

**“EL GOLF
COMO ELEMENTO
ESTRATEGICO
TURISTICO
Y
EL TURISMO COMO
MOTOR DE VENTA DE
GREEN FEES”**



JUAN MANUEL BAIXAULI
PRESIDENTE GRUPO GHEISA
ABRIL 2010

“esta presentación es de consulta y es propiedad de su autor. En caso de difusión se debe nombrar su fuente”.

www.gheisagolfconsulting.es

PUNTO DE PARTIDA

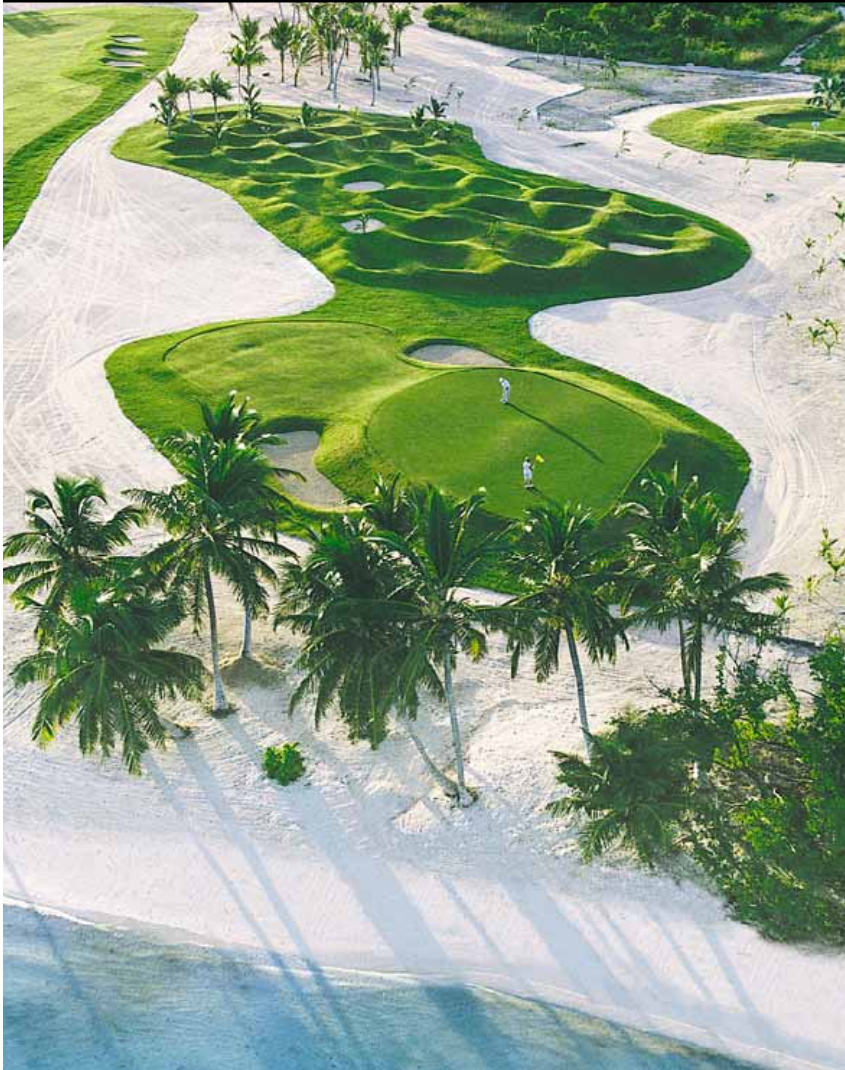
EL GOLF COMO UN ELEMENTO ESTRATÉGICO TURISTICO

-ADEMAS DE SER UN DEPORTE Y UNA ACTIVIDAD SOCIAL,
PUEDE SER GESTIONADO COMO UN ELEMENTO
DINAMIZADOR DEL ENTORNO Y GENERADOR DE
IMPACTO ECONOMICO.

EL TURISMO COMO MOTOR DE VENTA DE GREEN FEES

- LA GESTION ESTRATEGICA DEL TURISMO PUEDE
APORTAR NUEVOS INGRESOS AL CLUB.





OBJETIVO OBJETIVO OBJETIVO OBJETIVO OBJETIVO OBJETIVO

EL TRAFICO TURISTICO

-INCREMENTO DE LA
SEGMENTACION EN LAS
MOTIVACIONES DE VIAJES

-TURISMO DE SALUD,
DEPORTIVO, CULTURAL,
FORMATIVO, IDIOMATICO, DE
OCIO, GASTRONOMICO,...

