

RAFAEL ESTEVE SECALL (*)

El turismo deportivo en Andalucía

1. TURISMO DEPORTIVO EN EL MARCO DE UNA POLITICA DE OCIO

Es un hecho perfectamente constatable que a lo largo de las últimas décadas, el crecimiento económico y los procesos de industrialización y urbanización paralelos experimentados por los países desarrollados del mundo, y más concretamente por los miembros de la OCDE, ha originado un ensanchamiento del tiempo libre de sus habitantes vinculado a aumentos en el nivel de vida, en el de la educación y en la movilidad personal y familiar.

Todo ello se ha traducido en una fuerte expansión de las demandas de ocio, tanto activas como pasivas y que en las que adoptan una forma activa presionan sobre el suelo y los equipamientos disponibles. Estos cambios cuantitativos se han acompañado de otros de índole cualitativa tanto o más importante que ponen su acento en el ocio como medio de favorecer la salud física y mental así como para procurar distracción y relajamiento.

Son pues estos factores cuantitativos y cualitativos los que plantean los problemas a los que los gobiernos deben hacer frente dentro de una política de ocio que cada día se demuestra deberá tener mayor importancia. Política de ocio que deberá formar parte de las políticas social, cultural y económica de la sociedad enmarcada en los diferentes ámbitos espaciales y administrativos del Estado y en una planificación de conjunto física, económica y espacial.

(*) Profesor Titular de Economía Aplicada. Universidad de Málaga.

Los objetivos de una política de ocio están pues estrechamente ligados a los fines y motivaciones de la sociedad, a sus valores comunitarios y culturales y a las preferencias individuales. Todo ello hace que el Estado deba considerar la promoción del deporte entre los ciudadanos ya que mejora la salud pública, desarrolla la higiene del cuerpo de modo que el deporte se presenta incluso como una terapia contra los males de la civilización industrial. Política de calidad de vida en la que el deporte ocupa un lugar crecientemente destacado, junto al turismo que sin duda es la "actividad ociosa" más importante, desde una perspectiva económica, en el mundo actual.

Creo pues que no es exagerado afirmar que deporte y turismo son los fenómenos culturales de masas más importantes del siglo XX, y ambos forman parte de las diferentes alternativas que al hombre de hoy (habitante de países desarrollados) se le plantean en cuanto a la forma de ocupar su ocio.

Por tanto el desarrollo del turismo deportivo hay que analizarlo dentro de un contexto más general de política de ocio en la que convendría destacar las complementariedades o similitudes que se dan en las dos formas de ocupar el ocio que son el turismo y el deporte. Dos actividades que desde el punto de vista del empleo generan numerosos puestos de trabajo terciarios, al tiempo que implican la creación de nuevos mercados directos o indirectos con lo que ello supone de diversificación de actividades productivas.

Son bastante conocidas las cifras correspondientes al efecto multiplicador del turismo. (1)

Sin embargo, existe un gran desconocimiento acerca de los efectos multiplicadores de la práctica deportiva. He encontrado algunos datos relativos a un país que en gran medida puede considerarse como país-tipo entre los países desarrollados emisores de turistas: Francia. En diversos estudios llevados a cabo allí se ha llegado a la conclusión de que alrededor del 1% del consumo nacional francés gira alrededor del deporte. Y asimismo se ha comprobado que las 9/10 partes del presupuesto deportivo de las familias está orientado hacia las redes de producción y de distribución

(1) Por ejemplo, el Instituto Español de Turismo estimó que el 14'9% del total del consumo privado en España en 1983 fue consumo turístico, así como una participación en el PIB de la actividad turística, del 10'5%.

deportivas, por lo que es fácilmente presumible un elevado índice multiplicador de tales gastos. En el caso español, de la Encuesta de Presupuestos Familiares de 1980-81 se puede deducir que el 0'42% del gasto de los hogares españoles estaba vinculado al deporte, y si se incluyen las prendas de vestir deportivas el porcentaje sube hasta el 0'83%. Porcentaje que está en la línea del correspondiente a la economía francesa. Por hacer un pequeño análisis comparativo, los gastos familiares en hoteles y viajes todo incluido, que son los gastos específicamente turísticos de la citada encuesta, el porcentaje ascendía al 0'44% y si se le añaden los relativos a viviendas secundarias y transportes interurbanos se llega al 1'18%. Por tanto desde una perspectiva de gasto nacional creo que en líneas generales se puede decir que la importancia cuantitativa de ambas actividades es bastante similar, teniendo en cuenta además que una parte significativa de los gastos de transporte que hemos considerado turísticos tienen un fundamento deportivo.

Otros datos franceses ponen de manifiesto que el deporte supone en 0'5% del P.I.B., el 0'9% formación bruta del capital, y el 0'8% de los salarios y las cotizaciones sociales. (2), habiéndose estimado que el 10% del consumo del binomio cultura/ocio está reservado al deporte.

Sería muy pretencioso por mi parte hacer una aproximación cuantitativa a las cifras actuales del turismo deportivo, que deberían ser objeto de un estudio serio y profundo, y que creo se escapa del marco de lo que debe ser una ponencia de las características de la presente. Sin embargo, algunos datos nacionales existentes sobre facturaciones en estaciones de montaña, puertos deportivos y turismo cinegético, muestran la escasa importancia relativa directa de las mismas en el contexto del conjunto turístico español, aún cuando pueda ser muy grande para zonas muy concretas. En 1982 "se han facturado más de 5.000 millones de pesetas por servicios prestados en puertos deportivos, clubs náuticos y marinas, las empresas cinegéticas facturaron 22.000 millones de pesetas y las estaciones de esquí 9.500 millones de pesetas" (3).

(2) CHANTAL MALEFANT; "L'economie du sport en France"; *Revue Internationale des Sciences Sociales*, nº 92,; pág. 252.

(3) Gabinete de Estudios Económicos y Empresariales del I.E.T.; "El papel del turismo en la estructura económica española"; *Estudios Turísticos* nº 81, primavera 1984, pág. 15.

Pero hay que tener presente que son facturaciones por el uso de instalaciones deportivas, porque lo relativo a alojamientos, restauración y demás servicios complementarios prestados con ocasión de la estancia y duración de la práctica deportiva, quedan fuera. Y estas partidas, que ignoramos, deben ser bastante significativas aunque, insisto, que poco relevantes todavía en el contexto global del turismo español.

Sería más importante conocer a mi entender la distribución de esos ingresos a lo largo del año porque, como veremos más adelante, uno de los objetivos fundamentales del turismo deportivo debe ser corregir la estacionalidad del uso de las instalaciones hoteleras fomentándolo en las correspondientes temporadas bajas, es decir, verano en la montaña e invierno en la costa. En este sentido el turismo del golf en la Costa del Sol está actuando de forma importante ya que según se puso de manifiesto en las jornadas de Turismo y Calidad de hace mes y medio (4), la mitad de los turistas invernales de Marbella y Estepona vienen movidos por el golf. Se estimaba asimismo un total de ingresos en 1984 por los derechos del uso de los campos de golf de 750 millones de pesetas. Y también se puso de manifiesto que la facturación de diez establecimientos hoteleros de la Costa del Sol con instalaciones de golf fue de unos 2.000 millones de pesetas con una estacionalidad mucho menos acusada que el resto de los hoteles. Es un magnífico ejemplo en mi opinión de cómo deben rentabilizarse las instalaciones turísticas a través del deporte.

