



Por Elisa Prados Pérez

El turismo de golf como elemento de diversificación y diferenciación en el negocio hotelero

1. TURISMO Y GOLF: UN BINOMIO QUE FUNCIONA

Si el siglo XX ha sido el siglo de la revolución tecnológica, el siglo XXI va a ser el de la revolución del ocio, el de la cultura del ocio. El aumento de la calidad de vida y la disponibilidad de mayor tiempo para el esparcimiento, va a conllevar un aumento de las demandas de ocio.

Es una constante en la evolución del sector turístico la diversificación del abanico de

posibilidades de ocio que oferta para hacer más entretenida la estancia del turista. La realización de actividades deportivas, ya se trate de grandes acontecimientos deportivos, o bien el desplazamiento turístico para participar de forma activa en ellos, constituye un importante elemento complementario al turismo tradicional de sol y playa. Entre las distintas actividades deportivas destaca especialmente el deporte del golf, que está adquiriendo una extraordinaria relevancia en los últimos años.

Se ha producido un cambio de

filosofía, inspirada en la calidad y en una oferta diversificada. El turismo de golf se confirma como una interesante alternativa de especialización para la oferta turística. Es uno de los segmentos de mayor relevancia en la actualidad, impulsado en los últimos años por el interés mostrado por las Administraciones Central y Autonómicas, cuyas políticas se han dirigido hacia la promoción y el desarrollo de este tipo de oferta cualificada.

El importante aumento de los campos de golf, el clima favorable, la infraestructura hotele-

ra y los precios estables han supuesto un incremento en el número de jugadores tanto a nivel local como internacional que nos visita. De esta manera, la demanda del mercado de golf refleja un continuo crecimiento: turistas procedentes fundamentalmente de Reino Unido, Suecia, Alemania y Francia. El mercado europeo es, por sus características y su proximidad, el principal foco de demanda actual y potencial de la oferta de golf andaluza. Pero no hemos de perder de vista otros mercados como el japonés y de manera preferente el crecimiento de segmentos específicos como la tercera edad.

2. LA IMPORTANTE REPERCUSION TURISTICA DEL GOLF: DE OFERTA COMPLEMENTARIA A ESPECIFICO SEGMENTO DE LA DEMANDA TURISTICA. SU ESPECIAL SIGNIFICACION EN LOS ALOJAMIENTOS HOTELEROS

Inicialmente, el golf apareció como un elemento más de diversificación. Con el tiempo se ha convertido, de una manera progresiva, en un motor de muchas economías locales, habida cuenta de la buena experiencia de desarrollo de este específico segmento del sector turístico y del conjunto de las actividades económicas que arrastra la construcción de estos campos deportivos.

El turismo de golf es una actividad generadora de inversiones, puesto que a las del campo propiamente dicho se suman las de hoteles, urbanizaciones y servicios en general, estimándose que la inversión

en golf y la inversión inmobiliaria inducida en el entorno siguen una proporción de 1 a 400. Dado el carácter polivalente de los campos de golf, destinados, además del turismo, a la promoción inmobiliaria y al uso deportivo, es muy interesante su promoción y desarrollo.

Siendo cada vez más importante la contribución del golf en el turismo, se trata de incentivar este segmento turístico fundamentalmente por dos cuestiones: por un lado, porque atrae a un turismo de calidad, crea un mercado de nivel económico medio-alto, ya que el turista de golf gasta entre 2,5 y 4 veces más que el turista medio; y por otro lado, porque contribuye a incentivar el turismo de invierno, con beneficiosas repercusiones frente a la estacionalidad.

Así, uno de los caminos más indicados para atraer el turismo de invierno de calidad, es potenciar el deporte de golf, de fuerte arraigo en los países anglosajones y nórdicos los cuales, precisamente en las épocas de invierno, por las características climáticas que tienen los aficionados, se ven imposibilitado para practicarlos en sus países de origen. De esta manera, el turismo de golf equivale a un turismo de invierno, cuya temporada, de octubre a marzo, coincide con la temporada baja del turismo tradicional de sol y playa, y contribuye a compensar la fuerte estacionalidad veraniega de la que adolece el sector.

