



REVISIÓN

EVOLUCIÓN DE LA PRÁCTICA DEL GOLF, CARACTERÍSTICAS Y DIMENSIÓN ECONÓMICA

Virginia SERRANO GÓMEZ
Universidad de A Coruña

RESUMEN

Objetivo: Contextualizar y revisar la situación del golf desde sus inicios a la actualidad.

Método: Se realizó una revisión de la literatura a partir de bases de datos y motores de búsqueda, con las palabras claves: golf, historia del golf, clasificación de campos de golf, economía del golf. Se consultó además los informes y estadísticos de las distintas páginas web de federaciones y asociaciones de golf.

Resultados: En los últimos veintidós años se ha popularizado notablemente la práctica del golf en España, produciéndose un ingente aumento en el número de instalaciones y de licencias federativas. Sin embargo la crisis que afecta a todos los ámbitos de la sociedad también lo hace en este sector. El número de campos y practicantes de golf a nivel nacional e internacional ha sufrido recientemente un decrecimiento considerable, y por tercer año consecutivo en la historia del golf español.

Conclusión: A pesar del cierre de algunas instalaciones de golf a consecuencia de la crisis y el descenso en el número de licencias, el deporte del golf sigue siendo uno de los deportes con mayor número de federados, genera empleo estable, turismo de calidad y sinergia con otros sectores. Para su continuo desarrollo es fundamental una correcta gestión de los recursos.

Aplicación práctica: Los gerentes de las instalaciones de golf y responsables de clubes, deben tener un conocimiento profundo de la evolución del sector y análisis continuo de la situación, con la finalidad de adaptar sus estrategias de gestión a un mercado del deporte y ocio tan cambiante.

PALABRAS CLAVE: Golf, gestión de clubes de golf, historia del golf, clasificación de campos de golf, economía del golf.

EVOLUTION OF GOLF PRACTICE, CHARACTERISTICS AND ECONOMIC DIMENSION

ABSTRACT

Objective: Contextualizing and review the Golf situation from its beginnings to the present.

Method: It was carried out a review of literature from the databases and search engines, with the keywords: golf, golf history, golf ranking, golf economy. It was also consulted the reports and statistical of different golf federations and associations websites.

Result: In the last twenty-two years golf has significantly popularized in Spain, producing a huge increase in the number of facilities and federal licenses. However, the crisis that affects all areas of society also does in this sector. The number of golf courses and practitioners, nationally and internationally, has recently had a significant decrease, and for the third consecutive year in the history of Spanish golf.



Conclusion: Despite the closure of some golf facilities as a result of the crisis and the fall in the number of licenses, golf is still one of the sports with the highest number of federates, generates stable employment, quality tourism and synergy with other sectors. It is fundamental a proper resource management for its continuous development.

Practical application: The managers of golf facilities and the club person in charge must have a thorough knowledge of industry developments and carry out a continuous analysis of the situation, in order to adapt their management strategies to a sport and leisure market that changes so much.

KEYWORDS: Golf, golf clubs management, golf history, golf ranking, golf economy.

Correspondencia: Virginia Serrano Gómez. Email. virginia.serrano@udc.es

Historia del artículo: Recibido el 20 de julio de 2013. Aceptado el 15 de Agosto de 2013.

El golf¹ ha ido cobrando mayor protagonismo y se ha popularizado considerablemente desde que en 1891 se crease el primer club de golf de España en Las Palmas de Gran Canaria. Este se ha convertido en un fenómeno complejo desde diferentes perspectivas, por un lado ha cobrado progresivamente una mayor proyección social, dejando de estar vinculado exclusivamente a las élites socio-económicas (Serrano, Rial, García y Gambau, 2011 y 2013); es un deporte cada vez más practicado, a nivel mundial pueden existir alrededor de 80 millones de jugadores (González y Suárez, 2011); las licencias federativas españolas de golf superaban las trescientas mil en el recuento realizado en enero de 2013 por la Real Federación Española de Golf (RFEG, 2013), siendo uno de los deportes con mayor número de federados en España; por otro lado el golf supone un importante área de negocio que reporta año tras año considerables beneficios y es foco de cuantiosas inversiones entre actividades directas e indirectas.

Por todo, es importante que los gerentes de las instalaciones de golf y responsables de clubes conozcan la evolución y situación del sector con la finalidad de adaptar sus estrategias de marketing (Gómez, 2013) a un mercado del deporte y ocio tan cambiante. Para ello, el objeto de este trabajo es contextualizar y realizar una aproximación de la situación del golf desde sus inicios a la actualidad.

Método

Se realizó una revisión de la literatura a partir de las bases de datos Scopus, Sportdiscus, Dialnet y el motor de búsqueda académico Google Scholar. Las principales palabras claves fueron: golf, historia del golf, clasificación de campos de golf, economía del golf, gestión de campos de golf, turismo de golf. Se consultó además los informes y estadísticos de las distintas páginas web de las federaciones y otras asociaciones de golf a nivel autonómico, nacional e internacional.

Breve reseña histórica del golf

La práctica del golf, como se conoce en la actualidad, nace a principios del siglo XV en Escocia. Fue un juego muy popular, tanto que el rey James II promulgó una ley en 1457 que prohibía su práctica con el fin de que los arqueros de su ejército dedicaran más tiempo a practicar el tiro con arco. Se trata del primer documento escrito que alude expresamente a este deporte, ya que golpear una forma esférica con un artefacto tiene antecedentes históricamente remotos. Sin embargo esta ley no tuvo mucha aceptación entre sus ciudadanos y el golf fue indultado en 1501. Es a partir de esta fecha, debido al aumento de la afición, cuando el juego sufre entre las clases sociales más altas su mayor auge. En 1603, Jacobo VI de Escocia traslada su residencia a Inglaterra pasando a llamarse Jacobo I de Inglaterra.

