

UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

TRABAJO FIN DE MÁSTER

El golf como producto turístico

Autor: Marta García Fernández

Tutor: José Manuel Pérez Fernández

Julio 2013

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 2 de 50

AUTORIZACIÓN

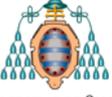
D. José Manuel Pérez Fernández, tutor del Trabajo Fin de Máster realizado por Dña. Marta García Fernández, en el Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de Oviedo, **AUTORIZA** la presentación y defensa del presente Trabajo Fin de Máster.

Gijón, a 16 de julio de 2013.

DECLARACIÓN

Dña. Marta García Fernández **DECLARA** que es el autor del presente Trabajo presentado para optar al título de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Oviedo, que es un Trabajo original realizado para este fin y que se han detallado todas las fuentes bibliográficas relevantes utilizadas durante su elaboración.

Gijón, a 16 de julio de 2013.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 3 de 50

Resumen

El sector terciario ha ido evolucionando acorde a la sociedad actual. Caracterizado por prestar servicios al público y no producir bienes materiales, se considera una fuente importante de ingresos para cualquier país. El turismo se convierte en algo cotidiano que cambia favorablemente día a día por lo que se hace más accesible para el público general. Concretamente, el golf es un deporte que ha ido adquiriendo relevancia a lo largo de los años y gracias a la fuerte repercusión sobre la sociedad, le permitió convertirse en un recurso turístico en sí que ha sufrido una evolución favorable sin antecedentes. Generalmente, se agrupa dentro del turismo activo ya que desarrolla su actividad en el medio natural.

Como deporte, supuso un cambio en la mentalidad de la sociedad que a pesar de las dificultades o su posicionamiento hacia un segmento más elitista, se postula a día de hoy como un deporte que ofrece muchas ventajas frente a los pocos inconvenientes que genera, que habitualmente están relacionados con las instalaciones necesarias y no con el deporte en sí. Los datos reales disponibles muestran la evolución favorable y acorde a las previsiones futuras para este tipo de turismo, la tendencia sigue al alza.

Debido al rápido crecimiento que experimentó este tipo de turismo, se ve la clara de necesidad de reforzar las medidas protectoras al medioambiente y todo aquello que esté directa o indirectamente relacionado con este ámbito. En el caso concreto de Asturias, a pesar del crecimiento en cuanto a número de campos, jugadores federados y mejoras en la oferta turística relacionada con este deporte, ciertos aspectos aún son susceptibles de mejora para conseguir que la región se posicione en la industria del golf. De hecho, la interrelación del golf con las construcciones inmobiliarias es lo que más preocupa y necesita una estrecha colaboración para crear proyectos sostenibles y respetuosos al medio.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 4 de 50

Abstract

Tertiary sector has evolved according to today's society. It is characterized by providing services to the public and not by producing material goods and above all, it is considered the most stable source of income for any country. Tourism as such evolves positively and it changes every day thus becoming accessible to everyone. Specifically, golf is a sport that has acquired relevance over the years thanks to its impact on the society. Because of this, it has become a tourist resource that has experienced an unprecedented positive development. It is usually found among active tourism since it is developed in a natural setting.

The golf as a sport implied a change of mentality, despite the difficulties, nowadays it stands out as a sport full of advantages against certain inconvenients that are usually related to necessary facilities. Available actual data show the positive development and according to future forecasts for this type of tourism, tendency will continue rising.

Due to the growth, there is a clear necessity of reinforcing protective measures of environmental aspects and everything directly or indirectly related to this area. In particular, Asturias, in spite of its growth in terms of number of golf courses, licensed players and the improvement in tourist attractions, there are still certain aspects that needs improvement to achieve and eventually, Asturias asserts its position in the golf industry. In fact, the interrelationship of golf with real estate raises the question of a clear necessity of cooperation to carry out sustainable projects.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 5 de 50

1.	Introducción	6
2.	El golf: Deporte vs Recurso Turístico.....	7
3.	Rasgos generales del turismo de golf.....	11
3.1	Origen	11
3.2	Evolución	14
3.3	Características	18
3.4	Problemas: dimensión ambiental, impacto paisajístico.....	19
4.	El Golf en Asturias	23
4.1	Marco normativo del turismo de golf	24
4.2	Análisis de la oferta	27
4.3	Análisis de la demanda.....	39
4.4	Análisis DAFO	42
5.	Conclusiones y propuestas.....	45

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 6 de 50

1. Introducción

El presente trabajo trata de analizar la situación del turismo de golf en España y más concretamente en Asturias. Para ello, se ha llevado a cabo un estudio pormenorizado de las ventajas y desventajas de la creación de este tipo de turismo y el crecimiento desmesurado de los últimos años. Se han utilizado datos actuales de una visión global a una más particular y concreta. Hoy en día, todas las previsiones en cuanto al turismo indican que seguirá creciendo, y en el caso concreto del turismo de golf, el aumento será aún mayor, por ello, es de especial interés tener en cuenta todos los ámbitos que convergen en este tipo de turismo. El objetivo principal del trabajo es comprobar de primera mano las deficiencias de este turismo y proponer una serie de actuaciones beneficiosas no sólo en el ámbito medioambiental sino en cualquier de los ámbitos en los que influye el turismo.

El trabajo se estructura en cuatro partes, una primera en la que se explica de manera breve la historia del golf como deporte, para conocer de primera mano el fuerte impacto que tuvo y sigue teniendo sobre la sociedad y cómo evolucionó hasta convertirse en recurso turístico que genera grandes beneficios. Seguido de un análisis general de su origen, evolución, y características, con datos reales que muestran a la perfección cómo surge este turismo y se desarrolla de tal manera que las cifras superan todas las expectativas. A ello le sigue un análisis detallado de los problemas que genera sobre el medioambiente y cuáles son algunas de las medidas adoptadas, una vez que se hace patente la utilización en exceso de los recursos naturales y la incidencia perjudicial sobre el medio.

En la siguiente parte del trabajo, se realiza un análisis particular centrado en la región asturiana de tal manera que a partir de datos reales, se puede ver como la oferta se posiciona y la demanda actual que tiene la región respecto a este turismo. El marco normativo de Asturias en cuanto a la creación e implantación de los campos es inexistente por lo que se explica de manera detallada aquellas normas o pautas que pueden incidir positivamente en este turismo. Así mismo, se realiza un análisis DAFO

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 7 de 50

para conocer cualquier aspecto que concierne a la Comunidad Autónoma y por lo tanto es susceptible de mejora o cambio.

Por último, en el apartado cuatro, se enumeran de manera precisa y clara las conclusiones y propuestas que se pueden inferir a partir de todo lo analizado anteriormente. Teniendo en cuenta todos los datos manejados, las conclusiones son realistas de tal manera que reflejan fielmente la situación del turismo de golf en Asturias.

2. El golf: Deporte vs Recurso Turístico

Los orígenes del golf como deporte no están claros y muchos países del mundo han intentando atribuirse su invención. En diferentes países y épocas hay constancia de prácticas que podrían ser el preludio del golf en sí. La práctica más antigua conocida es la *paganica*, por parte de los romanos, en la que se jugaba con un palo curvado y una pelota con plumas.

Sin embargo, el golf como deporte tal y como se conoce en la actualidad, surge en el siglo XV en Escocia y se practicaba en otros países como Holanda, Francia e Italia. En sus comienzos y cuando el golf era asequible para cualquier estrato social, el número de seguidores aumentaba tan rápido que la población descuidaba sus actividades diarias (como el tiro con arco, que era necesario militarmente hablando) por lo que el rey James II¹ prohibió su práctica (junto con el fútbol), siendo esta ley derogada en 1500 debido a su popularidad. Concretamente, la primera referencia de este deporte data de 1552 en St. Andrews. Los campesinos golpeaban una bola con un palo como entretenimiento en plena ciudad siendo un juego popular para todas las clases sociales hasta mediados del siglo XVII. Más tarde esto llegó a la alta burguesía, convirtiéndose así en deporte por lo que se establecieron y perfeccionaron tanto las reglas como el modo de juego. Debido al precio alto de las bolas, se posicionó más hacia la clase social alta. Sólo la nobleza podía permitirse invertir dinero en esto y por ello se consideró un deporte selecto y elitista. Cerca del año 1600, el golf era de gran popularidad entre la

¹ James II de Escocia, Casa Stewart.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 8 de 50

aristocracia y las damas y caballeros jugaban en traje de gala en plena ciudad, por lo que las autoridades vieron la necesidad de intervenir para proteger al público y así obligar a jugar en campo abierto.

Las primeras asociaciones en torno a este deporte se crearon en el siglo XVIII, ejemplo de ello son: “*The Honourable Company of Edinburgh Golfers*” y “*St. Andrews Society of Golfers*” (creada en 1754 y convertida posteriormente en “*Royal and Ancient Golf Club of St Andrews*” en 1834). Concretamente, en 1744 se establecen las primeras reglas oficiales en torno a este deporte gracias al club “*The Honourable Company of Edimburgh Golfers*”. Por tanto, Escocia y concretamente St. Andrews son considerados como los mayores exponentes en el mundo del golf. En cuanto al primer club de golf, se conoce que surge en Edimburgo en 1735 bajo el nombre de “*The Royal Burguers*”².

A nivel nacional, en España, el golf aparece como una actividad deportiva en las Minas de Riotinto, provincia de Huelva, con un campo de golf rústico³ denominado “*Corta Atalaya*”. Éste fue el primer campo español construido y explotado por la colonia británica del lugar. La “*Rio Tinto Company Limited*” explotó la mina desde 1873 y fue en 1890 cuando se creó el “*North Lode Golf Club*” para sus empleados. Sin embargo, el primer club de golf español propiamente dicho, no surge hasta finales del siglo XIX, nace así en las Palmas de Gran Canaria en 1981.

En referencia al golf en una época más cercana, hasta los años 70 del siglo pasado, era considerado un deporte elitista centrado en un segmento de alto poder adquisitivo y por lo tanto poco popular. El número de personas que realizaba este deporte era reducido y todos pertenecían a clubes privados, siendo estos socios los que se ocupaban de los costes de construcción y mantenimiento del recinto. Cabe destacar el nivel alto de

² Epígrafe elaborado sobre las siguientes fuentes *Historia del golf* y *La web del golf*.

³ Un campo de golf rústico aboga por la sostenibilidad y el respeto por el medioambiente. Sus características principales son: su trazado de carácter rústico diseñado por la propia naturaleza, los *greens* son de suelo natural sin modificar pero adaptados al juego, en el rough hay matorrales y la hierba autóctona solo se riega con el agua de lluvia, el recorrido se encaja en el terreno, respetando y aprovechando los elementos propios del paisaje: todos los árboles y la vegetación autóctona se mantienen, las irregularidades de la superficie del campo son las irregularidades de los prados, los caminos son los senderos agrícolas y de paseo, se generan recorridos respetuosos con el entorno que sirven como itinerarios interpretativos y se realizan mejoras ambientales (plantaciones, introducción de especies autóctonas desaparecidas, mejora de charcas y pequeños ecosistemas) para aumentar la diversidad paisajística y del medio.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 9 de 50

carácter tanto económico como social de este deporte, sin tener consideración alguna en cuanto a posible negocio alrededor de esta práctica. Sin embargo, el golf ha sido el deporte más emergente en las dos últimas décadas.

