

GUÍA PARA LA
ELABORACIÓN DE

Planes de Acción de Naturaleza

RESUMEN





La sostenibilidad en el golf requiere conservar y mejorar el entorno natural, integrando prácticas responsables tanto en bienestar económico como en impacto social a largo plazo.

ÍNDICE

TRIBUNAS	1-5
RESUMEN EJECUTIVO	7-16
1. Introducción	8
2. Manual de Uso	9
3. Diagnóstico	9-10
4. Definición de indicadores de seguimiento	10-11
5. Oportunidades del golf	12-13
6. Actuaciones de mejora y conservación	13-14
7. Plan de Monitoreo	14-15
8. Comunicación de resultados	15-16
9. Conclusiones estratégicas finales	16



Luis Nigorra

Presidente Asociación Española de Campos de Golf

Hablar de golf en España es sinónimo de un **país líder en turismo deportivo, de un motor económico que genera empleo de calidad** y de un sector que contribuye a **desestacionalizar el turismo**, pero también un sector que es **líder en temas medioambientales**, aplicando iniciativas sostenibles desde hace más de 30 años. Sin embargo, este liderazgo no significa que renunciemos a seguir avanzando en sostenibilidad, pues hoy más que nunca hay que demostrar con hechos que **el golf es un aliado de la naturaleza** y no un adversario.

Con este objetivo, hemos impulsado desde el **Club de Producto Turístico PlaySpain.Golf**, desarrollado desde la **Asociación Española de Campos de Golf** y la **Real Federación Española de Golf**, y en colaboración con la **Secretaría de Estado de Turismo**, la elaboración de la **Guía para la creación de Planes de Acción de Naturaleza en los campos de golf españoles**. Un documento pionero que ofrece un marco práctico y homogéneo para que cada instalación diseñe su propio plan, adaptado a su realidad y territorio, pero bajo una metodología común, pues nuestros campos no solo son espacios de juego, son también pulmones verdes, refugios para la biodiversidad y lugares donde se promueve una gestión responsable de recursos tan valiosos como el agua.

La guía parte de un principio claro: **sin naturaleza no hay economía, sin economía no hay negocio y sin negocio no hay desarrollo social**. Por ello, invita a los campos a realizar un diagnóstico inicial de sus impactos y riesgos ambientales, a identificar los servicios ecosistémicos que aportan sus instalaciones y a definir indicadores medibles de seguimiento. Solo desde el conocimiento y la transparencia podremos avanzar hacia una mejor gestión que **garantice la biodiversidad y optimice el uso de recursos** como el agua o la energía. No hablamos de un simple listado de buenas intenciones, sino de acciones concretas con indicadores claros y un plan de monitoreo que permite evaluar avances de forma verificable.

Los viajeros internacionales, cada vez más conscientes, buscan **experiencias que combinen deporte, turismo y respeto por el entorno**. Mostrar que los campos españoles son sostenibles nos posiciona como un destino único, el más sostenible del mundo, capaz de ofrecer mucho más que golf: cultura, gastronomía, paisaje y compromiso con la tierra. No en vano, el golf ya es referente en prácticas sostenibles —somos el país europeo que más agua regenerada utiliza en sus campos—, pero este es solo el principio. Con la puesta en marcha de estos planes, el golf español puede convertirse en un **ejemplo internacional de deporte en armonía con la naturaleza**.

Además, la guía pone un énfasis especial en la **comunicación de resultados**. Los progresos en sostenibilidad deben compartirse con socios, visitantes, administraciones y sociedad civil. Solo así lograremos **cambiar la percepción del golf y derribar estereotipos** que aún lo asocian a un consumo excesivo de recursos, entre otros. Comunicar con rigor y transparencia es también una forma de educar y de atraer a un público cada vez más consciente del valor del entorno natural.

El golf español, por tanto, tiene en sus manos la oportunidad de convertirse en un **caso de éxito internacional en sostenibilidad deportiva y turística**. Esta guía no es un punto de llegada, sino de partida: una hoja de ruta para que cada campo se sume a una visión común que refuerce nuestro liderazgo, genere confianza y contribuya a preservar la riqueza natural de España.



Juan Guerrero-Burgos

Presidente Real Federación Española de Golf

El golf español sigue dando ejemplo de conciencia sostenible y medioambiental, una asignatura obligada que forma parte de su ADN desde tiempo apreciable atrás. Si hace apenas un año se presentó con éxito un informe sobre el uso del agua en los campos de golf españoles, llega el turno a una **Guía para la Elaboración de Planes de Acción de Naturaleza** en estos mismos campos de golf.

En el primero de los casos quedó demostrado, gracias al aval de la **Universidad de Cádiz**, que la mayoría de los campos de golf de nuestro país riegan con agua regenerada o desalada no apta para consumo humano, dando precisamente un uso de alto valor económico, social y medioambiental a ese agua con pocas opciones de utilización en la parte final de su ciclo.