¹ Golf: Consiste en jugar una bola desde el lugar de salida hasta el interior del agujero mediante uno o sucesivos golpes conforme a las reglas. Éstas son un total de 34 y tratan los siguientes aspectos: El juego. Los palos y la bola. Las responsabilidades del jugador. El orden de juego. El lugar de salida (tee). Jugando la bola. El green. Bola movida, desviada o detenida. Alivio, situaciones y procedimiento. Otras modalidades de juego. Ordenación del juego-administración (Del Pobil, 2001)

Este paso de fronteras del juego tiene una gran aceptación entre la nobleza inglesa. De hecho, es en este país donde se funda el primer club de golf, el *Royal Black Heath Golf Club*, considerándose el club de golf más antiguo conocido, fundado en 1608. En este sentido, las primeras asociaciones de golf se formaron durante el siglo XVIII, tales como la *Honourable Company of Edinburgh Golfers* (1744) o la *St. Andrews Society of Golfers* (1754) que en 1834 cambió su nombre a como se conoce en la actualidad: el *Royal and Ancient Golf Club of St. Andrews*. Pasarán algunos años hasta que se cree en España el primer club, concretamente será en 1861 en las Palmas de Gran Canaria. En América, se estableció la Asociación Americana de Golf (United States Golf Association - USGA) para regular el juego en Estados Unidos y México en el año 1894. En 1904, se funda en la península española el Club Puerta de Hierro de Madrid. Es a partir de entonces cuando comienzan a crearse campos y clubes en toda España, aunque inicialmente la oferta se restringía a los socios de clubes privados, propietarios de los campos quienes se encargaban de su construcción y mantenimiento, limitando de este modo la práctica a una población con un cierto elitismo socio-económico (Villar, 2008). Sin embargo es a partir de los años setenta cuando el golf comienza a aumentar en España, consiguiendo llegar al resto de extractos sociales gracias a la expansión del turismo, la diversificación de las actividades de ocio, y la repercusión mediática de los éxitos deportivos de Severiano Ballesteros, convirtiendo el golf de una actividad social a una actividad deportiva (Paniza, 2005).

Cabe señalar que el golf fue disciplina olímpica en los Juegos de París (1900) y Saint Louis (1904), siendo excluido en los Juegos de Londres (1908). No obstante, el 9 de octubre de 2009, el Comité de Selección del Comité Olímpico Internacional (COI) decidió incluir nuevamente el golf dentro del Programa Olímpico, para formar de nuevo parte en los Juegos de Río de Janeiro en 2016.

Clasificación y características de los campos y clubes de golf

Aspectos conceptuales

Atendiendo a la clasificación del Libro verde de la Real Federación Española de Golf (RFEG, 2010) se definen algunos conceptos:

- *Club de golf*. “Asociación de personas practicantes de este deporte sin fin de lucro, que celebran elecciones democráticas y con voto unitario para elegir su presidencia. Si celebra competiciones tiene que estar obligatoriamente afiliado a la Federación española a través de su Autónoma correspondiente”
- *Campo de golf*. “Una entidad que, sin reunir las características de club de golf definidas en el punto anterior, desarrolla la práctica del golf. Si celebra competiciones tiene que estar obligatoriamente afiliado a la Federación española a través de la Autónoma correspondiente”.
- *Pitch & putt*. Es considerado ²por la RFEG como una especialidad de golf, la misma goza de elementos singulares como que el juego se realiza en un campo de par² 3 cortos, o la posibilidad de que las salidas se realicen desde superficie artificial. La longitud estará comprendida entre los 720 metros y los 2.160

² Par: Número de golpes permitidos para un hoyo o para un campo o resultado que los iguala. Hay hoyos de par tres, cuatro o cinco.

metros, con una superficie recomendada para 18 hoyos no inferior a cinco hectáreas, excluyendo el campo de prácticas, los hoyos tendrán una longitud entre 40 y 120 metros, y se aconseja que la salida para caballeros y señoras sea única.

- Campos de golf rústicos, son una alternativa que se adaptan a los elementos naturales del entorno, actuando mínimamente sobre el terreno. El trazado está diseñado por la propia naturaleza, los *greenes*³ son de arena y en el *rough*⁴ hay matorrales. La hierba sólo se riega con el agua de la lluvia, siendo los recorridos exigentes porque los mismos cambian con la estación del año.

Clasificación, tipos y aspectos comerciales de los campos y clubes de golf

La RFEG (2013) está es³tructurada en federaciones o delegaciones territoriales, y registra las entidades en distintas categorías: Según número de hoyos, campos rústicos, pitch & putt, otros clubes registrados (entidades sin campo, canchas, con campos en proyectos y campos en construcción).

Como se ha indicado existen distintos tipos de campos de golf, no es lo mismo un pitch & putt que un campo de golf rústico, ni este último igual que un campo de competición. Según la Asociación de Golf de los Estados Unidos (United States Golf Association- USGA) podría clasificarse los campos de golf en dos categorías principalmente:

- *Campo profesional*. Aquel donde la suma de las distancias totales de los 18 hoyos, medido desde la salida de las marcas negras de los *tees* de salida⁵, sobre pasan los 6.400,80 metros.
- *Campo turístico-ejecutivo*. Son los que no sobrepasan esta distancia.