Hoy en día el golf como deporte supone una actividad física muy completa y relajante, de tal manera que ejercita el sistema aeróbico, el aparato cardiorrespiratorio y favorece la tonificación de los músculos. Resulta beneficioso para cualquier edad ya que no hay un límite para dejar de jugar y es aconsejable para cualquier segmento. Los beneficios para la salud no son sólo en el ámbito físico, sino que también suponen un avance para la salud mental ya que requiere de concentración, precisión y coordinación. Todo ello ha contribuido al espectacular aumento en cuanto a número de personas federadas que practican este deporte. Un dato significativo en torno a este deporte, es que el golf volverá a ser Olímpico en Río de Janeiro 2016 después de 112 años⁴.

En cuanto al turismo, el golf deja de ser simplemente un deporte para convertirse en un reclamo turístico que da prestigio y atrae a muchos visitantes a diferentes destinos. Entre los años 70 y 90 del siglo XX, el golf se populariza gracias a los medios de comunicación y a figuras representativas de este deporte. Incluso la organización de eventos deportivos conocidos mundialmente como el “*Masters de Augusta*” o la “*Ryder Cup*” dan prestigio y renombre a este deporte. El negocio alrededor de este deporte comienza a surgir y por lo tanto empieza a formar parte de los recursos turísticos. El aumento de la oferta permite diversificar segmentos y ya no es sólo un deporte enfocado a un nivel de renta alto, si no que se generaliza y llega a otros estratos sociales. De hecho, el número de jugadores que viaja para practicar este deporte en otros destinos aumenta muy rápido, lo que propicia que este tipo de turismo crezca en cuanto viajes operados y planeados orientados al golf.

Cabe destacar, los campos de golf que son de Interés Turístico que permiten integrar la oferta de alojamiento de calidad y la dotación de instalaciones deportivas de manera que se afiance la imagen del destino, permitiendo así recualificar destinos maduros o cualificar la oferta en destinos del interior. Esta figura de los campos de Interés Turísticos, pone de manifiesto la importancia de la oferta complementaria que se

⁴ La última vez que fue considerado deporte olímpico data de 1904 en San Luis (Estados Unidos).

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 10 de 50

transforma y adapta constantemente a los requerimientos de los turistas y que además se diversifica y distancia de la oferta clásica centrada en turismo de descanso. Estos campos bajo la denominación de Interés Turístico suponen un factor prioritario para la potenciación del destino. Sin embargo, esta consideración conlleva un régimen jurídico propio cuya normativa se ha visto enriquecida. Gracias a ello, las medidas de prevención medioambiental e integración paisajística se han visto reforzadas. El distintivo de “Interés Turístico” actúa como una marca y distintivo promocional por lo que todos los factores involucrados como son los aspectos turísticos, económicos y deportivos han de convivir para conseguir un entorno sostenible.

El golf es un producto que permite desestacionalizar destinos y es a su vez un complemento del turismo de sol y playa. Por ello, una buena estrategia y planificación de este tipo de turismo permite diversificar y desconcentrar el turismo español, siendo un factor clave a la hora de afrontar la temporada baja. Sin duda, el golf se presenta como algo potencialmente beneficioso para los destinos y por lo tanto, sirve para aumentar el atractivo turístico y añade valor a la marca del destino. De hecho, un campo de golf ya es un atractivo turístico en sí por lo que no necesita ubicarse en zonas litorales, esto ayuda a descongestionar el litoral y así equilibrar territorialmente la zona. Además, el golf también da lugar a beneficios sociales y medioambientales. Supone un apoyo a la protección de zonas costeras, genera espacios urbanos verdes, contribuye a la mejora de la calidad del agua y supone un incremento del nivel de empleo. Además, la sociedad comienza a integrar la sostenibilidad en todos los aspectos y gracias a ello, los campos de golf suponen un ejemplo en cuanto a cumplir las expectativas. De esta manera, se mejoran aspectos tan positivos como la reputación, la eficiencia operacional y la lealtad de los clientes en cuanto a la industria del golf.

Gracias al turismo de golf se derivan efectos positivos que dinamizan y diversifican la actividad económica. Las personas que practican este tipo de turismo se consideran en cierta medida, de un alto poder adquisitivo, cuyo gasto aumenta un 3,7 % respecto al turista tradicional y siendo un 75 % más elevado en cuanto al gasto diario. Su estancia media también aumenta tres o cuatro días por lo que supone unos ingresos más elevados para el destino. En base a datos reales, los turistas europeos viajan una media de siete

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 11 de 50

días, de los cuales seis dedican a jugar al golf, pudiendo cambiar hasta tres veces de campo. Como factores clave se puede destacar la existencia de oferta de alojamientos de 4* y 5* así como oferta complementaria de tiendas y gastronomía y demás atractivos adicionales. Todo ello permite que el golf se asiente como tipología turística propia y deje de ser un complemento para convertirse en un segmento turístico en auge.

Sin embargo, uno de los problemas que presenta este tipo de turismo y que se analizará más adelante, es el impacto medioambiental que conlleva. Por ello, es importante tener en cuenta las dimensiones urbanísticas que afectan al territorio para así incurrir en efectos positivos.

3. Rasgos generales del turismo de golf

3.1 Origen

La motivación turística está directamente relacionada con la práctica del deporte. Este tipo de turismo que cada vez se encuentra más afianzado, no se debe sólo a la práctica del deporte en periodo vacacional, sino también por el aumento de la oferta respecto a la calidad y variedad de campos y la demanda. Indicadores claros de ello son el aumento de jugadores federados y campos de golf en los últimos años y especialmente en aquellos países de tradición golfística. La oferta mundial en cuanto a turismo de golf sufre una gran expansión. El país más consolidado en torno a este deporte es por excelencia Estados Unidos, siendo el primer mercado emisor y a su vez la tercera industria más importante del país. Estados Unidos cuenta con un gran número de campos aunque en los últimos años el crecimiento en cuanto a número de jugadores se ha estancado por lo que es posible que se encuentren en una situación de exceso de oferta. De hecho, el sector de turismo de golf en Estados Unidos crece tres veces más rápido que el número de jugadores.

El 90 % del total de jugadores a nivel mundial se concentra en países como Estados Unidos⁵ y Japón. Así mismo, el número de campos es también mayor en Estados

⁵ El 60 % de la oferta mundial se concentra en Estados Unidos que se posiciona como líder indiscutible.

Unidos que cuenta con un total de 16.226 instalaciones de las cuales 6.000 son campos de golf y cuenta con una oferta amplia y variada. Concretamente, la mayoría se concentra en América del Norte. Esta industria genera aproximadamente unos 50 millones de euros anuales tanto de forma directa como indirecta.

Figura 1: Resumen de datos de golf en Estados Unidos.

	Oferta Mundial	Instalaciones	Campos	Greenfees €	€/año
Estados Unidos	60%	17.000	6.000	518 millones	50.000 millones

Fuente: elaboración propia a partir de European Golf Association

Por otra parte, la cifra de jugadores en Europa dista mucho de las anteriores, concentrando sólo un total de 5,9%; aunque ha experimentado un gran aumento en los últimos años y se prevé que continuará aumentado. Concretamente, los países con mayor número de jugadores federados son Inglaterra, Suecia y Francia. Otros países sin tradición golfística pero en los que el número de jugadores es elevado son Alemania y Dinamarca.

Figura 2: Jugadores federados.

	Inglaterra	Suecia	Francia
Nº jugadores federados	750.004	491.401	422.761

Fuente: elaboración propia a partir de European Golf Association

A partir de mediados de los años 60 del siglo XX, el turismo experimenta un auge, y por tanto se diversifican de actividades de ocio (gracias a considerar el turismo como un factor relevante para el sector económico). El turismo en sí, experimenta un proceso de evolución favorable gracias a aspectos sociales derivados de la recuperación de la II Guerra Mundial, como vacaciones remuneradas, el uso del automóvil y especialmente significativo en España, su climatología favorable. El turismo se afianza como un sector importante para España ya que a lo largo de los años ha ido creciendo y actualmente supone el 11% del PIB, lo que significa una fuente de ingresos considerable. Cabe

destacar, el aumento de las llegadas mundiales en 2012 que se incrementó un 3,3% respecto al año anterior, debido a la situación inestable de otros países del mediterráneo. Estas cifras permiten considerar que el país genera ingresos del exterior derivados del turismo y permite que España se afiance en este sector. Sin embargo, el modelo de turismo español se queda obsoleto y se comprueba la necesidad de cambiarlo debido a la masificación, estacionalidad y demás aspectos que influyen de manera negativa.

Como ya se ha mencionado anteriormente, el inicio del golf en España está considerado en el siglo XIX a partir del nacimiento del “*Club de Golf de Las Palmas*”. Años más tarde, surgen otros clubes en la península como el “*Real Club Puerta de Hierro*” en 1904 o el “*San Cugat*” en Barcelona en 1917. Estos clubes pioneros en la industria del golf, aseguraron la continuidad en las zonas.

De hecho, en el caso concreto de España, el crecimiento se produjo concretamente en Andalucía⁶ y la Costa del Sol. El desarrollo no fue homogéneo lo que hace que la oferta se concentre principalmente en zonas del litoral como las anteriormente mencionadas además de Murcia, Canarias y la Comunidad Valenciana. Se habla de las “Cinco Españas de Golf” ya que en cinco zonas concretas del país se hace patente la fuerte industria creada en torno a este deporte.

Figura 3: Cinco Españas del Golf.

Costa del Sol	La región de golf más importante en España
Cádiz	Campo de Valderrama, Ryder Cup de 1997
Costa Brava	Atrae a jugadores experimentados
Mallorca	El destino de golf más touroperizado
Canarias	Atrae a jugadores que juegan frecuentemente

Fuente: elaboración propia a partir de datos extraídos de Savia Amadeus

Por otra parte, la demanda en cuanto al golf está compuesta por jugadores nacionales y a su vez jugadores internacionales, lo que hace que España se posicione como el segundo país, por detrás de Estados Unidos en cuanto a recepción de turistas

⁶ Comunidad Autónoma con mayor número de campos de golf (1/4 parte del total de España).

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 14 de 50

extranjeros cuyo motivo principal es el turismo de golf. En las zonas costeras, lo que se pretende con los campos de golf es ampliar la oferta para no estancarse en el turismo de sol y playa; mientras que en las zonas del interior, se busca crear un turismo exclusivo de golf para potenciar el destino.

Para favorecer este tipo de turismo, hay ciertos aspectos concretos que se postulan como base para poder afianzar un destino, gracias a su atractivo y calidad. Los aspectos más importantes a destacar son la accesibilidad del destino (no sólo en cuanto a conexiones aéreas sino también por carretera), la existencia de varios campos y una oferta complementaria de calidad (como puede ser balnearios, puertos deportivos, etc.). El turismo de golf además de los aspectos mencionados, ha de tener en cuenta también que el emplazamiento del campo sea favorable y permita a su vez generar sinergias, los condicionantes medioambientales en cuanto a zonas no recomendables y sobre todo las limitaciones para este tipo de turismo que surgen debido a la escasez de recursos hídricos.

