

Turismo de golf en México: consideraciones ambientales para su desarrollo

Adriana Flores Regules, Universidad Autónoma del Estado de México, México
Elva Esther Vargas Martínez, Universidad Autónoma del Estado de México, México
Laureano José López Moreda, Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, Cuba

Resumen: En los últimos años se han registrado nuevas tendencias turísticas originadas por la re-orientación de las preferencias de los turistas, el desarrollo de nuevos productos y por la ascendente competencia entre los distintos destinos turísticos mundiales en su intento por lograr una mayor participación en el mercado. El golf como actividad turística de elite ha tomado un papel fundamental para los destinos receptores diversificando la oferta y distribuyendo los flujos turísticos a nivel nacional e internacional. El presente artículo tiene como propósito distinguir los elementos que han permitido el desarrollo del turismo de golf en México, reconociendo las implicaciones ambientales que genera su operación. Se puede evidenciar que un crecimiento desmedido de campos de golf colocaría a los destinos turísticos mexicanos en riesgo ambiental, ante ello las empresas deben buscar alternativas de gestión ambiental y los gobiernos deben generar un marco político y normativo que los oriente hacia la sustentabilidad.

Palabras clave: turismo de golf, campos de golf, Ambiente, perfil turista de golf

Abstract: In recent years there have been new trends in tourism caused by the re-orientation of tourists preferences, the development of new products, and the rising of global competition between tourist destinations in their attempt to achieve greater market interaction. As an elite tourism, golf has taken a key role for host destinations, diversifying supply and distributing tourist flows at national and international level. This paper aims to distinguish elements that have allowed the development of golf tourism in Mexico, recognizing the environmental implications generated by its operation. One can show that an overgrowth of golf courses would place Mexican tourist destinations in environmental risk. Given this, companies must seek alternative of environmental management, and governments must create a policy and regulatory framework to guide them towards sustainability.

Keywords: Golf Tourism, Golf Courses, Environment, Tourist Profile of Golf

Introducción

Frente al modelo tradicional del denominado turismo de masas surgido a partir de los años 60, poco a poco se ha producido la consolidación de nuevas tipologías turísticas, entre ellas el turismo deportivo. Ambas actividades, deporte y turismo, son prácticas destacadas de ocio de esta sociedad contemporánea.

El deporte como oferta turística complementaria, se ha demostrado ampliamente como una actividad que cuenta con el favor de la demanda turística, ya que se ha consolidado como un importante atractivo en diversos destinos mundiales (Lisbona *et al.*, 2008). Entre otras circunstancias, la expansión del turismo deportivo se ha favorecido en función de la popularidad adquirida por los acontecimientos deportivos nacionales e internacionales como los juegos olímpicos, copas del mundo y campeonatos regionales, entre otros; también, mucho se debe a la sensibilización y grado de concienciación respecto a los beneficios en la salud (Centro Euromediterráneo de Conocimiento, Innovación y Formación Turística, 2008).

De acuerdo con Montaner (1996), este fenómeno turístico como actividad tradicional del tiempo libre y vacacional ha ido incorporando nuevos deportes en la oferta turística, los más destacados son: el turismo náutico, los deportes de inviernos, la caza y pesca, y el más reciente, el turismo de golf.



Cada vez más la demanda del turismo de golf ha llevado a desarrollar toda una industria turística e inmobiliaria que, conjuntamente con el turismo de sol y playa están creando entornos más lujosos para atraer a un segmento de alto impacto económico.

No obstante, especialistas plantean que el turismo de golf es una actividad que se encuentra en crecimiento, y dadas las dificultades a las que se enfrenta por altas inversiones de construcción y mantenimiento, incremento en los costos de terrenos en zonas turísticas, así como las restricciones de agua; es importante comprender las implicaciones que su práctica tiene con la naturaleza. Por ello, el tema ha sido investigado, ampliando la visión que posiciona al golf cómo aquella tendencia que sobrepasa lo meramente deportivo y que mantiene alcances económicos, sociales y ambientales de gran envergadura (Priestley, 1995; Petrick y Backman, 2002).

En ese sentido el presente artículo tiene como propósito distinguir los factores que han permitido el desarrollo del turismo de golf en México reconociendo las implicaciones ambientales que genera la operación de los diversos campos para el ejercicio de la actividad.

Turismo de Golf

Sin tener constancia de cuándo ni dónde aconteció el golf¹, a inicios del siglo XX este juego de élite se consideraba como un deporte más, sin que aún constituyera una real atracción turística. En la primera mitad del mismo siglo, con la ampliación y consolidación de las diversas asociaciones o clubes de carácter internacional, se inician los torneos que promueven el juego y le dan un carácter más colectivo al otorgarle la posibilidad de incorporar tanto jugadores como espectadores.

Unido a la expansión del turismo y la diversificación de las actividades de ocio, aumentó el interés entre los turistas y los operadores turísticos logrando ganar una fuerte representatividad ante el sector como tipología turística propia (Rodríguez, 2007). Así, importantes destinos nacionales e internacionales apostaron por el establecimiento de campos de golf desarrollando toda una infraestructura turística en torno a ellos.

El turismo de golf se define como la actividad turística que se encuentra motivada por la práctica propia o la asistencia a torneos y eventos de golf, y cuya razón de ser se encuentra fundamentalmente en la búsqueda de nuevos campos o desafíos para el jugador, condiciones ambientales aptas para el juego, alternativas turísticas de carácter activo y celebración de competencias (Villar, 2011).

Autores como Tous y Borrego (2003), lo han definido como un fenómeno social, que motivado por la práctica de un deporte (golf), provoca una serie de desplazamientos y movimientos de los interesados originando una importante actividad económica a su alrededor. Además de que también confluyen una serie de aspectos de índole deportiva, lúdica, turística, económica, social y ambiental, puesto que, de alguna forma, estos factores determinan y configuran no sólo el perfil del jugador o turista, sino, el estilo de vida de los habitantes y la sustentabilidad del destino.

Mintel (2010) afirma que el turismo de golf forma parte del turismo deportivo en función de la motivación de la demanda, de esta manera se integra al turismo deportivo genérico (resorts de golf), especializado (campos de golf famosos), de competencia (entrenamiento de élite), vacacional (actividades de golf) y al turismo de alta gama y residencial (vivienda en campos golf).

No obstante, Priego de Montiano *et al.*, (2006) consideran que el golf no forma parte de un deporte turístico sino de un sub-sector que, incluido dentro de la categoría de turismo deportivo, implica la práctica del mismo de forma directa por los propios turistas, de esta manera su estudio parte de los efectos turísticos producidos por la práctica directa de este deporte a los turistas y del impacto turístico que produce la organización de eventos deportivos de alta competencia en los destinos (Confederación de Empresarios Andaluces, 2000).