Los campos de golf han propiciado la ansiada desestacionalización turística y han hecho que la temporada alta no se limite ya a los tradicionales meses de verano. A modo de ejemplo, dos touroperadores

alemanes, Frosch Touristik y Sidetour, traerán a la Costa del Sol a más de 20.000 turistas entre los próximos meses de octubre de 1999 y abril del 2000, un período de tiempo considerado de temporada media o baja tras la temporada de verano. De esta forma, España se va a configurar como una de las primeras zonas receptoras de Europa por evidentes razones climáticas y geográficas. Así, los campos de golf permanecen abiertos todo el año frente a los cuatro mil del Norte de Europa cerrado cinco meses al año. Por este y otros motivos, las Administraciones públicas están cada vez dedicando más recursos a la promoción del golf en el segmento turístico, consciente del gran valor añadido que supone este tipo de clientela, que genera más recursos que el turista habitual catalogado como de sol y playa.

Este turismo especializado está



generando una específica demanda de alojamientos, touroperadores que se están especializando, así como, incluso, agencias de viajes en este concreto producto turístico.

En cuanto a los alojamientos, merecen destacarse los esfuerzos que Paradores de Turismo está realizando para dar a conocer la oferta que en materia de golf presenta esta red de establecimientos. Este interés se traduce económicamente en una inversión de más de sesenta y siete millones de pesetas en colaboración con Turespaña y cuyo objetivo primordial es la promoción de la extensa oferta española en los mercados internacionales para atraer un turismo de calidad.

En este sentido, destacar como caso paradigmático, el campo de golf del Parador de Málaga ha acogido la primera cita española del Tour europeo 99. Este campo se remonta a los años 20, cuando la princesa Beatriz de Battemberg, madre de la Reina Victoria Eugenia, pasaba los inviernos en Málaga por prescripción facultativa. Con el objeto de complacer a tan ilustre visitante se inició su construcción, colocándose la primera piedra en 1929. Tom Simpson, el arquitecto de los campos de Turnberry y Muirfield, en Escocia, fue el encargado de su diseño. Este mismo campo en 1998, contabilizó 52.000 salidas, de las que el 30% correspondió a españoles y el 70% a extranjeros, predominando los británicos y escandinavos.

Dejando al sector público del alojamiento, también el sector privado está realizando un importante esfuerzo de especialización en este segmento. Existen ya hoteles cuyo principal aliciente es el golf. A modo

ilustrativo y sin ánimo de ser exhaustivos, debemos citar la Alcaidesa, Alhaurín Golf, Don Carlos, Los Naranjos, La Quinta, Sotogrande, San Roque Club, Valderrama, etc... El Golf Hotel Guadalmina abrió nuevamente el 1 de junio después de cerrar el 19 de octubre tras ser objeto de una importante obra de remodelación y ampliación de sus instalaciones, que le permitirá tener 170 habitaciones en las que se han invertido 1.200 millones de pesetas. Según la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, ocho de los diez hoteles de cinco estrellas en construcción o en proyecto en esta Comunidad Autónoma están ligados al golf y de las cien mil viviendas del turismo residencial andaluz-la mitad- también están vinculada a este deporte.

Además de esta demanda específica de hoteles, están apareciendo touroperadores especializados - Cretas Golf Reisen- y agencias de viajes también especializadas- Cobra Promot- en esta oferta turística-deportiva. Incluso se contempla la creación de específicos paquetes turísticos donde se organiza el viaje, alquiler de coches, reservas de tee times, los concesionarios de green fees, buggies y clases particulares de golf.

Según Turespaña, se calcula que en la actualidad el deporte del golf está generando en España unos 140.350 millones de pesetas anuales, en cuya cifra se incluye la construcción y conservación de los campos y los gastos que generan tanto los jugadores de golf como los de los no jugadores y los acompañantes. En 1998, se vendieron seis millones de green fees, correspondiendo el 54% a jugadores extranjeros y

el 46% a españoles. Indicar asimismo que cada jugador produce un gasto diario de 32.000 pesetas y estimándose que, por lo menos, acuden un millón de turistas a España como jugadores de golf, con una estancia media de diez días. Las previsiones de ingresos para el año 2000 alcanzan los 214.000 millones de pesetas. Esta cifra se encuentra bastante alejada de las que se generan en otros países como Estados Unidos en las que las previsiones para el año 2000 se cifran en unos ingresos próximos a los 4,7 billones de pesetas repartidos entre los 20.000 campos de golf a disposición de los usuarios.