3.2 Evolución

Los diferentes criterios que muestran el aumento y evolución de este deporte como turismo, son el elevado número de licencias federativas emitidas, la construcción de numerosos campos de golf y el crecimiento de la demanda extranjera. Respecto al número de jugadores a nivel mundial en la actualidad se contabilizan 80 millones, cifra que podría aumentar considerablemente en menos de diez años. Acorde con los datos, Estados Unidos y Japón siguen a la cabeza en cuanto a número de jugadores, 27 millones y 13 millones de jugadores respectivamente. Sin embargo, aunque el turismo de golf en Europa está creciendo no sólo en demanda sino también en oferta, el número de jugadores federados, se sitúa en 4.700.000 personas, sin contar las que no pertenecen a ninguna federación. El número de jugadores se duplicó en sólo una década, aunque a partir de 2004, el crecimiento fue más moderado, continúa al alza.

En Europa, los mercados más fuertes son Gran Bretaña e Irlanda por ser el punto de inicio y además contar con las mejores instalaciones. España se posiciona también como

líder con una cuota de mercado cercana al 35 %. Otros países que destacan a pesar de no tener tradición son Italia Francia y Alemania. De hecho, si se toma como referencia el número de campos en cada país europeo, Inglaterra, Francia, Escocia, Irlanda, Alemania y Suecia superan muy por encima el total de España.

En el caso concreto de España, hasta mediados del siglo XX por diversos motivos como las crisis económicas y la guerra civil, frenaron la construcción de campos de golf. Sin embargo, a partir de los sesenta del siglo pasado, se consigue potenciar esta actividad en el mediterráneo, otras zonas costeras y el cantábrico, consiguiendo una evolución ascendente y sin precedentes. Aunque aún se considera un deporte minoritario, cada día adquiere más relevancia en el ámbito nacional. Ejemplo de ello, es el aumento de campos de golf, en España hasta aproximadamente unos 150 desde los años 80 del pasado siglo, hasta la actualidad, siendo el boom entre los años 1990-1995.

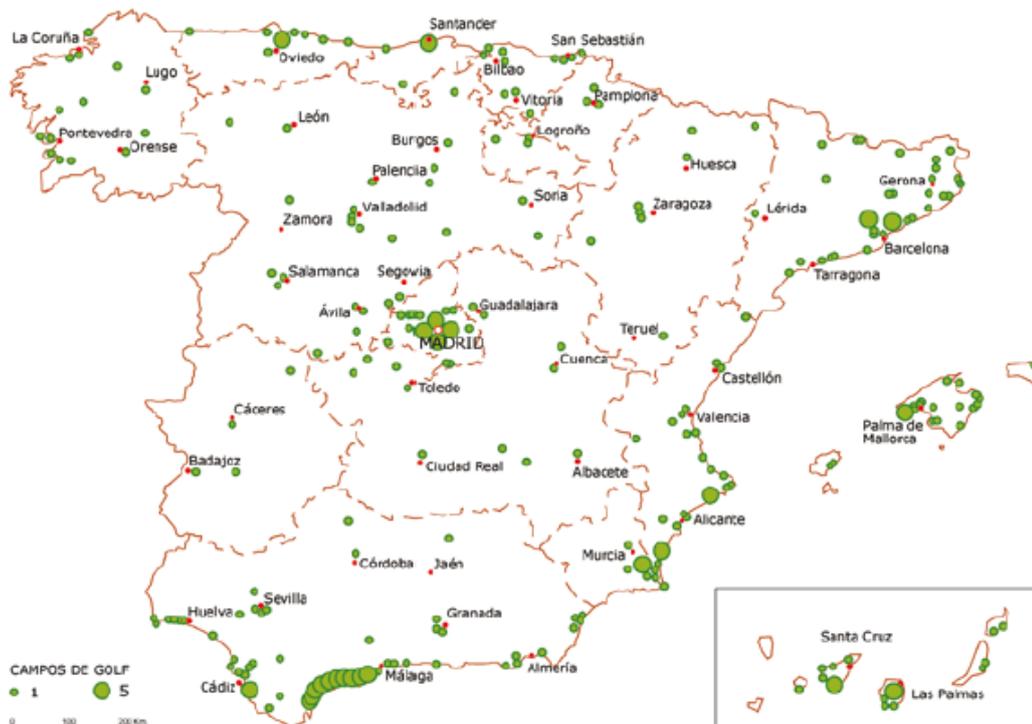
Figura 4: Evolución en España de campos de golf.

Año	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Campos	345	352	349	345	332	318	303

Fuente: Elaboración propia a partir de European Golf Association, Statistics by Country

El número de campos en España a día de hoy está en 345. Respecto a la distribución de los campos, es desigual en cuanto a Comunidades Autónomas y la mayoría de los campos de golf en España están situados en la Costa del Sol siendo un destino consolidado que recibe muchos turistas extranjeros gracias a las condiciones climáticas que les permite a su vez disfrutar del periodo vacacional. Concretamente, Andalucía es la comunidad autónoma con más campos de golf, un 26,6% del total, seguida de Cataluña con el 11,8%. En el caso de algunas Comunidades Autónomas, en concreto Baleares, se ha intentado potenciar este tipo de turismo entre los residentes mediante subvenciones para clubs, folletos, cursillos de iniciación, etc. sin embargo la demanda prioritaria sigue siendo extranjera debido a las condiciones climáticas que atraen a turistas del norte de Europa.

Figura 5: Campos de Golf en España en 2008.



Fuente: Real Federación Española de Golf

España se posiciona como el quinto país con mayor número de jugadores. Se considera un deporte en auge que se ve respaldado no sólo por el número de jugadores federados y aficionados sino también por la existencia de organizaciones deportivas y sociales. Los datos disponibles en la Real Federación Española de Golf, muestran que a 1 de enero de 2013 el número de licencias es de 315.301 lo que representa un 3, 5% menos respecto al año anterior (un total de 11.604 jugadores menos). Desglosando estos datos por sexo y edad, se puede comprobar que el número de mujeres que practican este deporte representa sólo un 25, 7 % del total (según datos extraídos de *European Golf Association*), mientras que los hombres representan un 61 %. Sin embargo, se puede comprobar la disminución en cuanto a jugadores federados desde el año 2007 hasta el actual. La caída de cifras respecto a practicantes federados se acentuó más desde 2010 en adelante debido a la crisis económica. Todo ello supone la disminución de un 6,9% del total. Respecto a datos de Comunidades Autónomas, Asturias, Cantabria Madrid y

País Vasco son aquellas que presentan mayor número de federados. Siendo por lo tanto las Comunidades Autónomas del norte las que presentan un nivel medio de jugadores por encima de la media nacional.

Figura 6: Evolución de licencias profesionales y amateurs.

Año	Federados	Incremento absoluto
2006	279.660	21.579
2007	300.047	20.387
2008	318.331	18.284
2009	333.818	15.487
2010	338.588	4.470
2011	333.013	- 5.545
2012	326.905	- 6.108
2013	315.301	- 11.604

Fuente: Real Federación Española de Golf

Sin embargo, no todos los datos son tan alentadores. Algunos problemas amenazan seriamente esta oportunidad que tiene el turismo español de seguir creciendo. Ejemplo de ello, es la aparición de nuevos destinos competidores, el no saber gestionar de manera correcta la estrategia de marketing y la pérdida de competitividad de este sector. A partir de estas amenazas surgirían problemas y España perdería la oportunidad de consolidarse como una zona turística importante con una oferta diversificada.

Respecto a las sinergias generadas, los promotores inmobiliarios crean negocio alrededor de este deporte por lo que llevan a cabo la construcción de grandes complejos hoteleros y zonas residenciales en sus inmediaciones. Sin embargo, esta práctica conlleva la creación de campos que simplemente están ligados a intereses inmobiliarios lo que hace que no reúnan los niveles de exigencia adecuados para la práctica de este deporte. Este crecimiento desmesurado viene dado por varias razones, entre ellas, la necesidad por parte de la población de tener una segunda residencia (debido al nivel de

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 18 de 50

envejecimiento de la población), la mejora de las conexiones en cuanto al transporte y a pesar del crecimiento, estos excesos urbanísticos permitieron concienciar a las Administraciones de que los proyectos han de ser sostenibles para no perjudicar al medioambiente.

Un estudio reciente pronostica que el turismo de golf está en auge y seguirá creciendo. Los datos son alentadores, el número de reservas aumenta cada año y los destinos consolidados consiguen mantenerse a pesar de la bajada de precios para seguir siendo competitivos. Otros destinos que no habían estado antes asociados al turismo de golf, empiezan a emerger y afianzarse como Turquía y Vietnam. El elemento diferenciador para escoger el destino en cuanto a este tipo de turismo, sigue siendo la calidad de los campos y la climatología favorable.

3.3 Características

Los aspectos principales que definen este tipo de turismo, son la calidad de la oferta tanto principal como complementaria. Sin embargo, en el aspecto puramente deportivo es importante destacar que no todos los campos tienen las mismas características y dimensiones y es por ello por lo que su ubicación varía según el tipo de campo. Por ejemplo, los campos de nueve hoyos se sitúan en ciudades con menos de 200.000 habitantes cerca de otras instalaciones deportivas. Estos campos no necesitan más de 30 ha, sin embargo, los campos de 18 hoyos cuya superficie ocupa aproximadamente unas 70 ha se instalan en núcleos urbanos mayores ya que se precisa de al menos 600 socios para su mantenimiento (Fernández de Caleyá, 1997: 98 y 127). Los campos de 27 hoyos que son los menos comunes, se sitúan cerca de aeropuertos, playas, etc. y precisan de una amplia oferta hotelera.

La oferta española en cuanto a campos de golf, cuenta con campos de 60, 54, 36, 27, 18 y 9 hoyos. Cabe destacar la existencia de campos rústicos (suele ubicarse en zonas

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 19 de 50

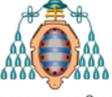
del interior) y campos de modalidad *pitch & putt*⁷. Prácticamente todos los campos de golf están bien comunicados y las empresas de transporte incluyen en sus políticas comerciales, facilidades para este tipo de clientes. Casi todos los campos españoles están abiertos todo el año y cuentan con equipamientos básicos, además de instalaciones complementarias o clases de golf tanto individuales como colectivas, etc. Sólo una minoría ofrece una oferta que dista que la actividad principal, como son centro de estética, club de hípica y canchas para practicar cualquier tipo de deporte.

3.4. Problemas: dimensión ambiental, impacto paisajístico

El impacto sobre el medioambiente no se debe sólo a la construcción del campo, sino también a la construcción de inmuebles que va asociado a este tipo de turismo. La utilización de recursos que conlleva un campo de golf es desmesurada, sin embargo, en los últimos años se han producido avances beneficiosos para el medioambiente. El hecho de no poder concebir un campo de golf sin construcciones inmobiliarias ha generado inquietud entre asociaciones de protección del medio y administraciones públicas que se plantean medidas para controlar esta situación. Cabe destacar, que no se puede disociar completamente un campo de golf de las viviendas residenciales ya que si no provocaría una disminución de esta actividad.