¹ Según Matos (2003) el inicio del golf se remonta a los siglos XIII y XIV en Escocia, posteriormente se fue extendiendo a Irlanda e Inglaterra hasta llegar a Europa y el resto del mundo. Inicialmente los pobladores locales, lo jugaban con palos y pelotas rústicas entre dunas y terrenos dedicados al pastoreo de ovejas (sirviendo las madrigueras de los conejos como los primeros hoyos de que haya noticia).

En este tenor existe una visión económica del turismo de golf que aboga por la rentabilidad de los destinos, incentivando el desarrollo de nuevos productos y mercados turísticos, donde la particularidad de esta actividad radica en la estacionalidad para reducir los desequilibrios en la distribución anual de los flujos turísticos gracias a la capacidad de gasto que realizan este tipo de turistas; lo que le otorga una importancia estratégica para captar los principales mercados emisores de turistas (INESTUR y CITTIB, 2005).

Ya que la movilidad económica que registra este tipo de turismo precisa actividades indirectas tales como: publicidad, marketing y logística; fabricación de equipos de golf, comercio de productos y servicios entre ellos la gastronomía, las compras y la recreación, así como las actividades directas en las que se contempla la explotación de campos, construcción e inversión de instalaciones y maquinaria, proveedores y suministros, y todo tipo de alojamiento (Centro Euromediterráneo de Conocimiento, Innovación y Formación Turística, 2008).

Ante lo anterior, existen diferentes factores que evidencian el constante crecimiento del golf en la mayor parte de los países desarrollados; Villar (2011) identifica los siguientes:

- a) La variedad de campos. El hecho de que el golf se juegue en campos muy distintos conduce a los golfistas a buscar nuevos destinos y recintos donde jugar. Este hecho lo diferencia de otros deportes con espacios estandarizados que apenas motivan desplazamientos turísticos.
- b) Condiciones climatológicas. Al ser un deporte al aire libre, en determinadas épocas del año las continuas lluvias y las pocas horas de luz conducen a muchos golfistas a desplazarse a regiones con menor pluviosidad y mayor insolación.
- c) Naturaleza del deporte del golf y del entorno de juego. Al tratarse de un deporte de ritmo lento, de largos paseos y periodo tranquilos, el golf se convierte en una práctica atractiva para la población madura y de adultos mayores, así como para población empleada en actividades de fuerte estrés y escasa movilidad física.
- d) Complemento del turismo de sol y playa. Los desplazamientos vacacionales en busca de estos elementos pueden generar una oferta complementaria diversificada impulsada por la celebración de torneos de golf.

El turismo de golf también se reconoce por la calidad y autenticidad de sus instalaciones, además del trato diferenciado que se les da a los turistas en comparación con el turismo convencional; ello le ha permitido elevar las ventajas competitivas de los destinos en torno a los ingresos turísticos y a la contribución que aporta la diversificación y desestacionalización de la oferta turística, conjuntamente con la generación de nuevas inversiones, creación de nuevos flujos de turistas y de empleo para la localidad (Confederación de Empresarios de Andalucía, 1999; SECTUR, 2007).

Lo anterior marca parte de las fuerzas impulsoras que como naturaleza expansiva tiene el turismo de golf, sin embargo, frente a las nuevas posibilidades de inversión turística y la intervención de grupos inmobiliarios, el producto turismo de golf atiende al modelo de implantación “campo más urbanización privada”, es decir, generar todo un desarrollo residencial en torno al campo de golf. Este modelo turístico cuya implantación territorial reside en los campos de golf son en cierto momento la amenaza u oportunidad para el entorno natural y social del mismo, al implicar no solo la transformación radical del terreno sino exportando el modelo a las comunidades circunvecinas generando todo tipo de impactos (Navarro, 2006).

Este idea se relaciona con los llamados greenfield investments, que consisten en una forma de inversión extranjera directa por la cual una empresa privada construye desde cero las instalaciones para una industria, contribuyendo a elevar las tasas de empleo en el país de destino (Fundación de la Innovación Bankinter, 2009). Empero el turismo de golf, no es la panacea que quieren vender empresarios que hablan solo de beneficios económicos omitiendo los gastos tan destacados que representa la actividad por sí misma; pues en definitiva, constituye aún un segmento pendiente y a priori participante en el incremento de los flujos turísticos.

En lo que respecta al pensar social, el golf brinda un espacio singular para referirse a las relaciones que se establecen entre los capitales extranjeros y los de índole nacional, también en el papel que juegan los códigos sociales en la creación de identidades entre los turistas que lo

practican, donde la estructura misma del deporte se ha prestado para formar fuertes dependencias, igualdades, comparaciones y conexiones entre los individuos.

Con el desarrollo del turismo de golf, las comunidades locales consiguen empleo y mejoran su calidad de vida; sin embargo, al ser un deporte de élite, practicado exclusivamente por turistas de altos ingresos económicos, la población no logra asumirlo como una actividad propia de la cultura local. Y en ese sentido autores como Alchian (2006), Calcagno y Whitson (2011), explican que el golf debe ser entendido como una posibilidad para el desarrollo económico local, más que para la economía del deporte².

Desde una perspectiva gerontológica sobre la estructura de edad de los jugadores mayores de golf, se puede distinguir que éste permite a las generaciones mayores mantener un estilo y calidad de vida donde se cultivan y mantienen contactos sociales en un tiempo de ocio prolongado. Los contactos y amistades adquiridos, forman parte de la estructura de una amplia red de relaciones con específicas “normas sociales” donde el golf adquiere la característica de ser generativo, contribuyendo a la calidad de vida de los círculos elitistas; visto de otra forma, los adultos mayores son a menudo la imagen estereotipada del origen de mayor ingreso en este tipo de familias, jubilados a quienes la concentración y relajación les otorga este tipo de prácticas turísticas (Stellwag, Schulc, Meiners y Seeberger, 2011).

Bajo un enfoque ambiental el binomio golf-turismo hace mención a la aplicación de la denominadas buenas prácticas sustentables, entendidas éstas como las líneas generales que deberían ir encaminadas hacia el ahorro y calidad del agua, la eficiencia energética, la minimización y reciclaje de residuos, el control de afluentes y emisiones, la reducción de impactos ambientales, la limitación de molestias, la integración ecológica de los establecimientos, el respeto y cumplimiento riguroso de la reglamentación ambiental vigente y la relativa al patrimonio cultural, el desarrollo y aplicación de una política de buenas compras y compromisos con los proveedores, y finalmente en la formación de servicios turísticos y deportivos compatibles y responsables (Instituto de Turismo Responsable, 2003).