2. EL FUTURO DEL OCIO Y SU OCUPACIÓN

Sin embargo, antes de entrar de lleno en el análisis del hecho deportivo-turístico, no está de más echar un vistazo a las tendencias actuales, en cuanto al tiempo de ocio y su ocupación, en los países de Europa Occidental que constituyen el grueso de nuestra clientela turística; lo que por otro lado facilita una fotografía del futuro que nos espera a los españoles (5).

(4) *Seminario de Marketing y Gestión de Empresas Turísticas*, de la Facultad de CCEE y EE de Málaga; "Turismo y Calidad"; Torremolinos, 11, 12 y 13 de Abril, 1985.

(5) Los comentarios que siguen han sido elaborados sobre la base de los datos que se ofrecen en: A.S. TRAVIS; "Ocio, esparcimiento y turismo en Europa Occidental"; *Estudios Turísticos* n° 79, Otoño, 1983.

En las sociedades opulentas de Europa Occidental se emplea del 25 al 30% del total del tiempo disponible de toda la población en actividades de ocio, habiéndose constatado que a lo largo de la década de los 70 el número anual de horas de trabajo de los obreros manuales de la CEE ha descendido un 10%, al tiempo que las vacaciones anuales pagadas ha aumentado hasta alcanzar un promedio algo superior a las cuatro semanas. Sin embargo, el ocio diario apenas ha variado. Esto quiere decir que se favorece la actividad turística semanal y vacacional. Asimismo se estima que en 1990 habrá alrededor de 50 horas de ocio a la semana deducidas las dedicadas a las actividades necesarias no remunerados, es decir a lo que Lefebvre denomina tiempo forzado (6).

Algunos estudios en Alemania empiezan a detectar cambios significativos en las pautas del ocio ya que, de pasivas, van transformándose cada vez más en entretenimientos activos y en vacaciones activas relacionadas con una mayor calidad en el empleo del tiempo de ocio.

Como consecuencia de estas tendencias, cabe deducir la creciente necesidad de instalaciones deportivas, de reservas naturales, de mayor y mejor conservación del patrimonio cultural, etc... Si a ello unimos que otros estudios ponen de manifiesto que el turismo interior de Europa Occidental se está duplicando en la década de los 80, todo ello implicará una gran expansión del turismo social y la creación de varios millones de camas en alojamientos hoteleros de inferior categoría y extrahoteleros en gran parte rurales (7). Igualmente parece necesario admitir una creciente segmentación del mercado turístico, un mayor número de viajes de carácter independiente, costes más bajos y formas más libres, o menos programadas, para pasar las vacaciones. Y en esta línea, el turismo deportivo tiene un porvenir halagüeño.

Asimismo, me parece sumamente interesante el conocer las tentativas de adaptación de los períodos escolares con las vacaciones familiares extraveraniegas ya que ello puede tener su influencia en los equipamientos deportivos de zonas turísticas.

(6) Puede verse una exposición de la problemática del ocio en relación con el turismo en el primer capítulo de mi libro: *Turismo, ¿democratización o imperialismo?*; Universidad de Málaga, Colección Meridiano, 1983.

(7) ITA/ETC, *European Tourism Future Prospects 1980-1990*; 2 vol., ITA, 1980.

En definitiva, parece claramente demostrado en estudios de demanda turística que las necesidades de ocio del hombre son diversas, cambiantes y no reducibles a una forma turística precisa, al tiempo que la elasticidad-renta de la demanda de ocio es claramente superior a la unidad, creciendo igualmente más rápidamente que la población.

Al abordar la ponencia no hemos querido distinguir el turismo interior del extranjero porque aparte de considerar que tal diferenciación es irrelevante desde el punto de vista de una política de desarrollo de instalaciones turístico-deportivas, no creemos que tal distinción deba tenerse en cuenta en la misma. Sin embargo, ello no es óbice para que el conocimiento de los comportamientos ociosos de otros países sea importante a la hora de la promoción turística de este tipo de equipamientos, sobre todo en las zonas turísticas consagradas pues las aficiones deportivas difieren de unos países a otros. El conocimiento de los gustos de la demanda actual y futura es interesante entonces para desarrollar la oferta turística-deportiva. En este sentido sería preciso realizar estudios para contrastar por ejemplo que los suecos practican masivamente la natación tanto en verano como en invierno; que los ingleses son más pasivos limitando sus ocios activos en gran medida al excursionismo; que los franceses gustan de algunos deportes de balón y son habituales practicantes de todo lo relacionado con el "turismo verde", etc... También hay que conocer las pirámides de población turística en las distintas épocas del año y la adaptabilidad de esas instalaciones turístico-deportivas a la edad de los turistas en el ámbito de los objetivos de política turística deportiva que veremos más adelante, porque si lo que se pretende con la misma es luchar contra la estacionalidad en las zonas litorales, sabido es que el turismo de la tercera edad es el cliente turístico fundamental en temporada baja, por lo que las instalaciones a desarrollar deberán adecuarse a las capacidades físicas de ese estrato de población y no a los de la bulliciosa invasión veraniega de jóvenes, niños y adultos. Esta es una simple reflexión acerca de la necesidad de adecuar los medios a los objetivos, y la oferta a la demanda potencial.

3. DEPORTES VERSUS TURISMO

Son muchos y muy numerosos los rasgos importantes que podemos destacar del deporte. Nosotros vamos a centrarnos exclusivamente en aquéllos que, de alguna manera, tienen relación de similitud o complementariedad con la actividad turística. Son básica-

mente tres facultades: las de captar el interés o la atención de audiencias masivas, la de generar y promover desplazamientos masivos, y la de ser causa de fuente de noticias.

Es obvio el interés que el hecho deportivo despierta en millones de personas, sobre todo con ocasión de determinados eventos. Baste mencionar un Mundial de Fútbol o una Olimpiada para darse cuenta de la magnitud del poder de convocatoria que el deporte tiene.

Este poder de convocatoria que en muchas ocasiones se refleja exclusivamente en una mera pasividad ante el televisor, puede por el contrario despertar una postura activa en el aficionado que le mueva a hacer desplazamientos para asistir en directo a los acontecimientos deportivos, o para participar en los mismos, pudiendo adquirir un carácter masivo en el tiempo y/o en el espacio que a su vez puede engendrar graves problemas logísticas de recepción y atención de los desplazados, conectando en esta faceta plenamente con el sector turístico.

La motivación de tales desplazamientos puede ser debida a la asistencia como espectador (ya mencionada), a la participación directa en el hecho deportivo bien sea competición, práctica, exhibición, etc..., al ejercicio libre de determinados deportes, o incluso al snobismo cuando el deporte es una mera excusa para hacer turismo, para viajar y conocer nuevos o viejos lugares ya conocidos.

Finalmente hemos mencionado la facultad de generar noticias tanto del hecho deportivo (antes, durante y después de la celebración del mismo) como de otros aspectos colaterales y relacionados con el acontecimiento deportivo. Los cientos de periodistas que se desplazan para hacer el seguimiento informativo del hecho deportivo se convierten en propagandistas y publicistas de la zona en que tiene lugar el mismo.