En el segundo de los casos, esta **Guía para la Elaboración de Planes de Acción de Naturaleza** en los campos de golf españoles supone una innovadora y vanguardista manera de afrontar las necesidades hídricas de estas instalaciones deportivas que tantos beneficios genera al conjunto de la sociedad.

Se trata, en esencia, de **transformar los campos de golf en ecosistemas** que imiten los procesos naturales, estableciendo sistemas circulares de gestión del agua que incrementen, más si cabe, la productividad de su uso.

Igual de importante es la dimensión social que alberga en su seno esta novedosa estrategia que **convierte los campos de golf en lugares aún más abiertos**, permitiendo cuando sea posible la creación de espacios de recreo y de conexión con la naturaleza, con senderos ecológicos o áreas de observación de aves que ya existen en algunos campos de golf.

El objetivo principal es **acercar aún más el deporte del golf al conjunto de la sociedad** española, que sea percibido como lo que es, una actividad deportiva con múltiples beneficios, realizada en plena naturaleza e interesada en avanzar todo lo posible en los distintos índices de sostenibilidad social, económica y medioambiental.

No en vano, la industria del golf español en su conjunto lleva trabajando muchos años para marcar unas pautas que han conseguido, objetivamente, significativas mejoras en este sentido gracias a la utilización de tecnología punta que **involucra a profesionales de reconocido prestigio**.

Reiteremos por último la necesidad de involucrar a las administraciones competentes para acometer cuestiones que quedan fuera del alcance de la industria del golf, **interesada en abanderar estrategias comunes en beneficio de todos**.

Porque de lo que se trata en este caso concreto es que el conjunto de la **sociedad sea consciente de que los campos de golf son lugares donde fluye, y mucho, la vida**.



Miguel Segur Pelayo

Head of Climate and Nature - NTT DATA

La propuesta de elaborar Planes de Acción de Naturaleza en los campos de golf representa **un cambio de paradigma necesario y urgente**. Durante décadas, estas instalaciones han sido percibidas únicamente como espacios recreativos ligados a un sector exclusivo de la sociedad, pero la guía nos recuerda que también son participantes en el paisaje con una enorme responsabilidad ambiental local. Apostar por soluciones basadas en la naturaleza y sistemas circulares de gestión del agua no solo **reduce el impacto ecológico de estas instalaciones**, sino que abre la puerta a una **convivencia más equilibrada entre ocio, conservación y comunidad**.

El valor de esta guía va más allá de lo técnico, es una invitación a **repensar el papel social y ambiental de los campos de golf**. **Transformar estas superficies en ecosistemas vivos**, capaces de generar servicios ecosistémicos como la mejora de la biodiversidad, la regulación del agua o la creación de corredores ecológicos, supone un salto cualitativo en su participación en la gestión del territorio. Además, la inclusión de corredores, zonas de observación de aves o espacios de descanso, **fortalece el vínculo con la comunidad local**, ofreciendo beneficios tangibles que van más allá de la actividad deportiva.

También es importante destacar la oportunidad que la propuesta representa para el turismo sostenible. Un campo de golf que integra medidas de conservación y se posiciona como destino responsable no solo aporta valor a los jugadores, sino también a la economía regional, fortaleciendo sectores como la hostelería, el transporte o el comercio local. **La sostenibilidad, en este sentido, deja de ser un simple añadido y se convierte en una ventaja competitiva**.

En mi opinión, el verdadero reto y oportunidad está en que estos planes no queden en declaraciones bienintencionadas, sino **que se traduzcan en acciones medibles, transparentes y sostenidas en el tiempo**. El seguimiento de indicadores, la comunicación clara de resultados y la participación de universidades, asociaciones y vecinos **son claves para asegurar que la gestión ambiental de los campos de golf sea real, verificable y con impacto positivo**. Solo así se logrará que estos espacios, tradicionalmente cuestionados por su consumo de recursos para beneficio de pocos, se conviertan en referentes de conservación y desarrollo local sostenible e inclusivo.



Plataforma del Club de Producto Turístico Golf

El **Club de Producto Turístico Golf** es una iniciativa promovida en colaboración público-privada que tiene como objetivo **posicionar a España como destino líder mundial de turismo de golf**. Este modelo, que cuenta con el respaldo de la Secretaría de Estado de Turismo y de Turespaña, se basa en la integración de todos los actores que forman parte de la cadena de valor: campos de golf, alojamientos, agencias de viaje, turoperadores, destinos turísticos y empresas de servicios complementarios.

Su finalidad es doble. Por un lado, **crear un producto turístico estructurado y competitivo**, que vaya más allá de la simple práctica del deporte e incluya experiencias culturales, gastronómicas y de ocio vinculadas a cada destino. Por otro, **coordinar la promoción nacional e internacional** del golf español bajo una estrategia común, coherente y sostenible, evitando la dispersión de esfuerzos y maximizando los recursos disponibles.

