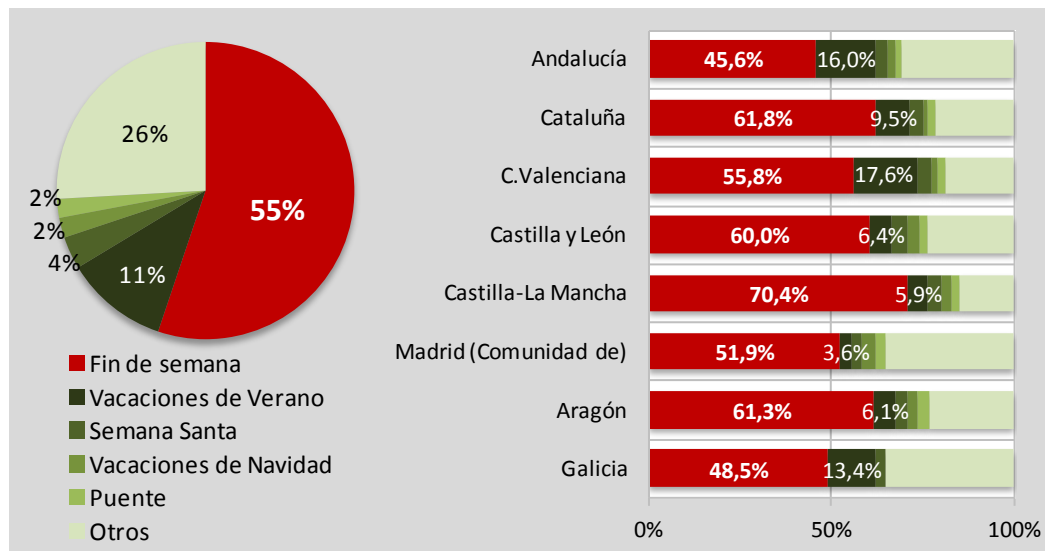


En cuanto a la tipología de los viajes, cabe distinguir los viajes en periodos vacacionales y festivos, entre los que se incluyen los viajes de temporada: (Navidad, Semana Santa, verano y los viajes de puente) y otros viajes de ocio realizados fuera de temporada, y los viajes de fin de semana.

Atendiendo a los diferentes tipos de viaje considerados, los más habituales son los viajes de fin de semana, que suponen el 55,2% de los viajes internos de los residentes en España. A más distancia (11,2%) se sitúan los viajes de vacaciones de verano, los viajes de Semana Santa (3,5%), los de vacaciones de Navidad (2,2%) y los realizados en los puentes (2,1%).

## Tipos de viaje. Principales CC.AA. (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



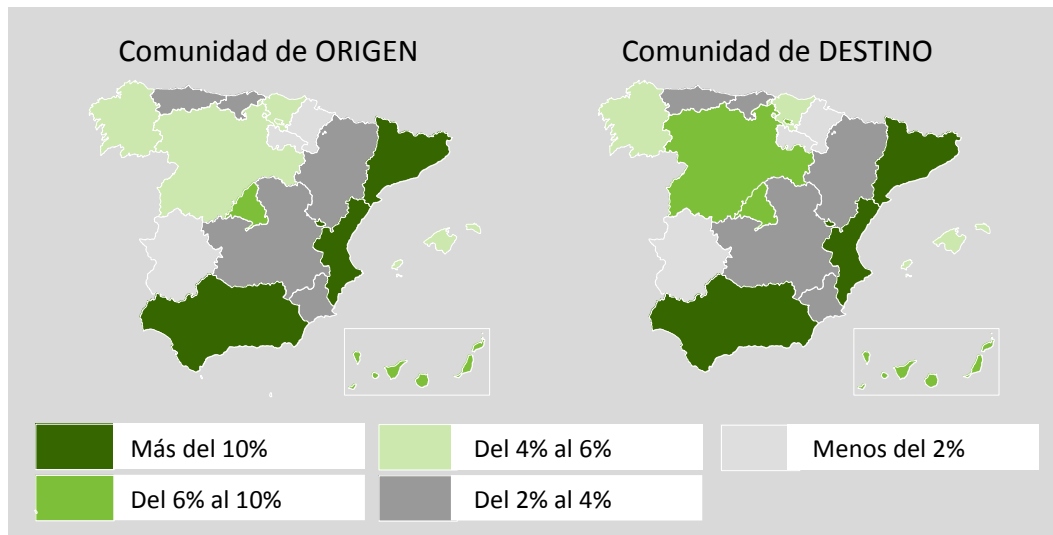
Analizando los tipos de viaje en función de las comunidades autónomas de destino, se extraen las siguientes conclusiones. Los viajes de fin de semana tienen una mayor presencia en Castilla La Mancha (70,4%) y Navarra (64,6%), así como en las comunidades de Cataluña (61,8%), La Rioja (61,6%), Asturias (61,4%), Aragón (61,3%) y Castilla-León (61%), todas ellas con pesos en torno al 61%.

Los viajes de vacaciones de verano destacan en Baleares (25,1%), Comunidad Valenciana (17,6%), Canarias (17,2%), Andalucía (16%) y Murcia (15,8%).

Castilla-León (4,3%), la Comunidad Valenciana (3,8%), Cataluña (3,8%) y Andalucía (3,7%), son los destinos con mayor porcentaje de viajes de vacaciones de Semana Santa.

## Excursionistas por CC.AA. de origen y destino (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



La mayor parte de las excursiones (considerando también las realizadas a destinos en el extranjero) tienen su origen en las comunidades de Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid.

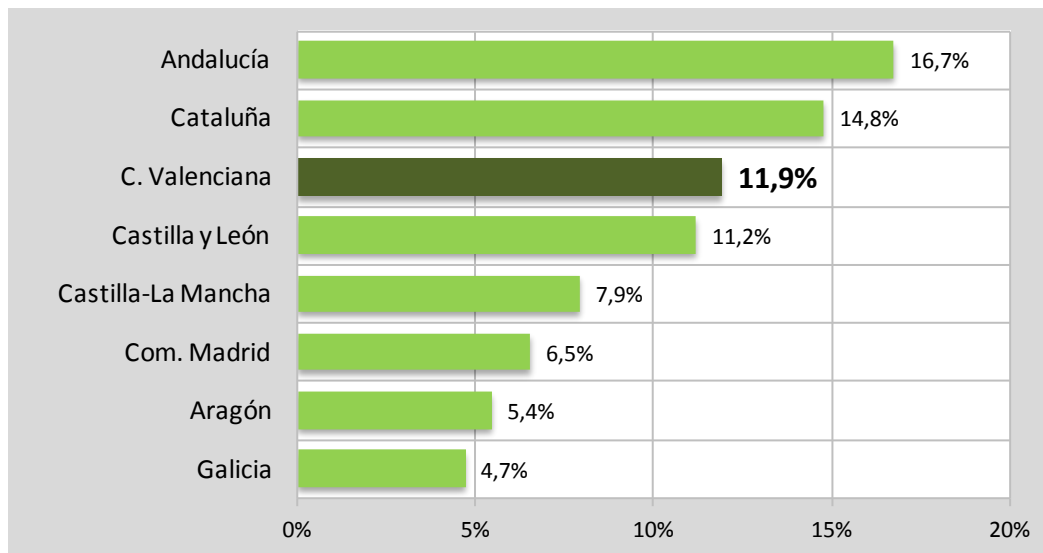
Cataluña con el 18% del total, es el principal destino interno de los excursionistas. Le sigue, Andalucía (16,8%), Comunidad Valenciana (11,6%), Canarias (7,9%) y Madrid (7,9%)



## DEMANDA NACIONAL - COMUNIDAD VALENCIANA .....

### Viajes internos por CC.AA. de destino. Principales CC.AA. (% s/total)

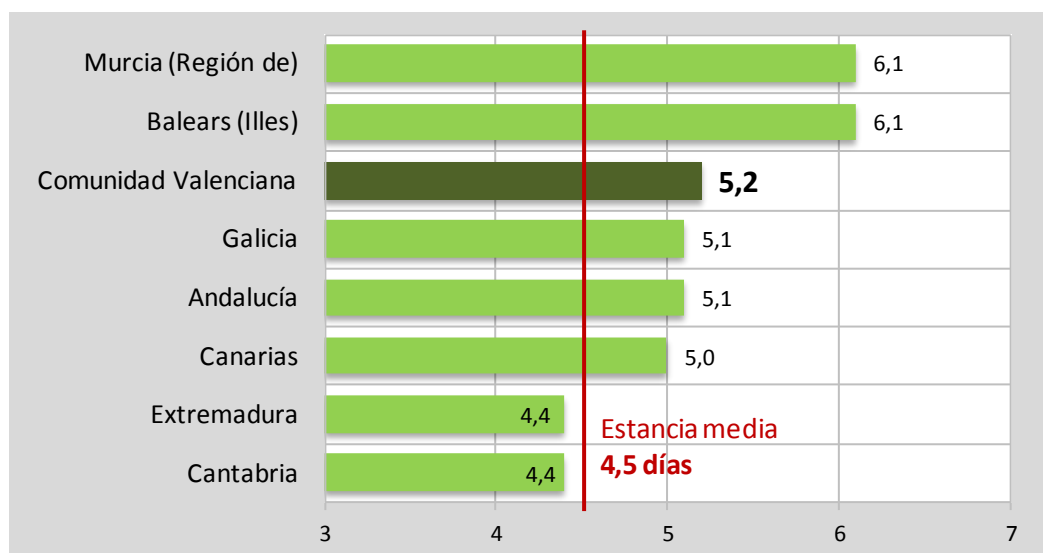
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



La Comunidad Valenciana es el tercer destino nacional más visitado por los turistas residentes en España, con una cuota del 11,9%, por detrás de Andalucía (16,8%) y Cataluña (14,8%), y seguida de Castilla-León (11,2%).

### Estancia media por destino interno. Principales CC.AA. (días)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

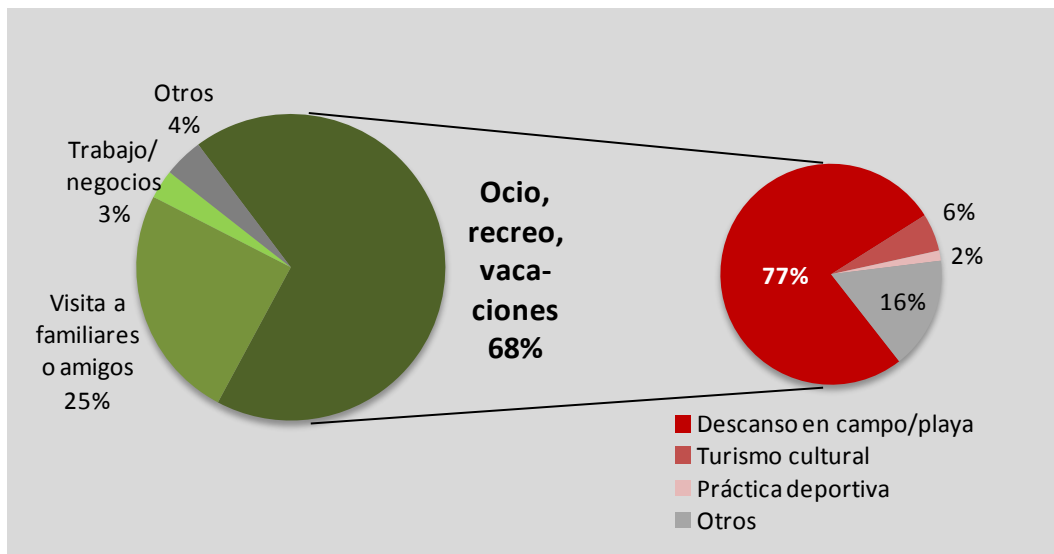


La estancia media por viaje se sitúa en 5,2 días, por encima de la media nacional (4,5 días).

Los principales mercados de origen de la Comunidad Valenciana son, en primer lugar, la propia Comunidad (57,4% de los viajes), seguido de los viajeros procedentes de la Comunidad de Madrid (16%), Cataluña (5,4%), Castilla-La Mancha (5,3%) y Murcia (3%).

### Motivo del viaje. Comunidad Valenciana (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



El 68,1% de los viajes con destino en la Comunidad Valenciana se realizan por motivo de ocio, recreo y vacaciones, el 24,7% para visitar a familia y amigos, el 4% son viajes de estudios, tratamientos de salud, motivos religiosos, etc., y el 3,1% son viajes realizados por motivo de trabajo o negocios.

La Comunidad Valenciana es la autonomía que concentra el mayor porcentaje de viajes por ocio, recreo y vacaciones (68,1%), seguida de Baleares (65,2%), Cataluña (63,4%) y Cantabria (62,2%).

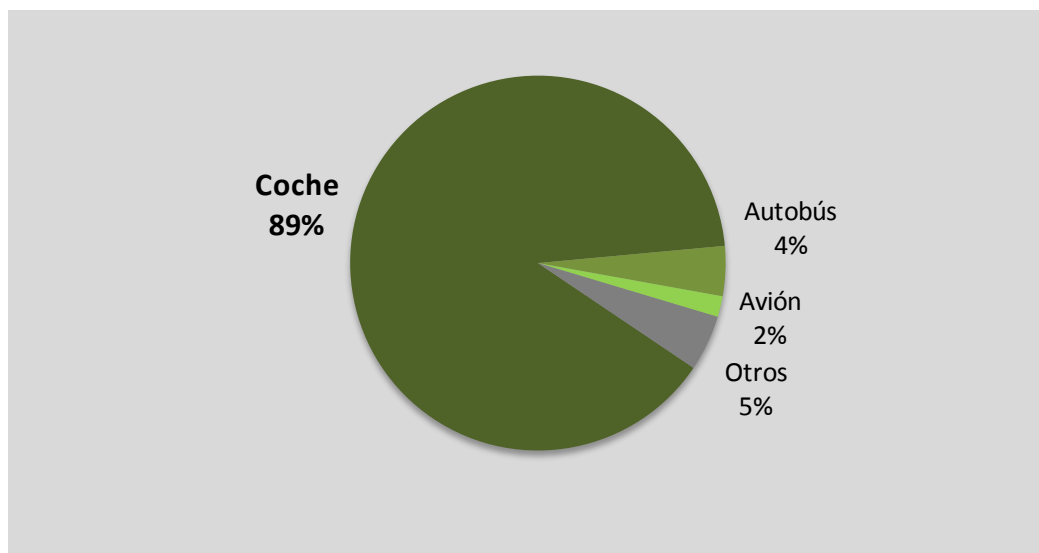
En los viajes con destino en la Comunidad Valenciana, el ocio, recreo y vacaciones es el principal motivo de los desplazamientos, tanto en los viajes con origen en la propia Comunidad, como en los realizados desde otras comunidades autónomas.

El descanso en el campo y la playa es el principal motivo de viaje para el 76,6% de los residentes que viajan a la Comunidad Valenciana por ocio, recreo y vacaciones. El turismo cultural supone el 5,5% de los viajes de ocio, mientras que la práctica deportiva representa el 1,5% de dichos viajes.

En la Comunidad Valenciana, Alicante es la provincia que concentra el mayor número de viajes por ocio, recreo o vacaciones, mientras que la mayor parte de los viajes por trabajo y negocios, para visitar a familia y amigos y por motivo de estudios tienen como destino la provincia de Valencia.

### Medio de transporte. Comunidad Valenciana (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

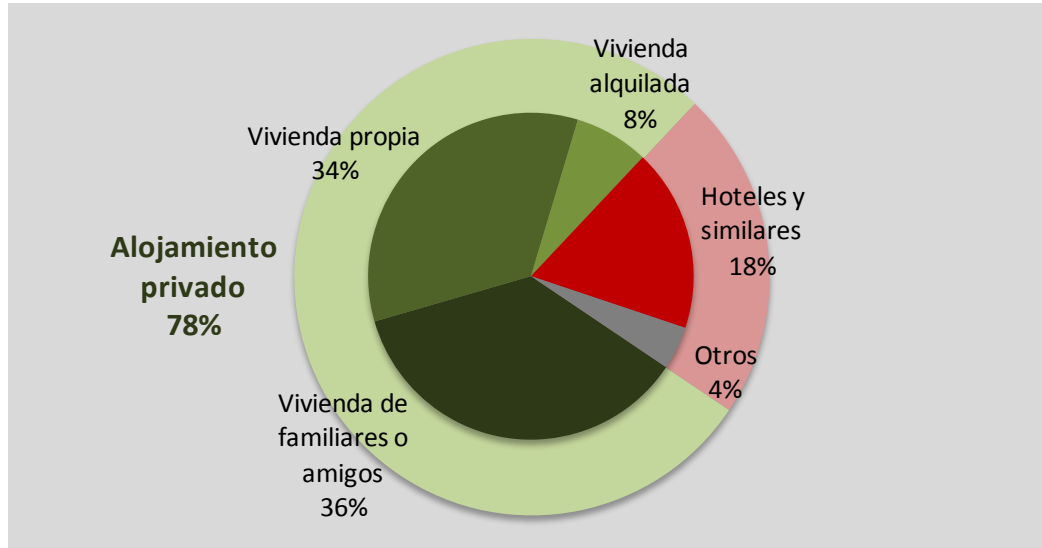


En los viajes a la Comunidad Valenciana el coche es el medio de transporte más utilizado (89% de los viajes). Otros medios empleados por los viajeros son el tren (4,8%), el autobús (4,3%) y el avión (1,8%).

El coche es utilizado en mayor medida en los viajes de fin de semana y en la mayor parte de los viajes vacacionales, así como en los viajes en los que el alojamiento principal es la vivienda propia. El autobús y el tren son utilizados proporcionalmente más en los viajes de estudios y en aquéllos en los que se utiliza el alojamiento hotelero.

## Tipo de alojamiento. Comunidad Valenciana (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

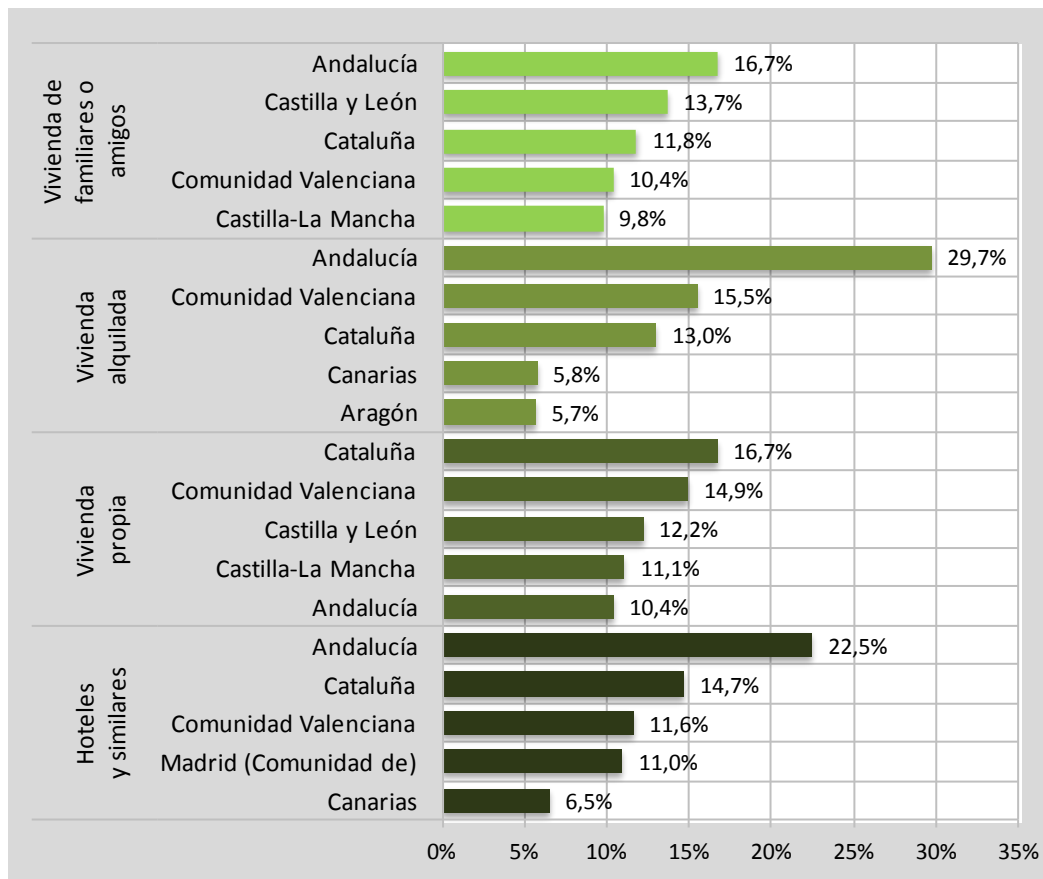


Aunque con un peso inferior a la media nacional, la vivienda de familiares y amigos es la modalidad de alojamiento más utilizada en los viajes con destino en la Comunidad Valenciana (36,1% frente al 41,3% en el conjunto nacional). A corta distancia le sigue la vivienda propia (34,1%), siendo la Comunidad Valenciana la cuarta autonomía con un mayor uso de esta modalidad de alojamiento, precedida por Castilla La Mancha (38,1%), Aragón (36,3%) y La Rioja (35,9%). El alojamiento hotelero es elegido en el 18,2% de los viajes, la vivienda alquilada es utilizada en el 7,4% de los viajes y el resto de modalidades de alojamiento colectivo (campings, caravanas, casas rurales, etc.), aglutina el 4,3% de los viajes.

La estructura de alojamiento es, por tanto, muy similar a la del conjunto de destinos nacionales, el alojamiento no hotelero predomina sobre el hotelero (81,8% frente a un 18,2%, respectivamente), aunque la Comunidad Valenciana se sitúa por encima de la media nacional en los viajes en los que la modalidad de alojamiento utilizada es la vivienda propia y la vivienda alquilada.

## Tipo de alojamiento por CC.AA. (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

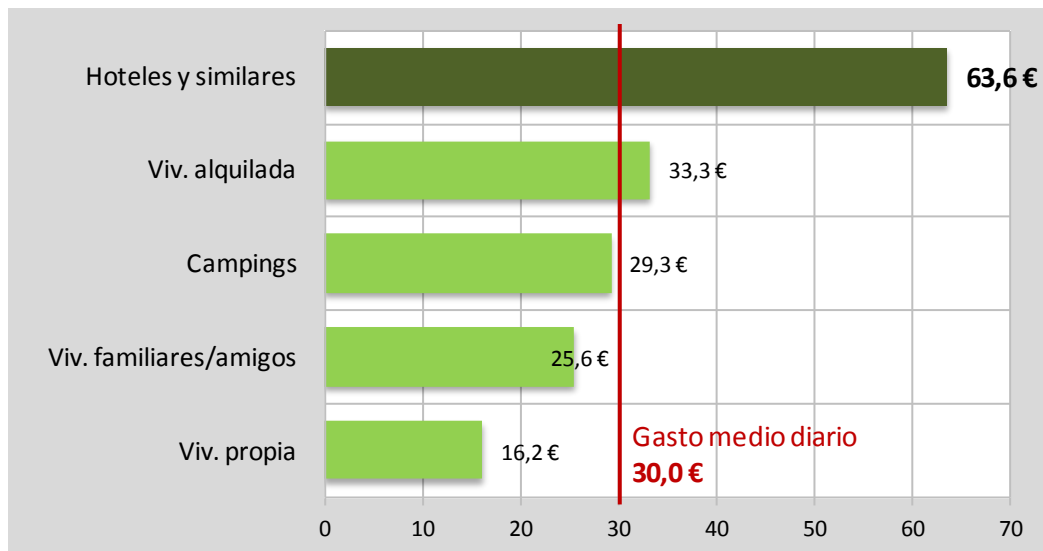


La Comunidad Valenciana es el segundo destino nacional con mayor número de viajes en los que el alojamiento utilizado es la vivienda propia (cuota del 14,9%) o la vivienda alquilada (15,5%). Asimismo, es el tercer destino en importancia (cuota del 11,6%) entre las comunidades receptoras de viajes en los que se elige el hotel como modalidad de alojamiento y el cuarto (cuota del 10,4%) en los viajes en los que la vivienda de familiares y amigos es el alojamiento utilizado.