Volviendo a nuestro país, el auge de esta actividad turística ha sido posible por la paulatina implantación de una importante infraestructura de campos de golf. Como punto de referencia señalar que según el Anuario 98 de Golf, en 1986 aproximadamente existían ochenta campos de golf; y en la actualidad la cifra supera los doscientos. Concretamente de los 211 campos de golf existentes en España, la Comunidad de Andalucía cuenta con cincuenta y nueve, siendo de esta forma, la primera Comunidad de nuestro país, de los que más de una treintena están situados en la Costa del Sol. Tras Andalucía, se sitúa Cataluña con treinta y tres campos, Madrid con veintitrés y Valencia con veinte. Como dato anecdótico puede destacarse que todas las Comunidades españolas tienen campos de golf, salvo la Rioja. Se estima que este año aproximadamente se aumentará la cifra total con la construcción de diez a quince campos de golf más.

El turismo supone para Andalucía un negocio de 60.000

millones de pesetas al año, atrae a la Comunidad Autónoma a más de 400.000 visitantes -en torno al 4% de sus 18 millones de turistas-. Por esta extraordinaria oferta de campos y las posibilidades que presenta es lo que ha impulsado a la Empresa Pública Turismo andaluz, el tener entre sus objetivos prioritarios la promoción del golf. El Golf es una mina verde para Andalucía y así lo han entendido los máximos responsables del turismo en la región, que a mediados de marzo pasado han realizado *workshop* o reuniones de trabajo con touroperadores europeos y norteamericanos especializados en golf. De esta forma, Andalucía se configura como el escenario donde se van a disputar grandes torneos. Tras la celebración en marzo del Turespaña Master-Open de Andalucía en Málaga, la Comunidad autónoma andaluza tiene en programa otras citas de relieve internacional, como el Volvo Master, que en junio de este año se celebra en Montecastillo (Jerez, Cádiz) y el campeonato del mundo, a celebrar el próximo mes de noviembre y cuyo escenario ya comprometido es el Club Valderrama (San Roque, Cádiz). Este acontecimiento tendrá una envergadura muy parecida a la Ryder Cup en su edición de 1997, que supuso el respaldo definitivo, la consagración internacional de Andalucía como destino golf, en el sentido que junto a la trascendencia deportiva va a suponer una importante proyección turística. Va a suponer una oportunidad única de promoción para Andalucía.

Desde la construcción del primer campo de golf en Andalucía por los ingleses en Huelva, ya ha llovido mucho. En los últimos años la construcción

de nuevos campos de golf ha experimentado su mayor crecimiento histórico. Desde el Atlántico al Mediterráneo, Andalucía ofrece numerosos campos de golf, con instalaciones de máxima categoría y un entorno, que por sí solo ya merece una visita. Pensando en esta amplia variedad de campos y las posibilidades del tren, la empresa Andalus Iberail ha puesto en marcha una nueva forma de viajar y a la vez disfrutar de este deporte. Se trata de combinar el viaje en uno de los trenes más lujosos de todo el mundo, siete días/seis noches con salida y regreso a Sevilla, y ofrece la posibilidad de jugar al golf cinco jornadas en campos diferentes: Sotogrande en Cádiz, La Quinta en Marbella, Granada Golf, Montecastillo Golf (Jerez), Real Club de Golf de Sevilla. Con las ventajas de que los equipos son aportados por la organización para evitar el trasiego de palos y de las más variadas actividades complementarias para los acompañantes como visitas a Ronda, Granada.

Un dato significativo es un sector que conlleva la atracción de acompañantes no jugadores con lo cual la oferta complementaria adquiere especial trascendencia.