En este marco, **PlaySpain.Golf** actúa como la **plataforma digital de referencia del Club de Producto Turístico Golf**. Su misión es dotar al proyecto de una herramienta moderna, accesible y atractiva que permita a los potenciales turistas conocer la diversidad y calidad de la oferta española. A través de PlaySpain.Golf se centraliza la información de campos, destinos, paquetes de viaje y actividades complementarias, ofreciendo al visitante una visión integrada y simplificada del producto.

La conexión entre ambos es, por tanto, estratégica: el Club de Producto Turístico Golf define la **estructura, el modelo de colaboración y los objetivos de posicionamiento**, mientras que PlaySpain.Golf se convierte en la **ventana digital** a través de la cual España se muestra al mundo como el destino de golf más completo, competitivo y sostenible de Europa.

Gracias a esta alianza, el sector del golf español cuenta con una marca común sólida y reconocida, capaz de transmitir de forma unificada sus valores diferenciales: **clima privilegiado, excelencia de los campos, amplia oferta turística y compromiso con la sostenibilidad**.



Rosario Sánchez Grau

Secretaria de Estado de Turismo

España es, desde hace décadas, líder internacional en turismo. Nuestro clima, diversidad cultural, patrimonio, gastronomía, servicios y excelencia en infraestructuras nos sitúan entre los destinos más deseados del mundo. En este marco, **el turismo de golf se ha consolidado como un producto capaz de generar valor añadido y**

contribuir a la desestacionalización de la demanda, uno de los grandes objetivos de la estrategia turística en la que trabaja el Ministerio de Industria y Turismo.

El golf en España ha experimentado en los últimos años una profunda transformación. Y hoy se reconoce como una actividad con un fuerte impacto económico, social y turístico. **Cada año, 1,4 millones de turistas internacionales visitan nuestro país motivados por el golf**, generando más de 132.000 empleos y aportando a la economía más de 15.900 millones de euros. Además, su práctica contribuye decisivamente a desestacionalizar el turismo, reforzando la actividad económica en primavera y otoño, más allá de los meses de verano.

Pero el valor del golf no se limita a sus cifras. El sector afronta un reto clave: demostrar que se trata de una actividad alineada con la sostenibilidad ambiental, **anidada con la sostenibilidad económica y social**. En este marco, sectores como el golf tienen la oportunidad de liderar un cambio hacia modelos de desarrollo más resilientes, donde el cuidado del entorno natural no sea un añadido, sino un componente estructural de la gestión.

La realidad es que **los campos de golf en España se encuentran a la vanguardia en el uso eficiente de los recursos naturales**. Nuestro país es líder europeo en utilización de agua regenerada para riego. El camino está claro. Menos consumo de recursos, más integración con el entorno natural, transparencia en la gestión y **una comunicación que acerque a la ciudadanía la realidad del golf como motor económico y turístico**, pero también como aliado en la conservación ambiental.

Por ello, **el sector debe seguir dando pasos decisivos hacia un modelo más responsable**. La Asociación Española de Campos de Golf, junto con la Real Federación Española de Golf y la Asociación de Greenkeepers, impulsa, gracias a la financiación del Ministerio de Industria y Turismo, la guía metodológica que aquí se presenta para que cada instalación elabore su propio plan de acción en materia de naturaleza y biodiversidad. El documento orienta a los clubes en todo el ciclo de gestión: desde la identificación de impactos y riesgos climáticos hasta la definición de medidas de mejora y la implantación de sistemas de monitoreo que aseguren transparencia y resultados verificables. Este enfoque contribuirá en **el reforzamiento del golf como un aliado estratégico en la transición hacia un modelo económico más sostenible ambientalmente**.

En este contexto, el compromiso con la innovación, la sostenibilidad y la diversificación de la oferta turística de la Secretaría de Estado de Turismo impulsa que segmentos como **el turismo de golf dispongan de estrategias de promoción, apoyo institucional y visibilidad internacional**. La financiación de estudios sectoriales, la colaboración público-privada y la integración del turismo deportivo en la agenda turística nacional son ejemplos claros de una política que apuesta por la excelencia y la diferenciación.

El futuro del turismo en España pasa por reforzar nuestra capacidad de **atraer viajeros de calidad, comprometidos con el entorno y con un consumo responsable**. Nuestro país tiene la oportunidad, no solo de seguir siendo el principal destino de golf en Europa, sino también de consolidarse como un referente mundial en sostenibilidad aplicada a este deporte.

ELABORA



PROMUEVEN



MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO



COLABORAN



Resumen
ejecutivo



1. Introducción

El golf en España se encuentra en una encrucijada. Durante años se le ha percibido como un deporte exclusivo y poco respetuoso con el medio ambiente, pero esa visión está cambiando gracias a datos objetivos y a un compromiso creciente del sector con la sostenibilidad. Hoy sabemos que el golf aporta más de 15.000 millones de euros a la economía, genera cerca de 133.000 empleos estables y atrae cada año a 1,4 millones de turistas internacionales, consolidando a España como destino líder en Europa. Además, ayuda a desestacionalizar el turismo, favoreciendo a las comunidades locales más allá de los meses de verano.