El 77,6% de los turistas con destino en la Comunidad Valenciana opta por un alojamiento privado (vivienda propia, alquilada o de familiares y amigos), modalidad que concentra el 79,3% de las pernoctaciones de la demanda residente y el 60,6% del gasto.

## Gasto medio diario según tipo de alojamiento. Comunidad Valenciana (€)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



El 34,1% de los turistas residentes que viajan a la Comunidad Valenciana se aloja en vivienda propia, permaneciendo una media de 5,3 días y realizando un gasto medio diario estimado en 16,2 euros. El gasto medio por viaje se estima en 85,2 euros y el gasto total en 483,9 millones de euros. Las pernoctaciones realizadas en esta modalidad de alojamiento suponen el 34,4% de las realizadas por residentes nacionales en este destino.

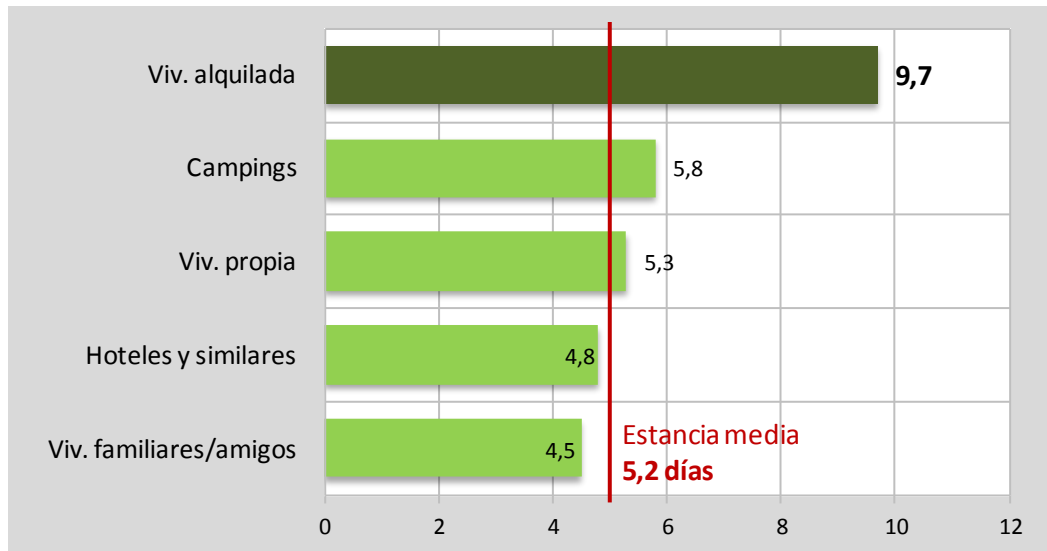
Un 36,1% de los turistas se aloja en viviendas de familiares y amigos, realizando el 31,1% de las pernoctaciones de residentes y un gasto total estimado en 692,2 millones de euros. El gasto medio diario, estimado en 25,6 euros y una estancia media de 4,5 días, se traducen en un gasto medio por turista de 115,4 euros.

La vivienda propia es el principal tipo de alojamiento en los viajes realizados por residentes en la propia Comunidad Valenciana (47%), mientras que los viajes con origen en otras comunidades autónomas muestran una mayor preferencia por la vivienda de familiares o amigos (34%) y el alojamiento hotelero (29%).



## Estancia media según tipo de alojamiento. Comunidad Valenciana (días)

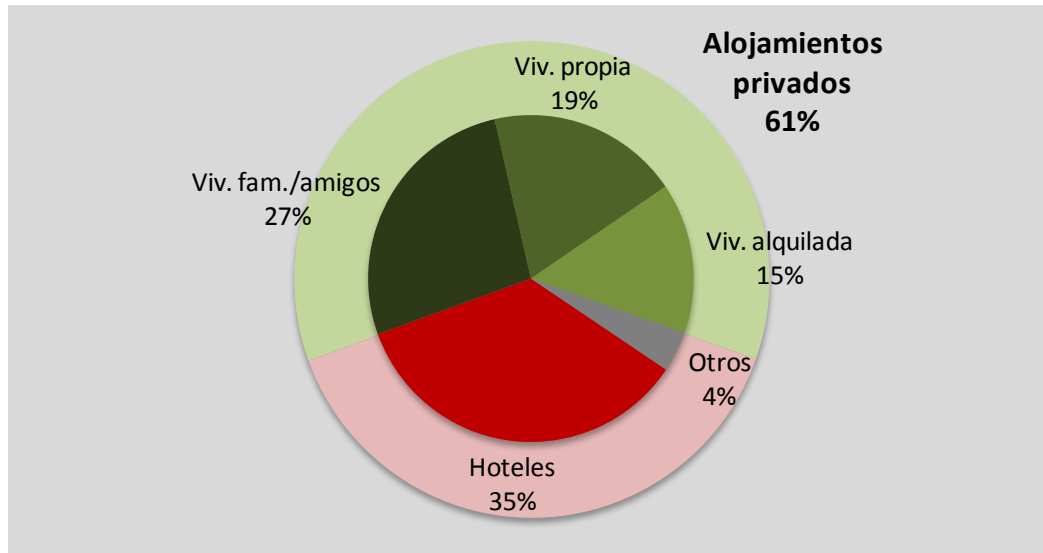
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



La vivienda alquilada es la tipología de alojamiento elegida por el 7,4% de los turistas residentes que visitan la Comunidad. El gasto medio por turista estimado en 323,6 euros es el más elevado del total de alojamientos privados, debido tanto a un mayor gasto medio diario (33,3 euros), como a una estancia media más prolongada (9,7 días). El gasto total asociado a esta modalidad de alojamiento se estima en 396 millones de euros. El 13,7% de las pernoctaciones de residentes nacionales en la Comunidad Valenciana se realizan en esta modalidad de alojamiento.

## Distribución del gasto turístico según tipo de alojamiento empleado. Comunidad Valenciana (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

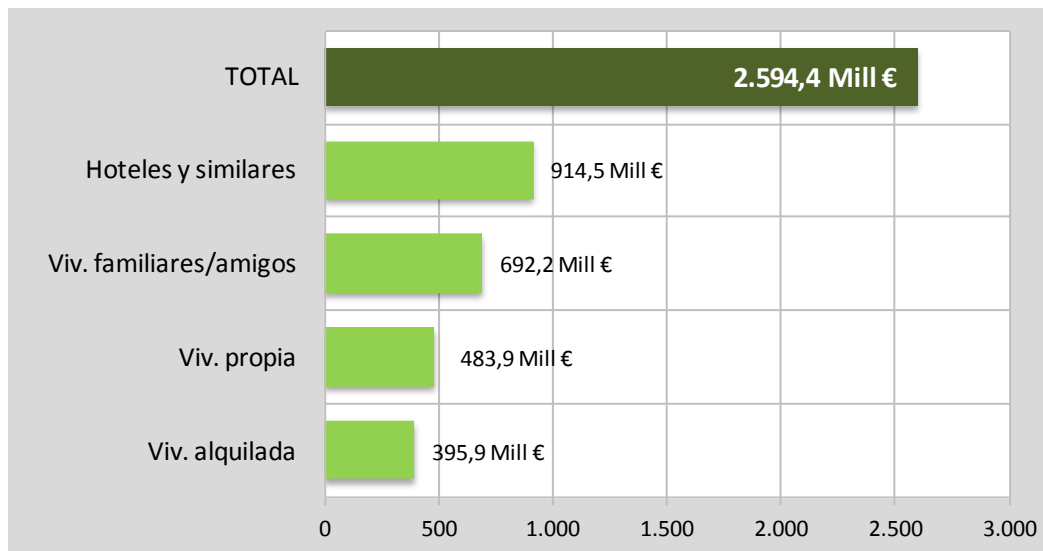


En 2014, el gasto total realizado por los turistas residentes en España que visitaron la Comunidad Valenciana ascendió a 2.594 millones de euros. El gasto medio por turista se elevó a 156 euros y el gasto medio diario se situó en torno a los 30 euros, ligeramente por debajo de la media del conjunto de viajes de los residentes en España con destino en el territorio nacional (31,5 euros).

En los establecimientos hoteleros de la Comunidad Valenciana, los turistas residentes realizaron un gasto total de 914,5 millones de euros. El gasto medio por turista se estimó en 303 euros, como resultado de un gasto medio diario de 63,1 euros y una estancia media de 4,8 días.

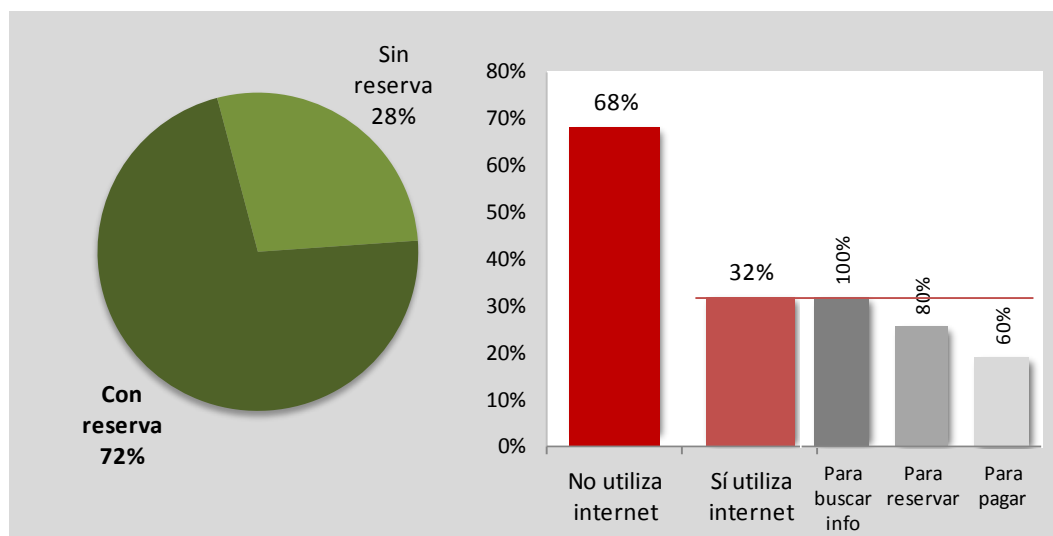
## Gasto total según tipo de alojamiento. Comunidad Valenciana (Mill. €)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



## Organización del viaje. Comunidad Valenciana (%)

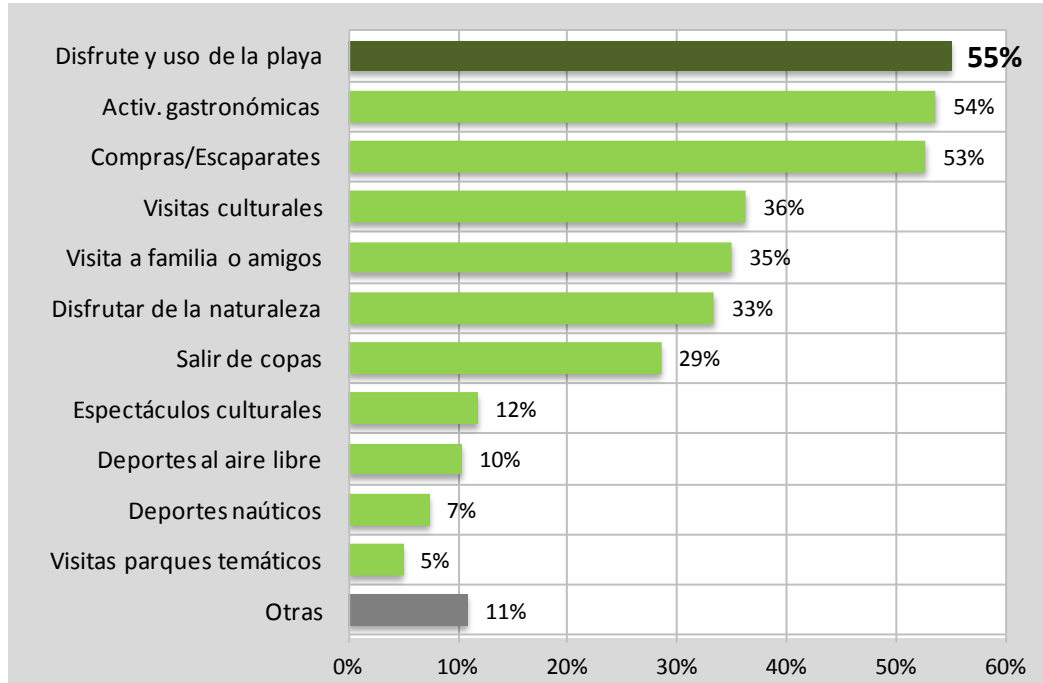
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



El 72% de los viajes con destino en la Comunidad Valenciana se realiza sin ningún tipo de reserva. En cuanto a la planificación del viaje a través de internet, destaca el elevado porcentaje que no utiliza este medio (68%), mientras que un 31,8% lo ha empleado con la finalidad principal de buscar información.

## Actividades realizadas. Comunidad Valenciana (%)

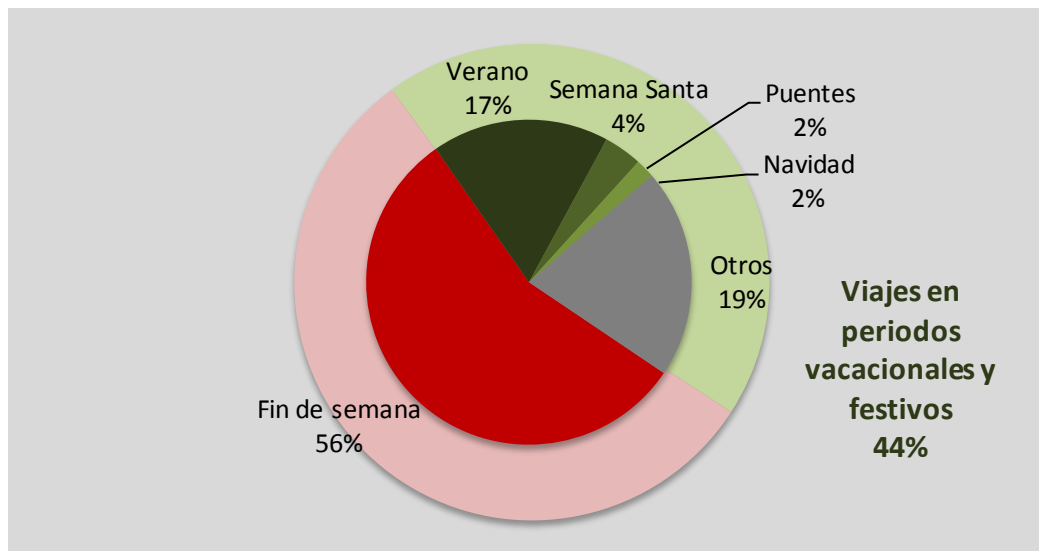
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



Entre las actividades más habituales en los viajes de los residentes en España a la Comunidad Valenciana, destaca en primer lugar el disfrute y uso de la playa (74% de los viajes), que alcanza un peso sensiblemente superior al del conjunto de los destinos nacionales (44%). A continuación destaca la realización de actividades gastronómicas (62,4%), compras (61,2%), visitas culturales (43,2%), paseos por el campo y disfrute de la naturaleza (41,3%), visitas a familiares y amigos (41,2%), diversión, discotecas (36,9%) y actividades deportivas (17,9%),

## Tipos de viaje. Comunidad Valenciana (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos

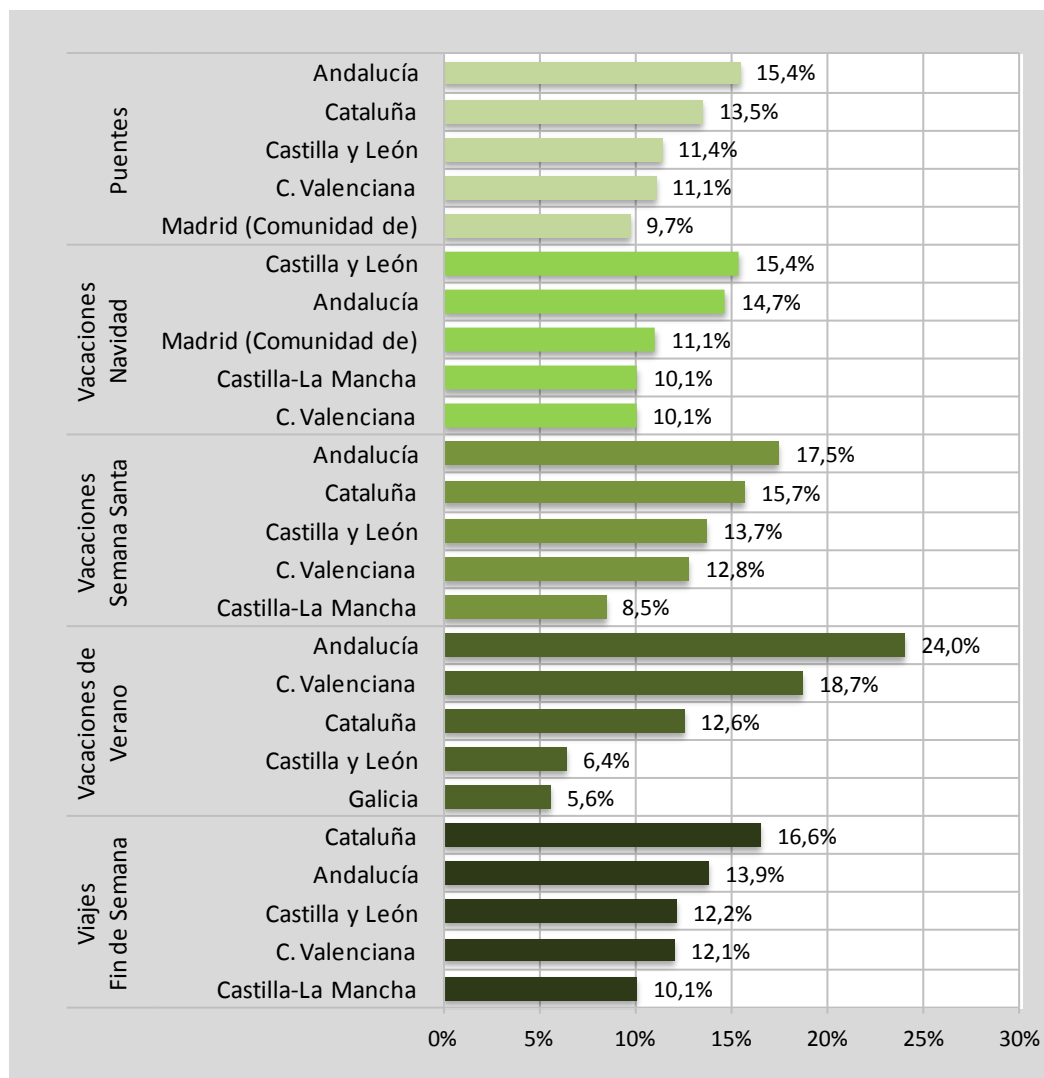


Al igual que en el conjunto de los destinos nacionales, los viajes de fin de semana son los más habituales en la Comunidad Valenciana, ya que suponen el 55,8% del total de viajes recibidos, un porcentaje que se sitúa en torno a la media nacional (55,2%), aunque inferior, en ambos casos, al alcanzado por otras comunidades como Castilla La Mancha, Navarra, Cataluña, La Rioja, Asturias y Aragón. No obstante, la Comunidad Valenciana es el cuarto destino nacional con mayor número de viajes de fin de semana (el 12,1% del total nacional), por detrás de Cataluña (16,6%), Andalucía (13,8%) y Castilla-León (12,2%).

La Comunidad Valenciana es a su vez el segundo destino en importancia (con una cuota del 18,7%) entre las comunidades receptoras de viajes de vacaciones de verano, por detrás de Andalucía (24%), y el cuarto en la tipología de vacaciones de Semana Santa (12,8% del total), situándose a continuación de Andalucía (17,5%), Cataluña (15,7%) y Castilla-La Mancha (13,7%).

## Tipos de viaje por CC.AA. (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos



Los viajes de vacaciones de verano y vacaciones de Semana Santa representan, respectivamente el 17,6% y el 3,8% de los viajes con destino en la Comunidad Valenciana, porcentajes que en ambos casos superan la media nacional (11,2% y 3,5%, respectivamente), poniendo de manifiesto la mayor importancia relativa de esta tipología de viajes en la Comunidad.

Los viajes de vacaciones de Navidad (1,8%), puentes (1,9%) y otro tipo de viajes (1,9%), alcanzan en la Comunidad Valenciana un peso inferior a la media nacional (2,2%, 2,1% y 25,9%, respectivamente), lo que no impide que



la Comunidad se sitúa también entre las principales comunidades receptoras de este tipo de viajes, dado el elevado número de viajes realizados por los residentes nacionales a este destino.

El 75% de los viajes de fin de semana con destino en la Comunidad Valenciana son realizados por residentes en la propia Comunidad y el 25% restante por residentes en otras comunidades, principalmente en Madrid y Murcia. Por el contrario, la mayor parte de los viajes de verano tienen su origen en otras comunidades distintas de la Comunidad Valenciana, principalmente en la Comunidad de Madrid (35,8%), mientras que los realizados por residentes en la Comunidad Valenciana suponen el 23%. Los viajes de vacaciones de Semana Santa se reparten de forma más equilibrada entre los realizados por residentes en la Comunidad Valenciana (36%) y en la Comunidad de Madrid (30%).



## DEMANDA NACIONAL - PROVINCIA DE ALICANTE .....

- La provincia de Alicante concentra el 40% de los viajes de residentes nacionales a la Comunidad Valenciana, el 44% de las pernoctaciones realizadas y la mitad del gasto turístico.
- 6,6 millones de turistas residentes y un total de 38,2 millones de pernoctaciones.
- El gasto total se estima en 1.290 millones de euros. El gasto medio por turista es de 195,8 euros y el gasto medio diario se estima en 33,8 euros.
- La estancia media es de 5,8 días, situándose por encima de la media de la Comunidad Valenciana y del conjunto de destinos turísticos nacionales.
- El 18,2% de los viajes tiene como destino el municipio de Benidorm.
- El 48,5% de los viajes tiene su origen en la Comunidad Valenciana, un 22,5% en la Comunidad de Madrid, un 8% en Castilla La Mancha y un 5% en Murcia.
- Los viajes de ocio, recreo y vacaciones suponen el 72,2% (68% en la C. Valenciana) de los viajes de los españoles con destino en la provincia. Un 23,2% de los viajes son realizados para visitar a familiares y amigos. Los viajes de estudios suponen un 2%.
- El 50,8% de los desplazamientos son viajes de fin de semana y un 22% (17,6% en la Comunidad Valenciana) son viajes de vacaciones de verano.
- La vivienda de familiares y amigos es la modalidad de alojamiento más utilizada por los turistas (34,6%), seguida de la vivienda propia (30,9%), los establecimientos hoteleros (21,6%) y la vivienda alquilada (7%).
- El 31,3% de las pernoctaciones de residentes nacionales en la provincia de Alicante se realizan en vivienda propia y el 30,5% en viviendas de familiares o amigos.
- La provincia de Alicante concentra el 41,6% de las pernoctaciones en alojamientos privados de los residentes nacionales con destino en la Comunidad.
- El coche es el medio de transporte más utilizado por los turistas que se desplazan a la provincia de Alicante (88,6%). A considerable distancia le sigue el autobús (5,9%), el tren (3,5%) y el avión (2%).

