

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA
Diplomatura en Turismo



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



**“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA
COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”**

TRABAJO FINAL DE CARRERA

Autor/es:

Ana María Muñoz Gosalbez

Director/es:

Carlos Pons Morera

GANDIA, 2013



Agradecimiento especial a Carlos Pons Morera como tutor por su ayuda desinteresada durante todo el proyecto de carrera.



ÍNDICE

<u>PARTE I – TURISMO DE GOLF</u>	8
1. Presentación y justificación del tema	9
2. Introducción y objetivos	10
3. Metodología	11
4. Breve resumen de la historia del golf	12
5. Memoria d la historia del golf en la Provincia de Málaga	14
5.1 La Real Federación Española del golf.....	15
5.2 La Real Federación Andaluza del golf.....	16
5.3 Estudio de la implantación de los campos de golf en la provincia de Málaga.....	17
5.4 Análisis de la evolución del Turismo del golf en la Región de Andalucía.....	21
5.5 Desarrollo del producto turístico del golf en los países del Mediterráneo.....	22
5.6 Ámbito Internacional.....	25
6. Tipos de oferta golfista a nivel Internacional	26
6.1 Turismo extranjero en la Provincia de Málaga.....	27
6.2 Ámbito Europeo.....	29
7. Tipos de oferta a nivel Europeo	32
8. Desarrollo del mercado del golf en Andalucía	33
8.1 Demanda Actual.....	33
8.2 Conceptualización de la demanda.....	36
8.3 Oferta Actual.....	37



8.4 Conceptualización de la oferta.....	38
9. Calidad de los campos de golf.....	38
10. Asesoramiento, diseño y promoción de los campos de golf....	41
11. Actualidad de los campos de golf en la Provincia de Málaga...51	51
<u>PARTE II - CONDICIONES LEGISLATIVAS Y URBANISTICAS DE LOS CAMPOS DE GOLF.....</u>	65
12. El Turismo de Golf.....	66
13. Análisis en base a las leyes que afectan a los campos de golf.67	67
13.1 Ordenación del territorio relacionado con la distribución de campos de golf.....	69
14. Leyes reguladoras d la actualidad turística del golf.....	70
14.1 Regulación específica: el Decreto 43/2008.....	73
14.2 Modificación de la norma: Decreto 309/2010.....	78
14.3 Regulación del nuevo Decreto 309/2010.....	79
15. Consecuencias urbanísticas en base a estas leyes.....	83
15.1 Evolución, tendencias y previsiones para el Turismo del golf...84	84
15.2 Consecuencias económicas en el sector del golf.....	89
16. Análisis D.A.F.O y conclusiones.....	95
17. Glosario.....	101
18. Bibliografía.....	103







PARTE I

TURISMO DE GOLF



1. PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Esta investigación está centrada en la observación del turismo de golf y desarrollo urbanístico en la provincia de Málaga.

Con ello, lo que se pretende hacer es una descripción de la situación actual en la provincia del turismo de golf, ver su influencia en la provincia de Málaga tanto en su desarrollo urbanístico como el desarrollo del deporte, y ver como se presenta en la actualidad en la provincia Malagueña.

De este modo, el trabajo está estructurado en dos partes fundamentales:

La primera parte se centrará sobre el estado y situación actual del turismo de golf en la provincia de Málaga, su desarrollo, su estado del arte, la forma de incidir que tiene tanto en el sector público como en el privado y en definitiva el estudio de este tipo de turismo con dos campos como ejemplos del tipo de su implantación y de calidad de la provincia.

Mientras que la segunda parte, tendrá a definir un cuadro legislativo y político del ámbito, además de su fuerza económica sobre la provincia que afectan al ámbito urbanístico.

Por último incluiremos un análisis DAFO que completará este estudio sobre el ámbito en general mas otro análisis que será hecho sobre un campo de golf concreto de la provincia de Málaga, concluyendo con críticas de lo que puede carecer o perfeccionar en un prestigioso campo de golf.

Finalmente y como punto de vista personal se añadirán unas meras conclusiones personales sobre el turismo de golf y su desarrollo en la provincia de Málaga.



2. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

El turismo de golf está ganando cada vez mayor peso como tipología turística propia. Considerado como el tercer deporte con más número de federados, con un crecimiento de un 88% experimentado en la última década, con 183 nuevos campos desde 2000, canales temáticos, empresas y aficionados, profesionales y expertos... El Golf es toda “una industria” aunque pocas veces se trate como tal en España y así se expuso en la última Feria Madrid Golf.

Bajo el slogan, “España: todo bajo el sol”, la oferta turística tiende a desplazarse, cada vez más, del binomio sol-diversión al binomio sol-complementos. Si hay un deporte ligado al turismo, éste es el golf, y si existe una zona que le ha prestado una especial atención, ésta es provincia de Málaga y su Costa del Sol. Cerca de 70 campos se concentran en esta zona, que es, hoy por hoy, la primera gran potencia de Europa en oferta de golf.

En el presente informe se analiza la situación del turismo de golf, considerando el análisis de la situación actual de la oferta y demanda, observándose el crecimiento de la provincia de Málaga.

Analizaremos la incidencia legislativa y política que existen para poder urbanizar en estos campos de Golf. Haremos una descripción de los principales efectos económicos que origina la demanda de turismo de golf, evaluados tanto en términos de renta como de empleo.

En el desarrollo de la recopilación de información son muchos los puntos a concretar que iremos viendo como por ejemplo:

- Crecimiento del Turismo de golf a nivel nacional e internacional
- Repercusiones económicas dentro del marco del golf en la provincia de Málaga

Todos estos ideales a desarrollar son de gran interés y actualidad, y posibles estudios paralelos a éste, y abarcar mucho sería centrarse muy poco en uno de ellos, ha sido de mi interés el estudiar a fondo el turismo de golf ligado al desarrollo urbanístico que padece dicha provincia de Málaga

Es por eso que son dos los objetivos claros y concisos que presenta este trabajo:

- 1- La situación actual que concurre en la provincia de Málaga en turismo de golf
- 2- La incidencia legislativa y política que existe para poder urbanizar en estos campos de golf



3. METODOLOGÍA

- **Obtención de documentación**

Para la realización de este estudio, ha sido fundamental la búsqueda de numerosas y diferentes fuentes de documentación. Se trata de una recopilación de información, a principios de 2011 hasta la fecha.

Desde el primer momento la búsqueda de la información se ha centrado en todo lo que afecta a la provincia de Málaga, aunque inevitablemente se ha encontrado una información mucho más amplia, la cual nos hemos visto obligados a seleccionar muy detalladamente.

En un principio, la recopilación fue global sobre el ámbito del golf, hasta centrarse en la provincia de Málaga. De este modo, las fuentes documentales utilizadas han sido Internet, de donde he sacado la información general sobre el ámbito, y también, informes de la junta de Andalucía sobre el impacto del turismo de golf en la Provincia Malagueña. Conjuntamente con artículos comentando el impacto económico de este deporte sobre la provincia. Además, este estudio ha sido ampliado con la lectura de libros y de revistas especializadas.

Por otro lado ha sido fundamental el refuerzo de información por parte de profesionales del grupo Segales y Promotur, los cuales me ha permitido acceder a testimonios privilegiados y concretos sobre este ámbito golfista. Me ha servido para enriquecer y poder entender mejor mi propio trabajo.

- **Trabajo de campo**

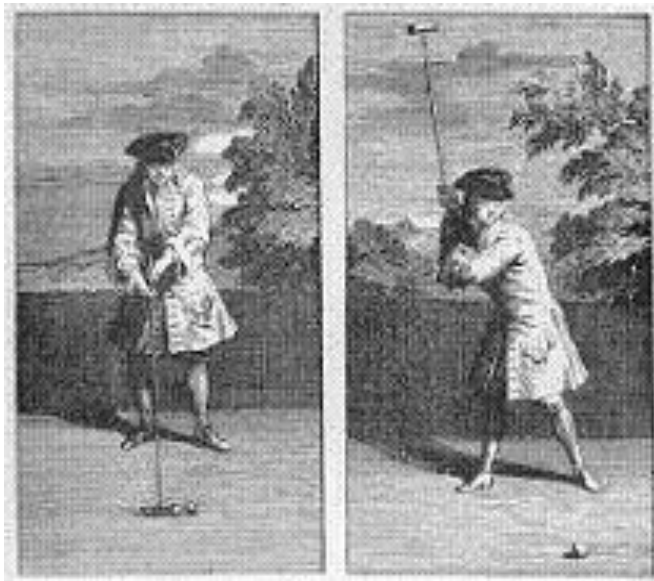
Continuando con la recopilación y complementación de información se han realizado diferentes visitas a bibliotecas, agencias de viaje, oficinas de información turística (Promotur y el Grupo Segales) y campos de golf.

Después del largo proceso de selección y asimilación de toda la información, especialmente la que afecta a la parte jurídica, se procedió a la redacción del trabajo y finalmente a la maquetación de éste.

Como punto culminante a nuestro Proyecto Final de Carrera, se realiza un análisis D.A.F.O. y se extraen unas conclusiones y expresiones totalmente personales del turismo de golf relacionado con el impacto del desarrollo del turismo de Golf en la provincia de Málaga



4. BREVE INTRODUCCIÓN SOBRE LA HISTORIA DEL GOLF.



El golf, tal como lo conocemos hoy, nace en algún lugar de la costa este de Escocia a principios del siglo XV. Los romanos practicaban un juego con un palo curvado y una bola hecha de plumas que podría ser el antecedente del juego de golf. Algunos historiadores sostienen que se habría originados en los Países Bajos y que el término proviene de la palabra holandesa "kolf" que significa palo.

Las primeras noticias sobre este deporte como principalmente comentamos provienen del S. XV, en Escocia, donde -según cuenta la leyenda - el golf tiene 18 hoyos porque el whisky tiene 18 medidas. En seguida tuvo gran aceptación, por lo que el Rey James II lo prohibió para que sus súbditos no abandonaran las artes de la defensa para la guerra. Hacia el 1500 esa proscripción fue levantada por la popularidad que igualmente había alcanzado, y se ignoraba dicha ley.

En sus comienzos, el golf logró que compitieran de igual a igual, nobles y plebeyos. El primer partido del que se tienen datos, es el que jugaron el Príncipe de Gales con John Paterson (zapatero muy hábil en el juego) en 1682.

En 1744 se fundó la primera asociación de jugadores en Escocia, y en 1745, también en el Reino Unido se creó la primera reglamentación del golf. Las primeras asociaciones de golf se organizaron en el siglo XVIII: la Honourable Company of Edinburgh Golfers (1744), la St. Andrews Society of Golfers (1754).

El golf se introduce en Inglaterra en 1608. Los primeros clubes que se formaron fuera de Inglaterra fueron el Calcuta Golf Club of East India (1829) y el Royal Bombay Club (1842). El primer club de golf que se estableció en América fue el Canada's Royal Montreal Golf Club, fundado en 1873. En 1888 se fundó el St. Andrews Golf Club of Yonkers, en Nueva York.

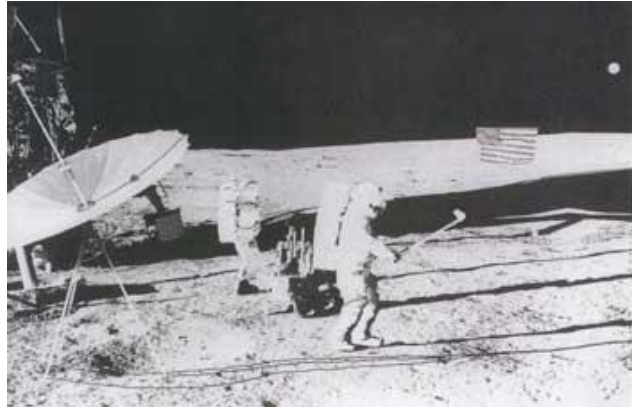
En España, fue en las Palmas de Gran Canaria, en 1861, cuando se crea el primer club, mientras que en la península fue en 1904, con la creación del Club Puerta de Hierro de Madrid. Posteriormente, comienzan a surgir campos y clubes de golf por toda España, entre ellos el Club de Campo de Málaga, que será en 1925 el primer club constituido en Andalucía (Zarca, 1993). De esta primera época destacan dos características: por un lado, la oferta se restringía a clubes privados, sólo accesibles a socios que hacían frente a los costes



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

de construcción y de mantenimiento; y por otro lado, la demanda se limitaba a un segmento de población con un elevado nivel de rentas, lo que implicaba cierto elitismo socio-económico.

Posiblemente el golpe de golf más famoso que se haya dado nunca sea el que realizó Alan Shephard golpeando una bola en la luna en 1971, que fue visto por una audiencia de millones de personas de todo el mundo. ¿Hace esto al golf el primer deporte practicado en el espacio? El palo que empleó está en el museo de la USGA.



Fuente: <http://www.lawebdegolf.com/curiosidades.php>

Alberto Korda se hizo famoso por el retrato de guerrillero heroico del Che Guevara, pero la primera vez que lo fotografió, estaba jugando al golf.



5. MEMORIAS DE LA HISTORIA DEL GOLF EN LA PROVINCIA DE ANDALUCÍA

5.1 LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL GOLF

La **Real Federación Española del Golf** está legalmente constituida para el control y la reglamentación de la práctica del Golf en España. Entidad Asociativa privada sin ánimo de lucro, con personalidad jurídica y patrimonio propio e independiente del de sus asociados. Goza de plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines y está integrada por federaciones deportivas de ámbito autonómico, clubes, deportistas, técnicos-entrenadores, jueces-árbitros y otros colectivos interesados que promueven, practican o contribuyen al desarrollo del deporte del Golf dentro del territorio español.

Al margen de sus actividades propias de gobierno, administración, gestión, organización y reglamentación del deporte del golf, la Real Federación Española de Golf tiene la potestad de organizar las actividades y competiciones oficiales de ámbito estatal, tanto las de carácter nacional como internacional. Asimismo, en coordinación con las federaciones de ámbito autonómico, actuará en la promoción general del deporte del golf en todo el territorio nacional. Ejerce, entre otras cuestiones, la responsabilidad disciplinaria deportiva en los términos establecidos en la Ley del Deporte, sus Estatutos y los reglamentos internos. Su presidente es Gonzaga Escauriaza, desde diciembre 2008, fue reelegido en diciembre 2012.

Según el Libro Verde de la Real Federación Española de Golf, se define campo de golf como “el conjunto de terrenos homologados por la Federación nacional para la práctica del golf, pudiendo disponer de uno o varios recorridos de 18 hoyos, siendo la cifra mínima homologada de 9 hoyos”.

Dentro de la Real Federación se incorporan las Delegaciones y Federaciones Territoriales.

5.1.2 DISTRIBUCIÓN DE LICENCIAS FEDERATIVAS DE GOLF EN ESPAÑA SEGÚN CCAA

CC.AA.	2012	Cuota	% var. 12/11
Madrid	93.103	29,5%	-2,5
Andalucía	49.279	15,6%	-2,8
Cataluña	38.113	12,1%	-7,1
C. Valenciana	21.836	6,9%	-2,6
Pais Vasco	19.879	6,3%	-2,8
Castilla León	17.159	5,4%	-4,1
Total	315.301	100,0%	-3,5

Fuente: Real Federación Española de Golf. RFEG



5.2 LA REAL FEDERACIÓN ANDALUZA DEL GOLF



La Real Federación Andaluza de Golf (FGA) es una entidad Asociativa privada sin ánimo de lucro, con personalidad jurídica y patrimonio propio e independiente del de sus asociados.

Esta Asociación se funda en 1979, por la unión de las dos delegaciones existentes en Andalucía, teniendo a partir de 1985 personalidad jurídica propia, como asociación sin ánimo de lucro, integrada en la Real Federación Española de Golf, el 19 de mayo de 2006, la Casa Real concede el título de Real Federación Andaluza de Golf.

Goza de plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines y está integrada por clubes, secciones deportivas, deportistas, técnicos entrenadores o técnicas-entrenadoras, jueces-árbitros o juezas-árbitros y otros colectivos interesados que promueven, practican o contribuyen al desarrollo del deporte del Golf dentro del territorio andaluz. A la Real Federación Andaluza de Golf le compete el desarrollo de la modalidad de Golf y de la especialidad de Pitch & Putt.

Se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones Deportivas de la Junta de Andalucía, órgano del que depende, representado al golf en la Comunidad Autónoma, con funciones públicas delegadas, teniendo una estructura según la normativa vigente compuesta por una Asamblea General, la cual es elegida cada cuatro años coincidiendo con los Juegos Olímpicos de Verano.

La Real Federación Andaluza de Golf se rige por la Ley del Deporte de Andalucía, y disposiciones que la desarrollen, en especial sobre el Régimen Sancionador y Disciplina Deportiva y demás normativa autonómica de aplicación, así como por los presentes Estatutos y los reglamentos internos.

Además de sus actividades propias de gobierno, administración, gestión, organización y reglamentación del deporte del Golf, le corresponden las siguientes funciones:

1. Ejerce bajo la coordinación y tutela de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, las siguientes funciones públicas de carácter administrativo.

- a) Calificar y organizar, en su caso, las actividades y competiciones oficiales de ámbito autonómico.
- b) Ejercer la potestad disciplinaria deportiva, en los términos establecidos en la Ley y sus específicas disposiciones de desarrollo, los presentes Estatutos y sus reglamentos internos.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- c) Ejercer el control de las subvenciones que asignen a las Asociaciones y Entidades deportivas en las condiciones que fije la Dirección General de Planificación y Promoción del Deporte.
- d) Ejecutar, en su caso, las resoluciones de los Comités de Disciplina Deportiva y del Comité Andaluz de Disciplina Deportiva.
- e) Expedir licencias deportivas para participar en competiciones oficiales.
- f) Asignar, coordinar y controlar la correcta aplicación de las subvenciones concedidas a sus asociados.
- g) Cualquier otra prevista reglamentariamente.

2. Así mismo, puede ejercer estas otras funciones:

- a) Actuar en coordinación con las Delegaciones de ámbito territorial para la promoción general del deporte de Golf en todo el territorio regional y colaborar con la Real Federación Española Golf.
- b) Diseñar, elaborar y ejecutar, en colaboración, en su caso, con las delegaciones de ámbito territorial, los planes de preparación de los deportistas de alto nivel, así como participar en la elaboración de las listas anuales de los mismos, de acuerdo con los criterios fijados por la Real Federación Española de Golf.
- c) Colaborar con la Administración Autónoma en la formación de técnicos deportivos y en la prevención, control y represión del uso de sustancias y grupos farmacológicos prohibidos, y métodos no reglamentarios en el deporte.
- d) Organizar o tutelar las competiciones oficiales y actividades deportivas de carácter regional que se celebren en territorio de Andalucía. Establecer y expedir una licencia deportiva válida para la práctica del deporte del golf en instalaciones y campos federados.
- f) Elaborar sus Estatutos y Reglamentos, así como disponer cuanto convenga para la promoción y mejora de la práctica del Golf.
- g) Cualquier otra prevista reglamentariamente.

La Real Federación Española del golf es la única entidad con competencia para organizar, solicitar y comprometer las competiciones oficiales de carácter internacional que se celebren tanto en territorio español como fuera de él, sin perjuicio de la preceptiva autorización del Consejo Superior de Deportes.

Son competiciones oficiales de ámbito estatal todas aquellas que tenga carácter abierto a todos los deportistas federados cuando sean individuales o a todos los clubes federados cuando sean por equipos y en las que no se contemplen discriminaciones de ningún tipo o a excepción de las derivadas de las condiciones técnicas de naturaleza deportiva.

Los deportistas jugadores aficionados participantes deberán estar en posesión de la correspondiente licencia en vigor y hándicap que le habilite para tal participación. Los deportistas profesionales también deberán estar en posesión de la correspondiente licencia en vigor.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

El domicilio de la Real Federación Andaluza de Golf se encuentra en Málaga, en la calle Sierra de Grazalema 33-5-1º, el cual podrá ser modificado por acuerdo de la Asamblea General, a propuesta de la Junta Directiva.



5.3 ESTUDIO DE LA IMPLANTACIÓN DE LOS CAMPOS DE GOLF EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA.

Andalucía, es el paraíso por excelencia del Golf en España, entre las provincias de Cádiz y Málaga, tienen en conjunto 94 Campos de Golf, siendo la provincia de Málaga y, en concreto en la Costa del Sol, donde se dan la mayor concentración de Campos de Golf de Andalucía.

La provincia de Málaga, goza de un inmejorable clima todo el año, tiene ciudades con encanto (Marbella, Ronda, Nerja, Torremolinos, Antequera, Casares) paisajes únicos, playas de ensueño y, excelentes campos de golf.

Esta encantadora ciudad, cuyo litoral está formado por la Costa del Sol, reúne casi la mitad de los campos de Golf de toda Andalucía. Los atractivos de esta franja costera que atrae a más de 8 millones de turistas cada año, son, aparte del golf, muy variados: gastronomía, playas, puertos deportivos, diversión nocturna, compras, pueblos típicos, monumentos, patrimonio histórico...

Marbella, la más internacional de las localidades costasoleñas, Mijas, Benahavís y Estepona son los municipios con más campos de golf de la provincia.

La capital de la provincia, ciudad natal de Pablo Picasso y sede de su espectacular Museo, ofrece aparte de sus playas y de su bullicioso ambiente nocturno, una atractiva oferta monumental y turística, además de una amplia oferta golfística: El Candado, Guadalhorce, Añoreta y el Real Club de Campo de Málaga, pionero de la Costa del Sol y uno de los más antiguos de España. Este último terreno de juego, que llega hasta la misma playa y está situado cerca del Aeropuerto de Málaga, rodea las instalaciones del Parador de Málaga Golf, cuyo nombre ha sido asumido por el campo.

La cosmopolita Marbella, enclave de visita obligada para los golfistas, es el municipio de España con mayor número de campos de Golf, 12. El Valle del Golf, espectacular zona



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

situada a espaldas de Puerto Banús, engloba a Las Brisas, Los Naranjos, La Quinta, Aloha, y la Dama de Noche. Cerca se encuentra el club Guadalmina, con 2 campos de 18 hoyos. A menos de 1 km de Marbella está el campo de golf Monte Paraíso, y pasada la ciudad nos encontramos con el club Río Real, cuyo campo desciende hasta el mar. Más adelante se encuentra Santa Clara Golf y Cabopino Golf. Entre ambos están Marbella Golf, Greelige Golf y Santa María Golf.

Otros campos con atractivos campos de golf es Mijas. Destacan Mijas Golf y Santa Ana Golf. Benahavís, posee 6 campos: La Zagaleta, La Quinta, Montemayor, Marbella Club Resort, Los Arqueros y Flamingos. Estepona es otra localidad con gran oferta de Golf: Atalaya, El Paraiso, Estepona Golf y Coto de la Serena.