Pero existen otras clasificaciones. Blanquer (2002) distingue tres grupos: los campos cerrados, abiertos al público y los campos populares.

- *Los campos cerrados*. Vinculados en muchas ocasiones a promociones de urbanizaciones residenciales, dónde sólo pueden ser socios del club titulares del campo, es decir los propios vecinos de la urbanización. En este caso es habitual que el promotor reserve una serie de días y horas abierto al público, estos podrán pagar su salida al campo o *green-fee*⁶, estableciendo lo que se conoce como un estatuto mixto.
- *Campos abiertos*. En este caso el campo estará siempre abierto al cliente/ usuario que abona su *green fee*. Este tipo de campos suelen estar ubicados en destinos turísticos para la comercialización entre sus visitantes.

³ Green: Área de césped especialmente raso en la que se encuentra el hoyo. Está separado de la calle por una franja de césped de altura intermedia. Este terreno del hoyo está preparado especialmente para el putt.

⁴ Rough: Es la zona del hoyo donde la hierba no está segada al ras.

⁵ Tee de salida: Sitio desde el que se inicia el juego en un hoyo. Dos marcas señalan donde se tiene que realizar el primer golpe de cada hoyo. Una bola está fuera del lugar de salida cuando toda ella reposa fuera de este área.

⁶ Green fee: Es el ticket de entrada. El precio estipulado por los campos de golf para poder jugar en ellos. El mismo puede variar según el día de la semana, hora, nivel, y si el jugador es miembro o no del club

- *Campos populares.* Son aquellos con el objetivo de socializar la práctica del golf. Por lo general son de administración pública.

Blanquer (2002) hace además otra clasificación:

- *Primera generación.* Son los campos de golf vinculados a la promoción privada de urbanizaciones residenciales y que constituyen un reclamo para la comercialización y venta de las viviendas.
- *Segunda generación.* Aquellos que forman parte de complejos hoteleros. Los jugadores usuarios de estos campos suelen ser los turistas alojados y que utilizan esta instalación deportiva como una parte más del servicio ofrecido. El *Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006* (PICTE), consideró este tipo de campos de golf como “un motor de creación de corrientes turísticas” a potenciar.
- *Tercera generación.* Se trataría de los campos que no se encuentran vinculados a ninguno de los casos anteriores. En este caso, el interés se centra en popularizar el deporte del golf e incrementar el número de participantes, no de turistas.

Atendiendo a la titularidad de los campos de golf, se podrían distinguir tres modelos básicos de explotación: privados, comerciales y mixtos (Paniza, 2010).

- *Clubes privados.* Se trata de un modelo de explotación privada, en donde el uso se limita exclusivamente a los usuarios-socios. El socio es el principal actor y participe de las instalaciones, exceptuando invitados expresos del socio, que según el club podrá tener esta opción algunas veces al año.
- *Clubes comerciales (abiertos).* Se trata de un modelo más industrial y de utilización popular. El sistema de explotación que utiliza es el acceso y uso abierto de las instalaciones a cualquier usuario/interesado en la práctica del golf, sin la necesidad de hacerse socio. En las costas turísticas españolas ha sido el modelo de explotación con mayor impacto.
- *Clubes mixtos.* Este modelo, que ha proliferado en los últimos años, es un híbrido entre el club privado y el comercial. En este campo juegan tanto socios como usuarios libres, combinando ambos caracteres y buscando el mejor aprovechamiento de las instalaciones.

Martín (2008) de la empresa especializada *Global Golf* resume la clasificación de los campos de golf del siguiente modo:

- *Según la titularidad.*
 - Municipales. Son de propiedad e inversión pública, por lo general con base a concesión. Sus objetivos son de carácter deportivo y de ocio. Por lo general tienen una cuenta de explotación rentable.

- Turísticos. Acceso abierto para los clientes que abonon su entrada.
 - Privados. Son de propiedad e inversión privada, con base a una sociedad anónima y con espíritu de servicio al socio. Sus objetivos son de carácter deportivo y de ocio, y con cuenta de explotación cero.
- *Según el tamaño.*
 - 18 hoyos tipo *Regulation Course*. Son campos Par 70-72, con longitud de 5800-6700 metros, el tiempo de juego suele oscilar entre las dos horas y media y cinco horas. Otras combinaciones posibles son los múltiplos de 9 hoyos, como campos de 27 o 36 hoyos.
 - Campos de golf tipo *Excutive Golf*. Son campos Par 55-69, con longitud de 2700-4600 metros, aunque son campos de golf con hoyos de longitud variable, en su mayoría Par 3, pueden existir Pares 4 incluso un Par 5. Son también conocidos como *Challenge Course*. Requieren más recursos de diseño que un campo habitual, son propios de zonas urbanas con alta densidad y poco espacio disponible. El tiempo de juego oscila entre dos y tres horas y media. La superficie es de 25 a 40 Ha. Son campos dirigidos a jugar en poco tiempo, para golfistas recién iniciados, jugadores *seniors*, partidos entre niños y adultos, incluso adecuados para jugadores con algún impedimento físico, entre otros.
 - Campos de golf de 9 hoyos. Campos Par 35 ó 36. Generalmente asociados a desarrollos inmobiliarios, o a un desarrollo de construcción por fases. Superficie de 20 a 30 Ha.
 - Campos Pares 3. Campos Par 54 con longitud de 1800-2200m., son campos de golf con todos sus hoyos Par 3, las distancias son variables de 29 a 225 metros. Son habituales en zonas muy urbanas con poco espacio o con elevado coste del terreno, siendo también adecuados en zonas de topografía muy accidentada con restricciones ambientales y/o de presupuesto. Surgen generalmente como pretexto para un desarrollo inmobiliario o como complemento a una academia o escuela de golf. Se pueden emplear todos los hierros de la bolsa. Su superficie puede variar de 10 a 20 Ha (18 hoyos).
 - Pitch & putt. Campos de golf Par 3 con todos sus hoyos con longitud inferior a 90 m. (desacuerdo internacional). Superficie de 8 a 12 Ha (18 hoyos). En zonas muy urbanas asociados a academia de golf.
 - Minigolf (*putting course*). Hoyos donde sólo se patea. Se utiliza césped de *green*.
 - *Por el entorno.*
 - Campos de alta montaña
 - Clima atlántico
 - Zona centro (meseta)