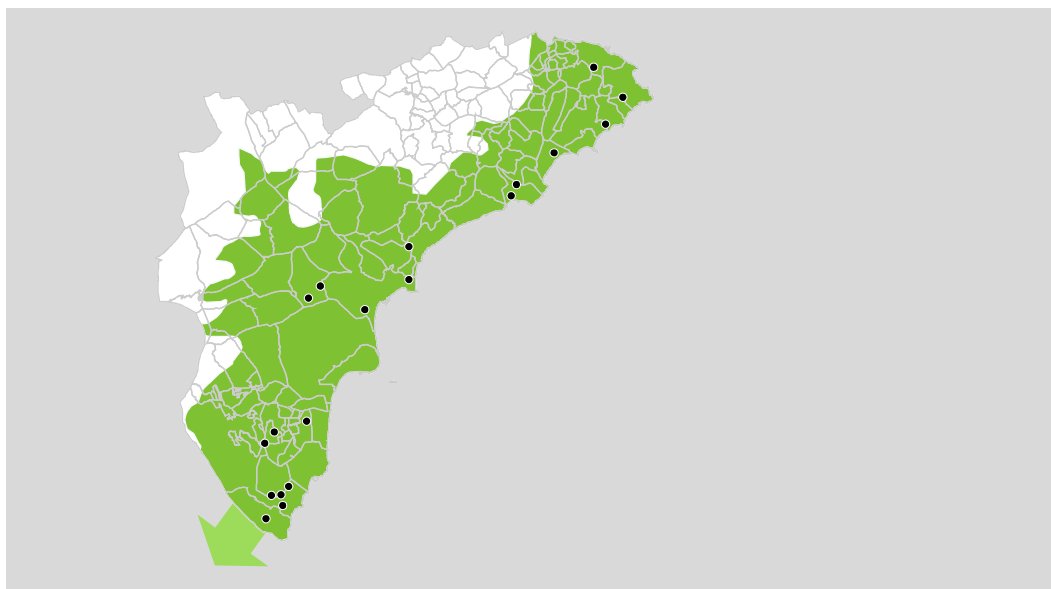


## 5.1.2 PEFIL DEL RESIDENTE LOCAL

En el ámbito de este estudio, el residente local es aquel que tiene su residencia habitual en el entorno de los campos de golf, espacio que se ha definido como el área conformada por las poblaciones que se encuentran a una distancia máxima de 20 minutos en coche de uno o más campos de golf ubicados en el territorio de la provincia de Alicante. La población residente en este espacio asciende a 1.755.467 habitantes y supone el 94% de la población de la provincia de Alicante que, según la última explotación del Padrón Municipal del año 2014, asciende a 1.868.438 habitantes.

### Isócrona de 20 minutos alrededor de los campos de golf

Fuente: elaboración propia



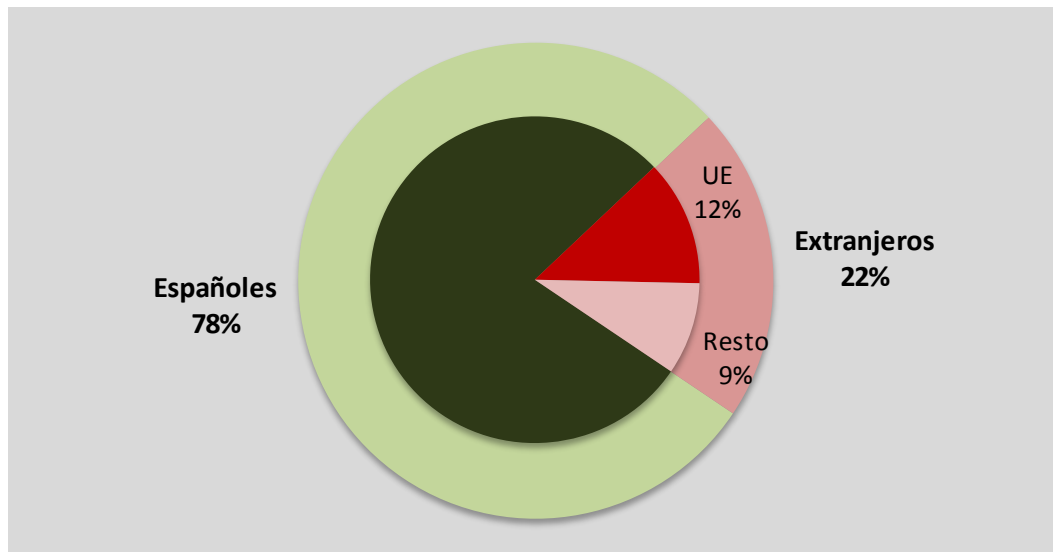
La distribución de la población por comarcas refleja una mayor concentración en l'Alacantí (27%), la Vega Baja (21%) y el Baix Vinalopó (16,4%), situándose a continuación las Marinas Baixa (10,8%) y Alta (10%) y el Medio Vinalopó (9%).

El 65% de la población comprendida en el área tiene una edad comprendida entre 16 y 64 años, algo menos del 20% (18,8%) son mayores de 64 años y el 16% restante son menores de 16 años. La distribución por sexos es equilibrada: el 49,7% son hombres y el 50,3% mujeres.

El 21,5% de la población residente (377.499 habitantes) es extranjera, aunque en algunas comarcas la proporción de extranjeros es sensiblemente mayor, tal como ocurre en la Vega Baja (37,3%), La Marina Alta (36,2%) y la Marina Baixa (33,2%). En el entorno de los campos de golf, la población extranjera residente es algo mayor que en el conjunto de la provincia (20,6%) y supera ampliamente la media de la Comunidad Valenciana (14,8%).

### Población residente por nacionalidad. Isócrona 20'

Fuente: INE Instituto Nacional de Estadística y elaboración propia



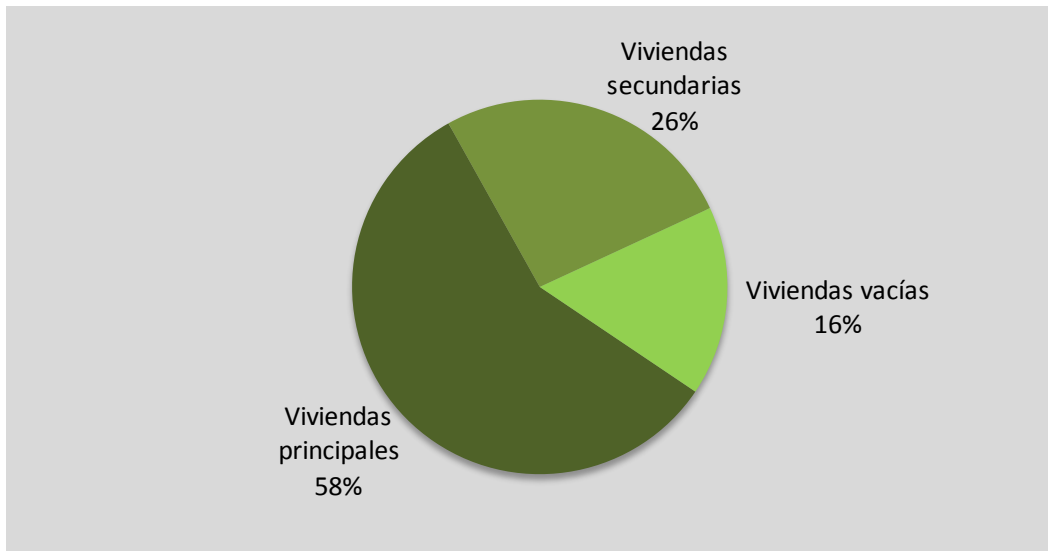
El 68% de los extranjeros residentes en el área son europeos, y el 85% de ellos procede de la Unión Europea. La distribución por nacionalidad refleja el predominio de los ciudadanos británicos, que representan el 42% de los extranjeros residentes procedentes de la UE y el 24% de la población extranjera residente. Por detrás de ellos se sitúan los rumanos, alemanes, holandeses, búlgaros, italianos, franceses, belgas y suecos. También alcanzan un peso significativo los residentes de otros países europeos no integrados en la Unión Europea, como Rusia, Ucrania, Noruega y Suiza.

En el área objeto de estudio hay censadas 1.196.416 viviendas, el 94% del total provincial. El 57,5% de ellas (687.351) son viviendas principales, el 26,2% son viviendas secundarias y el 16,4% son viviendas vacías. Las viviendas principales alcanzan un peso superior a la media en las comarcas

del Vinalopó (68%) y l'Alacantí (69%), mientras que la proporción de viviendas secundarias es más elevada en la Vega Baja (36%) y Las Marinas (30,8%).

### Viviendas según tipo. Isócrona 20'

Fuente: INE Instituto Nacional de Estadística y elaboración propia



El 83% de las viviendas principales son viviendas en propiedad. Las viviendas en alquiler suponen tan sólo el 10,5% de las viviendas principales.

La distribución de las viviendas principales según su superficie útil refleja que algo menos del 40% tienen entre 76 y 90 metros cuadrados, un tercio de las viviendas tienen entre 91 y 150 metros cuadrados, un 24% son viviendas de menos de 75 metros cuadrados y el 7% restante supera los 150 metros cuadrados.

El 77% de las viviendas principales tiene entre cuatro y seis habitaciones, siendo cinco el número más frecuente (40%).

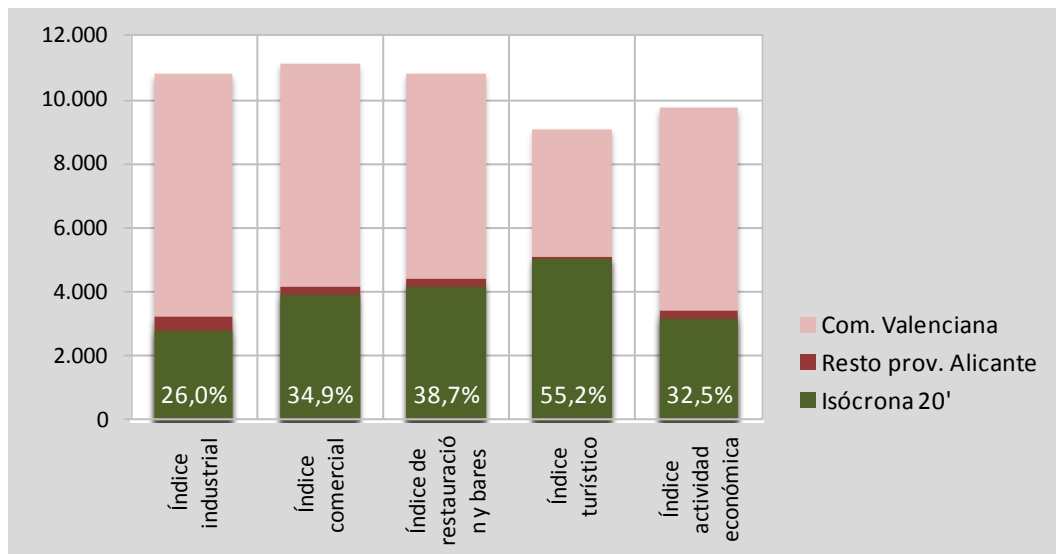
El área comprendida en el entorno de los campos de golf presenta un alto nivel de actividad económica, ya que concentra el 93% de la actividad empresarial de la provincia y un tercio de la actividad de la Comunidad Valenciana.

El Índice Turístico, indicador de la importancia relativa de la actividad turística, alcanza una elevada participación en el área, (aglutina el 99% y el

55% de la oferta turística provincial y de la Comunidad Valenciana, respectivamente). Este índice se obtiene en función del impuesto de actividades económicas correspondiente a las actividades turísticas, el cual se basa a su vez en la categoría de los establecimientos turísticos, número de habitaciones y ocupación anual.

## Índices de actividad económica. Isócrona 20', provincia de Alicante y Comunidad Valenciana

Fuente: La Caixa y elaboración propia



La actividad comercial (mayorista y minorista) y la actividad de restauración y bares, medida por sus índices respectivos, refleja igualmente un peso elevado, mientras que la actividad industrial está menos representada en el área.





### 5.1.3 PEFIL DEL JUGADOR DE GOLF

El jugador de golf en la provincia de Alicante presenta los siguientes rasgos característicos: predominio de los jugadores extranjeros, principalmente turistas, para los que la práctica del golf es una actividad complementaria de otra principal, como el sol y playa, siendo el ocio, recreo y vacaciones el motivo principal de sus viajes. Elevada presencia de excursionistas, mayoritariamente de nacionalidad extranjera, y de extranjeros que residen en el entorno de los campos de golf de la provincia. El avión es el medio de transporte más utilizado por los residentes en el extranjero y el coche por los residentes nacionales. La vivienda en propiedad es la modalidad de alojamiento más utilizada, la estancia en destino es mayor que en los viajes en los que no se practica este deporte y el gasto medio diario es más elevado.

El 88% de los jugadores de golf en la provincia de Alicante son de nacionalidad extranjera y el 12% restante son españoles, tal como se desprende de la encuesta realizada a los campos de golf de la provincia. Cerca del 70% de los jugadores extranjeros son turistas residentes en el extranjero y el 30% restante son extranjeros residentes en España.

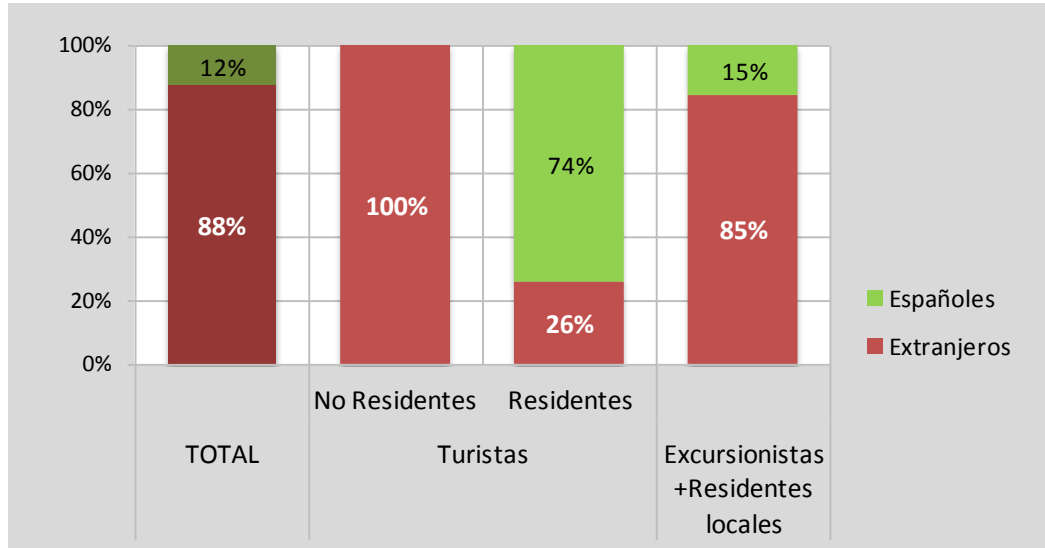
Según la explotación estadística de la Encuesta FAMILITUR la cuarta parte de los turistas residentes en España que visitan la Comunidad Valenciana y la provincia de Alicante y juegan al golf son extranjeros, un porcentaje que supera ampliamente la media del conjunto de destinos turísticos españoles (6%).

En el segmento de los excursionistas, la proporción de jugadores de nacionalidad extranjera es todavía mayor, lo que se explica por el elevado porcentaje de extranjeros que reside en el entorno de los campos de golf de la provincia de Alicante o en municipios cercanos de la provincia de Valencia.



## Nacionalidad de los jugadores de golf por tipo. Provincia de Alicante

Fuente: elaboración propia



En la isócrona de 20 minutos de los campos de golf de la provincia residen 377.499 extranjeros, de los que el 68% son europeos (256.333 habitantes). El 15% de la población del área es europea y presenta una elevada concentración en las comarcas de la Marina Alta, la Marina Baixa y la Vega Baja, donde alcanza porcentajes de participación que oscilan entre el 25% y el 30% de la población comarcal. Buena parte de ellos proceden de países en los que la práctica del golf está muy arraigada, como Reino Unido, Irlanda, Suecia, Noruega, Dinamarca, Finlandia, y Holanda.

También son de nacionalidad extranjera la mayoría de los excursionistas que residen en otras localidades situadas fuera de la isócrona de 20 minutos, aunque cercanas a los campos de golf, en las que el porcentaje de extranjeros residentes es también muy elevado, como Gandia, Ontinyent, Oliva, Barx y otros municipios de la provincia de Valencia.

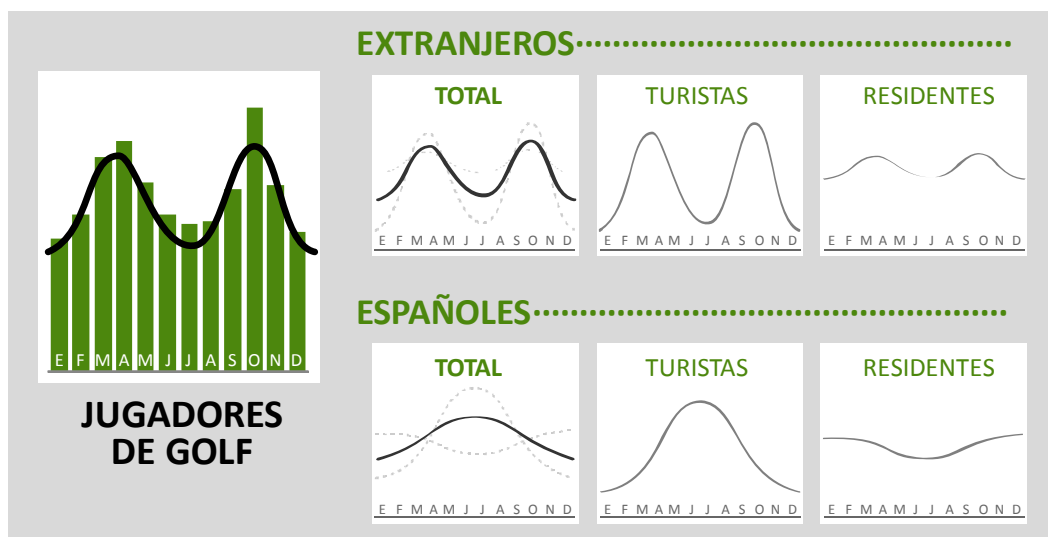
En cuanto a la estacionalidad, se aprecian algunas diferencias en el comportamiento de los jugadores nacionales y extranjeros.

Según la encuesta FRONTUR, los turistas extranjeros jugadores de golf, presentan una acusada concentración durante los meses de primavera y otoño, la afluencia desciende en los meses de verano y es muy baja durante los meses de invierno. Este comportamiento es compartido con los turistas de nacionalidad extranjera residentes en España que se desplazan a la provincia y practican el golf durante su estancia en este destino.

Los jugadores de nacionalidad extranjera que no tienen la consideración de turistas, ya que se trata de residentes en el entorno de los campos de golf de la provincia o excursionistas que se desplazan desde otros municipios cercanos de la misma Comunidad Valenciana o de otras comunidades autónomas para practicar este deporte, tienen un comportamiento similar al de los turistas extranjeros, aunque su perfil estacional es más suave, es decir, el descenso del número de jugadores en verano y en los meses invernales es menos acusado.

### Estacionalidad de los jugadores de golf. Provincia de Alicante

Fuente: elaboración propia



La combinación de ambos grupos de jugadores determina el perfil del jugador extranjero, en el que la mayor estacionalidad de la demanda turística (mayor

concentración en primavera y otoño) se suaviza con una mayor afluencia de los extranjeros residentes durante los meses restantes.

El comportamiento de los jugadores de nacionalidad española se caracteriza también por un comportamiento más estacional de los turistas, que tienden a concentrarse en los meses de verano. Por el contrario, los jugadores residentes presentan una distribución más equilibrada a lo largo del año, dando como resultado un perfil menos estacional, ya que aumenta el número de jugadores en los meses en los que el flujo turístico es más bajo.

### RESIDENTES EN EL EXTRANJERO .....

La mayoría de los jugadores de golf en la provincia de Alicante son turistas extranjeros, mayoritariamente de Reino Unido (34%), Suecia (18%) y Noruega (18%). A continuación se sitúan los jugadores procedentes de Holanda (5,9%), Francia (4,9%), Irlanda (4,3%), Finlandia (3,1%), Dinamarca (3%) y Alemania (2,5%).

La mayoría de los turistas extranjeros que juegan al golf (96%) se desplazan a la provincia de Alicante por ocio, recreo y vacaciones. El motivo estudios, concentra un 1,6% de los jugadores, un porcentaje similar al de los turistas que viajan por motivos personales (1,5%), mientras que los viajes por motivo de trabajo y negocios, tan sólo concentran un 0,6%.

En los principales mercados emisores, Reino Unido, Suecia y Noruega, así como en Francia, Irlanda, y Holanda, el ocio es el principal motivo de los viajes de los jugadores de golf, todos ellos con más del 96% de las llegadas de turistas. El motivo estudios, alcanza un peso elevado en Alemania, donde el 25% de los turistas que se desplazan a la provincia y practican el golf lo hacen por este motivo. En Finlandia, los viajes por este motivo suponen un 7%. Los viajes por motivo de trabajo y negocios, aunque son poco representativos, se sitúan en torno al 2% en los siguientes mercados: Dinamarca, Irlanda, Holanda y Suiza. En cuanto a los viajes por motivos personales (visitas a familiares, salud, compras....), destaca Bélgica (5%), Suiza (4%), Dinamarca (3%), Suecia (2,7%) y Alemania (2%).

El medio de transporte más utilizado (93%) es el avión.



La vivienda en propiedad es la modalidad de alojamiento más utilizada por los turistas extranjeros que juegan al golf, con un peso sensiblemente superior a la media del conjunto de destinos turísticos españoles (48,8% frente a un 33%, respectivamente), la vivienda de familiares y amigos concentra a un 21,6% y la vivienda en alquiler al 15%. El alojamiento hotelero es elegido por un 13%, un porcentaje inferior a la media nacional (39%). Predomina, por tanto, el alojamiento no hotelero (87%) y, principalmente, los alojamientos privados (85,4%).

Entre los mercados principales, la vivienda en propiedad alcanza valores elevados, superiores a la media, en Irlanda, Noruega y Reino Unido. La vivienda de familiares y amigos es la modalidad de alojamiento más utilizada por los jugadores procedentes de Francia. Un 30% de los turistas procedentes de Holanda y Finlandia y un 20% de los turistas británicos opta por una vivienda alquilada. Por su parte, el alojamiento hotelero, tiene mayor relevancia en Suecia, Dinamarca y Finlandia.

El 92% de los jugadores de golf procedentes del extranjero viaja sin paquete turístico, en consonancia con la mayor utilización del alojamiento no hotelero.

El 89% de los turistas extranjeros que juegan al golf utilizan internet para la planificación del viaje. El uso de internet es mayoritario, tanto para realizar alguna consulta, como para realizar la reserva y el pago.

El 45% de los jugadores de golf procedentes del extranjero viaja con pareja, un 21,5% viaja solo, un 16% con amigos y un 10% con familia e hijos.

El 73% de los turistas extranjeros que practican golf en la provincia de Alicante son hombres y el 27% son mujeres.

El 48% de los jugadores tiene edades comprendidas entre 45 y 64 años, un 30% se encuentra en el tramo de edad de 25 a 44 años, los mayores de 65 años suponen el 18% y los menores de 25 el 4%.