5.3.1 CAMPOS DE GOLF EXISTENTES EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA.

Campos de Golf de la Provincia de Málaga	
Nombre	Población
ALBAYT COUNTRY CLUB	ESTEPONA
ALHAURIN GOLF & CLUB HIPICO	ALHAURIN EL GRANDE
ALOHA GOLF	NUEVA ANDALUCIA
AÑORETA GOLF	RINCON DE LA VICTORIA
ARTOLA GOLF	MARBELLA
ATALAYA GOLF & COUNTRY CLUB	ESTEPONA
AYMERICH GOLF CENTER BENALMÁDENA	BENALMÁDENA COSTA
BAVIERA GOLF, S.A.	CALETA DE VELEZ
CABOPINO CLUB DE GOLF, S.A.	MARBELLA
CALANOVA GOLF CLUB	MIJAS – COSTA
CAMPANARIO CLUB DE GOLF	ESTEPONA
CASARES COSTA GOLF	CASARES
CERRADO DEL ÁGUILA GOLF & RESORT	MARBELLA



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

CLUB DE CAMPO LA ZAGAleta	BENAHAVIS
CLUB DE GOLF DE MIJAS	FUENGIROLA
CLUB DE GOLF EL CHAPARRAL	MIJAS – COSTA
CLUB DE GOLF EL COTO	ESTEPONA
CLUB DE GOLF LA SIESTA	MIJAS – COSTA
CLUB EL CANDADO	EL PALO – MALAGA
CLUB ESTEPONA GOLF	ESTEPONA
DOÑA JULIA GOLF CLUB	CASARES COSTA
FINCA CORTESIN GOLF CLUB	CASARES
FLAMINGOS GOLF CLUB	BENAHAVIS (MARBELLA)
GOLF ANTEQUERA S.L	ANTEQUERA
GOLF EL PARAISO	ESTEPONA
GOLF LA DAMA DE NOCHE	NUEVA ANDALUCIA
GOLF LA DUQUESA	MANILVA
GOLF LOS ARQUEROS	SAN PEDRO DE ALCANTARA
GOLF LOS NARANJOS	NUEVA ANDALUCIA
GOLF RIO REAL	MARBELLA
GOLF TORREQUEBRADA	BENALMADENA – COSTA
GREENLIFE GOLF MARBELLA	MARBELLA
GUADALHORCE CLUB DE GOLF	CAMPANILLAS
GUADALMINA CLUB DE GOLF	SAN PEDRO DE ALCANTARA
LA CALA RESORT	MIJAS COSTA
LA NORIA GOLF & RESORT	LA CALA. MIJAS – COSTA



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

LA QUINTA GOLF & COUNTRY CLUB	NUEVA ANDALUCIA
LA RESINA GOLF & COUNTRY CLUB	MARBELLA
LAURO GOLF	ALHAURIN DE LA TORRE
LOS ALMENDROS	ESTEPONA
MAGNA MARBELLA GOLF	NUEVA ANDALUCÍA – MARBELLA
MARBELLA CLUB GOLF RESORT	BENAHAVIS
MARBELLA GOLF AND COUNTRY CLUB	MARBELLA
MIRAFLORES GOLF CLUB	MIJAS – COSTA
MONTE MAYOR GOLF CLUB S.A.	NUEVA ANDALUCIA
MONTE PARAISO COUNTRY CLUB	MARBELLA
REAL CLUB DE CAMPO DE MALAGA	MALAGA
REAL CLUB DE GOLF LAS BRISAS	NUEVA ANDALUCIA – MARBELLA
SANTA CLARA GOLF	MARBELLA
SANTA MARIA GOLF & COUNTRY CLUB	MARBELLA
SANTANA GOLF & COUNTRY CLUB	MIJAS COSTA
VALLE ROMANO GOLF RESORT	ESTEPONA

La Costa del Sol es el destino turístico de golf líder en Europa por muchas razones, que justo más adelante veremos, entre las que cabe destacar su amplia y excelente oferta de campos de golf, y la benignidad de su clima, que permite practicar este deporte durante todo el año, al contrario de lo que ocurre en la mayor parte de Europa. La madurez de un destino vacacional como esté, con décadas de experiencia a sus espaldas, exige mantenerse a la vanguardia de las necesidades que demanda el ciudadano en esta sociedad.



5.4 ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DEL GOLF EN LA REGIÓN DE ANDALUCÍA.

El comienzo oficial del golf en Andalucía puede situarse en 1925, año de creación del Real Club de Campo de Málaga, el primero de la región. Su evolución en cuanto a creación de campos, solicitud de nuevos proyectos y número de federados, ha ido variando mucho. Es difícil desligar la imagen de los campos de Málaga y su provincia del resto de los campos de golf de la Costa del Sol, pues las características singulares de esta zona imprime un carácter propio y particular a todos los campos que se encuentran en ella. Y así es percibido por el golfista, independientemente de que jueguen Málaga o en Cádiz. Por ello, trataremos aspectos comunes a todos los campos de la Costa del Sol, centrándonos, en la medida en que nos sea posible, en las instalaciones de Málaga y su provincia.

Es inevitable potenciar la gran inmensidad de campos de golf de nuestra comunidad autónoma comparando con el resto de España, destacándose las provincias de Málaga y Cádiz como los centros principales de atracción golfística. De hecho, en éstas se concentran más del 70% de la oferta andaluza, correspondiendo a Málaga, y en concreto a la Costa del Sol malagueña, el 50% de la oferta total.

La importancia de la Costa del Sol en el contexto golfístico se remonta a los orígenes de turismo de golf a nivel internacional, en la década de los 60. Es en esta época cuando la calidad de sus campos de golf adquiere fama internacional, empezando a ser conocida como la **Costa del Golf**. A finales de este periodo ofrecía ya ocho campos, destacando el Real Club de Campo de Málaga, que data de 1925, y Guadalmina, en Marbella, inaugurado en 1959, uno de los dos campos que actualmente posee Guadalmina Club de Golf. En el año 75, de los doce campos de golf de Andalucía, ocho pertenecen a Málaga y dos a Cádiz, representando Málaga más del 67% del total, tendencia que se ve alterada entre 1980 y 1985, en la que sólo se construye un campo de golf.

Por tanto, desde el año 90 asistimos a una etapa de prosperidad para el deporte, que se manifiesta en un fuerte incremento del número de jugadores y de campos. La concienciación de diferentes sectores de la sociedad, incluida la Administración, sensibles ante las posibilidades económicas que representa el turismo de golf, así como la concepción de un modelo de campo de golf unido a oportunos planteamientos de explotación inmobiliaria son algunas de las principales razones que justifican esta situación. A esto hay que añadir otra circunstancia como es la celebración de eventos deportivos de carácter **nacional e internacional**, que han dado a conocer los campos de la Costa del Sol a nivel mundial.





Fotografía X.3. La inauguración del Real Club de Campo de Málaga.

Fuente: Portal Web oficial del Real Club de Campo de Málaga.

5.5 DESARROLLO DEL PRODUCTO TURÍSTICO DEL GOLF EN LOS PAISES DEL MEDITERRANEO A NIVEL MUNDIAL.

Desde los primeros campos de golf en las costas escocesas hasta nuestros días, el desarrollo del golf se ha traducido en incremento constante de jugadores y número de campos tanto a nivel nacional como internacional.

En primer lugar, nos situaremos en el contexto mundial, para señalar las circunstancias particulares que afectan a Andalucía. El panorama económico internacional se caracterizó durante 1998 por la inestabilidad financiera asiática, especialmente Japón, por la crisis económica de Rusia y la desconfianza de los inversores en otras economías emergentes, como es el caso de Latinoamérica (Balance del Año Turístico en Andalucía, 1998).

En cuanto a la evolución económica mundial, ésta se caracteriza por la recuperación internacional impulsada por la vitalidad de los Estados Unidos, actualmente en su noveno año de crecimiento consecutivo. Por otro lado, la recuperación de la economía japonesa disminuyó durante la segunda mitad del año 99, afrontando el comienzo del 2000 con un crecimiento moderado. (Balance del Año Turístico en Andalucía, 1999).

No obstante esta situación no ha afectó al turismo de Andalucía, debido, fundamentalmente a dos aspectos:

- más del 80% de los turistas extranjeros que nos visitaron provienen de países europeos, en especial británicos.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- el turismo se ha desviado de países con situación conflictiva, beneficiándonos frente a destinos tales como Asia o Latinoamérica. Teniendo también en cuenta las posibilidades del turismo por España, la mayor competencia para los destinos andaluces son los del resto de España, seguido por el país de procedencia del turista, como países, Francia, Italia, Portugal y Grecia.

Ante esta situación general, Andalucía sigue atrayendo turismo extranjero, principalmente gracias a los siguientes aspectos:

- Competitividad en precios relativos, tanto en los países de origen de los turistas, como en relación a los competidores.
- Comportamiento dinámico del consumo privado
- Grado de fidelidad mostrado por los visitantes.
- Desvío de turistas por los conflictos de otros países Competidores

Podemos visualizar con estos dos balances desde el año 1998 cuando en su momento empezó a tener vida el boom del turismo Español malagueño la entrada de llegadas internacionales como nacionales hasta evolucionar tan notablemente la entrada en grandes dimensiones el movimiento del Turismo en todos los niveles hasta el año 2012.

Año	Total	Total Turistas Españoles	Total Turistas Extranjeros	Españoles %	Extranjeros %
1998	18.143.000	9.864.349	8.278.651	55.37	45.63
1999	19.271.128	10.502.764	8.768.364	54.50	45.50

Fuente: ECTA. Boletín de Indicadores turísticos.

Año	Total	Total Turistas Españoles	Total Turistas Extranjeros	Españoles %	Extranjeros %
2011	21.065.084	7.214.858	13.850.226	34.25	65.74
2012	21.471.825	6.716.218	14.755.007	37.28	68.72

Fuente: Elaboración propia Sopde

Según las previsiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el año 2020 el turismo será la primera actividad mundial. Se espera que los flujos transfronterizos de turistas no residentes incrementen hasta los 1.600 millones, ascendiendo los gastos en concepto de turismo hasta los 524.000 millones de euros. Centrándonos en el sector de golf y dentro de la Comunidad de Andalucía ascenderá el gasto más que en toda España por ser la provincia más demandada del golf.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

El Mediterráneo figura actualmente entre los destinos con mayor capacidad de atracción a escala mundial, de manera que uno de cada tres turistas visita la región. Son el clima, el paisaje, el patrimonio histórico-cultural y sus costas los aspectos más valorados entre los turistas que hacia esta región se desplazan.

Las visitas a la región andaluza representan el 30% del total del mercado mundial, hecho que, añadido a los buenos resultados actuales de la industria turística, hacen del actual, un momento óptimo para impulsar el turismo del golf como uno de los grandes motores de desarrollo de la misma.

Constituye el Mediterráneo un espacio turístico de gran singularidad, en el que conviven destinos con diferentes grados de desarrollo y modelos de explotación turística, donde prevalecen, en los enclaves con mayor experiencia, los modelos tradicionales de “sol y playa”.

Las nuevas tendencias de la demanda turística, protagonizadas, entre otros, por el interés del cliente por interactuar con el entorno, la búsqueda de espacios con alto nivel de calidad ambiental y la combinación de actividades diversas (ocio, deporte, salud, etc.), **hacen del golf una opción de máximo interés para los destinos mediterráneos.**

A día de hoy nos planteamos como fin el análisis de la situación actual del turismo golf en el Mediterráneo y proporcionar a los agentes turísticos, tanto públicos como privados, información práctica que contribuya a facilitar la toma de decisiones, de cara a la ordenación, planificación y gestión coordinada de la actividad.

Cabe además destacar, que presenciamos, desde hace años, un claro proceso de expansión y desarrollo del golf, constatable en la favorable evolución que experimenta la oferta de instalaciones para el juego, así como el creciente número de jugadores a nivel mundial, tendencia que, desde el punto de vista turístico, ha propiciado el surgir de una industria especializada en dar respuesta a este tipo de demanda, en lo que ha venido a conceptualizarse como “**turismo de golf**”.

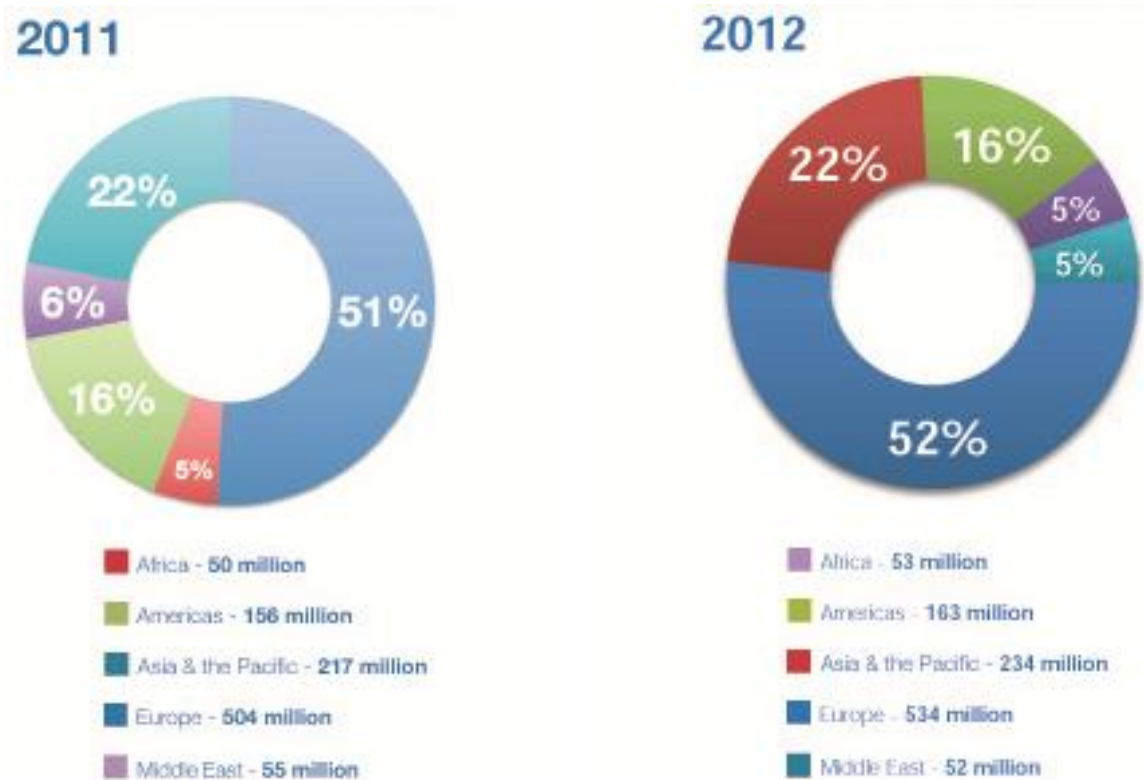
No obstante, aún siendo conscientes del impacto positivo del golf en los destinos turísticos, son escasos los estudios acerca de dicha actividad, máxime si tratamos de concretar el análisis al ámbito Mediterráneo.

La valoración individualizada del mercado del golf en los países del Mediterráneo, además de aproximarnos a la realidad y singularidades de los mismos, permitirá la formulación de una propuesta estratégica orientada al aprovechamiento de las sinergias en la región en aras al óptimo desarrollo del turismo de golf.



5.6 AMBITO INTERNACIONAL

Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), desde el año 2011 hasta el 2012, las llegadas de turistas internacionales en el mundo llegaron a superar los 54 millones. Dicha cifra supuso un incremento porcentual del 3.7% respecto al año 2011.



Fuente: Unwto anual Report 2011-2012

Los resultados del año 2011-2012, muestran la consolidación de esta tendencia positiva, que además se prevé se mantenga durante los próximos años.

En relación al gasto turístico, la tendencia al alza es coincidente. Durante el año 2011, los turistas gastaron en torno a 1.030.000 millones de dólares en el extranjero, materializando así un incremento porcentual del 3,2% respecto al año anterior, en cuanto al año 2012 el aumento del gasto fue notable alrededor de 1.076.000 millones, con este dato podemos demostrar que este tipo de turismo ha ido cada vez y año a año aumentando su tendencia cada vez más al alza....

Las previsiones para el año 2012 apuntan hacia un crecimiento más moderado del Oriente Medio, Las Américas y África. En contraposición, es previsible que las regiones de Asia y Pacífico y Europa superen la tasa de crecimiento registrada en el año 2011.



Las estimaciones de la OMT para el año 2020 arrojan una cifra de 1.560 millones de llegadas internacionales, de las cuales 1.180 millones serán de origen intrarregional y 377 millones de larga distancia. El desglose regional de las llegadas turísticas, para el año 2020, posiciona a Europa, Asia Oriental y Pacífico y las Américas, como las principales áreas receptoras, con 717 millones, 397 millones y 282 millones de turistas respectivamente. Le siguen África, Oriente Medio y Asia Meridional.

6. TIPOS DE OFERTA GOLFISTA A NIVEL INTERNACIONAL

Es muy variada la proposición que ofrece cada país relacionada con el Turismo de Golf, en relación con la oferta, EE.UU. dispone de un total de 16.057 instalaciones (complejos que, al menos, contienen un campo de golf), según datos correspondientes a diciembre de 2011

En torno al 74% de las mismas estaban abiertas al público, es decir, son de carácter comercial (pay and play). Podemos diferenciar también la dimensión del segmento de golf en dicho país tomando el criterio de “18 hoyos equivalentes” (número de hoyos totales dividido entre 18), en cuyo caso se contarían 14.988 “18 hoyos equivalentes” (sobre un total de 269.784 hoyos).

Durante el año 2010-2011, 151 nuevos “18 hoyos equivalentes” abrieron sus puertas en EE.UU, el 68% de carácter público, quedando registrados a final del mismo año un total de 990 “18 hoyos equivalentes” en proceso, de los cuales 320 estaban en construcción, 409 en planificación y 261 en propuesta. Del total de los campos en construcción, el 60% corresponden a la denominación “golf community” (en urbanizaciones residenciales), si bien sólo representan el 22% de los actualmente existentes.

México figura también como destino de viajes de golf para los turistas estadounidenses, destacándose las zonas de Acapulco, Mazatlán, Puerto Vallarta y, de forma destacada, la zona de Los Cabos.

En **Oceanía**, tanto **Australia** como **Nueva Zelanda** (con demandas de 1,3 y 0,5 millones de jugadores respectivamente) disponen también de un importante número de campos de golf, algunos de gran calidad y prestigio, contando el primero de estos países con un total de 1.444 instalaciones de golf. Tanto Australia como Nueva Zelanda son los principales receptores de turismo de golf procedente de Japón.

Dentro del continente africano destaca de manera especial, en cuanto a número de campos, **Sudáfrica**, que ofertando 503 campos en su territorio, constituye un destino de turismo de golf muy competitivo con una buena relación calidad-precio. Cuenta



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

actualmente con 510.000 jugadores y sus principales mercados emisores externos son Inglaterra, EE.UU., Alemania y Japón.

En el continente africano, destaca la oferta de **Marruecos**, que pese a contar actualmente con un reducido número de campos (17), se constituye en principal destino para franceses –de forma destacada Marrakech- aunque resulta también atractivo para alemanes e ingleses.

Túnez y Egipto, concentran la oferta de golf en la zona turística litoral.

Turquía, por su parte, lidera probablemente el mercado turístico mediterráneo emergente, contabilizando en la actualidad un total de 15 millones de turistas, tras el crecimiento espectacular experimentado en los últimos cuatro años. La OMT en su informe del Turismo 2020, prevé que este país supere los 17 millones de turistas, pasando en 2020 a 27.000.000.

América Central y América del Sur constituyen mercados de golf más reducidos, con poco más de 500 campos y un número de jugadores cercano a los 100.000. Argentina tiene algo más de 200 campos y 40.000 jugadores.

En el continente asiático, **Japón** concentra el mayor volumen de jugadores, en torno a 12 millones, así como la oferta más cuantiosa. No obstante, la reducida superficie regional como principal limitante para la ampliación de la oferta y el elevado número de jugadores ha favorecido la emisión de turistas de golf, siendo los destinos principales Malasia, Tailandia, Hawái, Australia y Nueva Zelanda.

Tailandia cuenta con una oferta de aproximadamente cien campos de golf. Otros países próximos, como Vietnam, a pesar de no disponer actualmente de una oferta significativa, está recibiendo importante flujos de inversión destinados a la industria turística y, de forma destacada, al impulso del segmento turístico de golf.

Es destacable el caso de **China**, por su importante potencial como región emisora de turistas. Actualmente cuenta con más de cien instalaciones, de las cuales, en torno, al 70% se localizan en la provincia de Guanydong.

6.1 TURISMO EXTRANJERO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

En el año 2012, el número de turistas extranjeros que visitaron Andalucía fue de 8.768.364, suponiendo el 45.5% del total de turistas, de los cuales el 83% pertenecen a la comunidad europea.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

Son éstos los que muestran un comportamiento menos estacional, perdiendo relevancia en los últimos años el tercer trimestre, a favor del segundo. Importante es destacar los motivos por los que eligen este destino. Tras el clima y las visitas a los monumentos, argumentos ambos que suponen el 49%, los extranjeros manifiestan en una proporción del 5% que vienen a Andalucía a jugar al golf, con un total de 438.418 visitantes por este concepto en el año 2012.

En el caso del turismo británico, jugar al golf es el objetivo para el 6%. Los británicos constituyen un 17% del total de la demanda en 2012 y el 37% del total de extranjeros, lo que supone 3.22 millones de turistas, posicionándolo como el principal mercado.

Por otro lado, los alemanes, visitaron Andalucía en un número aproximado de 1.5 millones, situando a este mercado, segundo en importancia, en el 7.87% del total de turistas y el 17.3% de los turistas extranjeros. Para éstos, la práctica del golf motiva al 5.33%, tras alicientes tales como el clima, la playa y las visitas a los monumentos. Además de los ya citados, existen otros no tan importantes en valores absolutos, pero a los que debe prestárseles suficiente atención, por las posibilidades que ofrecen de diversificación y captación de nuevos mercados.

Nos referimos a la demanda de turistas procedentes de Francia, Bélgica, Holanda y Estados Unidos, que representan el 9% del total de los turistas que recibió Andalucía durante 2012 y el 19.7% de los extranjeros. Los motivos, son como para el resto, el clima, los monumentos y playas principalmente, aunque en distinta proporción.

Para los belgas, practicar el golf destaca como motivo para un 7%, y un 4.26% para los holandeses.

Respecto a los franceses, y teniendo en cuenta la condición de Francia como mercado receptor de turismo de golf, sólo un 0.71% eligen Andalucía para jugar, mientras que los estadounidenses no barajan entre sus perspectivas este destino como golfístico, pues disponen de la amplia oferta de su país, además de otras alternativas más atractivas por su proximidad tales como el Caribe y Hawai. En la tabla siguiente mostramos los porcentajes y número de turistas que eligieron Andalucía como destino para la práctica del golf.

TABLA 6.1.1 JUGADORES EXTRANJEROS EN ANDALUCÍA:

País de origen	% Visitantes	Turistas %	Motivo golf	Jugadores
Reino Unido	37.00%	3.244.295	6.00%	194.658
Alemania	17.30%	1.516.927	5.33%	80.852
Bélgica	4.90%	429.650	7.00%	30.075



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

Holanda	4.90%	429.650	4.26%	18.303
Francia	5.00%	438.418	0.71%	3.113
Otros países	30.90%	2.709.424	4.11%	11.417
		8.768.364		438.418

Fuente Saeta 2012

6.1.2 TABLA DE DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS TURISTAS POR PROCEDENCIA:

Trimestres	2012
Españoles:	59,5
- Andaluces	23,0
- Resto de españoles	36,5
Extranjeros:	40,5
	100,0

Fuente: Conserjería de Turismo y Comercio. ECTA 2012

6.2. AMBITO EUROPEO

Resulta significativo mencionar, que los cinco primeros países receptores de turistas del Mediterráneo, abarcan, de forma conjunta, el 83% de las llegadas a la región, mientras que los 18 países restantes representan únicamente el 17% de las llegadas internacionales.