De todo ello se deduce la importancia que todo lo relacionado con el deporte tiene en la creación de imagen turística así como en la promoción del turismo a través suya.

4. IMPORTANCIA DEL DEPORTE COMO ELEMENTO DE ATRACCIÓN TURÍSTICA

En un estudio empírico efectuado en Québec (Canada) hace casi diez años en el que se pretendía determinar en una región tu-

rística las contribuciones relativas de los factores que influyen en su atractivo "global", de los elementos sociales y culturales de su atractivo "cultural", así como evaluar la importancia de los diversos elementos socio-culturales de ese "atractivo cultural" con vistas a señalar prioridades que deberían fijarse al desarrollo turístico quebequés, se constató que los equipamientos deportivos recreativos y educativos ocupaban el 7º lugar de importancia entre los factores generales después de: naturaleza y clima; cultura y características sociales; accesibilidad de la región; actitud hacia los turistas; infraestructura de la región; y nivel de precios. Sólo quedaron detrás los equipamientos comerciales. Sin embargo, cuando se estableció una ordenación de la importancia relativa de los elementos socio-culturales influyentes en el atractivo de una región turística para residentes y no residentes, las actividades de ocio (entre las que se encuentran las deportivas) ocuparon el primer y sexto lugar para esos dos estratos de población respectivamente entre un conjunto de doce elementos socio-culturales. A saber: tradiciones, historia, gastronomía, arquitectura, artesanía, arte/música, lengua, trabajo, vestido, educación y religión, además de las citadas actividades de ocio. (8).

Salvadas las distancias de tiempo, espacio y características diferenciales del turismo recibido, creo que es interesante constatar, a falta de estudios similares en el caso andaluz, que los equipamientos deportivos constituyen un motivo importante de atracción turística, sobre todo cuando los demás factores generales enunciados se dan con generosidad en Andalucía con la salvedad de la accesibilidad a la región, y son ya elementos ampliamente utilizados en la atracción de la demanda turística. Creo no equivocarme al afirmar que son precisamente los equipamientos deportivos los que no están a la altura (salvo honrosas excepciones) de los otros atractivos turísticos andaluces.

Y también me parece relevante destacar que los equipamientos de ocio ocupan un lugar preferente entre los elementos socio-culturales que hacían atractiva una región turística tanto para los residentes como para los no residentes, aunque con mayor interés por parte de aquéllos, lo que tiene particular importancia en Andalucía donde el turismo residente tiene un peso específico evidente, y donde tales equipamientos no están a la altura de otras zonas del país, lo que hace singularmente necesaria mi propuesta de que una

(8) M. ZINS y J.R. BRENT RITCHIE; "La culture et sa contribution à l'attrait d'une région touristique: une étude empirique"; *Revue de Tourisme*, nº 2, 1977.

política de potenciación de turismo deportivo no debe hacerse al margen de las necesidades de la población residente, sino todo lo contrario, en estrecha relación con ella para lograr entre otras cosas una óptima utilización de tales equipamientos, y una rentabilidad social máxima de las inversiones deportivas.

5. LOS OBJETIVOS DE UNA POLITICA DE TURISMO DEPORTIVO

¿Cuáles serían los objetivos de una política de turismo deportivo o de deporte turístico que para el caso son lo mismo?.

Creo que podríamos agruparlos en tres tipos de objetivos: los relacionados con la oferta turística, con la demanda turística y otros objetivos.

Entre los relativos a la oferta turística creemos que una política turística deportiva debe fijarse como meta una mejora de la calidad de la misma sobre todo mediante la diversificación de los atractivos o de los servicios turísticos que pueden ofrecerse tanto a nivel macroeconómico como microeconómico. Es decir, tanto en las zonas turísticas como en el interior de los propios establecimientos hoteleros.

Asimismo, debe utilizarse una coordinada política como medio para descubrir o potenciar nuevas zonas turísticas que pueden ofrecer una cierta especialización turístico-deportiva. Y evidentemente todo ello tendiendo a que la oferta turística empiece a diversificarse para atender a una demanda cada día más especializada, o para llegar a determinados segmentos del mercado turístico mundial hoy por hoy inaccesibles por falta de instalaciones adecuadas para atenderlos.

Desde el punto de vista de la demanda, uno de los objetivos fundamentales debe ser la lucha contra la estacionalidad de la misma buscando la máxima rentabilidad de las instalaciones turísticas existentes. Paralelamente, el desarrollo de instalaciones deportivas de uso turístico no tiene por qué ser de utilización exclusiva por el turismo y en mi opinión debe integrarse en una política social que pretenda mejorar el nivel y calidad de vida de las poblaciones autóctonas. Finalmente en este segundo tipo de objetivos se debe mejorar la demanda turística, es decir, atraer turistas con mayor capacidad potencial de gasto y hacer que efectivamente esa potencialidad se traduzca en un aumento de los ingresos turísticos por turista recibido, y sobre todo en estimular el desarro-

llo de la demanda turística que numerosos especialistas opinan es notablemente incentivada por los recursos disponibles que se deberían crear.

En cuanto a otros objetivos de la política turística-deportiva creo importante señalar los de utilizar el deporte como medio de propaganda turística, el ensanchar los efectos multiplicadores del turismo consiguiendo un mayor valor añadido de la actividad del sector por la generación de empleos relacionados con el subsector turístico-deportivo, así como por la generación de nuevas demandas de bienes intermedios o finales destinados a abastecer al mencionado subsector que pueden ser cubiertas por la industria nacional, y por último puede utilizarse la nueva atracción turístico-deportiva como una forma de escapar al oligopolio de los operadores turísticos por medio de una política de propaganda y de contacto directo del o de los establecimientos con instalaciones similares con sus potenciales clientes a través de asociaciones de deportistas o aficionados a determinadas actividades deportivas.

En definitiva, creo que la esencial funcionalidad del turismo deportivo es la lucha contra la estacionalidad del turismo en las zonas turísticas consagradas, y el ser motivo básico de promoción turística en zonas desconocidas o con un incipiente desarrollo turístico.

6. LOS “DIFERENTES DEPORTES” Y SU INCIDENCIA TURÍSTICA

Si consideramos que el deporte además de un esfuerzo humano realizado como actividad corporal, es también un juego (y por tanto una actividad de alto contenido lúdico) con cierto carácter competitivo o de superación, podemos ensanchar considerablemente el contenido que generalmente se da al concepto “deporte” y llegar a coincidir en que no hay un deporte sino muchos tipos de deportes: deporte-recreo, deporte-higiene, deporte-educación, deporte-competición, deporte-espectáculo, deporte-profesión, deporte-relación social, deporte-contacto con la naturaleza, deporte-cultura, etc. Diferentes tipos que pueden aglutinarse en dos grandes tendencias que se aprecian en el mundo deportivo actual: deporte-espectáculo y deporte-actividad o práctica.