- Campos desérticos
- Costa mediterránea
- Humedales
- *Campos de golf residencial.*
 - Situados en urbanizaciones.

Contextualización geográfica y temporal de la práctica del golf

Según las estimaciones efectuadas, el mercado global del golf podría conformarlo más de 80 millones de jugadores (Observatorio Turístico de la Comunidad de Valencia, 2013). González y Suárez (2011) señalan que estos 80 millones de jugadores estarían repartidos fundamentalmente entre América del norte (principalmente Estados Unidos) con casi el 50% y Asia (fundamentalmente Japón) con el 20%. Solamente entre las dos sumarían el 70% del total. Comparativamente Europa sólo cuenta con un 5,9% de los jugadores, aunque en los últimos años experimentaron un crecimiento bastante notable. En este continente se ha tardado 52 años en pasar de 1.000 a 2.000 campos de golf y tan sólo 5 años en pasar de 4.000 a 5.000. Según datos de la Asociación Europea de Golf –EGA (2013) el número de campos de golf en Europa a finales de 2010 ascendía a 6741 (tabla 1).

La tabla (1) presenta la evolución de los campos y licencias de golf en Europa originados en los últimos 25 años, hasta 2010 según los últimos registros estadísticos de la Asociación Europea de Golf –EGA (2013).

Tabla 1. Evolución del golf en Europa de 1985-2010. Fuente: Asoc. Europea de Golf-EGA (2013).

Campos	Jugadores	Masculino	Femenino	Juniors
6 741	4 438 513	2 894 999	1 104 038	438 116
6 691	4 328 856	2 811 240	1 060 482	442 643
6 614	4 328 856	2 865 549	1 055 817	363 411
6 560	4 270 156	2 782 271	1 059 465	428 420
6 423	4 135 086	—	—	—
6 242	4 107 174	—	—	—
6 052	3 958 965	—	—	—
6 105	3 741 680	—	—	—
5 981	3 556 623	—	—	—
5 896	3 400 588	—	—	—
5 782	3 187 622	2 146 509	782 613	222 383
5 657	3 022 499	2 007 068	743 672	210 039
5 523	2 948 405	1 831 529	635 503	173 135
5 277	2 755 116	1 470 088	498 027	166 708

Serrano-Gómez, V. (2013).

Evolución de la práctica del golf, características y dimensión económica.

Revista Española de Educación Física y Deportes, 403, 63-80.

5 041	2 636 113	1 534 610	474 788	161 236
4 863	2 497 163	1 453 874	436 950	145 941
4 585	2 368 914	1 368 952	424 201	160 041
4 323	2 190 669	1 360 046	438 318	166 381
3 962	2 026 244	1 262 311	411 286	146 347
3 698	1 858 952	1 138 915	384 398	137 231
3 578	1 713 906	765 220	164 579	5 596
3 375	1 573 401	761 559	159 077	—
3 241	1 485 806	761 559	161 884	—
3 171	1 495 835	849 845	161 602	—
3 094	1 423 456	849 923	159 674	—
2 914	1 312 032	780 371	159 644	—

En la tabla 2 se recogen los datos referentes al número de campos y jugadores de golf por países en Europa, según datos de la Asociación Europea de Golf-EGA (2013).

Tabla 2. Campos y jugadores de golf en Europa. Fuente. Adaptado de EGA (2013).

Recuento de campos y licencias federativas de golf por países en Europa					
<i>País</i>	<i>Campos</i>	<i>Jugadores</i>	<i>Masculinos</i>	<i>Femeninos</i>	<i>Juniors</i>
Albania	1	64	60	2	2
Alemania	719	635 097	362301	222 191	50 605
Azerbaiján	1	40	40	-	-
Austria	156	104 736	58117	36 615	10 004
Bélgica	80	57 074	33 897	17 516	5 661
Bulgaria	7	639	453	64	122
Croacia^a	3	550	475	75	3
Chipre	10	1 464	1 025	322	117
Chequia	96	55 547	33 122	14 841	7 584
Dinamarca	188	152 972	98 908	43 966	10 098
Escocia^c	541	230 186	180677	28400	21 109
Eslovaquia^c	14	7 200	4 400	1 800	1 000
Eslovenia	13	8 762	5 232	2320	1 210
España	345	313 787	192 645	81 175	39 967
Estonia	8	2 247	1 625	403	219
Finlandia	129	144 221	87 378	39 500	17 343
Francia	583	422 761	270 304	107 647	44 810
Gales^c	157	55 079	42 114	7 059	5 906
Grecia	8	1 830	1 100	230	500
Inglaterra	1867	750 004	584 884	102 337	62 783
Hungría	15	1419	880	263	276
Irlanda^c	419	217 567	147 340	42 535	27 692
Islandia	65	16 641	10 329	4 214	2 098
Israel	2	1 015	824	165	26
Italia^c	278	101 817	66 727	23 586	11 504
Kazajstán	8	650	500	50	100
Liechtenstein	1	467	301	151	15
Letonia^b	3	900	590	100	210
Lituania	6	500	300	100	100
Luxemburgo	6	3 890	2 185	1 131	574
Macedonia	1	90	65	10	15
Malta	1	557	406	145	6
Noruega	177	110 362	74 844	25 531	9 987
Países Bajos	229	388 493	245 552	124 505	18 436
Polonia^c	27	3 008	2 321	479	208
Portugal	87	14 198	10363	2 599	1 236
Rumania^a	4	551	337	81	133

Serrano-Gómez, V. (2013).