El 52% de los jugadores masculinos tiene edades comprendidas entre los 45 y los 64 años, mientras que el 78% de las jugadoras femeninas se reparte de forma equilibrada entre los dos tramos comprendidos entre los 25 y 64 años.



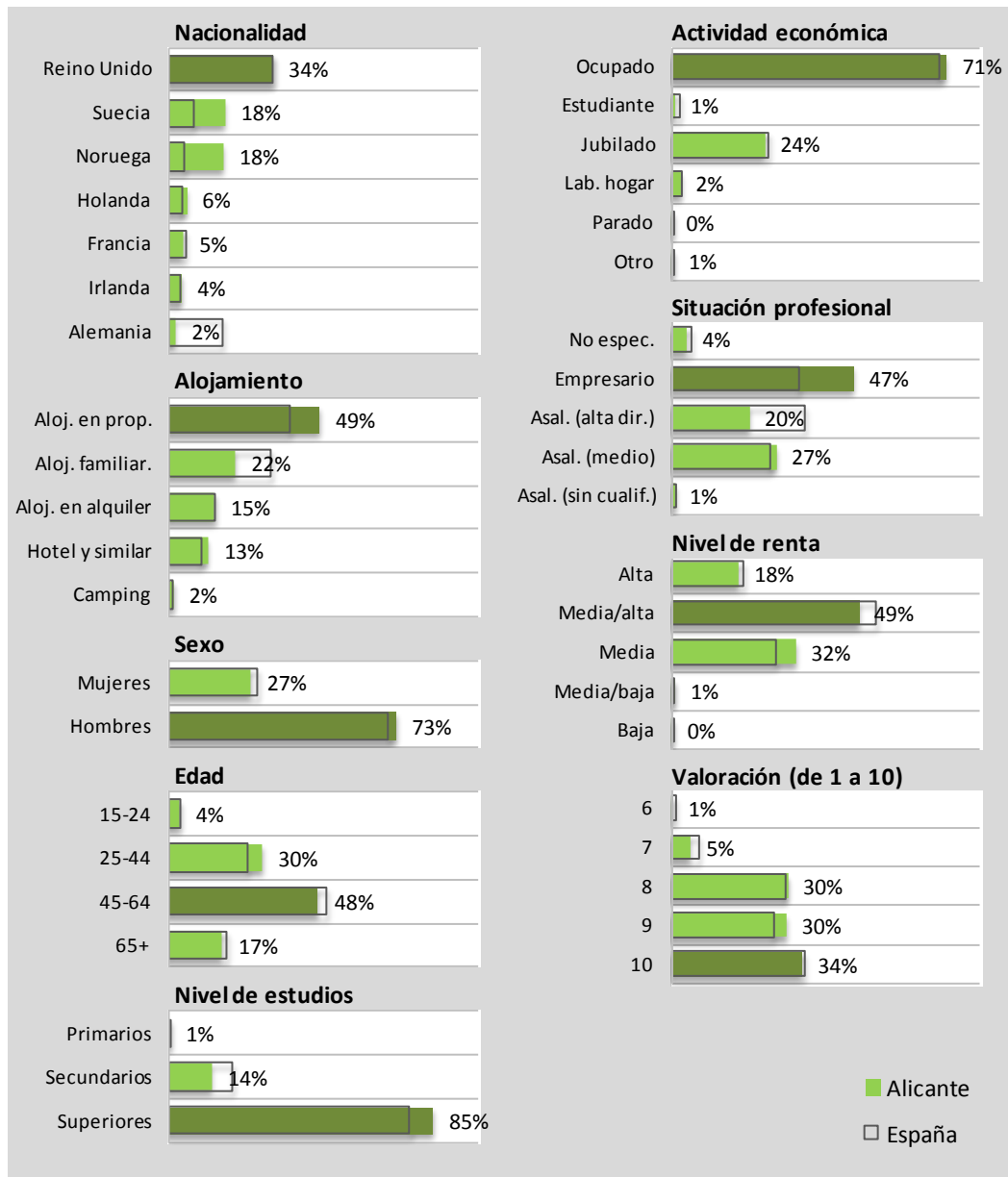


El 85% de los turistas extranjeros que juega al golf tiene estudios superiores y el 14% tiene estudios secundarios.

La mayoría de los jugadores (71%) están ocupados y un 24% están jubilados.

## Principales características de los turistas residentes en el extranjero que practican golf. Provincia de Alicante

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos y elaboración propia





En cuanto a la situación profesional, predominan los empresarios y trabajadores por cuenta propia (47%, frente a un 33% en el ámbito nacional). Los trabajadores por cuenta ajena que ocupan puestos intermedios representan el 27% y los que ocupan puestos de alta dirección suponen el 20%, situación profesional que alcanza un peso más elevado (35%) en el conjunto de España.

El 48% de los turistas extranjeros jugadores de golf tienen un nivel de renta medio-alto. Los jugadores con un nivel de renta medio representan un tercio del total.

El 98% de los turistas jugadores que llegan a España ya ha venido previamente y el 76% de ellos ha visitado España diez veces o más.

El 32% de los turistas extranjeros que practican golf realizan cuatro viajes al año, el 26% lo hace dos veces al año y el 24% viaja una vez al año.

El 94% de los turistas valora de forma muy positiva el viaje a este destino.

Cerca del 40% de los turistas extranjeros que juegan al golf en la provincia se concentra en los meses de primavera, siendo abril y mayo dos meses con una gran afluencia (14,4% y 14% del total, respectivamente). En torno a un 30% se desplaza en otoño, mayoritariamente en octubre (13% de los jugadores). Los meses de verano concentran un 21% de los jugadores y los meses de invierno el 13%.

En la provincia de Alicante, la mayor concentración de jugadores, tiene lugar, por lo tanto, en primavera y otoño, mientras que en el conjunto de destinos turísticos de golf en España algo más del 60% de los jugadores se reparte de forma equilibrada entre la primavera y el verano. Aquí la mayor afluencia se produce en los meses de julio, agosto y abril.



## RESIDENTES EN ESPAÑA.....

El turista residente en España que se desplaza a la provincia de Alicante y practica el golf durante sus viajes, lo hace mayoritariamente por motivo de ocio, recreo y vacaciones. En este tipo de viajes, el turismo de sol y playa es la motivación principal. Los viajes para visitar a familiares y amigos también son muy frecuentes. En este tipo de viajes los turistas aprovechan su estancia en la provincia para realizar esta práctica deportiva.

Aunque la Comunidad Valenciana es la principal emisora de turistas a la provincia, la proximidad geográfica no es determinante en el turismo de golf, tal como ocurre en los viajes turísticos, y principalmente en los viajes de fin de semana, que son los más habituales entre los residentes nacionales. Otros factores, como la afición por la práctica de este deporte y el nivel socioeconómico de los jugadores (nivel de renta per cápita medio alto, índice de calidad de vida elevado etc.) explican la importancia relativa de las distintas regiones como emisoras de turistas jugadores de golf. Junto a la Comunidad Valenciana, cabe destacar las comunidades de Madrid, Castilla-León, Asturias, País Vasco y Cataluña.

Tal como ocurre en el colectivo de turistas extranjeros que juegan al golf, la vivienda en propiedad es la modalidad de alojamiento más utilizada por los turistas residentes que practican este deporte en la provincia, a continuación, se sitúa la vivienda cedida por familiares y amigos. Ambas modalidades concentran, conjuntamente al 60% de los turistas residentes que juegan al golf. El alojamiento hotelero se sitúa en tercer lugar seguido por la vivienda en alquiler.

El medio de transporte más utilizado en los desplazamientos es el coche (90% de los viajes). El transporte por ferrocarril es poco representativo, sin embargo, más del 80% de los turistas que se desplazan en tren utilizan el AVE.



## 5.2 ESTIMACIÓN DEL GASTO TOTAL Y CONSTRUCCIÓN DEL VECTOR DE DEMANDA

### 5.2.1 ESTIMACIÓN DEL GASTO TOTAL

#### TURISTAS NO RESIDENTES EN ESPAÑA.....

Según la encuesta FRONTUR, elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos, en 2014 llegaron a España 65 millones de turistas extranjeros. Por otra parte, el último Informe Anual publicado por el citado organismo pone de manifiesto que el 1,6% de los turistas internacionales que se desplazaron a España en dicho año realizaron actividades de golf durante sus viajes.

La Comunidad Valenciana recibió 6.233.881 turistas extranjeros, en el mismo ejercicio y de acuerdo con la explotación estadística de la encuesta EGATUR, el 3,6% de ellos jugaron al golf durante su estancia en este destino.

La provincia de Alicante es receptora de algo más del 70% del turismo extranjero de la Comunidad Valenciana (4.492.349) y concentra una parte significativa de la oferta de campos de golf de la Comunidad Valenciana, tanto en lo relativo al número de campos como a su tamaño atendiendo al número de hoyos. Teniendo en cuenta la importancia de la provincia en la Comunidad Valenciana, tanto en términos de turistas extranjeros como en la oferta de campos de golf, estimamos que un total de 137.053 turistas extranjeros jugaron al golf en la provincia de Alicante.

Según la encuesta EGATUR, en el año 2014, los turistas extranjeros que llegaron a España realizaron un gasto medio diario de 110 euros y permanecieron una media de 8,8 días, lo que se tradujo en un gasto medio por turista de 971 euros. En la provincia de Alicante y en el conjunto de la Comunidad Valenciana, el gasto medio por turista es inferior a la media nacional (867 euros y 864 euros, respectivamente), lo que se explica por un



gasto medio diario más reducido (78,4 euros y 78,5 euros, respectivamente), mientras que la estancia media es más prolongada (11,1 días).

El gasto total de los turistas extranjeros que visitaron la provincia de Alicante en 2014, calculado a partir del gasto medio diario, la estancia media y el número de turistas ascendió, según EGATUR, a 3.896 millones de euros.

En el segmento de golf, el gasto total de los turistas extranjeros que realizaron esta actividad en la provincia se estima en 187,9 millones de euros. El gasto medio diario de los 137.053 turistas extranjeros que jugaron al golf en este destino se aproximó a los 100 euros y su estancia media fue de 13,8 días, lo que se tradujo en un gasto medio por turista de 1.371 euros, superior en un 58% al desembolsado por los turistas extranjeros que no realizaron dicha actividad.

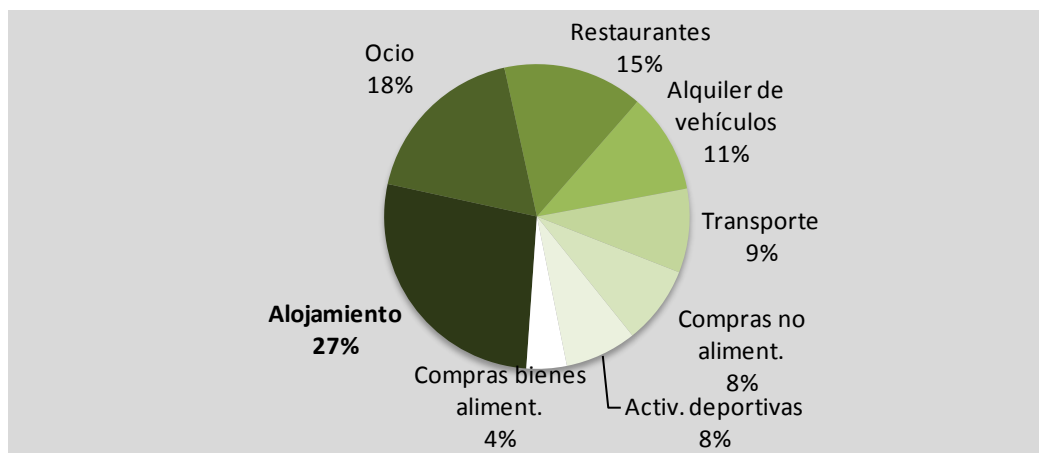
A efectos de determinar el impacto económico, hay que tener en cuenta que una parte del gasto en el que incurre el turista extranjero jugador de golf no tiene incidencia sobre la actividad económica de la provincia de Alicante, ya que se trata de bienes y servicios contratados con empresas localizadas en el país de origen del turista, tal como ocurre con algunos gastos de transporte. Consideramos únicamente los gastos de origen interior, es decir, aquellos suministrados por empresas de la provincia, tales como el alojamiento, consumo de gasolina, el pago de peajes, coches de alquiler, transporte público urbano, restaurantes, compras, actividades de ocio, cultura y deporte, etc., y obtenemos que el gasto medio interior por turista extranjero jugador de golf en la provincia de Alicante asciende a 1.125,8 euros.

Las principales partidas de gasto son alojamiento (307,55 euros), ocio (204,32 euros), restaurantes/bares (167,23 euros), transporte (100,31 euros), compras de bienes no alimenticios (93,28 euros), alquiler de vehículos (119,64 euros), actividades deportivas (85,52 euros) y compras de bienes alimenticios (47,99 euros).



## Estructura del gasto total interior del turista no residente jugador de golf. Provincia de Alicante (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos y elaboración propia



## TURISTAS RESIDENTES EN ESPAÑA.....

El último Informe Anual de la Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR), elaborado por el Instituto de Estudios Turísticos, revela que en los viajes internos realizados por los residentes nacionales, se realizan actividades de diversa índole. La realización de compras, actividades gastronómicas, las visitas culturales, las visitas a familiares o amigos, el disfrute de la naturaleza, el uso o disfrute de la playa, salir de copas y practicar deportes, son las actividades más destacadas. Entre las actividades deportivas, el golf es poco representativo, ya que se realiza en una menor proporción de los viajes. Se estima que en 2014 algo menos de 370.000 turistas practicaron golf durante sus viajes, una cifra que tan sólo representa el 0,26% de los 139,6 millones de viajes realizados por los residentes en España durante ese ejercicio.

En la Comunidad Valenciana, la importancia relativa del golf entre las actividades realizadas en los viajes de los españoles es muy similar a la del conjunto de destinos turísticos nacionales (0,24%). En 2014, un total de 16,6 millones de turistas residentes en España visitaron la Comunidad Valenciana y la provincia de Alicante fue el destino elegido por el 40% de ellos (6,6



millones de viajes). Se estima que en torno a 40.000 turistas nacionales jugaron al golf durante su viaje a la Comunidad Valenciana y que algo más de 24.000 realizaron esta actividad en la provincia de Alicante.

Según el Instituto de Estudios Turísticos, el gasto medio por turista residente en España se situó en 2014 en 141,75 euros. En la Comunidad Valenciana y en la provincia de Alicante el gasto medio por turista supera la media nacional, alcanzando unos valores de 156 y 196 euros, respectivamente. Este mayor gasto medio se explica, principalmente por una estancia media más larga en estos destinos (5,2 días en la Comunidad Valenciana y 5,8 en la provincia de Alicante frente a una media nacional de 4,5 días), y un gasto medio diario similar o ligeramente superior cuando el destino es la provincia de Alicante (33,8 euros frente a 31,5 euros en el conjunto de los destinos turísticos españoles). Los 6,6 millones de turistas nacionales que recibió la provincia de Alicante en 2014, realizaron un gasto total de 1.293,8 millones de euros.

En el caso de los turistas nacionales que juegan al golf en sus viajes a la provincia de Alicante, el gasto medio se sitúa en torno a los 310 euros, una cifra sensiblemente superior al desembolso realizado por término medio en los viajes de los españoles a este destino turístico, y que responde por un lado a una estancia media más prolongada (7,2 días) y por otro, a un mayor gasto medio diario (42,7 euros) acorde con el perfil socioeconómico y los hábitos de consumo de este segmento turístico.

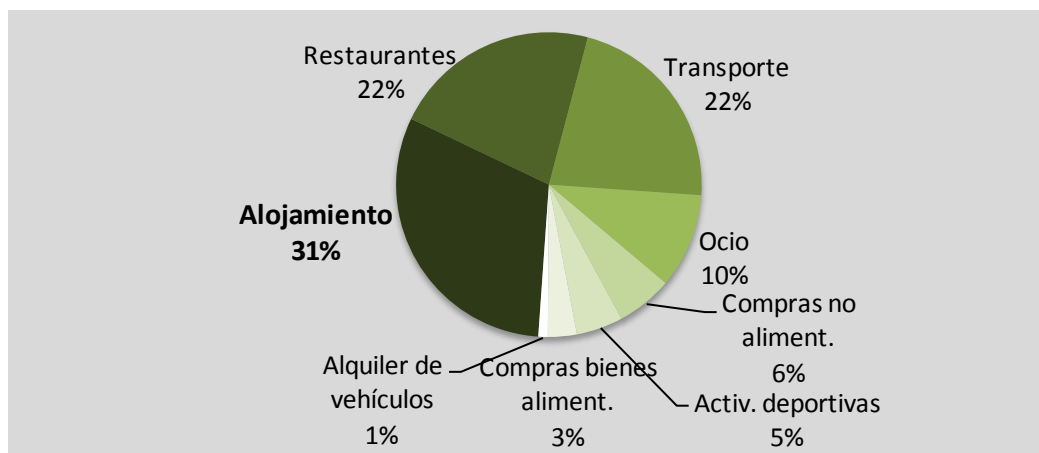
Partiendo de la estructura de gasto de los turistas extranjeros que practican golf en la provincia, y de otras fuentes consultadas como el estudio realizado por American Express sobre el gasto turístico de los viajeros residentes en España en 2015, y la Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos, obtenemos la distribución del gasto de los turistas residentes en España entre los distintos conceptos.





## Estructura del gasto total interior del turista residente jugador de golf. Provincia de Alicante (%)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos, American Express y elaboración propia



## EXCURSIONISTAS Y RESIDENTES LOCALES.....

Según el último Informe Anual de la Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR), el número de excursionistas con destino en la Comunidad Valenciana ascendió a 25,7 millones. A su vez, la Comunidad Valenciana es la comunidad autónoma de origen de 26 millones de excursionistas.

Una de las características del turismo interno es el elevado peso que tienen los viajes intrarregionales, es decir, los realizados dentro de la propia comunidad emisora. La Comunidad Valenciana se encuentra entre las comunidades autónomas en las que los viajes intrarregionales son muy numerosos, junto a Andalucía, Canarias, Cataluña y Galicia. El 65,3% de los viajes originados en la Comunidad Valenciana tienen como destino esa misma comunidad.

Por lo tanto, de los 25,7 millones de excursionistas con destino en la Comunidad Valenciana, 17 millones, es decir, el 65,9% proceden de la misma comunidad autónoma y el 34,1 restante (8,7 millones) tienen su origen en otras comunidades.

Estimamos cual es la distribución por comunidades autónomas de ese 34%, partiendo de la premisa de que el número de excursionistas es inversamente proporcional a la distancia entre su comunidad de origen y la Comunidad valenciana.

Una vez obtenidos los valores de los excursionistas, según su comunidad autónoma de procedencia, estimamos cuántos de estos excursionistas que se desplazan a la Comunidad Valenciana juegan al golf.

Según la explotación estadística de la Encuesta FAMILITUR, en el 0,36% de los viajes de los residentes nacionales con destino en la Comunidad Valenciana en los que se realizó una pernoctación, se practicó el golf. Suponemos que la proporción de excursionistas que juegan al golf durante sus viajes a la Comunidad Valenciana es similar a la de los turistas que realizan viajes con una duración media de un día y practican este deporte. Así obtenemos un total de 92.634 excursionistas que juegan al golf en sus viajes a la Comunidad Valenciana. De ellos, el 65,9% (61.033) procede de la misma Comunidad y el 34,1% restante (31.601) tiene su origen en otras comunidades autónomas.

Tomando como referencia la importancia que tiene en cada comunidad autónoma la práctica del golf en los viajes realizados por turistas residentes en los que se pernocta una o dos noches, estimamos la distribución por comunidad autónoma de origen de los 31.601 excursionistas que se desplazan a la Comunidad Valenciana y juegan al golf.

Las principales comunidades autónomas emisoras de excursionistas jugadores de golf con destino en la Comunidad Valenciana son aparte de la propia Comunidad Valenciana, las comunidades de Madrid, Aragón, Cataluña y Murcia.

Una parte de los excursionistas que juegan al golf son residentes locales, es decir, viven en el entorno de los campos de golf. Al objeto de cuantificarlos, calculamos la isócrona de 20 minutos alrededor de cada uno de los campos de golf de la provincia de Alicante. Así delimitamos un área que engloba a un



total de 2.097.335 de habitantes repartidos entre 110 municipios, de los que 104 son de la provincia de Alicante y los 6 restantes de la región de Murcia.

La población de los 104 municipios de la provincia de Alicante comprendida en la isócrona de 20 minutos de los campos de golf objeto de estudio (1.755.467 habitantes) supone el 35% de la población de la Comunidad Valenciana, que según la última explotación estadística del Padrón de Habitantes elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) ascendía en 2014 a 5.004.844 habitantes.

Ahora estimamos cuántos de los excursionistas que juegan al golf en la Comunidad Valenciana y proceden de la misma comunidad residen en el entorno de los campos de golf. Suponemos que los excursionistas se distribuyen geográficamente en la Comunidad Valenciana de la misma forma que la población y de acuerdo con esta premisa estimamos que en torno a 21.400 excursionistas con origen y destino en la Comunidad Valenciana, que juegan al golf, residen en el entorno de los campos de golf.

Hacemos lo mismo para los excursionistas que proceden de la Comunidad Autónoma de Murcia. La población de los municipios de la región de Murcia comprendida en la isócrona de los 20 minutos de los campos de golf (341.868 habitantes), representa el 30% de la población de Murcia, que en 2014 ascendía a 1.124.950 habitantes, por lo que estimamos que cerca de 900 excursionistas con origen en la Comunidad Autónoma de Murcia y destino en la Comunidad Valenciana, que juegan al golf, residen en el entorno de los campos de golf.

Por lo tanto, del total de excursionistas que se desplazan a la Comunidad Valenciana y practican el golf (92.634), 22.302 son residentes locales y el resto (70.332) son excursionistas.

A continuación estimamos cuántos de estos excursionistas tienen como destino la provincia de Alicante, considerando el peso relativo de la oferta provincial de campos de golf respecto al total de la Comunidad Valenciana. Así obtenemos que en torno a 43.300 excursionistas jugadores de golf realiza esta práctica deportiva en la provincia de Alicante.



En cuanto a las comunidades autónomas de origen de estos excursionistas, la mayoría son de la Comunidad Valenciana, seguidos a considerable distancia de la Comunidad de Madrid, Murcia, Baleares, Castilla La Mancha y Andalucía.

Una vez calculado el número de excursionistas y residentes locales que juegan al golf en la provincia de Alicante, estimamos su gasto, tal como hemos hecho con los turistas extranjeros y españoles que practican este deporte.

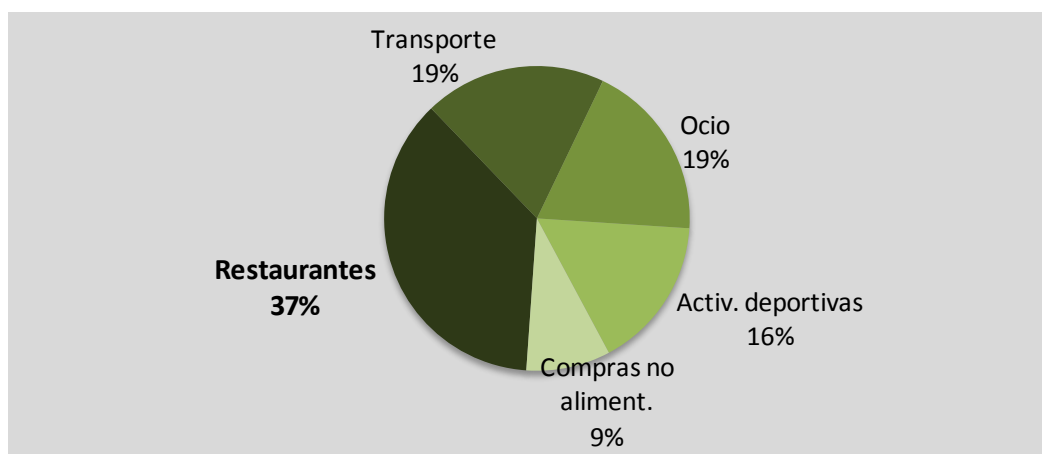
Según el Observatorio Turístico de la Comunidad Valenciana, el 70% de los jugadores de golf en esta comunidad son residentes en el extranjero y el 30% restante son residentes nacionales. Tenemos en cuenta esta distribución para estimar el gasto de los excursionistas y residentes locales, así como las características específicas de cada grupo que quedan reflejadas en su estructura de gasto.