Y todo ello porque “el deporte en cuanto fenómeno social está ligado necesariamente a otras expresiones culturales, económicas e incluso políticas de los grupos humanos. Evoluciona en sus con-

cepciones y sus prácticas con situaciones económicas y políticas y con las mentalidades de esos grupos” (9). La práctica o no práctica deportiva está en definitiva íntimamente ligada al individuo, a su profesión y al conjunto de su medio ambiente. Pero además conviene tener presente que si las vacaciones tradicionales se dedicaban a un mero descanso para tomar el sol y bañarse, con el auge de la práctica deportiva como algo habitual en la vida de las personas, las zonas turísticas deberán contar con instalaciones que faciliten la continuación y práctica más intensiva de las aficiones deportivas de los turistas para seguir manteniendo la atracción turística, so pena de quedar relegadas como destino vacacional.

Por todo ello, y a los efectos de nuestro análisis acerca de las relaciones entre turismo y deporte, hemos considerado conveniente hacer el siguiente deslinde de actividades deportivas con incidencia turística:

- 1.— Deporte de élite.
- 2.— Deporte de competición.
- 3.— Deporte popular.
- 4.— Deportes minoritarios y novedosos.
- 5.— Escuelas deportivas.
- 6.— Deportivizar actividades no estrictamente deportivas.
- 7.— Actividades deportivas complementarias a otras de índole distinta.

6.1. Deporte de élite.

El deporte de élite es el que realizan las grandes figuras deportivas del momento que están entrando de pleno en el profesionalismo. Alrededor de la actividad de estos deportistas se montan espectáculos que atraen a ingentes masas de aficionados que gustan de ver de cerca a sus ídolos y normalmente se precisan instalaciones deportivas cerradas de alta calidad, donde puede cobrarse una entrada. Si este tipo de deporte estaba tradicionalmente profesionalizado en algunas especialidades deportivas concretas, el futuro parece augurar una extensión de esa profesionalización a otras muchas especialidades.

(9) P. SURIN: “Pratiques sportives et education physique”; *Revue Internationale des Sciences Sociales*, nº 92; pág. 303 y 304.

Por consiguiente, es preciso contar con las instalaciones adecuadas para que “el circo del espectáculo deportivo de élite” no pase de largo por una región turística tan cualificada como Andalucía. Los intentos de construir un circuito permanente para el motor en Jerez o un hipódromo en Mijas merecen en nuestra opinión el máximo apoyo ya que no tienen sólo un interés estrictamente turístico. Pero debería también contarse con estadios para atletismo, natación, pistas polideportivas cubiertas, etc.; y en general recintos que puedan albergar competiciones de relieve internacional, algunos de no muy costosa instalación como podrían ser los relacionados con las distintas especialidades de cross: auto-cross, moto-cross, y ciclo-cross.

Pero una política turístico-deportiva de élite no debe limitarse a promocionar grandes mítines que atraigan masivamente el interés internacional en cortos períodos de tiempo que pueden ser habilmente escalonados, sino que existe también la posibilidad de atraer a las grandes estrellas de cada deporte para que se entrenen, entrenen a futuras figuras y promocionen determinadas instalaciones turístico-deportivas, de forma que haya una atracción constante de los aficionados de ese deporte, así como un conocimiento permanente entre los mismos de la existencia de una determinada oferta turístico-deportiva. En cierto sentido es la fórmula Borj —Puente Romano— Marbella la que entiendo podría extenderse a muchas otras actividades deportivas en Andalucía.

De manera semejante, podría hacerse con deportes colectivos, atrayendo a la región grupos extranjeros que por razones climáticas, de concentración o de otra índole cortan durante un período más o menos largo de tiempo su actividad competitiva, pues obviamente precisan de unas instalaciones deportivas que les permiten mantener su actividad de entrenamiento. Ya se ha iniciado esa experiencia en la Costa del Sol al desplazarse a la misma a comienzos de temporada (coincidentes con el invierno) algunos grupos ciclistas extranjeros que comienzan sus entrenamientos en esas fechas, y creemos que podría ampliarse a otros deportes colectivos al aire libre.

Incluso tanto en el caso de las estrellas del deporte como en el de los equipos pueden organizarse pequeños encuentros, a mitad de camino entre la competición y el entrenamiento, durante su estancia, que pueden mantener un interés de espectáculo siempre importante a la hora de atraer turistas.

En cualquier caso, las actividades turístico-deportivas ligadas al deporte de élite deben estar presididas por la calidad y cantidad del espectáculo suministrado, al tiempo que, con el profesionalismo que está inundando las diferentes especialidades deportivas, irán surgiendo elementos ya “pasados” para estar en la cúspide mundial, que permitan la generalización de espectáculos deportivo-artísticos, sin competición selectiva, de características tan dispares como pueden ser el patinaje artístico, los Harlem Globetrotters en baloncesto, las tournées Kramer en tenis, etc...

Una última referencia a este tipo de turismo deportivo de élite es la relacionada con la alta competición náutica tanto de vela como de motor que ya se ha iniciado en vela con la Ruta del Descubrimiento, y que la relativa abundancia de puertos deportivos de calidad en Andalucía (dado el carácter de encrucijada de su litoral) permite desarrollar sin grandes complicaciones.

6.2. Deporte de competición.

Este segundo tipo de actividad deportiva ligada al turismo también encaja dentro de lo que podríamos calificar como deporte-espectáculo aún cuando presenta una diferencia sustancial con el deporte de élite, del que sin duda se irá distinguiendo cada vez más en el futuro. Esta diferencia radica en que los deportistas que lo practiquen mantendrán el “amateurismo” deportivo, es decir, el placer del esfuerzo sin que tenga ninguna pretensión profesionalizadora. Este tipo de deportistas será el que mantenga la esencia originaria del deporte en tanto que acción desinteresada, compromiso de lealtad respecto al adversario y al árbitro, modestia en la victoria y aceptación de la derrota, abandono de todo chauvinismo y nacionalismo excesivo, etc...

Desde el punto de vista turístico las necesidades y políticas de promoción son semejantes a las ya mencionadas para el deporte de élite, por lo que nos remitimos a lo anteriormente expuesto. En todo caso estas actividades pueden y deben desarrollarse de modo complementario con las del deporte de élite, utilizándolas mutuamente como promoción deportiva y motivo de atracción turística.

6.3. Deporte popular.

Este es un fenómeno de índole mundial que ha iniciado un despegue espectacular en el último cuarto del siglo XX y que sin duda aglutinará la parte principal del deporte en un próximo futuro.

Su desarrollo correrá parejo con el desarrollo económico y social de las naciones y sus practicantes se cuentan por millones en los países desarrollados tanto occidentales como orientales. Por ejemplo en la R.F. de Alemania son más de 12 millones los deportistas federados que se consagran al deporte-ocio. Los motivos genéricos que impulsan a la práctica deportiva a ciudadanos de cualquier edad y país desarrollado puede resumirse en:

“Conciencia cada vez más extendida de la necesidad de una actividad física regular y racional para mantener, desarrollar o recuperar la salud y el bienestar corporal.

Necesidad de una actividad física compensadora de la sedentariedad en un mundo cada vez más mecanizado.

Necesidad de una “vuelta a la naturaleza” en un mundo cada vez más urbanizado.

Necesidad de relaciones humanas en un mundo en que el individuo está aislado en la masa de ciudadanos y del que desaparecen las veladas, tertulias y reuniones familiares tan ricas en comunicación con los demás, en beneficio del espectáculo pasivo y solitario de la televisión”. (10).

Incentivos generales a los que habría que añadir otros más particulares como preocupación por guardar la línea, seguir la moda, ser considerado y tener un temperamento deportivo, gusto por el juego, la lucha y el esfuerzo de superación, etc.