De una manera u otra, se ha tomando conciencia de la importancia de preservar el medioambiente y cuidar hasta el más mínimo detalle para no interferir con la naturaleza. Por ello, la necesidad de un turismo sostenible se plantea a gran escala. Teniendo en cuenta los tres ámbitos principales en los que el turismo influye, el desarrollo sostenible afecta tanto social, económica como medioambientalmente. Por ello, es importante que la construcción de un nuevo campo o complejo turístico se base en una buena planificación y gestión del lugar, es decir, se marquen unos objetivos concretos previos a cualquier fase. Estos objetivos han de ser respetuosos y adaptados al medio. Aspectos concretos a tener en cuenta para no dañar al medio, es conseguir un equilibrio territorial, determinado por la capacidad de carga; así mismo, los valores culturales y naturales de

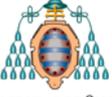
⁷ Campos de par 3, cuyas dimensiones son más pequeñas que un campo normal. Recorrido máximo 1.600 metros, lo que implica un gasto de mantenimiento menor que un campo tradicional.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 20 de 50

la zona han de ser preservados para gestionar de manera correcta recursos como la energía, el agua o los residuos. Si bien es cierto, gracias a los avances técnicos la utilización de estos recursos ha evolucionado y permite utilizar aguas residuales para el riego, etc. También se ha producido un avance en cuanto a vegetación, ya que se aumenta el uso de especies vegetales autóctonas que no interfieran en el medio.

Esta carga medioambiental es incluso mayor cuando ambos proyectos, tanto de construcción de un campo como de viviendas, están fusionados. En el momento que un complejo residencial va asociado a un campo de golf, se necesitan más infraestructuras, ya que suelen estar alejadas del núcleo urbano. Según un estudio de la OMT, el turismo Español puede verse afectado y a su vez la economía, debido al consumo de recursos que puede derivar en la desertificación de algunas regiones. En cuanto al desarrollo económico y social, el turismo ha de repercutir positivamente y contribuir al desarrollo de la zona y no ser una excusa para poder construir viviendas.

En lo que respecta a las Administraciones Públicas, debido al aumento de este tipo de turismo, se ha tomado conciencia y se ha generado un régimen jurídico que regule esta actividad, compuesto por un conjunto de técnicas y normas de intervención de regulación o actuación directa. Bajo el punto de vista del Derecho Público, esta práctica se aborda desde distintos puntos de vista como deportivo, urbanístico y territorial-ambiental. La ordenación jurídica de este deporte así como la implantación y explotación se caracterizan por su carácter multidisciplinar y transversal. En este ámbito convergen distintas competencias e instrumentos de ordenación del territorio que afectan de manera directa a la creación de un campo. Sin embargo, esta regulación no es a nivel estatal sino que está en manos de cada Comunidad Autónoma. Por lo tanto, surge la creación de leyes y decretos que regulan esta práctica sobre todo en Comunidades Autónomas en la que este deporte ha experimentado un auge y se ha tomado conciencia de la necesidad de controlar esta práctica, como por ejemplo el Decreto 43/2008, de 12 de febrero, regulador de las condiciones de implantación y funcionamiento de campos de golf en Andalucía con su posterior ampliación y modificación en 2010 con el Decreto 309/2010, de 15 de junio. Es importante también la Ley 9/2006, de 5 de diciembre de 2006, reguladora de Campos de Golf en la

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 21 de 50

Comunitat Valenciana, debido al proceso de crecimiento que ha experimentado durante los últimos años, no sólo gracias los valencianos sino también por parte de visitantes de otras comunidades y extranjeros.

Por ello, las comunidades autónomas en las que la práctica del golf va más allá de lo deportivo, se vieron bajo la necesidad de crear un régimen jurídico adecuado a las dimensiones de estas construcciones así como la importancia de sus implicaciones deportivas, territoriales y medioambientales. Como ya se ha mencionado, la práctica del golf no es sólo en el ámbito deportivo sino también en el turístico. Todo ello contribuye de manera directa en el sector económico (lo más destacable es el aumento del empleo local que conlleva más oportunidades para el territorio donde se ubica el campo) pero no hay que olvidar que además de los beneficios en materia económica, es muy importante preservar el patrimonio natural reduciendo los impactos y favoreciendo la implantación y mejora del entorno.

Las leyes y decretos formulados así como sus posteriores modificaciones pretenden conseguir la mejora y respeto por el medio, proteger el paisaje, potenciar el uso de energías renovables para así minimizar la contaminación y las emisiones perjudiciales. Dichas leyes se compaginan con las normas y principios de ordenación del territorio. Por ello, y tomando como referencia la Ley 9/2006 reguladora de campos de golf de la Comunitat Valenciana, cabe destacar los aspectos relativos a los usos complementarios compatibles incompatibles así como todo lo referente a la implantación de los campos.

En cuanto a las actividades complementarias, hay que distinguir entre las que pueden serlo y dónde está el límite. Por ello, se considera complementario y compatible todo aquello que no esté ligado a la práctica deportiva pero que es necesario y beneficioso para un complejo de estas características. Por ejemplo, instalaciones de carácter asistencial, sanitarias, de seguridad o administrativas; de manera que no superen nunca el 1% de la superficie mínima destinada al campo de golf. La construcción de otras instalaciones deportivas que complementen así la oferta del campo de golf, es compatible siempre y cuando no supere el 5% de la superficie total del campo. Otras instalaciones que están permitidas, aunque también con restricciones en cuanto a su tamaño, son alojamientos turísticos, instalaciones de ocio, restauración y

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 22 de 50

pequeños comercios dedicados a la venta de productos relacionados con la actividad. Por otra parte, se considera totalmente incompatible aquellos usos relacionados directamente con la promoción de campos de golf, uso residencial o industrial, etc.

Respecto a la fase de implantación, previamente ha de existir una evaluación de impacto ambiental favorable, de lo contrario, sería imposible llevar a cabo su construcción. Únicamente sería posible si se rectificara o modificara todo aquello que no esté conforme en la evaluación. Además del informe de impacto ambiental, se ha de tener en cuenta los planes de ordenación del territorio así como planes urbanísticos, sectoriales o medioambientales del lugar previsto para su implantación. Así mismo, el campo de golf de nueva construcción deberá preservar el entorno, especialmente en las zonas no utilizadas para el juego; de tal manera que las edificaciones o instalaciones respeten la tipología propia de la zona.

Otro aspecto importante anterior a la construcción de un campo es la correcta justificación del lugar más apropiado para su implantación, teniendo en cuenta la aptitud del terreno. Para ello, es necesario valorar la capacidad de acogida⁸ y la vulnerabilidad ambiental⁹; entendiéndose de tal manera que el terreno que mejor admita esta actividad será el más idóneo y también la resistencia del medio en cuanto a fenómenos naturales o por actividades derivadas del ser humano.

⁸ Para el análisis de la capacidad de acogida de los terrenos se tendrán en cuenta, como mínimo, los siguientes factores: la pendiente, las condiciones geotécnicas, la incidencia de los riesgos naturales o inducidos, la existencia de edificaciones, infraestructuras y servicios, la disposición de recursos, la accesibilidad, la capacidad agronómica de los suelos y las posibilidades de conexiones con el transporte público.

⁹ Para el análisis de vulnerabilidad ambiental de los terrenos para la ubicación de campos de golf, y con independencia de la declaración de impacto ambiental que deba emitirse conforme a la legislación medioambiental aplicable, se tendrán en cuenta, como mínimo, los siguientes factores: la existencia de hábitats y especies de interés, la calidad y fragilidad del paisaje, la vulnerabilidad de los acuíferos y otros sistemas hídricos, la pérdida de la capacidad agronómica, la afección a puntos geológicos y paleontológicos de interés o del patrimonio histórico.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 23 de 50

4. El Golf en Asturias

Asturias como destino turístico ha ido afianzándose a lo largo de los años. Hoy en día se ha convertido en un sector estratégico para la comunidad autónoma que continua en crecimiento. Los datos del SITA que muestran los resultados para el año 2011 indican que el número de visitantes ha aumentado un 1,5 % respecto al año anterior y probablemente la tendencia sea seguir creciendo a pesar de que el gasto medio total y la estancia media disminuyen. Respecto al año 2012, el número de viajes disminuyó en un 7,11% y las pernoctaciones en un 8,1% según datos del periodo en referencia al año anterior.

Las ciudades más importantes han sufrido una transformación positiva para mejorar la calidad del destino y así hacerlo más atractivo para todo tipo de turistas, tanto nacionales como extranjeros. El mayor número de plazas de alojamiento se concentra en las tres ciudades más importantes, Oviedo, Gijón y Avilés y también en la zona costera, destacando Llanes. En los últimos años, Asturias se consolida como destino dentro de la España Verde. Todo ello gracias a la combinación de montaña y playa con una oferta muy amplia y variada de ocio y actividades. El turismo rural ocupa un alto porcentaje dentro del turismo regional, superior a la media de otras regiones de la España Verde. Además, en cuanto al desarrollo de la actividad turística, se han realizado importantes progresos en la región destacando el incremento de empresas turísticas, el número de alojamientos y la mejora de las instalaciones¹⁰.

En cuanto a oferta turística, Asturias como destino ofrece infinitas experiencias entre las que encontramos el golf como reclamo turístico. Cabe destacar que este reclamo hace que Asturias sea un destino emergente y muy prometedor. Además, Asturias se considera un lugar privilegiado gracias al clima, las buenas instalaciones y la cercanía de los campos a zonas urbanas, todo ello, permite desestacionalizar la demanda ya que se concentra principalmente en los meses de julio, agosto y septiembre. Practicar el golf en esta comunidad durante todo el año es posible y además la opción de

¹⁰ Se considera España Verde la zona peninsular bañada por el mar Cantábrico (Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco) conocida también como Cornisa Cantábrica.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 24 de 50

combinar esta práctica con experiencias complementarias hace que Asturias se posicione frente a otras comunidades. La región cuenta con 16 campos de golf homologados repartidos a lo largo de la geografía asturiana. Todos los campos garantizan instalaciones en perfecto estado y disponibilidad y accesibilidad para todo tipo de cliente, tanto principiantes como profesionales del deporte. Además, cada campo cuenta con una oferta complementaria atractiva como gastronómica, hotelera y de spa, cultural etc.

Un aspecto muy positivo digno de mencionar, es que la región es pionera en la creación de una página web que facilita al jugador el disponer de *green fee* para jugar con una oferta en alojamiento y actividades complementarias a gusto del cliente durante todo el año¹¹.

En el caso concreto de Gijón, en 1989 surge la campaña “Vacaciones deportivas” en la que el Patronato Deportivo Municipal organizó unos cursillos de golf. Todo ello llevó a la creación de clubes de golf que sintieron inquietud y motivación por este deporte. Las primeras prácticas comenzaron en la Llorea para permitir a los aficionados que conocieran mejor este deporte y así fomentar su práctica de manera más asequible. Los ingresos generados a partir de esto se fueron invirtiendo en adquisición de medios y mantenimiento de las instalaciones, sin embargo, al no ser suficientes, incluso socios del club de manera desinteresada aportaron para continuar esta experiencia.