En cuanto a la oferta de turismo de golf andaluz, merece destacarse su mejora y consolidación y especialmente, su alta concentración -cerca a un 90% -en la Costa del Sol. Hasta este momento la Costa del Sol (Benalmádena, Fuengirola, Marbella, Mijas) ha significado sin duda la mejor oferta en turismo de golf para el mercado centro y norte europeo. Existe de hecho una identificación de la Costa del Sol como Costa de Golf.

Pero, incluso se va mucho más allá. No sólo se está promoviendo este deporte de repercusión tan claramente turística, consiguiendo que sea un fenómeno deportivo perfectamente consolidado en la actualidad, sino que además se persigue un objetivo más ambicioso aún, su implantación en la cultura y sociedad andaluza. De esta manera, se explica una iniciativa tan interesante como es el acuerdo que el pasado 30 de octubre la Real Federación Española de Golf, la Federación Andaluza de Golf y la Universidad Pablo Olavide de Sevilla por el que han firmado un convenio para la construcción de un campo de golf. En este convenio, la Universidad propietaria de los terrenos se compromete a facilitar la construcción de un campo de golf de 9 hoyos, un campo de prácticas, la obligación de poner al pie de la construcción el suministro de agua y luz y también asume la obligación de gestionar todos los permisos necesarios y el mantenimiento y gestión de las instalaciones desde su terminación. La Real Federación Española de Golf se compromete a facilitar el diseño del campo de prácticas y de nueve hoyos, cuyo concurso está en marcha. También a construir el citado campo de prácticas y, como mínimo tres hoyos con una aportación de 30 millones de pesetas. La máquina expendedora de bolas para el campo de prácticas será la aportación de la Federación Andaluza de Golf.

De esta manera, si bien en la década de los setenta, este deporte tenía un carácter muy selectivo, minoritario y elitista, limitado a turistas atraídos por la bonanza climática y un número reducido de españoles de alto nivel económico (cerca

de 5.000 jugadores federados); en la actualidad las circunstancias anteriormente señaladas han propiciado la rápida introducción de este deporte en la sociedad, comenzando por la construcción de numerosos campos de golf y superándose ampliamente en 1998 la cifra de federados, los 136.937 jugadores de golf. Así pues, a partir de los años 90 se ha constituido en un auténtico subsector turístico en nuestra economía.

3. EL MARCO LEGAL APLICABLE A LOS CAMPOS DE GOLF: LA NECESARIA REGULACION JURIDICA, AMBIENTAL Y URBANISTICA

Resulta paradójico un dato: frente al creciente número de campos y de jugadores federados de golf existentes en nuestro país, el millón de turistas que han acudido en España para practicar el deporte del golf y su progresivo aumento, no existe una consideración del turismo de golf y la práctica de este deporte como un auténtico subsector, que puede generar para el final del milenio más de 200.000 millones de pesetas, ni igualmente existe una regulación jurídica.

La Constitución, en su artículo 43, encomienda a los Poderes Públicos el fomento del deporte, y dicho mandato ha sido prácticamente recogido en todos los Estatutos de las Comunidades Autónomas (Andalucía lo hace en el artículo 13.31), si bien no se ha producido un desarrollo generalizado del mandato constitucional. De esta manera, regulan el tema deportivo, a nivel general (es decir, regulan la práctica del deporte y no de ningún deporte en par-

titular) entre otras, las Comunidades de Madrid (Ley 8/1988, de 7 de abril), la de Castilla y León (Ley 9/1990, de 22 de junio), y la de Extremadura (Ley 2/1995, de 6 de abril).

Las Administraciones Públicas han contemplado estas instalaciones, inicialmente con curiosidad, para más tarde preocuparse de las mismas como forma y atracción turística. En este sentido, se está hablando con frecuencia de la creación de los campos de golf públicos.

Consideramos golf público aquel cuya titularidad pertenece al Estado, Comunidades Autónomas y Municipios, sea administrado por éste o por una sociedad mixta, en el cual el acceso es libre mediante el pago de derecho de juego y abonos anuales o mensuales. El sector público tiene grandes ventajas frente al privado en el acceso al suelo y financiación. Con estos recursos y una empresa mixta para su explotación es posible plantear unas instalaciones de golf enfocadas al turismo rentable en el medio plazo y que, a la vez, sean capaces de ofrecer un servicio deportivo a los ciudadanos.