Dadas pues las condiciones de vida actuales del mundo occidental parece lógico pensar que el deporte constituye un fenómeno antropológico de primera magnitud, estrechamente imbricado con el turismo, cuya influencia social y cultural es ya importante, y lo será cada vez más, debiendo tenerse presente la transformación de mentalidades que está originando, así como de los comportamientos sociales en el enriquecimiento recíproco de ideas que impulsan a la acción.

Este deporte-ocio constituye a mi entender un potencial de mercado turístico tan importante o más que el tradicional mercado turístico veraniego de playa con el que se puede complementar o

(10) SEURIN, P.; op. cit., página 309.

solapar. El turismo de nieve es un ejemplo de una determinada actividad deportivo-turística invernal en fuerte desarrollo en todo el mundo y también en Sierra Nevada en lo que concierne a Andalucía.

Con el golf está ocurriendo algo parecido en la Costa del Sol, con el tenis un poco por todas partes, y si hacemos un listado de diferentes especialidades deportivas podemos comprobar que las posibilidades son inmensas.

Lamentablemente no existen cifras, o al menos yo no las he conseguido, de practicantes de todas las especialidades deportivas ni a escala nacional ni internacional. (11).

Sí existen datos de deportistas federados, pero no de practicantes, y parece muy lógico pensar que si a los aficionados a distintos deportes se les ofrece una panoplia de instalaciones deportivas en una zona turística, elegirán ésta en sus vacaciones frente a otras alternativas. Y a veces no es necesaria prácticamente ninguna inversión para adecuar determinadas instalaciones a la práctica deportiva. Por ejemplo, ¿no sería posible señalar senderos (obviamente cuidando al máximo la seguridad de su diseño) en los campos de golf, para los amantes del "jogging" de modo que se atraiga a una clientela que no sólo sea la aficionada de los palos?; ¿No se podría hacer lo mismo en los paseos marítimos y avenidas de las distintas poblaciones, también para los amantes de la bicicleta, incentivando su uso con pruebas periódicas de carácter masivo, con un calendario bien estudiado que a su vez se incluyera en la propaganda turística?, ¿Y para los amantes del deporte ecuestre, del trial, del excursionismo, del montañismo, etc...?.

En este sentido una política coordinada entre las distintas administraciones públicas de "senderismo deportivo" puede crear sin grandes inversiones nuevos atractivos turísticos en zonas ya consagradas y promocionar otras nuevas. La Sierra de Cazorla, la de Ronda, la del norte de la provincia de Huelva, Sierra Nevada, etc..., deberían contar con itinerarios marcados y refugios para los montañeros. Podrían editarse folletos-guías, crearse un cuerpo de guías de montaña, etc., etc...

(11) En relación con el golf podemos decir que el número de practicantes en USA es de 25 millones, de 15 millones en japon y de dos millones en Gran Bretaña, por dar una idea de la importancia de la demanda de un deporte importante por sus instalaciones en la Costa del Sol.

Este tipo de política turístico-deportiva puede ser de singular interés para el agroturismo, turismo rural, o turismo verde que puede y debe aportar una contribución original a la política nacional y regional de vacaciones y de ocio, singularmente relacionada con los ocios deportivos, prácticos y artísticos.

Repartidas armoniosamente en el espacio y en el tiempo, ajustadas a las preocupaciones del medio, las actividades turísticas en el campo pueden participar singularmente en la renovación y modernización del medio rural.

En cualquier caso, se está constantando en Francia, y creo que por extensión en los países de la OCDE, que los deportes vinculados a las vacaciones están creciendo en su práctica más rápidamente que la media, así como una expansión del porcentaje de turistas que practican algún deporte en sus vacaciones (12), o dicho de otra manera, parece clara una creciente complementariedad entre turismo y deporte.

Ya señalábamos anteriormente la importancia de las grandes instalaciones fijas para el deporte-espectáculo, que evidentemente tienen también interés para el practicante del deporte-ocio. No obstante me parece interesante resaltar como forma de hacer frente a una promoción turístico-deportiva la posibilidad de instalar o adoptar pequeños equipamientos deportivos móviles, o incluso fijos, que puedan quitarse y ponerse con facilidad a tenor de las necesidades deportivas de los turistas. Pueden ser instalaciones de muy diversa índole como muelles flotantes de playa que faciliten la actividad deportiva náutica en las zonas del litoral, donde no existan puertos deportivos o en embalses, o cuadras desmontables para la práctica de las distintas especialidades ecuestres, o pequeños establecimientos hoteleros escalonados en las rutas de diferentes tipos de excursionismos, o pequeños almacenes para que los aficionados a algún deporte puedan guardar sus pertrechos sin tener que cargar continuamente con ellos, sobre todo en el caso de los deportistas-turistas de fin de semana, por ejemplo para almacenar embarcaciones, tablas de surf, vehículos deportivos, alas-delta, pertrechos de caza y/o pesca, botellas de submarinismo, etc...

En definitiva el “deportista placentero” lo que busca en la práctica deportiva no es necesariamente la competición sino su

(12) “Le tourisme culturel en France”; *Notes et Etudes Documentaires* n° 4591-4592, pág. 42.

aspecto lúdico o festivo y, por consiguiente, todo lo que implique una reducción del esfuerzo que le supone satisfacer sus aficiones redundará en atraer a ese tipo de turista y a fijarlo como cliente por las comodidades que se le ofrezcan.

6.4. Deportes minoritarios y novedosos.

Bajo esta rúbrica queremos hacer referencia a algunas prácticas deportivas que exigen unas mínimas instalaciones o determinados condicionamientos naturales no ubicuos ni fácilmente accesibles, que cuentan con pocos seguidores en nuestro país aunque quizá no sean tan pocos en el mundo. En todo caso, su desarrollo en alguna zona no especialmente turística puede tener un impacto positivo importante en el entorno.

Una política turístico-deportiva regional orientada a estas actividades debe procurar concentrar la oferta de instalaciones que no tienen por qué ser muy costosas en un punto para conseguir una máxima rentabilidad.

Las actividades englobadas en esta rúbrica se encuentran fundamentalmente vinculadas al deporte aéreo, y normalmente constan de una escuela aneja donde se dan cursillos de iniciación: vuelo sin motor, ultraligeros, paracaidismo, aviación deportiva, alas-delta, etc... Pistas de vuelo existen en Andalucía, bien por ser antiguos aeródromos, bien por ser pistas recientemente construídas para la lucha contra los incendios forestales. Quizá en este último caso haya algún problema legal para su uso, pero parece evidente que de la colaboración entre aeroclubs e Icona pueden deducirse beneficios mutuos.

En Antequera está funcionando una escuela de ultraligeros, y los aficionados a las Alas-delta que buscan un poco por todas partes zonas altas accesibles desde donde iniciar los vuelos podrían ser atraídos por unas mínimas instalaciones de albergue y almacenaje complementada con servicios de recogida del deportista y traslado al lugar de lanzamiento. El puerto de las Palomas en plena Sierra de Cádiz reúne condiciones para promocionar este deporte limpio, como sin duda habrá otras muchas zonas por toda Andalucía.