4.1. Marco normativo del turismo de golf

En el caso concreto de Asturias, no hay una regulación específica para la implantación de los campos de golf. El único requisito indispensable es llevar a cabo una evaluación de impacto ambiental previa. La evaluación de impacto ambiental corre a cargo de la empresa que desea implantar el campo de golf que posteriormente ha de entregar a la Administración para poder decidir si el informe es favorable o desfavorable. La finalidad de la Evaluación de Impacto es identificar, predecir e interpretar los impactos que esa actividad producirá si es ejecutada. Si el informe es

¹¹ La información se puede encontrar en www.golfasturias.es

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 25 de 50

negativo, no se puede empezar ningún proyecto a no ser que se produzcan cambios en el proyecto inicial y así pase de ser un proyecto que degrada el medioambiente a uno que sea positivo y sirva para mejorarlo.

La evaluación de impacto ambiental en Asturias está regulada por el TROTU -Texto Refundido de las disposiciones legales vigentes en materia de ordenación del territorio y urbanismo- aprobado en el Decreto Legislativo 1/2004, de 22 de abril. Mediante cuatro artículos se expone el objetivo general de este estudio, las diferentes clases y ámbitos de aplicación, así como el contenido de la evaluación que viene especificado y cuyas determinaciones son obligatorias¹².

La única referencia en cuanto a la implantación de campos de golf en Asturias, aparece cuando se pretende implantar el campo de golf en zona costera. La ordenación del litoral asturiano se aborda desde la perspectiva de normas e instrumentos de ordenación territorial y urbanística que se complementan a su vez con Directrices Sectoriales. Dentro de las directrices regionales, hay que tener en cuenta especialmente las Directrices Subregionales para la Franja costera, reguladas por el Decreto 107/1993, de 16 de diciembre. Este marco de actuación es de obligado cumplimiento para la Administración del Principado y recoge de manera detallada las normas de aplicación directa en cuanto a la delimitación del Suelo No Urbanizable de Costas y las Zonas de Protección Específica.

Estas directrices suponen una uniformización referente al borde costero impidiendo así la masificación de construcción y un consecuente desarrollo urbanístico, excepto por 500 metros en los que el uso de suelo es muy limitado ya que se regulación es muy restrictiva. Entre los usos limitados del suelo se encuentra uso agrícola, ganadero, etc. donde se podrían implantar también campos de golf aunque no un complejo hotelero. Gracias a estas directrices, aproximadamente unas 19.000 ha de la costa asturiana son terreno protegido.

A partir de las directrices, surge una norma más específica gracias a un acuerdo de la Comisión de Urbanismo y Ordenación del Territorio de Asturias. Aprobada el 23 de

¹² Artículo 42: Objetivo general; Artículo 43: Causas; Artículo 44: Ámbito de aplicación y Artículo 45: Determinaciones.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 26 de 50

mayo de 2005 Plan Territorial Especial de Ordenación del Litoral de Asturias (POLA)¹³.

En concreto, en cuanto a la posibilidad de implantación de campos de golf en este tipo de suelo, el POLA prevé una serie de requisitos específicos. Por lo tanto, la ordenación del trazado ha de estar en concordancia con el paisaje de la zona, reduciendo al mínimo razonable todo aquello que suponga artificialización de paisaje evitando así, el empleo de especies vegetales no autóctonas. También se ha de tener especial cuidado con elementos disruptivos del medio como los bunkers¹⁴, poniendo atención de manera que sean mínimamente visibles hacia el exterior. No se permitirá la construcción de ningún tipo de infraestructura ni complejos residenciales. Todo ello previo estudio de impacto ambiental de manera detallada.

Según la manera de gestionar el campo, la titularidad cambia pudiendo distinguir entre campos públicos o privados cuyo uso es restringido acorde a su explotación. En cuanto a la explotación de los campos de golf hay diferentes modalidades, distinguiendo así entre: campos públicos (en los que el acceso es libre para cualquier persona), campos mixtos (acceso libre que se compagina con el acceso de usuarios abonados, aquellos que mediante al pago de una cuota disfrutan de manera ilimitada las instalaciones) y por último, los campos privados que restringen su uso sólo a los abonados.

¹³ El POLA concreta las siguientes propuestas de actuación:

-El tratamiento de las playas, destacándose la creación de la figura del parque-playa como respuesta al objetivo de conseguir el equilibrio entre preservación y uso humano. Con esta figura, en lo sustancial, se pretende incrementar, en lugares previamente seleccionados por presentar características adecuadas, la superficie utilizable para usos playeros, garantizando simultáneamente la conservación de los valores ecológicos y medioambientales y desviando la presión humana de lugares más frágiles o menos adecuados para soportarla.

-La articulación y ordenación de las sendas litorales, sobre la idea de un sistema de sendas incardinado con los pueblos a los que sirve, formando parte de la retícula de caminos ya existentes en cada área e integrándose con los motivos paisajísticos principales de la misma.

-La ordenación de la red viaria y aparcamientos, cuya ubicación responderá a criterios que permitan alejar la presión humana de las áreas más frágiles y coadyuven a facilitar la peatonalización de borde costero.

-Tratamiento urbanístico de los núcleos rurales situados dentro o en el límite del Suelo No Urbanizable de Costas.

-Tratamiento de las Áreas Degradadas por la Edificación.

-Tratamiento de algunos problemas específicos del litoral tales como las redes electrónicas de alta tensión, las áreas arqueológicas o la ordenación de campamentos de turismo.

¹⁴ Hoyos grandes, profundos e irregulares situados en las calles del campo y que suponen un obstáculo.

4.2. Análisis de la oferta

En cuanto a la oferta, el Principado de Asturias cuenta con un total de 16 campos de golf, la gran mayoría ubicados en el litoral. De estos 16 campos (detallados posteriormente), siete son de 18 hoyos, otros siete de 9 hoyos y dos campos son de la modalidad pitch & putt. Actualmente, se encuentra en construcción el Club de Golf Luarca que será de titularidad privada y constará de un total de 9 hoyos. Como se puede comprobar, la mayoría de los campos son de titularidad privada y sólo cuatro son de titularidad pública. Sin embargo, de estos cuatro campos dos están gestionados por una empresa privada bajo cesión del Ayuntamiento.

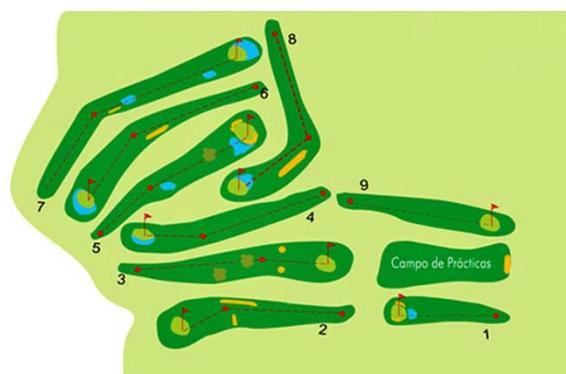
Actualmente, existen cuatro clubes que no tienen campo, por ello, utilizan instalaciones de otros clubes. Estos clubes son Club de Golf La Cuesta de Llanes, Club de Golf Madera III, Club de Golf Las Caldas y Club Escuela de Golf la Llorea.

	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Castropol Golf	Costa	Privada	9 hoyos, Par 72	Complementario

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 7: Plano del campo.

Situado en el occidente de Asturias, ubicado en el municipio de Castropol, el campo de golf es un elemento complementario al hotel “Casa Cachón”. El hotel es una antigua casería asturiana remodelada en Hotel Rural. La finca ocupa 20 ha.



En las que se encuentra el campo que a su vez ocupa 3.000 metros de recorrido. Es un campo adaptado tanto a jugadores expertos como amateurs ya que cuenta con calles anchas y abundantes obstáculos. Ofrece otros servicios complementarios como restauración, salud y belleza, alquiler de palos, clases de golf, etc.

	Localización	Titularidad	Características	Uso complementario/principal
Real Club de Golf de Castiello	Costa	Privada	18 hoyos, par 70	Principal

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 8: Plano del campo.

El campo de golf inaugurado en 1958 contaba en sus inicios con 160.000 m² y un recorrido de 9 hoyos. No fue hasta 1981 cuando se amplió hasta los 18 hoyos reglamentarios, siendo un campo de dificultad media. Se encuentra en plena naturaleza y ofrece unas magníficas vistas. Aunque cuenta con un club, es de uso exclusivo para socios por lo que el campo es la actividad principal. Sin embargo, también hay instalaciones complementarias como piscina, restauración, etc.



	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Campo Municipal de Golf El Tragamón	Costa	Pública	9 hoyos, par 68	Principal

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Este campo junto con el Campo Municipal de Golf La Llorea, integran los campos de titularidad pública de Gijón. Están gestionados por el Patronato Deportivo

Figura 9: Plano del campo .

Municipal. Es un campo semirústico de nueve hoyos y una distancia total de 5.148 metros. No es un campo excesivamente difícil, lo que le hace accesible para cualquier nivel. El campo municipal está gestionado (bajo cesión de concurso para su uso y explotación) por el Club de Golf Madera III, que surge en 1989 y cuyo objetivo es impulsar y promocionar el golf asturiano.



	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Campo de Golf La Morgal	Interior	Privada	9 hoyos, par 72	Principal

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 10: Plano del campo.

Situado en el centro geográfico de Asturias, el campo ofrece un atractivo recorrido con un diseño cómodo. Cuenta con instalaciones para la iniciación y prácticas, más de 50 puestos de tiros de prácticas en hierba natural. Ofrece servicios complementarios como tienda de material, cafetería, alquiler de carros, etc.

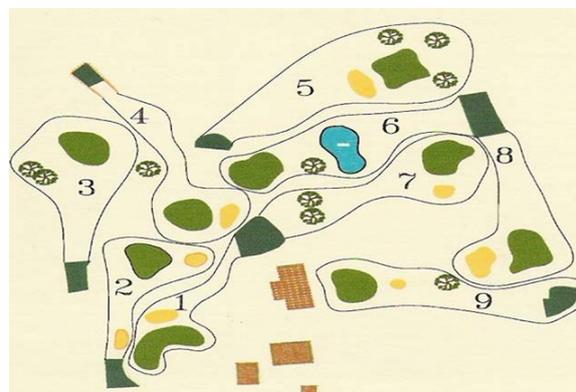


	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Aldama Golf Pitch & Putt	Costa	Privada	9 hoyos, par 54	Complementario

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 11: plano del campo.

Esta modalidad de campo de golf¹⁵, está situado a los pies de los Picos de Europa, próximo a la ciudad costera de Llanes, donde además de disfrutar de este deporte, se encuentran las playas de gran belleza natural como Torimbia, San Antolín o Poo. El campo de golf es un complemento del Hotel Aldama Golf, el cual ofrece la posibilidad de jugar en otros campos con los que tiene acuerdos de colaboración, como por ejemplo El Campo Municipal de Llanes y La Rasa de Berbes.



	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Los Balagares Golf	Costa	Privada	18 hoyos, par 70	Complementario

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 12: Plano del campo.

Campo de golf ubicado dentro del complejo de lujo “Los Balagares”, inaugurado en 2008. En este complejo se encuentra el hotel de 4* “Zen Balagares” El campo de golf ofrece unas vistas incomparables al embalse de Trasona y



¹⁵ Pitch & Putt: campo de golf réplica de uno grande, cuyos precios son más asequibles y no es necesario pertenecer al club para jugar.

destaca por ser uno de los campos con más movidas y con más caídas de la cornisa cantábrica.