Pero el verdadero reto del sector no está sólo en lo económico. La actividad de los campos de golf se desarrolla en entornos naturales de gran valor, lo que obliga a mirar de frente sus impactos ambientales: consumo de agua, modificación del paisaje y presión sobre hábitats. En este sentido, España destaca en el uso de agua regenerada para riego (59% de los campos, frente al 21% en EE.UU.), y en algunas regiones como Baleares o Canarias ese porcentaje supera el 90%. Aun así, la percepción pública sigue siendo crítica y es necesario reforzar la comunicación y la transparencia.

Al mismo tiempo, el contexto global es de urgencia. La biodiversidad mundial se ha reducido un 68% desde 1970, y más de la mitad del PIB global depende de los servicios que proporciona la naturaleza. Para el golf, esto supone una oportunidad y una responsabilidad: demostrar que puede ser un aliado de la conservación y de la lucha contra el cambio climático.

La sostenibilidad en este deporte no consiste solo en reducir agua, energía o productos químicos, sino en integrar la naturaleza en la gestión diaria, midiendo los impactos, definiendo indicadores claros y planificando mejoras a corto, medio y largo plazo. Con ello, el golf puede transformar su imagen, romper estereotipos y convertirse en un motor de valor ambiental, económico y social.

En definitiva, la introducción de la Guía plantea un mensaje claro: sin naturaleza no hay economía, sin economía no hay negocio y sin negocio no hay desarrollo social. El golf español tiene la oportunidad de situarse a la vanguardia de esta visión, contribuyendo al bienestar colectivo mientras asegura su propio futuro.



2. Manual de Uso

La guía se presenta como un documento práctico pensado para que los campos de golf puedan elaborar sus propios Planes de Acción de Naturaleza. No es un texto teórico, sino una herramienta que acompaña al gestor desde los primeros pasos de diagnóstico hasta la definición de actuaciones concretas y su seguimiento en el tiempo.

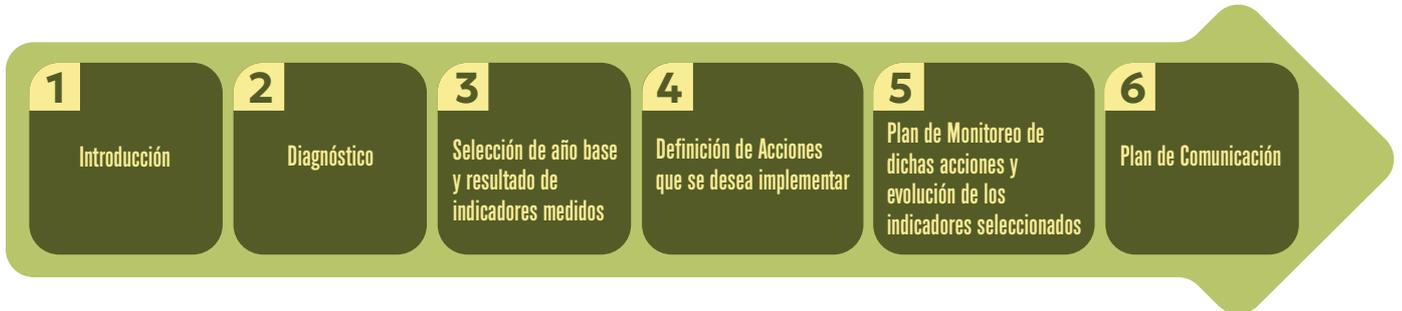
Su **objetivo central** es facilitar la identificación de puntos de mejora, ayudar a homogeneizar los datos que se reportan en materia de sostenibilidad y naturaleza, y proponer un conjunto de acciones y recomendaciones que sirvan de base a cualquier club, independientemente de su tamaño o recursos.



El manual establece que lo más importante es empezar a medir: **recopilar indicadores** sobre agua, biodiversidad y otros recursos. Aunque no todos los campos puedan cubrir de entrada todos los apartados, la prioridad es compartir información de forma comparable para construir un lenguaje común. Con esa base, cada campo podrá fijar su propio alcance, diseñar actuaciones adaptadas a su realidad y establecer un sistema de monitoreo para evaluar la evolución de sus indicadores año tras año.

El documento también subraya la importancia de la **comunicación y difusión**. No basta con realizar mejoras ambientales: hay que darlas a conocer para reforzar la imagen del golf como actividad comprometida con la naturaleza y generar confianza en la sociedad.

El Manual de Uso funciona como una **hoja de ruta** flexible pero estructurada, que guía a los campos en la elaboración de sus planes. Aunque lo ideal es recorrer todos los pasos, el mensaje clave es que cualquier avance cuenta, siempre que se mida, se monitorice y se comparta.



3. Diagnóstico

El diagnóstico es el primer paso fundamental para que un campo de golf pueda construir su Plan de Acción de Naturaleza. Su objetivo es ofrecer una radiografía clara de la situación de partida: cómo impacta la actividad en el entorno, qué riesgos enfrenta y qué beneficios naturales aporta.