En general, creo que los aeroclubs andaluces pueden desarrollar una gran labor si logran aglutinar el interés y los esfuerzos de los amantes a la navegación aérea, al margen claro está, de los pro-

yectos que puedan existir de grandes aeropuertos deportivos cuya funcionalidad turística está hoy por hoy más ligada a un servicio de transporte para las élites del turismo que al de la práctica deportiva.

6.5. Escuelas deportivas.

El desarrollo y expansión de la práctica del deporte en su doble faceta del profesionalismo y del placer del ocio deportivo hace que la enseñanza del mismo esté convirtiéndose en una nueva actividad generadora de empleos terciarios, en fuerte crecimiento.

Por todo ello, una zona turística o que pretenda desarrollar un turismo deportivo debe contar con instalaciones para el aprendizaje de las especialidades concretas cuya práctica se desee fomentar, que se conviertan en una atracción turística complementaria.

Existen deportes que figuran entre los más populares donde las escuelas funcionan desde hace tiempo, como el tenis, la natación, el golf o la vela, ¿pero cuántas hay en Andalucía?. No conozco la situación real que escapa al ámbito de una ponencia como ésta y que en cualquier caso deberían conocer no sólo las autoridades deportivas, sino también las turísticas, si se quiere promocionar el turismo deportivo. Lo que creo que no existen son escuelas con régimen de internado donde jóvenes deportistas se forman para la alta competición y donde acudan también entrenadores a mejorar su formación; escuelas cuya ubicación en un entorno climáticamente adecuado cuando se trata de deportes de práctica al aire libre es un requisito fundamental. Y Andalucía reúne condiciones climáticas óptimas para el desarrollo del deporte durante todo el año. De manera especial creo que una escuela de vela similar a la de Mallorca sería muy conveniente en la Costa del Sol por la infraestructura náutica existente.

6.6. Deportivizar actividades no estrictamente deportivas.

Existe también toda una amplia gama de juegos y actividades lúdico-recreativas que pueden ser ampliamente promocionadas con un esfuerzo inversor mínimo o incluso nulo. La organización de competiciones, de jornadas masivas de práctica, de exhibición competitiva del resultado de unos días de aprendizaje, son algunas de las fórmulas que pueden ensayarse en núcleos rurales interesados en atraer turistas.

Desde competiciones de juegos de salón, como por ejemplo el mus, dominó, billar, el ajedrez; de juegos al aire libre como la petanca, el croquet, los bolos; de ocios prácticos como la artesanía o la gastronomía; o de ocios artísticos como pintura, artesanía, fotografía, video-cine, teatro; a safaris fotográficos; búsquedas de tesoro, y un sin fin de actividades; la gama de posibilidades es enorme. En todo caso esta política turístico-deportiva deberá estar estrechamente ligada al renacimiento de antiguos deportes populares y/o folklóricos.

6.7. Actividades deportivas complementarias a otras de índole distinta.

Finalmente hay un último tipo de actividades deportivas con incidencia turística; son las que presentan un carácter mixto, pues la práctica deportiva es un complemento o tiene una finalidad distinta a la estrictamente deportiva.

La constituyen el deporte-cultural, el deporte medicinal, el deporte-sanitario, el deporte-enseñanza, el deporte-contemplación, etc...

La panoplia es amplia e incluye actividades del tipo de marchas en parques nacionales o naturales de manera que, junto a la actividad deportiva, los excursionistas reciban una información/formación sobre el entorno visitado.

También se puede vincular tales marchas a determinados recorridos, graduados según la fuerza de los marchadores, con abundancia de plantas balsámicas que tengan un efecto terapéutico sobre el deportista.

En estaciones termales la práctica de la natación o de otros deportes puede ser el complemento ideal para los agüistas.

Determinadas dolencias pueden tener alivio o curación complementando los sistemas de curación tradicionales con ejercicios deportivos en zonas de características climáticas u orográficas determinadas, etc...

En relación con el termalismo, hay que decir que en otros países donde esta actividad está plenamente desarrollada, los termalistas tienden a dirigirse hacia los lugares que están favorecidos por una armonía de los elementos naturales con los elementos in-

fraestructurales de confort y de organización de las actividades agüistas y complementarias en las que el deporte ocupa un lugar destacado.

7. LAS INSTALACIONES TURISTICO-DEPORTIVAS

Hay otro aspecto importante a considerar en la política de turismo deportivo y es el relacionado con las instalaciones deportivas a las que hemos hecho algunas referencias.

En todo caso, me parece sumamente conveniente el carácter polivalente de su uso que debe orientarse tanto a los residentes como a los turistas, y por tanto debe buscarse una óptima ubicación.

Las instalaciones turístico-deportivas deben asimismo buscar una polivalencia entre distintas actividades deportivas. Es decir, todo lo contrario de lo que son la mayoría de los estadios de fútbol españoles: verdaderos monumentos al cemento con índices bajísimos de utilización.

Desde el punto de vista de su ubicación podemos hacer las siguientes distinciones entre las instalaciones turístico-deportivas.

En primer lugar podemos citar aquellas instalaciones que se encuentran en el interior del recinto de un establecimiento turístico, y que forman parte de una oferta diferenciada de servicios que tal establecimiento ofrece a sus clientes. Instalaciones que no tienen por qué estar cerradas al público no cliente residencial.

Pistas de tenis, piscinas, campos de golf, gimnasios, constituyen las atracciones turístico-deportivas más comunes. Pero son muchos los diferentes equipamientos que podrían crearse orientándolos a clientelas específicas, sin olvidar lo que ya hemos mencionado de la importancia de la polivalencia que debe permitir por ejemplo que las numerosas pistas de tenis puedan ser utilizadas por los aficionados al baloncesto, balonvolea, balonmano, futbito, etc..., o que por los campos de golf puedan correr los amantes del "jogging"; y la inversión complementaria para diversificar la oferta deportivo-turística es mínima, con la ventaja de poder orientar la oferta del conjunto de instalaciones en épocas bajas a segmentos del mercado turístico claramente diferenciados.

Un segundo tipo de instalaciones turístico-deportivas son los complejos poli-deportivos urbanos que responden a una demanda social de mejora de la calidad de vida de las poblaciones residentes, pero cuya funcionalidad debe estar abierta al turista, tanto para la práctica deportiva como para el espectáculo deportivo que puede convertirse en un motivo de atracción turística complementaria. Las corporaciones locales son las llamadas esencialmente a la realización de estas inversiones deportivas.

Mayor interés desde el punto de vista de una administración regional que pretenda una diversificación turística tienen, en mi opinión, las instalaciones deportivas en plena naturaleza que pueden convertirse en elementos dinamizadores del turismo rural en muy buena medida; instalaciones polideportivas y recreacionales que no tienen por qué ser abigarradas ni estar valladas o cerradas como en un entorno urbano sino que un hábil diseño de las mismas puede integrarlas perfectamente en la naturaleza, constituyendo un motivo adicional de atracción. Esta es la fórmula esencial para la integración del deporte y el turismo verde, al tiempo que un medio para crear empleos en el medio rural con la consiguiente mejora en el alargamiento del calendario anual de trabajo de los campesinos, permitiendo asimismo la ocupación de algunos miembros de las familias rurales que no intervienen más que episódicamente en la célula productiva.