Sin embargo, son escasas las experiencias de campos de golf públicos, entre otros merece destacarse que sólo cuatro en Andalucía son de titularidad pública: el Club de campo de Málaga, situado en Torremolinos, asociado al Parador Nacional de Turismo, que pertenece a la Secretaría General de Turismo; el de Pozoblanco (Córdoba) de titularidad municipal, "la Cañada" en el área de Sotogrande también de propiedad municipal y el de "La Garza" en Linares (Jaén) propiedad de la Junta de Andalucía. El resto de los campos son privados y

generalmente de capital extranjero (ingleses, finlandés, japoneses, kuwaities).

Igualmente público es el campo que en 1994, Campo de Golf de Urturi y Lagrán, fue diseñado por Severiano Ballesteros, y que ha sido el primer campo de promoción y capital público en el País Vasco. Se concibió como una idea dentro de un ambicioso programa de desarrollo rural que ha sido todo un éxito. Cercano al Parque Natural de Izki, ha generado nuevos empleos directos e indirectos, así como diferentes actividades deportivas y de naturaleza. Naturaleza y Golf unidos en un entorno natural y unas instalaciones públicas de más alto nivel.

La Unión Europea ha iniciado muy tímidamente la regulación de los aspectos jurídicos del sector turístico. De especial significación para los campos de golf resulta la propuesta de Directiva- DOCE núm. 129 de 25 de abril de 1997- sobre la evaluación ambiental, de los efectos de determinados planes y programas en el medio ambiente, por las Administraciones Públicas a partir del año 2000. También, anteriormente, con fecha 28 de abril de 1995, se redactó en Lanzarote dentro de la primera Conferencia Mundial para el Turismo Sostenible, la "Carta del Turismo Sostenible" donde se estudia la fragilidad de los recursos medioambientales y se insta a un desarrollo económico armonioso respecto de ellos. Todo ello se aplica de forma muy clara a los campos de golf, al ser la naturaleza soporte necesario para la práctica del deporte y de su turismo.

Desde el punto de vista medioambiental, se trata de mostrar que un campo de golf

puede ser respetuoso con el medio natural y contribuiría incluso a realzar su belleza. Se coordina adecuadamente, por un lado, la práctica del deporte, y por otra, los impactos en los ecosistemas, flora y fauna del lugar, la topografía y cubierta vegetal, la irrigación del campo aprovechando las aguas residuales y tomar las medidas suficientes para evitar las posibles contaminaciones debido al uso de productos químicos, fitosanitarios y fertilizantes

A este respecto, hemos de señalar las excelentes guías técnicas elaboradas por la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía en 1995 donde se recogen los criterios medioambientales a tener en cuenta en la planificación, diseño, construcción y mantenimiento así como el sistema de gestión medioambiental de campos de golf.

Los campos de golf bien planificados representan un beneficio ecológico en el medio urbano y su entorno. Destacando entre las ventajas medioambientales, la recuperación paisajística, la repoblación forestal y constituir refugio para hábitat de avifauna. Los inconvenientes ecológicos atribuidos a los desarrollos de campos de golf no pueden ser considerados características intrínsecas de los campos de golf, sino que corresponden a proyectos mal ubicados o diseñados. Se trata pues, de aprovechar las ventajas ambientales de los campos de golf. Incluso en algunos países como Francia se está creando el golf rústico o rural, suponiendo esto un importante aumento del turismo de interior.

En cuanto a la normativa urbanística de las Comunidades Autónomas sobre campos de golf, resulta extraño observar

el escaso tratamiento en las Comunidades más punteras en cuanto a campos de golf (Andalucía, Cataluña, Madrid y Valencia). Sólo Baleares (dieciséis campos), Extremadura (cuatro campos) y Navarra (tres campos) se han ocupado de esta cuestión. Surgen así la Ley de Baleares 6/1990, de 6 de junio de modificación de la Ley de 17 de noviembre de 1988 de campos de golf, la Ley de Extremadura 4/1990, de 25 de octubre de oferta turística complementaria y el Decreto Foral de Navarra 128/1992, de 30 de marzo.