### GASTO DE LOS EXCURSIONISTAS

Estimamos un gasto medio diario por excursionista jugador de golf de 30,74 euros. La mayor parte del gasto se realiza en restaurantes y bares, transporte, ocio, actividades deportivas y en menor medida en compras de bienes no alimenticios.

### Estructura del gasto total interior del excursionista jugador de golf. Provincia de Alicante (%)

Fuente: elaboración propia

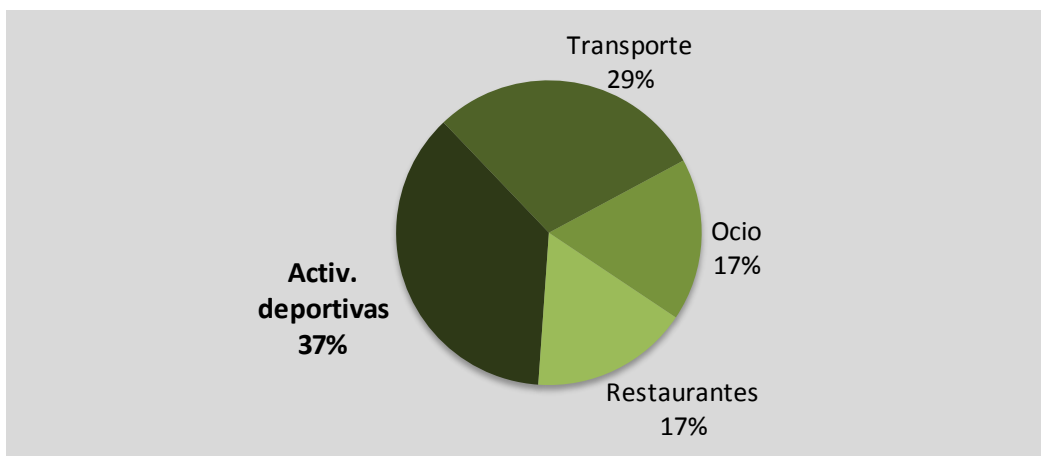


## GASTO DE LOS RESIDENTES LOCALES

Estimamos un gasto medio diario de los residentes locales jugadores de golf de 13,5 euros. En este grupo, la mayor parte del gasto recae sobre la actividad deportiva y el transporte, seguido del gasto en ocio y en restaurantes.

### Estructura del gasto total interior del residente local jugador de golf. Provincia de Alicante (%)

Fuente: elaboración propia



## 5.2.2 ESTIMACIÓN DEL VECTOR DE DEMANDA

Una vez estimado el número de jugadores de golf y su gasto medio de origen interior, estimamos el gasto total de cada uno de los perfiles definidos en el apartado anterior y su distribución por grupos de gasto. A continuación, asignamos cada concepto de gasto a las distintas ramas de actividad productoras o suministradoras de esos bienes o servicios en la Comunidad Valenciana, que una vez agregadas, nos permitirá obtener el vector de demanda y calcular el impacto del gasto efectuado por los jugadores de golf sobre la economía provincial.

### TURISTAS NO RESIDENTES EN ESPAÑA.....

Estimamos que el gasto total de origen interior de los turistas extranjeros que practicaron golf durante su viaje a la provincia de Alicante asciende a 154,3 millones de euros, cantidad que resulta de multiplicar el número de turistas extranjeros jugadores de golf (137.053) por su gasto medio diario (81,46€) y su estancia media (13,8 días).

La distribución del gasto total de origen interior entre los distintos grupos de gasto es la siguiente:

### Distribución del gasto total interior del turista no residente jugador de golf por grupos de gasto. Provincia de Alicante (miles €)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos y elaboración propia



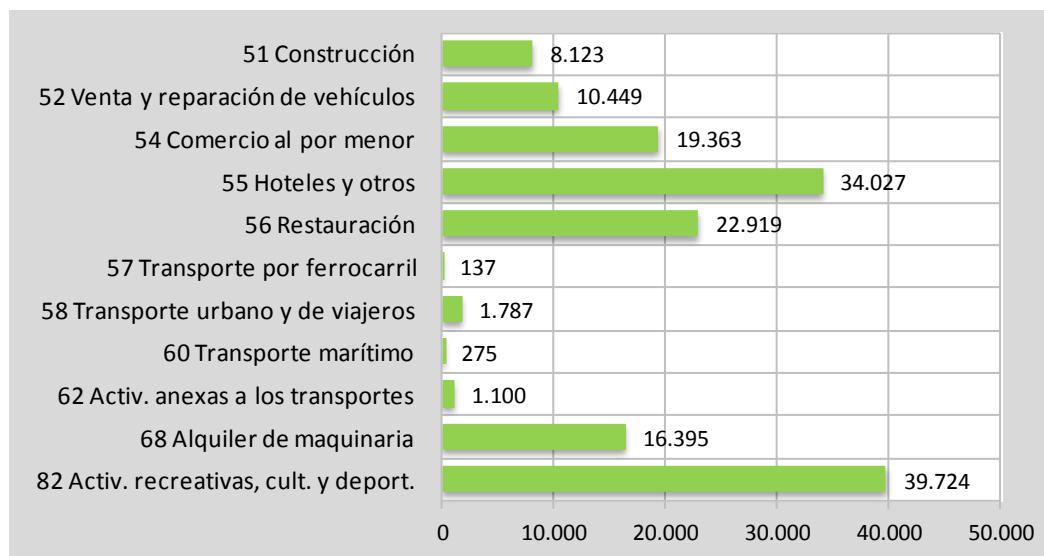
A continuación, realizamos una asignación sectorial de los distintos conceptos de gasto:





## Asignación del gasto total interior del turista no residente jugador de golf por actividades MIO. Provincia de Alicante (miles €)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos y elaboración propia



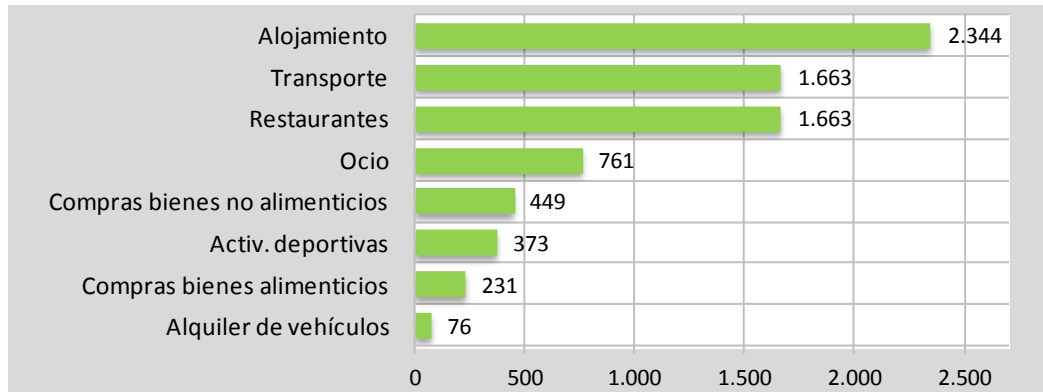
## TURISTAS RESIDENTES EN ESPAÑA.....

Procediendo de la misma forma, estimamos el gasto total de los 24.454 turistas residentes en España que juegan al golf durante su viaje a la provincia de Alicante multiplicando su gasto medio diario (42,7 euros) por su estancia media (7,2 días). Obtenemos un gasto total de 7,5 millones, cuya distribución por grupos de gasto es la que aparece a continuación:



## Distribución del gasto total interior del turista residente jugador de golf por grupos de gasto. Provincia de Alicante (miles €)

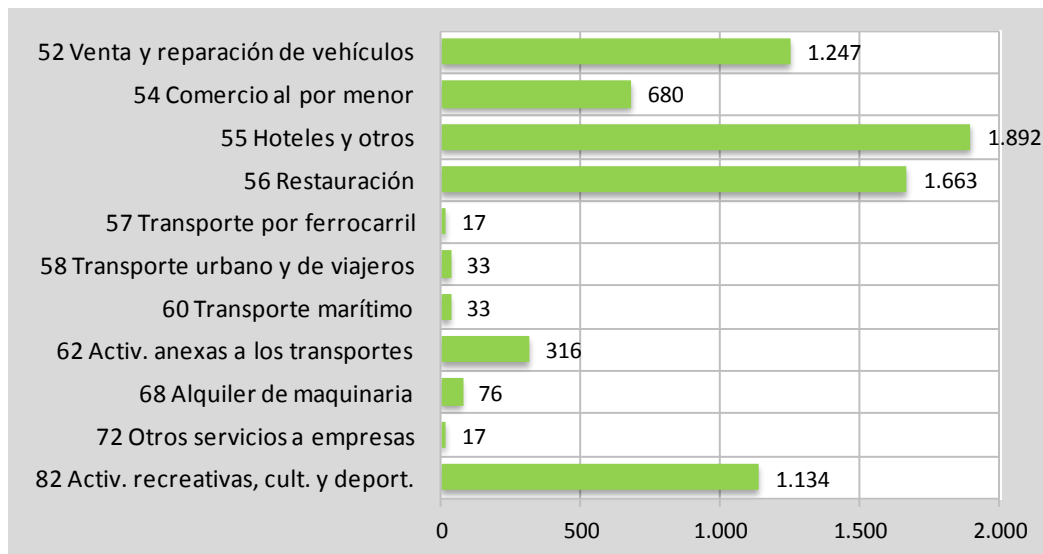
Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos y elaboración propia



Asignamos los gastos por ramas de actividad:

## Asignación del gasto total interior del turista residente jugador de golf por actividades MIO. Provincia de Alicante (miles €)

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos, American Express y elaboración propia



## EXCURSIONISTAS Y RESIDENTES LOCALES .....

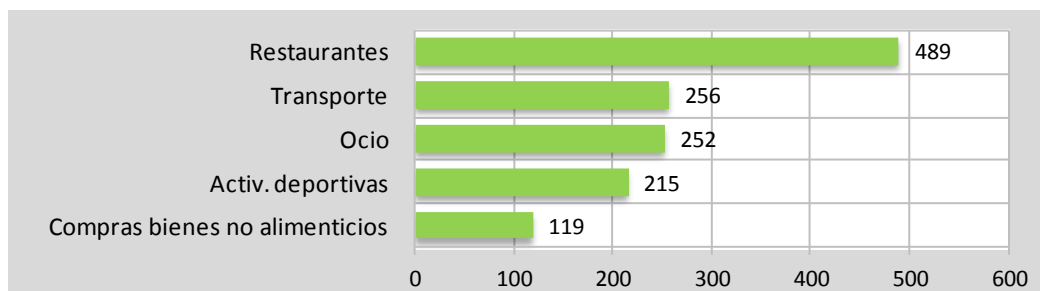
### EXCURSIONISTAS

Estimamos que el gasto total de los excursionistas jugadores de golf en la provincia de Alicante asciende a 1.331 miles de euros, a partir de los datos relativos al número de excursionistas que practican golf (43.281), su gasto medio diario (30,74 euros) y su estancia media (1 día).

A continuación obtenemos la distribución del gasto por grupos:

### Distribución del gasto total interior del excursionista jugador de golf por grupos de gasto. Provincia de Alicante (miles €)

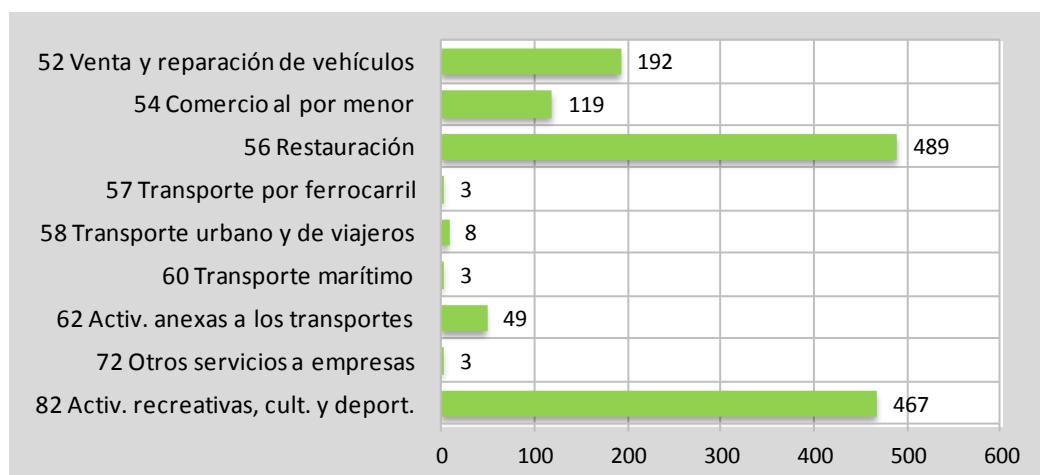
Fuente: elaboración propia



Asignamos los gastos por ramas:

### Asignación del gasto total interior del excursionista jugador de golf por actividades MIO. Provincia de Alicante (miles €)

Fuente: elaboración propia



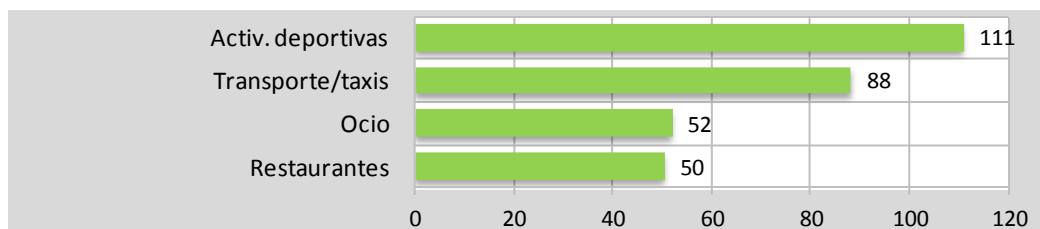
## RESIDENTES LOCALES

Asimismo, basándonos en el número de residentes locales jugadores de golf (22.302), su gasto medio diario (13,5 euros) y su estancia media (1 día), estimamos que el gasto total de los residentes locales jugadores de golf en la provincia de Alicante asciende a 301 miles de euros.

A continuación obtenemos la distribución del gasto por grupos:

### Distribución del gasto total interior del residente local jugador de golf por grupos de gasto. Provincia de Alicante (miles €)

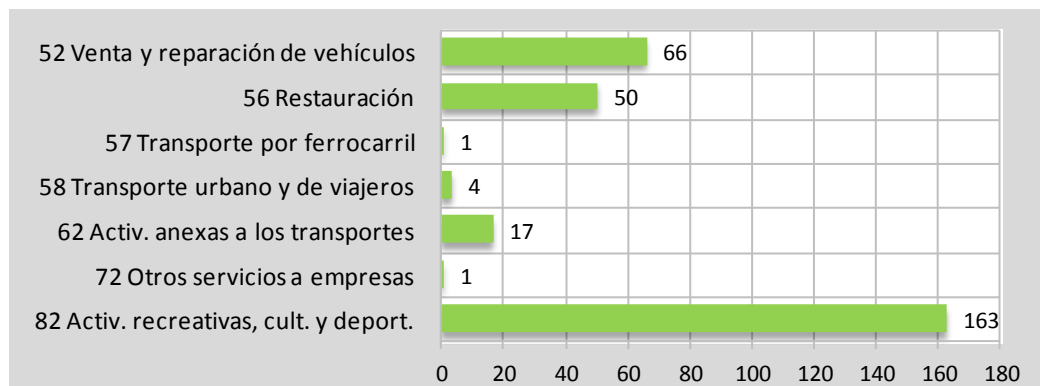
Fuente: elaboración propia



Asignamos los distintos conceptos de gasto por ramas de actividad:

### Asignación del gasto total interior del residente local jugador de golf por actividades MIO. Provincia de Alicante (miles €)

Fuente: elaboración propia

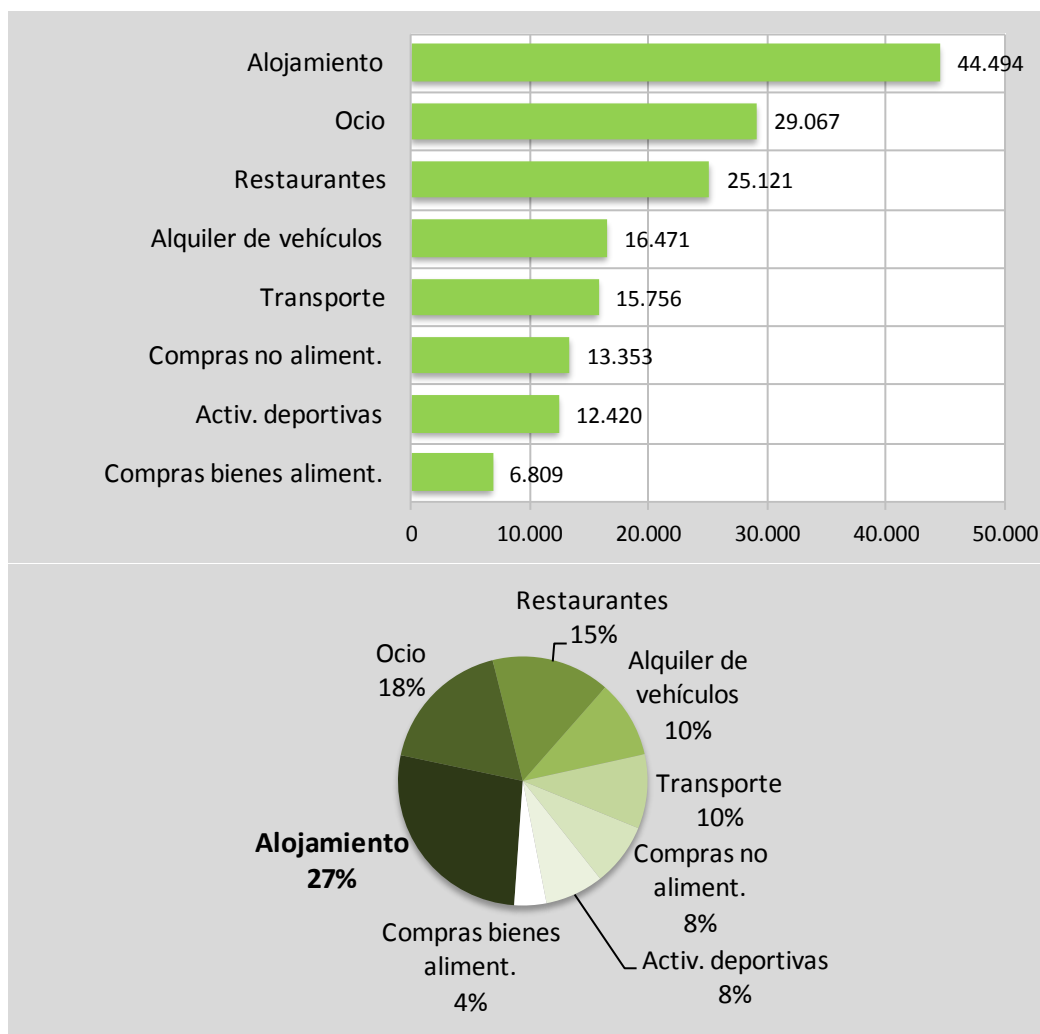


## VECTOR DE DEMANDA TOTAL DE LOS JUGADORES DE GOLF.....

La construcción del vector de demanda total de los jugadores de golf se obtiene por agregación del gasto interior de los cuatro grupos de jugadores definidos en el estudio, distribuidos por conceptos de gasto y asignados por ramas de actividad.

### Vector de demanda del jugador de golf por grupos de gasto. Provincia de Alicante (miles € y %)

Fuente: elaboración propia



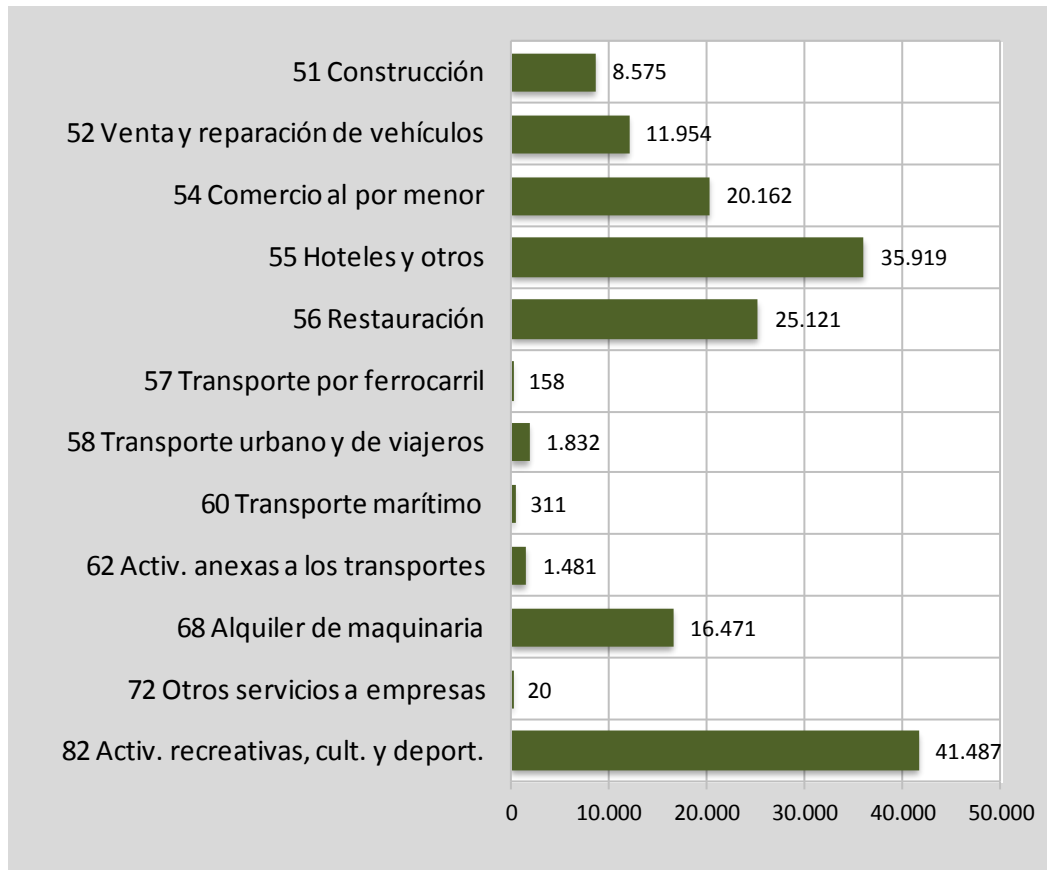
El mayor gasto de los jugadores de golf corresponde al alojamiento (27%), seguido del gasto en ocio (18%), restaurantes (15%), transporte (10%),



alquiler de vehículos (10%), actividades deportivas (8%), compras de bienes no alimenticios (8%) y compras de alimentación y bebidas (4%).