Según las previsiones mundiales de la OMT, publicadas en el informe “Panorama 2020. Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado”, se espera que la tasa de crecimiento medio anual de llegadas de turistas a los países costeros del mar Mediterráneo hasta el año 2.020 sea del 3%.

Según esta misma fuente, en el año 2020, se estima alcanzar la cifra de 346 millones de llegadas, o aproximadamente el 22% de todas las llegadas mundiales. Por tanto, a pesar de su crecimiento continuado como la mayor región receptora de turistas del mundo, se espera que la cuota del Mediterráneo respecto al turismo mundial disminuya durante los próximos años, que ya actualmente por la situación económica de muchos países se está empezando a notar la bajada de demanda respecto del Turismo y en este caso del Deporte del golf.

Se prevé, además, que sean Francia, España e Italia los tres primeros destinos mediterráneos, en el año 2020. Sin embargo, las más altas tasas de crecimiento de la región durante el período 2011-2012 fueron protagonizadas por:



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- Aquellos países que se encuentran en fase de desarrollo y presentan un crecimiento rápido, un claro ejemplo Egipto.
- Aquellos países que tratan de reconstruir sus sectores turísticos tras recientes perturbaciones, como es el caso de los nuevos países de la antigua Yugoslavia, Líbano y, a medio o largo plazo, Libia.

Cabe señalar que, en destinos de Oriente Medio como Egipto, Líbano, Siria o Libia, está previsto crezca la actividad turística con unas tasas promedio anual del 7,4%; 8,8%; 5,5% y 12,6% durante el período 2020, por tanto, superiores a la tasa de crecimiento total para la Región Mediterránea. Asimismo, países africanos tales como Marruecos, Túnez y Argelia, también registrarán tasas de crecimiento superiores a la media de mediterránea.

Dada la importancia de los tres primeros destinos del Mediterráneo - Francia, España e Italia-, al tratarse de potencias turísticas mundiales, se analiza, a continuación, la evolución en el número de llegadas internacionales de turistas desde el año 1990 hasta el 2004.

El mercado turístico europeo es liderado por Francia, en cuanto a número de llegadas internacionales de turistas y de ingresos por turismo, a la que sigue España. Tal como queda representado en las figuras, los tres destinos de referencia experimentaron un marcado crecimiento, a partir del cual se inicia una acusada desaceleración.

Europa cuenta con más de 6.000 campos y casi 7 millones de jugadores (contabilizando, tanto los jugadores federados, como la estimación de los jugadores no federados). Destaca Reino Unido, seguido de Alemania, Francia, Escocia, Suecia, Irlanda, Holanda y España. Son precisamente los mercados británico, alemán, nórdico, irlandés, holandés y francés los principales emisores europeos de turismo de golf internacional.

Francia es el país con mayor número de campos de más de 18 hoyos, de los que se contabilizan un total de 66 campos, correspondiendo éstos a 27, 36 y 45 hoyos, sabiendo este dato podemos resaltar que las regiones con mayor número de campos de golf, según datos de la “Federation Francaise de Golf”, son París (78 campos) situada en el interior, seguida de Lyon y Marsella (64 y 58) localizados en la costa Mediterránea.

Le sigue **Italia** (52), distribuidos en campos de 27 y 36 hoyos y España (29) con campos de 27, 36, 45 y 54 hoyos, siendo este último el único existente en el Mediterráneo. En Italia, son las regiones de Piemonte (50 campos) y Lombardía (60), según datos de la “Federazione Italiana Golf”, correspondientes al año 2005, situadas al norte del país, las que disponen de un mayor número de campos de golf, si bien, la distribución geográfica de la oferta gala puede considerarse uniforme, aunque destacan las áreas emplazadas en la costa mediterránea.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

Asimismo, **Marruecos** es el único país no europeo que alberga un campo de 45 hoyos. Éste, denominado “Royal Golf de Dar Es-Salam”, emplazado en Rabat, dispone de tres recorridos y en él se dan cita anualmente los campeones del mundo para celebrar el “Trofeo Hassan II”.

Por otro lado, **Malta y Mónaco**, cuentan con un único campo de golf dentro de su oferta, que se ha mantenido estable desde 1985, crearon un club de golf con un campo de juego, entre otras infraestructuras deportivas, lo que los define, según el motivo de su concepción como “campos para prácticas deportivas”. Malta, por su parte, cuenta con una federación de golf.

Asimismo, **Bosnia-Herzegovina y Serbia y Montenegro** cuentan con un campo de golf cada uno, sin embargo, han optado por constituir una asociación deportiva de golf en sus respectivos países. En Serbia y Montenegro, está proyectado un campo de golf de 18 hoyos en Tivat, en la costa Mediterránea.

Es en **España** donde se concentra el mayor número de campos de golf de la región del Mediterráneo, siendo el litoral Andaluz el protagonista del desarrollo de explotaciones de golf, seguido de Cataluña y la Comunidad Valenciana. En los países con mayor grado de oferta de golf, comienza a ser patente un mayor desarrollo de instalaciones en el interior. Sin embargo, continúa siendo la costa la ubicación preferida para el establecimiento de campos de golf. Seguido de Andalucía destacamos la Comunidad de Madrid cuenta igualmente con cierto protagonismo, a pesar de tratarse de una región de interior, al igual que Castilla y León. Asimismo, destaca la oferta de las autonomías insulares (Baleares y Canarias).

Marruecos concentra más del 50% de su oferta en el litoral, exceptuando 6 campos de golf, que se localizados en destinos de interior, concretamente en Marrakech (3), Quarzazate (1), Fez (1) y Meknes (1). Las fichas que continúan, recogen la caracterización de la oferta de golf en cada uno de los países que integran el ámbito de estudio, a excepción de Albania, Argelia y Palestina, en los que la oferta es inexistente.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

Principales destinos de golf del Mediterráneo en cuanto a oferta de campos de golf.



Distribución del número de hoyos en los campos de golf del Mediterráneo.



Fuente: Elaboración propia según datos EGA y federaciones de golf nacionales.

7. TIPOS DE OFERTA A NIVEL EUROPEO

Una vez desarrollada la evolución de golf en el Mediterráneo a nivel Europeo, resulta de interés conocer el desarrollo de la misma en cada uno de los países integrantes, sus periodos de mayor crecimiento y la evolución de la oferta de golf del ámbito en su conjunto. La tabla que continua, muestra la evolución de la oferta en el periodo 2005-2010-2011

España, Francia e Italia, presentan una evolución ascendente, acelerada y prolongada en estos últimos años. Otros, como Marruecos, presentan una evolución continuada, año tras año, aunque menor en términos absolutos que los líderes mediterráneos.

Se observan países en los que, desde un punto de vista cuantitativo, la oferta no ha manifestado variación, como es el caso de **Malta y Mónaco**. Junto a éstos, se sucede la existencia de países en los que ha tenido lugar un rápido crecimiento de la oferta, hasta el



momento ínfimo, en un corto periodo de tiempo. En este sentido, destaca **Chipre**, dónde en los últimos cinco años se han construido 5 campos de golf.

La oferta mediterránea de golf, conformada desde 2012-2012, por 1.133 campos, manifiesta una tendencia de crecimiento positivo, aunque su ritmo de crecimiento se ha ralentizado en la última década. Tal y como ha reflejado el análisis de la situación actual de la oferta, un modelo único en los destinos turísticos ubicados en la cuenca mediterránea.

El resto de países, en líneas generales, presentan una escasa variación en su oferta, limitándose ésta a uno o dos campos de golf nuevos en los últimos cinco años, tras haberla mantenido desde 1985, como es el caso de Grecia.

Cabe destacar, la situación de **Egipto, Eslovenia y Turquía**, cuya oferta de instalaciones ha decrecido en el periodo comprendido entre 2000-2005. No obstante, se ha de señalar, que en el caso de Turquía, se tiene constancia de la proyección de 11 nuevas instalaciones, según la información facilitada por la European Golf Federation.

Las gráficas expuestas a continuación anteriormente muestran la evolución de la oferta de campos de golf en los países líderes del Mediterráneo en el periodo comprendido entre los años 1985 y 2005. Se han excluido los países que no presentan una evolución significativa en estos años

8. DESARROLLO DEL MERCADO DEL GOLF EN ANDALUCÍA

8.1 DEMANDA ACTUAL

Según estimaciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Andalucía recibió en el año 2011 un total de **425 mil turistas de golf** que supone un ligero descenso respecto a las cifras de 2010 (-0,5%). El turismo de golf supone así el **1,9% del total de turistas** recibidos en Andalucía durante el año.

8.1.2 Hábitos de viaje

En 2011 se observa un **incremento en los establecimientos hoteleros** como alojamiento utilizado en el viaje por parte de estos turistas. Así, el 64,3% optó por este tipo de alojamiento frente al 49,5% que se inclinó por el apartamento, casa o chalet, ya sea en propiedad (19%), de amigos/familiares (12,3%) o alquilado (4,4%).

Existe una relevante diferencia en el uso de viviendas en propiedad respecto a la media del total de turistas, siendo esta tipología más utilizada por el turista de golf (19% frente al 7% del total).

Los turistas de golf en Andalucía permanecen una media de 11,7 días, cifra superior en casi 3 días a la **estancia media** que presenta el total de turistas. El **gasto medio diario** de los turistas de golf en el destino andaluz también muestra una amplia diferencia con respecto

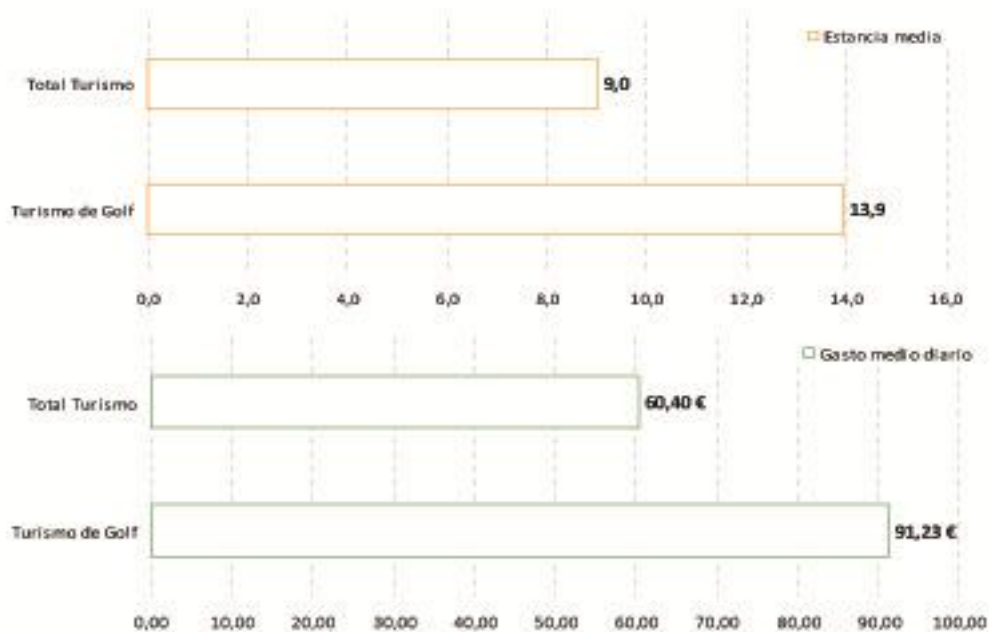


“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

a la media ya que se sitúa en 80,31€ euros el gasto por persona y día mientras que la media del total de turistas se encuentra en 60,35 euros.

Las dos variables anteriores, estancia media y gasto medio diario, confirman la relevancia turística que ofrece este segmento turístico para el destino andaluz, aunque en ambos casos la coyuntura actual les ha afectado a la baja.

8.1.2.1 ESTANCIA MEDIA Y GASTO MEDIO DIARIO. TOTAL TURISTAS Y TURISTAS DE GOLF



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La restauración y la adquisición de *green fees* son las dos **partidas de gasto en destino** más importantes para el turista de golf que visitó Andalucía en 2011, captando entre ambas el 67,3% de su presupuesto. Le siguen las compras, con un 15,6%.

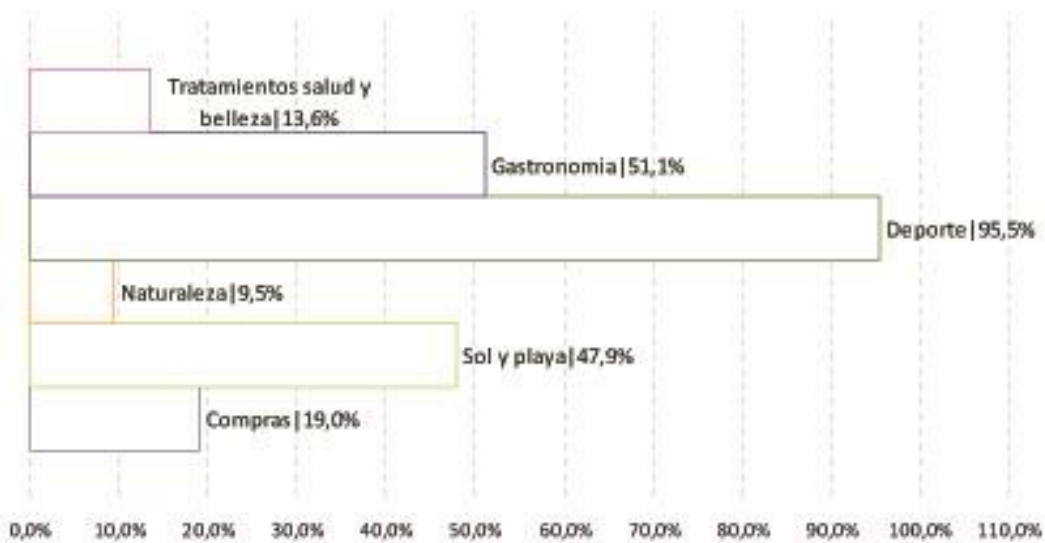
8.1.3 Motivación y actividades realizadas en Andalucía.

- El 67,4% de los turistas afirma no tener **un motivo secundario** para visitar Andalucía, más allá de la práctica del golf. Sin embargo, el 17,6% se muestra motivado en segunda instancia por el sol y la playa, y el 6,7% por la visita a amigos y familiares.

El turismo de golf en Andalucía está muy vinculado a otras **actividades** relacionadas con el uso y disfrute de la gastronomía y de las playas andaluzas, realizadas por el 51% y el 48% de los turistas respectivamente. Le sigue en importancia las compras con un 19%.



8.1.3.1 TABLA DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS TURISTAS DE GOLF EN ANDALUCÍA. AÑO 2011



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En cuanto a la propia actividad de jugar al golf, se realiza como media 4,6 salidas a campo por turista y se visitan una media de 2,5 campos de golf durante su viaje en Andalucía. Además, el 8,5% de los turistas de golf realizan actividades relacionadas con clases y cursos, y centrándonos en la fidelización y motivación del visitante, el 82,4% de los turistas que han elegido Andalucía en 2011 para practicar golf ya habían estado en la Comunidad en los últimos cuatro años con esta misma motivación.

Es más, el 76,5% de los turistas que han visitado este año Andalucía con este motivo ya pasaron sus últimas vacaciones motivadas por este deporte en Andalucía. Esto implica un grado de fidelidad muy superior al del turista en general (48,7%).

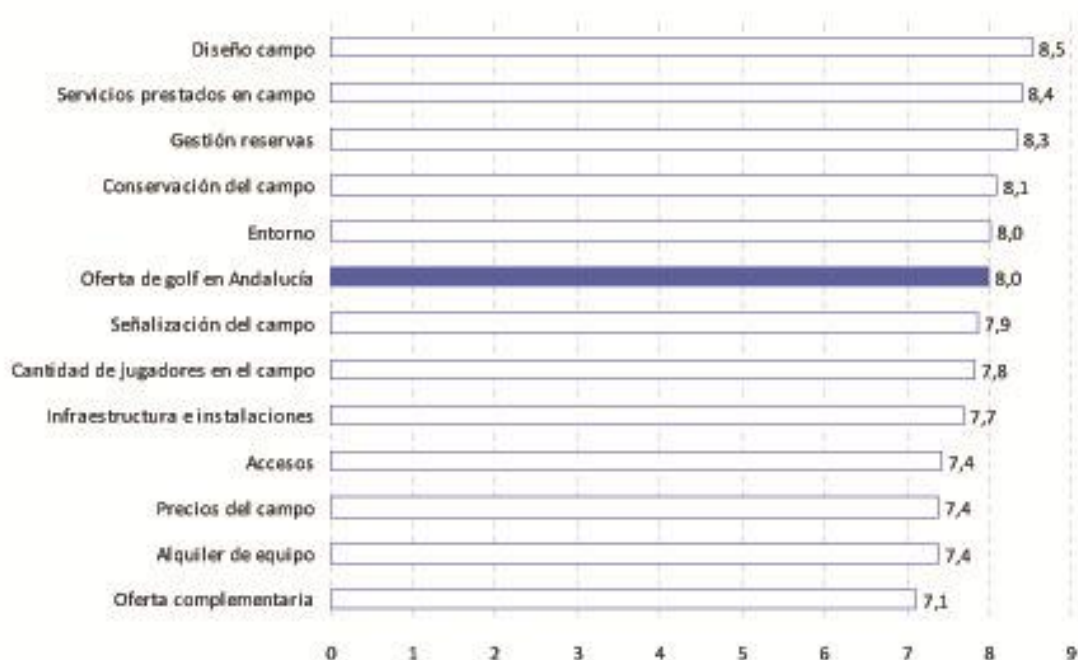
El 84,6% de estos turistas piensa volver a Andalucía en calidad de turista, la gran mayoría de ellos por la misma motivación de golf (67,2%), el 19,7% atraídos por el sol y la playa y el 12,9% para visitar a amigos y familiares.

La valoración media que realizan los turistas a las instalaciones de golf en Andalucía es de notable (8 puntos, en una escala de 1 a 10), manteniéndose constante esta valoración respecto al año pasado.

Destacan el diseño de los campos, los servicios prestados en los mismos, la gestión de las reservas y la conservación, como los aspectos mejor valorados por el turista en 2011, todos ellos por encima de 8 puntos.



8.1.3.2 TABLA DE LA VALORACIÓN DE LAS INSTALACIONES DE GOLF EN ANDALUCÍA EN 2011



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

A 31 de diciembre de 2011, Andalucía cuenta con un total de 106 campos de golf¹, de los que el 50% se encuentran en la provincia de Málaga, y el 20,8% en Cádiz.

8.2 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA DEMANDA.

Para ser más exactos y clasificar el tipo de visitante son “turistas de golf” las personas que se desplazan a un lugar con la motivación principal de practicar golf, o bien desarrollan la actividad con carácter complementario. Asimismo, se consideran como tales a los turistas que acuden a torneos y eventos de golf, y que intervienen en los mismos, de forma activa o pasiva.

En este sentido, y tal como muestra la representación gráfica que se expone a continuación, el turista de golf puede ser activo y/o pasivo, siendo el primero de éstos aquel que practica golf, (ya sea como motivación principal o como una actividad complementaria). Estos jugadores pueden ser ocasionales, moderados o “committed players”. Por otro lado, los turistas de golf pasivos, son aquellos que acuden a los eventos que se celebran en torno al golf.



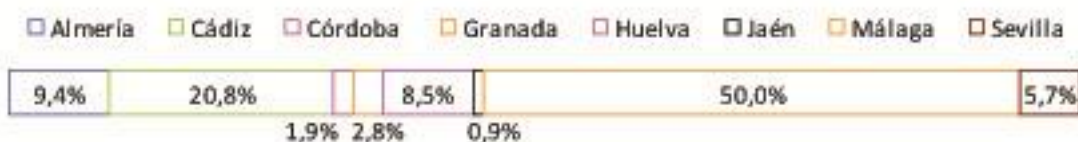
“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”



8.3 OFERTA ACTUAL.

A 31 de diciembre de 2011, Andalucía cuenta con un total de 106 campos de golf¹, de los que el 50% se encuentran en la provincia de Málaga, y el 20,8% en Cádiz.

8.3.1 DISTRIBUCIÓN DE CAMPOS DE GOLF EN ANDALUCÍA. AÑO 2011



Fuente: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

A nivel nacional, Andalucía continúa siendo líder en cuanto a oferta de golf, ya que en 2011 ofrece el 22,9% de los campos en España, seguida a gran distancia por Cataluña (10,6%) y Castilla León (9,2%).

La Comunidad de Madrid acapara el 29,2% del total de jugadores federados en España, con 95.507 licencias, mientras que Andalucía se sitúa en segunda posición con casi 51 mil federados. No obstante, respecto al año 2009, se observa un descenso en el número de licencias federativas a nivel nacional.



8.3.2 DISTRIBUCIÓN DE LICENCIAS FEDERATIVAS DE GOLF EN ESPAÑA SEGÚN CCAA. AÑO 2011

CC.AA.	2011	Cuota	% var. 11/10
Madrid	95.507	29,2%	-0,9
Andalucía	50.697	15,5%	-0,5
Cataluña	41.046	12,6%	-5,1
C. Valenciana	22.423	6,9%	-1,4
País Vasco	20.442	6,2%	0,6
Castilla León	17.891	5,5%	-2,3
Total	326.905	100.0%	-1.8

Fuente: Real Federación Española de Golf. RFEG

Es evidente analizar que la demanda turística que año a año visita un destino turístico se encuentra cada vez más segmentada, ya que son diversas las motivaciones que llevan a un turista a decantarse por un destino u otro. Es por ello que una promoción acertada de este tipo de actividad turística, el golf se ha de realizar acertada y efectiva para que tanto su demanda como oferta sigan en constante movimiento y cada vez más significativa.

8.4 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA OFERTA.

En el análisis de la oferta se observa que la evolución del número de campos de golf a nivel nacional y exactamente en la capital Andaluza está creciendo de forma notable en los últimos años, simultáneamente al número de jugadores. Entre otros, el incremento del volumen de golfista está vinculado a la tendencia de popularización del deporte, que ha favorecido una mayor accesibilidad a la práctica deportiva, tanto desde el punto de vista de las instalaciones, así como por el nivel de gasto asociado a la actividad. A ello se añade que, cada vez más, las clases de golf se incorporan a la oferta de actividades de ocio/deportivas permanente de la que forman parte otras actividades tales como el pádel, tenis o natación

9. CALIDAD DE LOS CAMPOS DE GOLF EN ANDALUCÍA

Como vamos viendo el ciclo de vida del golf y su estudio, se impone, ganando terreno día a día, creciendo el número de partidarios al igual que el desconcierto de sus detractores. Ante esta realidad eminente enfocamos a Málaga y su provincia, en uno de los paraísos más apreciados del golf. Desde la perspectiva que nos ofrece el enfoque económico de un campo de golf como Organización, constatamos la importancia que para la economía andaluza supone el segmento del mercado de golf.