En el aspecto urbanístico, se hace hincapié fundamentalmente en la ubicación del campo (preferentemente en suelo no urbanizable o urbanizable programado) a través de las correspondientes autorizaciones y licencias, los informes y documentación necesarios (teniendo en cuenta los aspectos paisajísticos e hídricos) y la planificación al uso (prioritariamente Plan Especial o Plan Parcial) referidos no sólo a los campos de golf, sino también referidos a la realización de construcciones hoteleras y alojamientos turísticos. Los temas urbanísticos han adquirido una relevancia especial tras la sentencia del Tribunal Constitucional, de 20 de marzo de 1997, que declaraba al Estado, desde el punto de vista urbanístico, carente de competencias. Idea que se reitera igualmente en la Ley 6/1998, de 13 de abril, sobre régimen del suelo y valoraciones, subrayándose que han de ser las Comunidades Autónomas las que han de desarrollar la regulación del planeamiento.

Como hemos señalado anteriormente, la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares ha promulgado unas normas regu-

ladoras específicas para campos de golf, situándose a la vanguardia en España en la promoción del turismo de golf.

Por un lado, autoriza la construcción en suelo no urbanizable de campos de golf declarados de interés social, la construcción de hasta 450 plazas hoteleras o de apartahotel, con un mínimo de 4 estrellas asociadas al campo de golf y la edificabilidad de nueva planta de hasta 20.000 m² para edificio social y de servicios. Por otro, se establece una superficie mínima de 60 ha y unas características mínimas para el campo de golf: la obligatoriedad de estudio de impacto ambiental, la exacta determinación de la procedencia del agua de riego, con preferencia por la depuración de aguas residuales y desalinización del agua del mar; participación de las Consejerías de Turismo, Agricultura y Pesca, Cultura y Obras Públicas en la declaración social; la limitación de la construcción en áreas protegidas.

Igualmente en el Anteproyecto de Ley de Campos de Golf presentado por la Consejería de Turismo y Transporte del Gobierno de Canarias trata de evitar que los campos de golf se encuentren en espacios protegidos, y de esta manera, puedan atentar contra el medio natural.

La legislación Balear plantea la realización de una importante oferta complementaria constituida por hoteles, apartamentos (con una edificabilidad limitada en m² y en plazas y en calidad) vinculados al deporte del Golf, pero rodeado de importantes cautelas, de tal forma que se prevé la ejecución en dos etapas: la primera es la que corresponde al campo de golf y de las instalaciones ane-

xas al mismo (club, campos de prácticas, casetas de palos, así como de las conexiones viarias exteriores); la segunda etapa (oferta complementaria) que no se podrá finalizar hasta que no se haya acreditado ante el Ayuntamiento que la primera ha finalizado. De esta forma una vez construidos los alojamientos turísticos, el campo de golf y sus instalaciones así como la totalidad de terrenos adscritos constituirán una unidad indivisible y así se hará constar en el Registro de la Propiedad. La vinculación es tal que se encuentra limitado su funcionamiento al de la propia instalación deportiva, de manera que, el cierre de esta última conllevará el de la primera.

En algunos Planes de Turismo de las Comunidades Autónomas (entre otros, el Plan Día, Plan Integral del Turismo de Andalucía) se ha asumido la trascendencia de este segmento, entre otras cosas se hacía eco de la formas de financiación de los campos y la necesidad de establecer criterios públicos de ayudas al respecto a través de la Ley de Incentivos Regionales (Ley 50/85, de 27 de diciembre) y sus reglamentos de delimitación de las zonas de promoción económica a través de las cuales el desarrollo de golf puede ser financiado por la Administración Pública, pues considera sectores promocionables la mejora de la calidad de la oferta turística, de las instalaciones complementarias en las zonas de alta densidad turística, el establecimiento de alojamientos hoteleros y de instalaciones complementarias de ocio de especial interés. De igual manera, se pueden acoger al crédito turístico oficial que se recoge en las órdenes de 25 de enero de 1991, sobre

crédito para la modernización hotelera y la de 16 de julio de 1990, sobre la regulación del crédito turístico. Para que una determinada inversión acceda al crédito turístico precisa la declaración de interés turístico a efecto de crédito oficial otorgada por la Secretaría General de Turismo. Existen también ayudas consistentes en subvenciones a fondo perdido, que se canalizan a través de las distintas Comunidades Autónomas.

