

LA SOLHEIM CUP ESPAÑA 2023 ¿POR FIN EL GOLF TRATADO COMO DESTINO TURÍSTICO EN ESPAÑA?¹

Con 1,2 millones de turistas extranjeros, España era en 2019 el primer país del mundo en turismo internacional de golf, por delante incluso de países en los que el golf era un deporte de masas, como Estados Unidos. La gran diversidad del territorio andaluz, unida a las excelentes condiciones climatológicas, convierten a Andalucía en un lugar privilegiado para la práctica deportiva en general, y para el golf en particular. En este contexto, la oferta turística andaluza para disfrutar del golf había conseguido generar una imagen de marca en torno a esta actividad deportiva que no había pasado inadvertida ni entre los aficionados ni entre los principales operadores del sector. De este modo, se estimaba que Andalucía recibía al año unos 630.000 turistas de golf.

Del 18 al 23 de septiembre de 2023, Andalucía acogería la Solheim Cup², una competición bianual por equipos que enfrenta a las 12 mejores jugadoras europeas de golf contra las 12 mejores jugadoras estadounidenses. España tomaba el relevo de Estados Unidos, país que había acogido la última edición de este prestigioso torneo. Se preveía un impacto directo e indirecto del evento en la zona de 235 millones de euros, pero, sobre todo, su celebración llenaba de orgullo a la Real Federación Andaluza de Golf, la RFGA. Su presidente, Pablo Mansilla García, declaró con satisfacción:

“Nuestra Solheim Cup 2023 será el escaparate perfecto a través del cual enseñar al mundo lo maravilloso que es nuestro deporte. Para que los que nos vean desde fuera estén deseando venir a visitarnos; para que los que están cerca nos conozcan mejor; y, sobre todo, para que el golf se convierta en el principal valedor del deporte femenino. Igual que en su día la Ryder Cup atrajo a jugar a la Costa del Golf (Sol), a ciudadanos de países no europeos como Estados Unidos y China (aunque el 11-S volvió a desactivar esta tendencia), y consolidó a la Costa del Golf como destino turístico y no como oferta complementaria del sector vacacional. A través de la repercusión mediática global de la Solheim Cup 2023 queremos reposicionar la Costa del Golf en el mapa mundial”.

¹ Caso de la División de Investigación de San Telmo Business School, España. Preparado por el profesor Miguel Ángel Llano Irusta y la colaboración de Lola Maiques Flores, para su uso en clase, y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.

Copyright © octubre 2023, Fundación San Telmo, España. Todos los derechos reservados

No está permitida la reproducción, total o parcial, de este documento, ni su archivo y/o transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro o por otros procedimientos, sin la autorización expresa y escrita de Fundación San Telmo. Para pedir copias del mismo o pedir permiso para usar este caso, por favor póngase en contacto con el departamento de Edición de Casos, a través del teléfono en el +34 954975004 o por correo electrónico a la dirección casos@santelmo.org.

² En el Apéndice se pueden consultar nociones básicas del deporte del golf y la descripción de la Ryder y de la Solheim Cup.

¿Cómo había conseguido España acoger la más importante competición femenina de golf, en un país donde, aparentemente, el golf no interesa mucho? ¿O sí? Como motor turístico, el golf en España atraía alrededor de 1,2 millones de turistas extranjeros por año, con un gasto directo de 4.640 millones de euros, cuyo impacto global en la economía española alcanzaba los 11.183 millones de euros, sumando los efectos directo, indirecto e inducido. Este flujo turístico beneficiaba a sectores ajenos al golf, ya que 7 de cada 8 euros de gasto directo del turista de golf (un 88%) se destinaban a otros proveedores distintos de los campos de juego.

El turista de golf es un turista de calidad, realiza un gasto más elevado y disfruta de estancias más alargadas. Además, su afluencia desestacionaliza el turismo, ya que sus temporadas altas son la primavera y el otoño. La facturación directa, indirecta e inducida en España producida por el golf y el turismo de golf era de 12.769 millones de euros en 2022. El golf y el turismo de golf generaban en España 121.393 puestos de trabajo de manera directa o indirecta. A estas cifras se llegaba tan sólo con unas 400 empresas, en su mayoría PYMES, que sumaban una facturación conjunta de 777 millones de euros. Los empleos creados directamente para los campos de golf destacaban por la calidad de los contratos, ya que el 95% eran indefinidos y el 94% de jornada completa.

El golf también era un catalizador de la inversión, generando 42.000 millones de euros en inversión inmobiliaria. La inversión inmobiliaria del turista de golf era muy elevada: se contabilizaban 283.000 viviendas en propiedad en España. Esta inversión se asociaba a un gasto anual recurrente en España y generaba turistas más fieles y con una mayor probabilidad de repetir visita.