En primer lugar, se analizan los **impactos**. Estos pueden ser negativos como el consumo de agua, la generación de residuos o la alteración de hábitats, pero también positivos, como la creación de zonas verdes, la protección frente a incendios o la captura de carbono. La clave está en evaluarlos de manera sistemática, con criterios claros que permitan priorizar las áreas donde es más urgente actuar.



En segundo lugar, el diagnóstico identifica los **riesgos ambientales y climáticos**. La actividad de los campos depende de factores externos como la disponibilidad de agua, la calidad del suelo o la estabili-

dad del clima. Sequías, olas de calor, lluvias torrenciales o inundaciones son amenazas reales que pueden comprometer tanto el juego como la viabilidad económica. Conocer estas vulnerabilidades permite anticiparse y diseñar estrategias de adaptación.

El tercer pilar son los **servicios ecosistémicos**, es decir, los beneficios que la naturaleza brinda al ser humano y que también están presentes en un campo de golf. Entre ellos destacan la regulación hídrica, el mantenimiento de la fertilidad del suelo, la polinización, el valor paisajístico o la oferta de espacios para el ocio y la salud. Reconocer y comunicar estos beneficios ayuda a cambiar la percepción del golf y a poner en valor su contribución al territorio.

El diagnóstico no es solo un ejercicio técnico, sino una herramienta estratégica. Permite a los gestores comprender dónde están sus retos y sus oportunidades, y sentar las bases de una gestión más eficiente y responsable. El mensaje es claro: solo con un conocimiento sólido de la interacción entre campo y naturaleza se pueden tomar decisiones informadas que mejoren la sostenibilidad y refuercen la legitimidad social del golf.

4. Definición de indicadores de seguimiento

Los indicadores son la herramienta que permite pasar de la teoría a la práctica. Sin ellos no es posible saber si las acciones de sostenibilidad están funcionando ni demostrar avances de forma objetiva.

La guía propone un listado homogéneo de indicadores, aplicable a todos los campos de golf, que facilita comparar resultados, aprender en conjunto y comunicar con transparencia. Estos indicadores se agrupan en categorías que abarcan desde el tipo de césped hasta el consumo de agua, pasando por la biodiversidad, los fertilizantes, la energía o la gestión de residuos.



Cada campo debe fijar un año base, a partir del cual empezar a recopilar datos. Con esa referencia, se podrá medir la evolución a lo largo del tiempo y valorar si las medidas adoptadas realmente generan mejoras.

El sistema contempla distintos niveles de detalle. El más sencillo son indicadores cualitativos, que se responden con un sí o un no (por ejemplo: ¿se usan especies autóctonas en el arbolado?). A partir de ahí, se puede avanzar hacia indicadores cuantitativos, con cifras exactas sobre consumo, superficie, emisiones o especies presentes. Esto permite que todos los campos participen, cada uno según sus recursos y capacidad técnica.

El objetivo no es solo recopilar información, sino generar una cultura de mejora continua. Medir de forma periódica y compartir resultados impulsa la innovación, refuerza la credibilidad del sector y abre la puerta a certificaciones ambientales o reconocimientos externos.

La definición de indicadores es la piedra angular de la gestión sostenible en los campos de golf: lo que se mide se puede mejorar, y lo que se comunica con datos gana legitimidad ante la sociedad.

Este trabajo, no sólo beneficia la elaboración de los Planes de Acción de cada campo de golf, sino también contribuir y alimentar al Índice de Sostenibilidad promovido por la Asociación Española de Campos de Golf, la Real Federación Española de Golf y la Asociación Española de Greenkeepers (AEdG), que permitirá conocer la situación completa de los campos al reportar todos ellos los mismos tipos de datos e información en materia de biodiversidad y sostenibilidad.

CATEGORÍA	ÍNDICE CON INDICADORES
1. Especies cespitosas	Césped sostenible
2. Conservación de la biodiversidad	Proyectos de conservación de la biodiversidad Zonas no jugables Colaboración entidades científicas Corredores ecológicos Riqueza de especies de fauna Riqueza de especies de flora Introducción de especies Especies autóctonas emblemáticas Especies autóctonas protegidas Monitorización de la fauna
3. Uso de fertilizantes y fitosanitarios	Uso de fertilizantes y pesticidas Uso de fitosanitarios Uso de fitosanitarios autorizados en producción ecológica bajo el reglamento europeo UE2018/848 (para zonas sensibles, Anexo VIII)
4. Gestión de residuos	Gestión de residuos Restos de poda Restos de siega
5. Uso de energía	Huella de carbono Consumo eléctrico Energías renovables Autosuficiencia energética Flota de buggies eléctricos Puntos de recarga para vehículos eléctricos Contaminación acústica y lumínica
6. Agua	Consumo de agua destinada al riego del campo de golf Uso de agua reciclada o regenerada
7. Calidad del suelo	Seguimiento de condición y compactación del suelo
8. Acciones de gestión y concienciación	Acciones de comunicación y sensibilización Mejora continua Certificaciones ecológicas

5. Oportunidades del golf

El sector del golf atraviesa un momento decisivo en el que puede transformar su imagen y consolidar su papel en la sociedad como un ejemplo de sostenibilidad. Durante mucho tiempo se le ha percibido como una actividad elitista y con un uso intensivo de recursos, pero los avances técnicos, las políticas de gestión responsable y el contexto global de transición ecológica abren un abanico de oportunidades que pueden reposicionar al golf como un aliado estratégico del medio ambiente, de la economía y de las comunidades locales.