“EL GOLF COMO ELEMENTO DINAMIZADOR”

- EL TURISMO DE GOLF ES ESENCIAL PARA ALGUNOS MERCADOS O AREAS GEOGRÁFICAS
- ESPAÑA HA BUSCADO UN POSICIONAMIENTO EN ESTE SENTIDO DESDE PRINCIPIO DE LOS AÑOS 90

ASPECTOS CLAVES ASPECTOS CLAVES ASPECTOS CLAVES



“IMPACTO ECONOMICO”

-EL 20% DEL CONSUMO DEL TURISTA DE GOLF SE REALIZA DIRECTAMENTE EN GOLF

-EL OTRO 80% SE REALIZA EN SERVICIOS COMPLEMENTARIOS: HOTEL, RESTAURACION, COMPRAS, RENT A CAR, ETC.



EL GOLF EN ESPAÑA

-Es el primer país del mundo receptor de jugadores de golf (sin contar la demanda interna en EE.UU.)

-Se han realizado fuertes campañas en el exterior



-El 50% de las sedes donde se ha realizado la “Internacional Golf Travel Market” han sido en territorio español.

- Pero..... a pesar de todo ello no se ha trabajado la industria del golf como factor estratégico para el mercado español.



TIPOS DE CAMPO TIPOS DE CAMPO TIPOS DE CAMPO

¿QUE SE
DEBERIA
HACER?

¿QUE HACER SI SE
CONSIDERA EL GOLF
COMO UN ELEMENTO
ESTRATEGICO TURISTICO
ESENCIAL?

1º FOMENTAR SU PRACTICA LOCAL

- Es necesario que el 70% de los ingresos de un campo provengan de usuarios del entorno
- En el mercado español:
 - no existen programas juveniles que fomenten el juego del golf, ni en colegios, ni universidades.
 - no hay espacios televisivos,
 - prácticamente no hay campos municipales
- A pesar de todo ello es el deporte con mayor crecimiento de federados



2º FOMENTAR LA CONEXIÓN GOLF / INDUSTRIA TURISTICA

- Crear y diseñar productos que vertebran la oferta, integrando servicios
 - Concepto de rutas o áreas de golf, integradas con los productos mas valorados e interesantes del entorno.
- Ejecutar planes formativos que permitan el conocimiento mutuo. De un sector al otro.
- La industria del golf debe entrar a participar en los foros turísticos



3º CREAR Y HOMOGENEIZAR CRITERIOS DE CALIDAD

- Establecer criterios esenciales que permitan diferenciar la calidad de unos campos frente a otros.
- Establecer normas de calidad:
 - Diseño, mantenimiento, baños en el recorrido, nº de buggies, señalética para encontrar el campo, accesibilidad, calidad del alquiler de palos, ...



4º ORIENTACION CLARA DEL CLUB AL SERVICIO

- Trabajar la orientación de todo el equipo humano al servicio del cliente y usuario
- Conseguir que la experiencia global del usuario con el club sea excelente.



5° MINIMIZAR EL IMPACTO DE LA CONSTRUCCION EN EL ENTORNO DEL CAMPO

- Compatibilizar cuando sea el caso el desarrollo del campo con el desarrollo urbanístico.
- Que el diseño del campo atienda a criterios de juego y calidad y no a otros criterios que perjudiquen el juego.



6° QUE EL GOLF PERMITA PONER EN VALOR LA ARQUITECTURA Y LAS CONSTRUCCIONES TRADICIONALES

- Restaurando masías, casas de campo, edificios históricos, parajes naturales, edificios emblemáticos...
- Poner en valor en ellos la gastronomía y la restauración local, así como los productos autóctonos.



7º DESPOLITIZAR EL GOLF

- El Golf se ha convertido en un elemento de controversia política.
- Es utilizado como elemento generador de polémica.
- Socialmente percibido como un deporte de la élite social, y políticamente incorrecto.
- Trabajar técnicamente y no políticamente los problemas del agua.



EL TURISMO COMO MOTOR DE VENTA DE GREEN FEES

-El Club debe poner en valor y utilizar otros recursos para generar mayor demanda, y nuevos tráficos de jugadores



- CADA VEZ EL TURISTA DE GOLF VALORA MAS LA EXPERIENCIA GLOBAL
- NO COMPRA UN GREEN FE, COMPRA:
 - UNA VIVENCIA
 - UN ENCUENTRO CON AMIGOS
 - UN RETO
 - UNA ESCAPADA GASTRONOMICA
 -

TURÍSTICO FACTOR TURÍSTICO



- EL CLUB DEBE UTILIZAR NUEVOS RECURSOS PARA GENERAR VENTAS:
- UTILIZAR LAS FORTALEZAS DEL ENTORNO
- PONER EN VALOR SERVICIOS DEL ENTORNO
- FACILITAR LA EXPERIENCIA QUE EL JUGADOR DESEA VIVIR.