El rápido desarrollo que éste ha experimentado en la Costa del Sol se debe fundamentalmente al turismo, entendido desde el concepto de Turismo de Golf como “fenómeno social que motivado por la práctica de un deporte y cuyo fin es jugar al golf,



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

provoca una serie de desplazamientos y movimientos de los interesados, originando una importante actividad económica a su alrededor”. Consideramos por tanto nuestros campos de golf eminentemente turísticos

Por otro lado, las actuales tendencias encaminadas a la conservación y protección de la naturaleza y calidad de dichos campos, ponen de manifiesto otra función aún más amplia de los campos de golf. Es posible y compatible su desarrollo con la preservación del medio ambiente, fomentando el concepto de campo de golf que integre la función turística con la protección del entorno natural. Por tanto, siendo prioritario animar esta conciencia en el sector, se hace necesario, la adopción de toda una serie de recomendaciones ambientales que permitan y aseguren un desarrollo sostenible, acorde y consecuente con otros sectores de la sociedad y posibilitando a su vez la viabilidad de la explotación económica.

Además estas premisas fundamentales deberán contar con el impulso y el apoyo de la Administración, que arbitrará los mecanismos precisos para encaminar los esfuerzos de instituciones privadas, públicas, organizaciones del sector e interesados en general.

Los campos de golf, definidos anteriormente como eminentemente turísticos, deben asegurar para su supervivencia, una serie de condiciones. El 90% de los campos andaluces están asociados con importantes desarrollos turísticos y localizados en la franja costera. Numerosos sectores de la sociedad argumentan y defienden la importancia del Turismo de Golf para la economía malagueña.

Por tanto, trataremos de comprobar si efectivamente nuestros campos, tanto en su concepción actual, como en sus programas de actuación futura, apoyan y prevén favorecer el desarrollo y crecimiento de este segmento turístico, con las implicaciones económicas que conlleva, enmarcado en un contexto de respeto y protección del medio natural.

Para poder llegar a un buen estudio centrado en su calidad principalmente debemos de hacer hincapié en determinar las características y aspectos básicos de los campos de golf de Málaga y su provincia, partiendo del análisis de la documentación recopilada y formulando las siguientes hipótesis de trabajo:

- El conocimiento de los requisitos necesarios para potenciar los campos de golf bajo la perspectiva del desarrollo del turismo de golf permitirá mejorar aquellos que resulten insuficientes e implantar los ausentes, y cuya falta podría suponer, en un plazo relativamente breve, el estancamiento de este sector.
- Existen una serie de consideraciones medioambientales que deben estar presentes en la planificación, diseño, construcción y gestión de los campos de golf, que si vienen muchos casos, no fueron adoptadas desde un principio, es conveniente su adaptación urgente al funcionamiento de los mismos.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- Puede y debe fomentarse el desarrollo de los campos de golf en un solo sentido que permita, al mismo tiempo, alcanzar objetivos de distinta índole pero dependientes entre sí, como son: desarrollo del turismo de golf, conservación del medioambiente y viabilidad de la explotación económica.
- Los inconvenientes atribuidos a los campos de golf se deben a causas ajenas a ellos mismos, causadas por desconocimiento de sus promotores desde los inicios de su implantación, por falta de preparación de sus gestores o por tratar de responder a otros intereses económicos y comerciales muy diferentes a los asociados con el propio juego.
- Los campos de golf existentes en una zona eminentemente turística, deben permitir el acceso a los mismos no sólo en las épocas de promoción del campo, pues pueden provocar el desvío de un importante segmento de turismo hacia otras zonas donde se les ofrezcan mayores facilidades, al haber tomado conciencia de los numerosos efectos beneficiosos que sobre sus economías crea el desarrollo del turismo de golf.
- Los campos de Málaga y su provincia, zona pionera y de reconocido prestigio en los ambientes golfísticos, suponen un importante complemento a la industria turística malagueña, debiendo introducir en sus principios de actuación cuantas medidas sean precisas para mejorar la calidad de servicio y atención a los clientes.
- La construcción de nuevos campos orientados al turismo de golf, garantizará una oferta variada y atractiva, para lo que se deberá atender al tipo de mercado a atraer desde el principio de creación del mismo, analizando las características de los campos solicitados así como las demandas de los diferentes tipos de jugadores.



10. ASESORAMIENTO, DISEÑO Y PROMOCIÓN DE LOS CAMPOS DE GOLF

A continuación y como punto final de este primer bloque vamos a proceder a la descripción de toda la trayectoria que se realiza para la fundación de los campos de golf en el término de Andalucía.



GRUPO SEGALES una de las empresas más fuertes encargadas desde su asesoramiento hasta su construcción hasta llegar a con seguir un servicio global e inmejorable del rendimiento del proceso en la creación y desarrollo de los campos de golf. Como claro ejemplo más adelante podremos ver un claro ejemplo y detalle de la creación de un campo de Golf del propio grupo Segales.

Tras años de trabajo junto a promotores que contactaban con diferentes empresas especializadas en cada una de las fases de desarrollo de un campo de golf, y comprobando la falta de coordinación a medida que aumentaba el número de empresas implicadas, decidimos crear **Grupo Segalés**, el cual está formado por tres grandes empresas, donde cada una de estas empresas se dedica a cada uno de las tres fases más importantes que comprende el desarrollo de un campo de golf:

- A- **Segalés Golf Design (SGD)**, asesoramiento, diseño, redacción de proyectos, trámites de licencias y dirección de obra, englobaríamos una de las primeras fases a desarrollar en este tipo de sector turístico para la correcta realización de los campos de golf...Siendo la pionera en realizar los primeros pasos prósperos para la iniciación de los campos de golf.





B-Segales golf Management (SGM), comercialización, explotación y promoción del campo de golf sería el siguiente proceso una vez ya construido el campo de golf.



C-Segalés Greenkeepers (SGK), mantenimiento constante de los campos de golf englobando la fase más mimada posible para poder lucir todo su esplendor.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

Adentrándonos en los comienzos de esta asociación, Segalés Golf Design, es la empresa más antigua del Grupo Segalés. Nació en el año 1990, fundada por el diseñador **D. Francisco López Segalés**, quien tiene una amplia trayectoria dentro del mundo del Golf. Su padre, D. Miguel López Flores, fue Greenkeeper desde 1956 hasta que se jubiló en 1995.



“Francisco López Segalés jugando al golf de pequeño”

Como hemos señalado anteriormente dentro del grupo la empresa **Segalés Golf Design** se encarga de la primera fase de desarrollo ofreciendo los siguientes servicios:

Servicios de Asesoramiento, Diseño y Proyectos de campos de golf, Ingeniería y Estudios de Impacto Ambiental adaptándose a cada situación, a cada proyecto por difícil que pueda parecer, teniendo como valores principales, el valor ecológico y medioambiental del terreno, la orografía, clima, los recursos hídricos y las necesidades del cliente.

Seguidamente vamos a desarrollar en una breve explicación de cada una de las fases de trabajo encargados en esta primera fase:

10.1- Asesoramiento. Estudio de Viabilidad.

El primer paso en todo proceso de desarrollo de un campo de golf es el Estudio de Viabilidad empezando por analizar la situación del entorno previsto para el campo de golf, teniendo en cuenta la superficie con la que contamos, los recursos hídricos utilizables (**uno de los puntos más importantes**), la orografía del terreno, posibles zonas de protección, reservas arqueológicas, red de infraestructuras disponibles. Esta fase de asesoramiento es de suma importancia para evaluar la inversión que se va a generar.

El estudio de viabilidad contempla los siguientes puntos:



- Memoria: memoria explicativa de los aspectos que condicionan al terreno y alrededores. Todo relacionado con la futura explotación del campo de golf. Fases y costes de ejecución. Propuesta de explotación y valoración final de la viabilidad.
- Planos: de situación, emplazamiento, zonificación y diseño preliminar.

10.2- Master Plan.

Una vez se aprueba el estudio de viabilidad, se procede a realizar la planificación general del proyecto para llegar al Desarrollo del Master Plan. A partir de este punto se ofrece el servicio de Diseño que consiste en planificar el suelo, distribuir la superficie en las distintas parcelas que formarán el proyecto: viviendas, hoteles, servicios generales, campo de golf, zona comercial, con el fin de dos propósitos:

- Información general más detallada sobre el proyecto que se pretende ejecutar, diseño campo de golf, localización, recursos hídricos necesarios, movimiento de tierras, infraestructuras...
- Presentación a organismos oficiales, así como Administraciones Públicas, con el fin de comunicar la idea de un desarrollo urbanístico con golf o tan sólo el desarrollo de golf.

El Master Plan está formado por:

- Memoria: explicación del desarrollo urbanístico que se pretende realizar y actuación del campo de golf. Condicionantes físicos de la finca y procesos de ingeniería a desarrollar para el campo de golf.
- Mediciones: superficies de zonificación y de cada una de las partes del campo de golf.
- Planos: zonificación de cada una de las parcelas y sus usos, routing plan con distribución de los hoyos de golf, casa club, zona mantenimiento, campo de prácticas.

10.3- Anteproyecto.

El siguiente paso es desarrollar un Anteproyecto, el cual es el conjunto de documentos necesarios para definir en líneas generales la obra, deben dar una idea del proyecto que se quiere desarrollar tanto a nivel técnico como a nivel económico.

El Anteproyecto constará de los siguientes documentos:

- Memoria: memoria explicativa de los aspectos técnicos que se desarrollarán en el proyecto de ejecución.
- Mediciones y presupuesto orientativo: se realiza un presupuesto orientativo del coste de ejecución del futuro campo de golf.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- Planos: generales (diseño, movimiento tierras, replanteo, riego...).

10.4-Proyecto Básico.

El Proyecto Básico es el paso previo al Proyecto de Ejecución. Es aquel que define de modo preciso las características generales de la obra mediante la adopción y justificación de soluciones, considerando tales proyectos insuficientes para llevar a cabo la construcción pero siendo suficientes para solicitar, una vez obtenido el preceptivo visado colegial, la licencia municipal.

El Proyecto Básico estará formado por los siguientes documentos:

- Memoria: se realizará una memoria descriptiva de los aspectos técnicos que se desarrollarán en el proyecto de ejecución. Se especifican y se detallan los aspectos más relevantes.
- Mediciones y presupuesto estimativo: se realiza un presupuesto estimativo del coste de ejecución del futuro campo de golf, en base a unas mediciones básicas establecidas.
- Planos: generales con más definición y exactitud (diseño, movimiento tierras, replanteo, riego...), detalles (greens, tees, bunkers, lagos...).

10.5- Proyecto de Ejecución.

Es el paso determinante de desarrollo para el campo de golf. Imprescindible para el comienzo de las obras en cada ayuntamiento.

Está formado por:

- Memoria constructiva
- Anejos a la Memoria
- Pliego de Condiciones Técnicas
- Plan de Control de Calidad
- Presupuesto definitivo
- Planos
- Estudio de Seguridad y Salud
- Estudio de Impacto Ambiental
- Presentación del diseño en 3D

10.6- Asesoramiento para selección de empresa constructora.

SGD como empresa especialista puede asesorar o encargarse de la adjudicación de la contrata. Para ello se encargará de preparar las bases para el pliego de condiciones del concurso en el que se incluirán los requisitos necesarios, así como la memoria del proyecto, mediciones y planos más relevantes.

Una vez presentado el pliego y recibidas las ofertas, SGD se encargará de analizar cada una de las ofertas y elaborar un informe comparativo para la toma de decisiones.



10.7- Dirección de Obra.

Una vez hemos presentado el Proyecto de Ejecución a las administraciones pertinentes, se ha aprobado y se ha realizado la contratación de las obras, es cuando podemos empezar a construir el campo de golf.

El director de obra (Dirección Facultativa de Obras) tiene como referencia el Proyecto de Ejecución. Entre las funciones del director de obra están:

- Llevar a cabo la coordinación del equipo técnico-facultativo de la obra, la interpretación técnica y económica del proyecto de ejecución, realizando las modificaciones que se estimen necesarias con el fin de terminar las obras.
- Supervisar que se atienden las prescripciones técnicas y económicas, el contrato suscrito con el constructor, tomar las medidas necesarias de seguridad e higiene en el trabajo y disposiciones vigentes aplicadas.
- Reflejar en el libro de órdenes e incidencias las instrucciones y diligencias que para el cumplimiento de su misión debe dar.
- Redactar el acta de replanteo, las certificaciones, el acta de recepción provisional, el acta de recepción definitiva, así como el certificado final de obra.

10.8- Asesoramiento técnico de mantenimiento y de obra.

Una vez finalizada la obra, Segalés Golf ofrece el servicio de **Consulting** tanto para el mantenimiento como para los detalles técnicos de la construcción.

Consiste en asesorar a la Propiedad para conseguir un correcto mantenimiento del campo de golf desde los primeros meses de siembra y, de esta forma, consolidar el campo de golf. Este servicio es posible gracias a nuestro equipo de greenkeepers altamente cualificado. Además proporcionaremos un asesoramiento técnico de las obras ya realizadas. Es algo muy útil pues hay que ir controlando que todos los sistemas instalados (riego, drenajes, circulación de lagos, etc.) funcionen a la perfección.

Como segundo punto importante en la difusión tan amplia de los campos de golf damos el paso al grupo **Segalés Golf Management:**

- **Gestión, desarrollo jurídico y promoción:**

Grupo Segalés tras años de conocimientos adquiridos decide crear esta empresa dedicada a la gestión, desarrollo jurídico y promoción de los campos de golf.

SGM ha incorporado una plantilla con conocimientos específicos de gestión, derecho dirección de empresas y economía aplicada al golf. Durante unos años parte del equipo humano trabajó para otra empresa conocida en el sector, adquiriendo una mayor experiencia y conocimiento.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

Cuando el campo de golf se encuentra completamente ejecutado, comienza un largo proceso de toma de decisiones. Esta fase del proceso de desarrollo de un campo de golf, es tan fundamental como las anteriores, debiendo tomarse importantes decisiones que afectan sobre todo al control del campo de golf.

Hay varias opciones para decidir el modelo de explotación que se quiere realizar:

- La gestión propiamente dicha del campo de golf por parte del cliente.
- Contar con los servicios de una empresa de gestión.
- Vender el campo de golf o buscar socios.

Uno de los servicios que tiene este sector más significativo es la gestión de campos de golf centrándose en mejorar la rentabilidad tal que:

La **gestión** de un campo de golf engloba una serie determinada de tareas a realizar:

- Homologación del campo y todas las operaciones necesarias para federar el campo de golf.
- Instalación de un sistema integral de organización y control de todas las actividades que se realizan para la gestión del campo de golf, como las reservas, stocks, presupuestos, cuentas de beneficios y pérdidas, ventas, compras, etc. Este sistema permite llevar una supervisión diaria del estado de las cuentas y del funcionamiento económico del campo de golf.
- Realizar la contratación de una póliza de seguro de riesgos para el campo de golf.
- Control y desarrollo de una escuela de golf o de las distintas modalidades deportivas que el campo de golf vaya a abarcar.
- Coordinación con las distintas subcontratas que pueda necesitar el campo de golf. (Restauración, hostelería, comercios, etc.).
- Comercialización de los contratos de derecho de juego, green-fees y acciones.

Además de señalar esta puntuada gestión, también realiza los servicios de **asesoramiento jurídico**, para que el cliente se sienta en todo momento respaldado para la realización de tareas como:

- Elaboración del Estatuto del club y socios.
- Elaboración de las normas de uso de las instalaciones del club.
- Servicio de Recursos Humanos para contratación de empleados.
- Aplicación de la normativa vigente de prevención de riesgos laborales.

Para poder incrementar los beneficios es muy importante captar clientes, por lo que se hace necesario dar a conocer el campo de golf

Mediante el sistema de promoción elaborado por SGM, aseguramos un aumento del número de jugadores y clientes y para poder incrementar los beneficios es muy importante captar clientes, por lo que se hace necesario dar a conocer el campo de golf. Mediante el



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

sistema de **promoción** elaborado por SGM, aseguramos un aumento del número de jugadores y clientes.

Para finalizar como punto clave en el desarrollo del proceso de creación de los campos de golf faltaría resaltar la empresa **Segalés Greenkeepers**

- **Mantenimiento del campo de golf:**

Segalés Greenkeepers es una empresa especializada en el mantenimiento de campos de golf. SGK es especialista en el desarrollo e implantación de soluciones de última generación, con lo que se consigue que los clientes se beneficien del buen estado que presentan los campos de cara al jugador.

SGK va más allá del mero mantenimiento diario del césped. Cuenta con personal altamente cualificado que se esfuerza día a día estudiando nuevas técnicas para el cuidado del césped y prevención de enfermedades del mismo. Por ello, los greenkeepers asisten a distintos cursos y seminarios sobre mantenimiento de campos de golf, visitan ferias prestigiosas del sector para conocer las innovaciones más importantes.

Cuando el campo de golf se encuentra en la fase de explotación es necesario disponer de una empresa de mantenimiento que se encargue del cuidado del césped y todo lo que afecta al juego.

SGK ofrece dos servicios en función de las necesidades del cliente, **mantenimiento integral y asesoramiento consulting** que a continuación describimos:

- **Mantenimiento Integral:**

Con el mantenimiento integral el cliente se beneficia directamente de los descuentos especiales que SGK recibe de las más prestigiosas compañías del mundo del golf. Todos los greenkeepers están supervisados por el Head-Greenkeeper, el cual se asegura de que se esté haciendo el trabajo con el máximo detalle de calidad.

Mediante este servicio el cliente deja de tener las preocupaciones derivadas del mismo en su campo de golf. SGK se preocupa por el bienestar del campo resumido a continuación:

Inicialmente se elabora un planning anual de los trabajos generales que se llevarán a cabo para posteriormente concretar, mediante plannings mensuales que, a su vez, se subdividirán en plannings diario.

El campo será mantenido al más puro estilo americano:

- Siega de Greenes 6 veces a la semana con máquinas manuales.
- Siega de tees, antegreens y calles 3 veces a la semana, y la siega del rough será continua durante toda la semana.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- Los bunkers serán rastrillados todos los días, y perfilados quincenalmente

En nuestros campos siempre nos exigimos el máximo nivel de calidad, y la mejor manera para lograr esta calidad es tener el control del personal y de la maquinaria.

Para ello contamos siempre con tres pilares básicos en nuestro sistema:

- Un greenkeeper.
- un asistente de greenkeeper.
- Un mecánico.

El greenkeeper es el encargado de que todo funcione, él supervisa todo el campo y a todos los que trabajan para el campo de golf. El asistente del greenkeeper es el encargado de gestionar a todo el personal, y alertar al greenkeeper de posibles problemas que surjan en el campo de golf.

El mecánico es también un pilar esencial en nuestro esquema. Todo el campo de golf depende de la calidad de las máquinas. Éstas deben de estar a punto en todo momento, y con una calidad de corte afinada al milímetro, pasando revisiones periódicas que pueden ser incluso diarias dependiendo del tipo y uso de la máquina.

Segalés Greenkeepers es una empresa que se adapta a las necesidades de cada cliente, por ello ha ideado tres modalidades diferentes de mantenimiento, según la calidad que se pretende para el campo:

- **Calidad 4 Banderas:**

Segalés Greenkeepers se hace cargo del mantenimiento, ofreciendo esta modalidad en la que se mantiene una calidad de alto standing. El nivel de detalle en esta modalidad es bueno pero justo.

- **Calidad 4 Banderas Plus:**

Con este tipo de mantenimiento, la calidad del campo aumenta, y sobre todo el nivel de detalle. Esto se debe principalmente al incremento del número de trabajadores en el campo.

- **Calidad 5 Banderas:**

Cuando un campo requiere la máxima calidad para una clientela exclusiva, entonces la calidad 5 Banderas es la calidad que le va a satisfacer. Se aumenta el personal del campo y se intensifican los trabajos para ofrecer una gran cantidad de detalles y calidad como un campo de 5 banderas requiere.



- **Asesoramiento-Consulting:**

Nuestro servicio de asesoramiento-consulting, está concebido como una ayuda imprescindible para el greenkeeper, que se sentirá apoyado por un equipo de expertos que le permite acceder a las más modernas tecnologías y actualización de conocimientos y disponer de un servicio profesional de análisis y generación de soluciones de las diversas incidencias que conlleva el devenir de un campo de golf.

La propiedad podrá así disponer de su plantilla y el greenkeeper en quien confía, apoyados por un servicio profesional que colaborará en las soluciones técnicas de los diversos problemas, así como en la puesta al día de los conocimientos del grupo.

SGK se encuentra actualmente encargado del mantenimiento integral de tres campos de golf y realiza labores de asesoramiento en otros dos.

Un claro ejemplo del grupo Segales greenkeepers lo podemos demostrar desde el año 2004 a 2010 desarrollando la función de Asesor del Mantenimiento del Club de Golf de Guadalmina, Málaga (45 hoyos).

Aquí podemos visualizar dos claros ejemplos de campos de golf conservando su mantenimiento con el grupo Segalés:

Benalmádena golf Arenal Sur, Málaga



Club de golf Guadalmina, Málaga





10.9 CAMPOS DE GOLF CURSADOS POR GRUPO SEGALES EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA:

- Campo de Golf Benalmádena Arenal Sur (Málaga) Club de Golf Arroyo de Las Cañas (Málaga) Club de Golf Coto La Serena (Málaga).
- Club de Golf El Molino (Málaga).
- Club de Golf Guadalmina (Málaga).
- Club de Golf Guadalmina (Málaga).
- Club de Golf Pinillos Norte (Málaga).
- Club de Golf Pinillos Sur (Málaga).
- Club de Golf Santa Fe (Granada).
- Escuela de Golf Dos Hermanas (Sevilla).

11. ACTUALIDAD DE LOS CAMPOS DE GOLF EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

La provincia de Málaga actualmente cuenta con 56 campos de golf diversificados en la mayoría de las poblaciones de la comarca:



11.1 TABLA DE LOS CAMPOS DE GOLF EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA:

MIJAS: 11 CAMPOS DE GOLF	MARBELLA: 11
SAN ROQUE: 6	BENHAVÍS: 6
SAN PEDRO DE ALCÁNTARA: 4	ESTEPONA: 3
MÁLAGA: 2	ALHAURÍN DE LA TORRE: 2
CASARES: 2	BENALMÁDENA: 1
GUADIARO: 1	CABOPINO: 1
SOTOGRADE: 1	MANILVA: 1
CAMPANILLAS: 1	RINCÓN DE LA VICTORIA: 1
VÉLEZ-MÁLAGA: 1	ÄLORA: 1

Dentro de la población de Mijas encontramos uno de los campos de golf más interesantes a nivel profesional, sus avances y evolución, dimensiones, federados y su importancia a nivel Europeo.

A- La Cala Resort. Hotel y Golf Mijas, Costa del Sol, Andalucía.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

La Cala Resort se encuentra en pleno corazón de la Costa del Sol, entre montaña y mar, a un paso de alguno de los municipios turísticos de Andalucía y España más importantes, así como de espacios naturales protegidos de enorme belleza.

La Cala Resort es un resort de Golf y ocio en Mijas, Costa del Sol Andalucía, situado entre las montañas y el mar Mediterráneo. En un tranquilo y relajante entorno, está a tan sólo 20 minutos de Marbella y a 30 minutos del Aeropuerto Internacional de Málaga.