Me parece asimismo importante destacar el peligro que puede suponer la promoción de instalaciones deportivas en zonas rurales como medio de fomentar complejos urbanísticos que puedan dañar gravemente el medio.

Esta política deportiva en el marco del turismo rural no puede quedar aislada de otros aspectos como el desarrollo de la oferta de alojamiento, bien por la vía de cámpines municipales, de "camping en granjas" o por la promoción de camas del tipo casas de labranza y otras que no abordamos aquí para formar parte de otra ponencia, pero de lo que conviene dejar constancia.

Desde una perspectiva más microeconómica del turismo deportivo rural, es factible la potenciación de una oferta turística mixta cama-deporte en lo que podríamos calificar de granjas agroturístico-deportivas donde además del alojamiento se ofrezca una mínima instalación o equipo deportivo. Por ejemplo animales para la práctica de la equitación, botes de remos en casas al borde del mar o de embalses, etc. Una adecuada política crediticia en este

sentido puede contribuir, no solo al desarrollo de un turismo verde, sino a una mejora de la vivienda rural y a aumentar de forma significativa los ingresos de los campesinos.

Un último tipo de instalaciones lo constituyen lo que podríamos denominar como grandes espacios lúdicos-deportivos destinados a satisfacer la demanda de enormes contingentes de población. La iniciativa privada, consciente de esta necesidad, ha creado parques de atracciones de índole diversa pero creo que las diferentes administraciones tienen que ser conscientes de la necesidad de estos grandes parques a una distancia adecuada para atender la demanda de ocio, fundamentalmente semanal, de poblaciones urbanas de muchos miles de personas y que constituyen también una alternativa al ocio del turista.

En todo caso este tipo de instalación entra más en el ámbito de lo recreacional, aunque lo deportivo tenga también cabida, y de la oferta de servicios a los ciudadanos de zonas metropolitanas.

8. INFLUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA EN LAS INSTALACIONES TURÍSTICO-DEPORTIVAS

Otro aspecto de la política turístico-deportiva es el que se refiere a las características del demandante.

Es evidente que para desarrollar un turismo deportivo de base familiar se deberá cuidar que las instalaciones deportivas atraigan y sean útiles a todos los miembros de la familia, cuyas demandas de ocio-activo son significativamente diferentes.

Pero por otro lado también pueden desarrollarse instalaciones específicas para el turismo de niños, jóvenes, adultos, ancianos o minusválidos. Obviamente en relación siempre con otras formas de ocupar el ocio. Las colonias infantiles o los campos de trabajo para jóvenes son buenos ejemplos de turismo específicos orientados a determinados estratos de población.

Finalmente desde el punto de vista de la ordenación del territorio, aspecto que se ha examinado en otra ponencia de estas jornadas, las instalaciones turístico-deportivas para el ocio al aire libre pueden clasificarse según sus efectos sobre el campo en zonas intensivas, de ocios en general, de alta calidad y lugares específicos, que marcan un orden decreciente de la intensidad de

uso y de la importancia de la instalación deportiva que puede llegar a unos meros indicadores para excursionistas, controlados en número, en lugares específicos por sus atributos naturales de gran fragilidad ecológica.

En cualquier caso, una política de promoción de ocios turístico-deportivos tiene unos límites en el equilibrio de la demanda de esas nuevas instalaciones y el destino de las tierras agrícolas, y la preservación del paisaje. Dicho de otra manera, la política de ocios debe ser equilibrada con otra política de conservación y protección de la vida rural y del medio ambiente en todas sus facetas.

Y desde el de las características del territorio nos encontramos con tres tipos de espacios: litoral, campo y monte; que dan lugar a tres tipos de turismo-deportivo: náutico, rural y de montaña.

La mayor parte de la ponencia gira en torno del turismo deportivo en zonas no litorales puesto que es ahí donde, a mi entender, la actuación del sector público debe ser prioritaria. Por ello siguen unas breves líneas en relación con el turismo náutico.

En el litoral la iniciativa privada, consciente de la necesidad de diversificar la oferta turística y mejorar su calidad es lo suficientemente capaz para desarrollar un turismo deportivo náutico que está teniendo un auge espectacular, con unas perspectivas de crecimiento muy grandes en el interior y en el turismo exterior todavía no atraído. Las diferencias en términos per cápita de la flota deportiva y de placer española en comparación con la de nuestros vecinos es enorme. Mientras la media de habitantes por embarcación deportiva en la OCDE es de 122, en España alcanza 550. Dicho de otra manera, en la OCDE hay cuatro veces y media más embarcaciones per cápita que en España.

Esta potencialidad tiene una doble vertiente. La del desarrollo del turismo náutico interior más orientada hacia embarcaciones pequeñas y con necesidad de puertos de atraque, o zonas de almacenamiento donde no haya puertos deportivos, y la de atracción del turismo náutico extranjero para lo que es muy importante el ligazón de la importante infraestructura portuaria de la Costa del Sol con los puertos del Levante español y el Algarve portugués. Los proyectos en marcha actualmente en las provincias de Cádiz, Huelva, Granada y Almería, además de posibilitar el desarrollo del deporte náutico a los andaluces, van en este sentido. Hay que tener presente que la inmensa mayoría de quienes navegan en

pequeños yates a vela o motor no son verdaderos navegantes, suelen ir costeando y les gusta poder dormir cada noche en un puerto o poder refugiarse rápidamente si hiciera mal tiempo, por lo que la existencia de un rosario de puertos deportivos a distancias adecuadas tanto en uno como en otro sentido del litoral andaluz es la mejor forma de facilitar la atracción del turista extranjero.

Por tanto, la actuación de la administración en este campo debe ser la de facilitar en lo posible la consecución de esa ligazón, evitando por otro lado una proliferación indiscriminada de puertos deportivos sin las debidas garantías técnicas, económicas o ecológicas y cuidando de forma especial la integración de las instalaciones portuarias y su entorno inmobiliario en el paisaje, porque no hay que olvidar que un puerto deportivo por sí mismo es una inversión ruinosa si no va acompañada de un desarrollo inmobiliario que la rentabilice y multiplique en otros sectores el efecto impulsor del deporte náutico.

9. RECOMENDACIONES A LA ADMINISTRACION TURISTICA AUTONOMA

Desde el punto de vista de la Administración Autónoma creo que hay dos grandes líneas de actuación en materia de turismo deportivo.

Por un lado está la labor de acompañamiento y estímulo a la iniciativa privada o pública en el desarrollo de las diferentes infraestructuras deportivas en zonas turísticas consagradas.

Y por el otro, la de promocionar directa e indirectamente por todos los medios a su alcance el desarrollo turístico rural que todavía se encuentra en mantillas, en cuanto a instalaciones de cualquier índole, a la vista del enorme potencial existente. Poco a poco va desapareciendo esa imagen de que el turismo en el campo equivale a aburrimiento, y la creación de instalaciones deportivas rurales debe contribuir a su anulación absoluta.

Entiendo pues que la Junta tiene un campo enorme de actuación en la promoción del turismo rural cuyo desarrollo debe estar ligado a algún tipo de actividades que se constituyan en el motivo de atracción de la zona además de la mera contemplación paisajística. Y desde luego la práctica deportiva es uno de los más poderosos complementos.