Farrally, Cochran y Crews (2003), apuestan que esta actividad turística es significativa en su camino a la sustentabilidad, ya que incorpora mejoras a través de las tecnologías de la información y la comunicación para el diseño de campos de golf, otorgando nuevos retos a los agrónomos y diseñadores de las superficies de juego, porque un campo de golf se asemeja más a un área natural que a un enclave productivo. Por ello, algunos conceptos de gestión y principalmente de manejo de la biodiversidad que se aplican en parques naturales u otras categorías de espacios naturales protegidos podrían ser valorados e implementados con éxito en la gestión de un campo de golf.

Los campos de golf como proyecto de desarrollo turístico, en los cuales se llevan a cabo cambios de uso de suelo forestal o agrario al de uso recreativo-deportivo; se manifiestan como verdaderas concentraciones de terrenos y servicios a la disposición de las corrientes turísticas elitistas (Dáchary y Arnaiz, 2004); el problema es que los campos de golf y su proliferación como modelo turístico dan por hecho que las autoridades y los grupos económicos siempre apuestan a favor por éste muy a pesar de atentar contra el desarrollo sustentable de las regiones (Aranda y Pineda, 2003). Al respecto es que algunas organizaciones se han planteado el objetivo de racionalizar la construcción de viviendas, frenar la especulación y evitar los problemas de escasez de agua, para poder influir en la construcción y respeto del paisaje de acuerdo a las leyes de ordenamiento urbanístico (Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, 2010).

Finalmente como señala Villar (2011), el golf puede suponer en sí mismo un factor de atracción turística para el destino y al mismo tiempo puede ser un complemento de otros productos ya existentes, de tal modo que ambos productos se retroalimentan y aumentan su demanda potencial. Luego entonces se puede señalar que los agentes con los cuales interactúa esta práctica turística son de gran alcance, pues así como intervienen elementos naturales, también actúan cambios en el orden social, cultural, humano e histórico.

² Anteriormente, Alchian (1977) había escrito la editorial del Wall Street Journal Of Golf, Capitalism, and Socialism argumentando que el golf es un deporte de sociedades capitalistas, para demostrarlo examinó la relación entre el número de campos de golf en 74 países, su desempeño económico y el índice de libertad económica (EFW por sus siglas en inglés) como atributos para posicionarse en el ranking mundial.

Demanda del turismo de golf

Investigaciones recientes (Hennessey, Yun y Mac Donald, 2010; Walton, 2013) informan que las ventas de golf crecieron en promedio 9.3% durante 2012 en comparación con el año anterior, y un 9.4% tan sólo en Europa. El mercado internacional de golf se compone por casi 59 millones de personas con 28.6 millones de golfistas en los Estados Unidos, 14 millones en Japón, 5.95 millones en Canadá y 5.5 millones en Europa; con base en estos datos, los golfistas se postulan como un nicho de mercado importante que representa una gran oportunidad para crecer y mantener las visitas a un destino, al mismo tiempo con esta actividad se generan ingresos y capacidades sustanciales para atraer ciertos tipos de turistas que dan lugar a una mayor rentabilidad y competitividad de los destinos frente a otros competidores; a largo plazo, se precisa que no habrá razón para dudar de la continuidad del desarrollo del turismo de golf como el nicho de mercado más valioso a nivel mundial, convirtiéndose en un sector de éxito además de proporcionar un gran impulso a todas las partes interesadas en la actividad.

Desde esta perspectiva se gesta una intensa competencia global por dos tipos de turistas de golf: viajeros que juegan golf y golfistas que viajan alrededor del mundo. Existe una gran cantidad de posibles destinos de viaje para estos dos tipos de demanda a nivel mundial. Tan sólo en 2009 se registraron como principales destinos de golf Estados Unidos, Europa y Canadá. España es el principal destino europeo, seguido de Portugal (con demanda turística de británicos), Alemania (nórdicos) y Austria (alemanes). De igual forma Marruecos y Túnez son favoritos para los franceses (The International Golf Travel Market, 2012).

A fin de proporcionar un reflejo de las tendencias del turismo de golf en el entorno económico actual, el *Golf Advisory Practice* de KPMG realizó una encuesta entre los tour operadores internacionales de golf en 2012, la cual indica 60% de los operadores encuestados mejoraron sus ventas en el último año, frente al 38% del año pasado. Respecto a la demanda de jugadores, Estados Unidos destaca por su liderazgo en número absoluto de jugadores con cerca de 27 millones de golfistas, 12% de su población, porcentaje que ha mantenido estable en la última década (Instituto de Turismo de España, 2003).

Los mercados como Reino Unido, Japón, y Australia se han perfilado como mercados maduros tendientes al crecimiento económico, y los mercados con tendencias de rápido crecimiento y volumen son Asia, el Medio Oriente y México, quienes contribuirán al crecimiento económico del resto del mundo gracias a la inclusión de este deporte en los juegos panamericanos de Toronto 2015 y en los juegos olímpicos de Río 2016 (IAGTO, 2012).

Recientemente, la *International Association of Golf Tour Operators* (IAGTO) (2012) publica que entre 5 y 10% de los turistas internacionales tienen como principal razón jugar golf, por ende, el tamaño del mercado mundial se prevé sea de 120 millones de jugadores para 2020, duplicando con esto el volumen actual, en el que Estados Unidos figura como líder mundial indiscutiblemente.

Para el caso mexicano, la derrama económica por turismo de golf en la actualidad, asciende a más de 25 millones de pesos anuales y las expectativas del turismo que favorece a este deporte cada vez son mayores (El economista, 2011). Sin embargo, evidentemente, el golf en México carece de una estructura ordenada, planeada y con visión estratégica, que le permita a cada destino generar mayores beneficios, privados y sociales, a corto y a largo plazo a partir de esta actividad sin considerar el esquema de complementariedad del que se ha venido mencionando. Consecuentemente, armar un proyecto maestro con diseño de golf es un reto enorme cuando se quiere hacer bien; menospreciar la importancia de un estudio de mercado, una planeación a profundidad y asesoría especializada puede repercutir en la pérdida de hasta 30% del valor o inversión inicial de los socios y/o accionistas.

En otro contexto, determinadamente existe un predominio de información acerca del turismo de golf en Europa y América del Norte; en México las cifras están poco actualizadas, de acuerdo con la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2002), en el país existen dos grupos de turistas de golf: los extranjeros y los nacionales; entre los extranjeros se identifican los jugadores infantiles, amateur, tradicional y profesionales; y entre los nacionales se agrega uno más los yuppies. El grupo más representativo por cantidad y constancia en su práctica es el tradicional, cuya edad promedio es de 45 años con una experiencia de 10 años como jugador; no obstante el grupo que mayor gasto ejerce es el de los profesionales. La estadía media del turismo de golf nacional es de 3.5 días y del

internacional de 4.6 días. Entre los turistas nacionales sólo 0.05% realiza viajes para la práctica de Golf y un mismo porcentaje práctica el golf en sus viajes.