OPORTUNIDADES AMBIENTALES

Los campos de golf, por su extensión y por estar gestionados con criterios cada vez más exigentes, ofrecen una plataforma idónea para desarrollar buenas prácticas ambientales. Entre las principales oportunidades destacan el ahorro y la reutilización de agua, la apuesta por energías renovables, la creación y conservación de hábitats naturales y el control de especies invasoras. Implementar soluciones basadas en la naturaleza –como humedales artificiales o setos de vegetación autóctona– no solo reduce impactos negativos, sino que multiplica los beneficios en términos de biodiversidad, regulación hídrica y calidad paisajística.

OPORTUNIDADES ECONÓMICAS

El golf sigue siendo un motor turístico de gran relevancia para España. Cada año atrae a cientos de miles de visitantes en temporada baja, lo que ayuda a desestacionalizar el turismo y a sostener empleos en meses en los que otros sectores reducen su actividad. Además, la economía del golf genera empleo estable y de calidad, tanto en los campos como en toda la cadena de valor: hostelería, transporte, restauración, comercio y servicios. A estas oportunidades se suman las vinculadas a la economía circular, como el aprovechamiento de residuos verdes para compostaje o la reducción del consumo de plásticos de un solo uso.

OPORTUNIDADES SOCIALES Y CULTURALES

Los campos de golf no tienen por qué ser espacios cerrados y exclusivos. Cada vez más clubes abren sus puertas a la comunidad local, organizando actividades educativas, culturales y deportivas. Talleres para escolares, programas de ciencia ciudadana, rutas interpretativas y jornadas de puertas abiertas son ejemplos de iniciativas que refuerzan la integración del golf con la sociedad. Asimismo, el golf puede promover hábitos de vida saludable, pues combina actividad física al aire libre con contacto con la naturaleza, lo que lo convierte en una herramienta de salud preventiva y bienestar.

OPORTUNIDADES DE REPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN

La reputación es un activo intangible pero fundamental. El golf tiene la oportunidad de mejorar radicalmente su imagen si comunica de forma clara y transparente sus avances en sostenibilidad. Compartir datos sobre consumo de agua regenerada, eficiencia energética o incremento de biodiversidad genera confianza y rompe estereotipos. Las certificaciones ambientales y los reconocimientos internacionales refuerzan esta narrativa y ofrecen una plataforma de legitimidad frente a la sociedad y a las administraciones públicas.

OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS

España tiene en el golf un recurso diferenciador que puede contribuir a su posicionamiento internacional como líder en turismo sostenible. La combinación de calidad de instalaciones, clima favorable y compromiso ambiental constituye una ventaja competitiva única. Si el sector logra consolidar un relato positivo y coherente, podrá atraer inversiones verdes, integrarse en estrategias de transición ecológica y convertirse en un referente de cómo una actividad económica puede alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el Pacto Verde Europeo.

Las oportunidades que se presentan no se limitan a mejorar la gestión interna de los campos, sino que abarcan una visión más ambiciosa: reposicionar al golf en la sociedad como un espacio de sostenibilidad, salud y bienestar, capaz de generar valor ambiental, económico y social al mismo tiempo.

6. Actuaciones de mejora y conservación

Tras el diagnóstico y la definición de indicadores, llega el momento de poner en marcha acciones concretas. Las actuaciones de mejora y conservación son la expresión práctica del compromiso del golf con la sostenibilidad. El objetivo no es implantar todas las medidas posibles, sino seleccionar aquellas que mejor se adapten a la realidad de cada club y que tengan un mayor impacto positivo en el entorno. A continuación, se desarrollan las cuatro grandes líneas estratégicas, con ejemplos de acciones y sus indicadores asociados.



6.1. SOLUCIONES BASADAS EN LA NATURALEZA

Este enfoque consiste en aprovechar los procesos naturales para resolver retos ambientales, al tiempo que se refuerza la biodiversidad y la resiliencia del campo. Son medidas de bajo impacto, replicables y con beneficios múltiples. Ejemplos;

- Creación de humedales artificiales. Indicadores: número de humedales creados; especies de aves y anfibios registradas; volumen de agua filtrada.
- Plantación de setos y arbolado autóctono. Indicadores: % de superficie con especies autóctonas; reducción del uso de agua en riego; aumento de polinizadores.
- Restauración de áreas degradadas. Indicadores: hectáreas restauradas; índice de cobertura vegetal; erosión reducida en pendientes.
- Fomento de refugios de fauna. Indicadores: número de cajas nido instaladas; especies observadas; índice de ocupación anual.