Por otro lado, una buena parte del campo andaluz, sobre todo en zonas de montaña, son áreas desfavorecidas por lo que habrá que aprovechar al máximo las oportunidades financieras que brindan las instituciones de la CEE, y más concretamente el FEOGA y el FEDER, para la promoción de proyectos turísticos.

Por tanto creo que la Junta debe incentivar, apoyar y coordinar proyectos de desarrollo turístico rural con vistas a la obtención de las ayudas comunitarias, para lo que es preciso una labor de información turística hacia los ayuntamientos que ofrezcan potencialidades. No hay que olvidar que en buena medida el turismo rural es un turismo "barato", un turismo social que brinda oportunidades de hacer turismo a grandes masas de población que carecen de medios para costearse otro tipo de vacaciones, y por tanto puede favorecer también el disfrute de las vacaciones a muchos miles de andaluces. En 1983 se estimó que algo más de un millón de familias españolas habían pasado sus vacaciones veraniegas en zonas rurales lo que eleva a unos 3'6 millones de personas la cifra de turistas rurales como mínimo, ya que la estimación se hizo a partir de encuestas que no comprendían otros períodos de vacaciones, ni el turismo salido de poblaciones menores de 100.000 habitantes, ni el turismo de residentes en el extranjero, ni la población joven que no pasa sus vacaciones con la familia. (13).

Asímismo existen mecanismos financieros, de escasa cuantía arbitrados por la Secretaría General de Turismo junto con la Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas de la administración central, para fomento de instalaciones turísticas rurales, que convendría fueran completadas por la Junta en recursos disponibles o con la creación de otras líneas de apoyo a proyectos que no cumplan los requisitos específicos exigidos. De modo especial creo que sería interesante incentivar promociones turísticas rurales efectuadas por ayuntamientos, puesto que las instalaciones complementarias de atracción turística, y singularmente las deportivas, tienen carácter público y benefician también a la población residente. En todo caso también estimo que la administración autonómica debe ser muy flexible en el apoyo a todo tipo de proyectos de turismo rural que se le presenten y ofrecer ayuda para resolver los inevitables problemas administrativos.

(13) BOTE GOMEZ, V.; "Tourisme rural en Espagne et patrimoine bâti"; *Revue de Tourisme*, nº 1, 1985.

Posiblemente sería muy interesante la celebración de algún tipo de convenio de colaboración con ayuntamientos para llegar a cabo experiencias piloto de turismo deportivo en diferentes zonas de Andalucía que puedan servir de catalizadores de su entorno. De manera concreta, considero que hay cuatro tipos de ordenación de actividades turístico-deportivas-rurales que podrían ser objeto de esas experiencias piloto:

- a) Las relativas a actividades en el bosque, singularmente caza.
- b) Los itinerarios de marcha y "descubrimiento lento", o sea el excursionismo pedestre o ecuestre.
- c) Las relacionadas con actividades acuáticas en torno a ríos o embalses.
- d) Actividades culturales-deportivas de diversa índole.

De cualquier manera, una buena parte de la política de desarrollo turístico-deportivo se enmarca en el contexto del turismo rural, ya examinado en otra ponencia, a la que me remito, así como a los principios teóricos para una planificación turística en zonas de montaña y recomendaciones que redacté para la Sierra de Cádiz. (14).

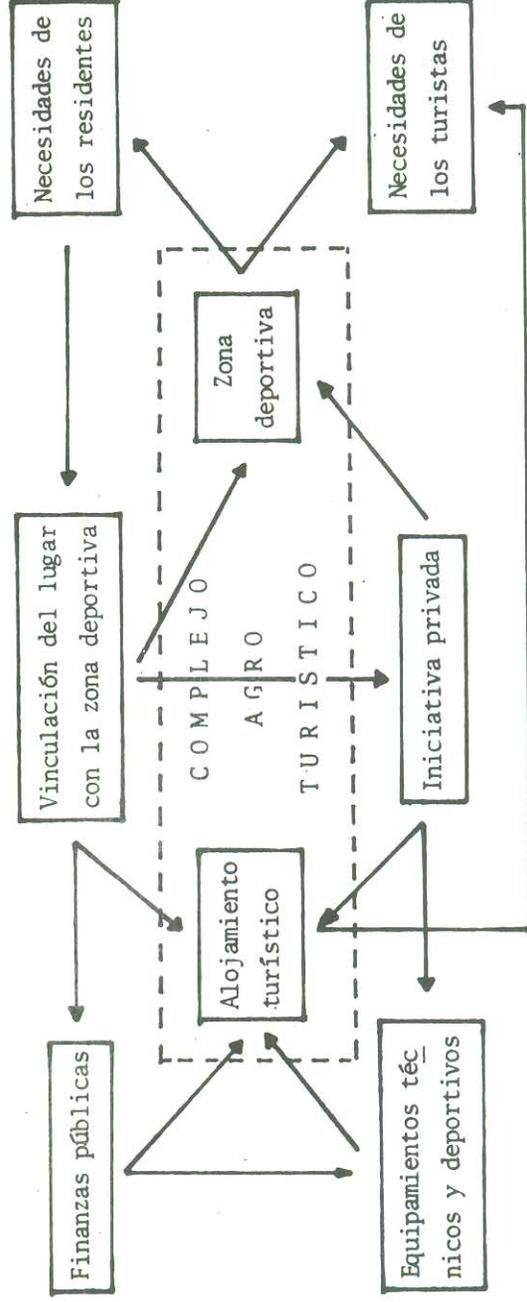
Por tanto, no creo que en una ponencia se pueda descender más al detalle de actuaciones concretas que deberían ser objeto de estudios empíricos específicos, en el marco del esquema conceptual para el desarrollo del agroturismo deportivo que se expone en los anexos 1 y 2.

(14) CUADRADO ROURA, J.R.; y colaboradores; *Estudio económico de la provincia de Cádiz*; Diputación de Cádiz, 1983.

El capítulo 6º que redacté se refería a las posibilidades y expectativas del turismo en el litoral Chiclana — Tarifa y en la Sierra de Cádiz.

ANEXO 1

SISTEMA DE COMPLEJO AGROTURISTICO PARA EL TURISMO DEPORTIVO



ANEXO 2

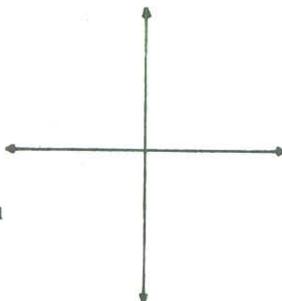
LOS CUATRO PUNTOS CARDINALES DEL DESARROLLO TURISTICO-DEPORTIVO RURAL.

Reparto geográfico de la oferta

Región
 Provincia
 Comarca
 Municipio
 Agrupación de cortijos o granjas.
 Cortijos o granjas

Elementos característicos de la demanda

Duración de la estancia
 Epoca del año
 Edad del turista
 Demanda de ocio
 Naturaleza de la actividad deportiva
 Costumbres vitales del turista

Actividades según centros de interés

Acuáticas
 Bosque
 Descubrimiento lento
 Culturales - deportivas

Características de la oferta turístico - deportiva.

<u>Zona</u>		<u>Intensidad de equipamiento</u>
Litoral		Muy concentrado
Campo		Ocio en general
Montaña		Alta calidad
		Lugares específicos