Evolución de la práctica del golf, características y dimensión económica.
Revista Española de Educación Física y Deportes, 403, 63-80.

Rusia^a	17	16500	8500	3100	4900
Serbia	2	618	367	91	160
Suecia^b	436	491 401	305 664	131836	53 901
Suiza	95	85 758	49 902	28 259	7 597
Turquía^c	20	5 649	1 909	818	2 922
Ucrania	4	547	394	46	107
Nota: Datos a 1 de enero de 2013.					
^a: datos de 2010; ^b: datos de 2011; ^c: datos de 2012					

Según datos de la RFEG (2013), en España a 1 de enero de 2013, existen 582 clubes y el número de campos de golf descendiendo a 413 (11 menos que en 2012). La mayor parte se concentran en Andalucía (92 campos y 124 clubes), Cataluña (41 campos y 65 clubes), Castilla y León (39 campos y 50 clubes), Comunidad Valenciana (34 campos y 50 clubes) y Madrid (34 campos y 61 clubes). El resto de autonomías disponen de menos de 24 campos. Los campos más habituales en España son de 18 hoyos y son de gestión privada.

En la tabla 3 se presenta la evolución de licencias federativas de golf en España producidas en los últimos veintidós años, con datos referentes al 1 de enero de cada año.

Tabla 3. Evolución de licencias federativas españolas de golf (1991 -2013). Fuente. Elaboración propia a partir de la RFEG (2013)

Evolución de licencias de golf en España de 1991 - 2013							
Año	Federados	Incremento	%	Año	Federados	Incremento	%
1991	58 202	5 850	11.2	2003	222 200	22 684	11.4
1992	65 525	7 323	12.6	2004	241 618	19 418	8.7
1993	73 203	7 678	11.7	2005	258 081	16 463	6.8
1994	80 450	7 247	9.9	2006	279 660	21 579	8.4
1995	89 139	8 689	10.8	2007	300 047	20 387	7.3
1996	98 263	9 124	10.2	2008	318 331	18 284	6.1
1997	108 915	10 625	10.8	2009	333 818	15 487	4.9
1998	121 916	13 001	11.9	2010	338 558	4740	1.4
1999	136 937	15 021	12.3	2011	333 013	- 5 545	- 1.6
2000	153 938	17 001	12.4	2012	325.403	-7610	-1,5
2001	177 409	23 471	15.2	2013	315301	-10102	-1,4
2002	199 516	22 107	12.5				

Se puede observar el ingente aumento de licencias desde 1991 hasta 2001 y continuo crecimiento hasta 2010, donde alcanza su máximo histórico con 333.013 federados. A partir de 2011, por primera vez en veinte años se produce un descenso en el número de licencias, igual ocurrió en 2012 y continua ocurriendo en 2013, siendo éstos los primeros

decrecimientos en el número de federados de la historia del golf español, como consecuencia de la fuerte crisis económica que afecta a todos los ámbitos de la sociedad.

En la figura 1, se presenta la relación de la evolución de licencias federativas con respecto a la población total (Aguirre NewMan, 2011).

Demanda

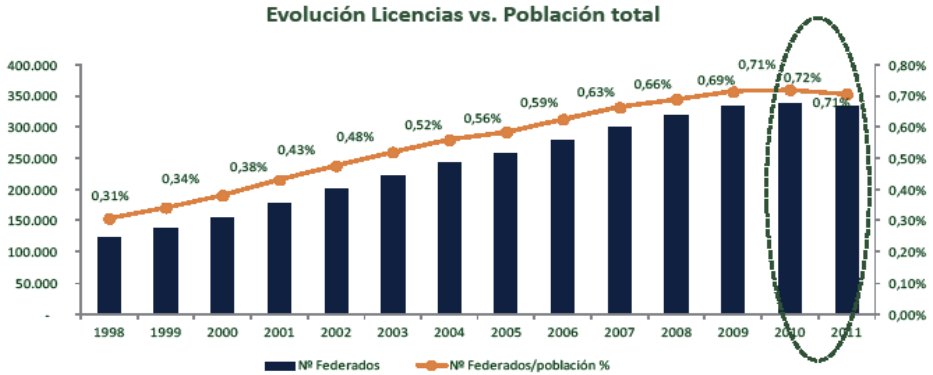


Figura 1. Evolución de licencias federativas en España en relación con la población total. Fuente: Aguirre NewMan (2011)

Sin embargo esta depresión del golf no ocurre sólo en España, ya desde 2008 en Estados Unidos se lleva produciendo un descenso en el número de jugadores de golf que Burke (2012) cifra hasta en 4 millones. Durante 2013 todas las Comunidades Autónomas registraron números rojos en el apartado de licencias, siendo Melilla la única zona de España donde experimentó un ligero incremento de federados, en términos porcentuales un 2%. En la tabla 4 se presenta la evolución de licencias por territoriales en España, desde 1986 a 2013 (RFEG, 2013)

Tabla 4. Recuento de federados de golf por territoriales en España. Fuente: RFEG (2013).