La importancia del segmento de golf en México radica en las divisas que ingresan por este concepto, el gasto medio efectuado por cada turista extranjero es de 681.5 dólares; mientras que el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) calcula que la derrama de los viajeros dedicados al golf asciende a mil 360 dólares por visita (Matos, 2003). Es decir, el turista de golf tanto nacional como internacional, es especialmente exigente en la calidad y especialización del servicio. A cambio, destina un mayor presupuesto a sus desplazamientos y los de sus acompañantes, entre tres y cinco veces más que el turista convencional.

Los principales emisores nacionales de turismo de golf de acuerdo con CESTUR-SECTUR (2006) son el Distrito Federal y el Estado de Jalisco; y el origen del turista internacional son los Estados Unidos (71%).

Según Vázquez (2007), el turista de golf ayuda a romper con la estacionalidad del sector, ya que más de la mitad de sus desplazamientos se producen fuera de la época estival, lo que establece un área de oportunidad para generar nuevos puntos turísticos en lugar de implantar campos en destinos ya creados bajo otro concepto, con el riesgo de saturar la oferta y no satisfacer a la demanda.

Oferta del turismo de golf

El crecimiento apresurado del turismo de golf en el mundo ha llevado al registro de 40,000 campos, lo que ha generado más de un billón de dólares anuales por este concepto, y dos billones por los eventos de golf (HSBC, 2012). En México a partir del año 2000 se identificaron 168³ campos de Golf repartidos en 31 estados y 119 municipios, que incluían 2,432 hoyos con un *green fee* promedio de 803 pesos mexicanos (SECTUR, 2001), por lo que se consideró que el golf en México se encaminaba como actividad turística más que deportiva al reconocer que 33.9% de los campos se encontraban en zonas turísticas de sol y playa, 25% en ciudades industriales y/o de negocios, y 3.6% en zonas de descanso para norteamericanos.

A partir del 2004, los campos de golf se incrementaron a 200 unidades, de los cuales 70 se ubicaron en destinos turísticos. En ese esquema, la oferta turística dedicada al golf en México se ha incrementado hasta un 70% en los últimos años, debido a la ampliación de la capacidad instalada en nuevos destinos turísticos del país; hoy en día existen 218 campos de golf, donde recientemente Morelia (oeste) y la región Lagunera (noroeste) han surgido como destinos turísticos potenciales. A razón del incremento del golf, la transformación que ha tenido el corredor turístico Los Cabos, Baja California Sur en los últimos años que de llamársele la capital mundial de la pesca deportiva, ahora se está convirtiendo en la capital del golf ó el diamante de México, donde la proliferación de centros de descanso de clase mundial y desarrollos residenciales, dan también cabida a trece campos actualmente construidos con ello el desarrollo de la oferta de golf, particularmente, en ese destino busca seguir fortaleciendo la actividad y consolidándose como pionero del turismo de golf, al planear y desarrollar dos campos más sobre los 13 que actualmente se encuentran en operación. De esta forma, la oferta de campos de golf mexicanos se distribuye por características climáticas, territoriales y por la excelencia de las instalaciones y servicios (www.caribbeanewsdigital.com, 2004; www.diarioalmomento.com, 2013; www.los-cabos.com.mx, 2013).

Adicional a ello, a escala nacional, datos recientes señalan que al menos 20 nuevos campos de golf, acompañados de complejos turísticos, tienden a construirse entre 2013 y 2018, lo que implicará una inversión 100% privada (Zavala, 2013).

México, en ese sentido, se posicionará como el país latinoamericano con mayor número de campos, lo que repercute no sólo en la difusión y práctica del deporte sino que incrementa y beneficia al turismo (El universal, 2007). Los estados con menor crecimiento en materia de golf son Campeche, Chiapas, Hidalgo y Tabasco, ya que sólo cuentan con un campo de nueve hoyos cada uno, lo cual representan una oferta baja en comparación con el resto de la República. Por su parte, Nuevo León y Quintana Roo desarrollaron campos con mayor número de hoyos que el resto del

³ En el año 1990 habían aproximadamente 70 campos de golf (Gaitán, 2010).

país, mientras que Baja California Sur, Jalisco y Quintana Roo tenían los campos más grandes con 36 hoyos. Por región, la mayor concentración de campos está en el centro y occidente del país, mientras que las zonas noroeste, oriente y parte del centro, tienen una concentración media. En tanto las zonas norte y sur tienen una densidad media baja.

Concluyentemente, a partir del golf en México se están formando nuevos destinos turísticos que extienden este nicho de mercado y otorgan oportunidades de comercialización turística. Las cifras, demuestran que la oferta golfista es más abundante, sólida y de mayor calidad.

Sin lugar a dudas, para que este fenómeno mantenga perspectivas de mayor expansión, resulta esencial que el sector siga dinamizándose con la aparición de nuevos proyectos que contribuyan a evitar la saturación y atienda con garantías la presión de los turistas no convencionales. En este sentido, las expectativas de futuro invitan a que los empresarios y prestadores de servicios tomen conciencia de la importancia de esta tipología de turismo.

Los campos de golf: conceptualización y tipología

Un campo de golf se concibe como aquella organización que mediante la adecuada planificación y gestión de un medio físico determinado, conocido como área de juego, permite y facilita la práctica y el desarrollo del golf (Fernández, 2007). Esta adecuada planificación y gestión comprende desde la elección del lugar (adecuado para su construcción) hasta la adopción de la política empresarial que regirá para su gestión. Así, los campos de golf proporcionan por una parte el área de juego, las instalaciones y los servicios anexos para hacer agradable y atractiva la práctica, pero por otro lado fomentan el desarrollo del deporte provocando corrientes turísticas hacia un destino.

Pié y Cillero (2010) lo han determinado como un objeto en sí mismo, ideado como un producto de consumo, que se extiende por todo el mundo como un fragmento de territorio que responde a las necesidades de ocio que demanda la sociedad, lo que implica la conquista del espacio (acceso a todas partes del territorio) y del tiempo (jornada laboral y vacaciones pagadas), así como la institucionalización del descanso y del ocio que legitima las necesidades de una sociedad moderna y posmoderna.

Ahora bien, la Federación Mexicana de Golf (FMG) (2011) argumenta que el campo de golf es una aportación extraordinaria a la comunidad, la cual permite tener un área verde que cambia el ambiente favorablemente, se disminuye el monóxido de carbono, se tiene un mejor paisaje, pero además se ofrecen fuentes de trabajo adicionales para la comunidad. Así el campo es apreciado como un espacio no construido que soporta un conjunto de funciones complejas, de relaciones, equipamientos y servicios en orden al desarrollo del turismo.