### Vector de demanda del jugador de golf por actividades MIO. Provincia de Alicante (miles €)

Fuente: elaboración propia



El gasto realizado por los jugadores de golf tiene una importante incidencia en las ramas de “Actividades recreativas, culturales y deportivas”, “Hoteles y otras modalidades de alojamiento”, “Restauración”, “Comercio al por menor”, Alquiler de maquinaria y equipo”, “Venta y reparación de vehículos” y “Construcción”.





## 5.3 IMPACTOS

Una vez determinado el vector de demanda de gasto corriente de los jugadores de golf, el cálculo del impacto se ha realizado siguiendo la metodología descrita en el Anexo. Los modelos Input-Output son los más utilizados para medir los impactos en la economía regional. Su utilidad se debe a que permiten calcular unos multiplicadores que reflejan la importancia económica de la actividad objeto de estudio. Los impactos totales, definidos como la suma de los impactos directos, indirectos e inducidos se calculan a través de los multiplicadores totales o multiplicadores de tipo II, estimándose los impactos indirectos e inducidos como diferencia entre los impactos totales y los directos. Los impactos totales sobre la renta se estiman a partir de la ratio VAB/producción proporcionada por la Tabla Input Output de la Comunidad Valenciana para cada rama de actividad. Los impactos totales sobre el empleo se calculan de la misma forma a partir de la relación empleo/producción.

### 5.3.1 IMPACTO SOBRE LA PRODUCCIÓN

El gasto realizado por los jugadores de golf, supone un impacto directo sobre la producción de 163,5 millones de euros. Esa demanda inicial produce a su vez unos impactos indirectos e inducidos sobre el resto de sectores productivos, valorados respectivamente, en 66,7 y 156,7 millones de euros, por lo que el impacto total (directo, indirecto e inducido) asciende a 386,9 millones de euros.

El impacto total del gasto realizado por los jugadores de golf sobre la producción regional viene dado por el multiplicador de output, que en este caso alcanza un valor de 2,3669, lo que significa que por cada euro de aumento de esa demanda inicial, el sistema productivo de la Comunidad Valenciana tuvo que aumentar su producción en 2,3669 euros.



## Impacto sobre la producción

Fuente: elaboración propia

	Impacto miles €	Multiplicador
<b>TOTAL</b>	<b>386.972,0</b>	<b>2,3669</b>
Directo+Indirecto	230.279,3	1,4085
Directo	163.491,3	1,0000
Indirecto	66.788,0	0,4085
Inducido	156.692,7	0,9584

La distribución de los impactos económicos sobre la producción por ramas de actividad pone de manifiesto que los mayores incrementos de la producción se producen en las siguientes ramas: “Actividades recreativas, culturales y deportivas”, “Restauración”, “Hoteles y otros tipos de hospedaje”, “Comercio al por menor”, “Actividades inmobiliarias”, “Construcción”, “Venta y reparación de vehículos” y “Alquiler de maquinaria”. Estas actividades concentran conjuntamente el 72% del efecto total sobre la producción.

El impacto total sobre la rama “Hoteles y otros tipos de hospedaje” se debe mayoritariamente al impacto directo (91%), al igual que en “Alquiler de maquinaria” (86%). La rama “Actividades recreativas culturales y deportivas” se ve beneficiada principalmente por el impacto directo (67%), pero también por el efecto indirecto (21%) e inducido (11%), así como la actividad de “Venta y reparación de vehículos”: el 61% del impacto total se debe a la demanda de los jugadores de golf, es decir al efecto directo, mientras que un 28% es consecuencia del efecto inducido, esto es tiene su origen en el consumo realizado por los perceptores de renta por su contribución al proceso productivo. El efecto inducido explica, asimismo, el 80% del impacto total en las “Actividades inmobiliarias”, mientras que en otras ramas el efecto directo y el efecto inducido contribuyen de forma similar a la generación del efecto total. Es el caso de la “Restauración” (el 47,5% se debe al efecto directo y el 52% al inducido) y del “Comercio” (el 53% es consecuencia del efecto directo y el 42% del efecto inducido). En la “Construcción” el aumento de la producción es causado por los tres efectos: directo (39%), indirecto (37%) e inducido (23%).



Desde otra perspectiva, las ramas de actividad que se ven más beneficiadas por el efecto directo son: “Actividades recreativas, culturales y deportivas” (25,4%), “Hoteles y otros tipos de hospedaje” (22%), “Restauración” (15,4%), “Comercio al por menor” (12,3%) y “Alquiler de maquinaria” (10,1%).

El efecto indirecto e inducido se extiende a un gran número de ramas, entre las que destacan principalmente “Restauración” (12,4%), “Actividades inmobiliarias” (11,6%), “Actividades recreativas, culturales y deportivas” (9%), “Comercio al por menor” (8,1%), “Construcción” (6%), “Comercio mayorista e intermediarios del comercio” (5,2%), “Producción y distribución de energía eléctrica” (4,1%), “Venta y reparación de vehículos, venta menor de combustible” (3,4%) y “Otros servicios a empresas” (3,1%).

### Impacto sobre la producción por actividades económicas

Fuente: elaboración propia

Actividades	Total miles €	% s/tot	Directo	Indirecto+ Inducido
<b>TOTAL</b>	<b>386.972,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>163.491,3</b>	<b>223.480,7</b>
<b>Por sectores</b>				
Agricultura	2.983,2	0,8%	0,0	2.983,2
Industria	44.457,3	11,5%	0,0	44.457,3
Construcción	22.010,1	5,7%	8.574,8	13.435,3
Comercio	49.863,2	12,9%	20.162,0	29.701,2
Hostelería	92.275,5	23,8%	61.040,6	31.234,9
Servicios	175.382,7	45,3%	73.713,9	101.668,8
<b>Por actividades</b>				
82 Actividades recreativas, culturales y deportivas	61.501,3	15,9%	41.487,4	20.013,9
56 Restauración	52.875,8	13,7%	25.121,4	27.754,4
55 Hoteles y otros tipos de hospedaje	39.399,7	10,2%	35.919,2	3.480,5
54 Comercio al por menor, rep. efectos personales y domésticos	38.154,6	9,9%	20.162,0	17.992,6
67 Actividades inmobiliarias	25.817,5	6,7%	0,0	25.817,5
51 Construcción	22.010,1	5,7%	8.574,8	13.435,3
52 Venta y reparación de vehículos; venta de combustible	19.559,8	5,1%	11.954,4	7.605,5
68 Alquiler de maquinaria, efectos personales, etc.	19.075,3	4,9%	16.470,7	2.604,6
53 Comercio mayorista e intermediarios del comercio	11.708,6	3,0%	0,0	11.708,6
49 Producción y distribución de energía eléctrica, gas y vapor	9.096,8	2,4%	0,0	9.096,8
72 Otros servicios a empresas	7.036,1	1,8%	20,1	7.016,0
63 Correos y telecomunicaciones	5.133,5	1,3%	0,0	5.133,5
77 Sanidad de mercado	4.421,6	1,1%	0,0	4.421,6
64 Intermediación financiera	4.359,2	1,1%	0,0	4.359,2
15 Elaboración de bebidas	4.307,7	1,1%	0,0	4.307,7
62 Actividades anexas a los transportes	4.080,0	1,1%	1.481,3	2.598,6
13 Fabricación de productos de molinería, panadería y pastelería	3.766,2	1,0%	0,0	3.766,2
58 Transporte urbano y de viajeros	3.679,2	1,0%	1.831,7	1.847,4
71 Actividades jurídicas y de asesoramiento administrativo	3.220,8	0,8%	0,0	3.220,8
65 Seguros y planes de pensiones	3.140,5	0,8%	0,0	3.140,5
Resto de actividades	44.627,8	11,5%	468,3	44.159,4

## 5.3.2 IMPACTO SOBRE LA RENTA

En términos de renta, el gasto realizado por los jugadores de golf, incrementa el Valor Añadido Bruto de la Comunidad Valenciana en 221 millones de euros, de los que 99,8 millones son impactos directos, 32,3 son impactos indirectos y 88,8 son impactos inducidos.

La capacidad de generación de Valor Añadido Bruto provocada por un aumento de la demanda final, viene cuantificada por el multiplicador de renta, cuyo valor es de 1,3517, lo que supone que por cada euro de aumento de la demanda de bienes y servicios de los jugadores de golf, la renta regional se incrementó en 1,3517 euros.

### Impacto sobre la renta

Fuente: elaboración propia

	Impacto miles €	Multiplicador
<b>TOTAL</b>	<b>220.993,7</b>	<b>1,3517</b>
Directo+Indirecto	132.146,2	0,8083
Directo	99.802,7	0,6104
Indirecto	32.343,5	0,1978
Inducido	88.847,4	0,5434

En términos de renta (VAB), la distribución de los impactos económicos totales por ramas de actividad muestra que las ramas en las que se concentran los mayores aumentos son: “Actividades recreativas, culturales y deportivas” (16%), “Restauración” (13%), “Comercio al por menor” (13%), “Hoteles y otros tipos de hospedaje” (11,4%), “Actividades inmobiliarias” (8,7%), “Venta y reparación de vehículos, venta menor de combustible” (6%) y “Alquiler de maquinaria” (5,5%).

El impacto directo recae mayoritariamente en las ramas: “Actividades recreativas, culturales y deportivas” (24%), “Hoteles y otros tipos de hospedaje” (23%), “Comercio al por menor” (15%), “Restauración” (14%) y “Alquiler de maquinaria” (10,5%).



El impacto indirecto e inducido tiene una mayor incidencia en términos de generación de renta en: “Actividades inmobiliarias” (15,9%), “Restauración” (12,7%), “Comercio al por menor” (11%), “Actividades recreativas, culturales y deportivas” (9,7%), “Comercio mayorista en intermediarios del comercio” (5,4%), “Venta y reparación de vehículos; venta menor de combustible” (4,3%), “Otros servicios a empresas” (4%), “Construcción” (3,2%), “Intermediación financiera” (2,7%), “Correos y telecomunicaciones” (2,4%) y “Sanidad de mercado” (2%).

### Impacto sobre la renta por actividades económicas

Fuente: elaboración propia

Actividades	Total		Indirecto+	
	miles €	% s/tot	Directo	Inducido
<b>TOTAL</b>	<b>220.993,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>99.802,7</b>	<b>121.190,9</b>
<b>Por sectores</b>				
Agricultura	1.817,4	0,8%	0,0	1.817,4
Industria	12.245,0	5,5%	0,0	12.245,0
Construcción	6.373,1	2,9%	2.482,9	3.890,2
Comercio	35.482,2	16,1%	15.274,9	20.207,3
Hostelería	54.501,3	24,7%	36.853,1	17.648,1
Servicios	110.574,6	50,0%	45.191,8	65.382,8
<b>Por actividades</b>				
82 Actividades recreativas, culturales y deportivas	36.002,0	16,3%	24.286,2	11.715,9
56 Restauración	29.397,0	13,3%	13.966,6	15.430,4
54 Comercio al por menor, rep. efectos personales y domésticos	28.906,4	13,1%	15.274,9	13.631,4
55 Hoteles y otros tipos de hospedaje	25.104,2	11,4%	22.886,5	2.217,7
67 Actividades inmobiliarias	19.236,0	8,7%	0,0	19.236,0
52 Venta y reparación de vehículos; venta de combustible	13.344,4	6,0%	8.155,7	5.188,7
68 Alquiler de maquinaria, efectos personales, etc.	12.145,2	5,5%	10.486,8	1.658,3
53 Comercio mayorista e intermediarios del comercio	6.575,9	3,0%	0,0	6.575,9
51 Construcción	6.373,1	2,9%	2.482,9	3.890,2
72 Otros servicios a empresas	4.995,4	2,3%	14,3	4.981,1
64 Intermediación financiera	3.237,8	1,5%	0,0	3.237,8
63 Correos y telecomunicaciones	2.903,5	1,3%	0,0	2.903,5
77 Sanidad de mercado	2.537,1	1,1%	0,0	2.537,1
58 Transporte urbano y de viajeros	2.508,2	1,1%	1.248,8	1.259,5
62 Actividades anexas a los transportes	2.200,5	1,0%	799,0	1.401,6
75 Educación de mercado	2.014,2	0,9%	0,0	2.014,2
84 Hogares que emplean personal doméstico	1.812,2	0,8%	0,0	1.812,2
49 Producción y distribución de energía eléctrica, gas y vapor	1.648,5	0,7%	0,0	1.648,5
59 Transporte de mercancías por carretera y tubería	1.548,5	0,7%	0,0	1.548,5
13 Fabricación de productos de molinería, panadería y pastelería	1.488,0	0,7%	0,0	1.488,0
Resto de actividades	17.015,7	7,7%	201,1	16.814,6



### 5.3.3 IMPACTO SOBRE EL EMPLEO

En términos de empleo, el gasto de los jugadores de golf permite crear/mantener 2.984 puestos de trabajo directos, que sumados a los generados de forma indirecta (838) e inducida (2.622), supone la creación/mantenimiento de 6.443 empleos en el período analizado.

104

#### Impacto sobre el empleo

Fuente: elaboración propia

Impacto personas	
<b>TOTAL</b>	<b>6.443</b>
Directo+Indirecto	<b>3.821</b>
Directo	<b>2.984</b>
Indirecto	<b>838</b>
Inducido	<b>2.622</b>

La distribución sectorial de los impactos refleja una mayor incidencia en las ramas de actividad más intensivas en el uso del factor trabajo, como el “Comercio al por menor” (29,5%), “Actividades recreativas, culturales y deportivas” (14,5%), “Restauración” (10,8%), “Hoteles y otros tipos de hospedaje” (9,1%), “Venta y reparación de vehículos”(5,3%), “Comercio mayorista e intermediarios del comercio (4,2%) y “Construcción (3,7%).

#### Impacto sobre el empleo

Fuente: elaboración propia

Actividades	Total		Directo	Indirecto+ Inducido
	personas	% s/tot		
<b>TOTAL</b>	<b>6.443</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.984</b>	<b>3.459,3</b>
<b>Por sectores</b>				
Agricultura	86	1,3%	0	86,1
Industria	311	4,8%	0	310,5
Construcción	240	3,7%	93	146,5
Comercio	2.171	33,7%	1.004	1.167,7
Hostelería	1.281	19,9%	866	415,8
Servicios	2.354	36,5%	1.021	1.332,9

continúa...





Actividades	Total		Indirecto+	
	personas	% s/tot	Directo	Inducido
<b>Por actividades</b>				
54 Comercio al por menor, rep. efectos personales y domésticos	1.899	29,5%	1.004	895,7
82 Actividades recreativas, culturales y deportivas	934	14,5%	630	304,1
56 Restauración	693	10,8%	329	363,8
55 Hoteles y otros tipos de hospedaje	588	9,1%	536	52,0
52 Venta y reparación de vehículos; venta de combustible	345	5,3%	211	134,0
53 Comercio mayorista e intermediarios del comercio	272	4,2%	0	272,0
51 Construcción	240	3,7%	93	146,5
68 Alquiler de maquinaria, efectos personales, etc.	150	2,3%	130	20,5
72 Otros servicios a empresas	136	2,1%	0	135,8
84 Hogares que emplean personal doméstico	133	2,1%	0	133,4
67 Actividades inmobiliarias	85	1,3%	0	85,3
77 Sanidad de mercado	80	1,2%	0	79,8
83 Actividades diversas de servicios personales	72	1,1%	0	71,6
75 Educación de mercado	66	1,0%	0	65,6
58 Transporte urbano y de viajeros	64	1,0%	32	32,0
13 Fabricación de productos de molinería, panadería y pastelería	48	0,7%	0	48,0
64 Intermediación financiera	45	0,7%	0	44,7
63 Correos y telecomunicaciones	39	0,6%	0	39,2
59 Transporte de mercancías por carretera y tubería	39	0,6%	0	38,9
62 Actividades anexas a los transportes	38	0,6%	14	24,3
Resto de actividades	477	7,4%	4	472,1

A nivel agregado, el impacto económico asociado al gasto de los jugadores de golf recae mayoritariamente en el sector servicios, que concentra el 82% del aumento de la producción, el 91% de la renta generada y el 90% de los empleos creados. En este sector las ramas más beneficiadas son “Actividades recreativas, culturales y deportivas” (16% del incremento de la producción, 16% del aumento de la renta y 15% del aumento del empleo), “Restauración” (13,7% del aumento de la producción, 13% del aumento de la renta y 10,8% del aumento del empleo), “Hoteles y otros tipos de hospedaje” (10,2%, 11,4% y 9,1% del impacto en producción, renta y empleo, respectivamente), “Comercio al por menor” (10%, 13% y 30%), “Actividades inmobiliarias” (7%, 8,7% y 1%) y “Venta y reparación de vehículos” (5%, 5% y 6%). En el resto de los sectores los impactos son menores: el sector industrial concentra el 11,5% del incremento de la producción, el 5,5% del aumento de la renta y en torno al 5% del empleo generado. Por su parte, sobre el sector de la construcción recae el 5,7% del aumento de la producción, el 3% de la renta generada y el 3,7% de los puestos de trabajo creados. En el sector agrario, la incidencia es muy pequeña, situándose en torno al 1% en las tres variables consideradas.

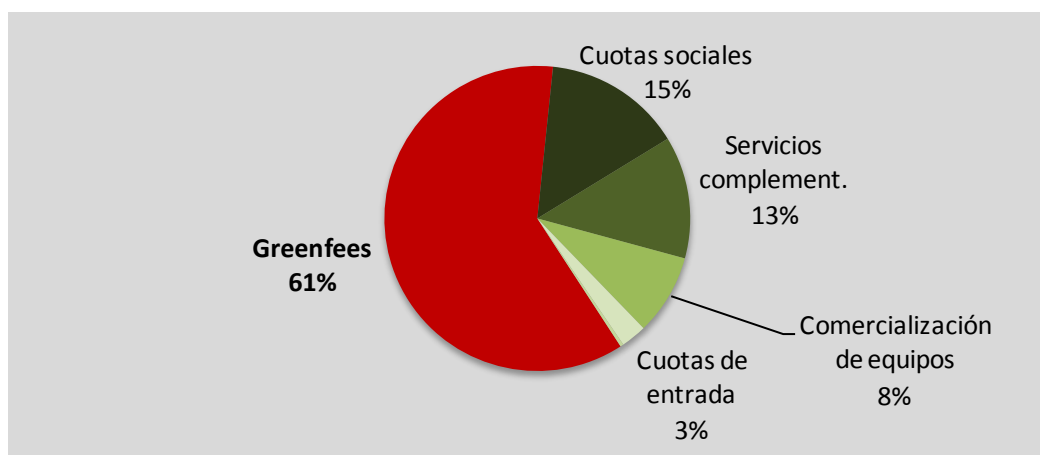


# 6 LOS CAMPOS DE GOLF

## 6.1 ESTIMACIÓN DEL GASTO TOTAL Y CONSTRUCCIÓN DEL VECTOR DE DEMANDA

### Distribución de los ingresos de los campos de golf. Provincia de Alicante

Fuente: elaboración propia



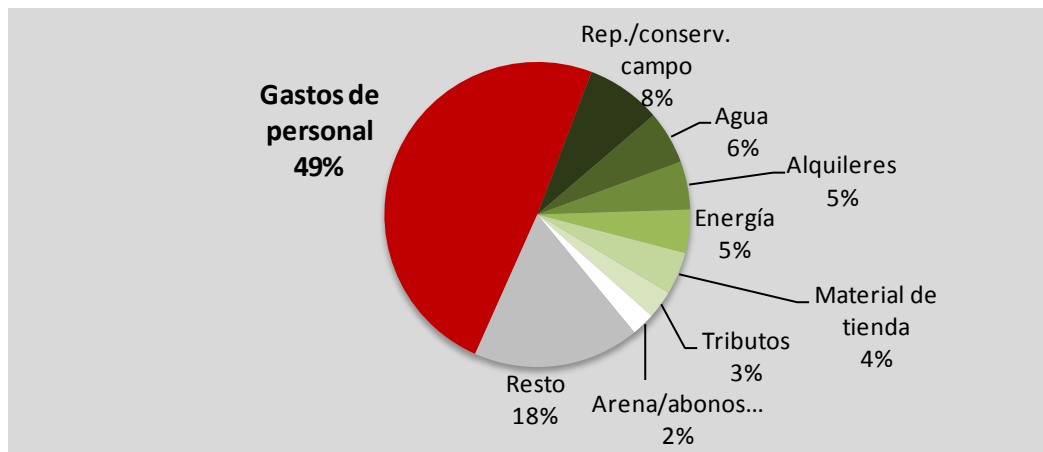
Para cuantificar el gasto de los campos de golf generador del impacto económico, utilizamos los datos de la Cuenta de Explotación obtenidos mediante encuestación a una muestra representativa de los campos de golf objeto de estudio. Los datos poblacionales se obtienen por elevación de los resultados muestrales en función del tamaño de los campos y agregación posterior.

Según la información obtenida de las encuestas realizadas a los campos de golf, el gasto realizado por los 18 campos de la provincia de Alicante asciende a 23,8 millones de euros. La partida más representativa es la de gastos de personal, que supone cerca del 50% de los gastos de explotación. En cuanto a los otros gastos de explotación, destacan los suministros (20%), donde las mayores partidas de gasto son las de agua, energía y arena, abonos y semillas. A continuación se sitúan los gastos de reparación y conservación (11%), los alquileres/renting de buggies (6,6%), las compras de material de

tienda (4,5%), tributos (3%), servicios profesionales independientes (2%), primas de seguros (1,2%), servicios bancarios (0,9%), gastos financieros (0,8%), otros servicios exteriores (0,5%) y gastos de transporte (0,3%).

### Distribución de los gastos de los campos de golf. Provincia de Alicante

Fuente: elaboración propia



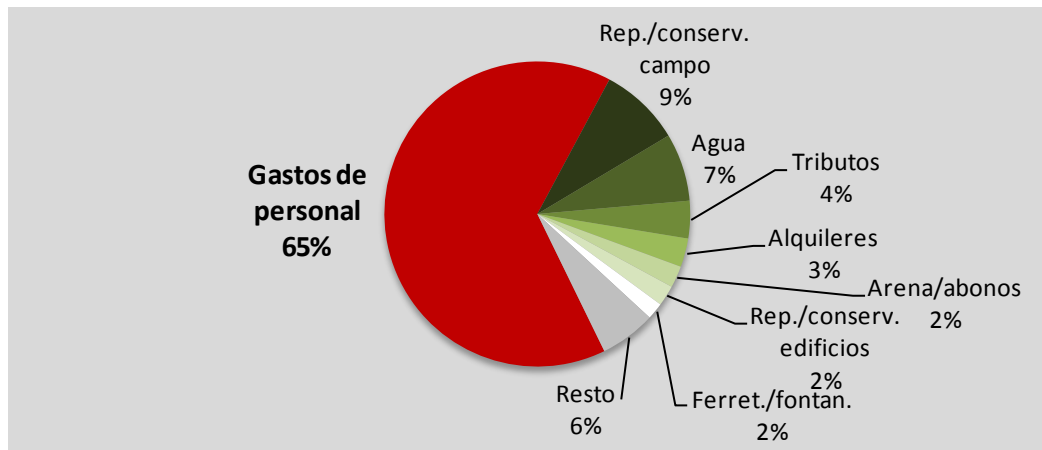
A efectos del cálculo del impacto económico, hay que considerar únicamente la parte del gasto que se ha realizado en la Comunidad Valenciana. Los resultados de las encuestas reflejan que el 75,5% de los gastos (18 millones de euros) se considera de origen interior, es decir, repercute en la Comunidad Valenciana. Junto a los gastos de personal, que recaen íntegramente en la región, las partidas de gasto con un mayor componente interior son los gastos de reparación y conservación del edificio y del campo, algunos suministros (agua, arena, abonos, semillas, material de oficina y productos de ferretería y fontanería, principalmente), los gastos en asesorías y en otros servicios profesionales independientes y los tributos.