En relación con la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente, el golf es y se percibe como una actividad saludable, segura respecto al COVID-19, y comprometida con el medioambiente. En efecto: el 88% de los operadores disponen de sistema de ahorro del agua para el riego y el 70% usan agua regenerada. Éstas eran algunas de las cifras del golf en España, un país donde el golf ¿aparentemente no interesa mucho? ¿Recibía el sector del golf español el trato merecido? ¿A qué retos debía hacer frente en 2022?

HISTORIA DEL GOLF

No hay unanimidad entre los expertos a la hora de situar el origen del golf. Lo cierto es que los juegos con palo y pelota existen desde hace milenios; quizás el golf sea una evolución de uno de ellos o puede que sea el resultado de una combinación de varios. En 2022 este deporte contaba con una cifra considerable de aficionados registrados oficialmente en España, casi 285.000, en cuarto puesto, solo superada por el fútbol, el baloncesto y la caza. En paralelo, se empezó a considerar al golf como un negocio, vinculado al turismo, más allá de un mero entretenimiento. Desde las últimas décadas del siglo XX el golf había experimentado un auge imparable en todo el país, que multiplicaba su número de seguidores y su impacto económico. En el Apéndice se narra brevemente la evolución e historia del golf en el mundo y a nivel nacional.

LOS CAMPOS DE GOLF COMO RECLAMO INMOBILIARIO EN ESPAÑA

En la década de los 60 y 70 era frecuente construir campos de golf, en distintas regiones, entre ellas la Costa del Sol, para vender urbanizaciones, y el golf era considerado como una oferta complementaria al ocio y al turismo. El campo era un reclamo más para la venta inmobiliaria. El golf era entonces considerado un deporte elitista, de “señoritos”, al alcance de muy pocos. En 1986 España entra a formar parte de la Unión Europea y el país recibe grandes inversiones y se pone de moda. Se anuncian y se celebran grandes eventos de repercusión mundial, como las Olimpiadas de Barcelona, la Expo 92 de Sevilla o la Capitalidad Cultural de Madrid.

Entre los años 1986 y 1992, esta dinámica generó una burbuja inmobiliaria que afectó a los precios, pero no tanto al volumen construido. En el crecimiento de la industria del golf conviven estas dos tendencias: el acompañamiento a proyectos urbanísticos que ya no pueden beneficiarse de la primera línea de playa y la condición de ‘deporte de prestigio’, que atrae a ciertos grupos sociales en ascenso. Las empresas inmobiliarias son y han sido las grandes impulsoras del negocio, pero no es desdeñable el entusiasmo del sector público —de los ayuntamientos, en particular— por construir nuevos campos y urbanizaciones *en primera línea de golf*.

Andando el tiempo, la crisis económica de 2008 tuvo también sus efectos en el golf: los campos de golf que no funcionaban pasaron a manos de los bancos, y algunos se vendieron por el 20% del coste de reposición al arrojar su actividad de negocio un EBITDA negativo. Por otra parte, la necesidad de incrementar los ingresos públicos para contener las consecuencias de la crisis impactó de lleno en el sector del golf. El gobierno de Rodríguez Zapatero elevó el IVA de los campos de golf del 7 al 8% y el de Rajoy, del 8 al 21%. Además, desde entonces, el IBI de los campos de golf se ha multiplicado hasta por cinco en algunos lugares, al aplicar al campo las plusvalías que se calculan respecto de las viviendas que lo rodean.

El año 2011 marcó el inicio de una importante disminución en el número de jugadores federados, que hasta ese año había alcanzado cifras históricas, así como una fuerte reducción del número de torneos celebrados en España. Este fenómeno fue consecuencia, fundamentalmente, de los efectos retardados de la crisis económica por la que atravesó el país, que tuvo especial incidencia en un sector como este muy ligado al desarrollo inmobiliario (ver Anexo 1).

Los patrocinadores son los que promueven, en la mayoría de las ocasiones, la atracción de jugadores y turistas interesados en disfrutar de este deporte, a través de la organización de eventos. La falta de inversiones, tanto públicas como privadas, en ese segmento turístico ralentizó su actividad económica, contribuyendo a la reducción del impacto que generaba hasta ese momento. Lo anterior se tradujo en la marcha de patrocinadores, y por lo tanto de los inversores, a otros destinos con mayores facilidades fiscales y económicas que les proporcionaban más beneficios y competitividad.

Esta huida de los patrocinadores se vio reflejada directamente en la reducción de torneos del Circuito Europeo que hasta el momento tenían lugar en España.