Muchos campos de golf contienen en su interior fragmentos de plantío tradicional y formas de terreno naturales: dunas, árboles maduros, meandros de ríos, formas rocosas, etc., que añaden características distintivas y carácter al emplazamiento, su conservación forma parte importante de la preservación, sin embargo, la geografía de los campos de golf es muy diferente en cada continente, lo que da pie a diversas formas y diseños de campos.

En América del Norte los espacios geográficos tienen dimensiones mucho mayores que los del continente europeo, mientras que la densidad de población es mucho menor. Los campos de golf en Europa se sitúan en espacios de oportunidad, ya sea en la costa, siguiendo la pauta de los pioneros, o en suelos baldíos y marginales desde una perspectiva urbana y agrícola, respectivamente. En Estados Unidos los campos de golf pueden seguir las mismas pautas que los europeos, ocupando los sistemas de dunas activas o terrenos topográficamente marginales al insertarse dentro de una trama metropolitana, también se pueden desarrollar como grandes súper manzanas o como cualquier otra pieza urbana; mientras que en México se han distribuido de acuerdo a las exigencias del mercado: de negocios, sol y playa o resorts, entre otros (Pié y Cillero, 2010).

Varios autores en este sentido, han clasificado a los campos de golf según las particularidades mostradas en la tabla 1.

Tabla 1. Clasificación de los campos de golf.

<i>Clasificación</i>	<i>Propósito</i>	<i>Características</i>
Motivo de su concepción	Para la práctica del deporte	Se constituye por el perfil de los jugadores, función de su patrocinio, propiedad u objetivos deportivo-comerciales.
	Para la urbanización	Como parte de un negocio inmobiliario y residencial.
	Modelo de resort	Complementario a la infraestructura hotelera.
En función del acceso de usuarios	Privados	De uso exclusivo para socios.
	Públicos	El acceso y uso de las instalaciones está abierto al público en general con la condición del pago de <i>green fee</i> o del uso de las instalaciones.
	Mixtos	Para el uso del campo los socios están sujetos a una tarifa diferente a la de los turistas o invitados.
En función de las características del campo	Homologados	Campo de golf de 9, 18 y 27 hoyos.
	No Homologados	Campos rústicos, campos Par 3, áreas de práctica y campos de 10 a 30 hectáreas.
Condiciones de terreno	Dunar - agrícola	Delimitado a un lado por el mar y tierra por el otro. El recorrido es paralelo a la costa.
	Dunar - urbano	El campo de golf y la población compiten por el mismo espacio.
	Costero tras barrera de protección	Campos construidos detrás de la barra de arena que protege la costa, mezclan un sistema de canales y lagunas para desecar una parte de la mar con el pasto del green.
	Costero sobre accidentes geográficos	Campos en espacios acantilados para aprovechar las plataformas explotadas agrícolamente.
	Urbano en trama intensa	Los campos de golf ocupan grandes manzanas de las zonas residenciales.
	Urbano en trama extensa	La zona residencial es más extensa, de menor densidad, aumenta el tamaño de la malla y el campo ocupa grandes manzanas con mayor holgura.
	Urbano en topografía irregular	El campo ocupa suelos que no pueden ser construidos por razones topográficas, el paso de un río o cualquier incidencia.
	Interior en topografía regular	Estos campos son de última generación, operaciones de transformación de antiguos campos de cultivo.
	Interior en topografía irregular	La transformación de campo de cultivo a campo de golf no afecta a terrenos rurales, sino a prados, zonas y parques nacionales.
Formas del terreno	Lineales	Campos en los que el recorrido se hace en una dirección a lo largo de los nueve primeros hoyos.
	Concentrados	Campo con trazado enrevesado en el que se pueden cruzar las calles entre sí.
	Radiales	Son los únicos diseñados desde el apriorismo de una forma en la que se busca optimizar la relación entre el campo y la casa club.

Fuente: Elaboración propia según Tous y Borrego, 2003; Pié y Cillero, 2010 y Merino, 1997.

Consideraciones ambientales

Se parte de la idea de que los campos de golf son pieza importante del turismo de elite y por tanto merecen un estudio particularizado por su implicación en la naturaleza y la repercusión que en ella genera. Esto conduce al reconocimiento de que los campos de golf tienen una función más amplia que ser simplemente un tipo particular de superficie sobre la que se practica un deporte; éstos son infraestructura turística promovida en torno a un equipamiento de lujo.

A primera vista, pudiera parecer que la mera construcción de un campo de golf resulta en sí mismo una actuación amigable con el ambiente, ya que se trata de una gran zona verde, rodeada de árboles y muy a menudo integrada en una zona de interés ecológico y de gran valor natural que de esta forma queda preservada. Sin embargo, la realidad es mucho más compleja, lo cierto es que el golf resulta muy exigente con las características del terreno en que se practica, además de serlo también en lo relativo a los aspectos ambientales implícitos.

La popularización del golf lo ha distanciado de sus orígenes naturales; desde los jugadores que se adecuaban a la naturaleza del campo, hasta a los campos adaptados al juego del golfista. Los retos del campo ya no son facilitados por la propia naturaleza, sino que ahora existe la necesidad de introducir modificaciones que se vuelven obstáculos para el entorno, pero que impregna de sentido la gestión de los mismos y, en consecuencia del juego, es decir, hay que resaltar que el aspecto primordial que hoy determina y define la creación de los campos de golf es la obtención de beneficios económicos y de placer (Chernushenko, 1994).

Al margen de una integración sustentable en campos de golf, resulta necesario conocer cuáles son los elementos ambientales más afectados en este tipo de proyectos. Desde el punto de vista ambiental, las instalaciones de golf significan una importante colonización y artificialización del suelo y del paisaje, ya sea con la ornamentación de jardines preexistentes en las áreas de juego o con la construcción de zonas residenciales en su entorno, con ello se une el controvertido tema del uso y consumo de agua.

En diversos países del mundo, el tema ha sido objeto de críticas y rechazo de parte de grupos ecologistas, debido a los impactos ambientales que comúnmente se ocasionan por el desmonte de grandes superficies de vegetación y su reemplazo por especies exóticas a la zona, la pérdida de biodiversidad, el uso excesivo de agua potable para el riego, y la contaminación a suelos y acuíferos por residuos de pesticidas y fertilizantes agroquímicos, entre otros (Priestley y Sabi, 1993; Espejo, 2004).

Los movimientos sociales contra el desarrollo de campos de golf han permitido evidenciar una construcción de conocimiento entre los grupos, que explican sus acciones y justificaciones ambientales para oponerse a la posesión de sus tierras y la transformación de éstas, reconociendo lo significativo de la construcción concreta de un problema ambiental, qué papel y qué peso tienen elementos como la cultura, las organizaciones internacionales, la historia de una comunidad rural y la información en este proceso de enfrentamiento (Velázquez, 2007).