Es un complejo residencial y de recreo exclusivo de aproximadamente 4 millones de metros cuadrados, situado entre el Parque Natural de la Sierra de Mijas y el Mediterráneo. Aunque localizado en una zona tranquila.

Desde su creación en 1989, el concepto de promoción de La Cala Resort ha sido el de baja densidad para maximizar la privacidad de los residentes y proteger el ambiente especial rústico del complejo. En este tipo de instalaciones y dentro de las dimensiones del complejo podemos disfrutar tanto como para alquiler o compra de apartamentos, pareados, chalets y parcelas de gran calidad.

Las principales instalaciones dentro del complejo incluyen un hotel, **tres campos de golf** de 18 hoyos y un campo “ejecutivo” de seis hoyos de par 3, restaurantes, bares, spa y la única academia de golf David Leadbetter en España.

El objetivo del promotor es convertir a La Cala Resort en uno de los complejos turísticos residenciales más importantes del sur de Europa.

La Cala Resort nos ofrece la siguiente distribución de campos de golf y servicios de los que podemos disfrutar:

- **Tres campos de golf** de 18 hoyos: **Campo América, Campo Asia y Campo Europa**.
- Seis hoyos par tres ideales tanto para los jugadores experimentados como para los principiantes.
- Escuela de Golf, La Cala Golf Academy, de David Leadbetter con amplias instalaciones de práctica.
- Área de Putting and chipping.
- Ofertas especiales que incluyen paquetes de hotel y Spa.
- Club y tienda de deporte.



CAMPO AMERICA:



El Campo América de La Cala Resort (antiguamente llamado Campo del Norte nace con espectaculares vistas a la Sierra de Ojén y al Mediterráneo. Cuenta con una dimensión de tan solo 6009 metros. La mayor dificultad estriba en su topografía montañosa, en sus numerosos greens elevados. Es un campo para ser recorrido con buggy.

- Los obstáculos de agua se encuentran en los hoyos 9 y 16.
- Especial atención merecen, por su dificultad, el hoyo 18, en pendiente abajo para hierro par 5, y el hoyo 16, par 3 con pendiente difícil y lago.
- Cuatro de los hoyos par 5 (los hoyos 1, 9, 15 y 18) pueden lograrse en dos golpes.
- Los hoyos par 3 son espectaculares y pondrán a prueba su pericia como jugador.



CAMPO ASIA:



Es el Campo de Golf más antiguo de la Cala Resort (antes conocido como Campo del Sur) y también el **más desafiante**, por lo que es el más respetado por los profesionales del golf. Con calles estrechas y cortas, y con hoyos par 5 para los que se requiere especial pericia en el juego, sobre todo en el approach corto.

Entre los hoyos del campo de Golf Asia que **requieren especial pericia en el juego**: el 10 con su diseño clásico, el 3 y el 14, con sus hazards; el 5 y el 18. La jugada de estos hoyos son decisivos para obtener una buena puntuación en su recorrido, contando con una dimensión de 5925 metros disponibles al juego.



CAMPO EUROPA:



El Campo Europa es el más amplio en comparación con los dos anteriores campos de La Cala Resort. Por su diseño, con calles amplias y sin apenas inclinación, es el **campo ideal para los jugadores de golf de nivel medio**. Para salvar el río Ojén en su recorrido, cuenta con varios puentes, además de túneles para desplazarse con el buggy.

El hoyo 14 se encuentra en el límite permitido para un par 3, a 233 metros. Y el hoyo 11 de par 5 es el más largo, con 524 metros. Sus dimensiones son brutales cuenta con tan solo 6014 metros, es el más grande de los tres campos.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

GALERIA DE FOTOS LA CALA RESORT:



GOLFISTAS PRACTICANDO



VISTA DEL CAMPO DE GOLF EUROPA





VISTA DEL CAMPO DE GOLF ASIA

Como bien citamos con anterioridad el complejo dispone de varios tipos de alojamientos de alquiler o compra pero una de las fantásticas propiedades que puede envidiar LA Cala Resort es del magnífico Hotel La Cala situado dentro del complejo.

Un alojamiento diseñado con el cálido y tradicional estilo andaluz, en el que puede elegir entre 107 habitaciones de cinco categorías diferentes, todas ellas recientemente renovadas y re decoradas para hacerle su estancia cómoda y confortable.

La Cala Hotel es el paraíso perfecto para relajarse y descansar. Además, se encuentra a un paso de la costa y de municipios importantes como **Mijas Costa**, Marbella y Fuengirola. La Cala Hotel dispone de habitaciones de cinco categorías, con balcón o terraza y vistas a los campos de golf.

Dentro del complejo hotelero La Cala podemos disfrutar de todas estas instalaciones:

- LA CALA SPA MIJAS: gran variedad de tratamientos, de la mano de un equipo de profesionales altamente cualificado. El lugar perfecto para relajarse, revitalizar y mimar su cuerpo y su mente.
- BARES Y RESTAURANTES: cada bar y restaurante de La Cala Resort es diferente, pero en todos gozará de la calidad y variedad de sus manjares andaluces con posibilidad de elegir entre esta gran variedad como el Restaurante Laurel, Resturante La Bodega, Restaurante la Terraza, Bar Limonada y Bar Los Naranjos.
- ACTIVIDADES DEPORTIVAS: Organizan rutas de senderismo, de bicicleta de montaña y paseos a caballo por el hermoso entorno natural de los alrededores



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

de la Costa del Sol malagueña, concretamente, el parque natural de la Sierra de Mijas.



VISTA DEL COMPLEJO HOTELERO EN CALA RESORT



B- MALAGA GOLF Y SU PARADOR



El campo de golf del Parador de Málaga Golf con una situación privilegiada, se ubica en las entrañas de la Costa del Sol, a orillas del mar, a 10 minutos del aeropuerto internacional de Málaga y de su capital. Los años han sabido hacer del campo más antiguo de Andalucía un recorrido exigente para el jugador veterano y asequible para cualquier aficionado al golf.

Sus inicios se remontan al siglo pasado, principios de los años 20, y están ligados a la familia Real Británica, la nombrada princesa Beatriz de Battenberg fue quién junto a técnica de Harry Sephard Colt fomentaron la construcción del Club y hacia 1925 se comenzaron los trabajos de construcción del primitivo campo de 9 hoyos.

Posteriormente y bajo la dirección y diseño del prestigioso Tom Simpson se acometió su ampliación hasta los 18 hoyos (6.173 m). Seguidamente fue inaugurado por la Familia Real Española en 1928. El record del Campo lo ostenta el **malagueño Miguel Ángel Jiménez** con



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

63 golpes conseguido durante la disputa del 1999 PGA Turespaña Master de Golf, que el mismo ganó.

Parador de Málaga Golf ofrece las siguientes instalaciones:

- 18 Hoyos Recorrido Histórico. (1925)
- 9 Hoyos Links (No necesario handicap)
- 9 Hoyos Picht & Putt (No necesario handicap)
Área reservada para profesionales y sus grupos.
- Escuela de Golf, pro-shop, alquiler de palos, carros y buggy, restaurante- snack bar, conforman también su oferta.

Un apunte importante a este Parador de golf Malagueño es que La Real Federación Española de Golf ha venido seleccionando, a lo largo de los años, el campo de golf del Parador de Málaga Golf para la celebración, bajo su auspicio, de torneos tanto de profesionales como de aficionados de España

Para mas puntualización a nivel Europeo La **PGA Europea** lo ha elegido como sede de varios de sus torneos, valederos para el Circuito de profesionales de Golf. Lo que supone un reconocimiento de los estándares de calidad exigidos en el máximo nivel del golf profesional.

La Real Federación Española de Golf ha venido seleccionando, a lo largo de los años, el campo de golf del Parador de Málaga Golf para la celebración, bajo su auspicio, de torneos tanto de profesionales como de aficionados de España.

La sociedad de Paradores es un conjunto de campos de golf a gran escala dividida en una gran variedad de complejos golfistas en toda España, uno de ellos y el más potente el Parador de Málaga golf malagueño ya por sus dimensiones y por la importantes celebraciones de torneos a nivel nacional. La nombrada industria Paradores tiene creados 12 Paradores de golf en toda España:

- PARADOR EL SALER
- **PARADOR DE MALAGA GOLF**
- PARADOR DE AIGUABLAVA
- PARADOR ALBACETE
- PARADOR ALCALA DE HERNARES
- PARADOR DE CACERES
- PARADOR DE PONTEVEDRA
- PARADOR DE CORDOBA



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- PARADOR DE FERROL
- PARADOR DE JARANDILLA
- PARADOR SEGOVIA
- PARADOR DE LERMA

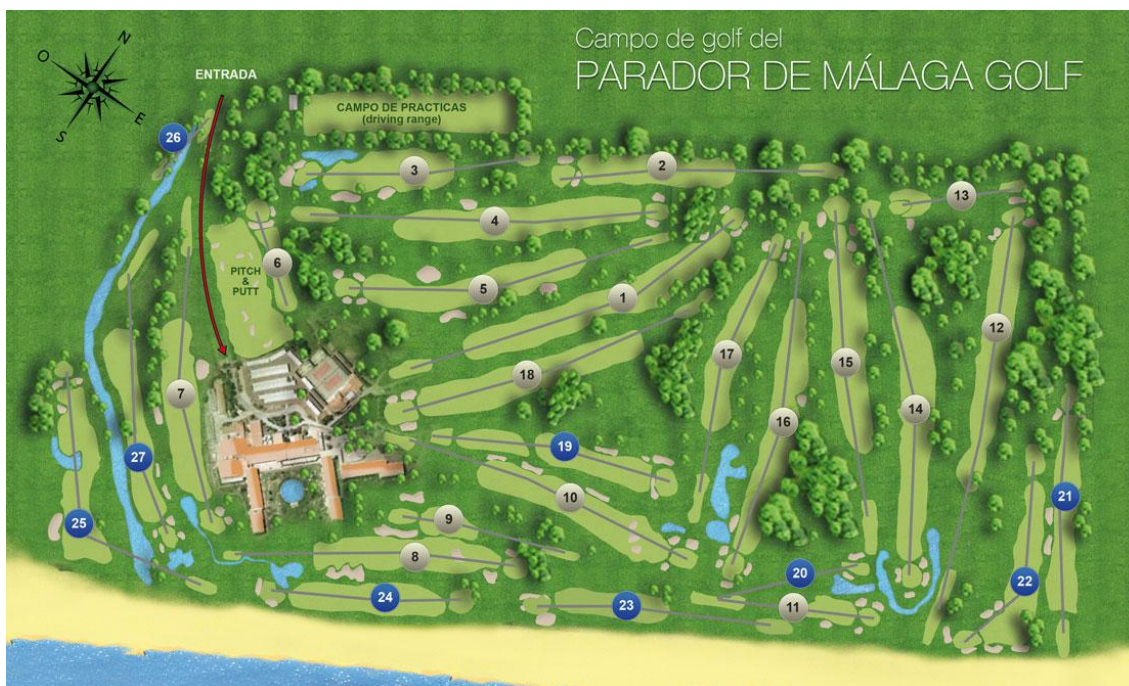
GALERIA DE FOTOS PARADOR DE MALAGA GOLF:



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”



Adentrándonos en el Parador de Málaga golf disponemos de un impresionante alojamiento muy campestre donde la mar, golf, frituras de pescaitos y otras especialidades andaluzas se dan cita en este Hotel que dispone de amplias habitaciones con bellas vistas sobre el mar, la piscina y el campo de golf.

Como ejemplo de imagen a escala, podemos observar el gran ensanchamiento del Parador de Málaga golf.



PARTE II

CONDICIONES LEGISLATIVAS Y URBANISTICAS DE LOS CAMPOS DE GOLF



12. EL TURISMO DE GOLF

Se entiende por TURISMO DE GOLF todo aquel viaje cuya motivación principal es JUGAR AL GOLF. Puede distinguirse así entre turismo de golf nacional e internacional. Este concepto no engloba aquellos viajes realizados por personas con **segundas residencias ya que, si bien juegan al golf, ésta no es la motivación principal** por la cual realizan el viaje. A continuación se muestra un ejemplo de promoción del turismo de golf en España.

Cuadro 6.1: Promoción del golf en España en el portal www.spain.info.es.

¿Por qué jugar al golf en España?

Si le gusta el golf, España es su destino. Nuestro país es líder del turismo europeo de golf. Cada año miles de personas lo eligen para practicar este deporte. Conozca los motivos fundamentales por los que jugar al golf en España. Toda una experiencia que querrá repetir.

España es sinónimo de golf, y una referencia obligada para los amantes de esta disciplina, sea cual sea su nivel o su *hándicap*. Tome buena nota, prepare su equipo y venga cuanto antes a nuestro país, el lugar idóneo para practicar su deporte favorito por muchas razones. Estos son nuestros puntos fuertes:

1- Clima privilegiado



En España encontrará sol y temperaturas cálidas en cualquier época del año, no sólo en verano.

Estas excelentes condiciones meteorológicas, la buena visibilidad, el poco viento y el clima agradable son factores que favorecen la práctica del golf, y garantizan que la temporada sea muy amplia.

2 - Trazados para todos los gustos

El golf es un producto por el que España está apostando abiertamente. Hay 313 campos, de los cuales 16 son rústicos, según datos de la Real Federación Española de Golf. Desde instalaciones situadas en grandes ciudades, hasta trazados en zonas de montaña y otros a pie de costa. Recorridos con precios competitivos, adaptados a todas las necesidades y de gran diversidad: en pocos kilómetros se sitúan campos muy diferentes, por lo que las opciones se multiplican. Simplemente es cuestión de elegir.



3- Buenas comunicaciones

Es muy fácil llegar y desplazarse por el interior de España, ya que el nivel de infraestructuras y comunicaciones es excelente. Muchos de los campos de golf se hallan a pocos kilómetros de importantes aeropuertos internacionales. En pocos minutos, gracias a los buenos accesos, puede trasladarse de una instalación a otra, y poner a prueba su destreza con los palos.

4- Mucho más que golf: gastronomía, cultura, arte...

En nuestro país le aguarda un patrimonio histórico artístico de primer orden. Conozca nuestro legado cultural mientras se divierte con su deporte favorito. Acérquese al arte, el folclore, las tradiciones, los monumentos, los museos... Las alternativas son numerosas. Disfrute de nuestra cocina, de gran prestigio internacional. Relájese en nuestros balnearios y centros termales, oasis de paz y reposo situados en enclaves de gran belleza. Descubra la historia de España. Diviértase en nuestras costas mientras se inicia en algún deporte náutico. Como ve, la lista de actividades es inmensa.

5 - Un país de compras... y excursiones

Cuando deje los palos aproveche para ir de compras. En España encontrará tiendas de todo tipo en las que no faltan las grandes marcas de ropa, muebles, objetos de diseño, regalos, productos gastronómicos... O, si lo prefiere, puede sustituir las tiendas y centros comerciales por una buena excursión. Nada mejor que conocer

España mientras recorre senderos y se adentra por parajes en los que la naturaleza es la gran protagonista.

6- Alojamiento de calidad

En España va a encontrar hoteles, urbanizaciones y apartamentos de primera calidad. Infraestructuras e instalaciones deportivas de vanguardia, con numerosos servicios y todas las comodidades, con el único objetivo de garantizar que su estancia sea todo un éxito. Su confort prima por encima de todo.

7- Ocio y diversión a todas horas

Parques temáticos, conciertos, ocio nocturno, terrazas, actividades al aire libre en compañía de sus amigos o de toda la familia... En España está prohibido aburrirse. La fiesta y la diversión forman parte de nuestro carácter, alegre, abierto y hospitalario.

Ya lo ve, en España le aguarda un paraíso de palos, hoyos, *greens*...Y mucho más.

No deje que se lo cuenten. Descubra las posibilidades de jugar al golf en España. Y si ya las conoce... seguro que querrá repetir.

Fuente:<http://www.spain.info/TourSpain/Reportajes/0/Por%20que%20jugar%20al%20golf%20en%20Espana.htm?Language=es>

Como hemos visto es la administración pública la que da nombre a este tipo de Turismo, y por tanto, la que mantiene un especial interés a la hora de valorar este tipo de turismo. Con ello, vemos que desde las administraciones públicas que competen a cada autonomía, hasta el ministerio de turismo se interesan por este modelo turístico.



A continuación se presentan unos datos obtenidos del Instituto de Estudios Turísticos, los cuales hacen referencia a los motivos de los viajes dentro de nuestras fronteras.

13. ANALISIS EN BASE A LAS LEYES QUE AFECTAN A LOS CAMPOS DE GOLF

En Andalucía se ha visto incrementado el número de proyectos de construcción de campos de golf en estos últimos años, esto se debe a que existen poderosos motivos que llevan a impulsar este tipo de turismo, como son:

- la voluntad de incentivar el turismo de calidad
- la de incrementar el turismo en invierno, desestacionalizando así el mercado que sólo opera en verano en la comunidad valenciana.
- el hecho de que el turismo de golf tenga una fuerte aceptación en países nórdicos y anglosajones, que el clima de estos países no permite practicarlo, y dado que en nuestra comunidad existen unas muy buenas condiciones meteorológicas, se trataría de una buena oportunidad para atraer y consolidar estos mercados emisores.

Por otro lado, el turismo de golf se ve definido por unas características muy concretas, como son:

- el hecho de que para llevarlo a cabo se necesite una considerable superficie de suelo
- que requiere un fuerte contacto con la naturaleza.

Estos dos aspectos son, a la vez factores de riesgo que, en caso de una mala gestión de los recursos naturales, podrían desembocar en amenazas para la sostenibilidad medioambiental, y por lo tanto, para los recursos turísticos.

Para la creación de un campo de golf, es necesaria una fuerte inversión económica, cuya garantía de obtención de beneficios se ve potenciada si le añadimos una oferta complementaria, es decir si el promotor añade al campo de golf un determinado número de plazas hoteleras o aparta hoteles, su beneficio se verá aumentado.

Resulta interesante pues, analizar las leyes que controlan actualmente este tipo de turismo, puesto que observamos como en estos últimos años, los proyectos de construcción de campos de golf se multiplican, sin olvidar, al mismo tiempo la polémica ciudadana que ello suscita.

En un primer momento se planteará la situación de la ordenación del territorio con respecto a la construcción de infraestructuras golfísticas:



13.1 ORDENACIÓN DEL TERRITORIO RELACIONADO CON LA CONSTRUCCIÓN DE CAMPOS DE GOLF.

Desde el punto de vista legislativo, la ordenación del territorio se ve dividida en tres grandes espacios:

- suelo urbano es el suelo en el cual ya se ha urbanizado.
- En el suelo no urbanizable se establece otra división:
 - 1-suelo no urbanizable de especial protección, donde se prohíbe expresamente el hecho de establecer una infraestructura golfística
 - 2-suelo no urbanizable genérico, que según la ley de 13 de abril de 1998, debe ser utilizado para uso agrícola, ganadero, forestal o cinérgico, pero en este caso, la legislación establece que en situaciones excepcionales se puedan llevar a cabo construcciones de interés público, siempre que estas tengan una justificación previa.

Dicha justificación previa, es decir, concretar cuando se dan las características adecuadas para catalogar “de interés público” un suelo no urbanizable, es competencia de las Comunidades Autónomas.

A día de hoy, y pese a la polémica que esto suscita, solo dos comunidades autónomas han dictado normas específicas para determinar cuando un proyecto de golf es de interés público y, por lo tanto, cuando se puede construir sobre suelo no urbanizable (genérico). Estas comunidades son:

Navarra (según la ley 12/1998 de 11 de noviembre y Ley 6/1990 de 6 de junio) y las

Islas Baleares (según el decreto foral 128/1992 de 30 de marzo)

- El suelo urbanizable: En términos jurídicos, no existe ningún impedimento que obstaculice la construcción de un campo de golf en suelo urbanizable (en todo caso, si encontramos algún impedimento, será económico)



13.1.1. CUADRO DE LOS CAMPOS DE GOLF RESPECTO AL URBANISMO

CLASE DE SUELO	VIABILIDAD JURIDICA DEL CAMPO DE GOLF	ADMINISTRACION COMPETENTE PARA LEGITIMAR LA ACTUACION	POSIBILIDAD DE CONSTRUIR VIVIENDAS
Suelo URBANIZABLE	SI (en función de la calificación del suelo para fines deportivos)	Ayuntamiento correspondiente	Depende de los términos establecidos en el plan urbanístico.
Suelo NO URBANIZABLE GENÉRICO	SI (debido al interés general de las actividades deportivas)	Comunidad Autónoma correspondiente	Excepcionalmente unifamiliares y siempre y cuando no constituyan un núcleo de población
Suelo NO URBANIZABLE DE ESPECIAL PROTECCIÓN	NO		

Una vez claros los conceptos de ordenación del territorio, pasaremos a estudiar los decretos legislativos que regulan la construcción de los campos de golf:

Decreto 43/2008, regulador de las condiciones de implantación y funcionamiento de campos de golf en Andalucía.

Decreto 309/2010 que flexibiliza las condiciones impuestas por el anterior.

14. LEYES REGULADORAS DE LA ACTIVIDAD URBANÍSTICA DEL GOLF.

Centrándonos en la construcción de campos de golf para ocultar en realidad un auténtico pelotazo urbanístico, en Andalucía ha llegado a tocar fondo. Teniendo presente el fuerte crecimiento inmobiliario asociado a la industria del golf, la Comunidad Autónoma Andaluza se ha convertido en una de las pioneras en la publicación de regulación al respecto. Tanto es así que se han paralizado más de medio centenar de proyectos urbanísticos que suman alrededor de 30.000 viviendas, al endurecerse las condiciones para su construcción dentro del propio campo.

Por otra parte, parece que el sector hotelero podría salir favorecido, al facilitar la ubicación de sus construcciones dentro del campo.

Dado que la práctica de **golf en Andalucía** genera unos ingresos anuales de **525 millones de euros**, el objetivo del Decreto es paliar el déficit de instalaciones de golf de orientación



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

turística, con calidad deportiva, ambiental y de servicio adecuadas a las necesidades del mercado.

Se trata de la Ley Reguladora de los Campos de Golf ya que procede a todo lo relativo a la construcción, dentro de la Comunidad Andaluza. Es, por lo tanto la ley que regula los pasos jurídico-administrativos a seguir en lo relativo a cualquier tipo de construcción. En este caso, estudiaremos dicha ley concretada en la creación de un campo de golf.

Antes de construir campos para absorber esta demanda hay que tener en cuenta las limitaciones existentes en la Comunidad para la creación de nuevas instalaciones, tanto a nivel de territorio como de recursos disponibles.

Para ello la Junta está elaborando decretos que regulen este segmento y sirvan de guía la hora de aprobar nuevos proyectos que vamos a comprobar a continuación.

EN ESTA SITUACIÓN NOS LLEGAMOS A PREGUNTAR....

¿CÓMO NACE UN CAMPO DE GOLF RELATIVO A LO LEGAL?

¿QUÉ PASOS HAY QUE SEGUIR?

¿QUÉ NORMATIVAS EXIGE LA LEY A UN CAMPO DE GOLF PARA QUE ESTE PUEDA SER LLEVADO A CABO?

¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS QUE CONCRETA LA LEY CON RESPECTO A UN CAMPO DE GOLF Y QUE LO DIFERENCIAN DE CUALQUIER OTRA CONSTRUCCIÓN?