	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Deva golf Pitch & Putt	Costa	Privada	18 hoyos, par 54	Principal

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Deva Golf es el primer recorrido de 18 hoyos, pares 3 Pitch & Putt del Principado de Asturias. Su intención es la de convertirse en un referente dentro de los clubes de este tipo en España. Para ello desarrollará una gestión profesional de todos los servicios, incluyendo la comercialización y venta de Derechos de Uso que le permitirán ser Titular de Deva Golf.

Figura 13: Plano del campo.

El campo se ajusta a la normativa de la Real Federación Española de golf en cuanto a la modalidad de este juego, cuya longitud de los hoyos oscila entre los 40 y 120 m. El campo está diseñado para todo tipo de jugadores, desde los más pequeños hasta los sénior.



	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Campo Municipal de Golf la Llorea	Costa	Pública	18 hoyos, par 72	Complementario

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 14: Plano del campo.

El campo se presenta como un complemento al Hotel “Palacio la Llorea”, un antiguo palacete reformado que combina un diseño vanguardista con la arquitectura tradicional. El campo, junto con el del Tragamón, conforma la oferta pública del Ayuntamiento de



Gijón que intenta acercar este juego a la mayoría de los ciudadanos. Es un campo de 18 hoyos inaugurado en 1995 bajo la dirección y gestión del Patronato deportivo Municipal de Gijón. En este campo se llevan cabo muchas Competiciones Oficiales, disputándose importantes premios entre jugadores que intentan mejorar su hándicap¹⁶. Además, importantes marcas comerciales ven en este campo la mejor opción para promocionar sus productos tanto nivel regional como nacional.

¹⁶ Indica el número de golpes de más (sobre el par del campo) que un jugador hace en un recorrido.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 33 de 50

	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Golf Municipal de Llanes	Costa	Pública	18 hoyos, par 71	Principal

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 15: Plano del campo.

Inaugurado en 1989, se sitúa a 3 km. de Llanes, entre los pueblos de Cue y Andrín y está gestionando directamente por el Ayuntamiento de Llanes. Es el tercer campo público de España con 18 hoyos. Configurado como un campo Link escocés, con hierba autóctona, está ubicado en una altiplanicie, a 100 m sobre el nivel del mar,



entre el mar Cantábrico y los Picos de Europa. Por ello, una de sus principales características es la de contar con unas magníficas vistas en un entorno paisajístico y natural incomparable. Entre los muchos atractivos de esta zona, se encuentran, además, una treintena de playas y las distintas rutas para recorrer por los Picos de Europa.

	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Campo Municipal de Golf Las Caldas	Interior	Pública	18 hoyos, par 71	Complementario

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 16: Plano del campo.

El campo de golf actúa como complemento perfecto del balneario “Las Caldas Villa Termal”. El campo, cuya titularidad es pública, está gestionado y administrado por la empresa Urbaser S.A. Situado en el centro



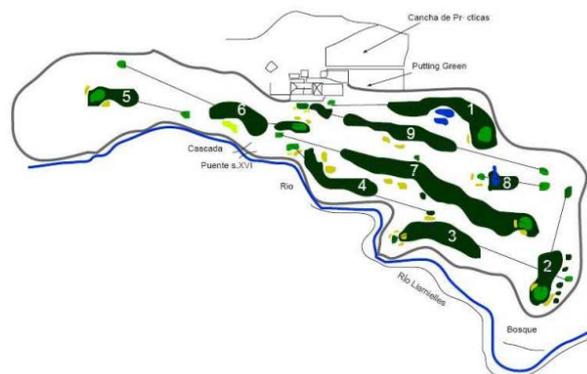
geográfico de Asturias, ofrece múltiples actividades complementarias en plena naturaleza.

	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Palacio de Rubianes Golf	Interior	Privada	9 hoyos, par 35	Complementario

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 17: Plano del campo.

Es un campo de estilo rústico con pocos elementos arquitectónicos que perturben el paisaje, respetando así la vegetación autóctona y evitando los movimientos de tierra. Las calles del campo se orientan principalmente siguiendo las propias curvas de nivel, orientadas dirección norte-sur. En las mismas instalaciones se encuentra un hotel de 4* recientemente restaurado a partir de un antiguo palacio asturiano de arquitectura única y singular.

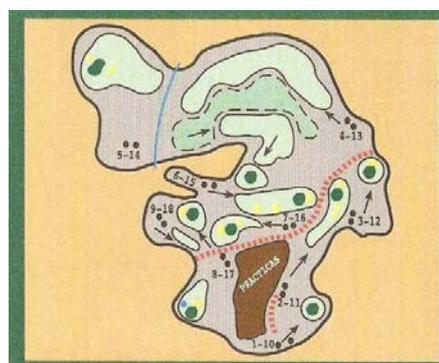


	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Campo de Golf La Fresneda	Interior	Privada	9 hoyos, par 34	Principal

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 18: Plano del campo.

Ubicado en el centro de Asturias, favorece un acceso fácil y rápido. Es un campo de carácter rústico tipo parque cuyos hoyos no son muy largos. El campo es muy técnico en cuanto a la ejecución del juego y su excelente drenaje lo hacen practicable todo el año. Sin embargo, aunque precisa de técnica, el campo es comercial por lo que se presenta fácil para cualquier persona. Está gestionado por la empresa “Coral Golf”.



	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Club de Golf Cierro Grande	Costa	Privada	9 hoyos, par 66	Principal

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 19: Plano del campo.

Este Club de golf inaugurado en 1994 fue la aportación más importante en cuanto a deporte de la comarca. Las instalaciones ocupan un total de 13 ha y el campo cuenta con un total de 11 hoyos, aunque de manera reglamentaria y reconocidos por la Federación, se



considera un campo de 9 hoyos. Estas instalaciones atraen a gran cantidad de extranjeros que visitan la zona. Actualmente cuenta con un total de 200, cifra que ha ido aumentando a lo largo de los años.

	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Club de Golf La Rasa de Berbes	Costa	Privada	18 hoyos, par 72	Principal

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 20: Plano del campo.

Es un campo con magníficas vistas a la villa marinera de Ribadesella y a los Picos de Europa, lo que hace que sea un campo especial. Los gamos pasean libremente y están acostumbrados a los golfistas por lo que se convierten en un elemento esencial y diferenciador. El recorrido del campo es totalmente respetuoso



con el entorno, produciendo los mínimos movimientos de tierra y empleando vegetación autóctona. De esta, manera intentan proteger la flora y la fauna, concienciando también al jugador. El campo tiene acuerdos en cuanto a las tarifas con hoteles cercanos para favorecer el turismo de golf en esta zona. El campo de golf está gestionado de manera privada, pero bajo la concesión de terrenos del Ayuntamiento de Ribadesella, situados entre las aldeas de Torre y Berbes.

	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Real Club de Golf La Barganiza	Interior	Privada	18 hoyos, par 70	Principal

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 21: Plano del campo.

El campo inaugurado en 1982 cuenta con unas vistas magníficas. Destaca por la orografía del terreno y las diferentes medidas de los hoyos, lo que hace que sea muy entretenido. Inicialmente, contaba con 9 hoyos, viéndose más tarde aumentados a 18. Este club de golf ofrece acuerdos con diferentes hoteles de numerosas cadenas que complementan su oferta principal.



	Localización	Titularidad	Características	Uso principal/complementario
Villaviciosa Golf	Costa	Privada	9 hoyos, par 70	Principal

Fuente: elaboración propia a partir de página web del campo

Figura 22: Plano del campo.

El campo es ideal para la práctica de este deporte. Actualmente es de 9 hoyos, aunque está en proceso la ampliación a 12. Es un campo de dificultad media y se caracteriza por no tener hoyos ciegos. Está ubicado en pleno corazón de la Comarca de la Sidra. Villaviciosa Golf cuenta con dos campos, uno de 9 hoyos y pares 3 en el



 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 38 de 50

que no hace falta tener hándicap pero sí estar federado para jugar y otro campo de un recorrido de 9 hoyos, par 70 en el que se llevan a cabo campeonatos oficiales. Este recorrido se caracteriza por sus lagos y riachuelos que discurren por un valle.

Respecto a promoción y creación de paquetes en torno a este tipo de turismo, en los últimos años ha ido evolucionando de manera favorable, de tal manera que la Sociedad Regional de Turismo de Asturias¹⁷ conjuntamente con la Federación Asturiana de Golf han puesto en marcha un proyecto para dar a conocer el golf asturiano y promocionar este segmento. La iniciativa coordina todos los campos de Asturias, tanto los de titularidad pública como privada y los alojamientos adheridos a este producto (hoy en día cuenta con más de 40 alojamientos). Esta iniciativa es pionera en cuanto que reúne los alojamientos y todos los campos de golf como una sola herramienta. En la página web (www.golfasturias.es) creada para la promoción de este tipo de turismo, aparecen numerosas ofertas en las que incluyen en alojamiento más el *green fee*¹⁸ de un campo de golf cercano.

Teniendo en cuenta el turismo de experiencias que está en auge, la SRT también creó el proyecto *Escápate, visita Asturias*, donde proponen una serie de actividades organizadas coordinadas junto con el alojamiento, ofreciendo naturaleza, cultura, turismo activo, gastronomía, etc. El golf comienza a ocupar un lugar preferente y se crean hasta 16 experiencias diferentes. Estas experiencias van enfocadas a varios segmentos y con diferentes objetivos, puede ser en familia, en pareja, para relajarse o simplemente para aprender a jugar. La SRT elabora una línea estratégica a través de la cual, indica una serie de condiciones a cumplir para poder ofertar un paquete dentro de este proyecto. La iniciativa a la hora de crear el producto puede ser tanto de titularidad pública como privada, sin embargo, está en manos de la SRT el comprobar que se cumplan los requisitos para así incluir el paquete y promocionarlo de cara al exterior.

¹⁷Entidad pública que tiene por objeto la prestación de servicios para la promoción del sector turístico del Principado de Asturias, cuyo capital al 100% está en manos del Principado, y actualmente se encuentra en proceso de fusión con la Sociedad Gestión de Infraestructuras Culturales, Turísticas y Deportivas del Principado de Asturias, S.A.U. (Recrea)

¹⁸ Precio estipulado para poder jugar en los campos, varía según la temporada, día de la semana, nivel del jugador, etc.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 39 de 50

Es importante destacar el peso de la oferta complementaria y de ocio. En los últimos años las empresas de este tipo han aumentado mucho y la opción de ofertar paquetes donde se aúnan varias actividades es la más rentable. Por ello, empresarios individuales crean sus propios paquetes para ofertar alojamiento y la posibilidad de jugar en el campo del hotel, o en otro campo con el que tenga acuerdos, etc. De hecho, se podría decir que el disponer de un campo de golf en las instalaciones propias del hotel, es un elemento diferenciador que hace que el hotel se posicione hacia diferentes segmentos y así tenga la posibilidad de atraer a más turistas. Sin embargo, también existe la opción de crear paquetes en torno al turismo de golf, sin tener campo de golf propio. Muchos establecimientos de alojamiento, crean acuerdos con campos de golf cercanos para poder incluir una oferta entre sus actividades. Las ofertas son exclusivamente para la gente alojada en el hotel, ya que pueden disponer de precios más bajos, traslados del hotel al campo, etc.