En muchos países, el golf ha ocasionado grandes costos sociales y ecológicos que van desde la deforestación, destrucción de la biodiversidad y erosión, además de contaminación que amenaza a los residentes locales, trabajadores, y a los mismos turistas (Groth, 2000). Se argumenta que el conjunto de operaciones que se realizan en la fase de construcción de los campos y el mantenimiento de los mismos (poda de arbustos, empleo de maquinaria pesada en las excavaciones para la extracción de tierra natural o el empleo de fertilizantes agresivos) producen fuertes impactos sobre la fauna, flora y otros muchos elementos del ambiente.

Pero no sólo estas actividades resultan perjudiciales para el ambiente, sino también el desarrollo usual de una instalación de golf con sus servicios implícitos en cada etapa de operación: zonas de juego, red de riego y centros de bombeo, suministro y almacenamiento de agua en lagos, áreas de mantenimiento, casa club, vestidores, área de carritos y restaurantes.

En esta relación, los impactos mayormente asociados a los campos de golf proceden en su mayoría de los consumos de agua, energía y materias primas, y los efluentes que genera (emisiones, vertidos, residuos), al justificarse que por un lado, se necesitan millones de litros de agua para las actividades de regadío y mantenimiento y, por otro lado, la construcción de muchos de estos recintos turísticos supone la alteración de los elementos paisajísticos, la cual puede resultar muy perjudicial para el paisaje y el entorno.

De esta forma, también muchos de los campos se han desarrollado en un paisaje artificial idílico, que no tiene nada que ver con su medio natural original, es decir, se ha pasado de un juego que usaba el paisaje natural a una actividad que recrea un espacio de forma artificial, y que hace un uso insostenible de los recursos naturales.

Sin duda alguna los párrafos anteriores, muestran los inconvenientes en cuanto a la construcción de estos desarrollos, a la par la masificación en la creación de estos campos conllevará importantes perjuicios en cuestión ambiental como es de suponer al ir todos ellos rodeados de complejos hoteleros y residenciales que, en muchos casos, duplicarán la población de los municipios, con el consiguiente impacto ambiental que conlleva el asentamiento de grandes núcleos de población, todo ello sin contar con el importante aumento de residuos sólidos que conllevaría un asentamiento de grandes dimensiones.

De acuerdo con un estudio de SECTUR, en las últimas décadas, los campos de golf han sido rechazados por varias áreas de la sociedad, en la medida en que se ha divulgado que causan riesgos ambientales y sociales.

A manera de propuesta

Sin perder de vista que la evolución de los campos de golf y sus paisajes demuestran un intento progresivo por dominar la naturaleza, la actividad cada vez cobra mayor protagonismo hacia una tendencia sustentable justificada por los requisitos del deporte de elite, y centrada en la idea de progreso y diversificación competitiva de la infraestructura con este enfoque sustentable se puede contribuir a preservar las condiciones naturales del mismo entorno e incluso a elevar la calidad de vida de los pobladores.

En ese contexto los principios de sustentabilidad argumentan que el turismo de golf ofrecido de una forma racional es viable económica, social y ambientalmente. El problema se puede presentar cuando la oferta sobrepasa la capacidad de carga de un territorio o su viabilidad económica es dudosa aun cuando el golf genere altos ingresos, ello no contribuirá necesariamente a la conservación de la biodiversidad.

Mediante una gestión correcta y respetuosa con el entorno natural se pueden aminorar en gran medida los impactos negativos que un campo de golf conlleva; de acuerdo con los principios de una buena práctica ecológica, ya que, en un contexto general, pueden proveer zonas importantes de espacios verdes dentro de áreas periurbanas; pudiendo actuar como zonas intermedias entre las zonas naturales y los terrenos urbanizados.

Su desarrollo complementaría la actividad deportiva principal, regulando e incorporando otras actividades recreativas colaterales para el disfrute tanto de los jugadores como de sus acompañantes; así los campos podrían convertirse en espacios donde se potencie el conocimiento, protección e interpretación de los valores de la naturaleza. Igualmente podrían realizarse actividades donde se rescaten las principales especies del área, su hábitat, características de adaptación y su vulnerabilidad ante determinadas conductas. Ello requeriría de una esmerada formación y capacitación de todo el personal que labora en las instalaciones para enriquecer su conocimiento y cultura ambiental.

Sin embargo, no basta con impulsar buenas prácticas surgidas como estrategia de gestión en el ámbito empresarial, para lograr una significativa contribución a la sustentabilidad ambiental de los destinos turísticos desde la gestión de los campos de golf es necesario el establecimiento de códigos de comportamiento ambiental para los visitantes, la aplicación de programas de monitoreo ambiental que permita conocer el estado de los procesos asociados al campo, y el desarrollo de un programa de protección y mantenimiento que permita un manejo integral del ecosistema e incluso integrar sistemas de gestión ambiental como instrumentos de operación, seguimiento, evaluación, revisión y mejora, que contribuyen a la organización empresarial. Como afirma Barreda *et al.*, (2001:46) “los impactos ambientales los provocan los campos de golf mal ubicados, mal concebidos, mal diseñados, mal construidos o mal gestionados”.

Para el caso de México, deben fortalecerse los compromisos entre Secretarías y entidades del gobierno federal, estatal y local, así como establecer un marco político que influya y regule la construcción de este tipo de proyectos en aras de contribuir a la construcción de un modelo de desarrollo diferente, y con ello no sólo beneficiar al sector desde una óptica económica y turística, sino también ambiental y social.

La importancia que tiene la gestión empresarial para el cuidado de la naturaleza es enorme, ya que desde la etapa inicial de los campos debe evitarse la construcción en áreas de alto valor ecológico y que una concepción de gestión bajo un enfoque ambiental permitirá lograr la sustentabilidad en los destinos.

Conclusiones

A través del tiempo, el turismo de golf se ha visualizado no sólo como práctica deportiva sino también como proyecto de desarrollo e infraestructura turística, en la actualidad se han superado estas concepciones para ser distinguido como una posibilidad de responderá las exigencias de un turista exclusivo sin alterar el entorno natural.

En México, el golf representa la oportunidad de diversificarla oferta turística como segmento innovador que puede potenciar la rentabilidad, competitividad y sustentabilidad de los destinos turísticos. Dicho de otra forma, el golf en México es una de las más firmes apuestas en función de la magnitud y crecimiento de los mercados emisores.