¿HASTA QUE PUNTO LA LEY ESPECIFICA DIFERENCIAS ENTRE LA CONSTRCCIÓN DE CAMPO DE GOLF, POLIDEPORTIVO, CENTRO COMERCIAL O POLIGONO INDUSTRIAL?

Y LA PREGUNTA MÁS CLAVE? QUE CONLLEVA LA CONSTRUCCIÓN DE CAMPO DE GOLF DENTRO DEL MARCO TURÍSTICO?

En primer lugar, diremos que la iniciativa de crear un campo de golf puede ser público privada, en el caso de ser pública, se encargara la Administración, el Ayuntamiento de realizar las gestiones correspondientes; en el caso de ser privada, se encargara un Particular (empresario).

Supongamos que la iniciativa surge de un empresario de una promotora, QUE NECESITA PARA QUE LA LEY LE APRUEBE SU PROYECTO???

Andalucía goza de la práctica totalidad de las competencias aplicables a la planificación, construcción, explotación y mantenimiento de las instalaciones de golf. El Estatuto de Autonomía, como referente del marco competencial, contiene las determinaciones respecto a las materias relacionadas con estos complejos: deporte, ocio, turismo, ordenación del territorio y medio ambiente.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

Dada clara esta evidente práctica tenemos que saber que **La Administración Autonómica** promociona, ordena y coordina las actividades deportivas en el ámbito regional. Por otro lado, el Estatuto dispone que “la promoción del deporte y la gestión de equipamientos deportivos de uso público” son competencias propias de los **ayuntamientos** Por tanto, parte de la promoción y la gestión recae sobre los consistorios.

DONDE INCLUIAMOS EL SECTOR DEL TURISMO SEGÚN LA LEY?, COMO SE ADQUIRIÓ LA COMUNIDAD ANDALUZA TALES COMPETENCIAS?

El sector del turismo es tal y como establece el artículo **148 de la Constitución**, competencia asumible por la Comunidad Autónoma. A través del estatuto de 1981, Andalucía ya adquirió competencias exclusivas en materia turística como “promoción y ordenación del turismo”

La reforma estatutaria de 2007 establece que:

“corresponde a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de turismo, que incluye, en todo caso: la ordenación y la planificación del sector turístico; la regulación y la clasificación de las empresas y establecimientos turísticos y la gestión de la red de establecimientos turísticos, así como la coordinación con los órganos de administración de Paradores de Turismo de España (en este caso PARADOR DE MALAGA GOLF CITADO COMO EJEMPLO ANTERIORMENTE) en los términos que establezca la legislación estatal; la promoción interna y externa que incluye la suscripción de acuerdos con entes extranjeros y la creación de oficinas en el extranjero; la regulación de los derechos y deberes específicos de los usuarios y prestadores de servicios turísticos; la formación sobre turismo y la fijación de los criterios, la regulación de las condiciones y la ejecución y el control de las líneas públicas de ayuda y promoción del turismo”

El golf, como importante tipología turística y, los campos de golf, como elementos de atracción y cualificación del turismo, justifican que la Administración pueda legislar y planificar esta actividad, no sólo desde la perspectiva **deportiva** sino desde su óptica **económica y turística**.

El Decreto específico sobre el golf, que detallaremos más adelante, es un claro ejemplo de ello, estableciendo en su OBJETIVO:

“la regulación de las condiciones de implantación y funcionamiento de los campos de golf y los usos complementarios asociados en la Comunidad Autónoma de Andalucía, de forma que se garantice la mejor utilización de los recursos naturales y al mismo tiempo redunde en la mejora de la oferta turística y deportiva”.

El **Medio Ambiente** conforma otra de las áreas fundamentales que el estado ha transferido aunque no la explicitó en su artículo 13. Sí aparece en su artículo 12 - sobre objetivos generales del ejercicio de los poderes: “el fomento de la calidad de vida del pueblo



andaluz, mediante la protección de la naturaleza y del medio ambiente, y el desarrollo de los equipamientos sociales, con especial atención al medio rural”

la Consejería de Medio Ambiente nunca ha regulado el golf de manera específica hasta la elaboración conjunta (junto a otras Consejerías) del Decreto 43/2008.

Según la nueva normativa incitada por el acercamiento que se produjo en 1997 en forma de simples recomendaciones, a través del documento:

“Guía de Gestión Medioambiental de los Campos de Golf”, éstas sirvieron de referencia para los campos existentes o proyectos en marcha.

En febrero de 2008 aparece el aludido Decreto, que contempla, entre otras, un buen número de determinaciones medioambientales, aparte de otras más modificaciones turísticas....

14.1 REGULACIÓN ESPECÍFICA: EL DECRETO 43/2008

Andalucía se incorpora en el 2008 al ejercicio normativo de los campos de golf, que ya habían iniciado otras Comunidades Autónomas. Lo hace mediante el **Decreto 43/2008**, de 12 de febrero, regulador de las condiciones de implantación y funcionamiento de campos de golf en Andalucía

objeto de la ley: “la regulación de las condiciones de implantación y funcionamiento de los campos de golf y los usos complementarios asociados en la Comunidad Autónoma de Andalucía, de forma que se garantice la mejor utilización de los recursos naturales y al mismo tiempo redunde en la mejora de la oferta turística y deportiva” (Art. 1, Decreto 43/2008)

QUE DEFINICIÓN NORMATIVA POSEEN LOS CAMPOS DE GOLF?

La instalación destinada a la práctica de este deporte que cumpla con los requerimientos y especificaciones técnicas exigidas por el organismo competente para regular su práctica y reúna las condiciones de calidad exigidas en la presente norma”

Según usos Valencianos podemos resaltar que dicho decreto andaluz tiene una parte semejante al decreto de la Comunidad Valenciana, ya que podemos corroborarlo directamente con los usos complementarios, usos compatibles y usos no compatibles con el campo, ya que provienen de la iniciativa valenciana. Se incluye el concepto de “terrenos adscritos al campo de golf”, que hace referencia al propio terreno de juego, los usos complementarios y los usos compatibles

(Art.4, Decreto 43/2008). Explicamos las semejanzas anteriores según el artículo de la siguiente manera:



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- Usos complementarios. Son otras instalaciones deportivas, establecimientos hoteleros, instalaciones de ocio, esparcimiento y restauración. Resulta novedosa la restricción referente al turismo reglado, pues sólo se permite alojamientos hoteleros de 4 y 5 estrellas, como apuesta por la cualificación turística.
- Usos compatibles Se trata de los destinados a dotaciones y equipamientos de carácter asistencial, sanitario, administrativo o cultural.
- Usos incompatibles. Son los residenciales, comerciales, industriales y terciarios, y “cualesquiera que no sean compatibles”.

En este punto aparece la novedad más importante de la normativa andaluza respecto a las anteriores.

Si bien se declaran los usos residenciales como incompatibles, surge la figura y el concepto de “CAMPO DE GOLF DE INTERÉS TURÍSTICO”:

Éste se define como aquellas instalaciones que, reuniendo las características definitorias contenidas en el artículo 2 del presente Decreto (condiciones territoriales), tengan una especial relevancia por su incidencia potencial en la cualificación de la oferta turística y su desestacionalización, ampliando la oferta deportiva y de ocio asociada al turismo del ámbito territorial donde sean implantados (**Art.22, Decreto 43/2008**):

El Decreto establece tres categorías de condiciones divididos en 5 capítulos

Capítulo 1: objeto de la ley y sus definiciones básicas ya mencionadas anteriormente:

Capítulo 2,3 y 4: desarrollo de las categorías territorial, urbanística, diseño del campo de golf y condicionantes ambientales.

Capítulo 5: detalle de los campos de golf de Interés Turístico.

CAPITULO 2. (Ofrecemos un claro ejemplo de un empresario)

“Un empresario o promotor que tenga la intención de llevar a cabo un proyecto de campo de golf con áreas residenciales tendrá que conseguir una declaración de interés turístico basados en la aptitud de los terrenos”.

EN ESTOS CASOS EM EL EMPRESARIO O PROMOTOR TENDRA TENDRÁ QUE TENER EN CUENTA:

En primer lugar se descartan zonas por motivos orográficos o geológicos, por deficiencias en el sistema hidrológico, por la presencia de elementos o espacios de interés natural, y por afecciones del régimen jurídico de la protección ambiental y limitación de uso asociado a los espacios protegidos.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

En segundo lugar se establecen los requerimientos mínimos en materia hidrológica (autorización del organismo de la cuenca, uso de aguas regeneradas, Plan de Conservación del Agua), y en otros temas relacionados con el mantenimiento y la gestión medioambiental de los terrenos.

CAPITULO 3.

El **capítulo III** está dedicado a las condiciones urbanísticas. Un campo de golf se somete fundamentalmente a las prescripciones de la legislación urbanística y es tramitado conforme a la Ley 7/2002 de Ordenación Urbanística de Andalucía.

QUE DEBERÁ ENTREGAR EL EMPRESARIO?

El promotor deberá presentar un Informe de Incidencia Territorial, que será aprobado por la Comisión Interdepartamental de Valoración Territorial y Urbanística, ajustándose a la disposición adicional octava de dicha Ley. La novedad que aporta el Decreto es que, para la aprobación del proyecto, éste debe ajustarse también a las prescripciones específicas del mismo. Así, los documentos que se presenten ante la Comisión deberán incluir, además de los documentos generales para cualquier proyecto de urbanización, aquellos que acrediten el cumplimiento de esta norma.

CAPITULO 4.

Orientado a regular el diseño interno del área de juego, asegurando su viabilidad y calidad desde el punto de vista deportivo, ambiental, cultural y paisajístico. Entre sus principales principios destacan lo siguientes (Art.15-21, Decreto 43/2008):

- Mínimo recorrido de 9 hoyos y una superficie de 20 hectáreas, exigiéndose 20 más por cada 9 hoyos adicionales.
- Distancia mínima de 70 metros entre los ejes de las calles y entre éstas y el exterior, para garantizar la práctica del juego en condiciones de seguridad.
- Respetar la morfología del terreno, mediante la adecuación de la topografía al entorno.
- Conservación e integración de los elementos pertenecientes al Patrimonio Histórico de Andalucía.
- Uso de especies autóctonas en las zonas fuera de límites y uso de especies de bajos requerimientos hídricos resistentes a la sequía. Se incluye una figura nueva, el sistema de gestión del césped, con el objetivo de conservar los suelos, el agua y la energía durante la construcción y el funcionamiento de la instalación.



CAPITULO 5.

Los campos de Golf de Interés Turístico (**CGIT**) se definen como aquéllos que tienen una especial relevancia por su incidencia potencial en la cualificación de la oferta turística y su desestacionalización, ampliando la oferta deportiva y de ocio asociada al turismo en el ámbito territorial donde son implantados.

La necesidad de concertación con el empresariado, convencido de que un campo de golf no es rentable sin la promoción de viviendas anejas, llevó a la Administración a crear esta figura adicional.

Si los campos de orden general se tramitaban por vía urbanística, este tipo de campos deberán estar expresamente previstos además en un Plan de Ordenación del Territorio de Ámbito Subregional:

Si el proyecto de campo se aprueba y el plan no contiene determinaciones respecto al proyecto, éste ha de ser previamente modificado o revisado. Si no existe plan subregional en la zona de ubicación del campo, deberá ser redactado y aprobado.

Este hecho fue uno de los más controvertidos del Decreto ya que una difusa extensión de Andalucía quedaba excluida de los campos de golf de Interés Turístico al no poder continuar con los proyectos golfistas por su estricto Plan de Ordenación del Territorio de Ámbito Subregional. Con el nuevo decreto que a continuación detallamos DECRETO 309/2010, veremos las salidas positivas que condujeron a un mejor desarrollo de los campos de golf de interés turístico.

14.2 LA MODIFICACIÓN DE LA NORMA: EL DECRETO 309/2010

La legislación del golf es desde su origen - planteamiento y primeros borradores - una regulación concertada con grupos de representación social y empresarial. Este último colectivo se mostró disconforme con el Decreto 43/2008 desde el principio, específicamente con los artículos que limitaban los Campos de Golf de Interés Turístico a los ámbitos donde el planeamiento subregional recogiera las condiciones de implantación de los mismos de un campo de golf (necesidad de nueva redacción o modificación de planes subregionales). Este proceso culmina con la modificación de la norma específica 43/2008, mediante el Decreto 309/2010 de 15 de junio.

A partir de la entrada en vigor de esta innovación en la norma, el panorama regulador de los campos de golf en Andalucía cambia sensible y progresivamente, ya que sus aspectos más alterados empezaron a girar en torno a la figura de los Campos de Golf de Interés Turístico (CGIT) acompañados de suelo residencial.

Las modificaciones realizadas con el nuevo decreto se propagaron de la siguiente manera:



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- Plan Subregional de Ordenación del Territorio (PSOT): Ya no es necesario que este instrumento recoja las condiciones de implantación de los campos en su territorio, es más, ni siquiera es necesaria su existencia. A partir de este momento todo el territorio es apto para la construcción de CGIT.
- Usos compatibles, complementarios e incompatibles, y parámetros urbanísticos de los CGIT: Desde la modificación de la norma, ya no es el PSOT el que establece los usos que se permiten y los que no, así como los estándares de edificabilidad, etc. A partir de ahora el promotor presenta el proyecto y la Comisión Técnica de Calificación es el órgano que determina las condiciones anteriores mediante la respectiva Declaración de Interés Turístico, ya que la aprobación final corresponderá al Consejo de Gobierno, a propuesta de esta comisión.
- Innovación del planeamiento urbanístico: Cuando se realice una declaración positiva, los ayuntamientos implicados deberán adaptar automáticamente su planeamiento a través del procedimiento de innovación que corresponda. Este aspecto acentúa el papel de la Comisión de Calificación, ya que insta directamente a los municipios, sin unos criterios de referencia para todo el ámbito subregional (Título V) denominado “De las declaraciones de campos de golf de interés turístico”. Según su único artículo (Artículo 40, ver Cuadro XI.1.) ya no es necesario que un Plan Subregional de Ordenación del Territorio (PSOT) contenga determinaciones al respecto para la construcción de un campo de golf de estas características



ARTICULO 40. CAMPOS DE GOLF DE INTERÉS TURÍSTICO:

1. Si n o existiera Plan d Ordenación del Territorio de ámbito subregional o el mismo no contemplaría expresamente la actuación de campos de golf objeto de declaración de Interés Turístico , bastara para su efectiva implantación conforme a su legislación específica que en procedimiento de la declaración de campo de golf de Interés Turístico se dé de audiencia a las Administraciones Publicas afectadas por plazo no inferior a dos meses, información pública por plazo no inferior a un mes, y requerimiento de los informes, dictámenes u otro tipo de pronunciación de los órganos y entidades administrativas gestores de los intereses públicos afectados, cuando sean legalmente preceptivos.
2. Las determinaciones contenidas en la declaración de campo de golf de interés turístico vincularan directamente al planeamiento del municipio afectado, que deberá incorporarla mediante innovación urbanística.

Se añade un párrafo final al apartado 2 del artículo 38, con el siguiente contenido: “La declaración por el Consejo de Gobierno de actuaciones de interés autonómico cuyas determinaciones supongan una alteración de los Planes de Ordenación del Territorio de ámbito subregional implica la modificación de dichos planes”.

Para ser más estrictos y de carácter obligatorio el Plan de Ordenación del Territorio de ámbito subregional va unido a la Declaración de Impacto Ambiental (Conserjería de Medio Ambiente). Adicionalmente, es obligatoria - con resultado positivo - la Declaración de Impacto Ambiental (Consejería de Medio Ambiente). Desde 2007, la nueva Ley de Gestión Integrada de la Calidad Ambiental impone que los campos de golf deben someterse a la categoría de Autorización Ambiental Unificada (AAU). Sin embargo, el proyecto puede incluir instalaciones y usos diversos, parte de los cuales deberán ser evaluados independientemente.

CUAL SERÁ EL SIGUIENTE PASO PARA EL EMPRESARIO DADA LA SITUACIÓN MEDIOAMBIENTAL?

El cual pretende que su proyecto o instalación sea declarada de Interés Turístico, donde sus condiciones medioambientales quedarían de la siguiente manera:

- ha de forestar al menos el 20% de la parcela con especies autóctonas de bajo consumo hídrico, emulando con ello a las normativas navarra y valenciana.
- debe obtener la certificación de calidad ISO-9000, con objeto de asegurar la calidad empresarial y turística de la instalación, y un sistema integrado de gestión ambiental homologado mediante ISO-14000 o similar (Ley 9/2006 de la Comunidad Valenciana).
- está obligado a llevar a cabo unas denominadas “acciones de sostenibilidad” (Art. 25, Decreto 43/2008), materializadas en mejoras paisajísticas y ambientales, puesta en valor



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

de elementos patrimoniales, mejora de la accesibilidad y uso público del patrimonio territorial.

Para que tales condicionantes puedan ser declarados de Interés Turístico se basan fundamentalmente en la profesionalidad de la instalación, calidad del diseño y en su

CONVENIO OBLIGATORIO DE UN CAMPO DE INTERÉS TURÍSTICO:

- El recorrido de al menos 18 hoyos, distancia mínima de 90 metros hasta la primera edificación, obligatoriedad de certificación de calidad y de gestión ambiental integrada, comercialización obligatoria de los derechos de juego y servicios mínimos de la Casa Club (restaurante, bar, vestuarios y Caddy-Master).
- En referencia a las condiciones de la parte residencial sería el Plan de Ordenación de ámbito subregional el que determina edificabilidad, densidad de viviendas, tipología y distancia mínima a la zona deportiva (a contar, se entiende, desde los 90 metros obligatorios).

Esto último es aplicable en los casos en lo que exista plan subregional y contenga sus propias determinaciones. No siendo correcta esta aplicación sería la propia Declaración de Interés Turístico la figura que establece tales estándares (limitando o no el proyecto del promotor turístico).

14.3 REGULACIÓN DEL NUEVO DECRETO 309/2010.

Esta clara presión ejercida que hemos visto por el empresariado en momento de creación de un campo de golf dio sus frutos evolucionarios a finales de 2008. La Junta de Andalucía, considera que el Decreto anterior ponía excesivas trabas a la implantación de un campo de golf (necesidad de nueva redacción o modificación de planes subregionales).

Este proceso culmina con la modificación de la norma específica 43/2008, mediante el Decreto 309/2010 de 15 de junio, ofreciendo las siguientes ventajas:

- Plan Subregional de Ordenación del Territorio (PSOT): Ya no es necesario que este instrumento recoja las condiciones de implantación de los campos en su territorio.
- Usos compatibles, complementarios e incompatibles, y parámetros urbanísticos de los ÇCGIT: Desde la modificación de la norma, ya no es el PSOT el que establece los usos que se permiten y los que no, así como los estándares de edificabilidad, etc.



QUE ADELANTOS PUEDE ACCEDER EL EMPRESARIO A LA HORA DE ACTUAR??

A partir de ahora el promotor presenta el proyecto y la Comisión Técnica de Calificación es el órgano que determina las condiciones anteriores mediante la respectiva Declaración de Interés Turístico. La aprobación final corresponde al Consejo de Gobierno, a propuesta de esta comisión.

- Innovación del planeamiento urbanístico: Cuando se realice una declaración positiva, los ayuntamientos implicados deberán adaptar automáticamente su planeamiento a través del procedimiento de innovación que corresponda.
- Criterios de crecimiento urbano del Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (norma 45.4)8: El POTa establece como objetivo la consecución de un modelo de ciudad compacta, permeable y diversificada - “de acuerdo a la tradición mediterránea”.

OBJETIVO: “Con carácter general no se admitirán los crecimientos que supongan incrementos de suelo urbanizable superiores al 40% del suelo urbano existente ni los crecimientos que supongan incrementos de población superiores al 30% en ocho años”

- Evaluación de Impacto Ambiental (EIA): El campo de golf declarado de IT y sus usos complementarios y compatibles serán sometidos a EIA a través del instrumento correspondiente (Ley de GICA 7/2007). Podrá realizarse simultáneamente a la Evaluación de Impacto Ambiental de la innovación del planeamiento urbanístico.
- Caducidad de la Declaración de Interés Turístico: Cada declaración establece los plazos para la ejecución de la obra civil y la implantación efectiva de la instalación, con posibilidad de introducir prórrogas a solicitud del empresario pero teniendo en cuenta un correcto control de ya que pasado ese tiempo, si el promotor no ha cumplido con las expectativas, la Consejería de Turismo puede dictar resolución para que la declaración pierda su efecto.
- Plazo de adaptación de los campos de golf existentes: Se amplía dos años más (2010 a 2012) el plazo para que los complejos actuales elaboren un plan de adaptación a las determinaciones del Decreto.
- Memoria justificativa de la viabilidad y sostenibilidad social y ambiental: Deberá incluirse este estudio adicional, ya que se puede interpretar como una medida compensatoria hacia los representantes sociales (sindicatos, grupos ecologistas,...). **IMPORTANTE:** Tenemos que actuar correctamente ya que para obtener la Declaración de Interés Social, la instalación debe ser respetuosa con el Medio Ambiente y ser rentable desde el punto de vista social (generar empleo). Se debe instar a las instalaciones pero no solo para generar empleo si no también para la creación de puestos de trabajo estables a largo plazo tanto para la explotación deportiva, comercial y turística.



QUE CAMBIOS TAN NOTABLES NOS HA PROPORCIONADO EL NUEVO DECRETO A NIVEL EMPRESARIAL?

Corroboramos que con esta nueva modificación tan esperada del nuevo Decreto afirmamos que favoreció indudablemente las expectativas de negocio inmobiliario del empresariado y pone a su disposición la totalidad del territorio andaluz (siempre que

PUNTOS POSITIVOS PROPORCIONADOS A LA COMUNIDAD DE ANDALUCÍA?

- Ya no es obligatorio la existencia de un PSOT para la construcción de un CGIT.
- No es necesario esperar a su modificación e inclusión de criterios para estas instalaciones (áreas metropolitanas, litoral y áreas interiores protegidas), ya que es la Comisión Técnica (y aprobación del Consejo de Gobierno) la entidad que aprueba o desaprueba, que establece los usos permitidos y los parámetros urbanísticos.
- No sólo se amplía la superficie apta para acoger complejos residenciales de golf, sino que además se favorece su implantación conforme a la ampliación de la cuota de superficie urbana existente (modulación del 40% que establece el POTA) y no esté afectado por otras normas de protección).

COMO CONCLUSION a este nuevo capítulo debemos resaltar el drástico giro de la normativa reguladora de los campos de golf en Andalucía en el corto plazo de dos años (de febrero de 2008 a junio de 2010). Se pasa de una voluntad política de establecer límites al crecimiento desmesurado de estas instalaciones, a una notable permisividad basada en la discutible consideración de que el sector inmobiliario-residencial sigue siendo prioritario. La no obligatoriedad de un Plan Subregional de Ordenación del Territorio y la posibilidad de lo que los municipios usen el golf como herramienta para extender sus usos residenciales (por encima de los límites establecidos por el POTA), son hechos que pueden resultar muy negativos para la concepción del golf como instalaciones de cualificación puramente turística y no como instrumentos al servicio del marketing inmobiliario.