4. CONCLUSIONES

En la construcción de los campos de golf, se trata de conciliar dos recursos escasos: el suelo y el agua. En lo que afecte a estos importantes recursos se ha de evacuar un necesario informe favorable por la Administración competente de la suficiencia y conveniencia de los recursos hidráulicos propuestos, estudios de impactos medioambientales, además de las demás autorizaciones urbanísticas. Al ser los recursos hidráulicos limitados se prevé evitar que las aguas destinadas a regar estos campos no detraiga otros usos de necesidad más perentoria. En este sentido, se da preferencia a la utilización de aguas recicladas sobre las aguas naturales. Asimismo, la Ley Balear considera que se podrán autorizar aguas para uso agrícola, siempre que se justifique que no es necesaria para la agricultura y el consumo humano.

La falta de suelo adecuado (pues se exige grandes densidades de urbanización para su rentabilización, que esté bien comunicado, con topografías suaves y dotados de infraestructuras necesarias) y lo poco flexible de la legislación (sería positiva el desarrollo en las restantes Comunidades Autónomas de una legislación aná-

loga a la Ley de campos de golf de las Islas Baleares, que regule actuaciones en suelo no urbanizable favoreciendo el modelo de golf resort) aparecen como obstáculos determinantes para un óptimo desarrollo de turismo de golf.

Siendo consciente del desigual desarrollo del turismo de golf en las distintas Comunidades Autónomas, sería conveniente que en aquellas más adelantadas en los que se refiere a este segmento, como puede ser la Comunidad Autónoma Andaluza, en el contexto de su política turística, la redacción de un Plan del turismo de golf específico, en la que se coordinen programas de formación, marketing específicos desarrollados a través de proyectos adaptados a la distinta realidad que se presentan en los diversos campos.

Consideramos conveniente y precisa una regulación jurídica más amplia y detallada (fundamentalmente urbanística y medioambiental) por parte de las Comunidades Autónomas competentes de este subsector turístico, ya que podría contribuir a través de las oportunas medidas normativas, de forma muy directa al incremento sustantivo de este deporte y de este segmento específico del turismo. Sobre todo hoy en día, que se plantea seriamente por parte de las Administraciones la titularidad pública de los campos. Actualmente son escasas las instalaciones que revisten tal carácter. A este respecto, resultaría enormemente práctico determinar claramente el marco legal aplicable a los campos de golf, teniendo en cuenta por un lado, su inserción como instalaciones deportivas en la planificación urbanística, y por otro, señalando especialmente la incidencia

medioambiental cuyo impacto ha de ser valorado adecuadamente.

5. BIBLIOGRAFIA

[1] AMA, "Informe del Medio Ambiente, el impacto ambiental de los campos de golf", Junta de Andalucía (1989).

[2] Banco Hipotecario, "La financiación al sector turístico en España", Departamento de Estadísticas, Madrid (1991).

[3] Dirección General de Turismo,

"Actualización del Informe sobre el turismo de golf en Andalucía", por Gestión y Desarrollo de Inversiones Turísticas, S.A. a instancia de la Dirección General de Turismo de la Junta de Andalucía y la Confederación de Empresarios de Andalucía (1994).

[4] Dirección General de Turismo, "Informe sobre el turismo de golf en Andalucía" por Gestión y Desarrollo de Inversiones Turísticas, S.A. a instancia de la Dirección General de Turismo de la Junta de Andalucía y la Confederación de Empresarios de Andalucía (1991).

[5] Secretaría General de Turismo "La economía del golf. Su evolución en el mundo y en España", Delphi Consultores, Dirección General de Política Turística, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid (1992).

[6] Secretaría General de Turismo "El turismo de golf en los países competidores de España", Delphi Consultores, Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones, Madrid (1987).

[7] Secretaría General de 