TURÍSTICO FACTOR TURÍSTICO FACTOR TURÍSTICO



DS EJEMPLOS EJEMPLOS EJEMPLOS

TURISMO Y GOLF:

www.gheisagolfcup.com



GHEISA GOLF CUP VIII EDICION



- **GHEISA GOLF CUP**
- Circuito de golf basado en realizar escapadas turísticas de golf tematizadas:
 - Con SPA
 - Con degustaciones gastronómicas
 - Con visitas de interés histórico
 - Etc.
- Con un componente de reto y competición
- **DATOS:** + de 130 torneos, en 15 países

10 julio **GHEISA GOLF CUP**
TORNEO ZONA LEVANTE

INFORMACIÓN TÉCNICA

Del 9 al 11 de julio de 2010
Prueba nº 6
Ruta Golf & Gastronomía
Pasan a la Gran Final: 3 jugadores
Modalidad: Stableford Individual

Margas Golf & Resort 4*

Dirección:
Ctra. del Baleario, Km. 10
22650 PANTICOSA. Huesca

Descripción general: El complejo Hotel Margas & Golf se encuentra ubicado en la comarca del Alto Gállego, y en la población de Latas perteneciente a Sabiñánigo. Nos encontramos en el Pre-pirineo Aragonés, una tierra llena de historia, naturaleza y, sobre todo, cultura como es El Serrablo, con un diseño minimalista, en el que descansar, después de una apasionante jornada de golf, en cualquiera de sus 52 habitaciones con vistas al Campo de Golf y a las montañas que lo rodea.



COLABORADORES:



22 mayo **GHEISA GOLF CUP**
TORNEO ANDALUCÍA

INFORMACIÓN TÉCNICA

Del 21 al 23 de mayo de 2010
Prueba nº 3
Ruta Golf&Spa
Pasan a la Gran Final: 3 jugadores
Modalidad: Stableford Individual

Hotel Barceló Montecastillo Resort ****

Dirección: Carretera Antica, Km 6 (junto a circular de Valencia) 11405 - Jerez de la Frontera
Descripción general: El Barceló Montecastillo Resort es todo un icono en la zona de Jerez gracias al alto nivel de sus instalaciones y al diseño elegante y acogedor que lo caracteriza.
El hotel es ideal para clientes que buscan en sus vacaciones el relax y la tranquilidad que les proporciona el completo Spa del Barceló Montecastillo Resort, amantes del Golf, o turistas que desean descubrir las bodegas y espectaculares esculturas de Jerez.
El Resort dispone de un total de 208 habitaciones distribuidas en dos edificios y un conjunto de villas, siendo el alojamiento ideal para familias