Federados de golf por territoriales					
Federación	1-1-1986	1-1-1996	1-1-2006	1-1-2012	1-1-2013
Andalucía	5512	17866	42.492	50.401	48.996
Aragón	654	1647	4.268	6.581	6.438
Asturias	943	2710	8.083	10.628	10.312
Baleares	1035	3339	7.597	7.514	7.273
Canarias	877	2697	6.854	8.939	8.693
Cantabria	449	1912	8.074	9.238	8.871
Castilla-La Mancha	-	611	5.443	7.020	6.762
Castilla y León	25	3608	14.605	17.845	17.114
Cataluña	5253	16867	46.717	40.822	37.897
Ceuta	-	67	80	69	65

Extremadura	-	1182	2.353	2.600	2.554
Galicia	1328	3511	10.256	12.433	11.966
La Rioja	-		1.818	2.545	2.458
Madrid	9409	23980	76.881	95.194	92.793
Melilla	-	61	187	253	258
Murcia	239	1235	4.796	6.655	6.066
Navarra	414	1189	3.635	3.936	3.761
País Vasco	2410	7516	16.449	20.365	19.800
Valencia	2474	8308	19.060	22.292	21.710
Medallas de Mérito	-	-	-	80	84
Licencias de honor	-	-	12	13	14
Total Amateurs	-		-	325.403	313.885
Profesionales	-	-	-	1.502	1.416
Total	30783	98.263	278.364	326.905	315.301

Sin embargo los datos del recuento del 1 de mayo de 2013, indican que el número de federados descendió hasta un total de 288.315, lo que supondría un descenso del 8,5% respecto al inicio del año. Según señala la RFEG (2013) las previsiones, teniendo en cuenta las curvas experimentadas en años anteriores, apuntarían a que antes de finales del año 2013 podría producirse un leve ajuste que permitiera cerrar el año con unas 290.000 licencias, representando una caída de 25.000 respecto a las que había al empezar 2013. Se trataría del mayor descenso de las dos últimas décadas, debido a la crisis, aunque a pesar de todo, seguiría siendo una de las federaciones con más licencias en España.

Dimensión económica del golf

KPMG, Oxford Economics y SRI International (2006), utilizó tres efectos para la evaluación económica del golf en Europa:

- *Efectos directos.* El impacto económico directo de la industria del golf. Este se produce en el lugar de las instalaciones de golf, fabricantes y distribuidores de equipos de golf, las empresas que tratan con la difusión, comercialización y ejecución de los torneos de golf, el transporte, instalaciones, hoteles y restaurantes utilizados por los turistas de golf. Además las actividades inmobiliarias vinculadas a campos de golf también crearán valor económico.
- *Efectos indirectos.* Estos efectos se producen a través de la industria de compras de bienes y servicios. Este gasto genera un resultado, las ganancias y empleo en los proveedores.
- *Efectos inducidos.* Una parte de estos ingresos se gastan en bienes y servicios. Los impactos económicos inducidos son los efectos sobre el resto de la economía de este gasto de los consumidores (tiendas y ocio cerca de donde viven los empleados, etc.).

La economía de golf incluye una serie de sub-sectores que están directamente relacionados con el juego del golf, ya sea desde las instalaciones de golf o la perspectiva de los jugadores y también llega a otros sectores que tienen de alguna forma una relación con el golf, por ejemplo la hostelería o el turismo (tabla 5).

Tabla 5. Industrias del golf agrupadas en 6 conjuntos. Fuente: KPMG, Oxford Economics y SRI International (2006)

Grupos de industrias del golf en Europa		
Industrias directas	Grupo 1: Operaciones realizadas en las instalaciones de golf	<ul style="list-style-type: none"> • Green fees y cuotas de afiliación • Ingresos por alimentos y bebidas • Ingresos de patrocinio • Contrato de Arrendamiento, derechos de alquiler • Otros ingresos
	Grupo 2: Inversiones en campos de golf	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos campos • Ampliación de campos existentes • Otras inversiones (Ej: renovación de casa club, sustitución del sistema de riego, etc)
	Grupo 3: Suministros de golf	<ul style="list-style-type: none"> • Los accesorios y vestuario (palos, bolas, zapatos, bolsos, guantes, ropa, etc.
	Grupo 4: Torneos de golf y visados	<ul style="list-style-type: none"> • Torneos internacionales • Reproductor de anotaciones • Derechos de emisión
Industrias relacionadas	Grupo 5: Turismo de golf	<ul style="list-style-type: none"> • Gasto de turistas de golf en los viajes, alojamiento, F & B (<i>Food and Beverage</i>), etc. • Entretenimiento
	Grupo 6: Inmobiliarias	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución del golf residencial

La tabla 6 resume las conclusiones sobre el valor de la economía del golf en Europa (KPMG, Oxford Economics y SRI International, 2008)

Tabla 6. El valor de la economía del golf en Europa. Fuente: KPMG, Oxford Economics y SRI International (2008).