Considerando únicamente los gastos de origen interior, la distribución de los gastos de los campos de golf entre los distintos conceptos es la siguiente: gastos de personal (65%), suministros (12,7%), reparación y conservación (11,9%), tributos (4%), alquileres (3%), servicios profesionales independientes (2%), primas de seguros (0,5%), otros servicios exteriores (0,3%) y material de tienda (0,2%). Lo más significativo es el menor peso relativo del gasto en

suministros, alquileres/ renting de buggies y compras de material de tienda, ya que una parte de dichos gastos es contratada con empresas que se localizan fuera de la Comunidad Valenciana.

### Distribución de los gastos de los campos de golf de origen interior. Provincia de Alicante

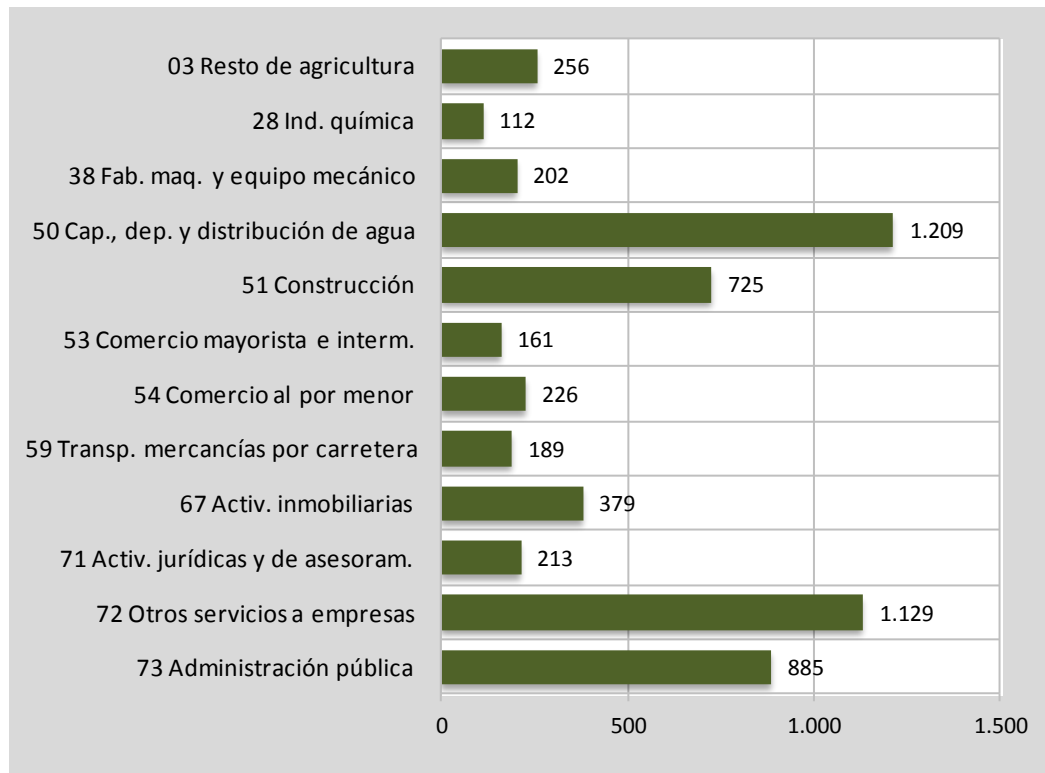
Fuente: elaboración propia



Una vez conocida la distribución de los gastos de los campos de golf de origen interior entre los distintos conceptos, realizamos una asignación de los mismos entre las ramas de actividad proveedoras o suministradoras de los mismos, obteniendo de esta forma el vector de demanda final de los campos de golf. La clasificación sectorial empleada es la recogida Tabla Input-Output para la Comunidad Valenciana que distingue 84 ramas de actividad.

## Vector de demanda de los campos de golf. Principales actividades MIO. Provincia de Alicante (miles €)

Fuente: elaboración propia



## 6.2 IMPACTOS

El incremento de la demanda derivada de la actividad corriente de los campos de golf genera un impacto directo sobre la economía regional.

Para desarrollar su actividad, los campos de golf adquieren bienes y servicios a empresas, gran parte de las cuales se localizan en la Comunidad Valenciana. Para satisfacer esa demanda directa, dichas empresas deben incrementar su producción, requiriendo a su vez los abastecimientos necesarios a sus empresas proveedoras, las cuales generan a su vez una demanda adicional a otras, desencadenando un efecto de arrastre sobre la economía regional, denominado impacto indirecto.



Por otra parte, los campos de golf y el resto de empresas que intervienen en este proceso, pagan sueldos y salarios a sus empleados, generando una renta que, en parte, irá destinada al consumo, provocando un aumento de la demanda, que a su vez dará lugar a un aumento de la producción, es decir, generando un impacto inducido.

El impacto total sobre la producción, la renta y el empleo viene dado por la suma de los tres efectos anteriores, directo, indirecto e inducido.

### 6.2.1 IMPACTO SOBRE LA PRODUCCIÓN

El gasto en el que incurren los campos de golf, tanto por la compra de bienes y servicios corrientes, como por los gastos en sueldos y salarios de sus empleados, genera un impacto directo sobre la producción de 18 millones de euros, de los que 11,7 millones recaen sobre el sector de las economías domésticas.

El aumento de la demanda asociado a la actividad de los campos de golf produce a su vez unos impactos indirectos e inducidos sobre el resto de sectores productivos, valorados respectivamente en 2,6 y 32,5 millones de euros, por lo que el impacto total asciende a 53,2 millones de euros.

#### Impacto sobre la producción

Fuente: elaboración propia

	Impacto miles €	Multiplicador
<b>TOTAL</b>	<b>53.191,2</b>	<b>2,9520</b>
Directo+Indirecto	20.638,2	1,1454
Directo	18.018,4	1,0000
Indirecto	2.619,8	0,1454
Inducido	32.553,1	1,8067

El impacto total del gasto realizado por los campos de golf sobre la producción regional viene dado por el multiplicador de output, que alcanza un valor de 2,9520, lo que significa que por cada euro de aumento de esa



demanda inicial el sistema productivo tuvo que aumentar su producción en 2,9520 euros.

## Impacto sobre la producción por actividades económicas

Fuente: elaboración propia

Actividades * Sin incluir "Economías domésticas"	Total miles €	% s/tot*	Directo	Indirecto+ Inducido
<b>TOTAL</b>	<b>53.191,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>18.018,4</b>	<b>35.172,8</b>
<b>Por sectores</b>				
Agricultura	700,3	1,7%	264,2	436,2
Industria	7.940,6	19,1%	1.859,2	6.081,4
Construcción	2.566,3	6,2%	724,5	1.841,8
Comercio	5.854,2	14,1%	387,2	5.467,0
Hostelería	6.422,0	15,5%	5,1	6.416,9
Servicios	17.987,7	43,4%	3.058,2	14.929,6
<i>Economías domésticas</i>	<b>11.720,0</b>	-	11.720,0	0,0
<b>Por actividades</b>				
56 Restauración	5.747,0	13,9%	4,7	5.742,3
67 Actividades inmobiliarias	4.772,3	11,5%	379,2	4.393,1
54 Comercio al por menor, rep.efectos personales y domésticos	3.566,3	8,6%	226,5	3.339,9
51 Construcción	2.566,3	6,2%	724,5	1.841,8
53 Comercio mayorista e intermediarios del comercio	2.287,8	5,5%	160,7	2.127,1
72 Otros servicios a empresas	1.932,1	4,7%	1.128,6	803,5
50 Captación, depuración y distribución de agua	1.456,3	3,5%	1.209,2	247,1
82 Actividades recreativas, culturales y deportivas	1.447,3	3,5%	7,4	1.439,9
49 Producción y distribución de energía eléctrica, gas y vapor	1.372,6	3,3%	71,7	1.300,9
52 Venta y reparación de vehículos; venta de combustible	1.276,3	3,1%	59,9	1.216,4
77 Sanidad de mercado	919,3	2,2%	0,5	918,8
73 Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria	884,8	2,1%	884,8	0,0
63 Correos y telecomunicaciones	827,6	2,0%	0,3	827,3
64 Intermediación financiera	732,6	1,8%	55,2	677,5
55 Hoteles y otros tipos de hospedaje	675,1	1,6%	0,5	674,6
Resto de actividades	11.007,4	26,5%	13.104,9	9.622,6
<i>Economías domésticas</i>	<b>11.720,0</b>	-	11.720,0	0,0



## 6.2.2 IMPACTO SOBRE LA RENTA

La actividad de los campos de golf genera un aumento del valor añadido bruto (renta) estimado en 35,1 millones de euros, de los que 15,5 millones de euros son impactos directos en renta, 1,16 son impactos indirectos y 18,5 son impactos inducidos.

El multiplicador de renta de la actividad de los campos de golf alcanza un valor de 1,9507, lo que supone que por cada euro de aumento de la demanda de bienes y servicios de los campos de golf, la renta regional se incrementa en 1,9507 euros.

### Impacto sobre la renta

Fuente: elaboración propia

	Impacto miles €	Multiplicador
<b>TOTAL</b>	<b>35.147,9</b>	<b>1,9507</b>
Directo+Indirecto	16.689,7	0,9263
Directo	15.527,3	0,8617
Indirecto	1.162,4	0,0645
Inducido	18.458,1	1,0244

### Impacto sobre la renta por actividades económicas

Fuente: elaboración propia

Actividades * Sin incluir "Economías domésticas"	Total miles €	% s/tot	Directo	Indirecto+ Inducido
<b>TOTAL</b>	<b>35.147,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>15.527,3</b>	<b>19.620,5</b>
<b>Por sectores</b>				
Agricultura	450,8	1,9%	184,0	266,8
Industria	2.777,4	11,9%	1.089,7	1.687,7
Construcción	743,1	3,2%	209,8	533,3
Comercio	3.986,8	17,0%	261,8	3.725,0
Hostelería	3.625,2	15,5%	2,9	3.622,3
Servicios	11.844,4	50,6%	2.059,0	9.785,4
<i>Economías domésticas</i>	<b>11.720,0</b>	-	11.720,0	0,0

continúa...

Actividades <small>* Sin incluir "Economías domésticas"</small>	Total		Indirecto+	
	miles €	% s/tot	Directo	Inducido
<b>Por actividades</b>				
67 Actividades inmobiliarias	3.555,7	15,2%	282,5	3.273,2
56 Restauración	3.195,1	13,6%	2,6	3.192,5
54 Comercio al por menor, rep.efectos personales y domésticos	2.701,9	11,5%	171,6	2.530,3
72 Otros servicios a empresas	1.371,8	5,9%	801,3	570,5
53 Comercio mayorista e intermediarios del comercio	1.284,9	5,5%	90,3	1.194,7
50 Captación, depuración y distribución de agua	1.031,5	4,4%	856,5	175,0
52 Venta y reparación de vehículos; venta de combustible	870,7	3,7%	40,9	829,9
82 Actividades recreativas, culturales y deportivas	847,2	3,6%	4,3	842,9
51 Construcción	743,1	3,2%	209,8	533,3
73 Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria	660,7	2,8%	660,7	0,0
64 Intermediación financiera	544,2	2,3%	41,0	503,2
77 Sanidad de mercado	527,5	2,3%	0,3	527,2
63 Correos y telecomunicaciones	468,1	2,0%	0,2	467,9
55 Hoteles y otros tipos de hospedaje	430,1	1,8%	0,3	429,8
75 Educación de mercado	415,9	1,8%	0,5	415,4
Resto de actividades	4.779,5	20,4%	644,7	4.134,7
<i>Economías domésticas</i>	<b>11.720,0</b>	-	11.720,0	0,0

## 6.2.3 IMPACTO SOBRE EL EMPLEO

La actividad económica de los campos de golf permite crear/mantener 499 empleos directos, que sumados a los generados de forma indirecta (31) e inducida (545) genera un impacto total de 1.075 empleos.

### Impacto sobre el empleo

Fuente: elaboración propia

	Impacto personas
<b>TOTAL</b>	<b>1.075</b>
Directo+Indirecto	530
Directo	499
Indirecto	31
Inducido	545



## Impacto sobre el empleo por actividades económicas

Fuente: elaboración propia

Actividades * Sin incluir "Economías domésticas"	Total personas	% s/tot	Directo	Indirecto+ Inducido
<b>TOTAL</b>	<b>1.075</b>	<b>100,0%</b>	<b>499</b>	<b>576</b>
<b>Por sectores</b>				
Agricultura	22	3,2%	9	13
Industria	62	9,0%	18	44
Construcción	28	4,1%	8	20
Comercio	231	33,7%	15	216
Hostelería	85	12,5%	0	85
Servicios	258	37,6%	59	198
<i>Economías domésticas</i>	<b>389</b>	-	389	0
<b>Por actividades</b>				
54 Comercio al por menor, rep. efectos personales y domésticos	178	25,9%	11	166
56 Restauración	75	11,0%	0	75
53 Comercio mayorista e intermediarios del comercio	53	7,8%	4	49
72 Otros servicios a empresas	37	5,5%	22	16
73 Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria	28	4,1%	28	0
51 Construcción	28	4,1%	8	20
84 Hogares que emplean personal doméstico	28	4,0%	0	28
52 Venta y reparación de vehículos; venta de combustible	22	3,3%	1	21
82 Actividades recreativas, culturales y deportivas	22	3,2%	0	22
77 Sanidad de mercado	17	2,4%	0	17
67 Actividades inmobiliarias	16	2,3%	1	15
50 Captación, depuración y distribución de agua	15	2,2%	13	3
83 Actividades diversas de servicios personales	14	2,1%	0	14
75 Educación de mercado	14	2,0%	0	14
03 Resto de agricultura y servicios agrarios	12	1,7%	7	5
Resto de actividades	126	18,4%	15	112
<i>Economías domésticas</i>	<b>389</b>	-	389	0

La distribución de los impactos por grandes sectores de actividad muestra que el principal sector beneficiado por la actividad de los campos de golf es el sector servicios, que concentra el 73% del aumento de la producción, el 83% de la renta generada y el 84% de los empleos creados.

En este sector, los mayores impactos en términos de producción se producen en las ramas de "Restauración (13,9%)", "Actividades inmobiliarias (11,5%)", "Comercio al por menor" (8,6%), "Comercio mayorista" (5,5%) y "Otros servicios a empresas" (4,7%), actividades que también absorben los mayores porcentajes de incremento de la renta: "Actividades inmobiliarias" (15,2%), "Restauración" (13,6%), "Comercio al por menor" (11,5%), "Otros servicios a empresas" (5,9%) y "Comercio mayorista" (5,5%). En términos de empleo, destaca especialmente el "Comercio al por menor" (25,9%), seguido de las

ramas de “Restauración (11%), “Comercio mayorista (7,8%), “Otros servicios a empresas” (5,5%) y “Administración pública” (4,1%).

El sector industrial, por su parte, concentra el 19,1% del aumento de la producción, el 11,9% de la renta generada y el 9% de los empleos creados, destacando las ramas de “Captación, depuración y distribución de agua” y “Producción y distribución de energía”. En el sector de la construcción recae el 6,2% del aumento de la producción, el 3,2% del incremento de la renta y el 4,1% de los empleos generados. En el sector agrario, el impacto es más reducido: 1,7% en la producción, 1,9% en la renta y 3,2% en el empleo.





# 7 RESUMEN DE IMPACTOS

El sector del golf produce importantes impactos económicos sobre la producción, la renta y el empleo de la provincia de Alicante y de la Comunidad Valenciana. El gasto realizado por los agentes del sector: jugadores y campos de golf, contribuye de forma significativa al aumento de la demanda de bienes y servicios de la economía regional, desencadenando un efecto multiplicador sobre el sistema productivo.

La inyección de gasto asociada a los jugadores y a la actividad de los campos de golf genera un impacto sobre la producción regional de 440 millones de euros. El 88% del impacto total proviene del gasto realizado por los jugadores y el 12% restante se genera como consecuencia de la actividad desarrollada por los campos de golf.

## Resumen de impactos

Fuente: elaboración propia

	Efecto TOTAL	Efecto directo	Efecto Indirecto	Efecto Inducido
<b>SOBRE LA PRODUCCIÓN (miles €)</b>				
<b>TOTAL</b>	<b>440.163,2</b>	<b>181.509,7</b>	<b>69.407,8</b>	<b>189.245,7</b>
JUGADORES DE GOLF	386.972,0	163.491,3	66.788,0	156.692,7
CAMPOS DE GOLF	53.191,2	18.018,4	2.619,8	32.553,1
<b>SOBRE EL VAB (miles €)</b>				
<b>TOTAL</b>	<b>256.141,6</b>	<b>115.330,1</b>	<b>33.505,9</b>	<b>107.305,6</b>
JUGADORES DE GOLF	220.993,7	99.802,7	32.343,5	88.847,4
CAMPOS DE GOLF	35.147,9	15.527,3	1.162,4	18.458,1
<b>SOBRE EL EMPLEO (personas)</b>				
<b>TOTAL</b>	<b>7.518</b>	<b>3.482</b>	<b>869</b>	<b>3.166</b>
JUGADORES DE GOLF	6.443	2.984	838	2.622
CAMPOS DE GOLF	1.075	499	31	545

El gasto total realizado por los jugadores y los campos de golf, supone un impacto directo sobre la producción de 181,5 millones de euros. El aumento de la demanda asociada al sector del golf genera impactos indirectos e inducidos sobre el resto de sectores de la Comunidad Valenciana que ascienden, respectivamente a 69,4 y 189,2 millones de euros.

En términos de renta, el Valor Añadido Bruto de la Comunidad Valenciana aumenta en 256 millones de euros, de los que 115,3 millones son impactos directos, 33,5 millones son impactos indirectos y 107,3 son impactos inducidos. El 86% del impacto total sobre la renta está asociado a los jugadores de golf.

En términos de empleo, gasto realizado por el sector del golf permite generar/mantener 7.518 empleos en el sistema productivo regional, de los que 3.482 son directos, 869 se generan de forma indirecta y 3.166 de forma inducida. En los empleos directos está incluido el personal de los campos de golf, que según la información facilitada por los propios campos y las estimaciones realizadas asciende a 389 puestos de trabajo.

La cuantificación del impacto de la actividad asociada al sector del golf sobre la economía provincial y regional puede calcularse comparando las cifras de VAB (renta) y empleo generados por la inyección de demanda con las cifras que estas variables macroeconómicas tienen en la provincia de Alicante y en la Comunidad Valenciana. El impacto de la actividad de los campos de golf y del gasto de los jugadores sobre la economía provincial y regional representa el 0,8% del PIB y el 1,27% del empleo de la provincia de Alicante, y el 0,26% del PIB y el 0,43% del empleo de la Comunidad Valenciana.

### Impacto total del sector del golf sobre el PIB y el empleo provincial y autonómico

Fuente: INE Contabilidad Regional de España y elaboración propia

	Renta	Empleo
Comunidad Valenciana	0,26%	0,43%
Provincia de Alicante	0,80%	1,27%



# 8 ANEXO

## El Aeropuerto de Alicante-Elche y el turismo extranjero de golf

El 93% de los 137.053 turistas extranjeros que viajaron a la provincia de Alicante y jugaron al golf lo hicieron por vía aérea (128.063).

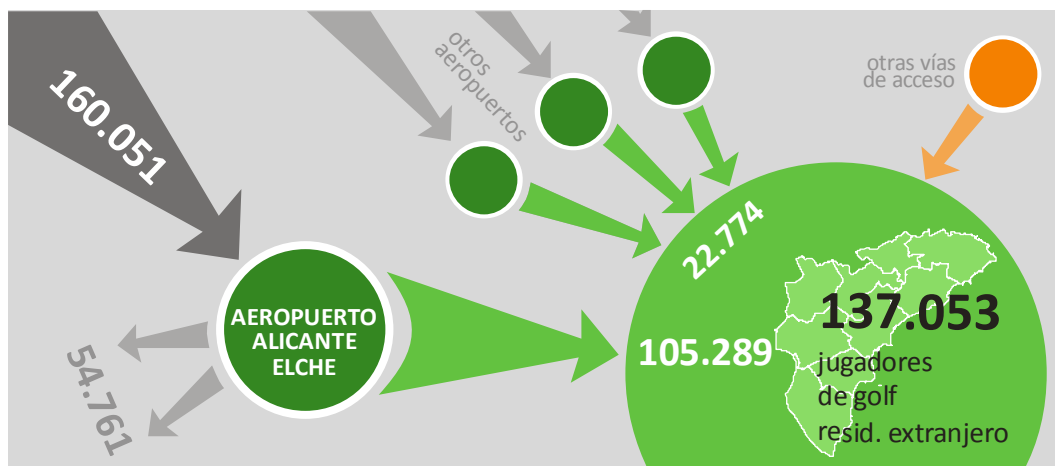
La mayoría de ellos (82%) llegaron a España a través del Aeropuerto de Alicante-Elche. El 18% restante utilizó otros aeropuertos españoles para acceder a este destino turístico.

En el año 2014, el Aeropuerto de Alicante-Elche recibió un total de 160.051 turistas extranjeros jugadores de golf. La provincia de Alicante fue el destino elegido por el 66% de ellos, mientras que el 34% restante se dirigió a otras provincias españolas, principalmente Murcia, y en menor medida Almería y Málaga.

El 3,2% del tráfico de pasajeros en el Aeropuerto de Alicante-Elche fue realizado por turistas extranjeros que practicaron el golf durante su estancia en la provincia de Alicante y en otros destinos turísticos españoles.

### Vías de acceso de los turistas extranjeros jugadores de golf a la provincia de Alicante

Fuente: IET Instituto de Estudios Turísticos y elaboración propia





# 9 ANEXO METODOLÓGICO

## Modelo de demanda simplificado

La Tabla Input-Output es una representación esquemática del conjunto de flujos de bienes y servicios de un determinado entorno geográfico. En ella se diferencian tres grandes bloques de información: la matriz de consumos intermedios o de relaciones intersectoriales, la matriz de inputs primarios y la matriz de demandas finales.

La matriz de consumos intermedios o de relaciones intersectoriales es una matriz cuadrada, en la que existe el mismo número de filas que de columnas (ramas de actividad). Las columnas representan los productos que cada rama utiliza de las demás para obtener su producción y las filas indican las cantidades de cada rama que son usadas como consumos intermedios de otras. La matriz de inputs primarios comprende los gastos distintos de los bienes y servicios intermedios que soportan las ramas de actividad, es decir el Valor Añadido Bruto y las importaciones necesarias para la producción. La matriz de demanda final representa la parte de la producción de cada rama que se destina a usos finales como Consumo Privado, Consumo Público, Formación Bruta de Capital y Exportaciones.

La Tabla Input-Output es una tabla de doble entrada que muestra las relaciones entre productos homogéneos. Las columnas recogen la combinación de factores (consumos intermedios e inputs primarios) utilizados por cada rama de actividad para producir sus bienes y servicios, lo que nos acerca al concepto de función tecnológica para cada una de ellas, es decir, cada rama de actividad homogénea representa las estructuras de producción de un tipo exclusivo de productos en el sistema económico. En las filas se recoge el destino de dicha producción, destino que puede estar en el propio proceso productivo de la economía, en el consumo final, en la formación bruta de capital o en la exportación.