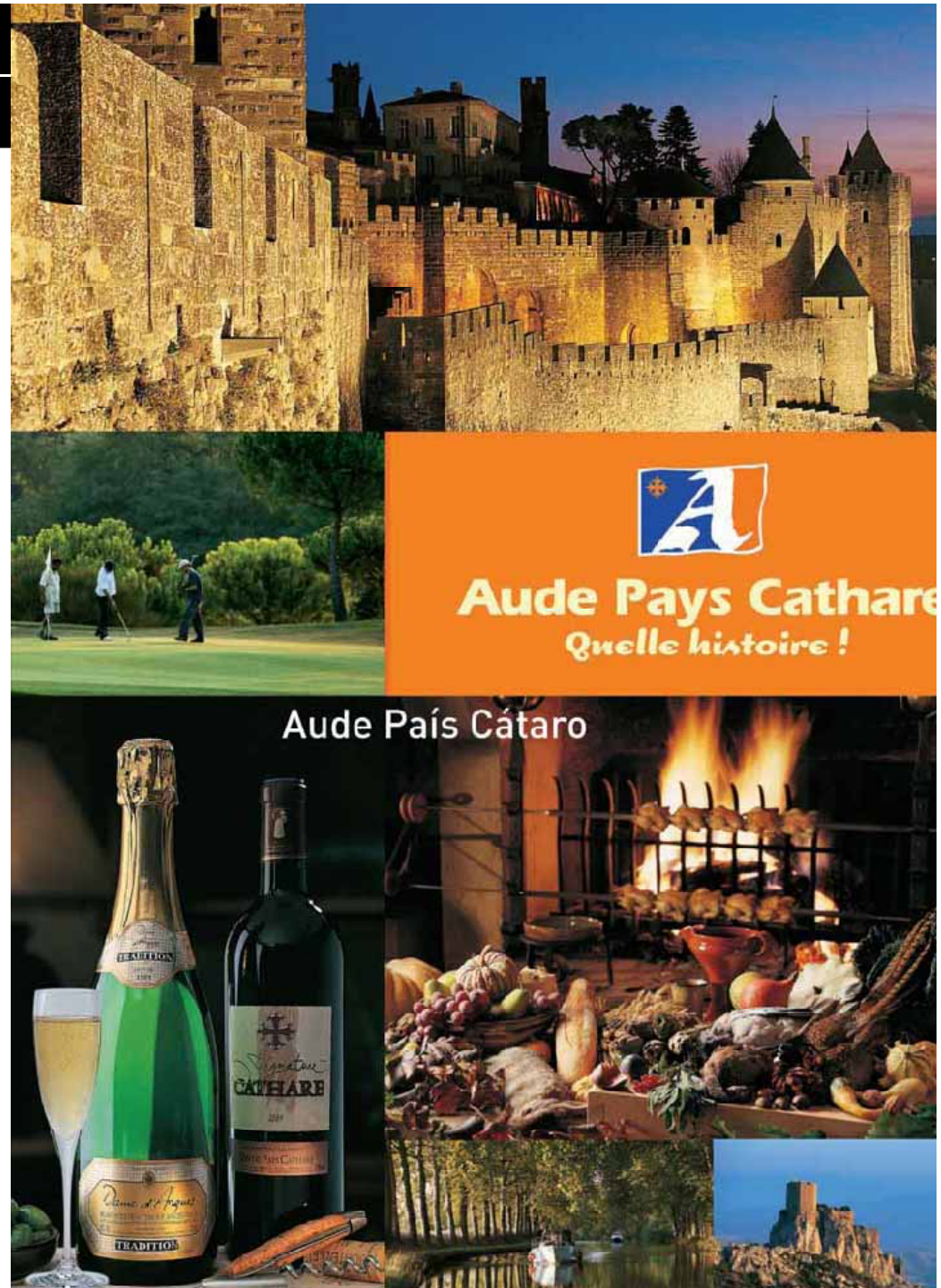
COLABORADORES:



NUESTRO EQUIPO OPINA:

- Competición y atractivos turísticos temáticos.
- Ejemplos gastronómicos o de Balearios

- Proyecto para generar demanda hacia Carcassonne (Francia)
- Trabajo estratégico basado en:
 - Gastronomía
 - Historia
 - Golf
- Esta combinación sostenida ha multiplicado la demanda por 10.



OS EJEMPLOS EJEMPLOS EJEMPLOS

EL DESAFIO:

www.racetomauricio.com



Del 9 al 12 de diciembre de 2010



¿QUÉ ES?

**LE TOUESSROK
MAURITIUS
INTERNATIONAL
GOLF TROPHY**

**EDICIONES
ANTERIORES**

LE TOUESSROK

**CAMPO
DE GOLF**

**RESERVE SU
VIAJE A
MAURICIO**

Participando en los circuitos de: [RacetoMauricio con talongolf](#) y [GheisaGolf Cup](#) puede ganar su viaje GRATIS para disputar el Le Touesrok Mauritius International Golf Trophy.



Listado de Torneos



Ocupación del Torneo

- Baja
- Media
- Alta
- Completa



Ver Race to Mauricio 2010 | [Más información sobre Race to Mauricio](#) | [Web Oficial Race to Mauricio](#)

¿Tiene un campo de golf y quiere adherirse a Talongolf?



Talonario oficial de Race To Mauricio

Fecha	Provincia	Campo de Golf	Salidas	Ocupación	Reservar	Resultados	Fotos
30/01/2010	Almería	Valle Del Este Resort			Finalizado		
28/02/2010	Almería	Club de Golf Playa Serena			Finalizado		
06/03/2010	Valencia	Foessos Golf			Finalizado		
26/03/2010	Valencia	Club de Golf El Bosque			Finalizado		
03/04/2010	Almería	Aguilón Golf			Finalizado		
09/04/2010	Burgos	Club de Golf Lerma			Finalizado		
24/04/2010	Almería	Alboran Golf					

OS EJEMPLOS EJEMPLOS EJEMPLOS

- Estimula la demanda
- El concepto genera la venta de entorno a 5.000 green fees
- El jugador encuentra valor añadido a su juego

- **PERO:**
- Debemos cambiar nuestro concepto de los torneos cuyo fin era patrocinar con grandes premios , regalos, y “la bolsa de regalo inicial en el tee del 1 determina si el torneo es bueno o malo”
- Debemos buscar los torneos como mecanismo de incentivar la demanda y aportar otro valor al cliente.

Gracias por su
atención