6.2. MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS

La modernización de las infraestructuras es clave para reducir consumos y optimizar recursos. Estas medidas requieren inversiones iniciales, pero generan ahorros y beneficios ambientales a medio y largo plazo. Ejemplos;

- Instalación de sistemas de riego inteligentes. Indicadores: m³ de agua por hectárea; % de reducción respecto al año base.
- Construcción de depósitos de agua regenerada. Indicadores: capacidad de almacenamiento; porcentaje de uso de agua regenerada.
- Implantación de energías renovables. Indicadores: % de electricidad procedente de fuentes renovables; toneladas de CO2 evitadas.
- Sustitución de maquinaria por equipos eléctricos. Indicadores: % de maquinaria eléctrica; litros de combustible fósil ahorrados.

6.3. CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

La sostenibilidad no se logra solo con tecnología: requiere un cambio cultural. Las acciones de sensibilización generan compromiso en empleados, socios y comunidades locales. Ejemplos;

- Programas de formación para el personal. Indicadores: nº de horas de formación impartidas; % de empleados formados.
- Campañas de sensibilización para socios y visitantes. Indicadores: nº de participantes; encuestas de satisfacción.
- Colaboración con colegios en programas educativos. Indicadores: nº de escolares participantes; frecuencia de las visitas; contenidos desarrollados.
- Jornadas abiertas a la comunidad. Indicadores: nº de asistentes; nº de actividades realizadas; repercusión en medios locales.

6.4. GESTIÓN Y GOBERNANZA

El éxito de un plan de sostenibilidad depende de su integración en la gestión del club. La gobernanza asegura continuidad y credibilidad en las actuaciones. Ejemplos;

- Creación de comités de sostenibilidad. Indicadores: existencia del comité; nº de reuniones al año; medidas aprobadas.
- Obtención de certificaciones ambientales. Indicadores: nº de certificaciones obtenidas; estándares cumplidos; reconocimiento externo alcanzado.
- Incorporación de criterios ambientales en estatutos y normativas internas. Indicadores: % de cláusulas ambientales incluidas; nº de decisiones vinculadas a criterios sostenibles.
- Elaboración de planes estratégicos de sostenibilidad. Indicadores: existencia del plan; nº de metas alcanzadas anualmente; % de indicadores en seguimiento.

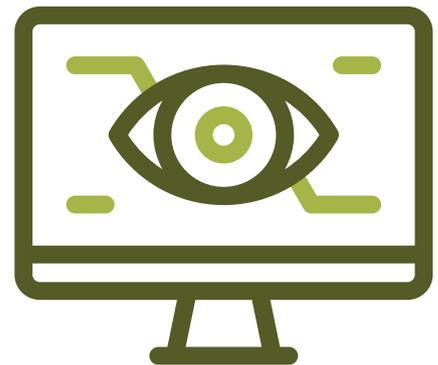
Estas cuatro líneas de actuación demuestran que la sostenibilidad es transversal: abarca desde lo técnico hasta lo social, desde las infraestructuras hasta la cultura organizativa. Cada acción, acompañada de sus indicadores, permite no solo mejorar la gestión ambiental, sino también comunicar con datos los avances logrados.

7. Plan de Monitoreo

El Plan de Monitoreo es la herramienta que convierte los compromisos en resultados verificables. Su función es asegurar que las acciones emprendidas en el Plan de Acción de Naturaleza no se queden en intenciones, sino que puedan ser observadas, medidas y evaluadas de forma periódica.

UN BUEN PLAN DE MONITOREO PERMITE:

- Verificar la eficacia de las medidas adoptadas.
- Detectar desviaciones y aplicar correcciones a tiempo.
- Facilitar la toma de decisiones basada en información fiable.
- Generar transparencia y confianza hacia socios, administraciones y sociedad.



EL DOCUMENTO PLANTEA QUE CADA CAMPO DEBE DEFINIR DESDE EL INICIO:

1. Tipología de información a recopilar

Puede ser cuantitativa (m³ de agua regenerada utilizada, % de energía renovable, nº de especies observadas) o cualitativa (cambios en la percepción social, mejora del paisaje).

2. Calendario de seguimiento.

Se recomienda un esquema con revisiones trimestrales para comprobar avances y detectar desviaciones, y una revisión anual global para evaluar resultados, actualizar objetivos y planificar nuevas acciones.

3. Herramientas de gestión y cuadros de mando.

Estos instrumentos permiten centralizar los datos, compararlos con años anteriores y generar informes claros para la comunicación interna y externa.

4. Responsables.

Se debe asignar a personas o comités concretos la función de coordinar el monitoreo, garantizando continuidad y rigor.