Son indudables los beneficios económicos que reporta esta actividad turística a pesar de que en algunos países, como es el caso de México, el golf no sea una movilidad de viaje tradicional, sin embargo, está atrayendo cada día más interés sobre inversionistas extranjeros. Así mismo, el desarrollo del turismo de golf vincula progresivamente a la amplitud de medidas para lograr formas de turismo sustentable. Esto quiere decir que un campo de golf debe seguir una política que se base en los siguientes puntos: un menor consumo de agua, de sustancias químicas y de combustible, control de fertilizantes y regímenes de corte, una introducción de estrategias de gestión integrada de las plagas para recortar el uso de pesticidas y otras sustancias, introducción de políticas de abono energético, reducción de residuos, reutilización y reciclaje, etc. que harán que los empresarios hagan de esta actividad un pilar del sector turístico en territorio mexicano.

Las múltiples problemáticas que presentan los campos de golf resultan complejas, porque hay sectores de la sociedad que los señalan como proyectos insostenibles debido al impacto y relación directa que éste tiene con el ambiente. No obstante, en la actualidad el pensamiento ambiental está evolucionando y las problemáticas asociadas a este tópico se han transformado hacia una cultura diferente, donde las empresas adopten mejores prácticas contribuyendo a garantizar un uso eficiente de los recursos naturales, protección de la biodiversidad, brindando beneficios y servicios ambientales al destino en su conjunto.

En ese sentido, los campos de golf y su operación también deberán cubrirse de carácter normativo y político, ya que el turismo de golf depende de dos agentes fundamentales: la administración pública y la iniciativa privada. Por lo que tanto, resulta importante considerar que tanto las organizaciones públicas y privadas son responsables de la gestión de los campos de golf para que contribuyan a una conciencia de responsabilidad ambiental y lograr mejores resultados que engloben la parte jurídica, la conservación del campo y de su propio entorno.

REFERENCIAS

- Alchian, A. A. (2006). *The Collected Works of Armen.I y II*. USA: Liberty Fund Inc.
- Aranda, M. D. y R. Pineda (2003). *Golf en la Región de Murcia. Un análisis de redes de actores, estrategias y discursos*. Disponible en: www.um.es
- Asociación Internacional de Operadores Turísticos Golf (IAGTO) (2012). “Golf Tourism Report”. Disponible en <http://www.iagto.com/>
- Barreda, A. *et al.*, (2001). “El impacto ambiental de los campos de golf. Un caso real en Toledo”. *Informes de la construcción* 53 (476), 39-46.
- Calcagno, P. T. y W. Whitson (2011). “Of Golf, Capitalism and Socialism: An Empirical Analysis”. *Atlantic Economic Journal* 39, 199-200.
- Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia (2010). “Turismo de Golf”. Disponible en: <http://www.camaravalencia.com/camaraonline/docs/2010/turismo/informe-turismo-golf-2009.pdf>
- Caribeinside.com (2004, 02 de diciembre). “Nuevos destinos de golf en México permitirán el aumento de este turismo al 70%”. Disponible en <http://www.caribbeannewsdigital.com>
- Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) – SECTUR (2006). *Perfil y Grado de Satisfacción del Turista que viaja a México por Motivos del Golf*. México.
- Centro Euromediterráneo de Conocimiento, Innovación y Formación Turística (2008). *El producto turístico de golf en los países del Mediterráneo*. Málaga: Cámara de Málaga.
- Chernushenko, D. (1994). *Greening our games: Running sport events and facilities that won't cost the earth*. Ottawa: Centurion Publishing & Marketing.
- Confederación de Empresarios Andaluces (CEOE) (2000). *Actualización del Informe sobre Turismo de Golf en Andalucía*.
- Confederación de Empresarios de Andalucía. (CEA) (1999). *Informe de turismo de golf*. Sevilla.
- Dáchary, C. y S. Arnaiz (2004). *La manifestación del impacto ambiental modalidad regional para el desarrollo turístico Tambora y su cambio de uso de suelo forestal*. México. Universidad de Guadalajara.
- Diario del Momento (2013, 21 de marzo). “Se proyecta el golf como pilar turístico en Los Cabos”. *Diario del Momento*. Disponible en <http://www.diarioalmomento.com>
- El Economista (2011). “El golf, la nueva arma del turismo. México”. Disponible en: www.economista.com.mx/deportes/2011/04/29/golf-nueva-arma-turismo.
- El Universal (2007, 11 de mayo). “El golf es el cuarto deporte más practicado en el mundo, por lo cual resulta claro que los altos costos que su aprendizaje y práctica implican no son impedimento para sus adeptos”. Disponible en <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/272921.deporte-de-ricos-y-famosos.html>
- Espejo Marín, C. (2004). “Campos de golf y medio ambiente. Una interacción necesaria”. *Cuadernos de Turismo*, 14, 67-111.
- Farrally, M.R., A. J. Cochran y D. J. Crews (2003). “Golf science research at the beginning of the twenty-first century”. *Journal Sports Science* 21, 753-765.
- Federación Mexicana de Golf (2011). Historia del golf en México. Disponible en www.fmg.org.mx
- Fernández, C. J. (2007). *El diseño de los campos de golf: una aproximación paisajística*. Universidad de la Coruña. España.
- Fundación de la Innovación Bankinter (2009). Innovación social. Reinventando el desarrollo sostenible. Disponible en <http://www.fundacionbankinter.org/es/publications/social-innovationreinventing-sustainable-development>
- García, A. M. (2007). “Reflexiones sobre el modelo del turismo de golf en un litoral árido: Almería”. *Revista Paralelo* 37(19), 209-224.
- Groth, A. (2000). “El Turismo Sustentable y el Medio Ambiente”. *Boletín Internacional de la UNESCO de Educación Científica, Tecnológica y Ambiental*, XXV (1), 1-16