Otros establecimientos, incluyen entre sus servicios campo de golf, aunque éste sea de propiedad municipal, lo cierto, es que la cercanía del establecimiento a este tipo de campos, hacen que sea favorable poder incluir entre las ofertas, la posibilidad de jugar en un campo de golf cercano.

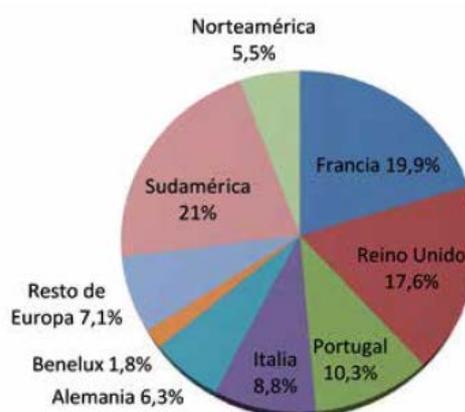
4.3. Análisis de la demanda

El turismo en Asturias en base a datos de carácter general, supone una fuente de ingresos elevada aunque aún está por debajo de la media de otros destinos nacionales. Según datos del SITA la demanda principal se concentra en un 80,6% del total en demanda nacional. En términos relativos, el turismo nacional disminuyó respecto al año anterior. La comunidad de Madrid se posiciona como el principal mercado emisor de turistas, seguida de Castilla y León. Otras Comunidades Autónomas importantes en cuanto a turismo emisor son Cataluña y País Vasco. Cabe destacar que en los últimos años el turismo interno adquiere relevancia alcanzando una cuota del 9,3 % en el año 2011, sin embargo, en 2012 sufre una caída más acusada situándose en el 6,3%.

En cuanto a estancia media y gasto, destacan Valencia y Cataluña como mercados emisores con una estancia media de 5 noches y un gasto de 500 euros aproximadamente. Sin embargo, los turistas andaluces son los que se alojan en la Comunidad Autónoma durante más tiempo pero su gasto diario es menor. Aún así, el principal mercado emisor sigue siendo Madrid y por lo tanto es el más rentable. El turismo de negocios, representa un 16,6 % y reporta grandes beneficios a la región, aunque se concentran principalmente en las ciudades del centro.

Figura 23: Porcentajes de turistas extranjeros.

En cuanto al turismo extranjero, en Asturias sólo representa un 10% del total. El turismo internacional está liderado por Francia seguido de Reino Unido y representan el 20% y el 17,6% respectivamente. Portugal representa sólo un 10% pero es relevante ya que se ha mantenido constante a lo largo de los años.



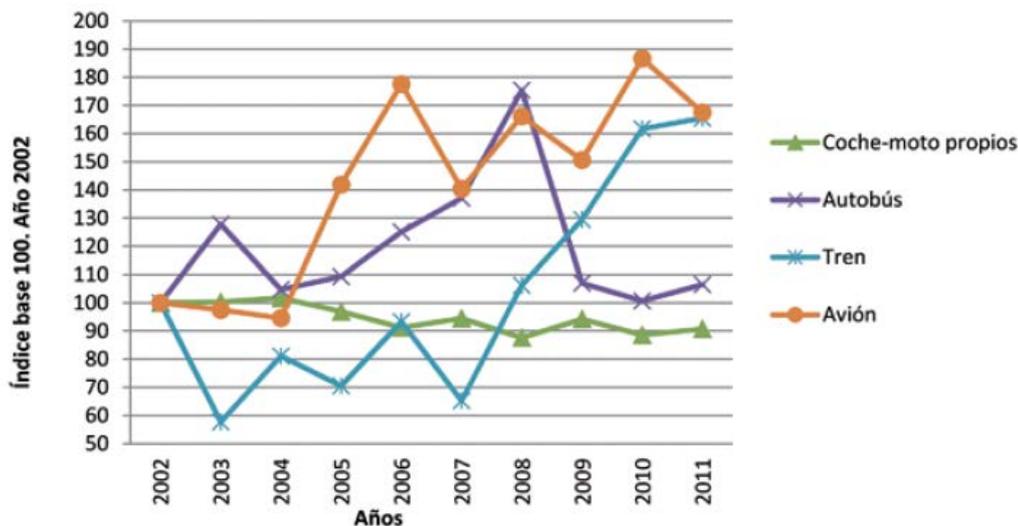
Fuente: SITA extraído del PrEsTA 2013-2015

Fuera del ámbito europeo, los países sudamericanos representan siempre más de un 20% y además su estancia media es también mayor. La motivación para visitar Asturias del 75% del total de turistas lo hacen por razones de ocio y vacaciones y el principal interés de los turistas es conocer nuevos lugares, la naturaleza y la cultura. Otras actividades como los museos o las playas, tienen menor peso en el cómputo global en cuanto a actividad turística realizada en Asturias. Para viajar a Asturias, casi la mitad del total de turistas lo hace en pareja, mientras que los viajes en familia suponen un 16% y con amigos un 12,7%. A la hora de organizar el viaje la gran mayoría lo hace por su cuenta y sólo un 8% lo organiza a través de una agencia de viajes.

Respecto al desplazamiento de los turistas, destaca el vehículo propio, siendo casi un 70% los que prefieren este medio, seguido de transporte aéreo aunque con cifras

irregulares. En los últimos años, desde 2007 en adelante, el viaje en tren adquiere relevancia.

Figura 24: Evolución medios de transporte utilizados para venir a Asturias.



Fuente: PrEsTA 2013-2015

Los principales concejos donde se alojan los turistas, son los de la zona centro y a lo largo del litoral asturiano. Se comprueba que turistas alojados en Oviedo y Gijón se desplazan por la geografía asturiana, generado un flujo de movimiento. Municipios del oriente como Llanes, Ribadesella o Cangas de Onís, junto con Avilés y Gozón son puntos geográficos importantes en cuanto a turistas alojados con un 53 %, los cuáles también se desplazan para visitar otras zonas, en especial la zona centro de Asturias.

En cuanto a rentabilidad generada en este sector, hay que destacar la fuerte estacionalidad, lo que hace que los meses comprendidos entre junio y septiembre sean los más rentables en cuanto a ocupación hotelera e ingresos generados. El resto del año la caída de estos indicadores es muy fuerte, destacando los meses de enero y diciembre. Debido al tamaño de las empresas (suelen ser pequeñas de carácter familiar) el nivel de empleo generado es bajo pudiendo aumentar considerablemente en temporada alta.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 42 de 50

En cuanto al turismo de golf en sí, el SITA no tiene datos concretos por considerar que el porcentaje es poco relevante (el turismo de golf se sitúa en torno al 0,1% en el año 2012). El golf se considera dentro de las actividades de turismo activo realizadas, y según el informe del SITA de 2012, sólo un 0,2% (sin ninguna variación respecto al año anterior) contrató esta actividad. Según la zona geográfica, la zona oriental y la zona centro son las que más peso tienen en cuanto al turismo de golf, ambos con un 0,1%. La valoración obtenida por los usuarios es de un 7,4 en una escala del 1 al 10, lo que pone de manifiesto las buenas instalaciones en cuanto a este deporte y la variedad de la oferta a lo largo de la geografía asturiana. Otro dato significativo respecto a este segmento, es que sólo un 5,9% de los hoteles de 3* se posicionan hacia el turismo de golf frente al 10,9% de hoteles de 4* y 5*.

4.4. Análisis DAFO

Para analizar la situación de Asturias en cuanto al turismo de golf, se desglosarán los diferentes aspectos a través de la matriz DAFO. Teniendo en cuenta que las debilidades y fortalezas hacen referencia directamente a la región y su oferta de turismo de golf y las amenazas y oportunidades es todo aquello que de manera externa pueda influir directamente en este tipo de turismo.

Respecto a las debilidades, la principal y más acusada para el turismo de la región es su situación periférica y las malas comunicaciones en cuanto al transporte de larga distancia que se presenta con alto coste y poco frecuente para los usuarios. La oferta no se diversifica lo suficiente y hace difícil los desplazamientos, incluso para los propios asturianos ya que la región es compleja en cuanto a su orografía, lo que hace también que el turismo interno se vea afectado. Otro aspecto a mejorar es la señalización turística que se presenta como escasa y a veces ineficiente.

En el ámbito político, se hace patente la fuerte industrialización del territorio lo que supone que el peso de la promoción va enfocado hacia ese sector y no al sector servicios. Además, la promoción de la región no es conjunta y existen diferentes marcas y logotipos lo que hace que el Destino Asturias en sí esté dividido y estructurado y no se

presente como un destino único. Incluso hay un exceso de entes turísticos que dan la imagen de falta de unidad. No sólo la promoción está descoordinada, sino también la estructura empresarial que se presenta como minifundista¹⁹ y los establecimientos son reducidos, la mayoría de carácter familiar y con poca presencia de grandes cadenas hoteleras.

Otra debilidad importante es la baja formación de los empresarios en aspectos tan importantes como los idiomas y sobre todo en las nuevas tecnologías de información y comunicación. Las webs son poco accesibles, no están actualizadas y tienen poca presencia en los buscadores. El desarrollo de numerosas webs hace también que dé lugar a descoordinación y dé una imagen confusa al turista.

Por último, algo que no se puede cambiar, es la climatología adversa que presenta la Comunidad Autónoma y que hace que el turismo disminuya de manera considerable. La región se aleja totalmente de la imagen que se asocia a España de turismo de sol y playa, además el clima se asemeja a países europeos emisores de turistas, por lo que no alcanza el nivel de atracción para esos países. Por ello, genera poco interés en cuanto a la recepción de turismo internacional.

Figura 25: Aspectos a mejorar en Asturias

ASPECTOS A MEJORAR EN ASTURIAS	2011
Nada	54,2
Mejor climatología	10,3
Las carreteras o accesos	7,9
Disponer de más tiempo	4,4
Las señalizaciones turísticas	3
Las señalizaciones de carreteras	2,6
Atención al turista	1,9
Resto	15,7

Fuente: SITA

En cuanto a las fortalezas, hay que destacar que Asturias es un destino reciente y sus recursos todavía están poco explotados. Los recursos que más destacan son los naturales ya que dispone de muchos espacios protegidos e intenta potenciar su imagen a través de

¹⁹ Empresas pequeñas en la propiedad rural.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 44 de 50

este elemento diferenciador. Destacan sobre todo la franja costera bien conservada y las montañas de la región. Estos recursos naturales son atractivos para el turismo activo y la práctica de deporte, destacando el Río Sella, de referencia internacional. Entre los recursos también se encuentra el patrimonio cultural, etnográfico o industrial que atraen a un porcentaje de turistas.

El turismo gastronómico es desde hace algunos años, una fuente de ingresos importantes, por lo que se potencia la gastronomía tradicional con ingredientes y productos autóctonos. Además existen productos típicos y diferenciadores como la sidra o variedades de quesos. Respecto a eventos importantes, Asturias no sólo ofrece oferta en el ámbito gastronómico sino también en lo deportivo con certámenes internacionales, el festival de cine, etc. Las instalaciones para estos eventos y otros, son muy buenas y numerosas con capacidad de albergar a un gran número de personas.