El valor de la economía del golf en Europa										
Grupos de la economía del golf	Efecto directo de los ingresos (millones/€)	Impacto económico								
		Los ingresos totales (millones/€)		Contribución a la PIB (millones/€)		Empleo		Ingreso salarial total (millones/€)		
Operaciones en instalac. de golf	6,917	35.4%	17,333	35.9%	4,968	37.5%	181,733	46.2%	3,809	40.5%
Inversiones en campos de golf	1,744	8.9%	3,622	7.5%	1,245	9.4%	31,716	8.1%	953	10.1%
Golf suministros	1,872	9.6%	3,663	7.6%	598	4.5%	13,518	3.4%	544	5.8%
Torneos de golf y visados	318	1.6%	721	1.5%	374	2.8%	3,572	0.9%	303	3.2%
Turismo de golf	2,243	11.5%	5,307	11.0%	1,520	11.5%	49,052	12.5%	1,332	14.2%
Urb. residenciales (Inmobiliarias)	6,465	33.1%	17,608	36.5%	4,553	34.3%	114,043	29.0%	2,455	26.1%
Total	19,560	100%	48,254	100%	13,258	100%	393,634	100%	9,396	100%

Los grupos de industrias básicas están determinadas en gran medida por el número de campos de golf y jugadores de cada región: cuanto mayor sea el número de campos y los jugadores, mayor será el impacto económico de los grupos principales de la industria en cada sub-región. La mayor parte del impacto de la industria del golf en Europa Occidental, Francia, Italia, pero sobre todo Portugal y España, viene reflejada por los aficionados que viajan de vacaciones de golf y las compras de segundas residencias para vacaciones, construidas como parte de las urbanizaciones y complejos turísticos de golf.

En este sentido, el turismo de golf es uno de los ámbitos en auge en la Unión Europea. Según Hosteltur (2013) el último informe de la IAGTO (Asociación Internacional de Turoperadores de Golf), indica que las ventas globales de vacaciones vinculadas al deporte del golf crecieron alrededor de un 9,3 % en 2012 en comparación con el año anterior. El informe indica que los operadores de la entidad se ocuparon de atender a 1,6

millones de golfistas en 2012, con ventas de vacaciones de golf por más de 1.500 millones de euros. La mayoría de los viajes, más de un 60% fueron al extranjero, es decir a campos de golf situados fuera de sus países de origen. Además señala que KPMG confirma esta evolución favorable, indicando que los turoperadores de golf se recuperan de la crisis y que además España y Portugal se mantienen como destinos más populares.

Según Aguirre Newman (2011) España es el segundo país del mundo en cuanto a recepción de turismo de golf, sólo por detrás de Estados Unidos. Cada año, España acoge a 1.000.000 de turistas extranjeros cuyo motivo principal del viaje es el golf. Esta actividad turística genera un ingreso anual de unos 1.200 millones de euros, es decir una media de 1.200 euros por jugador y estancia.

En este sentido Aymerich Golf Management (2007), indica que en España la industria del golf genera unos 2.673 millones de euros al año entre actividades directas (explotación de campos, inversión en instalaciones, proveedores de material de golf, torneos y asociaciones) e indirectas (inmobiliarias, turismo de golf), datos que revelaban un incremento de casi cuatro veces más (396%) comparado con datos de 1997, cuando generó 674 millones. Según Hosteltur (2013) el segmento del golf en Andalucía es una actividad turística que genera en la comunidad alrededor de 4.400 empleos directos, y es después de Madrid la segunda región del país en número de licencias, actualmente ha descendido el número de federados pero cuenta con casi 50.000.

El volumen económico relacionado con las actividades directas en España sigue siendo inferior al de actividades indirectas, a diferencia de otros países donde la práctica del golf está más arraigada. Sin embargo a pesar del exponencial aumento de federados y de la progresiva popularización de su práctica, aún a día de hoy el golf parece ser punto de referencia donde concentrar antipatías e insatisfacciones. Hace unos años el argumento más utilizado para ello era el gasto de agua, ahora al regar con aguas de desecho o recicladas se centran en el elevado precio de las instalaciones y que se encuentran en terrenos públicos, con la proliferación de los *pitch* y *putt* o *pares 3*, más baratos y asequibles, la explicación más utilizada es que no son proyectos de interés general. En este sentido, Reyer (2007) confirma que es cierto que se han realizado numerosas aberraciones en cuanto al negocio del golf, sin embargo sugiere que puede ser también una actividad sostenible aplicable a una correcta ordenación urbanística, además de un factor de beneficio para el medio natural.

CONCLUSIÓN

A pesar del cierre de algunas instalaciones a consecuencia de la crisis y el descenso en el número de licencias, el deporte del golf es cada vez más practicado y sigue siendo uno de los deportes con mayor número de federados en España. Sin embargo el volumen económico que genera las actividades directas en España sigue sin ser tan elevado como en otros países cuya práctica deportiva es más arraigada, factor que continúan trabajando y potenciando las federaciones. Hasta ahora los mayores ingresos vienen generados por actividades indirectas como el turismo de golf. Este tipo de turista hace un gasto mayor que el turista convencional, adquiriendo durante sus viajes bienes y servicios muy diferentes, lo que supone un fuerte impulso para variedad de negocios. El turismo de golf, tan beneficioso para la economía española, dicta mucho de otra actividad indirecta asociada hasta no hace mucho al golf, el sector inmobiliario. Este tipo de actividad que de forma

controlada resulta positiva, durante mucho tiempo ha utilizado los campos de golf, como un gran jardín, para el reclamo en sus ventas. Aunque la crisis ha frenado este boom inmobiliario y por tanto el pack que en demasiadas ocasiones formaban urbanizaciones y golf, cabe señalar que este binomio no ha beneficiado la imagen del golf, siendo fuente de críticas y arrastrando consigo al resto de profesionales que tanto han trabajado y siguen trabajando por la popularización del golf como deporte.