La estructura matemática de la Tabla Input-Output es la de un sistema de ecuaciones lineales, cada una de las cuales describe como se distribuye el output de una rama de actividad entre los destinos intermedios y finales de una economía. Como el modelo supone un equilibrio general, el valor del output producido por cada rama es igual al valor de los inputs que ha adquirido de las otras ramas, más el valor añadido de los factores productivos.

$$\begin{aligned}x_{11} + x_{12} + \dots + x_{1n} + y_1 &= X_1 \\x_{21} + x_{22} + \dots + x_{2n} + y_2 &= X_2 \\&\vdots \\x_{n1} + x_{n2} + \dots + x_{nn} + y_n &= X_n\end{aligned}$$

El modelo establece una hipótesis de partida, hipótesis de linealidad, según la cual los flujos interindustriales desde la rama  $i$  a la rama  $j$  dependen exclusivamente del output total del sector  $j$ .

A partir de este supuesto, se define el coeficiente técnico de producción como:

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{X_j}$$

siendo  $x_{ij}$  lo que el producto  $j$  utiliza del producto  $i$  en su proceso de producción y  $X_j$  la producción de la rama  $j$ , lo que implica que los consumos intermedios adquiridos por una rama varían proporcionalmente con la producción efectiva de esa rama.

Sustituyendo en el anterior sistema de ecuaciones cada  $x_{ij}$  por su equivalente  $a_{ij}X_j$  se obtiene:

$$\begin{aligned}a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + \dots + a_{1n}X_n + y_1 &= X_1 \\a_{21}X_1 + a_{22}X_2 + \dots + a_{2n}X_n + y_2 &= X_2 \\&\vdots \\a_{n1}X_1 + a_{n2}X_2 + \dots + a_{nn}X_n + y_n &= X_n\end{aligned}$$

Sistema que puede expresarse en forma matricial como:





$$AX + Y = X$$

Donde A es la matriz de coeficientes técnicos, Y es el vector columna de la demanda final y X es el vector columna del output total.

Cada elemento de la matriz de coeficientes técnicos  $a_{ij}$  indica la cantidad de producto que la rama j necesita de la rama i para obtener una unidad de producción. La suma de los elementos por columna de la matriz de coeficientes técnicos indica el total de consumo intermedio que una rama utiliza para producir una unidad.

Despejando X:

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

Esta es la expresión final del modelo de Leontief, un modelo de demanda en el que la producción de la economía depende de la demanda final.

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.

## Multiplicadores

El concepto de multiplicador distingue entre el efecto inicial de un cambio en una variable exógena y el efecto total provocado por dicho cambio. Este efecto total puede definirse de dos maneras:

Como resultado de los efectos directos e indirectos, lo que supone calcular los multiplicadores simples o multiplicadores de tipo I, utilizando para ello la inversa clásica de Leontief.

Como resultado de los efectos directos, indirectos e inducidos, es decir, calculando los multiplicadores totales o multiplicadores de tipo II, utilizando para ello el modelo cerrado de Leontief respecto al consumo.



## Multiplicador de producción

El modelo de demanda permite, dada una estructura productiva, estimar la producción de cada rama de actividad necesaria para satisfacer una demanda final determinada exógenamente. Se pueden obtener los requerimientos técnicos de cada rama a partir de los coeficientes técnicos. No obstante, este aumento de la demanda ocasiona unos efectos de arrastre sobre los demás sectores productivos incrementando la producción interior para satisfacerla.

La suma de los elementos de la columna de cualquier rama de la matriz inversa de Leontief indica el efecto total (directo + indirecto) sobre todas las ramas de actividad de un incremento en la demanda final de dicha rama. Así obtenemos el multiplicador de producción:

$$MO_j = \sum b_{ij}$$

Siendo  $b_{ij}$  los elementos de la matriz inversa de Leontief.

A partir de aquí podemos obtener los multiplicadores de renta y empleo.

## Multiplicador de renta

El multiplicador de renta recoge los efectos directo e indirecto en el valor añadido de un incremento en una unidad de una rama cualquiera.

$$MR_i = \sum v_i b_{ij}$$

Donde  $v_i$  es el coeficiente de valor añadido, calculado como el cociente entre el valor añadido y la producción efectiva de la rama.

## Multiplicador de empleo

El multiplicador de empleo permite cuantificar la capacidad de generación de puestos de trabajo directos e indirectos necesarios para satisfacer un incremento de la demanda final de una rama de actividad.

$$ME_i = \sum l_i b_{ij}$$



Donde  $l_i$  es el coeficiente directo de empleo de cada rama calculado como el cociente entre el empleo y la producción efectiva de la rama.

En el modelo planteado hasta ahora no se han tenido en cuenta los denominados efectos inducidos, que se refieren a la parte de la actividad económica debida a la demanda de consumo final generada por el aumento de los salarios.

La obtención de los efectos directo, indirecto e inducido supone calcular los **multiplicadores de Tipo II**. Utilizamos el modelo cerrado de Leontief en el que se considera a las economías domésticas como una rama más del sistema productivo. En este caso el multiplicador será:

$$MO_j^* = \sum b_{ij}^*$$

Siendo  $b_{ij}^*$  los elementos de la matriz inversa de Leontief ampliada.

La consideración del sector de economías domésticas como una rama endógena del modelo supone añadir una fila y una columna más a la matriz de relaciones intersectoriales aumentando así su dimensión (85 x 85). La columna del sector de economías domésticas se forma con el consumo de los hogares residentes recogidos en la TIO C. Valenciana 2000. El cálculo de la fila de las economías domésticas es más complicado debido a la ausencia de la información necesaria en la TIOCV2000. Por lo tanto, para su estimación se ha utilizado la metodología del Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) que se basa en la obtención de la renta interior de las economías domésticas para cada uno de los 84 sectores en los que se desagrega la TIO95 partiendo del Valor Añadido Bruto y su desagregación en excedente bruto de explotación y remuneración de asalariados

## Cuestiones relativas a la aplicación del modelo

### Ramas y productos

Según el SEC-95, una tabla input-output simétrica es una matriz producto por producto o rama de actividad por rama de actividad en la que se describen



los procesos interiores de producción y las operaciones de bienes y servicios de la economía nacional o regional con gran detalle.

En una tabla input-output simétrica se condensa el origen y el destino en una sola tabla. Pero existe una diferencia de concepto fundamental entre una tabla input-output simétrica y una tabla combinada de origen y destino: en la tabla de origen y destino, los datos relacionan productos con ramas de actividad, mientras que en la tabla input-output simétrica, los datos relacionan productos con productos o ramas de actividad con ramas de actividad.

La mayor parte de la información estadística que puede obtenerse de las unidades de producción indica el tipo de productos que han vendido y, generalmente, con un menor grado de detalle, el tipo de productos que han comprado o utilizado. El formato de las tablas de origen y destino está diseñado para adaptarse a este tipo de información estadística (es decir, rama de actividad por producto).

Por el contrario, no suele estar disponible la información producto por producto o rama de actividad por rama de actividad necesaria para las tablas input-output simétricas, ya que es difícil que las empresas conozcan para cada tipo de bien o servicio producido la información relativa a sus insumos en términos de productos y de componentes del valor añadido. Por tanto se trata de datos que las encuestas por ramas de actividad no pueden recoger.

Según indica el SEC-95, la información rama de actividad por producto dispuesta en las tablas de origen y destino constituye el punto de partida para elaborar la tabla input-output simétrica. Esta información puede transformarse en estadísticas producto por producto o rama de actividad por rama de actividad añadiendo información estadística suplementaria sobre las estructuras de los insumos o adoptando la hipótesis de que las estructuras de los insumos por producto o por rama de actividad son constantes.

Respecto a esta segunda alternativa, el SEC establece dos tipos de hipótesis relativas a la tecnología:



- **Tecnología de la rama de actividad:** se supone que todos los productos de una rama se producen utilizando la misma tecnología de producción, es decir la misma estructura de insumos.
- **Tecnología de los productos:** se supone que todos los productos de un grupo de productos tienen la misma estructura de insumos (es decir se producen con la misma tecnología), cualquiera que sea la rama de actividad que los produce.

En el caso del Modelo Input-Output-2000 el método de cálculo de la matriz simétrica se ha resuelto fundamentalmente mezclando ambas hipótesis junto con alguna información directa complementaria.

El modelo supone que cada producto es suministrado por una única rama (hipótesis de homogeneidad sectorial). Esto implica que se emplea un solo método de producción, por lo tanto, no es posible la sustitución entre insumos intermedios.

### **Criterios de valoración**

Otra limitación del modelo descrito hasta el momento se deriva de que no contempla la existencia de diferencias en la percepción del precio de un bien o servicio por parte de los distintos agentes económicos. Es evidente que esto no sucede así en el mundo real. Más bien al contrario, los consumidores finales perciben generalmente para un bien precios distintos de los percibidos por los productores directos de dicho bien.

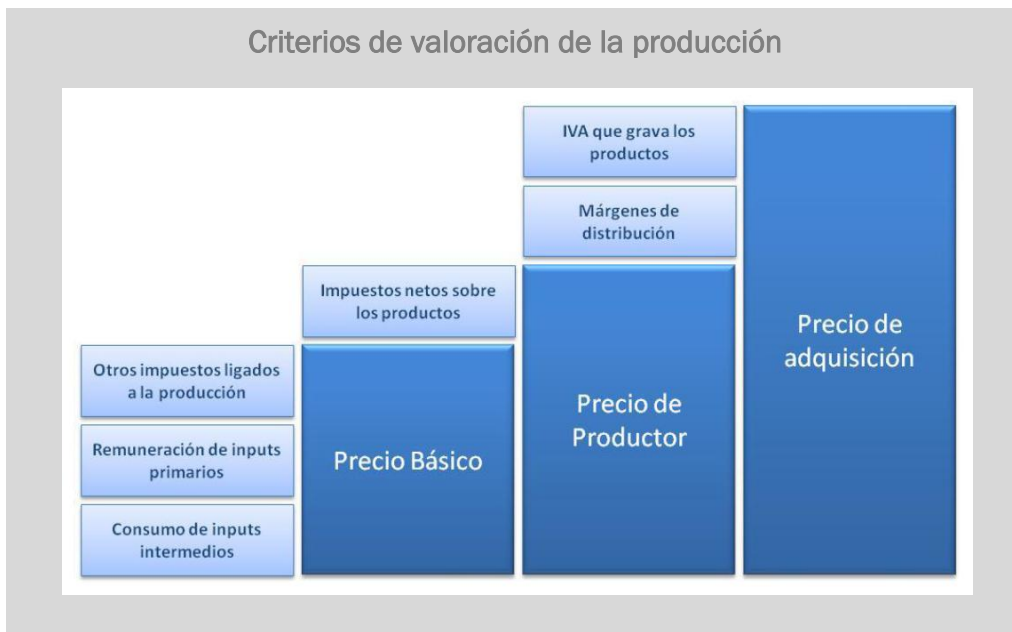
Existen dos elementos que producen estas diferencias: la existencia de las actividades de distribución y la incidencia de los impuestos y subvenciones ligados a la producción<sup>1</sup>. De esta manera, es posible definir tres criterios básicos de valoración de los flujos económicos:

---

<sup>1</sup> Sin ánimo de complicar excesivamente la exposición, hacemos aquí notar que el SEC/95 distingue entre los impuestos ligados al producto de los otros impuestos ligados a la producción. La razón de esta distinción es sencilla, los primeros pueden considerarse directamente trasladados al precio mientras que para los segundos no existe un criterio claro para asignar a cada producto su parte correspondiente (por ejemplo, qué parte del impuesto



- **Precio básico:** que equivaldría a la suma de los consumos intermedios, la remuneración de inputs primarios y los otros impuestos ligados a la producción.
- **Precio de productor:** que equivaldría a añadir al precio básico los impuestos ligados al producto.
- **Precio de adquisición:** que equivaldría a añadir al precio de productor los márgenes de distribución incorporados y el IVA que grava los productos.



De acuerdo con el SEC/95, la producción debe valorarse a precios básicos y el consumo intermedio a precios de adquisición. Por tanto, en el esquema básico la matriz de origen se encuentra valorada a precios básicos y la matriz de destino a precios de adquisición. Para mostrar el ajuste entre oferta y demanda es necesario realizar una transformación de precios.

Ahora bien, desde el punto de vista del modelo que estamos presentando el criterio de valoración óptimo es el de precios básicos ya que lo que se

---

de actividades económicas pagado por una empresa corresponde a cada una de sus producciones).



pretende reflejar es una función de producción y, por tanto, la óptica que debe prevalecer es la del productor. Por ello, la matriz simétrica se presenta valorada a precios básicos.

### Flujos exteriores

Un problema adicional viene dado al introducir en el modelo el comercio exterior. En este caso, aparece un nuevo recurso, las importaciones<sup>2</sup>, de forma que el anterior sistema de ecuaciones adopta ahora la forma:

$$\begin{aligned} a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + \dots + a_{1n}X_n + y_1 &= X_1 + M_1 \\ a_{21}X_1 + a_{22}X_2 + \dots + a_{2n}X_n + y_2 &= X_2 + M_2 \\ &\vdots \\ a_{n1}X_1 + a_{n2}X_2 + \dots + a_{nn}X_n + y_n &= X_n + M_n \end{aligned}$$

cuya solución es:

$$X = (I - A)^{-1}(Y - M)$$

Esta solución hace depender el nivel de producción de la demanda final neta de importaciones totales que, de este modo, son exógenas al modelo. Una solución a este problema pasa por dividir los coeficientes técnicos de producción entre sus componentes interior e importada<sup>3</sup>, es decir:

$$\begin{aligned} a_{ij}^G &= \frac{x_{ij}^G}{X_j} \\ a_{ij}^M &= \frac{x_{ij}^M}{X_j} \\ a_{ij} &= a_{ij}^G + a_{ij}^M = \frac{x_{ij}^G}{X_j} + \frac{x_{ij}^M}{X_j} = \frac{x_{ij}}{X_j} \end{aligned}$$

<sup>2</sup> Consideraremos las exportaciones como un sector final más.

<sup>3</sup> Una vez introducida esta distinción, como se verá más adelante, se pierde el sentido tecnológico de los coeficientes. Aún así, es habitual referirse a ellos como coeficientes técnicos interiores e importados y así nos referiremos a ellos en adelante.

donde el superíndice G indica las adquisiciones efectuadas por la rama j de bienes producidos por la rama i en el territorio económico considerado, Comunidad Valenciana, en nuestro caso) y el superíndice M las adquisiciones efectuadas por la rama j de bienes importados equivalentes a los producidos por la rama i. En este caso, el sistema de ecuaciones puede escribirse de la siguiente forma:

$$\begin{aligned} a_{11}^G X_1 + a_{12}^G X_2 + \dots + a_{1n}^G X_n + y_1^G &= X_1 \\ a_{21}^G X_1 + a_{22}^G X_2 + \dots + a_{2n}^G X_n + y_2^G &= X_2 \\ &\vdots \\ a_{n1}^G X_1 + a_{n2}^G X_2 + \dots + a_{nn}^G X_n + y_n^G &= X_n \end{aligned}$$

Sistema cuya solución es:

$$X = (I - A^G)^{-1} Y^G$$

Es decir, la producción se explica en función de la componente interior de la demanda final. Es importante señalar que el coeficiente técnico interior, a diferencia del coeficiente técnico total, no tiene una interpretación tecnológica clara ya que sólo se refiere a la cantidad del bien i producido por las unidades residentes necesaria para producir una unidad del bien j. Un proceso de sustitución de importaciones intermedias por bienes producidos en el interior, por ejemplo, tiene como consecuencia una elevación de los coeficientes interiores sin necesidad de modificaciones en el proceso de producción. Sin embargo, a pesar de esta pérdida de significado tecnológico, la introducción de flujos exteriores en el modelo exige, como se ha mostrado, utilizar la matriz de coeficientes interiores, que reflejaría el impacto previsible frente a un shock de demanda mientras que la matriz de coeficientes totales representaría el impacto máximo de dicho shock (es decir si la totalidad de la nueva demanda fuera cubierta por la producción interior)<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Un problema relacionado se refiere a la falta de reflejo de los efectos de realimentación con el exterior. En efecto, un aumento de las importaciones constituye un shock de demanda en el exterior que puede suponer una demanda adicional de exportaciones. Los modelos multirregionales permiten cuantificar estos efectos, sin embargo, dado que sólo se dispone de una tabla de región única dejaremos de lado esta cuestión.



# 10 BIBLIOGRAFÍA

*Anuario de Estadísticas Deportivas*, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2013

*Así está la industria del golf*, Real Federación Española del Golf, 2011

CAÑADA A., *El nuevo sistema de Cuentas Nacionales (SEC-95) y sus implicaciones para el análisis de la coyuntura*, ICE Tribuna de Economía, 1999

CAÑADA A., *La estimación de multiplicadores Input-Output por el método de Burford y Katz: una aplicación empírica*, Estadística Española, 1985

CAÑADA A., *Una nota sobre coeficientes y modelos multiplicadores a partir del nuevo sistema input/output del SEC-95*, Subdirección General de Cuentas Nacionales

*Censo de Población*, INE, 2011

*Clasificación Nacional de Actividades Económicas CNAE*, INE, 1993 y 2009

*Clasificación de Bienes y Servicios*. COICOP, INE

*Clasificación Nacional de Productos por Actividades*. CNPA-96

*Contabilidad Regional de España*, INE, 2015

*Coyuntur Boletín Trimestral de Coyuntura Turística*, Instituto de Turismo de España, nº 20 4º trimestre de 2014 y 21 1º trimestre de 2015

DEL CASTILLO, F.; MARTÍNEZ, J.M., *Sobre la utilización de la matriz inversa de Leontief en economías abiertas*, Estadística Española, 1986

*Determinación del Impacto Económico de la OAMI*, Cámara de Comercio de Alicante, 2009 y 2014

*El ahorro de agua*, Real Federación Española de Golf, 2009

*El turismo de golf*, Cámara de Comercio de Valencia, 2010

*El turismo de golf en Andalucía*, Junta de Andalucía, 2010

*El Turismo en la Comunitat Valenciana*, Agència Valenciana del Turisme, 2014

*El producto turístico de golf en los países del Mediterráneo*, Cámara de Comercio de Málaga, 2008

*Empleo y formación en los campos de golf de Andalucía*, Junta de Andalucía, 2010

*Estudio del mercado y valoración del turismo de golf en Andalucía*, Junta de Andalucía, 2005

*España se mantiene como principal destino para el turismo de golf*, IAGTO, 2013

*España tiene puntos fuertes y débiles como destino de golf en el mundo*, HostelTur, 2007

Estadísticas de la Real Federación Española de Golf, varios años

*Estudio del impacto económico de la Universidad de Cádiz*, Consejo Social de la Universidad de Cádiz, 2011

*Estrategias para la gestión de la estacionalidad turística 2014-2020*, Junta de Andalucía, 2014

*Estimación de la capacidad de ofertas de salidas de los campos de golf de Andalucía hacia el Turismo de Golf*, Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, 2013

*Estudio de la demanda extranjera de golf: la promoción y comercialización del turismo de golf en España*, Turespaña, 2005

*Estudio de Mercado "Campos de Golf en España"*, Aguirre Newman, 2011



*European Spotlight on Golf Tourism to Spain*, Sports Marketing Surveys Inc., 2013

*Evolución de los turistas extranjeros en alojamiento privado*, Agència Valenciana del Turisme, 2014

*Evolución de los turistas residentes en alojamiento privado*, Agència Valenciana del Turisme, 2014

*FAMILITUR Informe anual 2012*, Instituto de Estudios Turísticos, 2014

*FAMILITUR Nota de coyuntura Comunidad Valenciana por provincia*, 4º trimestre de 2014

*Formulación del sistema de cuentas nacionales*, Eurostat

*FRONTUR, EGATUR y FAMILITUR, Series estadísticas*, Instituto de Estudios Turísticos e Instituto Nacional de Estadística, diversas fechas

*FRONTUR, EGATUR y FAMILITUR, Nota de coyuntura España*, diciembre 2014

*FRONTUR, EGATUR y FAMILITUR, Nota de coyuntura Comunidad Valenciana*, diciembre 2014

*FRONTUR y EGATUR Informe anual 2012*, Instituto de Estudios Turísticos, 2014

*Golf around the world*, R&A, 2015

*Golf Participation in Europe*, KPMG, 2015

*GUIMBAO J., El Marco Input-Output: cuestiones relevantes en la aplicación del SEC-95*

*Impacto económico de la 32ª America's Cup Valencia 2007*, IVIE, 2007

*Impacto económico de la Ciudad de la Luz*, IVIE, 2007

*Impacto económico del Puerto de Castellón*, Universidad Jaume I, 2000

*Informe del segmento de golf*, Patronato de Turismo "Costa del Sol", 2008





*Informe sobre el golf en la Comunidad de Madrid*, Comunidad de Madrid, 2008

*Informes de productos: Turismo de golf en la Comunidad Valenciana*, Agència Valenciana del Turisme, 2014

Ley 9/2006, de 5 de diciembre, reguladora de los campos de golf en la Comunitat Valenciana

Ley 5/2014, de 15 de julio, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje, de la Comunitat Valenciana

*Manual del SEC95 sobre el déficit público y la deuda pública*, Eurostat, 2002

*Marco Input-Output y Contabilidad Regional de la Comunitat Valenciana*, IVE, 2000 (actualización mayo 2008)

MARTÍ, M<sup>a</sup>.L.; PUERTAS, R.; FERNÁNDEZ, J.I. *Metodología para el análisis del impacto portuario: Aplicación a los Puertos de Gandía, Sagunto y Valencia*, Fundación Valenciaport, 2009

MARTÍNEZ, A., *Multiplicadores renta a través de las tablas Input-Output*

ORTUÑO, A.; NAVARRO, J.R., *Estudio sobre el impacto de los campos de golf y actuaciones urbanísticas asociadas en la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia*, Ministerio de Medio Ambiente, 2010

ORTUÑO, A.; NAVARRO, J.R., *Impacto de los campos de golf en Levante*, Ministerio de Vivienda, 2010

*Plan de Acción Comercial PAC Benidorm*, Oficina PATECO de las Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana, 2009

*Perfil del jugador habitual de golf en España*, Deporte & Business, 2007

*Perfil del turista que visita la Comunitat Valenciana*, Agència Valenciana del Turisme, 2014

*Presente y futuro del Golf en Andalucía*, PromoTur, 2006





- AMORÓS, F., *El Turismo de Golf en la Costa del Sol: Aproximación a su impacto económico*, 2002
- Reglamento (CE) N° 2223/96 del Consejo de 25 de junio de 1996 relativo al sistema europeo de cuentas nacionales y regionales de la Comunidad, DO-UE
- Reglamento (UE) N° 549/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de mayo de 2013 relativo al Sistema Europeo de Cuentas Nacionales y Regionales de la Unión Europea, DO-UE
- SCHUSCHNY, A.R., *Tópicos sobre el Modelo de Insumo-Producto: teoría y aplicaciones*, Naciones Unidas, 2005
- Taula Input-Output i comptabilitat regional Comunitat Valenciana*, IVE, 1990
- The Economic Impact of Golf on the Economy of Europe*, Sports Marketing Surveys Inc., 2013
- The Economic Value of Golf to Europe*, KPMG, 2007
- Turismo de Golf*, Turespaña, 2005
- Turismo de Golf en Andalucía*, Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014
- Turistas extranjeros por provincia*, Agència Valenciana del Turisme, 2014
- SANZ-MAGALLÓN, G., *Una aproximación al valor del agua utilizada en los campos del golf de las comarcas de Levante y Sureste*, 2006
- VILLAR, A., *Territorio, turismo y paisaje: el proceso de urbanización en el litoral de Andalucía. El papel de los campos de golf*, Junta de Andalucía, 2011



**IMPACTO ECONÓMICO  
DEL SECTOR DEL GOLF  
DE LA PROVINCIA DE ALICANTE**

**MAYO DE 2016**

**Cámara**  
Alicante

**GABINETE DE ESTUDIOS  
CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA,  
SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE ALICANTE**