Dentro de las fortalezas, cabe destacar las marcas de calidad propias que garantizan altos estándares de calidad. Además la región es una de las pioneras en cuanto al desarrollo del turismo rural, lo que le permite crear una imagen positiva frente a otros destinos de turismo rural. Para la promoción del turismo en general, existe un ente público con experiencia para llevar a cabo la promoción tanto a nivel nacional como internacional.

En general, Asturias crea una imagen en el exterior de cultura agradable y acogedora y es por tanto apreciada por otros destinos. De hecho, asturianos con renombre tanto a nivel nacional como internacional en todos los ámbitos, como la política, el deporte, etc. ayudan a potenciar la imagen de Asturias.

Lo que principalmente amenaza al sector turístico asturiano, es la crisis, que en cierta manera afecta a todos los sectores, sin embargo, en el turismo es más acusado ya que las familias inician el recorte de gastos tanto en ocio como en vacaciones. Todo ello afecta de manera importante, incluso los recursos públicos se ven afectados y no hay suficiente financiación para el turismo. Las empresas turísticas también tienen baja capacidad de inversión por lo que no pueden llevar a cabo nuevos retos.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 45 de 50

Un aspecto a mejorar es el uso de las tecnologías, ya que evolucionan rápidamente y en el sector turístico asturiano están obsoletas. Además, la imagen que proyectan los medios sobre el destino no siempre es buena, ya que ofrece una imagen de conflictos sociales y laborales que perjudican al destino. Otro aspecto negativo a tener en cuenta, es la competitividad con otros destinos que también se posicionan hacia el mismo tipo de turista.

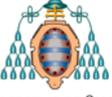
En cuanto a las oportunidades, Asturias como destino debe adecuarse a las nuevas demandas del sector, potenciar el turismo de experiencias a la carta y abrirse hacia nuevos segmentos emergentes como los jóvenes o a la tercera edad. También hay que tener en cuenta que los turistas comienzan a acortar la estancia o se desplazan a lugares más cercanos. La imagen que proyecta Asturias abarca diferentes ámbitos y se puede proyectar como un destino de descanso, naturaleza, con paisajes únicos muy adecuados para el rodaje de películas, etc.

Desarrollar la red de comunicaciones de la región, finalizar la autovía del cantábrico, el AVE de la meseta y potenciar la autopista del mar que permite captar clientes internacionales ya que esta conexión reduce el tiempo de viaje. Por último, es importante tener en cuenta las nuevas tendencias a la hora de promocionar un destino por lo que hay que potenciar el eMarketing y el uso de las nuevas tecnologías.

5. Conclusiones y propuestas

En base a toda la información manejada y habiendo analizado este tipo de turismo según datos reales, se infieren unas conclusiones a partir de las cuales se puede formular varias propuestas.

El golf es un deporte que desde su invención ha influido mucho en la sociedad y siempre ha contado con un gran número de seguidores. Desde sus inicios no fue un deporte con tantos incondicionales como otros más populares, pero poco a poco ha conseguido destacar y posicionarse como deporte clave.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 46 de 50

Deporte y ocio siempre han estado ligados por lo que una vez que el turismo está en auge, el golf deja de ser sólo un deporte para convertirse en un recurso turístico por sí mismo y sirve a su vez de reclamo para el destino. Es un elemento claramente diferenciador y ayuda a desestacionalizar el destino.

La oferta mundial se adapta a las nuevas exigencias por lo que respecto al turismo de golf, se produce un aumento considerable en cuanto a campos de golf, número de jugadores, etc. lo que permite intuir la rápida acogida por parte del público general y consecuentemente, el crecimiento tan espectacular. Sin embargo, si un campo no se adapta a las normas territoriales y cumple los niveles de exigencia, el riesgo de fracaso es muy elevado y la posibilidad de incurrir en un exceso de oferta supone una desventaja para el destino.

Es un hecho contrastado, la necesidad de una climatología favorable para poder hacer uso del campo de golf todo el año, por ello el mayor crecimiento lo experimentaron Comunidades Autónomas de la costa mediterránea o el sur de España. Además, un destino que se posicione hacia este turismo, ha de contar con infraestructuras que complementen la oferta y que la accesibilidad al destino sea eficiente.

En el aspecto medioambiental, destacar la importancia de crear una norma más concreta y específica para la regulación de nuevas construcciones en torno a este deporte. Es importante que la Comunidad Autónoma tome conciencia para crear un documento que complemente a los planes actuales territoriales de tal manera que los campos de golf sigan unas pautas. Este aspecto es quizás el más importante ya que a día de hoy y con el crecimiento masivo que ha tenido el turismo en general, se hace patente la necesidad en todos los ámbitos un desarrollo turístico sostenible y sostenido en el tiempo. La incidencia de este tipo de turismo sobre el medio es acusada por lo que es necesario una serie de medidas reguladores para no afectar lo más mínimo el entorno.

Hay que tener en cuenta, que a pesar de los grandes beneficios que reporta el turismo, la ampliación y diversificación del turismo de golf ha de ser controlada para no caer en un exceso de oferta. Para ello, se ha de estudiar la demanda según tipología de

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 47 de 50

turista y hábitos y así limitar el desarrollo de tal manera que oferta y demanda estén equilibradas. La diferenciación de un destino de golf no reside sólo en el número de campos, si no en aspectos tan diversos como e importantes como la calidad, climatología favorable o las buenas conexiones del destino con los principales emisores de turistas.

En el caso concreto de Asturias, aunque el turismo de golf no sea relevante, sí es un segmento que genera beneficios y que además sigue mejorando día a día para posicionarse dentro de esta industria. La oferta sigue creciendo y complementándose de manera que el destino se consolida hacia este tipo de turistas.

Respecto a la oferta actual, hay una clara necesidad de reforzar aspectos tan importantes como la coordinación y/o cooperación entre entes públicos y privados. En lo referente a la creación de paquetes, a nivel privado hay una clara coordinación entre los titulares del campo y los hosteleros, sin embargo, quizá sería conveniente que también interviniera la Administración para que tanto la creación del paquete como la promoción puedan intervenir en ambos ámbitos. En la actualidad, es la SRT encargada de la promoción de los paquetes y por otra parte, Recrea, la entidad encargada de la de gestión de espacios tanto culturales, deportivos, etc. de tal manera que la gestión de estos equipamientos se ajusta conforme al interés público, la responsabilidad social, eficacia y eficiencia operativa y servicio excelente²⁰.

Finalmente, sería conveniente que los datos disponibles en torno a este deporte y que por tanto se pueden trasladar al ámbito turístico, sean más específicos y exista un criterio de unificación. Las cifras no siempre concuerdan, lo que dificulta en cierta medida un análisis ajustado a la realidad.

²⁰ El nuevo ente creado será de carácter público y se denominará Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado de Asturias. Esta iniciativa responde al cumplimiento de la Ley de Medidas de Reestructuración del Sector Público Autonómico.

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 48 de 50

6. Bibliografía

6.1 Libros y revistas

Amorós Bernabéu, F. (2003) *El Turismo de Golf en la Costa del Sol*. Servicio de Publicaciones de la Fundación Unicaja

Lorenzo Mellado, R., (2009) “Los campos de golf de interés turístico en Andalucía. Notas sobre su régimen jurídico-administrativo” en *Revista Andaluza de Derecho del Turismo* No. 2. Junio 2009, Junta de Andalucía, Conserjería de Comercio, Turismo y Deporte, disponible en:

http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/10354_05.pdf
(25/06/2013)

Pérez Fernández, J.M., (2008) “La incidencia de las actividades y equipamientos turísticos en la ordenación del litoral” en V.V.A.A. (2008) *Los nuevos usos del suelo en el litoral asturiano*. KRK Ediciones.

V.V.A.A. (2000): *Pasión por el golf, guía práctica para iniciarse y perfeccionar el juego*. RBA Realizaciones Editorial S.L

6.2 Páginas web consultadas

Asturias, Paraíso del Golf: <http://golfasturias.es> [Acceso en 10/05/2013]

Castropol Golf: <http://www.castropolgolf.com> [Acceso en 10/05/2013]

Club de Golf Madera III: <http://www.madera3.es/> [Acceso en 10/05/2013]

Estudio de mercado del golf español:

<http://www.rfegolf.es/ArticulosDocumento/ARTICULOS/REVISTA%20RFEG/Revista%20RFEG%20N%C2%BA82/ESTUDIO%20DE%20MERCADOv82.pdf> [Acceso en 19/05/2013]

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 49 de 50

Estudio sobre la demanda extranjera de golf: la promoción y comercialización del turismo de golf en España:

<http://dspace.eum.cat:8180/dspace/bitstream/123456789/12/1/TurismoGolf20098.pdf>

[Acceso en 19/05/2013]

European Golf Association: <http://www.ega-golf.ch/> [Acceso en 19/05/2013]

Federación de Golf del Principado de Asturias: <http://www.fedegolfasturias.com>

[Acceso en 13/06/2013]

Federación Internacional de Golf: <http://www.igfgolf.org/about-golf/history/> [Acceso en 19/05/2013]

Golf Asturias: <http://www.golf-asturias.net/> [Acceso en 06/05/2013]

Golf Club, Palacio de Rubianes: <http://www.golfrubianes.com/> [Acceso en 13/06/2013]

Golf Magazine: http://www.golfmagazine.com.mx/Golf_Historia.htm [Acceso en 15/04/2013]

Historia del Golf: <http://www.educar.org/educacionfisicaydeportiva/historia/golf.asp>
[Acceso en 15/04/2013]

Info Asturias, Portal Oficial de Turismo:

<http://www.asturias.es/portal/site/infoEmpresa/menuitem.c3a912844188f0c2a28a0ff920688a0c/?vgnextoid=8978b4fa081bc110VgnVCM1000000286a8c0RCRD> [Acceso en 25/06/2013]

La Fresneda Golf Club: <http://www.clubdegolflafresneda.es/> [Acceso en 13/06/2013]

La Rasa de Berbes Club de Golf: <http://www.golflarasa.com> [Acceso en 13/06/2013]

La web de Golf: <http://www.lawebdegolf.com> [Acceso en 13/06/2013]

Llanes, Escenario Natural: <http://www.llanes.com/golf> [Acceso en 13/06/2013]

Real Club de Golf de Castiello: <http://www.castiello.com/> [Acceso en 06/06/2013]

 UNIVERSIDAD DE OVIEDO 2012-2013	EL GOLF COMO PRODUCTO TURÍSTICO	
	Máster en Dirección y Planificación del Turismo	
	Marta García Fernández	Página 50 de 50

Real Club de Golf La Barganiza: <http://www.labarganiza.com/index.asp> [Acceso en 13/06/2013]

Real Federación Española de Golf: <http://www.rfegolf.es/default.aspx> [Acceso en 05/05/2013]

GEO: <http://www.golfenvironment.org/about/sustainable-golf> [Acceso en 19/05/2013]

Sistema de Información Turística de Asturias: <http://www.sita.org/> [Acceso en 10/06/2013]