Como hemos ido viendo a lo largo de este estudio, las amenazas y debilidades más destacables de este tipo de turismo, como eran la fragilidad medioambiental y el riesgo de especulación del territorio no se ven reflejados ni protegidos legislativamente, lo que afecta directamente a la sostenibilidad turística.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

Si por parte de la Comunidad Andaluza existe una visión clara acerca del turismo de golf, entendiéndolo como instrumento de turismo desestacionalizador y de calidad, debería haber, por lo tanto una voluntad de sostenibilidad y planificación turística, y cuya mejor forma de demostrarla sería creando un marco legal al respecto.

Al ser un tema que afecta a la totalidad del territorio español, hemos observado que ciertas Comunidades Autónomas, sí han tomado la decisión de especificar esta tipología de turismo en sus leyes, de las cuales hemos recogido ciertos criterios que lo gestionan, lo controlan y lo planifican, y que podrían ser aplicables a la Comunidad Andaluza:

- la exigencia de un estudio de impacto ambiental en la zona en la que vaya a implantarse el campo de golf (aunque ya es obligatorio siempre que se trate de reclasificar suelos)
- contar con la opinión (un informe favorable), de la conserjería de Turismo, así como con la de Cultura, Educación y Deportes
- contar con un número mínimo de hectáreas (o número mínimo de hoyos) en caso de solicitar la creación de oferta complementaria (construcción de hoteles y/o apartahoteles...)
- justificación de agua adecuada para el riego del campo de golf, así como su procedencia (depuración de aguas residuales, desalinización de agua del mar, etc...) obligatorio también.
- limitar un determinado número de edificaciones, y una altura máxima, en caso de querer construir oferta complementaria.
- que los alojamientos turísticos y el campo de golf formen una unidad indivisible inscrita en el Registro de la Propiedad.
- exigir que estos establecimientos operen todo año.



15. CONSECUENCIAS URBANISTICAS EN BASE A ESTAS LEYES.

El alojamiento en segundas residencias continúa siendo minoritario entre los turistas de golf, representando únicamente el 9% del número total de turistas de golf, mientras que cerca del 70% se aloja en hoteles y cerca del 3% acude a casas de amigos y familiares.

Diferenciando en función del origen de los turistas, a pesar de que ha aumentado en los últimos años, destaca la todavía reducida importancia con que cuenta la práctica de golf en los viajes de los españoles. En efecto, en 2010 únicamente en el 0,7% de los viajes aparecía el golf como actividad realizada, si bien este porcentaje había sido del 0,4% en el año anterior. Estos porcentajes contrastan con el 27,1% de los viajes en los que se declaraba en 2010 la práctica de algún otro deporte.

No obstante, cabe señalar la alta proporción de jugadores españoles que juega al golf fuera de su localidad de origen situándose cerca del 90%. En cambio, poco más del 10% únicamente juega en su localidad de residencia.

Murcia, Comunidad Valenciana y Andalucía se muestran como las Comunidades Autónomas donde la proporción de jugadores españoles procedentes de otras regiones es mayor. Así, en la primera de ellas el 70% de los jugadores españoles reside en otras Comunidades, mientras que en la Comunidad de Andalucía el porcentaje de jugadores llegados de otras Comunidades sobre el total de jugadores españoles es del 50% y 40% respectivamente.

Por lo que se refiere a los turistas extranjeros que practican golf en España, destaca el hecho de que gran parte de ellos acuden en las épocas del año en que las condiciones climáticas no les permiten jugar en sus países de residencia. De esta forma, los viajes son realizados fundamentalmente de octubre a junio, con lo que no coinciden con la temporada alta, produciendo un efecto desestacionalizador. Así, en 2010 la entrada del 52,4% de los turistas extranjeros que practicaron golf en España se produjo en este período.

Cabe señalar, no obstante, que los viajeros extranjeros que practican golf en España continúan representando una reducida proporción con respecto al total, si bien este deporte es un atractivo cada vez más importante.

En este sentido, el número de turistas extranjeros que, entre sus actividades de ocio en España, llevan a cabo la práctica del golf ha crecido de forma muy importante, habiéndose multiplicado por más de diez en la última década, hasta situarse en 2010 en 2,6 millones, esto es, el 5% del total de turistas extranjeros.

En cuanto a la procedencia de los turistas extranjeros que jugaron al golf en 2010, el



65% era de nacionalidad británica, situándose a continuación los turistas procedentes de países escandinavos, que supusieron el 15% del total mientras que alemanes y franceses registraron participaciones del 12% y del 5%, respectivamente.

CUADRO 15.1: EVOLUCIÓN, TENDENCIAS Y PREVISIONES PARA EL TURISMO DE GOLF

- En los últimos años se ha producido un fuerte crecimiento en la promoción de viviendas vinculadas a campos de golf, tanto de urbanizaciones con campos de golf propio como en primera línea de campos ya existentes.
- El número total de viviendas nuevas vinculadas a campos de golf que se pusieron a la venta desde 2009 se situó en 25.000 unidades, frente a las 14.000 viviendas año anterior.
- Las adecuadas condiciones climáticas para la práctica del golf que se dan en algunas zonas de España durante todo el año, especialmente en Andalucía y en como otro claro ejemplo en Canarias, han motivado que éstas se sitúen entre los principales destinos de los jugadores europeos.
- En este marco, el reducido nivel de los tipos de interés, la pérdida de atractivo de otras alternativas de inversión y el buen tono en líneas generales del conjunto de la actividad económica han favorecido el desarrollo de la oferta inmobiliaria vinculada a los campos de golf.
- Murcia y la Comunidad Valenciana y la Comunidad de Andalucía son las Comunidades Autónomas que han mostrado un mayor dinamismo en este mercado a lo largo de los últimos años, de forma que tanto en Andalucía como la región de Murcia se puso a la venta entre 2009 y 2010 algo más del 30% del total de viviendas vinculadas a campos de golf, mientras que al considerar a las tres de forma conjunta absorbieron alrededor de las tres cuartas partes.
- Cabe señalar que, junto al buen comportamiento de la demanda, durante los últimos años se ha producido un muy fuerte crecimiento de los precios, superior incluso al experimentado por el resto del mercado de la vivienda. Así, se estima que el precio medio de las viviendas vinculadas a campos de golf ha crecido cerca de un 25% anual.
- De este modo, las viviendas vinculadas a campos de golf puestas a la venta en 2009 alcanzaron un valor de 5.900 millones de euros, habiendo registrado tasas de variación superiores al 60% tanto en 2009 como en 2010.



Tendencias:

Si bien es cierto que los turistas de golf, tanto españoles como extranjeros, se alojan mayoritariamente en establecimientos hoteleros, se prevé que en los próximos años ganará importancia la opción de adquirir viviendas junto a los campos.

- Este hecho se verá favorecido por la progresiva tendencia a instalarse en España durante todo o parte del año por parte de ciudadanos europeos en edad de jubilación, impulsados por el buen clima y la posibilidad de jugar al golf en épocas en que no pueden hacerlo en sus países de origen.
- Será un factor de atracción para nuevos compradores la notable mejora de la oferta, con la construcción de numerosos complejos residenciales, muchos de ellos de gama alta, con campo propio, o bien en las proximidades de instalaciones ya existentes o en proyecto, fruto de la gran importancia que las principales sociedades inmobiliarias continuarán concediendo a la promoción de viviendas orientadas al turismo de golf.
- A corto y medio plazo tendrá lugar un notable aumento de la oferta de viviendas situadas en complejos o *resorts* compuesto por un gran número de viviendas, hoteles y uno o varios campos de golf, los cuales actúan como el principal reclamo y motor de la promoción.
- Se prevé que en los próximos años se acentúe la tendencia a establecer acuerdos de colaboración entre promotoras inmobiliarias y cadenas hoteleras para la construcción y puesta en funcionamiento de los complejos.
- No obstante, la principal amenaza para el crecimiento del sector tiene que ver con las restricciones planteadas en algunas Comunidades a la construcción de nuevos campos de golf.

Previsiones:

- Se espera que en los próximos años se mantenga el elevado ritmo de crecimiento del número de jugadores de golf españoles, así como del número de turistas extranjeros para los que, entre sus actividades de ocio, se encuentra la práctica de este deporte, todos ellos seguirán viéndose atraídos por el incremento y la mejora de la dotación de campos que se está llevando a cabo.
- La cifra de licencias federativas podría alcanzar las 300.00 en el año 2013, manteniendo una tasa anual de crecimiento en el entorno del 10%. Esta cifra supondría que entre 2008 y 2011 se habría multiplicado por tres el número de practicantes españoles de golf.
- El número de turistas extranjeros que practican golf en España en estos últimos años ha ido ascendiendo hasta unos 2,6 millones, continuará gradualmente levándose, creciendo a tasas superiores a las del número total de turistas.

Fuente: DBK Análisis Sectorial y Estratégico. Turismo de golf: promoción inmobiliaria.



CUADRO 15.1.2: OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL TURISMO DE GOLF

OPORTUNIDADES

- Fuerte incremento del número de jugadores de golf, tanto nacionales como
- extranjeros.
- Tendencia a fijar su residencia en zonas donde la práctica del golf sea
- posible durante gran parte del año por ciudadanos europeos en edad de jubilación.
- Disponibilidad de superficie en la que edificar complejos residenciales con campo de golf, todavía poco numerosas.
- Mantenimiento de la tendencia de inversión en vivienda como refugio.
- Apoyo de organismos públicos y privados a la promoción del golf como motor de desarrollo económico.
- Construcción de numerosos campos de golf durante los próximos años.

AMENAZAS

- Efecto sustitución de determinados países en cuanto a la oferta turística de golf: Portugal, Turquía, Marruecos, Túnez.
- Saturación de los campos e infraestructuras vinculadas al golf en determinadas áreas.
- Existencia de numerosas trabas administrativas para la construcción de nuevos campos de golf en determinadas Comunidades Autónomas.
- Presiones de grupos ecologistas sobre el impacto medioambiental negativo de los campos de golf.
- Escasez de agua indeterminadas zonas: incremento de costes.
- Fuerte ritmo de crecimiento de los precios, previsible incremento de los tipos
- de interés: desincentivación de la compra de viviendas.

Fuente: DBK Análisis Sectorial y Estratégico. Turismo de golf: promoción inmobiliaria.

Como hemos podido comprobar los decretos legislativos de esta ley especifican y concretan la regulación sobre la permisión, regulación y construcción de los campos de golf. Tras haber analizado varios aspectos sobre este tipo de turismo, queremos incidir en la divergencia de opiniones que existe entre los defensores y los detractores sobre este tipo de turismo; las empresas privadas que se nutren directa e indirectamente de este tipo de turismo ven a toda costa elementos positivos en la construcción de nuevos campos, con su consecuente urbanización y desarrollo; mientras que por otra parte la población autóctona involucrada lo ve negativamente.

Para *La industria del golf en España; Aymerich Golf Management* la situación actual del sector inmobiliario versus la industria del golf se refleja en el siguiente cuadro:

Nos encontramos ante una evidente explosión del desarrollo inmobiliario ligado al golf que parece no haber hecho más que empezar. La prensa diaria en sus secciones de economía y la prensa especializada se hacen continuamente eco de los datos de la evolución del sector.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

Partiendo de la base que se estima en un 20% la revalorización media de una vivienda por el hecho de estar situada en un campo de golf, la cifra del negocio por dicha revalorización de las viviendas situadas en proyectos inmobiliarios con golf arroja la cifra de 837.239.154 € que repercuten directamente en la valoración económica de la industria del golf en nuestro país.

Cada vez son más los turistas (muchos de ellos anglosajones que practican históricamente este deporte) que visitan la Comunidad Andaluza y deciden comprarse una vivienda. Evidentemente no todas estas viviendas están incluidas en proyectos de golf, pero sí es verdad que para poder ofrecer un producto atractivo y con valor a los clientes extranjeros, es cada vez más apreciado que el proyecto vaya acompañado de instalaciones de golf o que estén en una zona donde abunden.

Históricamente el verdadero impulso turístico del golf en nuestra provincia se vincula al gran crecimiento turístico y urbanístico de los años sesenta; inicialmente como actividad ligada al turismo hotelero y posteriormente al turismo residencial ya que la práctica del golf ofrecía un complemento a la oferta de ocio. En consecuencia, la mayoría de campos de golf se fueron construyendo en las zonas turísticas del litoral, y también desde entonces, los campos de golf solían ligarse a la construcción de nuevas urbanizaciones y Resorts tan próximas a la costa como fuera posible.

En los últimos años, a medida que aumenta la demanda turística de campos de golf y disminuye la disponibilidad de suelo en el entorno más próximo a la costa, los complejos se han ido desplazando cada vez más al interior. Aunque las vistas al mar y la buena orientación son factores decisivos en la oferta del turismo residencial, cada vez más, disponer de promociones con un campo de golf tiende a sustituir algunos de esos requisitos que no siempre se pueden dar a la vez. La existencia de un campo de golf es un factor determinante en la decisión de compra de una vivienda turística, aunque muchos de los clientes no sean jugadores de golf.

(Fuente: La industria del golf en España; Aymerich Golf Managment).

Tras la documentación para la realización de este trabajo hemos observado la diversidad de puntos de vista y opiniones diferentes que existen al respecto de este amplio tema tan de actualidad. Con este recorte de prensa podemos demostrar el impacto tan positivo a nivel internacional que el deporte del golf aporta a España, tanto por su nivel económico como la calidad tan apreciativa que muestra este segmento, por este motivo hemos querido adjuntar algunos artículos de prensa:

Un estudio de la Junta apunta a la Costa del Sol como el destino «de referencia» de un sector que crece en torno al 3% anual.





El turismo del golf dejó en Andalucía el pasado año 2010 un total de 687 millones de euros, con 427.000 visitantes y con la provincia de Málaga como gran punta de lanza al ser la clara zona de referencia –más de 50 campos, lo que representa por encima del 55% de los campos de golf de Andalucía y casi el 30% del total español– y presentar el gasto medio por turista más elevado de toda la comunidad: 102,7 euros diarios, una cifra muy por encima de los 78,8 euros que maneja Cádiz, los 72,4 de Almería y los 52,3 de Huelva.

Un estudio realizado por la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía, el primero que se realiza a nivel de la comunidad desde el año 2005, sostiene que la Costa del Sol se ha convertido en «el destino andaluz de referencia, el más consolidado», caracterizado por «una oferta amplia y de calidades muy diversas» y, según los expertos consultados, por unas comunicaciones «óptimas» (en referencia al aeropuerto de Málaga y al AVE) y una oferta alojara y complementaria «muy diversificada». De esta forma, los agentes encuestados tanto a nivel nacional o internacional coinciden en afirmar que el posicionamiento de Andalucía como destino de turismo de golf está influenciado «muy positivamente» por la imagen que se tiene de la Costa del Sol como «zona pionera», así como por campos como los de Valderrama y Sotogrande, de reconocimiento internacional. Los datos reflejan que el sector del golf ha venido creciendo desde 2005 a una media del 2,8% anual en cuanto a volumen de ingresos y un 3,2% en lo relativo al número de visitantes. El turismo relacionado con la práctica de este deporte/afición genera ya el 2% del total de turistas recibidos en Andalucía y el 4,5% del total de ingresos turísticos.

El único toque de atención que el estudio La demanda de turismo en golf en Andalucía



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

2010 da a Málaga es la posibilidad de mejora la relación calidad-precio, sobre todo por la creciente competencia directa de zonas cercanas. Los agentes consultados apuntan al Algarve portugués como la principal competencia de Andalucía en el rango de destinos golfistas consolidados, a Turquía como principal competencia emergente, y a Marruecos y el área de Lisboa como futuras competidoras. «Los expertos ponen de manifiesto una amenaza creciente e inmediata de los destinos emergentes del Mediterráneo. Aunque mencionan a Croacia, Italia y Grecia, serían los países externos a la zona euro los más intimidantes, destacando Turquía con una oferta de golf creciente en calidad y servicios, aunque aún alejada de los niveles de seguridad que garantizan los destinos de la Unión Europea, señala el estudio.

El tirón de Málaga está relacionado con la amplitud de su oferta y con su popularidad entre el mercado británico y alemán, que se alzan como los principales emisores de turistas hacia Andalucía en el segmento golfista con un perfil de alto poder adquisitivo. La Consejería de Turismo explica en el estudio que, entre los británicos, el perfil predominante es el de un grupo de amigos con edades de 35 años en adelante y un estatus social muy amplio, compañeros expertos pertenecientes a la misma asociación o club, y que buscan campos de golf de calidad y, sobre todo, una oferta complementaria y de ocio diversificada.

Suelen preferir destinos que cuenten con vuelos directos con sus poblaciones de origen, así como traslados cortos tanto entre el aeropuerto y el destino como entre los campos de golf. La Costa del Sol es su destino preferido. Analizando el gasto medio diario de estos turistas en cada provincia se comprueba que en Málaga es el peso de lo destinado a alojamiento, compras, restaurantes y otras actividades el que le hace liderar la clasificación de gasto diario medio por turista. En este sentido, el estudio de la Junta confirma que el turista de golf que visita Málaga aparece como el más activo, en la medida en la que realiza gran variedad de actividades como complemento a la práctica del golf, incluido por supuesto el disfrute de la oferta de sol y playa. Teniendo en cuenta la relación entre la actividad de golf del turista y su estancia en el destino se observa así que en Málaga es precisamente donde el turista de golf sale al campo en menor proporción (4,6 salidas al campo en una estancia media de 15,8 días), mientras que en el otro extremo se encuentra Cádiz, cuyos turistas presentan mayor actividad con 3,5 salidas al campo con una estancia media de 6,9 días.

[Información en canales.opinionmalaga.com](http://canales.opinionmalaga.com)

15.2 CONSECUENCIAS ECONÓMICAS EN EL SECTOR DEL GOLF:

En la actualidad del mundo del golf hay una diversidad de empresa promotoras del negocio del golf que mueven acerca de 2.673.000.000 millones de euros al año. Podemos



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

confirmar que en el sector económico del golf ha influido la situación económica española y solicitan ayuda a la Administración.

Como hemos comentado en el estudio el estado español existen alrededor de 417 campos de golf, la mayoría asociados a urbanizaciones de lujo. El consumo de agua de un campo de golf es similar al de una población de 150.000 personas. Con la crisis las viviendas no se venden y los greens no se pueden mantener. Los promotores quieren que los Ayuntamientos se encarguen de los campos de golf.

Un campo de golf de 18 hoyos y 60 hectáreas consume **1.500.000 litros de agua al día**, con lo cual este dato lo multiplicamos x la cantidad de campos de golf y se dispara el consumo de agua. Hasta ahora los “pelotazos urbanísticos” y la construcción de estos centros estaban asociados: en los últimos 10 años se han construido 112 campos, el 90% promovidos por inmobiliarias. A causa de la crisis las viviendas no se venden y la construcción de campos de golf se ha parado, unos 150 nuevos proyectos programados en los últimos dos años, no se han ejecutado.

PODEMOS HABLAR DE INSOSTENIBILIDAD ECONÓMICA GOLFISTA?

El negocio del golf podría llegar a ser insostenible ya que se esquilma un recurso escaso como es el agua en beneficio del negocio privado de unos pocos. Según Ecologistas en Acción, en un año el consumo medio de agua de un campo de golf de 18 hoyos y 60 hectáreas es de 10.000 metros cúbicos de agua por hectárea, es decir 18 hectómetros cúbicos (cifra que se multiplica por dos en Andalucía). Este volumen equivale al consumo anual de una ciudad de entre 150.000 y 200.000 habitantes.

Los recorridos y el número de hoyos marcan el atractivo del campo: si tiene 18 se necesitan como mínimo 50 hectáreas de terreno. Pero también los hay de 9, 27, 36, 54 y 60 hoyos. Además, el campo de golf necesita un green de unos 800 m² por hoyo.

Ocupación del territorio

En zonas urbanizadas es imposible conseguir tanta cantidad de terreno, por eso se ocupan terrenos no urbanizables y áreas próximas a espacios naturales que se privatizan con la intención de recalificar los terrenos y construir urbanizaciones asociadas al golf.

Tenemos que asumir que cada vez se agotan los espacios próximos a la costa, esto conlleva al cambio de compra de terrenos desviándonos a terrenos de usos agrícolas y forestales. Esta ocupación de tierras para el sector del ocio privado de una élite ha ido en pérdida en el sector primario, la producción de alimentos.

Entre 2000 y 2010, años de creciente sequía, se construyeron más de 100 campos de golf, mientras la Administración llevaba a cabo campañas que pedían cerrar el grifo. De los 417



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

campos de golf del Estado español, 102 se han construido en Andalucía y es la provincia de Málaga donde más campos hay, más de 50, la mayoría asociados a urbanizaciones de Marbella y Mijas. Por comunidades le siguen Cataluña, con 46, Castilla y León 37, País Valencia 37, Galicia 33, Madrid 32, Canarias 23, Baleares 21 y Murcia con 18, entre otras. Por provincias el listado lo encabeza Madrid, Barcelona, Málaga, Murcia y Alicante en quinto lugar.

Los alcaldes defienden los proyectos de las constructoras con la excusa del empleo, aunque un campo de golf sólo necesita una plantilla de 36 personas. Pero el verdadero negocio está en las viviendas asociadas, que se revalorizan entre un 50% y 30% más, según estén o no en primera línea del campo. No son viviendas de primera ocupación, son adquiridas por inversores del golf y por familias de clase media que las usan como segunda residencia o como residencia vacacional.

Esta depredación del territorio de un negocio privado con recursos públicos tiene otras consecuencias graves como la contaminación del subsuelo. Los campos de golf necesitan gran cantidad de abonos y fitosanitarios que van a parar a los acuíferos.

CUAL SERÁ EL MEJOR JUGADOR?, NACIO NAL O INTERNACIONAL EN EL AMBITO GOLFISTA??

El golf es un deporte que practica el 0,67% de la población, según datos de la Federación de Golf de España. En el Estado español están federadas aproximadamente cerca de 350.000 personas, de las cuales la mayoría son turistas que vienen a jugar aprovechando el buen tiempo. Para poder jugar al golf es **necesario estar federado** y pagar bastante dinero. Un ejemplo claro, para ser socio del campo de golf del Parador de Málaga Golf hay que pagar una tasa mensual de 590€ mensuales que calculado anualmente llega ascender a 7080€.

Podemos hacernos una clara idea que este tipo de deporte no está al alcance de cualquier persona ya que principalmente definimos como “jugadores de alto nivel adquisitivo a los que les gusta viajar por todo el mundo para descubrir nuevos campos de golf”. Estos turistas generan cuatro veces más ingresos que un turista normal, y el doble que un golfista del Estado español.

La creación de nuevos campos, con green y recorridos diferentes, es un incentivo que atrae a estos viajeros ricos. Y en esa fiebre de nuevos campos el Estado español ocupa los primeros puestos encabezando en el ranking la comunidad de Andalucía ya que es el primer destino de los golfistas de Europa, los que provienen de Alemania, Inglaterra y Noruega, y el segundo destino del mundo, tras EE UU.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

El número de reservas por turistas del golf en la Costa del Sol descendió en 2009 un 37% respecto al año anterior. Mientras, los empresarios del golf se empeñan en justificar el negocio intentando que calen mensajes como que el negocio del golf es “una industria”, “generador de riqueza”, o “motor de desarrollo...”. Este mensaje ha calado en la Junta de Andalucía, que aprobó un decreto como hemos podido comprobar anteriormente el cual potencia los campos de golf considerados ya un Bien de Interés Turístico.