- Hennessey, S.; Yun, D.; MacDonald, R.M. (2010). "The Economic Impact of Golf to a Tourist Destination". *Sport Research Intelligence Sportive (SIRC)*. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1617363> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1617363>.
- HSBC (2012). "Golf's 2020 vision". *The HSBC Report*, 1-52.
- INESTUR & CITTIB (2005). *El Turismo de Golf en Baleares*. Disponible en: www.illesbalear.es
- Instituto de Turismo de España. (TURESPAÑA) (2003). *Estudios de Productos Turísticos; Turismo de Golf*. España. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Instituto de Turismo Responsable. Proyectos y Estudios Insulares. (2003). *El golf sostenible. Biosphere Golf*.
- International Golf Travel Market (IGTM) (2012). "España concentra el 35% del turismo de golf europeo". Disponible en <http://www.economista.es/interstitial/volver/canguroa13/turismo-viajes/noticias/2609083/12/10/Espana-concentra-el-35-del-turismo-de-golf-europeo.html>
- Lisbona, M., F. J. Medina, R. Sánchez (2008). *El turismo deportivo: visiones críticas sobre posibilidades de desarrollo local en España y México*. México: UNAM y Barcelona: Universitat Ramon Llull.
- Los Cabos (2013). Recuperado el 05 de marzo de 2013. Disponible en: www.los-cabos.com.mx
- Matos, R. H. (2003). "El Golf: De deporte elitista a importante producto turístico". En: CIDTUR (2003). *Evolución y tendencias de la industria turística*, 7(3).
- Merino, M. D. y M. J. Ansorena (1997). *Césped Deportivo. Construcción y Mantenimiento*. Madrid: Mundi Prensa.
- Mintel International Group Limited (2010). *Golf Tourism: Travel & Tourism Analyst*, No. 5, London: MINTEL.
- Montaner, J. (1996). *Psicosociología del turismo*. Madrid: Síntesis.
- Navarro, J. E. (2006). "La expansión y exportación del modelo residencial turístico a espacios no costeros: el caso de la Provincia de Málaga". Actas del VIII Coloquio y Jornadas de Campo de Geografía Urbana. Universitat de les Illes Balears, 19-24.
- Petrick, J.F and Backman S.J. (2002). An Examination of the Determinants of Golf Travelers' Satisfaction. *Journal of Travel Research*. 40: 252-258.
- Pié, R. y Cillero, C.J. (2010). "Forma y Tipología de los campos de golf". En: R. Pié y C. J. Cillero (eds.), *Turismo Líquido* (pp. 1-19). Málaga: Universidad de Málaga.
- Priego de Montiano, R. et al. (2006). *El golf y su entorno en Andalucía*. Córdoba: CAJAMAR.
- Priestley, G. (1995). "Sports tourism: The case of golf". En: G. J. Ashworth y A. G. J. Dietvors (eds.), *Tourism and spatial transformations: Implications for policy and planning* (pp. 205-223). Wallingford, UK: CAB International.
- Priestley, G. K. y J. Sabí Bonastre (1993). "El medio ambiente y el golf en Cataluña: problemas y perspectivas". *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 23, 45-74.
- Rodríguez, R. (2007). *El turismo de golf. Una aproximación a su estudio*. Tesis de maestría no publicada, Universidad de la Habana. Centro de Estudios Turísticos. La Habana. Cuba.
- SECTUR (2002). *Comportamiento y Tendencias del Golf en México*. Dirección General de Desarrollo de Productos, México: SECTUR - IED, DF.
- SECTUR (2001). *Estudio sobre el turismo deportivo de golf: el impulso a nuevos campos*. Subdirección General de Calidad e Innovación Turística.
- SECTUR (2007). "¿Dónde estamos en turismo deportivo de golf?". Disponible en: <http://www.cofemermir.gob.mx/mir/uploadtests/17378.66.59.3.1DondeEstamosEnTurismoDeportivo.pdf>
- Stellwag, C., Schulc, E., Meiners, N., und Seeberger, B. (2011). "Golf und Alter Einegerontologische Annäherung unter demografischem Aspekt". *Wissenschaftliche Kurzmitteilung*, 03, 43-49.
- Tous, D. y S. Borrego (2003). *Campos de Golf y Turismo*. Málaga: Patronato de Turismo Costa del Sol.
- Vázquez, J. P. (2007). Claves para entender el impacto del golf en el sector. Disponible en www.amadeus.com/es/documents/aco/spain/es/.../elinvitado.pdf
- Velázquez, M. (2007). *La Construcción de un Movimiento ambiental en México. El Club de Golf en Tepoztlán, Morelos*. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales, El Colegio de México.
- Villar, L. A. (2011). *Territorio, turismo y paisaje: el proceso de urbanización en el litoral de Andalucía. El papel de los campos de golf*. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Sevilla.

- Walton, P. (2013). “Andalucía tiene que desarrollar un mensaje claro para cada mercado emisor”. Disponible en <http://www.andaluciagolf.com/entrevistas/peter-walton-presidente-de-iaigto-analiza-el-turismo-de-golf>
- Zavala, M. (2013). “Los desarrolladores turísticos van por el hoyo en uno”. Disponible en: <http://www.obrasweb.mx/construccion/2013/08/26/los-desalloradores-turisticos-van-por-el-hoyo-en-uno>

SOBRE LOS AUTORES

Adriana Flores Regules: Licenciada en Turismo por la Universidad Autónoma del Estado de México. Maestrante en Estudios Turísticos por la Universidad Autónoma del Estado de México. Coordinadora Administrativa de Golf y Tenis en Club de Golf Los Encinos. Ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales. Publicaciones: Campos de Golf y Sustentabilidad (2013) Turismo y economía, ISBN en trámite. Turismo de golf y sistemas de gestión ambiental. Su contribución a la sustentabilidad de los destinos, (2012) Desarrollo Regional Sustentable: El estudio del desarrollo regional desde una perspectiva multidisciplinaria. ISBN 978-607-422-362-0.

Elva Esther Vargas Martínez: Licenciado en Turismo, Maestra en Administración y Doctora en Ciencias Ambientales por la Universidad Autónoma del Estado de México. Se ha desarrollado en la línea de investigación de estudios administrativos del turismo (competitividad, calidad, responsabilidad social empresarial y gestión ambiental). Ponente en diversos congresos nacionales e internacionales. Docente en la Licenciatura en Turismo y Maestría y Doctorado en Estudios Turísticos de la UAEMex. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores CONACyT (Nivel I) Últimas publicaciones: Ending a Touristic Destination in Four Decades: Cancun’s Creation, Peak and Agony (2013). International Journal of Humanities and Social Science. ISSN 2220-8488 (Print), 2221-0989 (Online) Responsabilidad ambiental empresarial: El caso de Hotelera Posadas (2012), El Periplo Sustentable, ISSN 1870-9036 Prácticas ambientales de las empresas turísticas en Valle de Bravo (2011), Gestión y ambiente. ISSN 0124.177X.

Laureano José López Moreda: Se ha desarrollado cómo investigador en las líneas de Gestión Ambiental Empresarial, Turismo y Hotelaría y Riesgos tecnológicos. Ha sido especialista principal en el Laboratorio de Control de la Calidad de Combustibles, Matanzas, Cuba (1994-1998) y en la Oficina de Control e Inspección Ambiental de la Delegación del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (1998-2002). Actualmente se desempeña como Director de División de Gestión Ambiental del Centro de Servicios Ambientales de Matanzas, Cuba. El co-autor a publicado diversos artículos en revistas arbitradas: “Indicadores Ambientales en diagnósticos a hoteles de Varadero en el periodo 2000-2008” (Retos Turísticos, 2011), “Sinopsis de la gestión ambiental de empresas hoteleras cubanas” (Revista Avanzada Científica, 2011) y “Procedimiento para planificar el monitoreo ambiental en empresas hoteleras” (Revista Avanzada Científica, 2012).