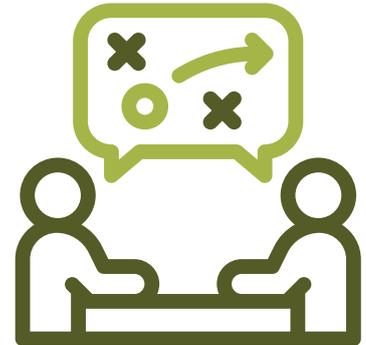
Además, se subraya que el monitoreo no solo sirve para evaluar internamente, sino también para comunicar resultados. Transformar datos técnicos en información comprensible ayuda a sensibilizar a los públicos y a justificar inversiones.

El Plan de Monitoreo es la columna vertebral del ciclo de sostenibilidad: mide, analiza, corrige y comunica. Solo con este sistema se puede garantizar que los esfuerzos realizados se traduzcan en beneficios reales para la naturaleza, la economía y la sociedad.

8. Comunicación de resultados

La comunicación de resultados es un pilar esencial del Plan de Acción de Naturaleza. No basta con ejecutar acciones: es imprescindible dar a conocer los progresos, compartir datos de manera transparente y hacer que la sociedad perciba al golf como un aliado de la sostenibilidad.

El documento propone un modelo estructurado que abarca varios elementos clave:



1. Público objetivo. Se distinguen dos grandes grupos:

- **INTERNO:** personal de mantenimiento, dirección, socios y trabajadores del club. El objetivo es alinear a todos con la estrategia, fomentar la participación y facilitar la toma de decisiones.
- **EXTERNO:** socios, jugadores y visitantes; administraciones públicas; entidades locales; organizaciones ambientales y académicas; empresas vinculadas; medios de comunicación y ciudadanía. Cada grupo requiere mensajes adaptados en tono, nivel técnico y formato.

2. Tipología de comunicación.

- **INTERNA:** reuniones técnicas, informes de seguimiento, boletines internos, manuales prácticos.
- **EXTERNA:** comunicación institucional (prensa, redes sociales, informes anuales) y comunicación divulgativa (infografías, artículos, podcasts, vídeos, charlas, cartelería interpretativa).

3. Canales de difusión.

Incluyen páginas web, redes sociales, newsletters, medios impresos, paneles didácticos, jornadas de puertas abiertas, talleres educativos, webinars y congresos.

4. Herramientas de visualización.

Para hacer comprensibles los datos se recomiendan dashboards interactivos, gráficos, tablas comparativas, mapas SIG, infografías y boletines divulgativos. Estas herramientas permiten traducir indicadores técnicos en información accesible y atractiva.

5. Frecuencia de comunicación.

Se recomienda establecer un calendario regular: actualizaciones trimestrales para ofrecer seguimiento continuo, y un informe anual que recoja resultados globales y redefina estrategias.

6. Publicación de informes de resultados

La guía incluso propone una estructura estandarizada para estos informes, con el fin de garantizar coherencia, trazabilidad y comparabilidad entre diferentes clubes.

En definitiva, comunicar resultados no es un ejercicio accesorio, sino un elemento estratégico que:

- Fortalece la legitimidad social del golf.
- Motiva a empleados y socios.
- Abre canales de colaboración con administraciones y entidades externas.
- Genera confianza y mejora la reputación del sector.

La transparencia, el rigor y la adaptación del lenguaje a cada público son los tres principios que garantizan el éxito de esta comunicación.

9. Conclusiones estratégicas finales.

El Plan de Acción de Naturaleza supone una oportunidad estratégica para el sector del golf en España. Lejos de ser un requisito formal o una obligación externa, debe entenderse como una hoja de ruta que permite a los campos evolucionar hacia modelos de gestión más sostenibles, resilientes y reconocidos socialmente.

Las conclusiones se pueden organizar en tres horizontes temporales:



Corto plazo (1-3 años):

- Implantar los indicadores básicos que permitan establecer un año base común.
- Realizar los primeros diagnósticos de impactos, riesgos y servicios ecosistémicos.
- Poner en marcha acciones visibles y comunicarlas con transparencia para reforzar la reputación.

Medio plazo (3-7 años):

- Consolidar el uso mayoritario de agua regenerada y avanzar en energías renovables.
- Certificar un número creciente de campos bajo sellos ambientales reconocidos.
- Integrar la sostenibilidad en la gobernanza de los clubes, con comités, planes estratégicos y presupuestos asignados.
- Desarrollar programas estables de educación y sensibilización dirigidos a socios, empleados y comunidades locales.

Largo plazo (7-15 años):

- Posicionar a España como referente europeo en turismo de golf sostenible.
- Lograr que la mayoría de los campos dispongan de planes de acción plenamente integrados en su gestión.
- Contribuir de forma medible a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a las estrategias nacionales de adaptación climática.
- Reforzar el papel del golf como generador de valor ambiental, social y económico, reconocido tanto a nivel local como internacional.

En definitiva, el Plan de Acción de Naturaleza no es un punto final, sino un punto de partida. Representa un compromiso a largo plazo que combina la mejora ambiental con la competitividad económica y la cohesión social. La clave está en la continuidad: medir, actuar, monitorear y comunicar. Solo así el golf podrá transformar su imagen y consolidarse como un aliado estratégico de la sostenibilidad.