Según el informe Aymerich, sólo **en 2006 el golf movió más de 2.673 millones de euros**, incluidos, entre otros, los ingresos por el turismo del golf y el negocio por la venta de viviendas, con este dato podemos confirmar que “el golf ha estado colgado de la actividad inmobiliaria, ofreciendo un atractivo especial: aumentaba el valor de las casas. Con la decaída del sector inmobiliario sumado a la crisis nacional sería uno de los principales derrumbes del sector del golf ya que se muestra en una situación de poco movimiento de compra, con lo cual se prevé la paralización de la venta de viviendas a un volumen necesario para no construir nuevos campos de golf”. El 90% de los campos de golf son privados promovidos por inmobiliarias o grandes empresas del turismo, sólo un 9,1% son ‘públicos’, contruidos con fondos de la Administración pero gestionados casi todos por empresas privadas.

Informe realizado por Francisco Aymerich, gestor de campos de golf.

A continuación con el siguiente informativo de prensa podemos comprobar que el sector del golf también se ve afectado por la crisis económica española, aunque los ingresos anuales según su demanda generada viene a reflejar buenos movimientos impulsando con fuerza este sector.



La ciudad de Málaga atrajo a 300.000 jugadores en 2012, el 80% extranjeros.

Málaga consigue 400 millones con sus circuitos de golf



El turismo vinculado al golf dejó el pasado año en la provincia de Málaga unos 400 millones de euros. Este segmento se ha convertido en una de las joyas de la corona de la actividad turística en la Costa del Sol. Atrajo en 2012 a cerca de 300.000 turistas y las perspectivas de crecimiento se mantienen a pesar del contexto económico. Según Arturo Bernal, director gerente del Patronato de Turismo de la Costa del Sol, la previsión para 2013 es aumentar un 4,5% el número de visitantes. Bernal ha destacado que el segmento de golf ya supone el 10% de la actividad económica que genera el sector en la zona. Los 400 millones facturados en 2012, ascienden hasta 900 millones si se contabiliza la repercusión indirecta, siempre según datos del patronato. **Mayor resistencia a la crisis.** Málaga defiende su apuesta por esta actividad deportiva por su resistencia la crisis económica y su carácter “desestacionalizador”. El turista de golf tiene un alto poder adquisitivo y gasta por encima del vacacional. De hecho, según un estudio realizado para el conjunto de España, el gasto se cifra en 171 euros. La procedencia es, principalmente, de Reino Unido, Alemania, los países escandinavos, Irlanda y Centro Europa. El 80 % de los jugadores de golf en la provincia son extranjeros, siendo el 20 por ciento restante de España. Su estancia suele



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

durar unos 10 días y viajan principalmente en pareja; se alojan en hoteles, preferentemente de cuatro estrellas y en régimen de media pensión.

La calidad importa más que el precio. El gerente del Patronato ha apuntado que los touroperadores están trasladando que muchos jugadores, y por tanto turistas, "no se fijan tanto en el precio sino en la calidad" que se presta. Por ello, el desarrollo de la actividad en los próximos años pasa por asegurar un alto nivel en el servicio prestado. En este sentido, Bernal ha señalado que se están "ganando batallas" con respecto a destinos más baratos como Portugal o Turquía. Pese a este enfoque, también ha agradecido el "esfuerzo" de los empresarios por no incrementar los precios a pesar de la subida del IVA. **Los mejores palos de golf.**

Para corroborar la apuesta por mejorar el servicio, este viernes se presentó también la Asociación de Alquiler de Palos de Golf de Calidad, Qualygolf. Se trata de un colectivo pionero en España, según ha indicado su presidente, Francisco Gómez, que nace con el objetivo de garantizar la calidad en los servicios prestados a los jugadores. "Nos han calificado como el mejor destino de golf de Europa y ahora somos el primer destino con garantía de calidad", ha apostillado Al realizar una reserva en alguno de estas instalaciones se asegurará que recibirán juegos de palos completos de primeras marcas, en perfecto estado de mantenimiento y un servicio de atención por encima de la media, ha explicado.

<http://www.europapress.es/noticia>



16. ANALISIS D.A.F.O. Y CONCLUSIONES



El siguiente D.A.F.O. nos va a permitir poner en relación el análisis del entorno exterior del que surgen las oportunidades y las amenazas con las fortalezas y las debilidades de la organización. Por amenazas se consideran aquellas fuerzas del entorno que incrementan los riesgos e impiden el desarrollo de una estrategia. Oportunidad es toda posibilidad de mejorar la posición de la organización. Las fortalezas son las ventajas competitivas de la empresa con respecto a sus competidores. Y debilidades son los factores negativos de la empresa que imposibilitan el desarrollo de estrategias.

DEBILIDADES:

- Necesidad de mayor preparación por parte de los encargados de la concepción de proyectos de campos de golf, incluyendo desde la primera fase de la planificación, pasando por el diseño, construcción y mantenimiento.
- Falta de personal cualificado para la explotación de este tipo de instalaciones, que con conocimientos suficientes del mercado sean capaces de establecer estrategias para alcanzar objetivos previamente establecidos.
- Falta de información y datos veraces para determinar la rentabilidad y viabilidad de este tipo de empresas, adoptando las políticas correctoras que sean necesarias.
- Falta de comunicación entre los campos, desaprovechando inversiones y proyectando mala imagen, así como infrautilizando las potenciales sinergias que se derivarían de tal coordinación.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- Saturación de las instalaciones, impidiendo el acceso en las épocas de temporada alta y limitando el desarrollo de un turismo de golf, con el consiguiente peligro de desvío de mercados hacia otros destinos golfísticos.
- El deterioro ocasionado en algunas ocasiones por la implantación de campos que han supuesto transformaciones agresivas del entorno, si bien éstos responden a concepciones más antiguas, no presentándose en los campos de más reciente creación, donde el respeto por conservar las características del entorno se tienen más en consideración.
- Falta de políticas de promoción conjunta para la captación de mercados, aunando esfuerzos que aseguren el éxito.
- Dificultades para la realización de los numerosos trámites y permisos administrativos que la construcción de un campo de golf implica.
- Impedimentos económicos para abordar la construcción de campos de golf que, debido a la fuerte inversión que suponen, deben surgir al amparo de otros planteamientos inmobiliarios, supeditando la finalidad y la posibilidad del juego a la rentabilidad de la promoción.

AMENAZAS:

- Escasez de recursos hídricos en la zona mediterránea y la fuerte dependencia que de ellas tienen los campos de golf.
- Fuertes presiones sociales, amparadas a menudo por el desconocimiento, que tratan de relegar y limitar la expansión del golf, especialmente por anticuados perjuicios medioambientales y que son, en su mayoría, evitables.
- La aparición de destinos competidores que luchan por la captación de los mercados ya tradicionales de la Costa del Sol, así como de aquellos que suponen nuevas alternativas, caso del mercado americano o el japonés.
- La mala prensa que, por causa de saturación de los campos se crea a nivel internacional, pudiendo ocasionar el desvío de importantes segmentos de mercados a otros países competidores.
- Falta de una adecuada legislación propia para el fomento del golf que facilite y permita la construcción de campos y el desarrollo del deporte.
- Ausencia de campos públicos, auténticos motores del arraigo y fomento del golf.

FORTALEZAS:

- Calidad y reconocimiento de las instalaciones de nuestros campos de golf, que se dieron a conocer en la década de los sesenta y para los que la reciente celebración de la Ryder Cup, en Cádiz, ha supuesto la difusión internacional de la Costa del Sol como destino golfístico por excelencia.
- Una buena situación del entorno de los campos de golf en cuanto a oferta de alojamiento e infraestructura hotelera, accesos y comunicaciones, servicios complementarios y calidad y conservación del paisaje.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- Precios de los green fees y de los servicios complementarios del campo acorde con la media de otros destinos de oferta similar.
- Predominio de campos cuyos diseños sobre terrenos suaves y sin excesivas complicaciones responden a las características demandadas por los turistas de golf, teniendo especialmente en cuenta la edad media de los jugadores que nos visitan.
- Concienciación del sector hacia una gestión responsable con la protección del medio ambiente, adoptando prácticas de mantenimiento acordes con esta filosofía.
- Efecto desestacionalizador del turismo de golf, compensando las graves deficiencias que sobre la estructura productiva ocasiona la elevada concentración de turistas en determinadas épocas del año.
- La aparición de figuras españolas y malagueñas que han adquirido fama internacional, que acercan y familiarizan el deporte, haciéndolo accesible a mayor número de población.

OPORTUNIDADES:

- Fuerte desarrollo del golf, tanto a nivel mundial como nacional, con un espectacular crecimiento en el número de jugadores.
- Mayor necesidad de la población de ocupar el tiempo dedicado al ocio. El golf, que por sus características permite su juego a individuos de todas las edades se convierte en una extraordinaria alternativa cuando aumentan las expectativas de vida y disminuye el tiempo de trabajo.
- Celebración de acontecimientos deportivos de trascendencia internacional que dan a conocer los campos de la Costa del Sol a nivel mundial.
- El clima de la zona mediterránea, caracterizado por agradables temperaturas a lo largo de todo el año, permitiendo un juego casi sin interrupción.
- Existencia de una amplia oferta complementaria que permite el desarrollo y consolidación de un turismo de golf. Aquí se incluye una extensa oferta de servicios y espectáculos, bares y restaurantes, fiestas populares y gastronomía propia andaluza.
- Infraestructuras de comunicación, tales como carreteras, autovías, autopistas y un aeropuerto de importante tráfico nacional e internacional.
- Adecuada oferta de alojamientos, tanto en número de plazas como en la calidad de las construcciones que pone a disposición del turista hoteles de diversas categorías, apartamentos turísticos y complejos residenciales.
- Desarrollo de un tipo de turismo que busca tranquilidad y deporte al aire libre, que en el caso del golf, alcanza su máximo exponente.
- Necesidad de buscar alternativas al turismo de “sol y playa”, que descubran otra imagen de Andalucía y de la Costa del Sol en particular.
- Mejor y mayor conocimiento del producto Golf como creador de valor, no sólo a nivel económico y urbanístico sino de conservación y protección del entorno, mejora de la calidad de vida y de desarrollo socio cultural a su alrededor.
- Concienciación de la Administración de la trascendencia del golf sobre amplios sectores de la economía, tanto local como regional.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- Formación y preparación de nuevos profesionales para las labores de dirección y gestión de los campos, con una sólida e indispensable cultura empresarial.

En base a esto, proponemos las siguientes estrategias a adoptar por los campos de golf malagueños:

Estrategias de diferenciación:

- Consolidación de los mercados existentes, así como la captación de potenciales mercados. Predominan en nuestros campos los jugadores británicos, alemanes y escandinavos, a los que es necesario prestarles la máxima atención para evitar su desvío a otros destinos competidores. Por otro lado es interesante y necesario anticiparse en la captación de mercados emisores como el americano o el japonés.
- Favorecer el conocimiento de Málaga y su provincia como destino de golf, a través de su presencia en los medios de comunicación relacionados con el sector, especialmente prensa y revistas nacionales e internacionales, así como en la celebración de acontecimientos golfísticos.
- Aceptación de la necesidad de desarrollar una cultura basada en la atención al cliente, adoptando sistemas de Gestión de la Calidad que favorezcan y mejoren la imagen de nuestros campos.
- Promover y facilitar la aceptación social de los campos de golf partiendo de principios de protección medioambiental, haciendo partícipe a la población de los efectos positivos que de tales actuaciones pueden y deben derivarse.

Estrategias de liderazgo en costes:

- Adopción de prácticas de mantenimiento bajo premisas de protección medioambiental, respetando las características naturales de su entorno y asegurando la rentabilidad de la explotación económica.
- Desarrollar los nuevos proyectos de campos de golf bajo una rigurosa preparación técnica y profesional, contemplando las diferentes fases desde la concepción de la idea hasta la materialización del proyecto, evitando la forzosa realización de modificaciones, perjudiciales para la rentabilidad y la imagen del campo.
- Fomentar la comunicación ente los campos con objeto de coordinar acciones y aprovechar las inversiones en promoción y captación de jugadores, permitiendo a su vez la mejor actuación de los touroperadores y otros agentes intermediarios.
- Favorecer y alentar la formación de profesionales del golf, tanto a nivel de juego como de técnicas de gestión y creación de campos de golf.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

A partir del análisis DAFO realizado, es posible formular los siguientes ejes estratégicos de desarrollo del producto golf en la Costa del Sol:



16.1 CONCLUSION:

Una vez finalizado el Trabajo Final de Carrera hemos llegado a las siguientes conclusiones, y es que en lo que refiere a la información relativa al turismo de golf, se establecen a priori dos posiciones radicalmente opuestas. Por un lado aquella que es defensora a ultranza, y la que en el otro extremo, es totalmente detractora.

La primera postura, los defensores, ponen de relieve principalmente los beneficios económicos y la alternativa turística a corto plazo que representa, frente a la planificación urbanística o viabilidad medioambiental; ésta aunque menos rentable en un primer momento a nivel económico, puede permitir una sostenibilidad a largo plazo.

La segunda postura, los detractores, opinan que turismo de golf y conservación del entorno son dos términos totalmente opuestos; se niegan en rotundo a aceptar que hay una solución intermedia entre ambas posturas, lo único por lo que abogan es por la defensa del entorno medio-ambiental y la crítica a cualquier forma de urbanismo sin llegar a plantearse que ambas cosas son posibles.

Desde mi punto de vista, creo que el poder casar ambas posturas sería lo más apropiado para el futuro de la provincia de Málaga. Por otro lado creo que a nivel urbanístico, el fantasma de la especulación planea sobre el turismo de golf, que se ve regido por la Ley Reguladora de la Actividad Urbanística, la cual deja en manos de cada Ayuntamiento la decisión de aprobar o denegar la creación de un campo de golf, en el terreno que le compete.

A nivel medioambiental, este tipo de turismo se ve intrínsecamente ligado a los recursos naturales, que son bienes escasos y por lo tanto requieren de una muy cuidadosa gestión y protección.

También opino que el turismo de golf ofrece importantes oportunidades de dinamizar un destino maduro, como es el caso del de la provincia de Málaga, que tiene gran aceptación y alta demanda creciente, así como fuertes ingresos, como hemos podido ir viendo a lo largo del trabajo.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

Pese a la presión de sus detractores, un plan de viabilidad (según LRAU) es necesario para su aprobación, es decir que existe la posibilidad de que un campo de golf no perjudique al entorno, sino que incluso, pueda llegar a mantenerlo, siempre y cuando se gestione adecuadamente.

La situación de España como lugar de destino de los turistas de golf se va consolidando con el transcurso de los años. Actualmente España se sitúa en una posición de liderazgo en el turismo de golf y aún mas potencialmente la Provincia de Málaga, uno de los destino de todo el país con una fuerte demanda, recibiendo a uno de cada cuatro turistas de golf internacional.

Para finalizar mi punto de vista y comentando el proyecto de carrera con una de las personas que ha podido aconsejarme lo mejor posible de este tipo de deporte, como amiga y como excelente jugadora “**Capucine Aude Brana**” podemos llegar a concluir que es un segmento muy presente en la provincia de Málaga ya sea potenciando a la ciudad como lugar atractivo de este deporte y como no potenciando su Turismo a nivel internacional.



17. GLOSARIO

- **BUNKER:** es un obstáculo en el que el césped o el terreno han sido sustituidos por arena o similar. Una bola está en un bunker cuando reposa en, o cualquier parte de ella toca el bunker.
- **CADDIE:** Un caddie es quien lleva los palos de un jugador durante el juego y por otro lado le ayuda de acuerdo con las Reglas. Cuando un caddie es empleado por más de un jugador, siempre se considera que es el caddie del jugador cuya bola se haya implicada, y el equipo que transporta se considera el equipo de éste, excepto cuando el caddie actúa bajo órdenes específicas de otro jugador, en cuyo caso se considera el caddie de este otro jugador.
- **CALIDAD:** La calidad de los campos y clubes de golf, así como en los servicios prestados mediante sistemas de certificación de la calidad.
- **COOPERACIÓN:** La cooperación en materia turística entre los distintos países de la región Andaluza se hace imprescindible para el avance del segmento de golf y del sector turismo en general.
- **COORDINACIÓN PÚBLICO – PRIVADA:** Una mayor implicación de las diferentes administraciones públicas así como promover una coordinación público-privada.
- **DRIVING RANGE:** campo de prácticas.
- **FORMACIÓN ESPECÍFICA:** Profesionalización del segmento de golf, más formación especializada.
- **GOLFISTICO:** Relativo al golf.
- **GREEN:** es todo aquel terreno del hoyo que está especialmente preparado para el putt. Una bola está en el green cuando cualquier parte de la misma toca el green.
- **HANDICAP:** Sistema que resta una cantidad de golpes de las puntuaciones de los jugadores más débiles para permitir a jugadores de varios niveles jugar uno contra el otro, teóricamente igualados. El handicap suele estar basado en la puntuación media obtenida por un jugador en un campo estándar.
- **HOYO:** Tiene dos posibles significados: Por un lado cada uno de los hoyos de un campo lo compone la zona comprendida entre el tee y el green. Por otro lado, dentro del green el hoyo es donde pretendemos meter la bola.
Tiene un diámetro de 108 mm (4 1/4 de pulgada) y por lo menos 100 mm (4 pulgadas) de profundidad.
- **MARCA:** Imagen de marca del Mediterráneo como destino turístico integral.
- **MEDIO AMBIENTE:** Sensibilidad Ambiental. Implantación de Sistemas de Gestión Medioambiental.
- **NUEVOS PRODUCTOS:** Diseño y creación de nuevos productos adaptados a la demanda, como “Golf & Wellness”, “Golf& Horses”, “Golf&Business”, “Low Cost Golf”.
- **POLÍTICA DE PRECIOS:** Una política de precios adecuada a la demanda.
- **PUTT:** golpe dado con el "putter" y que se suele utilizar en el green.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- **TEE:** es un soporte, normalmente de madera o de plástico, para acomodar la bola en el Tee de salida.
- **TEE DE SALIDA:** es el sitio desde el que se inicia el juego en un hoyo. Es un área rectangular con una profundidad de dos palos, cuyo frente y costados están definidos por la parte externa de dos marcas. Una bola está fuera del lugar de salida cuando toda ella reposa fuera de esta área.



18. BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS

- AMORÓS BERNABÉU, Francisco (2002): El Turismo de Golf en la Costa del Sol: Aproximación a su impacto económico
 - AMORÓS BERNABÉU, Francisco (2004): El turismo de golf: el caso de la costa del Sol, Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid.
 - BORREGO DOMÍNGUEZ, Susana, tesis doctoral (2001): Implantación y gestión de los campos de golf orientados al turismo. Análisis de los campos de golf malagueños, Málaga.
 - De ORBANEJA, Iñigo (2006): Oferta turística complementaria en Andalucía: Estudio económico del turismo de golf en España.
 - ESCORZA DOBLAS, Francisca (2001): El turismo en la costa del Sol, Analisis geográfica, Diputación Málaga.
- 5.4 ORTEGA MARTÍNEZ, Enrique (2003): La internacionalización del turismo de golf en España: una puerta al turismo sostenible, Thomson, Madrid
- 5.5 PANIZA PRADOS, José Luis (2005): La percepción social del golf en Andalucía. Consejería de Comercio Turismo y Deporte.
- 6.10 PANIZA PRADOS, José Luis (2005): El golf como fenómeno deportivo turístico. En Blanquer, D. (coord.) Salud, deporte y turismo. Ed. Tirant Lo Blanch
- 6.11 PANIZA PRADOS, José Luis (dir), Junta de Andalucía, consejería de turismo, comercio y deporte (2010): Empleo y formación en los campos de golf de Andalucía
- 6.12 TOUS ZAMORA, Dolores; BORREGO DOMÍNGUEZ, Susana (2001): Campos de Golf y turismo, Málaga

REVISTAS ESPECIALIZADAS

- Real Federación Andaluza de Golf (2011): *Guía de campos de golf y calendario oficial de competiciones 2011*, Málaga
- ALCOSOL, S.A. y la Delegación de turismo de la mancomunidad de municipios de la costa del sol occidental (2011): *Costa del golf occidental, campos de golf regados con agua regenerada*.
- GOLFDIGEST La revista del golf número 1 del mundo.

WEBS

- <http://www.aeggolf.org/>
- <http://www.andalucia.org/es/golf/>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Costa_del_Sol
- <http://www.euroresidentes.com/golf/campos-spain.htm>
- <http://golfymedioambiente.com/>
- <http://www.golf-directo.com/>



- http://issuu.com/rdgolfconsulting/docs/servicios_adaptacion_decreto
- <http://www.rfegolf.es/default.aspx>
- <http://rfga.org/es>
- <http://www.promotur.es/>
- <http://www.segalesgolf.com/>
- <http://www.sopde.es/>
- <http://www.2.unwto.org>
- <http://www.iet.tourspain.es/en-EN/Paginas/default.aspx>
- <http://www.juntadeandalucia.es/index.html>
- <http://www.hosteltur.com/edicion-impresa>

ARTÍCULOS DE PRENSA.

- IDEAS, 18 junio 2003: *Málaga y Cádiz necesitan 30 nuevos campos de golf, según promotores.*
- EUROPA PRESS, 20 abril 2013: *Málaga consigue 400 millones con sus circuitos de golf*
- EUROPA PRESS, 19 mayo 2013: *El turismo de golf deja unos 400 millones de euros en 2012 y prevé un crecimiento de un 5%.*
- LA OPINION DE MALAGA, 14 MAYO 2011: *El turista de golf se deja 102 euros al día en Málaga, líder del sector andaluz*
- ANDALUCIATURISMODIGITAL.COM, 26 marzo 2013: *La Federación Española de Golf ratifica a 'La Cala Resort' de Mijas como el mayor complejo golfístico español*

7 Documentos de promoción turística

- Asociación Andaluza de Gerentes de Golf (2011): Los RRHH y los campos de Golf en Andalucía.
- Centro Euro-mediterráneo de conocimiento, innovación y formación turística, la Cámara de Comercio de Málaga, grupo GDT y Globo empresa (2006): El producto turístico de Golf en los países del mediterráneo.
- Junta de Andalucía, la Unión Europea, Red CSEA, grupo GDT y CEA (2009): Estudio del mercado y valoración del turismo de golf en Andalucía
- Junta de Andalucía, consejería de turismo, comercio y deporte (2005): Análisis del empleo y la formación en los campos de golf de Andalucía, respaldado por la Universidad de Granada.
- Junta de Andalucía, consejería de turismo, comercio y deporte (2011): Turismo de Golf en Andalucía.



“TURISMO Y DESARROLLO DEL GOLF EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA”

- GRUPO SEGALES (2012) : Diseño de un campo de Golf
- PROMOTUR, departamento de estudios (2005): Informe acerca del impacto económico generado en Andalucía por la industria del Golf
- PROMOTUR, CEA (2008): Foro sobre el nuevo decreto de campos de golf en Andalucía.
- SOPFRE (2000): Análisis del turismo de golf: el peso de la provincia de Málaga, Informe turístico del golf.