En este sentido, lejos de señalar ningún sector ni modelo de explotación, los cuales pueden y deben convivir según las necesidades del sector, resulta imprescindible contar con una planificación territorial que hasta hace poco no se había considerado. Además los expertos consideran fundamental comparar la relación existente entre gastos y beneficios, sosteniendo que el golf genera empleo estable, turismo de calidad, sinergia con otros sectores, mejora del entorno, la imagen y otros muchos beneficios como recarga de acuíferos, disminución de contaminación acústica y reducción de riesgo de incendios, todo ello de gran relevancia.

De este modo, la base para el continuo desarrollo del golf comienza por realizar una correcta planificación, bajo criterios razonables, sostenibles y un extremado control, que permita la eficacia y eficiente gestión de los recursos.

APLICACIÓN PRÁCTICA

Los gerentes de las instalaciones de golf y responsables de clubes, deben tener un conocimiento profundo de la evolución del sector y realizar de forma continua un análisis externo e interno de la situación, con la finalidad de adaptar sus estrategias de gestión a un mercado del deporte y ocio tan cambiante.

REFERENCIAS

- Aguirre NewMan (2011). *Estudio de mercado. Campos de golf en España*. Feria Internacional del Golf, Noviembre, Madrid.
- Asociación Europea de Golf- EGA (2013). *Estadísticos*. Recuperado de <http://www.ega-golf.ch/>
- Aymerich Golf Management (2007). *Presente y Futuro de la Industria del Golf en España*. 3ª edición. Madrid: AGM.
- Blanquer, D. (2002). *El golf mitos y razones sobre el uso de los recursos naturales (ordenación del territorio, espacios de ocio y desarrollo rural)*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Burke, M. (2012). Golf Will Help Ease California's Economic Woes. *Revista Forbe*. Recuperado de <http://www.forbes.com/sites/monteburke/2012/06/12/golf-will-help-ease-californias-economic-woes/>
- Del Pobil, F.P. (2001). *Lo básico (ilustrado) de cada regla de golf y un poco más*. Alicante: Epigono-De Cervantes Ediciones.
- Gómez, P.M. (2013). Estrategias de marketing para clientes no deseados: desmarketing en épocas de crisis. *Revista Española de Educación Física y Deportes*, 402, 47-62.
- González, J.I. y Suárez, O. (2011). *Diagnóstico del marketing del producto Golf en la instalación Varadero Golf Club Cuba*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/marketing-2/diagnostico-marketing-producto-golf-instalacion-varadero-golf-club-cuba.htm>.
- Hosteltur (2013). *Turismo de golf*. Recuperado de http://static.hosteltur.com/web/uploads/2013/06/DOSSIER_-_Turismo_de_Golf
- Martín, M. (2008). *Tipos de campos de golf proceso de desarrollo de un campo de golf y estudio del terreno*. Madrid: Global Golf Company. Recuperado de <http://www.globalgolf.es/descargas.php>.

Serrano-Gómez, V. (2013).

Evolución de la práctica del golf, características y dimensión económica.
Revista Española de Educación Física y Deportes, 403, 63-80.

- Observatorio Turístico de la Comunidad de Valencia (2013). *Turismo de golf*. Valencia: Consejería de Economía, Industria, Turismo y Ocupación de la Comunidad Valenciana, enero, 1-13.
- Paniza, J.L. (2005). *La percepción social del golf en Andalucía*. (Tesis doctoral) Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía
- Paniza, J.L. (2010). *Empleo y formación en los campos de golf de Andalucía*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Junta de Andalucía
- KPMG, Oxford Economics y SRI International (2006). *The economic value of golf to Europe. Key findings of the study on the golf economy*. Recuperado de [http://www.egcoa.eu/bestanden/pics/The%20Economic%20Value%20of%20Golf%20to%20Europe_28082009%20\(2\).pdf](http://www.egcoa.eu/bestanden/pics/The%20Economic%20Value%20of%20Golf%20to%20Europe_28082009%20(2).pdf)
- KPMG, Oxford Economics & SRI International (2008). *The value of golf to Europe, Middle East and Africa. A study on the golf economy*. Recuperado de http://www.bgia.org.uk/upload/documents/news/KPMG%20Golf%20Economy%20report_final.pdf
- Real Federación Española de Golf (RFEG). Estadísticos. Recuperado de <http://www.rfegolf.es/PaginasServicios/ListaDescargas.aspx?Tipo=0>
- Real Federación Española de Golf (2010). *Libro verde de la RFEG*. Recuperado de <http://www.rfegolf.es/ArticulosDocumento/REGLAS/Libro%20Verde%202010.pdf>
- Reyero, F. (2007). La Ordenación Urbanística, Medio Ambiente y Campos de Golf. *IV Jornadas Internacionales de Golf y Medio Ambiente. Turismo de Golf y Medio Ambiente*. Almería.
- Serrano, V., Rial, A., García, O., Gambau, V. (2011). El perfil de usuario en clubes de golf sociales-mixtos con campos de 9 hoyos en Galicia: un intento de segmentación desde la perspectiva de género. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 11(2), 131-138.
- Serrano, V., Rial, A., García, O., Gambau, V. (2013). QGOLF-9: Escala para la evaluación de la calidad percibida en los clubes de golf. *Revista de Psicología del Deporte*, 22 (1), 111-121.
- Villar, A. (2008). Los espacios de golf en el litoral de Andalucía: Patrones espaciales y evolución en el período 1998-2004. *Ería: Revista cuatrimestral de geografía*, 76, 247-266.